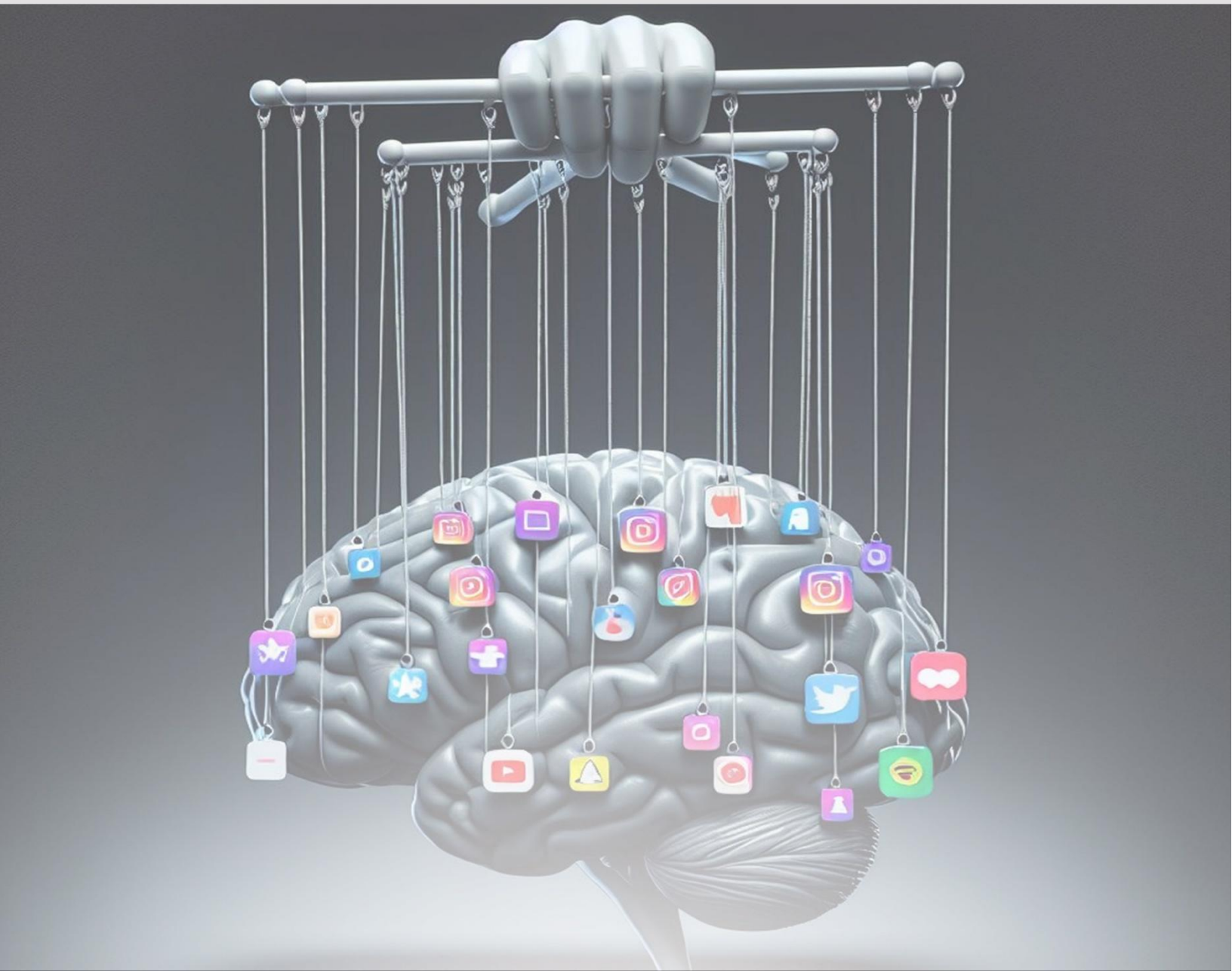
جامعة المستقبل
كلية الاداب و العلوم الانسانية
قسم الاعلام
المرحلة الاولى

التربية الأعلامية و الرقمية

م.م محمد نهاد خليل



المحاضرة الخامسة

نظرية التأطير الإعلامي(Framing Theory)

أولاً / مقدمة وتعريف النظرية

نشأت نظرية التأطير في الأصل من علم الاجتماع وعلم النفس، ويُعد "إرفينغ غوفمان (Erving Goffman) " الأب الروحي لها، ثم طورها "روبرت إنتمان (Robert Entman) " في المجال الإعلامي.

المفهوم ببساطة: الإعلام لا يخبرك "بماذا" تفكر فقط، بل "كيف" تفكر في قضية معينة، التأطير هو عملية اختيار بعض جوانب الواقع وجعلها أكثر بروزاً في النص الإعلامي، للترويج لتعريف محدد للمشكلة، أو تفسير سببي، أو تقييم أخلاقي.

ثانياً/ وظائف التأطير (حسب روبرت إنتمان)

يقوم القالب أو "الإطار" بأربع وظائف رئيسية عند طرح أي قضية:

1. تحديد المشكلة: تحديد ما يفعله الفاعل مع تقييم التكاليف والفوائد.
2. تشخيص الأسباب: تحديد القوى أو العوامل التي خلقت المشكلة.
3. إصدار أحكام أخلاقية: تقييم الأطراف الفاعلة ودوافعهم.
4. اقتراح الحلول: تقديم وتبرير العلاجات للمشكلة وتوقع آثارها.

ثالثاً/ أنواع الأطر الإعلامية:

تنقسم الأطر في التغطيات الصحفية والرقمية إلى نوعين رئيسيين:

1. الأطر المحددة(Issue-Specific Frames) : وهي الأطر المرتبطة بقضايا معينة (مثل تأطير "صراع" في الانتخابات أو "أزمة إنسانية" في المجاعات).

2. الأطر العامة(Generic Frames) : وتستخدم عبر مواضيع مختلفة، وأشهرها ما حدده "نيومان" وزملاؤه:

أ. إطار المسؤولية: إلقاء اللوم على الحكومة أو الأفراد.

ب. إطار الصراع: التركيز على النزاع بين طرفين.

ت. إطار العواقب الاقتصادية: التركيز على الخسائر أو الأرباح المالية.

ث. إطار الاهتمام الإنساني: إضفاء الصبغة العاطفية والقصصية على الحدث.

رابعاً/ التأطير في عصر الإعلام الرقمي:

في البيئة الرقمية، تغيرت آليات التأطير لتصبح أكثر تعقيداً:

1. خوارزميات التواصل الاجتماعي: تعمل الخوارزميات كـ "مؤطر آلي" من خلال حصر المستخدم في "غرف الصدى"، حيث لا يرى إلا الأطر التي تتوافق مع آرائه المسبقة.
2. تأطير المستخدمين :(User-Generated Framing) لم يعد التأطير حكراً على المؤسسات الضخمة، بل يمكن لـ "وسم (Hashtag) "واحد أن يخلق إطاراً جديداً للحدث يتفوق على الرواية الرسمية.
3. الوسائط المتعددة: استخدام "الميمز (Memes) "والفيديوهات القصيرة يُعد نوعاً من التأطير السريع والمكثف الذي يخاطب العاطفة أكثر من العقل.

خامساً/ كيف نمارس التربية الإعلامية تجاه التأطير؟

كمستهلك واعي للإعلام، عليك طرح الأسئلة التالية لتفكيك "الإطار:"

1. ما الذي تم استبعاده؟ (التأطير يعتمد على الانتقاء، ابحث عن الحقائق الغائبة).
2. من المستفيد من هذا التأطير؟ (ابحث عن الأجندة السياسية أو الاقتصادية).
3. ما هي اللغة المستخدمة؟ (لاحظ الفرق بين وصف شخص بـ "متمرد" أو "مقاتل من أجل الحرية").

الإعلام لا ينقل الواقع كما هو كأنه مرآة، بل يعيد صياغته. التأطير يعمل عبر آليتين:

1. الاختيار :(Selection) اختيار حقائق معينة وتسليط الضوء عليها.

2. الإهمال :(Omission) تجاهل حقائق أخرى عمداً لأنها لا تخدم "الرواية" المطلوبة.

أمثلة من الواقع العراقي

يمكننا ملاحظة نظرية التأطير بوضوح في كيفية تناول القنوات الفضائية والجيوش الإلكترونية للأحداث العراقية، حيث يُقدم "الحدث الواحد" بأطر متناقضة تماماً:

1. تأطير "الاحتجاجات والتظاهرات" (مثال تشرين)

عندما تندلع تظاهرات في العراق، نجد صراعاً بين إطارين:

ب. إطار "الحقوق والمواطنة": تركز فيه بعض القائل على صور الشباب وهم ينظفون الشوارع، والمطالب المشروعة بالخدمات، ووصف المشاركين بـ "الثوار"، هنا الإطار هو "سعي شعبي نحو التغيير."

ت. إطار "المؤامرة والتبعية": تركز قنوات أخرى على حالات حرق الإطارات، أو صور لأشخاص يحملون شعارات مثيرة للجدل، وتصفهم بـ "المخربين" أو "أدوات لجهات خارجية"، هنا الإطار هو "تهديد للسلم الأهلي"، النتيجة: المتلقي الذي يتابع القناة الأولى سيتعاطف، بينما المتلقي للقناة الثانية سيشعر بالخوف والقلق، والحدث واحد.

2. تأطير "قضايا الفساد"

عند الكشف عن قضية فساد كبرى (مثل "سرقة القرن"):

أ. إطار "الفردي والشخصي": يتم تأطير القضية على أنها ذنب "موظف فاسد" أو "رجل أعمال جشع" (كبش فداء). الهدف من هذا الإطار هو حماية النظام السياسي العام من التهمة.

ب. إطار "المؤسساتي والنظامي": يتم تأطير القضية بأنها نتيجة طبيعية لنظام "المحاصصة" وغياب الرقابة القانونية. هنا الإطار يوجه إصبع الاتهام للنظام السياسي ككل وليس لشخص واحد.

3. تأطير "الانتخابات"

أ. إطار "السباق الرياضي": تركز القنوات على: من يتقدم؟ من سيفوز؟ (دون شرح للبرامج الانتخابية).

ب. إطار "الوجود والمصير": يتم تأطير الانتخابات على أنها معركة بقاء للمكون (سواء طائفي أو قومي)، وتستخدم عبارات مثل "استحقاق المكون" أو "المناطق المتنازع عليها"، هذا التأطير يهدف لتحفيز الجمهور عاطفياً عبر "إطار التهديد."

سادساً: أدوات التأطير في العراق (كيف يتم بناء الإطار؟)

1 .المصطلحات(Labels) : استخدام كلمة "مقاومة" مقابل "ميليشيا"، أو "قوات أمنية" مقابل "قوات قمعية". الكلمة نفسها تضع الحدث في إطار إيجابي أو سلبي.

2 .اختيار الضيوف: استضافة "محلل سياسي" يتبنى إطار القناة سلفاً ليعطي صبغة شرعية للرأي.

3 .الموسيقى والصورة: وضع موسيقى حزينة خلف تقرير عن الفقر في البصرة (إطار استدرار العطف والتقصير الحكومي)، مقابل موسيقى حماسية عند افتتاح مشروع بسيط (إطار الإنجاز).

خلاصة

في العراق، وبسبب التعددية الحزبية والسياسية، نحن نعيش في "حرب أطر". التربية الإعلامية الرقمية تدعونا إلى "كسر الإطار"؛ أي ألا تكتفي بالرواية التي تضعها لك شاشة القناة التي تحبها، بل حاول أن تبحث عما استبعدته تلك القناة لتكتمل لديك الصورة الحقيقية.