

الفصل الثاني

الإطار المعرفي للدراسة

- أولاً: نظرية الأطر الخيرية.
- ثانياً: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.
- ثالثاً: نظرية التهيئة المعرفية.

obeikandi.com

تتعلق هذه الدراسة، وتتمحور أبعادها وعناصرها المختلفة، وكذا صياغة فروضها المتعددة، من معطيات ثلاث نظريات، وهي: "نظرية الأطر الخبرية": والتي تفترض أن الأحداث لا تنطوي في حد ذاتها على مغزى معين، وإنما تكتسب مغزاهها من خلال وضعها في إطار يحددها، وينظمها، ويضفي عليها قدراً من الاتساق من خلال التركيز على بعض جوانب الموضوع وإغفال جوانب أخرى، فالإطار الإعلامي هو الفكرة المحورية التي تنتظم حولها الأحداث الخاصة بقضية معينة، وترجع أهمية نظرية الأطر الخبرية إلى أنها تقدم تفسيراً علمياً ومنظماً لكيفية حدوث التأثيرات المعرفية والوجدانية لوسائل الإعلام على الجمهور بمختلف فئاته وخصائصه الديموجرافية. نظرية الاعتماد علي وسائل الإعلام: تهدف إلى التعرف والكشف عن الأسباب التي تجعل لوسائل الإعلام أحياناً تأثيراً قوياً، وفي أحيان أخرى تأثيراً ضعيفاً، نظرية التهئية المعرفية: التي تتمثل في تغير موقف وسلوك الأفراد نتيجة التعرض لبعض المعلومات دون ارتباط ذلك بالدوافع، وفيما يلي شرح تفصيلي للإطار المعرفي للدراسة.

أولاً: نظرية الأطر الخبرية:

يُعد مفهوم الإطار مفهوماً له مغزى ودلالة إعلامية، بما يسهم به في التعرف على تأثير دور وسائل الإعلام في بناء وتشكيل اتجاهات الرأي العام إزاء القضايا والموضوعات المختلفة التي تقدمها وسائل الإعلام، وبهذا فإن نظرية تحليل الإطار الإعلامي تُعد من النظريات الحديثة التي تجمع بين قوة تأثير وسائل الإعلام ومحدوديته، حيث تكمن قوة التأثير في الإطار الذي تقدم وسائل الإعلام لنا من خلاله المعلومة، والذي يؤثر في الطريقة التي يتلقى بها الجمهور هذه المعلومة، وبالتالي فإنها تساعد الجمهور على إدراك المعلومة ضمن هذا الإطار المقدم له والمُعد له من قبل وسائل الإعلام والقائمين عليها، وأما محدودية هذا التأثير فهي تكمن في الجمهور

وقوته وأفكاره المسبقة والعمليات المختلفة التي يتم من خلالها تمثيل المعلومات؛ حتى يتسنى للفرد أن يدركها بالطريقة التي تتفق مع أفكاره واتجاهاته الذاتية، ومن ثم يسعى الجمهور من خلال نظرية الأطر الإعلامية للبحث عن الإرشاد والتوجيه من المصادر التي يعتقد أنها صادقة وموثوق بها.

وتقود بدايات فكرة قيام وسائل الإعلام بوضع الأطر حول الواقع إلى كتابات "والتر ليبمان" (Lippman) عن دور الإعلام في تشكيل إدراك الجمهور للواقع في عشرينيات القرن العشرين، ولكن لم يظهر مصطلح الإطار Frame في مجال الدراسات الإعلامية إلا في السبعينيات على يد عالم الاجتماع "جوفمان" Goffman عام ١٩٧٤، حيث حدّد بدقة مصطلح الأطر والإجراءات المتبعة في هذا النوع من التحليل، وذلك في كتابه الرائد والمعنون باسم "تحليل الأطر" Framing Analysis، حيث أشار "جوفمان" في هذا الكتاب إلى أن الإطار هو "العمليات التي يقوم بها الإنسان في تصنيف وتنظيم وتفسير الواقع والتي تسهّل عملية فهم المعلومات ووضع الأحداث في سياقها.

ويرجع أول تطبيق علمي لتحليل الأطر في الدراسات الإعلامية إلى الباحثة "توشمان" Tushman في دراستها عامي ١٩٧٦ و١٩٨٧م؛ حيث وظفت تحليل الإطار بوصفه أداة منهجية لتحليل المضمون الإخباري في وسائل الإعلام المختلفة، بينما يرجع أول تطبيق علمي يتسم بالدقة النظرية والمنهجية إلى الباحث "إنتمان" Entman في دراساته المتعددة خلال أعوام (١٩٨٩، ١٩٩١، ١٩٩٣م) حيث ربط الباحث بين تحليل الأطر وتمثيل المعلومات من قبل أفراد الجمهور، وفي عام ١٩٩٧م طوّر "ريشارت" دليل استخلاص الأطر بوصفه أسلوباً كمياً لتحليل المحتوى الظاهر فضلاً عن المحتوى الضمني في الرسالة الإعلامية؛ وذلك بهدف الوقوف على الأطر السائدة في تغطية وسائل الإعلام للقضايا العامة.

ويرجع اهتمام الباحثين بهذه النظرية إلى أنها تُعدّ الحلَّ لإشكالية قياس المحتوى غير الصريح، وكذلك لأنها تقدم بدورها إطاراً نظرياً حول كيفية تشكيل اتجاهات الجمهور نحو قضية بعينها، كما أنها تقدم تفسيراً منتظماً لدور وسائل الإعلام في تشكيل مدركات الرأي العام نحو القضايا المثارة، من خلال تحليل أطر التناول الإعلامي للأحداث والقضايا المثارة في وسائل الإعلام؛ مما يسهم في فهم دورها في بناء الواقع الاجتماعي.

لذا، اعتمدت هذه الدراسة في بنائها النظري على نظرية الأطر الخبرية News Framing Analysis، باعتبارها إطاراً نظرياً ملائماً لدراسة أطر المعالجة الإخبارية للقضايا السياسية العربية عينة الدراسة في المواقع الإخبارية العربية والدولية، والتعرف على مدى تأثير هذه المواقع على الجمهور المصري، حيث تسمح نظرية الأطر الخبرية بقياس المحتوى الضمني "غير الصريح" للتغطية الإخبارية لوسائل الإعلام، وتقدم تفسيراً منتظماً لدور وسائل الإعلام في تشكيل الأفكار والاتجاهات حيال القضايا البارزة، وإلقاء الضوء على طرق تنظيم الحقائق والمحذوف منها.

ومن ثم تتعدد نقاط القوة التي تجعل من الأطر الخبرية نظرية علمية ملائمة للتطبيق في بيئات إعلامية مختلفة؛ حيث تتناول هذه النظرية دور القائم بالاتصال في صياغة الرسائل الإعلامية، كما تساعد على تقديم تحليل علمي للمعالجات الإعلامية المقدّمة حول الأحداث والقضايا المختلفة، هذا بالإضافة إلى تناولها تأثير تلك المعالجات على معارف الجمهور واتجاهاته، وتتسم عند تناولها لكافة هذه العناصر بالمرونة، كما تتسق معطياتها مع النتائج الحديثة في دراسات علم النفس المعرفي.

مفهوم الإطار الخبري:

يتسم مفهوم الإطار بأنه مفهوم أساس في فهم دور وسائل الإعلام في تشكيل الجدل حول الموضوعات والقضايا المختلفة، لأن وسائل الإعلام لا يقتصر دورها على مجرد

تقديم المحتوى الإخباري، فهي أيضاً تقوم ببناء معنى لهذا المحتوى، من خلال تأطيره وفق زوايا وجوانب معينة يمكن في ضوئها إدراكه وتفسيره وإبداء تقويمات وأحكام بشأنه، وهو ما يوضح أهمية نظرية التأطير Framing وتطبيقاتها ليس فقط في مجال الدراسات الأكاديمية، لكن على مستوى الممارسة المهنية أيضاً، لأن التأثير يمثل خطوة مهمة في عملية إنتاج المواد الإخبارية.

لذلك، فقد بادر الباحثون بإطلاق تعريفات عديدة تسهر في بلورة وتحديد ماهية الإطار الخبري والتي يمكن حصر بعضها في الآتي:

١. الإطار: هو فكرة مركزية ينتظم حولها المحتوى الإخباري، وتمثل السياق الذي يحدد فيه القضية وهدفها، من خلال استخدام الانتقاء والتوكيد، والتفسير والتوضيح.

٢. الأطر الخبرية: هي العملية التي يتم بمقتضاها تعريف القضايا والأحداث وتقديمها للجمهور، وكذلك توضيح أسبابها ومبرراتها والتنبؤ بآثارها المحتملة مستقبلاً، من خلال المعالجات الإعلامية المتنوعة المقدمة حول الأحداث المختلفة.

٣. الإطار Frame أو التأطير Framing: هو الاختيار والتركيب واستخدام عناصر بعينها في النص الإعلامي لبناء حجة أو برهان على المشكلات، ومسبباتها، وتقييمها وحلولها.

٤. الإطار: هو تفسير لحدث أو قضية ما، على أن تكون المعلومات المقدمة حول هذا الحدث أو القضية وثيقة الصلة بهذا التفسير وتؤكد.

٥. يُعرف الإطار من المنظور الاتصالي بأنه: الحديث عن موضوع أو قضية ما بطرق تحدد أو تبرز مجالاً معيناً في هذا الموضوع، وفي الوقت ذاته تتجاهل مجالات أخرى.

٦. يُعرف الإطار بوصفه عملية اختيار المواضيع من الواقع المدرك، وجعلها أكثر بروزاً في النص الاتصالي، بطريقة يمكن أن تضمن تعريفاً محدداً لمشكلة، وتفسيراً سببياً لها، وتقييماً أخلاقياً وتوصيات التعامل مع الموضوع الموصوف؛ فالأطر تستدعي الانتباه لبعض الموضوعات من الواقع وإغفال عوامل أخرى. وعرف Minsky (١٩٧٥) الإطار بأنه: نموذج أو بناء معلوماتي ينظم الجزئيات المختلفة للمعلومات المقدمة، وقد عرف Gitlin (١٩٨٠) التأطير بالنظر إلى وظائفه في الانتقاء والتركيز والاستبعاد.

ويشير Modigliani & Gamson (١٩٨٧) إلى أن التأطير يتضمن تنظيم المعلومات، وفي الوقت نفسه التركيز على الطريقة التي يقوم بها الإطار بعرض وصياغة تفاصيل الأحداث، كما أكدوا أن الأطر هي عملية تنظيم للأحداث حول فكرة محورية تجعل للموضوع معنى أو مغزى معين.

ووفقاً لتعريف Entman (١٩٩٣) للأطر؛ فإن مداخل الرسالة الإعلامية تؤدي إلى بروز بعض المعلومات التي ينتقيها القائم بالاتصال ويستبعد البعض الآخر، وأن تبني الجمهور لهذه المداخل أو الأطر يؤثر في رؤيته للمشكلات والحلول اللازمة لها، وباستعراض مفهوم Entman نجد أنه يعني انتقاء بعض جوانب الواقع وجعلها أكثر بروزاً في النص الإعلامي باتباع أسلوب معين لتعريف وتحديد مشكلة ما وتقديم تفسير لأسبابها وتقويمها أخلاقياً وتقديم حلول لها.

وعرف Valkenburg et al. (١٩٩٠) الأطر الإعلامية كطريقة محددة يقوم الصحفيون من خلالها بتنظيم القصص الإخبارية، بهدف نقلها إلى الجمهور في أطر إخبارية معينة، وأصبح الإطار الإعلامي لقضية ما يعني انتقاء متعمداً لبعض جوانب الحدث أو القضية، وجعلها أكثر بروزاً في النص الإعلامي واستخدام أسلوب محدد في توصيف المشكلة، وتحديد أسبابها، وتقويم أبعادها، وطرح حلول مقترحة بشأنها.

وهذا المفهوم هو نفسه الذي أعاد Entman التأكيد عليه في دراسته التي أجراها عام ٢٠٠٣، لكنه ركز على ضرورة إيجاد ربط بين زوايا التأطير حتى نحصل على تأثيراتها التي يعدها الباحث العنصر الثاني المهم الذي أضافه هذا الباحث لتعريفه أو مفهومه المنقح للتأطير؛ فهو يرى أنه يستلزم الانتقاء والتركيز على بعض أوجه الأحداث والقضايا، وربطها معاً للحصول على تفسيرات وتقويمات وحلول خاصة بشأنها.

ويعرّف Entman (٢٠٠٧) الإطار بأنه: عملية اختيار عناصر قليلة من الحقيقة المحسوسة، وإلقاء الضوء عليها للترويج والتفسير ولتحقيق هدف معين.

واقترح أحمد زكريا أحمد (٢٠٠٩) مفهوماً للتأطير، وهو أنه: "عملية تفاعل بين أطراف ومكونات عملية الاتصال الجماهيري يحكمها سياق ثقافي معين، تبدأ بانتقاء القائم بالاتصال والوسيلة الإعلامية لبعض جوانب الواقع والتركيز عليها ببروزها في نصوصها المختلفة، باستخدام آليات وأدوات أخرى في ضوء معايير ومتغيرات مهنية وأيديولوجية للتأثير في استجابات الجمهور تجاه محتوى هذه النصوص، إما بتبني هذه الجوانب بدرجات ومستويات مختلفة، أو العمل على إعادة تأطيرها وفقاً لمعايير وعوامل خاصة بأفرادها".

ويتضح مما سبق، إجماع الأدبيات على وجود عدد من العناصر الرئيسية في مفهوم الإطار الإعلامي، ومن أهمها:

١. أهمية أسلوب الانتقاء والإبراز في تكوين الإطار الإعلامي ومضمونه عن القضايا والأحداث في التغطية الإعلامية.

٢. قيام الأطر الإعلامية بدور تفسيري للمعلومات والحقائق الواردة في المضمون الإعلامي، وبدور تقييمي حول مدى شرعية تصرفات معينة وصحتها.

٣. قد تكون عملية التأطير عمدية، تستهدف إقناع الجمهور بفكرة معينة، أو غير عمدية، بحيث يتم اختيار الجوانب المنشورة كانعكاس لعوامل ثقافية ومهنية تشمل ضغوط العمل الصحفي أو مرجعيات القائم بالاتصال، دون أن تتطوي على نية إخفاء جوانب معينة.

٤. للقائم بالاتصال دورٌ واضحٌ في صياغة الأطر الإعلامية وتشكيلها، إذ تتأثر الأحداث الواردة في النصوص الإعلامية بأفكار القائم بالاتصال وتصوراته.

٥. تتعدد المظاهر التي يتضح من خلالها الإطار الإعلامي لتشمل: الجمل والعبارات والمصطلحات والأفكار الواردة، وما تتضمنه من اتجاهات.

في ضوء ما سبق، يتضح أن الفرضيات الأساسية لهذه النظرية تُبنى على أساس أن الأخبار تبني معالجتها من خلال تأطيرها من منظور معين، وأن تأطير وسائل الإعلام لأي قضية يؤثر في إدراك الجماهير لتلك القضية، كما أن بناء هذه الأطر الإعلامية يتأثر بمجموعة من المؤثرات مثل: الأعراف، والقيود الاجتماعية، والضغوط التنظيمية، ضغوط جماعات المصالح، وأساليب الممارسة في وسائل الإعلام، وأخيراً التوجهات الأيدلوجية للقائمين بالعمل الإعلامي، ولقد تم تقييم التصنيفات التي قدمها الباحثون للأطر الإعلامية، إلى ثلاثة أنواع رئيسية تحتوي كلُّ منها على العديد من التقسيمات الفرعية، وتتمثل في الآتي: أطر القضايا والأحداث، وأطر المرشحين السياسيين، وفي هذه الدراسة سوف تختص الباحثة بالنوع الأول من تصنيفات الأطر الخبرية بالدراسة، ألا وهو أطر القضايا والأحداث.

ثانياً: وظائف الإطار الخبرية:

يُقصد بالإطار الخبرية: وضع القائم بالاتصال مضامين تجعل الخبر أو المضمون الإعلامي ذا معنى ومغزى لدى الجمهور، مستخدماً فئات محددة تكونها الخبرات

السابقة، وظروف العمل، واستقراء الواقع الاجتماعي والثقافي والسياسي والاقتصادي للمجتمع نفسه.

وفي هذا الصدد يشير " كيبلينجر **Kepplinger** " وآخرون إلى أن الدور الذي تمارسه الأطر الخبرية في تشكيل الجدل حول النزاعات يحدث من خلال وسيلتين أساسيتين:

الأولي: التناول الذرائعي للحقائق Instrumental Actualization، ويقصد بها إلقاء الضوء على الأحداث من خلال تأييد موقف معين في الصراع.

الثانية: إعادة تقييم هذه الأحداث Re-evaluation، ويقصد به وضع مفهوم إيجابي أو سلبي للأحداث، وينجم عن كلتا العمليتين تقوية اتجاه معين، وإضعاف الاتجاه المعارض، وكذلك إضفاء الشرعية على طرف، مقابل إضعاف الطرف الآخر، وكلما زادت شرعية الأهداف العامة التي ترمي إليها وجهة النظر هذه يزداد قبول الأفعال التي يتخذها هذا الطرف.

ولقد أوضح عددٌ من الباحثين أن الصحفيين يعتمدون على التأطير في إنتاج القصص الخبرية، لعدة أسباب، وهي كالتالي:

١. تعمل الأطر على تعريف وتحديد المشكلات وتشخيص أسبابها وتقديم حلول لها، وهو كما أشارت إليه Kosicki أن "الأطر تؤثر في كيفية تفكير الناس بالقضية من خلال تعريفها وتوضيح أسبابها، وما يجب فعله بشأنها".

٢. تضيف الأطر معنى على الأحداث والقضايا؛ فوسائل الإعلام لا يقتصر دورها على مجرد تقديم المحتوى الإخباري، وإنما أيضاً تقوم ببناء معنى لهذا المحتوى.

٣. أن تأطير الأحداث والأخبار في وسائل الإعلام يمكن أن يؤثر بشكل منظم في كيفية فهم المتلقين للأخبار المتعلقة بهذه الأحداث.

٤ . تستخدم الأطر كأسلوب أو أداة لمعرفة تأثير العوامل الاجتماعية والسياسية ودور المنظمات والحركات الاجتماعية المختلفة على المحتوى الإخباري للقضايا والأحداث.

٥ . تتضح أهمية التأطير في المجال الدولي في أن معظم الناس يعتمدون بدرجة كبيرة على وسائل الإعلام في تكوين معارفهم ومعلوماتهم تجاه الشؤون الدولية، ولذلك فإن الإعلام يقوم بدور مهم في تشكيل إدراكات الجمهور تجاه الدول الأخرى، وهو ما يقوم به التأطير الإعلامي للشؤون الخارجية والدولية، كما أن التأطير يُعد أسلوباً ملائماً لاختيار مكانة وسائل الإعلام في السياق الدولي؛ لأن الأطر ذات تأثير ضمني في إدراك الجمهور لأثر الثقافات المختلفة في القضايا المطروحة.

وبذلك، فإن نظرية الأطر الخبرية تصاغ عملياً من واقع الممارسة العلمية لوسائل الإعلام، وذلك من خلال قيام الإعلاميين أنفسهم بتقديم الأحداث والقضايا للجمهور في إطار قصص إخبارية تقدم أفكاراً أساسية أو محورية تدور حولها المعالجة الإعلامية، حيث يتم التركيز على جوانب محددة في هذه القضايا والأحداث، ويتم اختيار الجمل والكلمات والقضايا والتعبيرات والصور التي تعكس التوجه الإعلامي، وهذا ما يجعل الأحداث والقضايا تقدم للجمهور كما يراها الإعلاميون وليس كما تحدث في الواقع، حيث يعيد الإعلاميون إنتاجها وتقديمها للرأي العام وفقاً للتوجه السياسي الذي يتبناه هؤلاء الإعلاميون.

لذلك، فإن آليات بناء الأطر الخبرية كما أشار "Entman، ١٩٩١" يتم تشكيلها من خلال الكلمات الرئيسية والوصف المجازي والمفاهيم والرموز، والصور المرئية التي يتم التركيز عليها في سرد الأخبار؛ فمن خلال التكرار والتدعيم لكلمات وصور معينة يتم

الإشارة إلى أفكار بعينها، واستبعاد أفكار أخرى، فالأطر تعمل بحيث تجعل بعض الأفكار أكثر بروزاً من غيرها .

وفي إطار تحديد وظائف الإطار الخبري وفقاً للنموذج الذي طرحه "إنتمان **Entman**" (١٩٩٣) الخاص بوظائف الإطار، والتي تتمثل في عدد من الخطوات كالاتي:

١- تحديد وتعريف المشكلة أو القضية بدقة .

٢- تحديد العوامل السببية المتعلقة بهذه القضية المطروحة .

٣- وضع أحكام ومعايير أخلاقية لها .

٤- تقييم العوامل السببية وآثارها، واقتراح الحلول لهذه المشكلة .

كما وضع "Scheufele" (١٩٩٩) نموذجاً للإطار يشرح من خلاله كيفية ممارسة الأطر الإعلامية - ومنها الأطر الخبرية - تأثيرها في أطر الجمهور، حيث درس من خلاله أربع عمليات تشمل: بناء الإطار، ووضع الإطار، وتأثيرات الإطار على مستوى الفرد، والصلة بين أطر الأفراد والأطر الخبرية .

كما اقترح "زونجدانج وجيرالد كوشكي" (٢٠٠٣) أن تحليل الأطر الخبرية ينبغي أن يتم في إطار ثلاثة محاور مرتبطة ببيئة الخطاب الإخباري، وهي كالاتي:

(أ) - البيئة التركيبية: وهي ترتبط بأسلوب الهرم المقلوب، أو ما يعرف بـ "البناء الأشمل لتركيب الجمل" .

(ب) - البيئة النصية: وهي ترتبط بكيفية تناول أسئلة نموذج "لاسويل Laswell Model" وهو يشمل الأسئلة الآتية: "من - ماذا - متى - أين - لم - كيف" .

(ج) - البيئة البلاغية: وهي تتمثل في استخدام العبارات المجازية، والبلاغية، والأشكال التوضيحية، والصور المرئية، كأساليب تعكس الإستراتيجيات وراء استخدامها.

ومن ثم، يمكن بلورة وظائف الإطار الخبري في ضوء مستويين رئيسيين كالآتي:

- المستوي الأول: البناء الموضوعي للنص، وهو ينعكس من خلال إظهار ميل المحررين لوضع أسباب القصة الإخبارية في شكل أقوال واضحة، أو عن طريق ربط الملاحظات بالاعتباس المباشر من مصدر إخباري معين.

- المستوي الثاني: الاستنتاجات الضمنية، وتشير إلى الاختيارات الأسلوبية البلاغية، التي يقوم المحرر بانتقائها، لتدعيم الفكرة المحورية والتأكيد عليها.

ثالثاً: سمات وخصائص الإطار الخبري:

تتكون أطر الأخبار من: الكلمات الافتتاحية، والخيال، والتشبيه، والمفاهيم، والرموز، والصور المرئية في القصة الإخبارية، والتي تظهر باستمرار وتقل معاني ثابتة عبر الوسيلة والوقت والتكرار، وتعزيز الكلمات، والصور المرئية التي تقود إلى بعض الأفكار دون غيرها، وبذلك تساعد تحديد الأطر في إبراز الأفكار في النص أو جعلها أقل بروزاً، أو إغفالها بحيث تكون غير مرئية.

ومن هذا المنطلق يمكن بلورة سمات وخصائص الإطار الخبري في العناصر

الآتية:

- الإطار الخبري يضيف المعنى أو المغزى على الخبر، بحيث يكون له دلالة لدى الجمهور، حيث يحدد لهم المدخل أو الزاوية التي يمكن رؤية الخبر من خلالها.

- الإطار الخبري جزء من فلسفة وأيدلوجية المجتمع؛ حيث تمثل أنماط القيم المجتمعية مدخلات مهمة تؤثر في القائمين بالاتصال عند وضع واستخدام

الإطار الخبري.

- الإطار الخبري يرتبط بالتكثيف الإعلامي لكونه يفرض أنماطاً من الوعي والتفسير والتقديم والاختيار والتركيز على بعض الرموز المتاحة عند صياغة الأطر الإخبارية التلفزيونية.

- تتسم الأطر الخبرية بحزم المفاهيم الرئيسية، وتخزين العبارات، ووضع الصور النمطية لتعزيز تفسير محدد للتطورات من خلال نماذج مختلفة.

- إن الإطار الخبري له القدرة على تجميع وربط الأحداث وتكوينها بحيث تصبح نصاً خبرياً مؤثراً في إدراك وفهم المستمع أو القارئ أو المشاهد للحدث أو القضية.

- إن لمفهومي الانتقاء والبروز أهمية كبرى في تكوين شكل الإطار الخبري ومضمونه، بحيث يختار المحررون وقائع وأحداث بعينها، والتي يتم إبرازها وإدخالها في نص خبري يمثل إطار هذا الحدث.

- إن الحقائق واحدة، ولكن الجانب التفسيري في الإطار يمثل أهمية كبرى في فهم النص، وذلك من خلال الإطار الذي تشكله كل وسيلة إعلامية في سياقها العام.

- إن الأطر غالباً ما تكون ضمنية داخل النص الإعلامي، ولا تبدو واضحة كتفسيرات ومعانٍ اجتماعية، ولكنها تبدو كسمات وخصائص أولية لتفسير الأحداث التي تعكسها فقط التقارير الإخبارية.

- تفرز الأطر صوراً نمطية شائعة؛ حيث تعطي الأطر أولوية لبعض الأحداث والحقائق بشكل منتظم مما يكون صورة نمطية للحدث أو القضية، وهذا هو ما أشار إليه "تamar" بالأحقية الإخبارية، "أي: استحقاق الموضوع لأن يكون خبراً"؛ حيث أوضح أن الأحقية الإخبارية هي أحد وظائف الأطر، وأن هذه الأحقية الإخبارية تتم وفقاً لخمس متغيرات أساسية، هي كالآتي:

- ١- مدى الاستقلال السياسي لوسائل الإعلام.

- ٢- نوع مصادر الأخبار.

- ٣- أنماط الممارسة الإعلامية.
- ٤- المعتقدات الأيدولوجية للقائمين بالاتصال.
- ٥- طبيعة الأحداث ذاتها.

وحدد Schuefele (٢٠٠٠) أن أطر وسائل الإعلام ترتبط نظرياً بعوامل مؤثرة في تأطير الصحفيين للقضايا والأحداث، وهذه العوامل تتضمن:

- ١- الأحكام الاجتماعية والقيم.
- ٢- القيود والضغوط التنظيمية.
- ٣- ضغوط جماعات المصالح والضغط.
- ٤- أسلوب العمل الدارج داخل المؤسسات الصحفية.
- ٥- الأيديولوجيا والاتجاهات السياسية للصحفيين.

العوامل المؤثرة في بناء الأطر الخبرية: ولقد قدم الباحثون خمسة عوامل مركزية تؤثر في بناء الأطر الخبرية، وهي كالتالي:

- الأيديولوجية: ويقصد بها الأيديولوجيا أو الأحكام المسبقة لدى القائمين بالاتصال، والتي تلعب دوراً جوهرياً في تأطير القضايا أو الأحداث وتقديمها بشكل معين للجمهور.
- الممارسات الإعلامية: داخل الوسيلة والتي تتمثل في القواعد السياسية التحريرية للوسيلة الإعلامية، والتي تُملى على المحررين وكيفية تغطية القصص الإخبارية ونقلها، وهناك مجموعة من العوامل التي تؤثر في مضمون وسائل الإعلام، وهي: الاتجاهات الشخصية للقائم بالاتصال وقيمه ومعتقداته، والتأثيرات الخاصة بالخبرات المهنية، ورؤيته للأحداث والقضايا.

• الاستقلال السياسي لوسائل الإعلام: وهو يُعد من أهم المحددات في التغطية الإعلامية وخاصة في الدول النامية، وهو محدد يتفاوت بحسب الاستقلال السياسي بين الدول، وطبيعة النظام الإعلامي القائم.

• المصادر: وهي تمارس دوراً متزايداً في بناء أولويات الاهتمام في وسائل الإعلام بشأن القضايا السياسية التي يتم تناولها من حيث أهميتها، حيث أشار العديد من الدراسات إلى أن المصادر الإخبارية تمارس دوراً مهماً في صياغة أطر المعالجة الإخبارية للقضايا الجدية المختلفة.

ويرى Schuefele أنه يمكن تصنيف هذه العوامل إلى فئات أكثر اتساعاً، لتشمل تأثير العوامل الأيديولوجية للقائم بالاتصال في بناء الإطار الإعلامي، وتأثير مصادر الأخبار في بناء الإطار الإخباري، وتأثير أساليب الممارسة بوسائل الإعلام في عملية بناء الإطار الخبري.

رابعاً: تصنيفات الأطر الخبرية، ويمكن تقسيم الإطار الخبري إلى عدة أنواع كالآتي:

١- وفقاً لطبيعة الإطار: ينقسم إلى قسمين:

• **الإطار العام Thematic Frame**: وهو الإطار الذي يتناول القضايا من خلال سياق أشمل ومنظور مجرد دون تحديد وقائع وأحداث بعينها.

• **الإطار المحدد Episodic Frame**: وهو الإطار الذي يركز على شرح القضايا المثارة من خلال طرح نماذج ملموسة ووقائع محددة، مثل حادث اغتيال أو انفجار مبنى.

٢- وفقاً لطبيعة الصراع **Conflict Frame**:

وهو الإطار الذي يؤكد على عنصر الصراع بين الأفراد والمؤسسات، وكثيراً ما يُستخدم في أثناء الحملات الانتخابية، كما يرتبط إطار الصراع بإستراتيجية التقرير الإخباري وبعوامل المكسب والخسارة، كموضوع رئيس مع التركيز على طريقة أداء الفرد أو الحزب أو ما يسمى "بإطار سباق الخيل"، وينقسم إطار الصراع إلى ثلاثة مستويات كالآتي:

- **صراع عنيف كبير High Conflict** ، مثل: أحداث القتل والعنف والاعتقال والإرهاب.
- **صراع متوسط Moderate Conflict**، مثل: قضايا الفساد والرشوة.
- **صراع محدود Limited Conflict** ، مثل: أخبار الفن والرياضة والبيئة .

٣- وفقاً للقوالب أو الموضوعات: وتنقسم إلى عدة أنواع كالآتي:

- **أطر الخير - الشر:** وهو من أهم الأطر التي كانت مستخدمة في تناول كافة الأخبار الأجنبية، أما الآن فقد تحول إلى إطار أخلاقي يصور الولايات المتحدة الأمريكية والغرب على أنهم جانب الخير الذي يحاول محاربة الشر.
- **أطر القوة والسيطرة Power Frame:** وهو الإطار الذي يتعامل مع الصفوة كمصدر للمعلومات، ويعد نفسه حارساً أميناً للرأي العام، والتعرف على السبل المختلفة التي تصاغ منها الإطارات الإعلامية، وكيفية صياغة تكتيف إعلامي معين.
- **إطار البرئ والمظلوم Innocent - Victim Frame:** وهو الإطار الذي يظهر ويتطور من خلال النسيج الثقافى الذي يحتل محور التغطية، حيث يمثل أحد الطرفين

المتصارعين كبريء أو ضحية، والطرف الآخر كمتهم أو ظالم، وفقاً للطرف المراد جذب الرأي العام للتعاطف مع قضيته.

• **إطار المنفعة الإستراتيجية Strategic Interests Frame**: وهو الإطار الذي يعمل على تفسير الموضوع من خلال البعد الجغرافي والسياسي، ويعد الشرق الأوسط مسرحاً لبؤرة التنافس بين أطراف الصراع، وهو ينقسم إلى الآتي:

- **خبر خارجي External New**: وهنا يهتم الإطار الخبري بمضامين خبرية معينة دون غيرها، مثل: الأهمية، القرب الثقافي، والدراما المؤثرة بشرط ارتباط العناصر السابقة بأيدلوجية المجتمع.

- **خبر داخلي Internal New**: وهنا يهتم الإطار الخبري بمعيار الفائدة، والقيم الثقافية، والاجتماعية، وتوقيت الحدث، والجسامة.

• **إطار الجيران المتعاركين NeighborsFeuding**: وهو إطار يركز على التعصب الفكري ما بين الفريقين، والضغائن، والأحقاد طويلة الأمد، ويؤكد أن الضحايا الحقيقيين هم العامة وليس الأطراف المتصارعة.

• **إطار التعنت العربي The Arab Intransigence**: ويشير هذا الإطار بأصابع الاتهام إلى العرب بسبب رفضهم إعطاء إسرائيل حق الحياة.

• **إطار التوسع الإسرائيلي Israeli Expansionism**: وهو الإطار الذي يعكس التوجهات الاستعمارية لإسرائيل، ومحاولتها لتوسيع رقعة أراضيتها على حساب جيرانها العرب.

• **إطار الاهتمامات الإنسانية Human Interest Frame**: وهو الإطار الذي يركز على الجانب الشخصي، والعاطفي للحدث، حيث يضيف تشخيص الموضوع بشكل درامي عاطفي لجذب الجمهور.

• **إطار المسئولية Responsibility Frame**: وهو الإطار الذي يقوم بتقديم المشكلة بحيث يقدم مسئولية التسبب في المشكلة، وإمكانية حلها على عاتق الحكومة.

• **إطار النتائج "المردود الاقتصادي" Economic Consequence**: وهو الإطار الذي يهتم بإبراز النتائج الاقتصادية للحدث أو القضية على الفرد والجماعة والمؤسسة والدولة، وهو يهتم بجعل الموضوع أكثر ارتباطاً بالجمهور.

• **الإطار الأخلاقي**: وهو الإطار الذي يشتمل على رسالة أخلاقية، أو كود محدد للسلوك.

٤- **طبقاً لبروز السمات Attribute Saliency**: وينقسم هذا الإطار إلى نوعين من السمات، كآتي:

• **السمات الموضوعية Objective Attributes**: وتتضمن هذه السمات عناصر القضية مثل: الأطراف، أسباب المشكلات، الحلول،.....إلخ.

• **السمات الانفعالية Emotional Attributes**: وتتضمن هذه السمات النواحي أو الأطر السلبية، أو الإيجابية التي يتم تقديم الخبر من منظورها.

خامساً: آليات العمل وخطوات التحديد، حيث تم تحديد خمس مراحل لدورة الاهتمام بالقضية وبرزها عبر وسائل الإعلام، وهي على النحو التالي:

- مرحلة ما قبل المشكلة.
- الاكتشاف المفاجئ والحماس النشط.
- إدراك تكلفة التقدم المهم.
- التضاؤل التدريجي للاهتمام الشديد العام.
- مرحلة ما بعد المشكلة.

سادساً: النماذج التفسيرية لنظرية الأطر الإعلامية:

تتعدد النماذج التفسيرية التي تتناول نظرية الأطر الإعلامية، وسيتم عرض عدة نماذج على سبيل المثال:

١- نموذج Entman (١٩٩٣):

الذي اقترحه M. Robert Entman أستاذ دراسات الاتصال والعلوم السياسية بجامعة North Western الأمريكية بهدف التعرف على مفهوم التأطير ومحاولة فهمه من خلال أربعة مكونات، هي:

- استقلال الجمهور Audience Autonomy
- الموضوعية الصحفية Journalistic Objectivity
- تحليل المضمون Content Analysis
- الرأي العام ونظرية ديمقراطية معيارية Public Opinion and Normative Democratic Theory

- نموذج Scheufele (١٩٩٩):

الذي قام بتصميمه واقتراحه Dietram A. Scheufele الأستاذ بمركز بحوث الاتصال الجماهيري بجامعة Wisconsin-Madison الأمريكية، ويمثل هذا النموذج إضافة علمية جادة في دراسات وبحوث التأطير، وإذا نظرنا إلى هذا النموذج نجده يشتمل على أربع عمليات رئيسة، هي:

- بناء الإطار Frame Building: وهي العملية التي تهتم برصد تأثيرات العوامل والمتغيرات المختلفة على مستوى وسائل الإعلام والجمهور في بناء واختيار الأطر المختلفة التي يتم من خلالها تغطية الأحداث والقضايا والشخصيات.

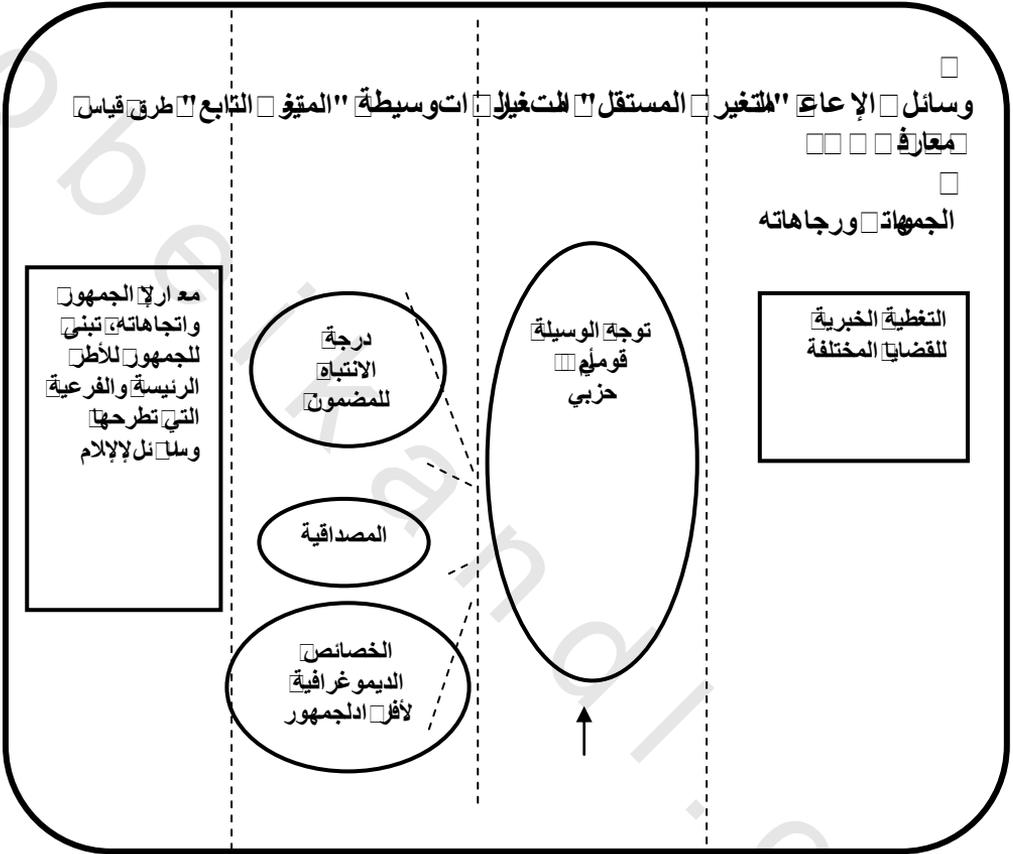
- وضع الإطار Frame Setting: وهي العملية التي تهتم ببروز سمات القضايا والأحداث والشخصيات التي يشغلها النص الإعلامي، ويستعرض Scheufele خلالها الاختلاف بين البروز واستشعار الأهمية.
- تأثيرات المستوى الفردي للتأطير Individual-Level Effects of Framing: واهتمت هذه الدراسات بالتركيز على تلك التأثيرات بناءً على عمليتي المدخلات والمخرجات.
- الصحفيون كجمهور Journalists as Audiences: فهؤلاء الصحفيون يشبهون جمهورهم باعتبارهم مستهدفين من الأطر التي يستخدمونها في تغطية الأحداث والقضايا المختلفة .

٣- نموذج خالد صلاح الدين (٢٠٠١):

وهذا النموذج يشتمل على أربعة مكونات رئيسة، على النحو التالي:

- التغطية الإخبارية بوسائل الإعلام للقضايا المختلفة خلال فترة زمنية معينة.
- المتغيرات الوسيطة في عملية وضع الأطر المرجعية من قبل وسائل الإعلام.
- تبني أفراد الجمهور للأطر التفسيرية التي تطرحها وسائل الإعلام بشأن القضايا المثارة.
- طرق قياس معارف الجمهور واتجاهاته، ويوضح الشكل التالي مكوناته كما يلي:

شكل رقم (١) نموذج خالد صلاح الدين يوضح المكونات الرئيسية لعملية التأطير



٤- نموذج أحمد زكريا أحمد (٢٠٠٩):

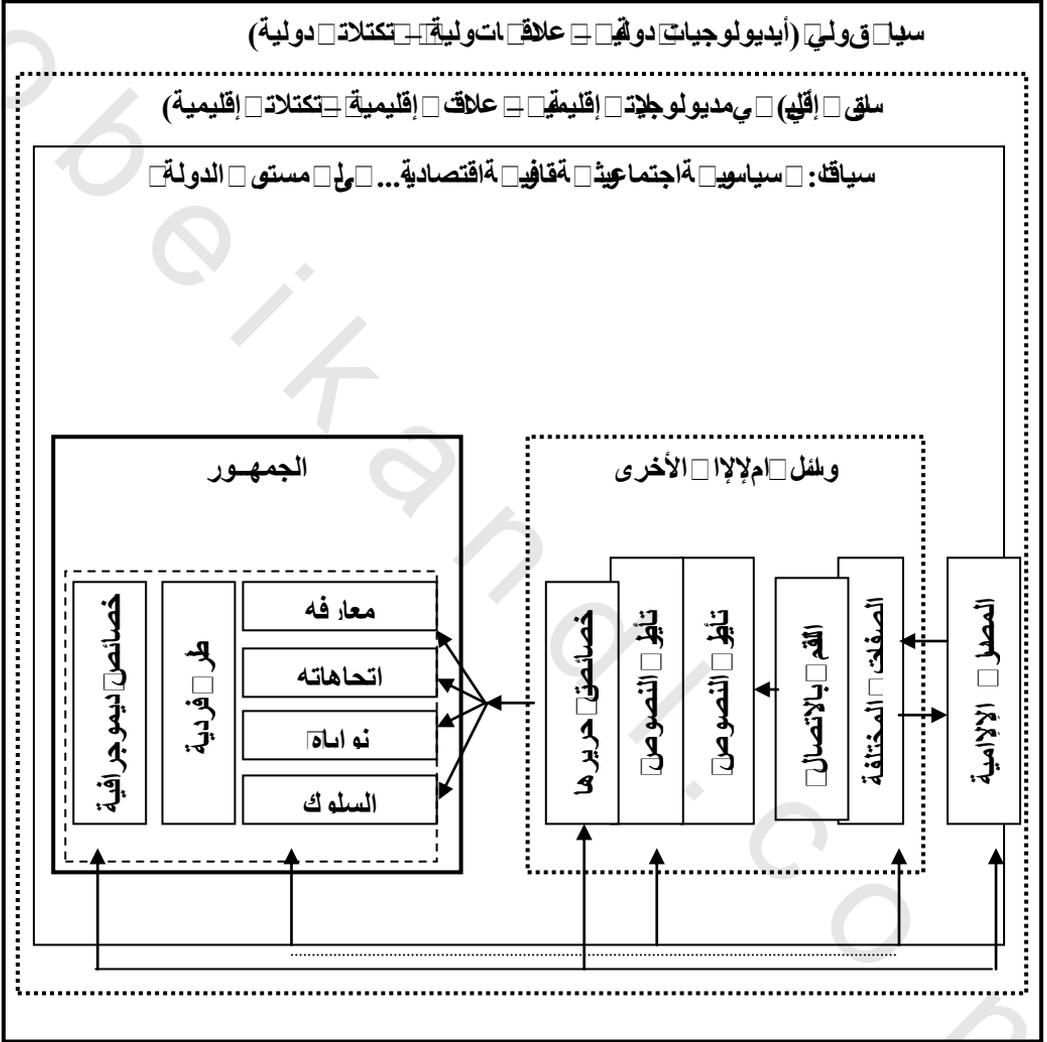
ويتكون هذا النموذج المقترح من مجموعة من السياقات الأيديولوجية التي تراعي البعد الجغرافي وقوة التأثير في عملية تأطير النصوص الصحفية الإخبارية من الأكثر فالأقل تأثيراً بالترتيب، والتي تتمثل في:

- السياقات السياسية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية.

- السياق الإقليمي والأيديولوجيات السائدة على مستوى منطقة جغرافية معينة تنتمي إليها الدولة بوسائل إعلامها .
- السياق الدولي والأيديولوجيات الدولية كالرأسمالية أو الشيوعية .
- المصادر الإعلامية التي تعتمد عليها وسائل الإعلام والصحف بصفة خاصة في أداء عملها داخل الدولة .
- عملية التأطير الصحفي التي تتأثر بمجموعة متغيرات كثيرة كوسائل الإعلام الأخرى .
- الجمهور الذي يتعرض للنصوص الصحفية الإخبارية التي تمارس تأثيراتها في معارفه واتجاهاته وسلوكه .

شكل رقم (٢) نموذج أحمد زكريا أحمد يوضح عملية

تأثير النصوص الصحفية الإخبارية وتأثيراتها في الجمهور



سابعاً: أسلوب تطبيق نظرية الأطر الخبري: ارتبطت دراسات نظرية تحليل الأطر

الخبرية أساساً بدراسات الاتصال السياسي، وهو ما يعني الأهمية التطبيقية لهذه

النظرية في مجال تحليل المحتوى غير الصريح للرسالة الإعلامية في مجال القضايا السياسية، حيث تركز طريقة عمل نظرية الأطر الخبرية على عملية قطع المعلومات حول موضوع الاتصال، من خلال تنشيط هذا القطع وإبرازه بما يجعله أكثر ملاحظة، وتذكراً لدى الجمهور، مما يسهم هذا البروز في تعزيز احتمال إدراك المتلقين للمعلومات، وتبني المعاني وتمريها، وتخزينها في الذاكرة. ويقوم النص بإبراز قطع المعلومات بعدة أساليب منها الآتي: (الموقع - التكرار - الربط بال نماذج الثقافية المألوفة -... إلخ)، وبالرغم من أن الظهور غير الواضح للفكرة في الجزء المغمور من النص يمكن أن يمثل بروزاً على أعلى مستوى إذا اتفق مع البرامج الموجودة في أنظمة اعتقادات المتلقي، إلا أنه قد يكون من الصعب على المتلقين تفسيرها أو إدراكها، لهذا فإن البرامج والمفاهيم ذات الصلة مثل الصور النمطية تتضمن مجموعة من الأفكار العقلية المخزونة التي ترشد تمرير المعلومات لدى الأفراد؛ لأن البروز هو الناتج النهائي لتفاعل النصوص مع المتلقين.

وتوظف نظرية تحليل الإطار الإعلامي في هذه الدراسة لرصد الأطر الخبرية التي طرحتها المواقع الإخبارية العربية والدولية عينة الدراسة من حيث (المقولات الرئيسية، المقولات الفرعية، أسباب القضايا، والحلول واتجاهاتها بشكل عام نحو هذه القضايا) على اختلاف توجهاتها السياسية وأنماط ملكيتها.

سادساً: نقد نظرية الأطر الخبرية:

تبرز أهم قصور نظرية الأطر الخبرية في أنها لا تقدم في أغلب الأحوال تغطية موضوعية للحدث، بل تقوم باختيار وسرد الحقائق، بشكل يعيد صياغة أسلوب فهم العامة بما يتفق مع رؤى القائمين بالاتصال، وتوجهاته، وأهدافه، هذا فضلاً عن اتفاق الإطار الإخباري أو الفكرة المركزية مع النسق الاجتماعي، والثقافي، والاقتصادي السائد، ومن ثم تفتقد الأخبار إلى التكوين البنائي إن لم يتم ربطها ووضعها ضمن سياق مقبول

ومحدد يدعمها ويزيد من تماسكها، وتأثيرها على الوعي والإدراك، ونظراً لهذا الارتباط الديناميكي بين الاتصال والسياقات المختلفة في المجتمع، فهناك ضرورة للتنسيق ما بين أوجه نشاطه، وبين القطاعات الأخرى، والأنماط التنظيمية والمهنية، والاقتصادية، والتشريعية، لتقييم العملية السياسية، وذلك عن طريق قياس مدى التغيرات التي تحدثها الأطر المستخدمة في الأنظمة السياسية المختلفة.

ثانياً: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

كانت البدايات الأولى لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام "لساندار بال روكيتش"، ولقد قدمت في ورقة بحثية بعنوان "مفهوم المعلومات" عام ١٩٧٤م، وتدعو إلى التحول من مفهوم الإقناع والنظر لوسائل الإعلام كنظام معلومات، حيث صورت قوة وسائل الإعلام كنظام مشتق من اعتماد الآخرين على المصادر النادرة للمعلومات التي تسيطر عليها وسائل الإعلام، أي: قدرة وسائل الإعلام على خلق المعلومات، ومعالجتها ونشرها حتى للجُمهور العالمي، ومن ثم يُعد اعتماد الفرد على وسائل الإعلام جزءاً من نظرية الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظريات الاجتماعية، حيث يقوم اعتماد الفرد على وسائل الإعلام على دعمتين رئيسيتين، وهما كالتالي:

الأولى: أن هناك أهدافاً للأفراد يسعون لتحقيقها من خلال المعلومات التي توفرها المصادر المختلفة سواء أكانت هذه الأهداف شخصية أو اجتماعية.

الثانية: اعتبار نظام وسائل الإعلام نظام معلومات يتحكم في مصادر تحقيق الأهداف الخاصة بالأفراد، وتمثل هذه المصادر في مراحل استقاء المعلومات ونشرها، مروراً بعملية الإعداد والترتيب والتنسيق لهذه المعلومات، ثم نشرها بصورة أخرى.

وتحدد نظرية الاعتماد طبيعة العلاقة بين الفرد ووسائل الإعلام، بأنه كلما اعتمد الفرد على هذه الوسائل لإشباع حاجاته المعرفية قامت الوسائل بدور مؤثر في حياة

الفرد النفسية والاجتماعية؛ وبالتالي يزداد تأثيرها، وتهدف النظرية إلى التعرف على دور وسائل الإعلام في عملية التنشئة الاجتماعية للفرد، وكذلك دورها أوقات التغيير والأزمات.

وتقوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على مجموعة من الافتراضات

كالآتي:

- يختلف النظام الاجتماعي وفقاً لدرجة استقراره، وكلما زادت حالات التغيير وعدم الاستقرار في المجتمع زاد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام.
- وجود علاقة اعتماد متبادلة ثلاثية بين الجمهور ووسائل الإعلام والمجتمع وهي التي تحدد مباشرة كثيراً من التأثيرات التي تحدثها وسائل الإعلام في المجتمع.
- كلما زادت درجة الحاجة إلى المعلومات تزيد درجة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام، وكلما زادت احتمالية تغيير المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام ترتفع درجة تغيير معارف الجمهور ومشاعره وسلوكياته؛ وبالتالي يطور المجتمع علاقات متبادلة ومعقدة مع وسائل الإعلام.
- كلما زادت درجة مركزية المعلومات التي تقدمها أيُّ وسيلة إعلامية تزيد درجة اعتماد الجمهور على تلك الوسيلة.
- يزيد اعتماد الجمهور على معلومات وسائل الإعلام في المجتمعات التي تتطور فيها أنظمة هذه الوسائل كلما زاد مستوى الصراع الاجتماعي والتغيير.
- يختلف الجمهور في درجة اعتماده على وسائل الإعلام؛ نتيجة لاختلافاتهم في الأهداف والمصالح والحاجات الفردية.

وتكمن قوة وسائل الإعلام - وفقاً لنظرية الاعتماد - في سيطرة وسائل الإعلام على مصادر المعلومات التي يحقق من خلالها الفرد أهدافه الرئيسية، وهذه الأهداف

يمكن أن تتسع وتتزايد كلما زاد المجتمع تعقيداً ويزداد معها بالتالي اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام التي تصلهم بمصادر المعلومات التي تحقق لهم هذه الأهداف.

لذا طور الباحثان Melvin L. Defleur & Sandra Ball Rokrach نموذج الاعتماد ليوضح كيفية اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام، ووصف الباحثان كيفية اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام من خلال المراحل التالية :

١- المرحلة الأولى: وهي في النموذج تشير إلى أن الجمهور النشط الذي يستخدم وسائل الإعلام سيقوم باختيار مضمون أو وسيلة معينة وفقاً لاعتماد موجود من قبل، ويتوقع أن يتعرض سوف يساعده على تحقيق هدف أو أكثر من الفهم والتوجيه والتسلية، وتعتمد هذه التوقعات على:

- تجارب وخبرات سابقة.
- تحادث مع الأصدقاء وزملاء العمل.
- إشارات يحصل عليها الفرد من مصادر وسائل الإعلام (مثل خريطة البرامج اليومية).

أما الأفراد العاديون الذين يقومون بعملية الانتقاء فأمامهم بديلان: الأول أن تستثار دوافعهم لإكمال عملية التعرض، والبديل الآخر هو الخروج بشكل نهائي من هذه العملية.

٢- المرحلة الثانية: تؤكد أنه كلما زادت قوة الاعتماد زادت الاستثارة المعرفية (مثل حدوث الانتباه إلى المضمون المقدم) والعاطفية (مثل الإعجاب أو عدم الإعجاب بما يقدم) وبالتالي تزداد المشاركة.

وتتوقف شدة اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام من خلال الفروق التالية:

- الأهداف الشخصية.
- الوضع الشخصي والاجتماعي.
- التوقعات فيما يتعلق بالفائدة المحتملة من الوسيلة الإعلامية.

▪ سهولة الوصول إلى المعلومات.

٣- المرحلة الثالثة: تؤكد أنه كلما زادت درجة الاندماج أو المشاركة واستيعاب المعلومات زادت درجة الاستثارة المعرفية والاتجاهية؛ فالأشخاص الذين أثيروا إدراكياً وعاطفياً سوف يشاركون في نوع من التنسيق الدقيق للمعلومات بعد التعرض لمحتوى الوسيلة.

المرحلة الأخيرة: وهي أنه كلما زادت درجة الاندماج زادت احتمالات حدوث التأثيرات المعرفية والعاطفية والسلوكية؛ نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات.

تأثيرات الاعتماد على نظم الإعلام:

تتعدد رؤى الباحثين لرصد التأثيرات التي تحدث نتيجة الاعتماد على نظم الإعلام، وتشير هذه الرؤى إلى أهمية الأهداف الخاصة بالمتلقين من الاعتماد على هذه الوسائل، وتعكس العلاقة بين درجة الاعتماد على هذه النظم واتجاهات التغيير في المعرفة أو الشعور أو السلوك باعتبارها مجالات التأثير الناتج عن هذا الاعتماد. وتنقسم هذه التأثيرات إلى عدة أنواع، كالآتي:

أولاً: **التأثيرات المعرفية Cognitive Effects**: والتي تتمثل في مجالات عديدة

منها:

- تجاوز مشكلة الغموض الناتجة عن نقص وتناقض المعلومات التي يتعرض لها الفرد، هذا الغموض الذي يمكن التغلب عليه بما تقدمه هذه الوسائل من استكمال لهذه المعلومات أو تفسير لها، وبهذا يصبح من السهل تصور مسئولية وسائل الإعلام عن نشأة مشكلة الغموض وحلها، ويتبلور هذا الدور أكثر في

فترات التحديث أو التحول بالنسبة للمجتمعات؛ حيث يظهر بشكل واضح دور وسائل الإعلام في إعادة تشكيل الحقائق الاجتماعية.

- تأثيرات معرفية أخرى توضح الأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام في تشكيل الاتجاهات؛ حيث تقوم وسائل الإعلام بدفع غير محدود للآراء والموضوعات والشخصيات التي تثير اهتمام المتلقين بتلك القضايا، وخاصة في أوقات الأزمات والاضطرابات أو الحروب.

- تأثير وسائل الإعلام في تحديد ترتيب اهتمامات المتلقين بالنسبة للموضوعات أو الأفكار التي تنشرها وسائل الإعلام.

- التأثير على نظم معتقدات الأفراد بزيادتها، سواء كان بزيادة الفئات التي يمكن تنظيم هذه المعتقدات في إطارها أو زيادة المعتقدات في كل فئة؛ مما يؤدي إلى اتساع نظام المعتقدات بالنسبة للمتلقين.

- تأثيرات معرفية أخرى تظهر في حالات بناء السياق الذي تظهر من خلاله القيم، ولا تقوم وسائل الإعلام بإيضاح القيم فقط، ولكنها تقوم أيضاً بتقديم المعلومات التي تشترك فيها القيم المتباينة.

- ثانياً: التأثيرات الوجدانية: وذلك مثل مشاعر الحب والكراهية..... إلخ، ويظهر هذا التأثير عندما تقدم معلومات معينة من خلال الرسائل الإعلامية تؤثر في مشاعر الأفراد واستجاباتهم بالتالي في الاتجاه الذي تستهدفه هذه الرسائل، ومن أمثلة هذه التأثيرات:

- الفتور العاطفي Desensitization: حيث إن التعرض المكثف لموضوعات العنف في الرسائل الإعلامية يؤدي إلى الفتور العاطفي؛ وبالتالي فإن الفرد يتصرف كما لو كان العنف هو الحياة الحقيقية.

- القلق والخوف Fear and Anxiety: كنتيجة منطقية للتعرض المكثف للرسائل التلفزيونية التي تدعو للعنف، ربما يؤدي ذلك إلى تكوين حالة من الخوف من الحياة في مدن معينة أو السفر إليها .

- التأثيرات الأخلاقية والمعنوية Morale and Alienation: وهذه تحدث نتيجة طبيعة المعلومات التي يكون لها تأثيرات على معنويات الأفراد ومستوى الأخلاق .

- ثالثاً: التأثيرات السلوكية **Behavioral Affects**: فالتغير في الاتجاهات أو المجالات الوجدانية يهتم بها الجميع أيضاً، ولكن على أنها درجة للتأثير في السلوك الواضح، ومن أهم التأثيرات في هذا المجال الفعالية Activation، وعدم الفعالية Deactivation أو تجنب القيام بالفعل، ومفهوم الفعالية يظهر عندما يقوم الفرد بعمل ما كان يفعله لولا تعرضه للرسائل الإعلامية، فالتأثيرات السلوكية في النهاية هي الناتج النهائي للتأثيرات المعرفية أو الوجدانية .

علاقة الاعتماد على وسائل الإعلام بالنظام السياسي:

يعتمد النظام السياسي على وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف التالية:

١ . زيادة وتدعيم القيم والمعايير السياسية مثل: الحرية - المساواة - احترام القوانين - التصويت الانتخابي .

٢ . الحفاظ على النظام السياسي وتحقيق التكامل الاجتماعي من خلال بث روح الإجماع، وتكوين الرأي العام .

٣ . تدعيم الشعور بالمواطنة لتنفيذ الأنشطة الأساسية مثل: الحماس للحرب أو المشاركة في التصويت الانتخابي .

١- التحكم وكسب الصراعات التي تقع داخل السيادة السياسية مثل: صراعات الأحزاب، أو الصراعات بين النظام السياسي ونظم اجتماعية أخرى مثل النظام الديني للفصل بين الدين والدولة .

ومن جانب آخر، تعتمد وسائل الإعلام على النظام السياسي لتحقيق الأهداف

التالية:

- اكتساب الحماية التشريعية والتنفيذية والقضائية.
- الحصول على معلومات رسمية وغير رسمية لتغطية الأخبار: مثل عقد المؤتمرات الصحفية، والحصول على تصريحات بشأن الأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية.
- تحقيق عائد من الإعلانات السياسية في أوقات الانتخابات.

ومع ذلك، يمكن أن يحدث الصراع بين النظام السياسي ووسائل الإعلام بسبب رغبة الحكومات في فرض الرقابة على النشر، وسرية المعلومات لعدم حصول وسائل الإعلام عليها، وإخفاء الفساد السياسي، وكذلك رغبة وسائل الإعلام في مراقبة سياسات الحكومة، وترويج مبدأ الحق في المعرفة، والحفاظ على سرية المصادر الإعلامية، كل ذلك قد يؤدي إلى صراع بين وسائل الإعلام والنظام السياسي، ومع ذلك لا يستطيع النظام السياسي ووسائل الإعلام أن يعيشا ويحقق أهدافهما دون اعتماد كل منهما على الآخر.

ومن الجدير بالذكر الإشارة إلى أنه يحدث الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية الأخرى، مثل: الأسرة، والنظم الدينية، والتعليمية، والعسكرية، والثقافية.

أهداف نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

يمكن القول إن أفراد الجمهور تعتمد على وسائل الإعلام بصفة عامة لتحقيق

عدة أهداف رئيسة، كالآتي:

١. الفهم: وينقسم إلى: الفهم الذاتي: ويعني فهم الفرد للقيم والمعايير والمعتقدات الاجتماعية، التي تسهم في تشكيل خبرته الشخصية، والفهم الاجتماعي: ويعني فهم الفرد لوظائف المجتمع الذي يعيش فيه، والتعرف على مؤسساته المختلفة.
٢. التوجيه: وينقسم إلى: التوجيه السلوكي: ويعني اكتساب الفرد للمعلومات الخاصة بتوجيه سلوكي من المجتمع لاتخاذ السلوك الملائم لتوقعات وقيم المجتمع، والتوجيه التفاعلي: ويعني اكتساب الفرد للمعلومات الخاصة باكتساب مهارات الحوار والتفاعل مع أفراد ومؤسسات المجتمع.
٣. التسلية: وتنقسم إلى: التسلية المنعزلة: وتعني رغبة الفرد في الترفيه والراحة والهدوء والبعد عن ضغوط الحياة اليومية، والتسلية الاجتماعية: وتعني رغبة الفرد في الترفيه من خلال تفاعله مع الآخرين.
٤. التفسير: ويشتمل على تفسير العلاقات المتبادلة بين وسائل الإعلام والقوى الاجتماعية الأخرى، والإجابة عن تساؤل: لماذا يكون لوسائل الإعلام أحياناً تأثيرات قوية ومباشرة، وأحياناً أخرى تكون لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نوعاً ما؟

إيجابيات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

١. يُطلق على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام النظرية الشاملة؛ حيث تقدم نظرة كلية للعلاقة بين الاتصال والرأي العام، وتجبب الأسئلة البسيطة عما إذا كانت وسائل الاتصال لها تأثير كبير على المجتمع.

٢ . تهتم نظرية الاعتماد بالظروف التاريخية والبناء الاجتماعي أكثر من المتغيرات الشخصية والفردية؛ لذلك فهي أكثر ملاءمة في التعامل مع النظام الاجتماعي بصورة أكبر من النماذج الأخرى المرتبطة بوسائل الإعلام.

٣ . تؤكد نظرية الاعتماد أن تأثير وسائل الإعلام على الجمهور يؤدي إلى التأثير على النظام الاجتماعي، وعلى نظام وسائل الإعلام نفسها، وبالتالي فإن أداء وسائل الإعلام قد يؤدي إلى المطالبة بالتغيير أو إصلاح نظام وسائل الإعلام سواء من خلال النظام السياسي أو من خلال آلية السوق الحر أو من خلال ظهور وسائل إعلام بديلة.

٤ . تعد هذه النظرية من أفضل نظريات التأثير وأشملها في التعامل مع النظام الاجتماعي؛ فقد أكدت على ضرورة الاهتمام بالظروف التاريخية والبناء الاجتماعي أكثر من الاهتمام بالمتغيرات الفردية.

النموذج المتكامل لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

يشير النموذج المتكامل لنظرية الاعتماد على وسائل المعلومات كما تصوّره واضعُه "مفلينديفلر" و"ساندرا بول روكيتش" إلى آثار وسائل الإعلام على الأفراد نتيجة الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام، والنظم الاجتماعية الأخرى، والجماهير، ويشتمل النموذج على قائمة معقدة من العوامل والمتغيرات التي تؤدي إلى الآثار المحتملة لوسائل الإعلام، ويمكن تلخيص العلاقات التي يرمز لها النموذج على النحو التالي:

أولاً: ينشأ تدفق الأحداث من المجتمع الذي يضم مجموعة من النظم الاجتماعية التي يحكمها الوظيفة البنائية، وتحدث علاقات اعتماد متبادلة بين هذه النظم الاجتماعية ووسائل الإعلام، ويتميز كل مجتمع بثقافة خاصة تعبر عن القيم والتقاليد والعادات وأنماط السلوك التي يتم نقلها عبر رموز لفظية وغير لفظية، تحدث العمليات الدينامية لنشر الثقافة، وتشتمل هذه العمليات على قوى تدعو إلى إثبات المجتمع

والحفاظ على استقراره من خلال الإجماع، والسيطرة، والتكيف الاجتماعي، وتوجد أيضاً في المجتمع قوى أخرى تدعو للصراع والتغيير، وتتم هذه العمليات على مستوى البناء الكلي للمجتمع، أو بين الجماعات، أو المراكز الاجتماعية المرتبة بشكل تصاعدي، ويتضمن هذا البناء عناصر رسمية وغير رسمية.

ثانياً: تؤثر عناصر الثقافة والبناء الاجتماعي للمجتمع في وسائل الإعلام إيجاباً وسلباً، وهي التي تحدد خصائص وسائل الإعلام التي تتضمن: الأهداف، الموارد، والتنظيم، والبناء، والعلاقات المتبادلة، وتتحكم هذه الخصائص في وظائف تسليم المعلومات التي تتحكم فيها عدد الوسائل الإعلامية المتاحة، ودرجة مركزيتها، ويؤثر ذلك بالتالي في الأنشطة التي تمارسها وسائل الإعلام أو ما يطلق عليها سياسات التشغيل.

ثالثاً: تقوم وسائل الإعلام بتغطية الأحداث التي تقع داخل النظم الاجتماعية المختلفة، ومن الأشخاص داخل هذه النظم، وتتلقى وسائل الإعلام التركيز على بعض القضايا والموضوعات التي تشكل رسائل وسائل الإعلام المتاحة للجماهير.

رابعاً: العنصر الرئيس في هذا الإطار المتكامل هو الأفراد كأعضاء في الجمهور المتلقي لوسائل الإعلام، هؤلاء الأفراد لديهم بناء متكامل للواقع الاجتماعي تم تشكيله عبر التنشئة الاجتماعية والتعليم والانتماء إلى جماعات ديموغرافية، وعوامل التكيف الاجتماعي، والخبرة المباشرة، ويستخدم هؤلاء الأفراد وسائل الإعلام لاستكمال بناء الواقع الاجتماعي الذي لا يدركونه بالخبرة المباشرة.

خامساً: حين يكون الواقع الاجتماعي محدداً ومفهوماً للأفراد ويلبي حاجاتهم وتطلعاتهم قبل وفي أثناء استقبال الرسائل الإعلامية، لن يكون لوسائل الإعلام تأثيرٌ يُذكر سوى تدعيم المعتقدات والقيم وأنماط السلوك الموجودة بالفعل، وعلى النقيض حيث لا يكون لدى الأفراد واقع اجتماعي حقيقي يُسمح بالفهم والتوجيه والسلوك، فإنهم يعتمدون على وسائل الإعلام بقدر أكبر لفهم الواقع الاجتماعي، وبالتالي يكون

لهذه الوسائل تأثير أكبر على المعرفة والاتجاهات والسلوك، لذلك يجب الأخذ في الاعتبار درجة اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام للحصول على المعلومات كوسيلة للتنبؤ بآثار هذه الوسائل على الأفراد.

سادساً: تتدفق المعلومات من وسائل الإعلام لكي تؤثر في الأفراد، وفي بعض الحالات تتدفق المعلومات أيضاً من الأفراد لكي تؤثر في وسائل الإعلام، وفي المجتمع ككل، ويتخذ ذلك بعض الأشكال، مثل: الاعتراض الجماهيري الذي يزيد من مستوى الصراع في المجتمع، أو يؤدي إلى تكوين جماعات اجتماعية جديدة، مثل هذه الأحداث قد تؤدي إلى تغييرات في طبيعة العلاقات بين النظم الاجتماعية، ونظم وسائل الإعلام مثل: تمرير قوانين جديدة يتم تصميمها لتغيير سياسات تشغيل وسائل الإعلام.

نقد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

ينظر إلى نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على أساس أنها نظرية بيئية، تنظر للمجتمع باعتباره تركيباً عضوياً، وتبحث في الكيفية التي تربط كل منها بالآخر، ثم تحاول تفسير سلوك الأجزاء فيما يتعلق بهذه العلاقات، والتي قد تتسم هذه العلاقة بالصراع أو بالتعاون، وقد تكون متغيرة أو ثابتة أو قد تكون علاقة قوية أو ضعيفة، ومن هنا تكمن قصور النظرية، لأنه من الصعب تحديد بدقة كل هذه العوامل؛ لأن هناك العديد من العوامل التي تتداخل في هذه العلاقة، والتي قد تكون غير واضحة بالشكل الذي يتم من خلاله حسم هذه العلاقة بشكل قاطع، هذا بالإضافة إلى أن هناك العديد من التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية، ناهيك عن الأنظمة التي تؤثر في الفرد مثل النظم السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية، هذا بالإضافة إلى أن الأفراد لديهم بناء متكامل للواقع الاجتماعي تم تشكيله عبر التنشئة الاجتماعية والتعليم والانتماء لجماعات أو أحزاب، لذلك ينظر للعلاقة بين وسائل الإعلام والأفراد بأنها علاقة

متشابكة ومعقدة ، وتحتاج إلى فهم جيد لكل الظروف المحيطة والأنظمة سواء سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية.

ثالثاً: نظرية التهيئة المعرفية Cognitive priming theory:

منذ ما يقرب من أربعين عاماً كان جوزيف كلابر Joseph Klaper يؤكد على نموذج التأثيرات المحددة لوسائل الإعلام؛ بناءً على الأدلة التي كانت متاحة له في ذلك الوقت، ولكن في الوقت الحالي، حيث التقدم المذهل في طرق التصميم والقياس والتحليل في الدراسات الإعلامية الحديثة، وأيضاً حيث الفهم الأعمق لعملية تمثيل المعلومات لدى الأفراد، فإن نموذج التأثيرات المحدودة قد فتح الطريق أمام مجموعة واسعة من مداخل التأثيرات القوية لوسائل الإعلام مثل: وضع الأجندة والتهيئة (الاستثارة) المعرفية والأطر الخبرية ومداخل الإقناع.

وفي العقود الأربعة الأخيرة؛ خضعت بحوث الاتصال السياسي لدراسة كيفية قيام الأفراد بإدراك المعلومات السياسية وتقييمها وتخزينها واستدعائها واستخدامها والدور المتميز الذي تقوم به وسائل الإعلام في هذه العملية.

معنى التهيئة (الاستثارة):

هي العملية التي يقوم من خلالها الأفراد بتغيير آرائهم؛ وذلك لأن هناك مثيراً معيناً يستثير لديهم الأهمية النسبية relative weight التي يولونها لاعتبارات عديدة تشكل التقييم النهائي.

أو هي "زيادة في سرعة أو اتخاذ قرار معين نتيجة التعرض السابق لبعض المعلومات، دون ارتباطها بالدوافع، وذلك من خلال تهيئة الجمهور بصور معينة أو دلالات مسبقة لرسالة إقناعية، لذلك فإن القائم بالاتصال يمكنه زيادة احتمال أن المعتقدات

المتماثلة إلى حد كبير في معانيها لدى الجمهور والمرتبطة بالمثير سوف تتوارد إلى العقل في موقف يستدعي اتخاذ القرار بالتقييم".

الافتراض الرئيس للنظرية:

أدخل كلٌّ من لينجار، كيندر Lyengar & Kinder مفهوم التهيئة لأدبيات العلوم السياسية عام ١٩٨٧ وتفترض أنه: "من خلال تركيز وسائل الإعلام على بعض القضايا، وتجاهلها للبعض الآخر؛ فإن أخبار وسائل الإعلام تؤثر في المعايير التي يستخدمها الجمهور في تقييم الحكومات، والرؤساء والسياسات والمرشحين".

وتستند النظرية إلى ملاحظة سيمون Simon بأن: "طاقات البشر المستخدمة في التفكير متواضعة للغاية مقارنة بتعقيدات البيئة التي يعيشون فيها".

وتستمد هذه النظرية أصولها من علم نفس المعرفة، حيث يُقاس تأثير التهيئة المعرفية من خلال نموذج إضافي للتقييم باعتباره وزناً متزايداً مرتبطاً بالعامل الذي تبرزه وسائل الإعلام في الوقت الذي يقوم فيه أفراد الجمهور بإصدار الأحكام التقييمية المطلوبة.

بينما يشير مفهوم "وضع الأجندة" إلى تأثير التغطية الإخبارية على الأهمية التي تحظى بها القضايا المختلفة لدى الجمهور؛ فإن مفهوم "التهيئة" يشير إلى قدرة المادة الإخبارية على التأثير في المعايير التي يتم بها تقييم القيادات والسياسات؛ فالتهيئة في الحقيقة هي امتداد للأجندة؛ يقيس تأثير التغطية الإخبارية بناءً على الوزن الذي تحظى به القضايا التي تتناولها التغطية في صياغة التقييمات السياسية.

وبناءً على ذلك؛ فإنه كلما زاد تركيز وسائل الإعلام على قضايا معينة زادت التهيئة العامة للجمهور بشأن هذه القضايا، وأيضاً زاد اعتماد المواطنين على ما يعرفونه بشأنها في بناء أحكامهم التي يكونونها عن السياسات (وخاصة ما يتعلق منها بالرئيس)،

فهي تولي اهتماماً كبيراً للجوانب السيكولوجية المصاحبة لقيام الأفراد بصياغة وجهات نظرهم تجاه أداء الرئيس.

فعلى سبيل المثال؛ إذا قامت وسائل الإعلام بالتهيئة لقضية تتعلق بالتضخم الاقتصادي أو الأمن القومي؛ فإن تقييم الأفراد للرئيس سوف يعتمد على المدى الذي نجح فيه الرئيس في إدارة هذه القضايا من وجهة نظرهم. وقد لاقى هذا الفرض تأييداً في كثير من الدراسات التي اعتمدت على المنهج التجريبي؛ حيث أكدت أن التهيئة تصبح أكثر تأثيراً عند تقديم قضية معينة في أطر تبدو كما لو كانت من الشؤون الرئاسية، ويؤكد ميلر وكروسينك Miller & Krosnick أن وسائل الإعلام لا تستطيع التهيئة لقضية معينة، فتتسبب في صياغة تقييمات سياسية معينة، إلا إذا كانت هذه القضية مرتبطة بالفعل بالموقف السياسي في المجتمع.

المتغيرات التي تؤثر في العلاقة بين التهيئة المعرفية والتقييم السياسي؛

أولاً: معدل التعرض للتغطية الإعلامية للقضية البارزة *issue exposure*

اعتبر اينجاروكيندر أن المحتوى الإعلامي عاملٌ من عوامل التهيئة المعرفية، وبذلك فهو يرتبط مباشرة بمتغيرات التعرض لوسائل الإعلام؛ ومن ثم فإن نظرية التهيئة المعرفية تفترض أن التعرض الكثيف للتغطية الإعلامية لقضية بارزة يؤدي إلى نشاط أقوى وأكثر تكراراً لعناصر التفكير المرتبطة بهذه القضية، أي أنه كلما زاد التعرض لمحتوى الميديا زاد تأثير التهيئة المعرفية لوسائل الإعلام.

أما كروسنيكوبرانون، فقد ربطا تحليلهما عام (١٩٩٣) بعنصر التعرض لوسائل الإعلام، وافترضوا أن الأقل تعرضاً لوسائل الإعلام قد يكون أكثر تأثراً بالتهيئة؛ لأنه يتعرض لرسالة بارزة big message دون تفاصيل فهو يميل لإصدار أحكامه من خلال استرجاع المعلومات المطلوبة فقط عندما يواجه موقفاً يستدعي إصدار مثل هذه

الأحكام، وبذلك فإن التهيئة لا تصبح تأثيراً لوسائل الإعلام، ولكنها تأثير للبروز الكلي لإحدى القضايا في الساحة العامة، ويعد التعرض لوسائل الإعلام حينئذ مجرد ظرف (أو شرط) محتمل لتأثير التهيئة.

في حين أن الأكثر تعرضاً يستوعب أكثر الرسالة المقصودة في مجملها وكذلك مجالاً واسعاً من التفاصيل الإضافية، ويرى zaller أن ذوي المستويات العليا من التعرض لوسائل الإعلام أكثر عرضة للتهيئة بدرجة تكفي لاستكشاف تزايد تأثير الرسالة حتى في مراحل انتشارها الأولى، وهم قادرون على تغيير اتجاهاتهم من الاهتمام بقضية آخذة في التلاشي إلى قضية أخرى، آخذة في الظهور بشكل أكبر من الآخرين.

ثانياً: متغير المعرفة السياسية Political expertise:

ترى بعض الدراسات في مجال التهيئة المعرفية لوسائل الإعلام أن الأكثر خبرة أو معرفة بالشئون السياسية أكثر عرضة لتأثيرات هذه التهيئة؛ لأنهم يتمتعون بشبكة مترابطة من المعلومات الغريزة في الذاكرة تسهلّ عليهم تخزين واسترجاع المعلومات الجديدة، فـ حين أن بعض الدراسات الأخرى وجدت أن هؤلاء ممن لديهم مستوى مرتفع من المعرفة السياسية "الخبراء" أقل استجابة لتأثيرات التهيئة الخاصة بقضية معينة، لأنهم أكثر حصانة في معلوماتهم من الأقل معرفة سياسية (المبتدئون Novices)، في حين لم تثبت صحة هذا الفرض في دراسات أخرى.

وفي دراسة Jon A. Krosnick & Laura A. Brannon عن تغير اتجاهات الرأي العام نحو أداء الرئيس ريجان في واقعة صفقة بيع الأسلحة لإيران عام ١٩٨٦، وجد كروسنيكوكيندر أن الخبراء والمبتدئين قد يستجيبون بطرق مختلفة للتغيرات التي تحدث في أجندة وسائل الإعلام لعدة أسباب:

أ - لأن الخبراء معلوماتهم أكثر غزارة وأكثر تنظيماً، فهم أكثر معرفة بالقضية وأكثر مرونة في القدرة على التعامل مع المعلومات الجديدة وتفسيرها بطرق متوازنة مع قناعاتهم السابقة.

ب- كما أن الخبراء لديهم دعم معلوماتي لمعتقداتهم؛ مما يجعلهم أكثر مقاومة لتغيير آرائهم.

ج - وبتركيز الاهتمام على جانب معين من القضايا المحيطة، فإن ذلك قد يذكرهم فقط بما يعرفونه فعلاً .

ويرى Miller & Krosnick (1997) أن الخبراء سياسياً أكثر قدرة على استرجاع هذه المعلومات، وربما حتى بعد مرور فترة طويلة على التغطية الإخبارية لهذه القضية، أي أنهم أكثر عرضة لتأثير التهيئة عندما يكون هناك تأخير في الفترة بين التغطية الإخبارية للقضية، والوقت الذي يقومون فيه بالتقييم السياسي.

الإطار المشترك بين نظرية الأطر الخبرية والاعتماد على وسائل الإعلام والتهيئة المعرفية:

افترض جوفمان (1974) Goffman أن الأفراد لا يمكنهم فهم العالم المحيط بهم بشكل كامل، لذا فإنهم يصنفون خبراتهم ويفسرونها لصياغة معنى لديهم لهذا العالم، ومن ثم فإن رد فعل الفرد تجاه المعلومات المحسوسة يعتمد على بناءات من التفسير تسمى "أطراً أولية" Primary framework ، وهي تنقسم إلى قسمين:

- أطر طبيعية وهي تسهم في تفسير الأحداث الناتجة عن أسباب طبيعية غير مقصودة.

- وأطر اجتماعية وهي تسهم في إدراك وتعريف التصرفات الناتجة عن فعل إنساني مقصود.

و ذلك عكس المدخل الاجتماعي، فإذا كان المدخل النفسي لكل من Fischer & Johnson عام (١٩٨٦) يبحث عن الأطر كوسائل فردية لتمثيل وبناء المعلومات، ولقد أشار sheriff عام (١٩٦٧) إلى أن أحكام الفرد وتوقعاته لا تتأثر بالعوامل المعرفية والنفسية، ولكنها تحدث أيضاً ضمن إطار مرجعي مناسب يقدم من خلاله الموقف الاجتماعي الذي يتم تقييمه.

أي أن الأطر تؤثر في التقييم ليس من خلال جعل جوانب من قضية ما أكثر بروزاً، ولكن من خلال الاستشهاد ببناءات تفسيرية تؤثر في تفسير المعلومات الواردة، هذه الأطر قد تكون إطار صراع، أو نسب مسئولية أو أطراً إنسانية أو غيرها.

وتشترك النظريتان في أنهما تفترضان أن الأفراد يتلقون المعلومات من النص الإخباري ويضمونها إلى قواعد نصية في العقل text bases فيتم تمثيلها في صورة مفاهيم وروابط في الذاكرة العاملة، فتتشط نظاماً من المفاهيم المرتبطة بها في الذاكرة طويلة المدى للمتلقي.

وبينما تعتمد نظرية التهيئة على متغيرات الاهتمام السياسي والمعرفة السياسية ومعدلات التعرض فإن تأثير الأطر والاعتماد على وسائل الإعلام يعتمد أيضاً على طريقة تمثيل الأفراد للمعلومات فمثلاً:

- الأفراد الذين يقومون بعمل (مسح) لمحتوى الأخبار للحصول على مواد ذات أهمية خاصة لديهم دون اهتمام بباقي المعلومات، يكون تأثير الاعتماد والأطر عليهم أقوى.
- أما الأفراد الذين يميلون للتمثيل الفعال والتفكير العميق في المحتوى الإخباري للوصول إلى الحقيقة من وراء الأخبار؛ فهم أقل عرضة لتأثيرات التغطية الإعلامية على الاعتماد والأطر الفردية.

وأكدت دراسات التهيئة أن تقييمات الشخصيات السياسية كمتغير تابع نهائي، في حين أن دراسات الأطر ركزت على خصائص وسمات المسئولية في القضايا العامة (سببية أو علاجية) كمتغير تابع نهائي Evaluation versus attributions، كما اتضح أن التهيئة المعرفية تزداد في حالة تقديم الرئيس (أو موضوع التقييم) في صورة المسئول عن المشكلة؛ في حين أنه عندما أُلقيت المسئولية على قوى أخرى غير الرئيس كانت التهيئة ضعيفة التأثير.

نقد نظرية التهيئة المعرفية:

اعتبر اينجاروكيندر أن المحتوى الإعلامي عاملٌ من عوامل التهيئة المعرفية ؛ ومن ثم فإن نظرية التهيئة المعرفية تفترض أن التعرض الكثيف للتعطية الإعلامية لقضية بارزة يؤدي إلى نشاط أقوى وأكثر تكراراً لعناصر التفكير المرتبطة بهذه القضية، أي أنه كلما زاد التعرض لمحتوى الميديا زاد تأثير التهيئة المعرفية لوسائل الإعلام. كما تعتمد نظرية التهيئة على متغيرات الاهتمام السياسي والمعرفة السياسية ومعدلات التعرض، وهي كلها دوافع متغيرة، تتأثر بمراحل عمرية، وعمق القضية السياسية، ومدى المعرفة السياسية بالقضية والمصادر التي تم استقاء معلوماته السياسية منها، لذلك ينظر إلى نظرية التهيئة المعرفية بأنها تتداخل فيها العديد من العوامل والدوافع والأهداف والاهتمامات بالإضافة لخبرة الأفراد والتي يتم علي أساسها تحديد الخبرة والأهمية السياسية للقضية.

