

The Politics-Media-Politics Principle: Towards A More Comprehensive Approach To Political Communication

Author: Gadi Wolfsfeld<sup>1</sup>

Translator: Mohammad Eskandari Nasab<sup>2</sup>

3

Vol. 9  
Autumn 2023  
P. P: 135-170

Research Paper

Received:  
30 September 2023  
Accepted:  
25 December 2023



**Abstract**

This paper develops a theoretical framework labeled the Politics-Media-Politics (PMP) principle. The aim of this principle is to provide a conceptual foundation upon which to create a more comprehensive approach to explaining the role of the news media in political processes. The PMP principle is based on two central claims. First, the role of the media in political processes can best be understood as a cycle in which variations in the political environment lead to variations in media conduct that, in turn, lead to further variations in the political environment. Second, the media can play an independent role in political processes due to their ability to transform political realities into news stories that can at times have a significant impact on political outcomes. The discussion is divided into three main sections. The first section reviews some of the major theories in political communication that serve as building blocks for the PMP principle. The second section uses findings from a diverse range of studies to demonstrate the PMP principle's usefulness. The third part of the paper presents some revealing exceptions to the PMP principle.

**Keywords:** Politics-Media-Politics (PMP), Political Communication, Political Processes, Political Environment, Media Environment

1. Ph.D in Political Communication, Massachusetts Institute of Technology (M.I.T), Cambridge, Massachusetts, USA.

2. PhD student in Sociology of Social Development, Faculty of Social Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran. Eskandari. m1991@gmail. Com

**Publisher:** Imam Hussein University

© **Authors**



This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY 4.0).



## اصل سیاست - رسانه - سیاست: ارائه رویکردی جامع‌تر در ارتباطات سیاسی

مؤلف: گادی ولفسفلد ۱

مترجم: محمد اسکندری نسب ۲

سال نهم

پاییز ۱۴۰۲

صص: ۱۷۰-۱۳۵

مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت:

۱۴۰۲/۰۷/۰۸

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۲/۱۰/۰۴



### چکیده

در مقاله حاضر چهارچوبی نظری به نام اصل «سیاست - رسانه - سیاست» تشریح می‌شود. هدف این اصل، فراهم آوردن بنیادی مفهومی است که بر اساس آن، روشی جامع برای شرح نقش رسانه‌های خبری در فرایندهای سیاسی دولت‌ها ایجاد شود. اصل سیاست - رسانه - سیاست بر اساس دو ادعای محوری بنا شده است. نخست اینکه، به‌خوبی می‌توان نقش رسانه‌ها را در فرایندهای سیاسی، به‌صورت چرخه‌ای درک کرد که در آن، نوسانات در محیط سیاسی یک دولت به نوسانات در جریان رسانه‌ای منجر شده و این امر متعاقباً موجب نوسانات بیشتر در محیط سیاسی می‌شود. دوم، رسانه‌ها باتوجه به توانایی‌شان برای تبدیل واقعیت‌های سیاسی به روایت‌های خبری (که برخی مواقع تأثیر به‌سزایی بر روی نتایج سیاسی دارند) می‌توانند نقشی مستقل در پروسه‌های سیاسی داشته باشند. این بحث به سه بخش عمده تقسیم می‌شود. در بخش نخست، برخی از نظریه‌های مهم ارتباطات سیاسی بررسی شده که در واقع اصول مبنایی اصل سیاست - رسانه - سیاست هستند. در بخش دوم، از یافته‌های محدوده متنوعی از مطالعات استفاده شده تا سودمندی این اصل را تشریح شود. در نهایت در بخش سوم این مقاله برخی استثنائات این اصل بیان شده است.

**کلیدواژه‌ها:** اصل سیاست - رسانه - سیاست، ارتباطات سیاسی، سیاست رسانه محور، فضای سیاسی، فضای رسانه‌ای.

۱. دکترای ارتباطات سیاسی، موسسه فناوری ماساچوست (M.I.T)، کمبریج، ماساچوست، ایالات متحده آمریکا..

منبع اصلی مقاله به زبان انگلیسی:

The Politics-Media-Politics Principle: Towards A More Comprehensive Approach To Political Communication, Paper To Be Presented At The 2013 Annual Meeting Of The American Political Science Association (August 29th-September 1), Chicago, Illinois.

۲. دانشجوی دکترای جامعه‌شناسی توسعه اجتماعی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

Email: Eskandari.m1991@gmail.com

نویسندگان ©

ناشر: دانشگاه جامع امام حسین (ع)



این مقاله تحت لیسانس آفرینندگی مردمی (Creative Commons License- CC BY) در دسترس شما قرار گرفته است.

## مقدمه

در زمینه «ارتباطات سیاسی»<sup>۱</sup> به نظریه‌هایی نیاز است که چگونگی تغییر نقش رسانه‌های خبری در فرایندهای سیاسی با زمان و تغییر شرایط را به‌صورت جامع شرح دهند. چنین نظریه‌هایی می‌بایست تلاش کنند تا چهار شرط اساسی را برقرار کنند. نخستین شرط این است که آن‌ها هم متغیرهای سیاسی و هم متغیرهای رسانه‌ای را در یک چهارچوب نظری گردآورند. به‌جز چند مورد استثنا، بیشتر تحقیقات انجام‌شده در این زمینه را می‌توان به دو گروه تقسیم‌بندی کرد. دسته‌ای از محققان اولیه بر تأثیری که متغیرهای سیاسی بر روی رسانه‌های خبری دارند تأکید می‌کنند. دسته دوم بیشتر بر روی متغیرهای رسانه‌ای تمرکز می‌کنند و تمایل دارند یا از تغییرات سیاسی چشم‌پوشی کنند یا آن‌ها را کم‌اهمیت جلوه دهند. تعجبی ندارد که مجموعه اول محققان، از دانشمندان سیاسی و گروه دوم عمدتاً از محققان ارتباطات تشکیل شده است.

ملزومات دوم و سوم برای یک نظریه جامع‌تر این است که این نظریه، تأثیر تغییرات زمانی<sup>۲</sup> و ملی<sup>۳</sup> بر روی نقش رسانه‌های جدید را شرح دهد. تنها تحقیقاتی که چگونگی تغییر نقش رسانه‌ها در میان فرهنگ‌های مختلف و در سراسر دوره‌های زمانی متفاوت بررسی می‌کنند، می‌توانند مانع از این شوند که نتیجه‌گیری‌ها، ما را به مکان و زمان خاصی محدود کنند.

شرط چهارم، ممکن است از همه مشکل‌تر باشد. به‌صورت ایده‌آل، نظریه می‌بایست بتواند فرضیه‌های قابل آزمایشی را در حوزه‌های موضوعی مختلف تولید کند. باید بتواند برخی از زمینه‌های رایج را شناسایی کند، چه حوزه مطالعه، نقش رسانه‌ها در جنگ‌ها، انتخابات، یا تغییرات در عقاید و سیاست‌های مربوط به موضوعات اجتماعی باشد. این باعث کم‌شدن نیاز به گسترش نظریه‌های خاص در مورد موضوعات ویژه نمی‌شود، اما به‌شدت در توسعه اصول محوری که نسبتاً ثابت باقی بمانند، مفید است.

این مقاله یک روش نظری را شرح و بسط می‌دهد که مقاصد آن برای برطرف کردن بهتر این شرایط طراحی شده‌اند و با نام اصل سیاست-رسانه-سیاست<sup>۴</sup> (PMP) شناخته می‌شود (ولفسفلد،

1. Political Communication

2. Cross-Temporal

3. Cross-National

۴. در مقاله مفهوم اصلی (PMP) The Politics-Media-Politics Principle بوده و می‌توان آن را با «سیاست رسانه‌محور»

نزدیک دانست. (مترجم)

۲۰۱۱). اصل سیاست - رسانه - سیاست بر اساس دو ادعای محوری است. ادعای نخست این است که نقش رسانه‌ها در فرایندهای سیاسی را به نحو احسن می‌توان به صورت چرخه‌ای در نظر گرفت که در آن، تغییرات در محیط سیاسی منجر به تغییرات در جریان رسانه‌ای می‌شوند که در عوض این نیز منجر به تغییرات بیشتر در محیط سیاسی می‌شود. دوم، رسانه‌ها می‌توانند نقش مستقلی را در پروسه‌های سیاسی بازی کنند، زیرا آن‌ها توانایی تبدیل واقعیت‌های سیاسی به داستان‌های خبری را دارند که می‌توانند در مواردی تأثیر عظیمی داشته باشند.

هدف این مقاله ترسیم کردن اجزای اساسی اصل سیاست - رسانه - سیاست و فراهم آوردن مثال‌هایی برای شرح استفاده آن است. هدف نهایی، نشان دادن پتانسیل اصل سیاست - رسانه - سیاست برای عمل کردن به عنوان یک مبنای مناسب برای یک نظریه جامع‌تر است. مقاله حاضر بر روی نقش رسانه‌های سنتی تمرکز می‌کند، درحالی‌که کار آینده، این اصل را برای نقش رسانه‌های جدید در سیاست اعمال می‌کند. (برای نمونه رجوع کنید به ولفسفلد، سجو و شیفر<sup>۱</sup>، ۲۰۱۳)

این بحث به سه بخش عمده تقسیم شده است. بخش نخست به صورت خلاصه برخی از نظریه‌های عمده در ارتباطات سیاسی را مرور می‌کند که به عنوان بنیان‌هایی برای اصل سیاست - رسانه - سیاست عمل می‌کنند. بخش دوم در مورد اصل سیاست - رسانه - سیاست با استفاده از یافته‌های تحقیقاتی حوزه‌های مختلف بحث می‌کند تا سودمندی آن را نشان دهد. بخش سوم و نهایی مقاله برخی استثنائات آشکار شده برای این اصل را بررسی می‌کند. بررسی این استثنائات، بینش‌های مهمی را در مورد چگونگی توسعه یک نظریه پویاتر در آینده فراهم می‌کند.

## برخی بنیان‌های نظری

بحث نظری با بررسی برخی از نظریه‌ها آغاز می‌شود که به ما کمک می‌کنند این اثر مهم تغییر قریبه‌ها و مفاهیم سیاسی بر روی نقش رسانه‌ها را درک کنیم. این نظریه‌ها مبنای سودمندی را برای ادعای نخست در مورد این موضوع فراهم می‌کنند که چگونه تغییرات در محیط سیاسی منجر به تغییرات در جریان رسانه‌ای می‌شوند. یک جای خوب برای شروع، «فرضیه شاخص گذاری بنت»<sup>۲</sup>

1. Segev, & Sheafer  
2. Bennett's Indexing Hypothesis

(۱۹۹۰) است. ایده محوری بنت<sup>۱</sup> این بود که اخبار برای محدوده مباحثه در گفتمان دولت «شاخص‌گذاری»<sup>۲</sup> می‌شوند. بنت ادعا کرد که هرچه سطح اجماع نخبگان بالاتر باشد، محدوده مباحثه در رسانه‌های خبری کوچک‌تر خواهد بود. در حالی که نسخه‌های بعدی این نظریه (بنت، لاورنس و لیوینگستون<sup>۳</sup>، ۲۰۰۶، لیوینگستون و بنت، ۲۰۰۳) استقلال بیشتری را به روزنامه‌نگاران نسبت می‌دهند، نیروی اصلی این روش تأکید بر روی توانایی دولت برای غلبه بر گفتمان رسانه‌ای و چگونگی واکنش رسانه‌های جریان اصلی به تغییرات در اجماع سیاسی است.

«مدل آبنشاری انتمان»<sup>۴</sup> به نکته مشابهی اشاره دارد (انتمان، ۲۰۰۳ و ۲۰۰۴). انتمان توانایی دولت‌های ایالات متحده برای ارتقای موفقیت‌آمیز چهارچوب‌های ایدئولوژیک به رسانه‌های خبری، به‌ویژه در حوزه سیاست خارجی را بررسی کرد. توصیف آبنشار اطلاعات، از میان افراد نخبه مانند اعضای کنگره، معمولاً با کاخ سفید شروع می‌شود. سپس رسانه‌ها عبور می‌کند و چهارچوب‌های جدید را می‌سازند و در نهایت به عموم مردم می‌رسد. همان‌طور که انتمان (۲۰۰۳) می‌گوید: «هر سطح در این آبنشار استعاره‌ای، سهم خود را در جریان ایده‌ها ایفا می‌کند، اما توانایی ارتقای گسترش چهارچوب‌ها نیز هم در هر سطح و هم در میان سطوح به‌شدت برقرار است». (ص ۴۲۲) انتمان بحث می‌کند که همانند تمامی آبنشارها، پایین آمدن از بالا رفتن ساده‌تر است.

سه المان اصلی بحث انتمان به جلو رفتن، مفید واقع خواهند شد. المان نخست این است که مدل انتمان یک مدل «نخست سیاست»<sup>۵</sup> است؛ زیرا بیشتر پروسه‌های چارچوب‌بندی با نخبه سیاسی شروع می‌شوند. دوم، انتمان (۲۰۰۳) در مورد اهمیت بحرانی چیزی صحبت می‌کند که خودش آن را «هم‌ارزی فرهنگی»<sup>۶</sup> می‌نامد: «هرچه چهارچوب با الگوهای فرهنگی سیاسی حکم‌فرما هستند تطابق بیشتری داشته باشد موفقیت بیشتری را در بر دارد». (ص ۴۲۲) این بر اهمیت بررسی محیط سیاسی کلی پیش از تلاش برای نگاه به چگونگی واکنش رسانه‌ها به چهارچوب‌های مختلف ارتقا یافته، تأکید می‌کند.

1. Thesis
2. Indexed
3. Lawrence, & Livingston
4. Entman's Cascade Model
5. Politics First
6. Cultural Congruence

عنصر نهایی در مدل آبخاری که سودمندی آن به اثبات رسیده است، این است که انتمان تصدیق می‌کند که رسانه‌ها دارای قدرت اصلاح چهارچوب‌های رسمی هستند و اینکه روزنامه‌نگاران نخبه می‌توانند تأثیر به‌سزایی بر روی سیاست داشته باشند؛ بنابراین، درحالی که مدل انتمان تأکید فراوانی بر روی قدرت سیاسی و زمینه سیاسی دارد، بحث می‌کند که رسانه‌ها نباید در مورد چیزهایی که مقامات مجبورند به‌عموم بگویند، به‌صورت منفعل دیده شوند. آلتاوس<sup>۱</sup> (۲۰۰۳) نیز در مورد این موضوع بحث کرد که استقلال جراید نسبت به مورد پیشنهادشده به‌وسیله فرضیه شاخص‌گذاری بیشتر است. آلتاوس با مطالعه اخبار تلویزیونی عصر که جنگ ۱۹۹۰-۱۹۹۱ خلیج فارس را پوشش می‌داد دریافت که روزنامه‌نگاران هنگام بحث در مورد دیدگاه‌های مخالف، احتیاط زیادی به خرج می‌دهند.

«مدل رقابت سیاسی من»<sup>۲</sup> (ولفسفلد، ۱۹۹۷) نیز در روش «نخست سیاست» قرار می‌گیرد. قوت کلی این مدل این است که محققان نمی‌توانند رقابت بر سر رسانه‌های خبری بدون در نظر گرفتن محیط سیاسی که رقابت در آن، رخ می‌دهد را درک کنند. من همچنین بحث کردم که «احتمال تأثیر پروسه سیاسی بر روی رسانه‌های خبری بیشتر است تا رسانه‌های خبری بر روی پروسه سیاسی». (ص ۳) یکی از عناصر کلیدی مدل، سطح کنترل مقامات بر روی محیط سیاسی است. من بحث کردم که رهبران ارتشی و سیاسی که قادر بودند کنترل وقایع را به دست بگیرند، جریان اطلاعات را کنترل می‌کنند و سطح بالایی از حمایت را در جهت سیاست‌های خود فراهم می‌کنند و در کنترل رسانه‌های خبری نسبتاً موفق خواهند بود. این مدل همچنین در مورد تأثیر فرهنگ حرفه‌ای روزنامه‌نگاران بر روی ساخت چارچوب‌های رسانه‌ای صحبت می‌کند؛ هرچند همان‌طور که در مورد مدل‌های دیگر در اینجا ذکر شد، این بعد یک عنصر محوری در روش کلی نبود.

تحقیقات دیگری که بر روی اهمیت بستر تأکید می‌کند، درباره ساخت اجتماعی روش خبری است (ادونی و من<sup>۳</sup>، ۱۹۸۴، کراجی و رئوف<sup>۴</sup>، ۲۰۰۶، گمسون<sup>۵</sup> و همکاران، ۱۹۹۲، گمسون و

1. Althaus
2. Political Contest Model
3. Adoni And Mane
4. Carragee & Roefs
5. Gamson

مدیگلیانی<sup>۱</sup>، ۱۹۸۹، هنس<sup>۲</sup>، ۱۹۹۱، پاتر و کاپلر<sup>۳</sup>، ۲۰۰۶، شاندرسن<sup>۴</sup>، ۲۰۱۱، ۱۹۹۷، ۱۹۸۹، تاجمن<sup>۵</sup>، ۱۹۷۸، ونگروپ<sup>۶</sup>، ۲۰۰۷).

در حالی که تمامی طرف‌داران این روش از عبارت «ساخت»<sup>۷</sup> استفاده نمی‌کنند، آن‌ها بر این باورند که داستان خبری، ریشه در بستر فرهنگی خاصی دارد (فیسس و هرش<sup>۸</sup>، ۲۰۰۵، شاندرسن، ۱۹۹۶، ۲۰۱۱). محققانی که از این روش استفاده می‌کنند اغلب پوشش خبری همان رویداد از کشورهای مختلف (برای نمونه؛ آئیش<sup>۹</sup>، ۲۰۰۲، دی وریس و سمتکو<sup>۱۰</sup>، ۲۰۰۱، دی وریس و همکاران، ۲۰۰۶، دیمترووا و همکاران<sup>۱۱</sup>، ۲۰۰۵، نوسک<sup>۱۲</sup>، ۲۰۰۴، یانگ<sup>۱۳</sup>، ۲۰۰۳) یا تغییرات در پوشش موضوعات اجتماعی را مقایسه می‌کنند که به مرور زمان رخ می‌دهند. (برای نمونه؛ بام گارتنر<sup>۱۴</sup>، دی بوفا و بویدستون<sup>۱۵</sup>، ۲۰۰۸، بردلی<sup>۱۶</sup>، ۲۰۰۴، برودی<sup>۱۷</sup> و همکاران، ۲۰۰۴، فیسس و هرش، ۲۰۰۵، گمسون و مدیگلیانی، ۱۹۸۹، کلاستد<sup>۱۸</sup>، ۲۰۰۳) مجدداً در اینجا رسانه‌ها به صورت پاسخگو به نوسانات در محیط سیاسی یا اجتماعی در نظر گرفته می‌شوند. بسیاری از آن‌هایی که می‌توانند ساخت گرا در نظر گرفته شوند؛ چون مبنای جامعه‌شناسی دارند؛ اما بسیاری از موضوعاتی که به آن‌ها می‌پردازند سیاسی هستند.

ساخت‌گرایی<sup>۱۹</sup> به وضوح یک پایه مهم برای بسیاری از تلاش‌ها در جهت ساخت یک نظریه جامع‌تر در ارتباطات سیاسی است و برای درک اینکه نوسانات زمانی و فرهنگی چگونه بر روی نقش رسانه‌های خبری در پروسه‌های سیاسی تأثیر می‌گذارند ضروری است. یک مثال خوب،

1. Modigliani
2. Hansen
3. Potter & Kappeler
4. Schudson
5. Tuchman
6. Van Gorp
7. Construction
8. Fiss & Hersh
9. Ayish
10. De Vreese & Semetko
11. Dimitrova Et Al
12. Nossek
13. Yang
14. Baumgartner
15. De Boef, And Boydston
16. Bradley
17. Brodie
18. Kellstedt
19. Constructionism



فکر کردن در مورد این موضوع است که رسانه‌های خبری چگونه موضوع حقوق بشر و تأثیری که چنین پوششی می‌تواند بر روی سیاست و نظر عموم داشته باشد را پوشش می‌دهند. فرض‌های فرهنگی و هنجارها در رابطه با اهمیت معنای عبارت «حقوق بشر»<sup>۱</sup>، یک نقطه شروع ضروری برای هر تلاشی به منظور درک پوشش خبری را فراهم می‌آورد. فکر کردن در مورد اخبار به عنوان یک ساخت (ساختار) اجتماعی نیز شیوه‌ای بسیار خوب برای هماهنگ‌سازی تصور چهارچوب‌های خبری در این مبحث است. رویدادهای مرتبط با حقوق بشر به صورت متفاوت در کشورهای مختلف و در دوره‌های تاریخی مختلف قالب‌بندی می‌شوند.

آخرین روش نظری که به شدت بر بستر سیاسی تأکید می‌کند را می‌توان در کار نهایی هالین و مینسینی<sup>۲</sup> (۲۰۰۴) بر روی نظام‌های رسانه‌ای پیدا کرد. در حالی که خلاصه کردن این مدل مشکل است، تراسلی این است که روابط رسانه - سیاست را می‌توان به نحو احسن با نگاه کردن به سه نوع سیستم سیاسی ایده‌آل، سیستم رسانه‌ای ایده‌آل و روابط میان آن‌ها درک کرد. سه نوع سیستم سیاسی/رسانه‌ای عبارت‌اند از: مدل مدیترانه‌ای یا پلورالیست قطبی<sup>۳</sup>، مدل کورپوراتیست دموکراتیک یا اروپای شمالی/مرکزی<sup>۴</sup>؛ و مدل آتلانتیک شمالی یا لیبرال<sup>۵</sup>.

روش هالین مینسینی (۲۰۰۴) تلاش می‌کند تا سه معیار بحث شده برای حرکت به سمت یک نظریه جامع‌تر را برقرار کند. نخست، متغیرهای سیاسی و رسانه‌ای را در همان مدل یکپارچه می‌کند. دوم، مؤلفان یک روش به شدت مقایسه‌ای را برای موضوع به کار می‌گیرند و چشم‌انداز ملی، محور روش کلی آن‌ها است. در نهایت، آن‌ها توضیح می‌دهند که برای توسعه نظام‌های رسانه‌ای مختلف، توضیحات تاریخی وجود دارد.

به هر حال می‌توان بحث کرد که مزیت عمده این سهم مهم نیز چیزی درباره یک کمبود و فقدان را به ما می‌گوید. تأکید بر روی رابطه بین نظام‌ها و رسانه‌های سیاسی ممکن است منجر به این شود که برخی افراد از این موضوع چشم‌پوشی کنند که محیط‌های رسانه‌ای چگونه می‌توانند در نظام‌های سیاسی مشابه تغییر کنند. برخلاف تأثیری که نظام‌های سیاسی می‌توانند بر روی

1. Human Rights
2. Hallin And Mincini
3. Mediterranean Or Polarized Pluralist Model
4. The North/Central Europe Or Democratic Corporatist Model
5. The North Atlantic Or Liberal Model

هنجارها و روال‌های رسانه‌ای داشته باشند، فاکتورهای اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، تاریخی و تکنولوژیکی معین نیز می‌توانند بر روی چگونگی ساخت روایت‌های خبری توسط روزنامه‌نگاران تأثیر بگذارند. همچنین تمرکز مستقیم بر روی تأثیری که محیط‌های رسانه‌ای بر روی ساخت اخبار و فاکتورهای سهمیم در این تفاوت‌ها دارند، مهم است.

### تئوری‌های تحریف اخبار

مجموعه دوم از بنیان‌های سیاست - رسانه - سیاست، از محققانی می‌آید که با شیوه‌های متفاوتی سروکار دارند که در آن‌ها، رسانه‌ها واقعیت‌های سیاسی را به محصولی به نام خبر تبدیل می‌کنند. محققان ارتباطات سیاسی، توافق دارند که هیچ شکلی از اخبار نمی‌تواند یک دیدگاه کامل و دقیق از دنیای سیاسی ارائه دهد. یکی از تم‌های مشترک این مجموعه تحقیقات این است که زمانی که سیاست به اخبار تبدیل می‌شود یک تحریف غیرقابل اجتناب وجود دارد و برخی مواقع، تأثیر قطعی بر روی پروسه سیاسی دارد. یک شکل از تحریف که توجه زیادی را به خود جلب کرده است را می‌توان «تعصب (تبعیض) بازرگانی»<sup>۲</sup> نامید (ولفسفلد، ۲۰۱۱). این عبارت به تمامی شیوه‌هایی اطلاق می‌شود که در آن‌ها، روزنامه‌نگاران اطلاعات را باهدف جذب مخاطب تا حد ممکن گردآوری و بسته‌بندی می‌کنند. درحالی‌که شیوه‌های زیاد دیگری وجود دارد که در آن‌ها، روزنامه‌نگاران واقعیت‌های سیاسی را تبدیل می‌کنند، این دیدگاه ویژه از تحقیقات، مبنای مفیدی را برای درک بهتر اصول سیاست - رسانه - سیاست فراهم می‌کند که در ادامه توسعه داده شده‌اند.

یک مضمون متناوب از این ادبیات این است که روزنامه‌نگاران دارای یک علاقه محرز به سرگرم‌کننده کردن اخبار هستند. این رویه عموماً برنامه‌های اطلاع‌رسانی - سرگرم‌کننده<sup>۳</sup> نامیده می‌شود (اندرسون<sup>۴</sup>، ۲۰۰۴، برندتس<sup>۵</sup>، ۱۹۹۸، دلی، کارپینا و ویلیامز<sup>۶</sup>، ۲۰۰۱، موی، زنوس و هس<sup>۷</sup>، ۲۰۰۵، تاسو<sup>۸</sup>، ۲۰۰۸). برخی اظهار می‌کنند که این تأکید، دنیای سیاست را به چیزی شبیه به یک

1. Distortion
2. Commercial Bias
3. Infotainment
4. Anderson
5. Brants
6. Delli, Carpini & Williams
7. Moy, Xenos, & Hess
8. Thussu

شو (نمایش) واقعیت تبدیل می‌کند. درام تقریباً یک عنصر کلیدی در تمامی گزارش‌های خبری است و دارای یک تأثیر بر روی هر جنبه از فرایند تولید اخبار می‌باشد و شامل این است که روزنامه‌نگاران بر روی چه بخش‌هایی از یک داستان تکیه کنند یا آن را کمرنگ کنند و داستان چگونه روایت شود. همانند دیگر اشکال تعصب (تبعیض) بازرگانی، میزان احساسات بسته به زمان، فرهنگ و رسانه تغییر می‌کند. درک اینکه چنین تفاوت‌هایی چگونه بر روی نقش رسانه‌ها در سیاست تأثیر می‌گذارد یک گام ضروری دیگر برای پیشرفت در میدان است.

یک سری از مجموعه تحقیقات مرتبط با این زمینه در مورد شیوه‌هایی بحث می‌کنند که در آن‌ها، رسانه‌های خبری عموماً از یک «چهارچوب استراتژیک»<sup>۱</sup> برای پوشش سیاست استفاده می‌کنند (کاپلا و جیمیسون<sup>۲</sup>، ۱۹۹۷، دی وریس و سمتکو<sup>۳</sup>، ۲۰۰۲، هالین<sup>۴</sup>، ۱۹۹۲، هالیهان<sup>۵</sup>، ۲۰۱۰، موتز<sup>۶</sup>، ۱۹۹۵، پترسون<sup>۷</sup>، ۱۹۹۴، ولنتینو، بک من و بوهر<sup>۸</sup>، ۲۰۰۱). یکی از مهم‌ترین کارها در این سنت به وسیله کاپلا و جیمیسون (۱۹۹۶ و ۱۹۹۷) انجام شد که در مورد درجه تمرکز گزارش‌های خبری بر روی برنده‌ها و بازنده‌ها بحث کردند و تمایل داشتند از زبان جنگ، بازی‌ها و رقابت استفاده کنند. آن‌ها بحث کردند که این تأکید منجر به این شده است که روزنامه‌نگاران توجه کمتری را به موضوعات اساسی و واقعی، به‌ویژه در کارزارهای انتخاباتی اختصاص دهند. کاپلا و جیمیسون همچنین ادعا کردند که این تأکید منجر به سطح بالاتری از فلسفه (مکتب کلیون)<sup>۹</sup> در میان عموم مردم شده است. نوریس<sup>۱۰</sup> (۲۰۰۰) با این دیدگاه مخالفت کرد و شواهدی را فراهم آورد که با برخی استثنائات نشان داد که افرادی که بیشترین اخبار را دریافت می‌کردند در واقع آن‌هایی بودند که بالاترین سطح از اطمینان و مشارکت سیاسی را داشتند.

ساختار بندی استراتژیک به صورت جزئی‌تر در زیر بحث شده است. فعلاً بر شمردن سه نکته که از این مجموعه ادبیات ظاهر می‌شوند کفایت می‌کند. رسانه‌های خبری اغلب رویدادهای سیاسی

1. Strategic Frame
2. Cappella And Jamieson
3. De Vreese & Semetko
4. Hallin
5. Hollihan
6. Mutz
7. Patterson
8. Valentino, Beckmann, & Buhr
9. Political Cynicism
10. Norris

را به گونه‌ای پوشش می‌دهند که سبک به جای موضوع، اولویت بیشتری دارد. دوم، چنین تأکیدهایی گاهی می‌تواند بر روی فرایندهای سیاسی و عموم مردم تأثیرگذار باشد. سوم، احتمال دارد میزان به کارگیری چهارچوب‌های استراتژیک به وسیله رسانه‌های مختلف به مرور زمان و با شرایط تغییر کند.

مجموعه نهایی ادبیاتی که در این سنت درباره تحریف اخبار می‌آید، اکثراً به نقش رسانه‌ها در فرایندهای صلح علاقه‌مندند (هکت<sup>۱</sup>، ۲۰۰۶، هانیتش<sup>۲</sup>، ۲۰۰۴، لینچ و ام سی گلتریچ<sup>۳</sup>، ۲۰۰۵، شيفر و دویر-گویرسمن<sup>۴</sup>، ۲۰۱۰، ولفسفلد، ۲۰۰۴، ولفسفلد، الیمی و کایلانی<sup>۵</sup>، ۲۰۰۷). مضمون اصلی که از این ادبیات بیرون می‌آید این است که تعارض و خشونت بسیار کمتر از هر تلاشی برای صلح و سازش ارزش خبری دارد. گذشته از تمام این‌ها، تعارض محور تمام خبرها است و هرچه رویداد خونی‌تر باشد، برجستگی روایت بیشتر می‌شود. به خاطر این تقدم، رهبران به این نتیجه می‌رسند که بسیج رسانه‌ها برای جنگ، آسان‌تر از صلح است.

می‌توان همین نکته را در مورد میزان توجه زیاد روزنامه‌نگاران به جنایت‌خشن به کاربرد. جوامعی که در حالت پیوسته ترس قرار دارند احتمال بیشتری دارد که از محکومیت‌های شدیدتر جنایت‌کاران حمایت کنند. آن‌هایی که برای دیدگاهشان نسبت به واقعیت، به رسانه‌های خبری وابسته‌اند (به ویژه رسانه‌های خبری احساس‌گرا<sup>۶</sup>)، در دنیای ترسناکی زندگی می‌کنند. همانند فرایندهای صلح، روایات در مورد اصلاح یا توان‌بخشی یا دیگر رویه‌های ابتکاری برای بررسی جنایت، احتمال کمتری دارد که در اخبار مورد توجه قرار گیرند.

جالب است که این شکل ویژه از تحریف خبری، نسبت به دیگر اشکال ذکر شده در بالا توجه بسیار کمتری را در میان محققان ارتباطات سیاسی به خود جلب کرده است. اگرچه، عواقب سیاسی و اجتماعی چنین روال‌های خبری ممکن است حتی از موارد مربوط به پوشش استراتژیک کارزارهای انتخاباتی هم بیشتر باشد. فکر کردن در مورد این شکل از تعصب بازرگانی<sup>۷</sup> همچنین دارای مزیت‌های نظری (تئوریک) هم می‌باشد. درحالی که برخی تفاوت‌های فرهنگی وجود دارد،

1. Hacket
2. Hanitzsch
3. Lynch & Mcgoldrick
4. Sheaffer & Dvir-Gvirsman
5. Alimi & Kailani
6. Sensationalist
7. Commercial Bias

تأکید بر روی تعارض در سراسر جهان ارزش خبری بیشتری نسبت به اشکال دیگر دارد؛ بنابراین، تأکید رسانه‌ها بر روی تعارض و خشونت، دارای پتانسیل فراهم کردن شواهد مهم در مورد این موضوع است که رسانه‌های خبری چگونه می‌توانند دارای یک تأثیر مستقل بر روی نقش رسانه‌ها در سیاست (گذشته از هر تأثیر دیگری که بتواند به اثرات بستر سیاسی برگردد) باشند.

### اصل سیاست - رسانه - سیاست

تکرار دو ادعای محوری اصل سیاست-رسانه-سیاست بر روی تئوری‌ها و روش‌های بحث شده که قبلاً ارائه شده‌اند، لازم است. نخستین ادعا این است که نقش رسانه‌ها در فرایندهای سیاسی را بتوان به نحو احسن از طریق چرخه‌ای درک کرد که در آن، نوسانات در محیط سیاسی منجر به نوسانات (تغییرات) در جریان رسانه‌ای می‌شوند و در عوض این منجر به نوسانات بیشتر در محیط سیاسی می‌شود. دوم، رسانه‌ها می‌توانند نقش مستقلی را در پروسه‌های سیاسی بازی کنند و این به خاطر توانایی آن‌ها برای تبدیل واقعیت‌های سیاسی به روایت‌های خبری است که گاهی می‌تواند تأثیر چشمگیری بر روی پیامدهای سیاسی داشته باشد.

ادعای نخست از تئوری‌های بستر سیاسی گرفته شده است و این با این بحث لحاظ شده که درک نقش رسانه‌ها می‌بایست همیشه با در نظر گرفتن محیط سیاسی حول آن‌ها شروع شود. ادعای دوم، ریشه در آنچه دارد که روش تحریف خبری نامیده می‌شود. اولویت‌های سرمقاله، دنیای سیاسی را به شیوه‌هایی تبدیل می‌کنند که در جهت منافع حرفه‌ای روزنامه‌نگاران باشند. مدعای دیگر به این حقیقت اشاره می‌کند که این تبدیلات می‌توانند گهگاه تأثیرات مهمی بر روی پروسه سیاسی داشته باشند.

برخلاف این اعتقاد نظری به کار پیشین، اصل سیاست-رسانه-سیاست دارای ویژگی‌های منحصر به فردی است که برای جلو بردن بحث طراحی شده‌اند. نخست، با ارجاع به پروسه سیاست-رسانه-سیاست به عنوان یک چرخه مداوم، آن به ما یادآوری می‌کند که نه تنها به چگونگی واکنش رسانه‌ها و تبدیل آنچه در محیط سیاسی اتفاق می‌افتد، بلکه به این موضوع هم نگاهی بیندازیم که هر کدام از این‌ها دارای تأثیر مهمی بر روی جهان سیاست هست یا خیر. در ارتباط با این، اصل سیاست-رسانه-سیاست بر روی نیاز به تمرکز بر روی پروسه‌های سیاسی تمرکز می‌کند. نقش رسانه‌ها را تنها می‌توان به وسیله فکر کردن در مورد تغییراتی درک کرد که به مرور زمان رخ

می‌دهند. این حقیقت جنگ‌ها، روابط بین‌المللی، فرایندهای صلح، فرایندهای سیاسی، کارزارهای انتخاباتی و مناقشات مداوم بر سر موضوعات سیاسی است. دنیای سیاسی در حرکت پیوسته است و میزان و نوع تأثیری که رسانه‌ها بر روی چنین فرایندهایی دارند بسته به زمان و شرایط تغییر می‌کند. این بحث در دو قسمت ارائه می‌شود. بخش نخست منطق و شواهدی را برای این ادعا فراهم می‌کند که در آن سیاست اولویت دارد و هر تأثیر رسانه‌ای می‌بایست به صورت اثر متعاقب در نظر گرفته شود. بخش دوم در مورد شیوه‌هایی صحبت خواهد کرد که در آن‌ها رسانه‌ها، رویدادهای سیاسی را به اخبار تبدیل می‌کنند و یا در مورد اینکه این موضوع چگونه گاهی بر روی فرایندهای سیاسی تأثیرگذار است. بخش نهایی در مورد برخی استثنائات اصل سیاست- رسانه-سیاست صحبت می‌کند.

### سیاست اولویت دارد

بخش نخست اصل سیاست- رسانه-سیاست بر روی این تأکید می‌کند که هر کس که می‌خواهد نقش رسانه‌ها را در هر پروسه سیاسی درک کند می‌بایست با بررسی محیط سیاسی کار خود را شروع کند که در آن کار می‌کنند. محیط سیاسی را می‌توان به صورت یک سری اعتقادات جمعی و فردی انباشته، تعاملات و رفتارهای مرتبط با موضوعات سیاسی در یک محیط و زمان خاص تعریف کرد. این یک مفهوم «کلان»<sup>۱</sup> است که به «موقعیت» سیاسی برمی‌گردد. زمان فکر کردن بز تأثیر محیط سیاسی بر روی پوشش خبری، در نظر گرفتن تغییرات سیاسی بلندمدت و کوتاه مدت به صورت هم‌زمان مفید است. این همان چیزی است که ایوانگار و کیندر<sup>۲</sup> (۱۹۸۷) آن را «فحوای زمان»<sup>۳</sup> نامیدند. هنگام فکر کردن در مورد تأثیر محیط سیاسی در پوشش خبری، هر دو تغییرات بلندمدت (مانند پایان جنگ سرد) و تغییرات کوتاه مدت (به عنوان مثال، اختلاف بین روسیه و ایالات متحده بر چگونگی مقابله با یک درگیری خاص) مفید است.

یک نقطه شروع خوب برای بحث در مورد تغییرات در جو سیاسی این است که پوشش موضوعات اجتماعی عمده به مرور زمان چگونه تغییر می‌کند. برای مثال، روش تحت تأثیر قرار گرفتن پوشش رسانه‌ها به وسیله تغییرات در این موضوع را در نظر بگیرید که موضوعات

1. Macro

2. Iyengar And Kinder

3. The Tenor Of The Times

چهارچوب رسانه‌ای چگونه با نژاد، جنسیت و همجنس‌بازی ارتباط پیدا می‌کنند (آوارهام<sup>۱</sup>، ولفسفلد و ابورایا<sup>۲</sup>، ۲۰۰۰، آوارهام، ۲۰۰۳، بیرلی<sup>۳</sup>، ۲۰۰۸، کن<sup>۴</sup>، ۱۹۸۸، فرست<sup>۵</sup> و آوارهام، ۲۰۰۳، فریمن<sup>۶</sup>، ۲۰۰۱، ترکیلدسن و دامور<sup>۷</sup>، ۱۹۹۹). روزنامه‌نگاران غربی این گونه نبودند که یک روز صبح بیدار شوند و پوشش این موضوعات را تغییر دهند. در هر کدام از این موارد، فعالان اولیه با چالش‌های فراوانی در کسب پوشش‌های خبری دلسوزانه مواجه بودند. با تغییر جو سیاسی، روزنامه‌نگاران تمایل بیشتری به پذیرش این موضوع پیدا کردند که این گروه‌ها و چهارچوب‌های خبری، شروع به تغییر کردند.

حداقل سه مکانیسم هستند که شرح می‌دهند رسانه‌های خبری چگونه چنین تغییراتی را در جو سیاسی منعکس می‌کنند. مورد نخست این است که تعداد روزافزونی از منابع الیت (نخبه) شروع به ارتباط دادن این موضوعات به صورت‌های متفاوت کردند. برای مثال مجدداً موضوعات مربوط به برابری و حقوق بشر را در نظر بگیرید. تمایل فزاینده سیاستمداران لیبرال‌تر، فعالان اجتماعی و دیگر صاحب‌نظران برای حمایت واضح از چنین مبانی بدان معنا بوده است که دیدگاه‌های روبه‌جلو غالباً در پوشش خبری ظاهر شده‌اند.<sup>۸</sup> مکانیسم دیگر این است که خود روزنامه‌نگاران اهداف مهمی برای چنین جنبش‌هایی هستند و بسیاری در مورد برحق بودن آن مبانی متقاعد شده‌اند. یک توضیح دیگر به مخاطب مربوط می‌شود. گزارشگران و ویراستارها همیشه به منش‌ها و تعصبات مخاطبانشان حساس بوده‌اند. (برای نمونه بنگرید به (چانگ و دراک من<sup>۹</sup>، ۲۰۰۷)). نوشتن یک داستان به نفع ازدواج همجنس‌گرایان در سال ۱۹۷۰، نسبت به امروز واکنش متفاوت تری را به دنبال خواهد داشت.

1. Avraham

2. Aburaiya

3. Byerly

4. Kane

5. First

6. Freeman

7. Terkildsen &amp; Damore

8. مطالعه این فرایندها اغلب به‌عنوان «Frame Building» نامیده می‌شود. برای مثال، Hanggli (2012) و Zhou &amp; Moy (2007) را ببینید. (مؤلف)

9. Chong &amp; Druckman

تغییرات در جو دیدگاه‌ها نیز بر روی رسانه‌های سرگرمی تأثیرگذار بوده است (ویلیامز و دلی کارپینا، ۲۰۱۱، فرانکلین<sup>۱</sup>، ۲۰۰۶). در اینجا نیز بیشتر سرمایه‌داران، تولیدکنندگان و تبلیغ‌کنندگان می‌بایست حساسیت‌های مخاطبین بالقوه خود را در نظر بگیرند. به‌ویژه این احتمال وجود دارد که این موضوع در مورد برنامه‌های تلویزیونی دسته اول ساختگی، صدق کند. نویسندگان و تولیدکنندگان چنین داستان‌هایی ممکن است برخی اوقات اندکی «جلوتر از منحنی»<sup>۲</sup> روی این نوع موضوعات توجه داشته باشند؛ اما تمایل آن‌ها به ایجاد برنامه‌هایی که ایجاد می‌کنند (برای مثال کاراکترهای همجنس‌باز محور) به وضوح با جو کلی عقیده در ارتباط است.

یک شیوه دیگر برای فکر کردن در مورد این فرایند، بازگشت به تصور چهارچوب‌های خبری است (چانگ و دراک من، ۲۰۰۷، انتمن<sup>۳</sup>، ۲۰۰۷، شفل و تیوکسبری<sup>۴</sup>، ۲۰۰۷). با تغییر محیط سیاسی حول یک موضوع خاص، رسانه‌های خبری غالباً از به‌کارگیری یک تک چهارچوب خبری برجسته فاصله می‌گیرند و شروع به ارتباط به موضوع به صورت رقابتی یا مجادله‌ای می‌کنند. دو یا چند چهارچوب ظاهر می‌شوند که می‌توانند تأثیر زیادی بر روی پوشش خبری داشته باشند. گمسون و مودی گلپانی (۱۹۸۹) یک توضیح عالی برای این فرایند در تحقیقات خود بر روی تغییر چهارچوب‌های رسانه‌ای قدرت هسته‌ای در ایالات متحده فراهم کردند. در سال‌های اولیه پس از جنگ جهانی دوم، انرژی هسته‌ای به صورت یک نور به شدت مثبت دیده شد؛ تقریباً هیچ داستان منفی در مورد رآکتورهای هسته‌ای وجود نداشت. گمسون و مودیگلپانی (۱۹۸۹) این چهارچوب رسانه‌ای مثبت را «پیشرفت» نامیدند. آن‌ها بحث کردند که کمبود چشم‌اندازهای جایگزین به شرح این موضوع کمک می‌کند که چرا یک حادثه هسته‌ای در سال ۱۹۶۶ در راکتوری در میشیگان، توجه رسانه‌ای اندکی را جلب کرد. نیویورک تایمز پنج هفته طول کشید تا داستان را گزارش کند و سپس آن را «رویداد ناگوار»<sup>۵</sup> نامید.

جو سیاسی در دهه ۱۹۷۰ شروع به تغییر کرد و این تا حدودی به خاطر تأثیر فزاینده جنبش ضد-هسته‌ای بود. در آن نقطه، چهارچوب‌های رقابتی در مورد قدرت هسته‌ای وجود داشت و

1. Franklin  
2. Ahead Of The Curve  
3. Entman  
4. Scheufele & Tewksbury  
5. Mishap



شامل موردی است که گمسون و مودیگیلانی آن را «فرار»<sup>۱</sup> نامیدند و بر اساس آن، تکنولوژی هسته‌ای از کنترل خارج می‌شد و می‌توانست به فاجعه منجر شود. یک نقطه عطف مهم در سال ۱۹۷۹ با ذوب جزئی هسته‌ای در پنسیلوانیا<sup>۲</sup> رخ داد. برخلاف آنچه رخ داد این حادثه توجه عمومی زیادی را جلب کرد و چهارچوب «فرار» شروع به حکمفرما شدن بر گفتمان رسانه‌ای کرد. تغییر سیاسی (نگرانی رو به رشد در میان نخبگان خاص در مورد خطرات انرژی هسته‌ای) منجر به تغییر رسانه‌ای (چهارچوب‌های خبری مختلف برای برخورد با این مسئله) شده بود. همچنین منطقی است که فرض کنیم افزایش تأکید رسانه‌ای بر روی خطرات توان هسته‌ای در تغییرات سیاست تأثیر داشت، زیرا ایالت‌های بسیاری تصمیم گرفتند ساخت راکتورهای هسته‌ای را متوقف کنند. در این صورت، تأثیرات بعدی بر روی سیاست دولت یک مثال ایده‌آل از مرحله بعدی (نه الزاماً نهایی) در چرخه سیاست-رسانه-سیاست خواهد بود.

مثال انرژی هسته‌ای همچنین این حقیقت را برجسته کرد که هنگام بحث در مورد تغییرات در عملکرد رسانه‌ای، مهم است که نگاهی به رسانه‌های سرگرمی بیندازیم. در یک اتفاق عجیب، فیلم «سندرم چینی»<sup>۳</sup> ۱۲ روز پیش از حادثه پنسیلوانیا بیرون آمد. از طرف دیگر، یک تصادف کامل هم نبود. هر دو نوع رسانه به صورت هم‌زمان به تغییرات محیط سیاسی حول انرژی هسته‌ای واکنش نشان می‌دادند.

یکی از بهترین مثال‌های چرخه سیاست-رسانه-سیاست از مطالعه غنی باوم گارتنر، دی بوف و بویدستون (۲۰۰۸) در مورد چارچوب‌بندی مجدد اعدام در ایالات متحده حاصل شد. ادعای آن‌ها این است که آن‌هایی که با مجازات اعدام مخالف بودند می‌توانستند یک گفتمان جدید قدرتمند برای گفتمان سیاسی به نام چهارچوب «بی‌گناهی»<sup>۴</sup> معرفی کنند. چهارچوب بی‌گناهی این ایده را ارتقا می‌دهد که دولت می‌بایست استفاده از مجازات اعدام را متوقف کند؛ زیرا افراد بی‌گناه کشته می‌شدند. اگرچه زمان زیادی طول کشید، اما توانایی فعالان برای کاربرد این چهارچوب در رسانه‌ها تأثیر زیادی بر روی چارچوب‌بندی جنجال مجازات اعدام در اخبار داشت.

1. Runaway
2. Pennsylvania.
3. The China Syndrome
4. Innocence

مجازات اعدام همیشه در ایالات متحده چالش برانگیز بوده است. طی سال‌ها، بسیاری از بحث‌های حول این مناقشه درباره سؤالات قانونی، مفاهیم اخلاقیات و بازداری تمرکز داشتند. مطرح شدن چهارچوب جدید با یک گروه اختصاصی از پروژه‌های کمک قانونی<sup>۱</sup> در شیکاگو و نیویورک در دهه ۱۹۸۰ شروع شد. پروژه‌ها به تیرئه زندانیان بی‌گناهی اختصاص داشت که خود را در صف مرگ (اعدام) می‌دیدند. پیشرفت‌ها در تحقیقات دی‌ان‌ای مطمئناً در میان تغییراتی بودند که تیرئه این افراد را راحت‌تر کردند. با این وجود، محققان دریافتند که جابجایی در توجه عمومی در جهت سؤال بی‌گناهی، یک دهه کامل طول کشید. در حفظ اصل سیاست- رسانه- سیاست، جابجایی «پس از ارتباط نیروهای سیاسی در آن جهت» رخ داد (باومگارتر، دی بوف و بویدستون، ۲۰۰۸).

باومگارتر و دیگران، توضیح دادند که تغییرات در توجه اخبار و چهارچوب‌ها، یک عنصر اساسی در این فرایند بود. تحلیل محتوای گسترده آن‌ها از پوشش رسانه‌ها نشان می‌دهد که پس از یک افزایش سریع در چهارچوب بی‌گناهی در طول دهه ۱۹۹۰ این چهارچوب شروع به «حکم‌فرمایی بر این مناقشه»<sup>۲</sup> کرد. (ص ۱۳۷) یکی از عواقب این تغییر این است که زندانی‌های تیرئه شده، ارزش خبری بیشتری یافته‌اند. در حالی که تعداد تیرئه‌شدگان نیز در سال ۱۹۹۰ تا حدودی افزایش یافت، میانگین سالانه داستان‌های خبری ۲۴ برابر شد. در سال ۲۰۰۵ (آخرین سالی که محققین اطلاعات را جمع‌آوری کردند) «تعداد متوسط روایاتی که یک شخص تیرئه شده از صف مرگ، احتمال دارد به آن‌ها برسد سیزده برابر تعداد روایاتی است که یک شخص تیرئه شده در چهارچوب پیش-بی‌گناهی می‌توانست انتظار داشته باشد». (ص ۹۷) همان‌طور که مؤلفان گفتند: «چیزی تغییر کرد و آن واقعیات نبود. امروزه، تیرئه‌شدگان نسبت به زمانی که جنبش بی‌گناهی شروع شد ارزش خبری بیشتری پیدا کرده‌اند». (ص ۹۷)

سپس مؤلفان نشان دادند که افزایش برجستگی چهارچوب بی‌گناهی در رسانه‌ها دارای یک تأثیر عمده بر روی سیاست‌های عمومی و عقیده عمومی بود. در حالی که نیروهای دیگری در کار بودند (برای مثال کاهش نرخ خودکشی<sup>۳</sup>)، مؤلفان به صورت متقاعدکننده شرح دادند که تغییر در

1. Legal Aid Innocence Projects  
2. Dominate The Debate  
3. Declining Homicide Rate

پوشش رسانه‌ها نیز در این تغییر سهمیم بود. این اثر دوم، از تأثیرات متعاقب پوشش رسانه‌ها بر روی محیط سیاسی حمایت می‌کند: «تغییرات در جریان رسانه‌ای منجر به تغییرات بیشتر در محیط سیاسی شدند.» تغییر با فعالان سیاسی شروع شد که برای تغییر عقیده عموم کار می‌کردند؛ سپس رسانه‌ها وارد این تغییر جو شدند و با تأکید بر روی این چهارچوب جدید نقش خود را ایفا کردند. تمامی این‌ها یادآور آن چیزی بود که در چهارچوب‌بندی مجدد مجادله بر سر انرژی هسته‌ای اتفاق افتاد. با برجسته شدن چهارچوب «فرار» روایاتی در مورد حادثه‌های هسته‌ای، ارزش خبری بیشتری پیدا کردند تا خوراک بیشتری را برای جنبش‌های ضد هسته‌ای فراهم کند. چنین تغییراتی در چهارچوب‌های جدید، فضا و زمان را برای انواع معینی از روایت ایجاد کردند که در عوض این‌ها نیز بر روی گفتمان عمومی و حداقل در برخی موارد بر روی سیاست عمومی تأثیر دارند. درحالی‌که باومگارتنر و دیگران (۲۰۰۸) هیچ شناختی از اصل سیاست-رسانه-سیاست نداشتند، خلاصه مباحث آن‌ها، یک شرح ایده‌آل از اعتبار آن‌ها را فراهم می‌آورد. آن‌ها نتیجه می‌گرفتند که فعالیت‌های جنبش بی‌گناهی منجر به «جابه‌جایی در تمرکز مناقشه مجازات اعدام شد... عواقب این رویدادها و چهارچوب‌بندی رسانه‌ای... اساساً اما به آهستگی برای تغییر عقیده عمومی و همچنین سیاست عمومی» می‌شود. (ص ۲۱۴)

### اصل سیاست - رسانه - سیاست و نقش رسانه‌ها در جنگ و صلح

اصل سیاست - رسانه - سیاست همچنین می‌تواند در درک نقش رسانه‌ها در گفتمان جنگ‌ها و فرایندهای صلح به ما کمک کند. یکی از سازگارترین یافته‌ها در این مجموعه از ادبیات در مورد رابطه بین اجماع نخبگان در حمایت از جنگ و چهارچوب‌های رسانه‌ای جنگ است (بنت، ۱۹۹۰، بنت، لاورنس و لیویدگستون، ۲۰۰۷، انتمن، ۲۰۰۳، هالین، ۱۹۸۹، مرمین<sup>۱</sup>، ۱۹۹۹، رابینسون<sup>۲</sup>، ۲۰۰۱، وافس فلد، ۱۹۹۷). اولین تحقیق مهم در مورد این موضوع، مطالعه هالین (۱۹۸۷) بر روی نقش رسانه‌ها در جنگ ویتنام بود. برخلاف خرد عمومی، رسانه‌های ایالات متحده به شدت از جنگ در سال‌های اولیه آن حمایت می‌کردند. آن‌هایی که با جنگ مخالف

1. Mermin  
2. Robinson

بودند آزاد در نظر گرفته می‌شدند و باتوجه به چهارچوب «جنگ سرد»، جای تعجب داشت اگر رسانه‌های آمریکایی یک موضع دیگر می‌گرفتند.

پس چه چیزی تغییر کرد؟ به‌خاطر اینکه ویتنام اولین جنگی بود که تلویزیونی شد، قابل‌درک است که بسیاری از مفسران اولیه در کاهش حمایت جنگ برای تکنولوژی جدید سهم بودند.<sup>۱</sup> به‌رحال هالین بحث کرد که رسانه‌های آمریکایی در واقع به تغییرات در اجماع نخبگان واکنش نشان می‌دادند. هنگامی که جنگ ادامه پیدا کرد، تعداد فزاینده‌ای از منابع «معتبر» شروع به پرسش در مورد این موضوع کردند که آیا می‌توان در این جنگ پیروز شد؟ همان‌طور که هالین آن را توصیف کرد، مسئله جنگ ویتنام از «حوزه اجماع»<sup>۲</sup> به «حوزه جدال مشروع»<sup>۳</sup> حرکت کرد. نشانه‌ای که به ما می‌گوید مسئله‌ای بحث‌برانگیز شده زمانی است که امر حاضر نیاز به دعوت از طرفین مختلف برای بحث در مورد مسئله دارد.

ولفسفلد (۱۹۹۷) نتیجه مشابهی در مورد تأثیرات متفاوت کنشگران در مورد پوشش رسانه‌ای جنگ نشان داد. یکی از ویژگی‌های جالب جنگ خلیج فارس سال ۱۹۹۱، برخلاف بسیاری از درگیری‌ها، توافق ملی در حمایت از جنگ بود. و این نشان می‌دهد که تغییر در محیط‌های سیاسی همه در یک جهت حرکت نمی‌کنند. در دوران پیش از جنگ، رئیس‌جمهور جورج بوش مشکلات قابل توجهی در متقاعد کردن مجلس سنا برای تصویب تصمیم خود برای استفاده از نیروی نظامی در پاسخ به حمله صدام حسین به کویت داشت. رسانه‌های خبری این مشکلات را منعکس می‌کردند. مطالعه انتمن و پیچ<sup>۴</sup> (۱۹۹۴) دریافت که ۵۵ درصد سرمقاله‌های نیویورک تایمز و واشنگتن پست منتقد سیاست بوش و ۴۵ درصد حمایت‌کننده بودند.

تأکید بر نقش حیاتی که نخبگان سیاسی در این فرایند به‌عنوان منابع ممتاز بازی می‌کردند، مهم است. هنگامی که جنگ خلیج فارس آغاز شد، روزنامه‌نگاران قطعاً به گفتگو با رهبران سیاسی مخالف مداخله نظامی علاقه‌مند بودند. باین حال، هنگامی که نیروهای آمریکایی متحمل خسارت

۱ برخی معتقدند که کسانی که بر نقش رسانه‌های جدید در درگیری‌های سیاسی بیش‌ازحد موردتوجه قرار می‌دهند مرتکب اشتباه مشابهی می‌شوند (Wolfsfeld, Segev, And Sheaffer, 2013). (مؤلف)

2. Sphere Of Consensus  
3. Sphere Of Legitimate Controversy  
4. Entman And Page

شدند و به نظر می‌رسید که این عملیات موفقیت‌آمیز بود، تقریباً غیرممکن بود که رهبری پیدا کرد که مایل باشد در مخالفت با جنگ مصاحبه کند (ولفسفلد، ۱۹۹۷).

در مورد نقش رسانه‌ها در جنگ عراق که در سال ۲۰۰۰ آغاز شد، می‌توان به یک نکته مشابه اشاره کرد. ایده محوری کتاب بنت، لاورنس و لیوینگستون که آن را «وقتی مطبوعات ناکام می‌شوند»<sup>۱</sup> (۲۰۰۷) نامیدند در این زمینه است که مطبوعات آمریکا در نمایاندن شکست‌های بسیار ناشی از جنگ ناکام بودند. زیرا روزنامه‌نگاران بیش از حد وابسته به منابع رسمی بودند. نویسندگان معتقدند روزنامه‌نگاران باید توجه بیشتری به دیگر منابع معتبر داشته باشند و این چنین به قدرت (رهبران) خیره نشوند. با این حال، اینکه رهبران اپوزوسیون دموکرات زمان قابل توجهی را صرف کردند تا بتوانند علیه جنگ سخن بگویند، قابل ملاحظه است (ولفسفلد، ۲۰۰۸). واضح است، زمانی که رهبران دموکرات در برابر جنگ مقاومت کردند، این موضوع نیز به «حوزه اختلافات قانونی» وارد شد. در واقع، این امر در کمپین باراک اوباما در سال ۲۰۰۸، به نقطه عطف عمده‌ای بدل شد.

تحقیقات ولفسفلد (۲۰۰۴) در مورد نقش رسانه‌ها در روند صلح، شواهد مهمی در حمایت از سیاست-رسانه-سیاست فراهم می‌کند. این مطالعه، نقش رسانه‌ها در سه مناقشه را مورد بررسی قرارداد: روند «صلح اسلو»<sup>۲</sup> در میان اسرائیل و فلسطینی‌ها، روند صلح اسرائیل-اردن و روند صلح در ایرلند شمالی که در «توافق جمعه خوب ۱۹۹۸»<sup>۳</sup> به ثمر نشست. ولفسفلد استدلال کرد که ایده «تغییرات در محیط سیاسی» دیگر به تغییراتی که در طول زمان رخ می‌دهد، محدود نمی‌شود. این به تنوع در میزان حمایت از مسائل مختلف سیاست (مقایسه فرایند صلح اسلو و اردن) و تنوع بین فرهنگی (مقایسه آنچه در اسرائیل اتفاق افتاده با آنچه در ایرلند شمالی اتفاق افتاده است) اشاره دارد. با این حال، ادعای مرکزی همچنان همان است: تغییرات در محیط سیاسی با تغییرات در عملکرد رسانه ارتباط دارد و منجر به تغییرات بیشتر در محیط سیاسی می‌شود.

در حالی که روند صلح اسلو در اسرائیل بسیار بحث‌برانگیز بود، دو فرایند دیگر صلح، از حمایت قوی بهره می‌بردند. بدین گونه که توافق با فلسطینیان در کنست<sup>۴</sup> به ندرت مورد حمایت

1. When The Press Fails
2. The Oslo Peace
3. 1998 Good Friday Agreement
4. Knesset

قرار گرفت، اما توافق با اردن، حمایت فراوانی را به دست آورد. همان‌طور که در آراء مجمع ایرلند شمالی و در همه‌پرسی پس از امضای توافقنامه نشان داده شد، حمایت از توافق جمعه خوب نیز بسیار بالا بود (ولفسفلد، ۲۰۰۴). در هر سه مورد، اختلافات در محیط‌های سیاسی، چهارچوب عمل رسانه‌های محلی را تقویت و منعکس می‌کند. رسانه‌های محلی به طور اغواکننده‌ای از روند صلح اردنی‌ها و ایرلندی‌های شمال پشتیبانی می‌کردند، درحالی‌که پوشش صلح اسلو ناهمگون بود.

شواهدی نیز وجود دارد که نشان می‌دهد این تفاوت‌ها در پوشش رسانه‌های مختلف در روند صلح مختلف، اثرات متعاقبی<sup>۱</sup> در محیط‌های سیاسی داشت. این شواهد در بحث بعدی ارائه خواهد شد که تأثیر اختلاف در محیط رسانه را نیز در نظر می‌گیرد.

### محیط سیاسی، رسانه‌ها و مبارزات انتخاباتی

تأثیر قابل توجه تغییر محیط سیاسی بر نقش رسانه‌ها نیز می‌تواند با نگاهی به تحقیقات در مورد «مبارزات انتخاباتی»<sup>۲</sup> درک شود. دو دلیل وجود دارد که بیان می‌کند این شواهد اضافی مهم است. اول، در مقایسه با نمونه‌های قبلی، با تغییرات کوتاه‌مدت در محیط‌های سیاسی سروکار دارد که می‌تواند بر روی پوشش رسانه‌ها تأثیر بگذارد. دوم آنکه، ما را قادر می‌سازد تا فضایی را بررسی کنیم که در آن بازیگران سیاسی، زمانی که خودشان را مطابق خواسته‌های رسانه‌ها می‌بینند به طور خاص ضعیف و آسیب‌پذیر ظاهر می‌شوند.

تحقیقات مرتبط با «زمینه‌چینی»<sup>۳</sup> جای مناسبی برای نشان دادن اساس منطقی سیاست-رسانه-سیاست می‌باشند (بالماس و شفر،<sup>۴</sup> ۲۰۱۰، دراک من،<sup>۵</sup> ۲۰۰۴، کلر و ولاک<sup>۶</sup>، ۲۰۰۶، شیوفل<sup>۷</sup>، ۲۰۰۷، شفر،<sup>۸</sup> ۲۰۰۵ و ۲۰۰۷). تبعات زمینه‌سازی همیشه به صورت «تأثیر رسانه‌ها» دیده می‌شود که طبق آن مسائلی که در رسانه‌های خبری بر آن‌ها تأکید می‌شود، زمانی که رأی‌دهندگان کاندیدای مختلف را مورد ارزیابی قرار می‌دهند، به یک معیار مهم بدل می‌شود. با این حال، این فرمول به

1. Subsequent  
2. Election Campaigns  
3. Priming  
4. Balmas & Shefer  
5. Kelleher & Wolak  
6. Scheufele

رسانه‌ها بیش از حد اعتبار می‌دهد و برای آنچه در محیط اطراف رخ می‌دهد، اهمیت کافی قائل نیست.<sup>۱</sup> دیدگاه سرمقاله‌ها برای تأکید بر یک مسئله خاص در دوران انتخابات، احتمالاً باید از دو منبع ممکن سرچشمه بگیرد. اول، می‌تواند ناشی از یک مجموعه دراماتیک از وقایع مانند بحران اقتصادی یا حمله تروریستی باشد؛ بنابراین، تقریباً یک توافق وجود داشته باشد که طبق آن، پس از بحران اقتصادی سال ۲۰۰۸، سؤال در مورد چگونگی نجات اقتصاد، به مسئله مهمی در مبارزات انتخاباتی ریاست جمهوری در آن سال بدل شد. دوم، دستور کار اخبار می‌تواند از یک اقدام تبلیغی موفقیت‌آمیز توسط یکی از مبارزات انتخاباتی نشأت بگیرد. دو مثال آن، موفقیت‌های جورج بوش، در (انتخابات) سال ۱۹۸۸ در مقابل مایکل دوکاسیس<sup>۲</sup> ناشی از ترویج این ایده «نرمی در جرم»<sup>۳</sup> (مندلبرگ<sup>۴</sup>، ۱۹۹۷، انسولابهر و لینگار<sup>۵</sup>، ۲۰۱۰) و نیز تبلیغات قایق تندرو استفاده‌شده علیه جان کری در مبارزات انتخاباتی ۲۰۰۴ (توماس<sup>۶</sup>، ۲۰۰۴، کمپیل<sup>۷</sup>، ۲۰۰۵). با این حال، در اینجا این طرح‌ها نه از روزنامه‌نگاران، بلکه از نامزدها و مشاوران آن‌ها بود. علاوه بر این، تصمیمات کمپین برای تأکید بر مسائل خاص، همیشه بر تشخیص آنچه که رأی‌دهندگان در آن زمان خاص به آن واکنش نشان می‌دهند، مبتنی است.

نکته اصلی که تاکنون بحث از آن موضوع دورمانده این است که هرگونه تلاش برای درک نقش رسانه‌ها در سیاست باید با در نظر گرفتن محیط سیاسی اطراف آن آغاز شود. این امر در مورد تغییرات سیاسی در مورد مسائل مهم عمومی، از جمله وقوع جنگ و روند صلح، به طور خاص صحیح است. به نظر می‌رسد شواهد یا منطق کمی برای نشان دادن هر یک از تغییرات مهم بحث شده توسط رسانه‌ها در بالا وجود دارد. همین را می‌توان در مورد تصمیمات گرفته‌شده توسط نامزدهای سیاسی بیان کرد که راهبردها و تاکتیک‌هایی را که در یک زمان و مکان خاص به بکار

۱. گابریل لزز (Gabriel Lenz, 2009) یکی دیگر از محققانی است که با پنداشته‌ای رایج در مورد اثر زمینه‌چینی مشکل دارد. او شواهد قانع‌کننده‌ای ارائه می‌دهد که وقتی محققان اثرات زمینه‌چینی را پیدا می‌کنند، آن‌ها این واقعیت را نادیده می‌گیرند که افراد ممکن است به‌سادگی درباره موقعیت‌های احزاب یا نامزدها بیشتر یاد بگیرند و سپس موقعیت حزب یا نامزد مورد نظر خود را به‌عنوان موقعیت خودشان تطبیق دهند. اگر چنین است، این پیشنهاد که سیاستمداران از رسانه‌ها برای اطلاع دادن به رأی‌دهندگان استفاده می‌کنند، مطابق با رویکرد PMP در آن ادعا در مورد اثرات رسانه‌های مستقل گمراه‌کننده است. (مؤلف)

2. Michael Dukakis

3. Soft On Crime

4. Mendelberg

5. Ansolabehere & Iyengar

6. Tomas

7. Campbell

می‌گیرند. گرچه استثنائاتی وجود دارد، مثلاً مهم‌ترین تأثیر رسانه‌ها زمانی اتفاق می‌افتد که به اقدامات سیاسی و حوادث واکنش نشان می‌دهند.

### قدرت متحول‌کننده رسانه‌ها

در اینجا بحث به دومین جزء اساسی اصل سیاست- رسانه- سیاست می‌پردازد: رسانه‌ها به دلیل توانایی آن‌ها در تبدیل واقعیت‌های سیاسی به داستان‌های خبری، می‌توانند تأثیر مستقلی بر فرایندهای سیاسی داشته باشند. این بخش از استدلال، ادعا می‌کند که علی‌رغم هر آنچه در بالا بحث شد، رسانه‌های خبری می‌توانند تأثیر مستقلی بر فرایندهای سیاسی داشته باشند. باتوجه‌به اینکه چنین اثراتی هرگز در خلأ سیاسی اتفاق نمی‌افتد، آن‌ها قطعاً ارزش مطالعه و تحلیلی دارند. این امر مهم است که با تأکید بر تأثیر متفاوت رسانه‌های مستقل بر یک‌روند سیاسی مشخص، در زمان و شرایط مشخص آغاز کنیم (ولفسلد، ۱۹۹۷). مطمئناً فرایندهای سیاسی وجود دارد که در آن رسانه‌های خبری در نتیجه نهایی نقش مهمی ایفا می‌کنند. در سایر فرایندها، یا میزان تحریف<sup>۱</sup> نسبتاً بی‌اهمیت است یا تأثیر کلی داستان‌های خبری بر سیاست، ناچیز است. تحقیق در این زمینه باید تلاش کند تا شرایطی را آشکار سازد که رسانه‌های خبری را در کنار این حلقه نظری نشان دهند.

همچنین مهم است که بر مشکلات مربوط به صحبت کردن در مورد «رسانه‌ها» تأکید داشته باشیم. به‌عنوان مثال، برخی از ارگان‌های خبری آشکارا «احساس‌گرا» تر (جنجالی) (اسر<sup>۲</sup>، ۲۰۰۹، سمِتکو و وکنبرگ<sup>۳</sup>، ۱۹۹۹، زلیزر<sup>۴</sup>، ۲۰۰۹) از دیگران هستند. هرگونه تجزیه و تحلیل جدی، محققان را ملزم می‌کند که میزان اهمیت رسانه‌های خبری را در هر زمینه، چه از لحاظ «میزان انتشار» و چه از نظر تأثیر بالقوه آن‌ها بر نخبگان، بررسی کنند.

راه‌حل این مشکل آن است که در مورد ماهیت محیط رسانه در یک‌زمان و مکان خاص پرسیده شود. مفهوم «محیط رسانه‌ای» به مجموع اعتقادات، ارزش‌ها و روال‌های حرفه‌ای اشاره دارد که روزنامه‌نگاران در ساختن داستان‌های خبری استفاده می‌کنند (ولفسلد، ۲۰۰۴). این

1. Distortion  
2. Esser  
3. Semetko & Valkenberg  
4. Zelizer



تعاریف در طول زمان و فرهنگ متفاوت است و جزو دلایل چرایی تفاوت نقش رسانه‌های خبری در روند سیاسی است (استرام بک و دیمیتروا<sup>۱</sup>، ۲۰۱۱). در محیط رسانه‌های احساسی (جنجالی) تر، میزان سرگرمی، نقش مهمی را در انتخاب داستان‌های خبری و شیوه بیان این داستان‌ها ایفا می‌کنند.

به‌عنوان مثال، دی‌وریس (۲۰۰۵) پوشش اخبار دانمارک و هلند از برگزاری اجلاس اتحادیه اروپا در دسامبر سال ۲۰۰۲ را مورد بررسی قرارداد. او برای اثبات اینکه مطبوعات هلندی به طور قابل توجهی از مطبوعات دانمارکی از چارچوب استراتژیک بیشتری برای پوشش کنفرانس استفاده کرده‌اند از تحلیل محتوا بهره برد. در هلند، «در معرض قرار گرفتن» بیش از حد، در برابر رسانه‌های خبری منجر به افزایش بدبینی سیاسی شد، در حالی که پوشش این نشست در دانمارک، منجر به کاهش بدبینی سیاسی شد. این نشان می‌دهد که چرا برای محققان تغییر در محیط رسانه‌ها و همچنین در محیط‌های سیاسی اهمیت دارد.

شیوه‌ای که در آن، ماهیت محیط رسانه می‌تواند بر پوشش رسانه‌ها تأثیر بگذارد را می‌توان با نگاهی به تحقیقات بین‌المللی در مورد پوشش انتخابات داشت. یک نمونه خوب از این مطالعه استرام بک و دیمیتروا (۲۰۱۱) است که «هنجارهای روزنامه‌نگاری» را در پوشش انتخابات سوئد و ایالات متحده مقایسه می‌کند. عمدتاً به دلیل قدرت نسبی «پخش عمومی» در سوئد نسبت به ایالات متحده، این دو سیستم رسانه‌ای بسیار متفاوت‌اند. از میان سایر عوامل، این امر باعث شد تا استفاده از «چارچوب راهبردی بازی»<sup>۲</sup> در پوشش انتخابات ایالات متحده به میزان قابل توجهی افزایش یابد.

اگرچه استرام بک و دیمیتروا با این جنبه مواجه نشده‌اند، شواهدی وجود دارد که چنین تفاوت‌هایی می‌تواند تأثیری بر رأی‌دهندگان (بخش دوم چرخه سیاست-رسانه-سیاست) داشته باشد. النباس<sup>۳</sup> و دی‌وریس (۲۰۰۸) تأثیر چارچوب استراتژیک بر بدبینی و رأی‌دادن، به طور خاص، در پوشش رسانه‌ای در مورد ادغام اروپا را بررسی کردند. آن‌ها دریافتند که هر چه بیشتر افراد در برخورد با رسانه‌های خبری دارای رویکرد استراتژیک باشند سطح بالایی از بدبینی سیاسی

- 
1. Strömbäck & Dimitrova
  2. Strategic Game Frame
  3. Ellenbaas And De Vreese

دارند و احتمال رأی‌دادن چنین افرادی «نه» است. در مجموع، این مطالعات نشان می‌دهد که تصمیم سرمقاله در استفاده از یک رویکرد استراتژیک می‌تواند بر روند سیاسی تأثیر بگذارد.

## رسانه و صلح

با بازگشت به نقش متفاوت رسانه‌های خبری در فرایندهای صلح، مطروحه در قبل، می‌توان اثبات دیگر ادعای دوم اصل سیاست- رسانه-سیاست را جستجو کرد (ولفسفلد، ۲۰۰۴). آنجا توضیح داده شد که ماهیت محیط‌های سیاسی، در تعیین نحوه برخورد رسانه‌های داخلی با روند صلح اسلو، فرایند صلح میان اسرائیل و اردن و ایرلند شمالی، حیاتی بود. با این حال، یکی دیگر از مؤلفه‌های مهم که در نقش رسانه‌ای در هر کشور دخالت داشت، محیط رسانه‌های بسیار متفاوت در اسرائیل و ایرلند شمالی بود.

دو تفاوت در محیط رسانه‌ای، به مطبوعات ایرلند شمالی کمک کرد تا نقش سازنده‌ای در فرایند «روز جمعه خوب» ایفا کنند. اول این بود که محیط رسانه در ایرلند شمالی نسبت به اسرائیل کمتر احساسی است (ولفسفلد، ۲۰۰۴). به عنوان مثال، ماهیت احساسی رسانه‌های اسرائیلی ایجاب می‌کرد که بسیاری تهدیدهای صادره توسط «افراط‌گرایان دست راستی»<sup>۱</sup> در صف اول پوشش خبری قرار بگیرد. پوشش حملات تروریستی در طول فرایند صلح اسلو چیزی جز «تشنج آفرینی»<sup>۲</sup> نبود. با این حال، محیط رسانه‌های ایرلند شمالی بسیار کمتر احساسی بود. به طوری که روزنامه‌نگاران، مصاحبه‌ای در رابطه با مضمون خودداری از افتادن به دام عواقب ناشی از پوشش احساس‌گرایانه انجام دادند. یک نمونه تصمیم‌گیری در مورد کارکنان تلویزیونی این بود که به منظور جلوگیری از ملتهب شدن اوضاع، برای پوشش اندک وقایع خشن، فیلم‌برداری ارسال نکنند.

شفر و دویر-وریسمن<sup>۳</sup> (۲۰۱۰) یک تحلیل طولانی‌مدت در مورد تأثیر پوشش رسانه‌ای بر افکار عمومی را با کنترل تأثیر حوادث واقعی انجام دادند. این مطالعه شواهد قانع‌کننده‌ای ارائه می‌دهد که محیط رسانه‌های احساسی (جنجالی) در اسرائیل تأثیر مخربی بر فرایند اسلو داشت و

1. Right-Wing Extremists  
2. Hysterical  
3. Sheaffer And Dvir-Vrisman

نتایج ولفسفلد را تأیید کرد که اگر رسانه‌ها به هر آنچه در زمین واکنش نشان دهند، منفی‌بافی<sup>۱</sup> مطبوعات اسرائیلی فراتر از انتظار می‌رفت. شاید یافته‌های شفر و دویر-وریسمن درباره اثرات تکیه بر افکار عمومی در مورد اسلو، حتی مهم‌تر و حیرت‌آورتر باشد. تأثیر داستان‌ها با ساخت منفی‌بافی به طور قابل توجهی قوی‌تر از داستان‌هایی با ساخت مثبت بود.

این شواهد مهم‌اند. زیرا اثبات قوی برای ادعای دوم اصل سیاست-رسانه-سیاست فراهم می‌آورد. رسانه‌های اسرائیلی نشان داده‌اند که تأثیر مستقلاً بر افکار عمومی اسرائیل دارند که می‌تواند به طور مستقیم با تغییرات واقعیت‌های سیاسی مرتبط با صلح اسلو مرتبط شود. خبرهای منفی زیادی برای گزارش وجود دارد، اما تصمیم سرمقاله نیز برای تأکید بر این جنبه، در آنچه اتفاق افتاده، نقش داشت.

یکی دیگر از تفاوت‌های رسانه‌ای در اسرائیل و ایرلند شمالی بر دو روند صلح تأثیر گذاشت. بیشتر مطبوعات در ایرلند شمالی بین پروتستان‌ها و کاتولیک‌ها «مشترک» هستند (ولفسفلد، ۲۰۰۴). این به طور خاص در مورد ایستگاه‌های تلویزیونی و رادیویی صادق است که روزنامه‌نگارانی از هر دو طرف، درگیر و در آن اشتغال دارند و کل جمعیت را تحت پوشش قرار می‌دهند. این حتی در مورد روزنامه‌های «پروتستان» و «کاتولیک» در ایرلند شمالی صادق است. همه روزنامه‌ها مردم را از هر دو طیف درگیر می‌کنند و تلاش دارند تا خوانندگان پروتستان و کاتولیک را جذب کنند. محیط رسانه‌ای در اسرائیل و فلسطین در اکثر منازعات یکدست‌تر است. بیشتر یهودیان اسرائیلی اخبار خود را از رسانه‌های خبری عبری و فلسطینی‌ها، اکثراً از رسانه‌های خود و سایر منابع عربی مانند الجزیره دریافت می‌کنند.

ولفسفلد (۲۰۰۴) استدلال کرد که این تفاوت‌ها در میزان رسانه‌های مشترک نیز اثرات مهمی بر تفاوت نقش رسانه‌ها در هر دو فرایند داشته است. مصاحبه با روزنامه‌نگاران ایرلند شمالی نشان داد که آن‌ها به شدت از این واقعیت آگاه بودند که مخاطبانشان شامل پروتستان‌ها و کاتولیک‌ها هستند و مجبور به استفاده از زبانی (ادبیاتی) که هر دو اجتماع قادر به پذیرش آن باشند. همکاری‌های زیادی بین روزنامه‌ها از هر دو طرف طیف وجود داشت. که هم سرمقاله‌های

#### 1. Negativity

نوشته شده توسط سردبیران روزنامه‌های رقابتی و هم آماده‌سازی شکایات مشترک علیه خشونت را شامل می‌شد.

نتیجه کلی این بود که این تفاوت‌ها در هنجارهای حرفه‌ای نیز به تأثیر دو مجموعه رسانه‌ای کمک کرده است. در ایرلند شمالی، هر دو طیف پروتستان و کاتولیک‌ها با جریان مداوم، اخباری غیر تهدیدآمیز<sup>۱</sup> فراهم آورده بودند که شانس آشتی بین پادکنش گران<sup>۲</sup> را افزایش می‌داد. در اسرائیل و در میان فلسطینی‌ها، هر یک از پادکنش گران دائماً در معرض داستان‌های نژادپرستانه<sup>۳</sup> قرار داشتند که موجب تقویت سوءظن و نفرت متقابل آن‌ها می‌شد. در اینجا نیز، تفاوت در دو محیط رسانه‌ای به خوبی به توضیح هنجارهای مختلف در پوشش دادن فرایندها و تأثیر احتمالی پوشش بر هر جمعیت کمک می‌کند.

نقش رسانه‌های اسرائیلی در روند صلح اردن به ما یادآوری می‌کند که علی‌رغم تأثیرات بالقوه رسانه‌ها، ابتدا در نظر گرفتن زمینه سیاسی، اهمیت بسیاری دارد. همان‌طور که بحث شد، روند صلح بین اردن و اسرائیل نسبتاً صمیمانه<sup>۴</sup> و بدون خشونت بود. احساس گرایسی مطبوعات اسرائیلی یک عامل غالب نبود، زیرا حقیقتاً اخبار منفی اندکی مخابره می‌شد.

به‌عنوان یک استعاره، اثراتی که باد بر آتش‌سوزی جنگل می‌زند را در نظر بگیرید. هنگامی که آتش‌سوزی وجود ندارد، وضعیت باد بی‌اهمیت است. اما، هنگامی که یک آتش‌سوزی در حال اتمام است، باد می‌تواند تأثیر مهمی بر شدت، جهت و میزان آسیب‌های آتش ایجاد کند. همین را می‌توان در مورد تأثیر یک رسانه خبری احساسی بر فرایندهای صلح اذعان کرد. همان‌گونه که در مذاکره با اردن مشاهده شد، زمانی که مقدار ناچیزی خشونت در روند وجود داشته باشد احساس گرایسی در محیط سیاسی مشکلی ایجاد نمی‌کند. برخی معتقدند که این امر حتی برای صلح مفید بود؛ زیرا موجب افزایش اشتیاق در مورد موافقت‌نامه گردید و در نهایت امضا شد. در مقابل، احساس گرایسی در ارتباط با فرآیند اسلو، ناسازگاری را درون اسرائیل افزایش داد.

1. Non-Threatening
2. Antagonists
3. Ethnocentric
4. Cordial

نکته مشابهی می‌توان در مورد رابطه بین محیط سیاسی و رسانه‌ای، به طور نمونه در زمینه ایرلند شمالی اذعان کرد. در آنجا تلاش‌های بسیاری از جمله توافقنامه انگلستان-ایرلند<sup>۱</sup> در سال ۱۹۹۵، برای به ثمر نشستن صلح صورت گرفته است. جامعه پروتستان‌ها مصرانه با آن معاهده مقابله می‌کرد و اکثراً احساس می‌کردند که این امر تسلیم شدن در برابر دولت بریتانیا است. نه فقدان احساس‌گرایی تفاوت زیادی ایجاد کرد و نه این واقعیت که رسانه‌های مشترک وجود داشت. سخنگویان پروتستان و رسانه‌های پروتستان اذعان داشتند که عدم پشتیبانی آن‌ها از این توافق، مانع پیشرفت آن می‌شود. یک‌بار دیگر، محیط سیاسی منفی ثابت کرد که یاری‌رسان بالقوه محیط رسانه‌ای است.

### تمایز بین ساختارمندی و برنامه‌های اطلاع‌رسانی-سرگرم‌کننده<sup>۲</sup>

تمایز نظری در رابطه با اثرات رسانه‌ها موضوع مهمی است. می‌توان به درستی در مورد تفاوت بین اثری که چهارچوب‌های رسانه‌ای بر روی فرایندهای سیاسی می‌گذارد در مقایسه با دگرگونی‌های<sup>۳</sup> طراحی شده برای جالب‌تر کردن داستان (روایت) سؤال کرد. چرا باید چهارچوب‌بندی را یک اثر سیاسی در نظر گرفت، درحالی که تأکید بر روی درام و منفی بودن یک اثر رسانه‌ای در نظر گرفته می‌شود. در هر دو مورد، روزنامه‌نگاران داستان را به گونه‌ای شکل می‌دهند که در رابطه با مخاطبین آن‌ها تشدید می‌شود.

علت این تمایز این است که در بیشتر موارد، چهارچوب‌های توصیفی به کار گرفته شده به وسیله روزنامه‌نگاران ریشه در محیط سیاسی پیرامون آنها دارند.<sup>۴</sup> این تم نهفته بیشتر در ورای بحث اولیه مربوط به نقش رسانه‌ها در تغییر سیاسی مطرح بود. همچنین یک محور عمده برای تمرکز آن‌هایی

1. Anglo-Irish Agreement

2. Infotainment

3. Transformations

۴. گونه‌ای از چهارچوب‌بندی در این زمینه که ممکن است برای طبقه‌بندی مشکل‌تر باشد می‌تواند گونه‌ای باشد «صورت‌بندی چهارچوب‌ها Formatting Frames» اشاره دارد. شاید شناخته‌ترین مثال تمایز ذکر شده توسط Iyengar And Kinder (1987) در رابطه با دو مفهوم چهارچوب‌های «اپیزودیک- Episodic» و «تماتیک - Thematic» باشد. درحالی‌که اپیزودیک اغلب راجع به داستانی مفصل در رابطه با رویدادهای خاص صحبت می‌کند، چهارچوب‌های تماتیک بر مسئله‌ای تمرکز دارد که درون مفهومی کلی‌تر واقع شده است. استفاده از چهارچوب‌های اپیزودیک ممکن است به ماجراهای خبری جالب‌تر مرتبط باشد، با این وجود تصمیمات روزنامه‌نگاران به منظور ایجاد چهارچوب‌های تماتیک، احتمالاً به چگونگی محبوبیت ایده خاصی مرتبط است که در زمان و مکان خاصی مطرح می‌شود؛ به علاوه استفاده از چهارچوب‌های اپیزودیک ممکن است به ماجراهای خبری جالب‌تر مرتبط باشد. (مؤلف)

بود که اخبار را به صورت یک ساخت اجتماعی می‌دیدند (ادونی و من، ۱۹۸۴، گمسون و همکاران، ۱۹۹۲، کراجی و رئوف، ۲۰۰۶، ون گروپ، ۲۰۰۷). چهارچوب‌های رسانه‌ای عموماً جریان تفکر در مورد موضوعات اجتماعی و دیدگاه‌ها در هنگام تغییر را منعکس می‌کنند، بنابراین چهارچوب‌های خبری هم همین کار را انجام می‌دهند. از طرف دیگر، تأکید بر روی درام و سرگرمی از نیاز خود روزنامه‌نگاران برای افزایش تعداد مخاطبین سرچشمه می‌گیرد. روزنامه‌نگاران، داستان‌هایی را به این شیوه بیان می‌کنند؛ زیرا این تنها راهی است که می‌تواند برای آن‌ها سوددهی داشته باشد؛ بنابراین، اگر چنین دگرگون‌هایی دارای تأثیر بر روی فرایندهای سیاسی باشد، باید آن را به صورت موردی در نظر گرفت که در نتیجه در آن، رسانه‌ها سهم مستقل خود را انجام داده‌اند.<sup>۱</sup>

روی هم رفته، اصل سیاست-رسانه-سیاست تصدیق می‌کند که قدرت رسانه‌های خبری برای دگرگونی واقعیت‌های سیاسی، آن‌ها را قادر می‌سازد تا دارای یک تأثیر مهم بر روی فرایندهای سیاسی باشند. با این وجود، هم ورودی‌هایی که به وسیله رسانه‌ها پردازش شده‌اند و هم طبیعت هر اثر متعاقب بعدی در رابطه با روایت‌های خبری هنوز ارتباط نزدیکی با محیط سیاسی اطراف دارند.

### برخی از استثنائات مهم برای اصل سیاست-رسانه-سیاست

استثنائات معینی برای سیاست-رسانه-سیاست وجود دارد که بررسی آن‌ها می‌تواند به تصفیه و بهبود مدل کمک کند. در حالی که فراهم آوردن یک لیست جامع غیرممکن است، بررسی دودسته از این استثنائات سودمند خواهد بود. دسته نخست، استثنائاتی هستند که در آن‌ها وزن دگرگونی‌های رسانه‌ها، اهمیت بسیار کمتری از مؤلفه سیاسی اولیه دارد. مجموعه دوم از استثنائات شامل موارد بسیار نادری است که در آن‌ها، رسانه‌ها به صورت مستقل داستان‌های خبری را رقم می‌زنند که اثرات مهمی بر روی فرایندهای سیاسی دارند. یک شیوه برای رسانه‌های خبری به منظور تأثیر داشتن نامتناسب بر روی یک فرایند سیاسی، اختصاص توجه زیاد به یک رویداد سیاسی نسبتاً جزئی است. هر دو مثال شامل افرادی بدون موضع سیاسی یا اجتماعی هستند که

۱. چنین ممکن است استدلال شود که بین ماهیت جامعه‌ای خاص و گستره‌ای که رسانه‌ها بر ارزش سرگرم‌کننده تأکید می‌کند رابطه‌ای وجود دارد. اگر چنین چیزی واقعیت داشته باشد چنین حدس زده می‌شود که تصمیم‌های سردبیران به‌طور کامل به‌طور کامل مستقل نیست. با این حال کنکاش در این ایده در قالب این بحث نمی‌گنجد. (مؤلف)

تصمیم گرفته‌اند اقداماتی را انجام دهند که خشم جمعیت مسلمانان را برمی‌انگیزد. مورد نخست، تری جونز<sup>۱</sup> بود که در مارس ۲۰۱۱ یک قرآن را در فلوریدا آتش زد. او این واقعه را فیلم برداری کرد و ادعا شد که آن ویدئو منجر به شورش و تعدادی مرگ در افغانستان شد.<sup>۲</sup> واقعه دوم در پاییز ۲۰۱۲ و زمانی رخ داد که ویدئوی کوچکی به اسم «بی‌گناهی مسلمانان»<sup>۳</sup> تولید شد. هرچند که این ویدئو در جولای همان سال بیرون آمد، اما یک انفجار درست در زمانی رخ داد که رسانه‌های مصری آن را نشان می‌دادند و نسخه‌هایی از آن در اینترنت ظاهر شدند.<sup>۴</sup>

می‌توان بحث کرد که این رویدادها هیچ اهمیت سیاسی ذاتی نداشته‌اند. در هر روز معین خبری، هزاران گروه افراطی در سراسر دنیا هستند که دنبال توجه رسانه‌ها می‌گردند؛ آن‌ها تنها زمانی از نظر سیاسی مهم می‌شوند که روزنامه‌نگاران تصمیم بگیرند آن‌ها را پوشش دهند. یک شیوه برای ارائه این فرایند در رابطه با اصل کلی‌تر، استفاده از عبارت PMP (سیاست کمتر رسانه محور)<sup>۵</sup> با p نخست کوچک و M بزرگ می‌باشد.

این‌ها شاید مثال‌های مهمی باشند و تصمیم در مورد اینکه چه رویدادهایی به صورت ذاتی از نظر سیاسی مهم هستند همیشه درست نیست. برای مثال، ویدئوی خجالت آور ۲۰۱۲ فرماندار میت رامنی<sup>۶</sup> را در نظر بگیرید که با حامیان مالی جمهوری خواه صحبت می‌کرد و در آن، «چهل و هفت درصد» از آمریکایی‌هایی را تحقیر می‌کرد که هیچ مالیات در آمدی پرداخت نمی‌کنند و «به دولت وابسته» هستند.<sup>۷</sup> این شک وجود دارد که بدون توجه رسانه‌ای گسترده، به یک موضوع از کارزارهای انتخاباتی تبدیل نمی‌شد. با این وجود، این موضوع در یک رویداد سیاسی اتفاق افتاد و به وسیله چند کاندیدای جدی ریاست جمهوری آغاز شد و گفته‌های او رسواکننده در نظر گرفته

1. Terry Jones

2. [http://www.washingtonpost.com/local/education/florida-pastor-terry-jones-koran-burning-has-far-reaching-effect/2011/04/02/AFpiFoQC\\_story.html](http://www.washingtonpost.com/local/education/florida-pastor-terry-jones-koran-burning-has-far-reaching-effect/2011/04/02/AFpiFoQC_story.html)

3. The Innocence of Muslims

4. [http://www.washingtonpost.com/blogs/under-god/post/anti-islam-film-stirs-outrage-as-violence-spreads/2012/09/13/c9972808-fdec-11e1-8adc-499661afe377\\_blog.html](http://www.washingtonpost.com/blogs/under-god/post/anti-islam-film-stirs-outrage-as-violence-spreads/2012/09/13/c9972808-fdec-11e1-8adc-499661afe377_blog.html)

۵. عبارت PMP برای درک بهتر و ایجاد تمایز از اصل کلی مقاله یعنی PMP به صورت «سیاست کمتر رسانه محور» ترجمه شده است (مترجم)

6. Mitt Romney

7. <http://thecaucus.blogs.nytimes.com/2012/09/17/romney-faults-those-dependent-on-government/>

شدند. بنابراین، آن رویداد خاص را می‌توان به صورت سازگار با اصل سیاست- رسانه- سیاست در نظر گرفت.

فکر کردن در مورد استقلال نظر صاحب‌نظران، راه‌حلی را برای این دوره تحلیلی فراهم می‌آورد. رویدادهای ضد-مسلمانان توصیفات پیشین را با ملاحظات میت رامنی مقایسه کنید. در مورد نخست، رسانه‌ها می‌توانستند به راحتی از این رویدادها بگذرند و آن‌ها را به داستان‌های خبری تبدیل نکنند. همان‌طور که متذکر شدیم، چند رویداد افراطی از چنین فعالیت‌هایی، به وسیله رسانه‌های بین‌المللی ضبط شده‌اند. روزنامه‌نگاران بانگیزه، با پیدا کردن یک مخزن بی‌پایان و تنها با یک یا دو کلیک از نطق‌ها و کامنت‌های نژادپرستانه فاصله دارند. از طرف دیگر در مورد ملاحظات رامنی، هر سردبیر خبری، چنین اظهارات جنجال‌برانگیزی را از یک کاندیدای جدی ریاست‌جمهوری یک داستان خبری مشروع می‌داند. این نوع روش از منطق تجربی، برای ارزیابی وزن‌های نسبی استفاده می‌کند که باید به رویداد سیاسی و پوشش متعاقب آن اختصاص داده شود. دسته دوم از استثنائات، آن مواردی را پوشش می‌دهد که در آن‌ها، رسانه‌ها یک داستان خبری سیاسی را پوشش می‌دهند که دارای تأثیر مهمی بر روی فرایند سیاسی است. واضح‌ترین مثال‌های این پدیده در مورد بازرسی روزنامه‌نگاری رخ می‌دهند. در اینجا نیز، تصمیم در مورد اینکه چه وزنی به تلاش‌های روزنامه‌نگاران داده شود احتمالاً ساده نخواهد بود. بسیاری از چنین داستان‌هایی به وسیله بازیگران سیاسی آغاز می‌شوند که تلاش دارند حریفان خود را رسوا کنند که این نشان می‌دهد که سیاست اولویت دارد. برای مثال، در رسوایی واترگیت<sup>۱</sup>، «گلولی بلند»<sup>۲</sup> (مارک فلت<sup>۳</sup>) به صورت پیوسته اطلاعات ضروری داستان خبری را برای روزنامه‌نگاری فراهم می‌کرد (فلت و او کتر<sup>۴</sup>، ۲۰۰۶، هولند<sup>۵</sup>، ۲۰۱۲).

با این وجود، داستان‌های بازرسی وجود دارند که برای آن‌ها، کنشگرهای اولیه روزنامه‌نگارانی هستند که سرخ‌ها را دنبال می‌کنند تا فساد دولتی را افشا کنند. در بستر روزنامه‌نگاری آمریکایی، چنین مثال‌هایی را می‌توان در لیست روزنامه‌نگارانی پیدا کرد که جایزه پولیتزر<sup>۶</sup> را برای

1. The Watergate Scandal  
2. Deep Throat  
3. Mark Felt  
4. Felt & O'Conner  
5. Holland  
6. Pulitzer Prizes



«روزنامه‌نگاری جستجوگرانه»<sup>۱</sup> دریافت کرده‌اند. برای مثال در سال ۲۰۰۹، دیوید بارستو<sup>۲</sup> از نیویورک تایمز فاش کرد که برخی از ژنرال‌های بازنشسته توسط پنتاگون مجدداً به کار گرفته شده‌اند<sup>۳</sup> تا مواضع خود در عراق را بهبود بخشند (بارستو و استین<sup>۴</sup>، ۲۰۰۵). با فرض اینکه فاش کردن چنین رسوایی‌هایی دارای برخی ریزش‌های سیاسی هستند (در این مورد برای رسانه‌های خبری و پنتاگون)، این گروه از استثنائات را می‌توان رسانه-سیاست-رسانه-سیاست (MPMP) نامید.

این دو مجموعه از استثنائات اصل سیاست-رسانه-سیاست (PMP) بر مبنای ایده‌های بسیار متفاوتی هستند. در مجموعه نخست از موارد «سیاست کمتر رسانه محور» (pMP)، تأثیر غیرعادی زیاد نسبت داده شده به رسانه‌های خبری، از این حقیقت می‌آید که دگرگونی رویدادهای سیاسی مهم تر از رویداد سیاسی به نظر می‌رسد. گروه دوم از استثنائات MPMP (رسانه-سیاست-رسانه-سیاست) ریشه در این حقیقت دارند که اقدامات رسانه‌ها هر رویداد سیاسی را بیان می‌کنند. در گروه نخست، استثنائات به وزن نسبی مرتبط می‌شوند که ما می‌بایست به فاکتورهای سیاسی و رسانه‌ای نسبت دهیم، درحالی که دسته دوم از استثنائات ما را به بحث قبلی برمی‌گردانند که پیشنهاد می‌داد نقش واقعی رسانه‌ها در یک فرایند سیاسی در امتداد طیفی از تأثیر، تغییر می‌کند. حتی زمانی که اصل سیاست-رسانه-سیاست کاملاً معنا می‌دهد، شخص هنوز می‌خواهد سؤالاتی را در این مورد مطرح کند که آیا رویداد اولیه، پوشش رویداد توسط رسانه، یا شیوه خاص تبدیل رویداد به وسیله رسانه، دارای تأثیر مهمی بر روی فرایند سیاسی هست یا خیر. اگرچه جواب قطعی به چنین سؤالاتی سخت است؛ اما همیشه باید از این گونه سؤال‌ها پرسید.

## نتیجه‌گیری

هدف اصل سیاست-رسانه-سیاست، فراهم کردن مبنایی به منظور توسعه یک روش جامع‌تر برای بیان نقش رسانه‌ها در فرایندهای سیاسی است؛ و این پتانسیل را دارد که شرایط مختلف مطرح شده در مقدمه این مقاله را برآورده کند. تمرکز هم‌زمان بر روی محیط‌های سیاسی و

1. Investigative Journalism
2. David Barstow
3. Co-opted
4. Barstow & Stein

رسانه‌ای به ما کمک می‌کند این دو مجموعه متغیر را بهتر یکپارچه کنیم. فکر کردن در مورد محیط‌های سیاسی متغیر، باید به ما کمک کند تا درک کنیم نقش رسانه‌ها در زمان و فرهنگ‌ها چگونه تغییر می‌کند. در نهایت، همان‌طور که در بالا شرح داده شد، سیاست- رسانه- سیاست را می‌توان برای محدوده گسترده‌ای از موضوعات مختلف شامل نقش رسانه‌ها در کارزارهای انتخاباتی، تغییر دیدگاه‌ها و سیاست‌ها در مورد موضوعات جنجال‌برانگیز و نقش رسانه‌ها در فرایندهای جنگ و صلح به کاربرد.

راه پیشرو نسبتاً راه روشنی است، اگرچه شامل موانع تجربی و مفهومی بسیاری است. وظیفه نخست، بررسی چگونگی اعمال اصل سیاست- رسانه- سیاست برای شرح نقش رسانه‌های جدید در فرایندهای سیاسی است. در حالی که برخی از جنبه‌ها را می‌توان نسبتاً به سادگی به کاربرد، برخی دیگر می‌بایست اصلاح شوند تا گذار از قدیم به جدید را انجام دهند. یک کار دیگر سعی در تعریف بهتر انواع متغیرهای رسانه‌ای و سیاسی است که به ویژه برای شرح هر مرحله فرایند سیاست- رسانه- سیاست بحرانی است. سوم، ما می‌بایست جزئیات بیشتری را در مورد این موضوع فراهم کنیم که چگونه و چه زمانی وزن نسبت داده شده به رسانه‌های خبری احتمال دارد بیشتر یا کمتر شود. در نهایت، می‌بایست تلاش کرد تا استثنائات اصل سیاست- رسانه- سیاست را کاملاً درک کرد و اینکه آیا می‌توان مدل را بیشتر توسعه داد تا چنین استثنائاتی را به حداقل رساند؛ بنابراین، اگرچه کار زیادی باقی مانده است، اما می‌توان امیدوار بود که برخی از ایده‌های ارائه شده در این مقاله، دیگران را متقاعد کند که این مسیر ارزش دنبال کردن دارد.

## فهرست منابع

- Adoni, H., & Mane, S. (1984). Media and the social construction of reality toward an integration of theory and research. *Communication Research*, 11(3), 323–340.
- Anderson, B. (2004). *News flash: Journalism, infotainment and the bottom-line business of broadcast news*. New York: Jossey-Bass.
- Ansolabehere, S., & Iyengar, S. (2010). *Going negative*. New York: Free Press.
- Avraham, E., Wolfsfeld, G., & Aburaiya, I. (2000). Dynamics in the news coverage of minorities: the case of the Arab citizens of Israel. *Journal of Communication Inquiry*, 24(2), 117–133.
- Avraham, E. (2003). *Behind media marginality: Coverage of social groups and places in the Israeli press*. Lexington, Mass.: Lexington Books.
- Ayish, M. I. (2002). Political communication on Arab world television: Evolving patterns. *Political Communication*, 19(2), 137–154.
- Barstow, D., & Stein, R. (2005). Under Bush, a new age of prepackaged news. *New York Times*, 13, 18–19.
- Baumgartner, F. R., De Boef, S., & Boydstun, A. E. (2008). *The decline of the death penalty and the discovery of innocence*. New York: Cambridge University Press.
- Balmas, M., & Sheafer, T. (2010). Candidate image in election campaigns: Attribute agenda setting, affective priming, and voting intentions. *International Journal of Public Opinion Research*, 22(2), 204.
- Bennett, W. L. (1990). Toward a theory of press-state relations in the United States. *Journal of Communication*, 40(2), 103–125.
- Bennett, W. L., Lawrence, R. G., & Livingston, S. (2007). *When the press fails: Political power and the news media from Iraq to Katrina*. Chicago: University Of Chicago Press.
- Bradley, P. (2004). *Mass media and the shaping of American feminism, 1963–1975*. Jackson, Miss.: University Press of Mississippi.
- Brants, K. (1998). Who's afraid of infotainment? *European Journal of communication*, 13(3), 315–335.
- Brodie, M., Hamel, E., Brady, L. A., & Altman, D. E. (2004). AIDS at 21: Media coverage of the HIV epidemic 1981–2002. *The Nation*, 49, 68.
- Byerly, C. M., & Ross, K. (2008). *Women and media: A critical introduction*. Hoboken, N.J.: Wiley-Blackwell.
- Campbell, J. E. (2005). Why Bush won the presidential election of 2004: Incumbency, ideology, terrorism, and turnout. *Political Science Quarterly*, 120(2), 219–241.
- Cappella, J. N., & Jamieson, K. H. (1996). News frames, political cynicism, and media cynicism. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 546, 71–84.
- Cappella, J. N., & Jamieson, K. H. (1997). *Spiral of Cynicism: The Press and the Public Good*. New York: Oxford University Press.
- Carragee, K. M., & Roefs, W. (2004). The Neglect of Power in Recent Framing Research. *The Journal of Communication*, 54(2), 214–233.
- Chong, D., & Druckman, J. N. (2007). Framing theory. *Annual Review of Political Science*, 10, 103–126.
- De Vreese, C. H. (2005). The spiral of cynicism reconsidered. *European Journal of communication*, 20(3), 283–301.

- De Vreese, C. H., Banducci, S. A., Semetko, H. A., & Boomgaarden, H. G. (2006). The news coverage of the 2004 European Parliamentary election campaign in 25 countries. *European Union Politics*, 7(4), 477-504.
- De Vreese, C. H., & Semetko, H. A. (2002). Cynical and engaged strategic campaign coverage, public opinion, and mobilization in a referendum. *Communication Research*, 29(6), 615-641.
- Dimitrova, D. V., Kaid, L. L., Williams, A. P., & Trammell, K. D. (2005). War on the Web: The Immediate News Framing of Gulf War II. *The Harvard International Journal of Press/Politics*, 10(1), 22-44.
- Druckman, J. N. (2004). Priming the vote: Campaign effects in a US Senate election. *Political Psychology*, 577-594.
- Druckman, J. N. (2005). Media matter: How newspapers and television news cover campaigns and influence voters. *Political Communication*, 22(4), 463-481.
- Elenbaas, M., & De Vreese, C. H. (2008). The effects of strategic news on political cynicism and vote choice among young voters. *Journal of Communication*, 58(3), 550-567.
- Entman R. M. (2003). Cascading activation: Contesting the White House's frame after 9/11. *Political Communication*, 20(4), 415-432.
- Entman, R. M. (2004). *Projections of Power: Framing News, Public Opinion, and US Foreign Policy*. Chicago: University of Chicago Press.
- Entman, R. M., & Page, B. (1994). The news before the storm: The Iraq War debate and the limits to media independence. In L. Bennett & D. L. Paletz (Eds.), *Taken by storm: The media, public opinion, and US foreign policy in the Gulf War* (pp. 82-101). New York: Cambridge University Press.
- Esser, F. (1999). Tabloidization of News: A comparative analysis of AngloAmerican and German press journalism. *European Journal of Communication*, 14(3), 291-324.
- Felt, W. M., & O'Connor, J. (2006). *A G-Man's Life: The FBI, Being 'Deep Throat', and the Struggle for Honor in Washington*. Washington, D.C.: Public Affairs.
- First, A., & Avraham, E. (2003). Changes in the political, social, and media environments and their impact on the coverage of conflict: The case of the Arab citizens of Israel. *Conflict & Communication*, 2.
- Fiss, P. C., & Hirsch, P. M. (2005). The discourse of globalization: Framing and sensemaking of an emerging concept. *American Sociological Review*, 70(1), 29-52.
- Franklin, D. P. (2006). *Politics and film: The political culture of film in the United States*. New York: Rowman & Littlefield.
- Froehlich, R., & Rüdiger, B. (2006). Framing political public relations: Measuring success of political communication strategies in Germany. *Public Relations Review*, 32(1), 18-25.
- Gamson, W. A., Croteau, D., Hoynes, W., & Sasson, T. (1992). Media images and the social construction of reality. *Annual Review of Sociology*, 373-393.
- Gamson, W. A., & Modigliani, A. (1989). Media discourse and public opinion on nuclear power: A constructionist approach. *American Journal of Sociology*, 95(1), 1-37.
- Golan, G. (2006). Inter-media agenda setting and global news coverage: Assessing the influence of the New York Times on three network television evening news programs. *Journalism Studies*, 7(2), 323-333.
- Hackett, R. A. (2006). Is peace journalism possible? Three frameworks for assessing structure and agency in news media. *Conflict & Communication*, 5(2), 1-13.
- Hallin, D. C. (1989). *The uncensored war: The media and Vietnam*. Berkeley, Calif.: University of California Press.
- Hallin, D. C. (1992). Sound bite news: Television coverage of elections, 1968- 1988. *Journal of Communication*, 42(2), 5-24.

- Hallin, D. C., & Mancini, P. (2011). *Comparing media systems beyond the Western world*. New York: Cambridge University Press.
- Hänggeli, R. (2012). Key factors in frame building: How strategic political actors shape news media coverage. *American Behavioral Scientist*, 56(3), 300–317.
- Hanitzsch, T. (2004). Journalists as peacekeeping force? Peace journalism and mass communication theory. *Journalism Studies*, 5(4), 483–495.
- Hansen, A. (1991). The media and the social construction of the environment. *Media, Culture and Society*, 13(4), 443–458.
- Holland, M. (2012). *Leak: Why Mark Felt became Deep Throat*. Lawrence, Kansas: University Press of Kansas.
- Hollihan, T. A. (2010). *Uncivil wars: Political campaigns in a media age*. New York: Bedford/St. Martin's.
- Iyengar, S., & Kinder, D. R. (1988). *News that matters: Television and American opinion*. University of Chicago Press.
- Kane, M. J. (1988). Media coverage of the female athlete before, during, and after Title IX: Sports Illustrated revisited. *Journal of Sport Management*, 2(2), 87–99.
- Kelleher, C. A., & Wolak, J. (2006). Priming Presidential approval: The conditionality of issue effects. *Political Behavior*, 28(3), 193–210.
- Kim, S.-H., Carvalho, J. P., & Davis, A. C. (2010). Talking about poverty: News framing of who is responsible for causing and fixing the problem. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 87(3–4), 563–581.
- Lenz, G. S. (2009). Learning and opinion change, not priming: Reconsidering the priming hypothesis. *American Journal of Political Science*, 53(4), 821–837.
- Livingston, S., & Bennett, W. L. (2003). Gatekeeping, indexing, and live-event news: Is technology altering the construction of news? *Political Communication*, 20(4), 363–380.
- Lynch, J., & McGoldrick, A. (2005). *Peace journalism*. Stroud, UK: Hawthorn Press Stroud.
- Mendelberg, T. (1997). Executing Hortons: Racial crime in the 1988 presidential campaign. *The Public Opinion Quarterly*, 61(1), 134–157.
- Mermin, J. (1999). *Debating war and peace: Media coverage of US intervention in the post-Vietnam era*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Moy, P., Xenos, M. A., & Hess, V. K. (2005). Communication and citizenship: Mapping the political effects of infotainment. *Mass Communication & Society*, 8(2), 111–131.
- Mutz, D. C. (1995). Effects of horse-race coverage on campaign coffers: Strategic contributing in presidential primaries. *The Journal of Politics*, 57(4), 1015–1042.
- Norris, P. (2000). *A virtuous circle: Political communications in postindustrial societies*. New York: Cambridge University Press.
- Nossek, H. (2004). Our news and their news: The role of national identity in the coverage of foreign news. *Journalism*, 5(3), 343–368.
- Patterson, T. E. (1993). *Out of order*. New York: Knopf.
- Potter, G. W., & Kappeler, V. E. (2006). *Constructing crime: Perspectives on making news and social problems*. Long Grove, IL: Waveland Press.
- Robinson, P. (2001). Theorizing the influence of media on world politics Models of media influence on foreign policy. *European Journal of Communication*, 16(4), 523–544.
- Scheufele, D. A. (2000). Agenda-Setting, priming, and framing revisited: Another look at cognitive effects of political communication. *Mass Communication & Society*, 3(2&3), 297–316.
- Scheufele, D. A., & Tewksbury, D. (2007). Framing, agenda setting, and priming: The evolution of three media effects models. *Journal of Communication*, 57(1), 9–20.
- Schudson, M. (1996). *The power of the news*. Cambridge, Mass: Harvard University Press
- Schudson, M. (2011). *The sociology of news* (2nd ed.). New York: W.W. Norton & Company.

- Semetko, H. A., & Valkenburg, P. M. (2000). Framing European politics: A content analysis of press and television news. *Journal of Communication*, 50(2), 93-109.
- Sheafer, T. (2007). How to evaluate it: The role of story-evaluative tone in agenda setting and priming. *Journal of Communication*, 57(1), 21-39.
- Sheafer, T., & Dvir-Gvirsman, S. (2010). The spoiler effect: Framing attitudes and expectations toward peace. *Journal of Peace Research*, 47(2), 205-215.
- Sheafer, T., & Weimann, G. (2005). Agenda building, agenda setting, priming, individual voting intentions, and the aggregate results: An analysis of four Israeli elections. *The Journal of Communication*, 55(2), 347-365.
- Strömbäck, J., & Dimitrova, D. V. (2011). Mediatization and media interventionism: A comparative analysis of Sweden and the United States. *The International Journal of Press/Politics*, 16(1), 30-49.
- Terkildsen, N., & Damore, D. F. (1999). The dynamics of racialized media coverage in congressional elections. *Journal of Politics*, 61, 680-699.
- Thusu, D. K. (2008). *News as entertainment: The rise of global infotainment*. Thousand Islands, CA: Sage.
- Thomas, E. (2008). The Myth of Objectivity. *Newsweek*, 43-44.
- Tuchman, G. (1978). *Making news: A study in the construction of reality*. New York: Free Press.
- Valentino, N. A., Beckmann, M. N., & Buhr, T. A. (2001). A spiral of cynicism for some: The contingent effects of campaign news frames on participation and confidence in government. *Political Communication*, 18(4), 347-367.
- Van Gorp, B. (2007). The constructionist approach to framing: Bringing culture back in. *Journal of Communication*, 57(1), 60-78.
- Williams, B. A., & Carpini, M. X. D. (2011). *After broadcast news: Media regimes, democracy, and the new information environment*. New York: Cambridge University Press.
- Yang, J. (2003). Framing the NATO air strikes on Kosovo across countries comparison of Chinese and US newspaper coverage. *Gazette*, 65(3), 231-249.
- Wolfsfeld, G. (2004). *Media and the Path to Peace*. New York: Cambridge University Press.
- Wolfsfeld, G. (2004). *Media and the Path to Peace*. New York: Cambridge University Press.
- Wolfsfeld, G. (2008). When the press fails: Political power and the news media from Iraq to Katrina-by W. Lance Bennett, Regina G. Lawrence, & Steven Livingston. *Journal of Communication*, 58(1), 198-199.
- Wolfsfeld, G. (2011). *Making sense of media and politics: Five principles in political communication*. New York: Routledge.
- Wolfsfeld, G., Alimi, E. Y., & Kailani, W. (2008). News media and peace building in asymmetrical conflicts: The flow of news between Jordan and Israel. *Political Studies*, 56(2), 374-398.
- Wolfsfeld, G., Segev, E., & Sheafer, T. (2013). Social Media and the Arab Spring Politics Comes First. *The International Journal of Press/Politics*, 18(2), 115-137.
- Zelizer, B. (2009). *The changing faces of journalism: Tabloidization, technology and truthiness*. New York: Routledge.
- Zhou, Y., & Moy, P. (2007). Parsing framing processes: The interplay between online public opinion and media coverage. *Journal of Communication*, 57(1), 79-98.

