

نقش رسانه در تغییرات خط‌مشی عمومی با استفاده از چارچوب‌بندی

رسانه و تحلیل روایی خط‌مشی

دکتر مسعود غلامپور راد*

چکیده

شناسایی نقش رسانه در تغییرات خط‌مشی عمومی یکی از موضوعات کلیدی در هر دو حوزه تأثیرات رسانه و تغییرات خط‌مشی است. پژوهش حاضر، با استفاده از چارچوب‌بندی رسانه و تحلیل روایی خط‌مشی، مفاهیم و ابزارهایی ارائه شده‌اند که با به کارگیری آنها، ضمن اندازه‌گیری رفتار متغیرهای رسانه و خط‌مشی عمومی، اندازه‌گیری و چگونگی تأثیرگذاری رسانه بر خط‌مشی عمومی تبیین شده است. در این پژوهش که با روش مطالعه موردی صورت گرفته، یکی از مهم‌ترین سیاست‌های عمومی؛ یعنی خط‌مشی هدفمندی یارانه‌ها به عنوان موضوع مورد مطالعه انتخاب شده و داده‌های مربوط، با استفاده از تحلیل سری‌های زمانی و تکنیک‌های پیش‌بینی تحلیل شده است. نتایج نشان می‌دهد که رسانه‌ها از طریق چارچوب‌بندی موضوعات، بر شکل‌گیری پی‌رنگ روایت‌های خط‌مشی تأثیر می‌گذارند و روایت‌ها نیز پیش‌بینی معتبری از تغییرات خط‌مشی ارائه می‌دهند.

کلید واژه‌ها: تأثیرات رسانه، تغییرات خط‌مشی، چارچوب روایی خط‌مشی، چارچوب‌بندی، خط پی‌رنگ

مقدمه

سیاست در دنیای امروز «رسانه‌ای شده»^۱ است. روش انجام کار احزاب، گروه‌ها و طبقات مختلف سیاسی را به قول می‌یر^۲ منطق اجتناب‌ناپذیر رسانه به شدت تحت نفوذ خود درآورده است. در حال حاضر، سیاست هم از طریق رسانه‌ها جریان می‌یابد و هم با اتکا به رسانه‌ها به پیش برده می‌شود. این احساس فزاینده نیز وجود دارد که بر نقش حیاتی رسانه‌ها افزوده می‌شود زیرا بازتاب سیاست‌ها از سوی رسانه‌ها، پیامدها و نتایج مستقیمی برای مردم‌سالاری کارآمد و پاسخگویی سیاسی دارد. با وجود این عملکرد مستدل و روشن رسانه، همچنان پرسش‌ها و ابهاماتی مطرح است. نظر بعضی از پژوهشگران و مفسران این است که رسانه‌ها بیشتر بر فرایند متمرکزاند تا محتوا و البته این موضوع در مورد سیاستمداران نیز صدق می‌کند. از چنین دیدگاهی، نقش رسانه در توسعه خط‌مشی‌ها به خوبی بررسی نشده و ناشناخته مانده است و به این ترتیب، نیازمند درک بیشتر ساختار و پویایی فرایندهایی هستیم که از طریق آن رسانه‌ها بر سیاست‌ها و خط‌مشی‌ها تأثیر می‌گذارند (گوین^۳، ۲۰۰۶، ص ۶۵).

هنگامی که از تأثیرات رسانه بر خط‌مشی عمومی می‌پرسیم، پرسشی درباره «چگونگی» تأثیرات رسانه مطرح می‌کنیم. به عبارت دیگر، سؤال این است که رسانه‌ها چگونه بر خط‌مشی عمومی تأثیر می‌گذارند؟ برای پاسخ به این پرسش لازم است رابطه رسانه و خط‌مشی در یک زمینه واقعی مورد مطالعه قرار گیرد زیرا رسانه‌ها و خط‌مشی‌ها در بافتی متنوع و پویا از عناصر محیطی عمل می‌کنند که روابط در هم تنیده، چندگانه و پیچیده‌ای در میان آنها برقرار است. به منظور درک و تبیین چگونگی این تأثیرات، بهترین شیوه، بررسی موقعیت‌هایی است که در آن، میان رسانه و خط‌مشی روابطی شکل می‌گیرد. در این موقعیت‌هاست که توجه رسانه‌ها به موضوعات خط‌مشی^۴ معطوف می‌شود. رسانه‌ها بر اساس اولویتی که برای مسائل عمومی قایل‌اند، آن مسائل را بازتاب می‌دهند. آنها بر اساس معیارها و ارزش‌های خبری‌شان این مسائل را به موضوعات رسانه‌ای تبدیل می‌کنند و آنها را پوشش می‌دهند. رسانه‌ها حتی فراتر از این می‌روند و

1. mediatized

2. Meyer

3. Gavin

4. policy issues

موضوعات مرتبط با مسائل عمومی را آن گونه که می‌خواهند، شکل و چارچوب می‌دهند. با درک رفتار رسانه‌ها و چگونگی پوشش موضوعات مرتبط با خط‌مشی عمومی، بهتر می‌توان دریافت که رسانه‌ها چگونه خط‌مشی‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهند.

پیشینه پژوهش

پژوهش‌هایی که در زمینه چگونگی تأثیرات رسانه بر خط‌مشی انجام شده‌اند، در دو رویکرد دسته‌بندی می‌شوند. رویکرد اول، در حوزه تأثیرات رسانه قرار می‌گیرد. این مطالعات در پی شناسایی و طبقه‌بندی انواع تأثیراتی هستند که رسانه‌ها ایجاد می‌کنند. مطالعات مرتبط با تأثیرات رسانه، نقش رسانه را در دگرگونی افکار و عقاید عمومی، تصمیمات و اقدامات نهادهای سیاسی (دولت، مجلس قانونگذاری)، پویایی‌های فرهنگی، رفتارهای اقتصادی و بسیاری از موضوعات مورد بررسی قرار می‌دهند. در این مطالعات اثر اولویت‌گذاری (یانویتسکی^۱، ۲۰۰۲)؛ (کریستی^۲، ۲۰۰۶)؛ (کوئیس^۳ و مک‌کامبز^۴، ۲۰۰۴)؛ (شوفل^۵ و توکسبری^۶، ۲۰۰۷)؛ اثر چارچوب‌بندی^۷ (ون‌گرب^۸، ۲۰۰۷)؛ (انتمن^۹، ۲۰۱۰)؛ اثر زمینه‌چینی^{۱۰} (ادی^{۱۱} و میریک^{۱۲}، ۲۰۰۷)؛ اثر کاشت (بائور^{۱۳}، ۲۰۰۵) (لی^{۱۴} و نیدردیپ^{۱۵}، ۲۰۱۱)؛ اثر جریان‌سازی (دودو^{۱۶} و همکاران، ۲۰۱۱)؛ اثر پیش‌برندگی (سرگرین^{۱۷}، ۲۰۰۵) و اثر نشانگان دنیای واسطه‌ای (هوگ^{۱۸}، ۲۰۰۲) مورد بررسی قرار گرفته‌اند. در تبیین تأثیرات رسانه، مطالعات تجربی دیگری هم مطرح‌اند که از تأثیر پوشش رسانه‌ای و نفوذ آن بر خط‌مشی پرده برداشته‌اند (کپلینگر^{۱۹}، ۲۰۰۷) (گوین، ۲۰۰۶). نظریه شناسایی نیز که از منظر پردازش اطلاعات به تأثیرات رسانه می‌نگرد، حاوی مطالعات تجربی مفیدی است. در مطالعات نظری و تجربی که در این رویکرد می‌گنجد، رسانه به عنوان عنصر غالب در ایجاد تغییرات سیاسی و اجتماعی مدنظر قرار می‌گیرد.

- | | | |
|--------------------|--------------|-----------------|
| 1. Yanovitzky | 2. Christie | 3. Kiouisis |
| 4. McCombs | 5. Scheufele | 6. Tewksbury |
| 7. framing theory | 8. Van Gorp | 9. Entman |
| 10. priming theory | 11. Edy | 12. Meirick |
| 13. Bauer | 14. Lee | 15. Niederdeppe |
| 16. Dudo | 17. Segrin | 18. Hoogh |
| 19. Kepplinger | | |

اما رویکرد دوم، محصول کار نظریه‌پردازان حوزه خط‌مشی است. آنان به دنبال شناسایی عوامل و نیروهایی برآمده‌اند که باعث بروز تغییرات در خط‌مشی می‌شوند. نظریه تدریج‌گرایی (آرچیبالد^۱، ۱۹۶۰) نظریه جریان‌های خط‌مشی، نظریه نهادگرایی (جان^۲، ۲۰۰۳)، نظریه توازن منقطع (جونز^۳ و بومگارتنر^۴، ۲۰۱۲) و چارچوب ائتلاف پشتیبان (ساباتیر^۵، ۱۹۸۸) در این رویکرد می‌گنجد. مجموعه‌ای از پژوهش‌های تجربی نیز به ابعاد مختلف تأثیر رسانه بر تغییرات خط‌مشی پرداخته‌اند: نقش رسانه در اولویت‌گذاری سیاسی (والگریو^۶ و همکاران، ۲۰۰۸) نقش رسانه در مقبولیت‌بخشی و اجرایی شدن خط‌مشی (هوارث^۷، ۲۰۱۰)، تأثیر پوشش کوتاه‌مدت رسانه‌ای بر تغییرات بلندمدت سیاست‌ها (اشترانک^۸، ۲۰۱۰)، نقش رسانه در تحقق ابعاد مختلف سیاست‌های بهداشت و سلامت (هایس^۹، ۲۰۰۷)، نقش رسانه در فرایند خط‌مشی و انتقال باورهای آن با استفاده از راهبردهای روایی (شاناهان^{۱۰}، ۲۰۰۸). تحلیل روایی خط‌مشی، چارچوب نظری جدیدی است که با استفاده از نظریه نقد ادبی معاصر به بررسی تغییرات خط‌مشی در قالب روایت‌ها، به شیوه تحلیل روایی می‌پردازد. بررسی پیشینه پژوهش نشان‌دهنده مطرح بودن سؤالاتی در زمینه تأثیرات رسانه بر خط‌مشی عمومی است.

روش‌شناسی پژوهش

مسئله پژوهش

پژوهش‌هایی که بر روی پرسش «آیا رسانه‌ها تأثیر گذارند» و یا «رسانه‌ها چه تأثیراتی می‌گذارند»، متمرکزند، چگونگی تأثیرگذاری را تبیین نمی‌کنند. اما پژوهش‌هایی که بر چگونگی «تأثیرگذاری» تمرکز دارند، نحوه رفتار و عمل رسانه و چگونگی واکنش و عمل خط‌مشی را در کانون توجه قرار می‌دهند. پژوهش‌هایی که به دنبال پاسخ به سؤالات «آیا» و «چه» هستند، بر ویژگی اولویت‌گذاری رسانه تأکید می‌کنند. در مطالعات رسانه،

- | | | |
|----------------|-------------|-------------|
| 1. Archibald | 2. John | 3. Jones |
| 4. Baumgartner | 5. Sabatier | 6. Walgrave |
| 7. Howarth | 8. Strunk | 9. Hayes |
| 10. Shanahan | | |

حجم پوشش^۱ و توجه رسانه^۲ به یک مسئله و موضوع عمومی در یک دوره زمانی، به عنوان شاخص اولویت گذاری از سوی رسانه‌ها در نظر گرفته می‌شود. میزان توجه افکار عمومی، گروه‌ها و نهادها نیز شاخصی است که میزان همبستگی آن با پوشش رسانه‌ای سطح تأثیرگذاری رسانه را به تصویر می‌کشد. اما هنگامی که از چگونگی تأثیرگذاری رسانه می‌پرسیم، اولویت گذاری رسانه و واکنش افکار عمومی و گروه‌ها نمی‌تواند نشان‌دهنده چگونگی تأثیر باشد. در اینجا، ویژگی چارچوب بندی می‌تواند به نحو مناسب‌تری به تبیین چگونگی تأثیر رسانه کمک کند. چارچوب بندی رسانه درباره یک موضوع، نشان‌دهنده نحوه بازتاب آن موضوع از سوی رسانه است. با بررسی چارچوب بندی درباره یک موضوع، در خواهیم یافت که رسانه از چه منظری به موضوع نگاه کرده و به دنبال ایجاد چه طرز تلقی و برداشتی از موضوع در نزد مخاطبان بوده است.

گزاره‌های پژوهش

شواهدی وجود دارد که نشان می‌دهد روابط رسانه و خطمشی، روابطی شکل بندی شده، پویا و چندگانه است. بعضی از مشاهدات حاکی از آن است که رسانه با چارچوب بندی تنها به شکل گرفتن یا نگرفتن خطمشی کمک نمی‌کند، بلکه پویایی‌هایی را هم در فرایند خطمشی ایجاد می‌کند که به عناصری در درون چارچوب‌ها برمی‌گردند (اتمن، ۲۰۱۰). پویایی‌هایی که در فرایند خطمشی رخ می‌دهند در برخی مطالعات تجربی گزارش شده‌اند (هیرشی^۳ و ویندمر^۴، ۲۰۱۰) و (هارتلپ^۵ و کمرلینگ^۶، ۲۰۰۸). گزاره‌های پژوهش، معرف ماهیت پویای تغییراتی است که در درون فرایند خطمشی به واسطه فعالیت‌های رسانه روی می‌دهد. مشاهداتی که گویای این تغییرات و پویایی‌هاست، در فرایند خطمشی قابل مشاهده است. گزاره‌هایی که در ادامه طرح می‌شوند، وضعیت این متغیرها و سطح پویایی فرایند خطمشی را به چارچوب بندی رسانه‌ها از مسائل و موضوعات عمومی پیوند می‌زنند. بر اساس شش نوع پویایی شناسایی شده، شش قضیه وجود دارد که به شرح جدول ۱ هستند:

1. media coverage

2. media attention

3. Hirschi

4. Windmer

5. Hartlapp

6. Kemmerling

جدول ۱- قضایای پژوهش

رسانه از طریق چارچوب‌بندی مسائل و موضوعات عمومی، غنای خطامشی عمومی ایجاد می‌کند.	قضیه اول
رسانه از طریق چارچوب‌بندی مسائل و موضوعات عمومی، نوآوری خطامشی عمومی ایجاد می‌کند.	قضیه دوم
رسانه از طریق چارچوب‌بندی مسائل و موضوعات عمومی، سازگاری خطامشی عمومی ایجاد می‌کند.	قضیه سوم
رسانه از طریق چارچوب‌بندی مسائل و موضوعات عمومی، مقبولیت خطامشی عمومی ایجاد می‌کند.	قضیه چهارم
رسانه از طریق چارچوب‌بندی مسائل و موضوعات عمومی، نبود وارونگی خطامشی عمومی ایجاد می‌کند.	قضیه پنجم
رسانه از طریق چارچوب‌بندی مسائل و موضوعات عمومی، یادگیری خطامشی عمومی ایجاد می‌کند.	قضیه ششم

براساس قضایای یاد شده، چارچوب‌های رسانه‌ای متغیر مستقل و روایت‌های خطامشی، متغیر وابسته پژوهش‌اند.

اندازه‌گیری چارچوب‌ها

برای اندازه‌گیری چارچوب‌ها لازم است انواع واحدهای تحلیل را تعیین کنیم. در تحلیل، محتوا سه نوع واحد در خور تمییز اند. واحدهای نمونه‌گیری، واحدهای ضبط و واحدهای متن (کرپیندورف، ترجمه نایی، ۱۳۸۸).

واحدهای ثبت واحدهایی هستند که با فرایند عملی اندازه‌گیری سر و کار دارند. واحد ثبت^۱ یا ضبط، بخش خاصی از محتواست که با قرار گرفتن در مقوله‌ای معین مشخص می‌شود (هولستی، ترجمه سالارزاده امیری، ۱۳۸۰، ص ۱۸۲). بنابراین، واحدهای ثبت عناصری از محتوا هستند که در فرایند کدگذاری طبقه‌بندی خواهند شد. با استفاده از واحدهای ثبت می‌توان محتوای رسانه‌ها را بر اساس موضوعات مورد توجه آنها طبقه‌بندی کرد. انتخاب واحد ثبت به نوع رسانه‌ای که محتوای آن تحلیل

1. recording units

می‌شود نیز بستگی دارد. در پژوهش حاضر، به منظور بررسی آن دسته از مسائل و موضوعات عمومی که مورد توجه رسانه‌ها واقع می‌شوند محتوای چند روزنامه تحلیل شده است. انتخاب روزنامه‌ها به دلیل چارچوب‌ساز بودن آنهاست.

برای انتخاب واحدهای ثبت محتوای روزنامه‌ها چند عنصر اصلی مطرح است. واحدهای ثبت در روزنامه، مطلب خبری، گزارش، مقاله و مصاحبه را شامل می‌شوند. البته یک واحد ثبت دیگر که همان تصویر است، باقی می‌ماند. واحد تصویر نیز شامل عکس و کاریکاتور است. به دلیل تفاوت‌هایی که در شیوه تحلیل محتوای تصویر و متن وجود دارد، در این مطالعه، صرفاً بر محتوای متنی تأکید می‌شود. از این رو، تمرکز پژوهش حاضر بر تحلیل محتوای متنی قرار دارد و محتوای تصویری از دایره تحلیل خارج‌اند. علاوه بر این چهار واحد اصلی، برای ثبت دقیق‌تر محتوا، سه واحد فرعی شامل تیتراژ، لید^۲ و متن^۳ هم وجود دارند. از میان واحدهای زمینه، واحدهای موضوعی یا مضمونی^۴ مناسب‌ترین واحدها برای بررسی محتوای روزنامه‌ها هستند. این واحدها بر حسب تطابق و تناظرشان با تعریف ساختاری خاص محتوای داستان، بیان یا تفسیر مشخص می‌شوند، تمایز آنها از هم، بر مبنای مفهومی صورت می‌گیرد و بر حسب برخورداری از ویژگی‌های ساختاری مطلوب در تقابل با بخش باقیمانده مطالب بی‌ربط قرار می‌گیرد (کرپندورف، ترجمه نایی، ۱۳۸۸). هر یک از واحدهای ثبت اصلی که پیش از این معرفی شدند، ممکن است حاوی یک یا چند مضمون باشند. اگر بخواهیم این واحدهای ثبت را که شامل مطلب خبری، گزارش، مصاحبه، مقاله می‌شوند و از گونه‌های محتوای متنی در روزنامه‌ها هستند، در قالب یک نوع ادبی قرار دهیم، می‌توانیم بگوییم که همگی از ویژگی داستان^۵ بودن برخوردارند.

برای بررسی مضمونی انواع محتواها، نخست باید ببینیم مضامین اصلی که به دنبال‌شان هستیم، کدام‌اند. مضامینی که به دنبال آنها هستیم، با چارچوب‌بندی موضوعات از سوی رسانه‌ها و در قالب محتواها خلق می‌شوند. رسانه‌ها ممکن است به یک مسئله و موضوع عمومی، چارچوب‌های مختلفی بدهند. چارچوب که همان ایده اصلی سازمان‌دهنده محتوای خبر است، زمینه‌ای را خلق می‌کند که در آن، موضوع

1. titre (فرانسوی) headline (انگلیسی)

2. Lead

3. body

4. thematic units

5. story

عمومی به طبقاتی از مضامین تبدیل می‌شود. بنابراین، چارچوب‌بندی و مضمون‌دهی، به طور عمیقی در هم تنیده‌اند. چارچوب بستری برای خلق مضامین ویژه برای یک موضوع ایجاد می‌کند و مضامین نیز نقش عامل انتقال‌دهنده معنی برای شکل دادن به یک چارچوب بر عهده می‌گیرند. چارچوب‌ها را بر حسب هدف پژوهش و ذخیره فرهنگی آن به شکل‌های مختلف می‌توان دسته‌بندی کرد.

یک موضوع عمومی که به موضوع خط‌مشی تبدیل می‌شود، در طیفی از وضعیت قرار می‌گیرد. هر وضعیت موضوع عمومی، برای رسانه یک چارچوب است. رسانه‌ها برای هر وضعیت موضوعی، یک چارچوب مجزا خلق می‌کنند. بر اساس این چارچوب‌ها می‌توان به واحدهای مضمونی دست یافت. جدول ۲، چارچوب‌ها و مضامین را به طور خلاصه نشان می‌دهد.

جدول ۲- انواع چارچوب‌بندی موضوعات عمومی و مضامین اصلی چارچوب‌ها

چارچوب‌ها	بیان توصیفی مضامین
F ₁ چارچوب خلأ	T ₁ خط‌مشی‌ها، قوانین و مقررات جامع در مورد موضوع وجود ندارد و سیاستگذاران باید تدابیر لازم را در این مورد اتخاذ کنند.
F ₂ چارچوب راه‌حل‌ها	T ₂ در شرایط فعلی باید به راه‌حل‌های کاملاً نو و تازه‌ای اندیشید. این راه‌حل‌های متفاوت می‌توانند گره‌ها را باز کنند.
F ₃ چارچوب تضاد (تعارض)	T ₃ سیاست‌های وضع شده درباره موضوع عمومی با دیگر سیاست‌ها در تعارض هستند و همدیگر را خنثی می‌کنند.
F ₄ چارچوب مقبولیت نداشتن	T ₄ اشاعه نیافتن خط‌مشی به دلیل مقبولیت نیافتن آن است. اهمیت بالای خط‌مشی و ارزشمندی آن ایجاب می‌کند تا آن را بپذیریم.
F ₅ چارچوب اجرای وارونه	T ₅ سیاست اجرا نمی‌شود و این باعث شده است مسئله عمومی حل نشود. سیاست به طرز نادرستی اجرا می‌شود و این کار وضعیت را بدتر کرده است.
F ₆ چارچوب اصلاح	T ₆ تجربه نشان می‌دهد که خط‌مشی نیاز به اصلاح دارد. اصلاح خط‌مشی به بهبود آن می‌انجامد.

همان‌طور که در جدول ۲ آمده است، چارچوب‌بندی‌هایی که رسانه‌ها از مسائل و موضوعات عمومی ایجاد می‌کنند، به شش گونه دسته‌بندی شده‌اند. خلق هر چارچوب و بهره‌گیری از آن نیازمند مضامینی قوی است که فضای فکری حاکم بر آن چارچوب را باز تولید می‌کند. اصلی‌ترین مضامین مرتبط با هرگونه از چارچوب‌ها نیز توصیف شده‌اند. مضمون توصیف شده، درونمایه یا جان کلامی است که در یک واحد محتوایی ذکر می‌شود تا آن واحد محتوایی به چارچوب لازم دست پیدا کند. به عبارت دیگر، با استفاده از واحدهای مضمونی می‌توان هم نوع چارچوب و هم قوت آن را در ارتباط با یک موضوع عمومی مورد سنجش و اندازه‌گیری قرار داد.

شیوه و ابزار رمزگذاری واحدهای ثبت و واحدهای محتوایی (مضامین)

شیوه رمزگذاری باید بتواند مضامین، چارچوب‌ها و موضوعات عمومی را به یکدیگر پیوند زند. رمزگذاری^۱ باید نشان دهد هر واحد ثبت از چه واحدهای مضمونی تشکیل شده است. با کدگذاری واحدهای مضمونی که در داخل واحدهای ثبت شناسایی می‌شوند، آشکار می‌شود هر واحد ثبت با چه مضمون (T) یا مضامینی ساخته و پرداخته شده است. از روی مضامین کدگذاری شده و ساختار داستان، نوع چارچوب (F) و قوت آن شناسایی می‌شود. با کشف این روابط آشکار خواهد شد موضوع عمومی (I) مورد نظر به چه میزان و چگونه تحت پوشش رسانه‌ای قرار گرفته است. شیوه کدگذاری برای مضامین به این شکل است که برای هر واحد ثبت، یک فضای مضمونی وجود دارد. این فضای مضمونی حاوی چندین مضمون است که واحدهای ثبت به یک یا چند مورد از آنها نسبت داده می‌شوند. نسبت دادن هر واحد ثبتی به یک فضای مضمونی، مشخص می‌کند که مضمون غالب در محتوا چیست.

اندازه‌گیری پی‌رنگ‌ها

برای اندازه‌گیری سطح پویایی‌های خط‌مشی، یعنی متغیر وابسته پژوهش لازم است فعالیت‌ها و خروجی‌های کاری مجلس و دولت هر دو مورد تحلیل قرار گیرند. خط‌مشی را می‌توان به عنوان نوعی از روایت مورد بررسی قرار داد. استدلال این است

1. coding

که روایت‌ها نیروی حیات سیاست هستند. روایت‌ها، هم نتیجه مشهود اختلاف در دیدگاه‌های خط‌مشی و هم، نتیجه بارز راهبردهای سیاسی‌اند. دیدگاه‌های خط‌مشی و راهبردهای سیاسی که در روایت‌های خط‌مشی به چشم می‌خورند، به طور تصادفی شکل نمی‌گیرند. دیدگاه‌های خط‌مشی، با ثبات‌اند و راهبردهای سیاسی، قابل پیش‌بینی (مکبث^۱ و همکاران، ۲۰۰۶، ص ۸۹). در ابتدا باید منابع روایی خط‌مشی را بر اساس واحدهای مشخص ثبت کرد. داستان‌های روایی که در منابع رسانه‌ای انتشار می‌یابند، یکی از مناسب‌ترین انواع منابع روایی هستند. در میان رسانه‌های خبری، خبرگزاری‌ها بیشترین روایت‌ها را پیرامون موضوعات خط‌مشی منتشر می‌کنند. این روایت‌ها، دسته اول و متنوع هستند. پس از تعیین واحدهای روایت، نوبت شناسایی استدلال‌های^۲ خاص پیرامون مسائل خط‌مشی و راه‌حل‌های مربوط و کدگذاری آن است. رمزگذاری استدلال‌های خاص منجر به کشف پی‌رنگ روایت می‌شود. پی‌رنگ، اصلی‌ترین واحد زمینه‌ای در روایت‌های خط‌مشی است. دבורا استون^۳ از ابزار ادبی نظیر شخصیت‌ها^۴، پی‌رنگ^۵، زبان پر تحرک^۶ و استعاره‌ها^۷ برای تحلیل روایت‌های خط‌مشی استفاده می‌کند (مکبث و همکاران، ۲۰۰۶، ص ۸۸). از میان این عناصر، پی‌رنگ دارای اهمیت بسزایی است. می‌توان دایره موضوعاتی را که از زوایه روایت مورد بررسی قرار می‌گیرند، بسیار وسیع تصور کرد. مجموعه‌ای که اخبار و روزنامه‌ها، کتاب‌های تاریخی، رمان‌ها، فیلم‌ها، کمیک استریپ‌ها، پانتومیم، رقص، غیبت، جلسات روانکاوی و غیره را دربر می‌گیرد (بارت، ترجمه راغب، ۱۳۸۷، ص ۹). داستان، ماده اولیه است اما پی‌رنگ چگونگی ارائه آن را به خواننده نشان می‌دهد (همان، ص ۱۴).

پی‌رنگ، حاصل ترکیب پی‌رفت زمانی و علیت است، وحدت بر پی‌رنگ حاکم است. یعنی در آغاز، موقعیتی آرام وجود دارد و سپس این موقعیت دچار آشفتگی می‌شود و در پایان، موقعیت آرام دیگری شکل می‌گیرد (مارتین، ترجمه شهباز، ۱۳۸۹، ص ۵۷). کل پی‌رنگ با مسئله‌ای آغاز می‌شود و با حل آن پایان می‌پذیرد (همان، ص ۶۸). پی‌رنگ ساختمان فکری، ذهنی و درونی داستان است (شمیسا، ۱۳۸۱، ص ۱۷۹). نظریه پردازان پی‌رنگ، رخدادهای

-
- | | | |
|---------------|--------------|------------------------|
| 1. McBeth | 2. arguments | 3. Debora Stone |
| 4. characters | 5. plot | 6. color full language |
| 7. metaphors | | |

را عنصر مسلط و بنیادین به شمار می‌آورند. به همین دلیل، پژوهش حاضر در تحلیل ساختار روایی خطمشی‌ها بر عنصر پی‌رنگ متکی است. چارچوب روایی خطمشی^۱ نیز که از سوی شاناهان (۲۰۱۱) ارائه شده، پی‌رنگ را متغیر اصلی ساختار روایت در سطوح خرد و میانی تحلیل معرفی می‌کند. پی‌رنگ نشان می‌دهد روایت بر کدام جنبه از پویایی فرایند خطمشی توجه دارد. برای شناسایی استدلال‌ها، چند چیز را شامل راوی، رخداد، مسئله و راه حل باید همزمان در دل روایت جستجو کنیم تا پی‌رنگ آشکار شود.

اگر شش نوع پویایی مطرح شده در فرایند خطمشی را در اینجا به‌عنوان ملاک و معیار خطمشی قرار دهیم، برای موضوعات خطمشی می‌توانیم شش پی‌رنگ را متصور باشیم. در این صورت می‌توان استدلال راوی را در خصوص رخداد و موضوع خطمشی و به بیان بهتر، پیرامون مسئله - راه حل به این شش وضعیت - ارجاع داد. به عبارت دیگر، از سخن راوی می‌توان شش پی‌رنگ را کشف و استخراج کرد. شش پی‌رنگی که راوی، روایت‌هایش را در مورد خطمشی در قالب آن می‌سازد، در جدول ۳ فهرست شده‌اند.

جدول ۳- پی‌رنگ‌های ششگانه روایت خطمشی بر اساس پویایی‌های فرایند خطمشی

شماره پی‌رنگ	شش پی‌رنگ روایت‌های خطمشی
۱	راوی مسئله را نبود خطمشی کافی در مورد موضوع می‌داند و راه حل وضع خطمشی جامع را ارائه می‌دهد (وضع خطمشی جامع).
۲	راوی مسئله را نبود خطمشی‌های مبتکرانه و متمایز می‌داند و خطمشی نوآورانه پیشنهاد می‌کند (وضع خطمشی نوآورانه).
۳	راوی مسئله را ناسازگاری و تضاد خطمشی‌ها عنوان می‌کند و راه‌حلی برای سازگاری خطمشی ارائه می‌دهد (وضع خطمشی سازگار).
۴	راوی مسئله را مورد پذیرش نبودن و مقبولیت نداشتن خطمشی می‌داند و راه‌حل اشاعه هر چه بیشتر آن را ارائه می‌دهد (مقبولیت‌بخشی به خطمشی).
۵	راوی مسئله را اجرای وارونه خطمشی می‌داند و راه‌حل اجرای درست آن را ارائه می‌دهد (اجرای درست خطمشی).
۶	راوی مسئله را نبود ارزیابی و اصلاح نشدن به موقع خطمشی در حال اجرا می‌داند و خواهان اصلاح آن شده و راه‌حل اصلاحی ارائه می‌دهد (اصلاح خطمشی).

هر یک از پی‌رنگ‌های ششگانه می‌تواند طرح غالب و اصلی برای هر داستان خبری در مورد فرایند خط‌مشی باشد. البته راوی ممکن است پی‌رنگ را در جهت مثبت آن بیان کند و وضعیت خط‌مشی را مطلوب توصیف کند که در این صورت به جای مسئله - راه‌حل می‌توان از رابطه مفاهیم موقعیت - کنش استفاده کرد.

شیوه و ابزار رمزگزاری واحدهای ثبت و واحدهای محتوایی (پی‌رنگ‌ها)

حال به شیوه‌نامه‌ای راهنما برای کدگذاری متون روایتی و یا داستان‌های خبری نیاز داریم. روایتی که راوی، آن را درباره رخدادی و یا با موضوعی آغاز می‌کند با چندین پی‌رفت و با روشن ساختن مسئله و سپس ارائه راهکار، به پایان می‌رسد. طرحی که در روایت افکنده می‌شود به یکی از پی‌رنگ‌های ششگانه نزدیک است که به ترتیب یکی از کدهای ۱ تا ۶ به آن اختصاص خواهد یافت. به کارگیری این شیوه‌نامه امکان می‌دهد که کلیه روایت‌های مرتبط با یک حوزه خط‌مشی، بر حسب پی‌رنگ روایت طبقه‌بندی شوند. در اینجا باید دو نوع داستان خبری را از هم مجزا کنیم. نوع اول، داستانی خبری است که با تحلیل مضامین محتوایش به چارچوب‌بندی رسانه دست پیدا می‌کنیم و نوع دیگر، داستانی روایی است که با تحلیل عناصر روایتش، به کشف پی‌رنگ آن می‌پردازیم. در آن داستان، روایی که روایت درباره خط‌مشی است، راوی اصلی رسانه نیست، رسانه بازتاب‌دهنده است. در این نوع داستان، راویان، سیاست‌گذاران و نهادهای مرتبط با فرایند خط‌مشی، یعنی نهاد مجلس و دولت هستند.

مورد انتخابی و منابع داده‌ها

مورد انتخابی باید یک موضوع عمومی باشد که تحت پوشش رسانه‌ای قرار گرفته و در فرایند خط‌مشی جریان یافته باشد. مواردی که برای این پژوهش مفیدند، آن دسته از مسائل عمومی‌اند که تبدیل به موضوع خط‌مشی شده‌اند. مورد انتخاب شده موضوع، هدفمندی یارانه‌هاست. هدفمندی یارانه‌ها یکی از آبرخط‌مشی‌های^۱ حوزه اقتصاد بخش عمومی است.

1. megapolicy

هدفمندی یارانه‌ها دارای ویژگی‌هایی است که آن را به موضوع مناسبی برای بررسی تغییرات خط‌مشی تبدیل می‌کند. از میان روزنامه‌های در حال انتشار کشور، روزنامه‌های همشهری، کیهان، ایران و دنیای اقتصاد تحلیل شده‌اند. رسانه‌های انتخاب شده، به طیف وسیعی از سلیقه‌ها و گرایش‌های موجود در نهادهای سیاستگذار و دستگاه‌های مجری پاسخ می‌گویند و منبع قابل اعتماد آنان برای کسب اطلاعات و اخبار هستند. کلیه روایت‌هایی که از این منابع روایت تولید می‌شوند، به صورت پراکنده در داستان‌های روایی رسانه‌ها در دسترس‌اند. اما خبرگزاری‌ها به دلیل پوشش وسیع رخدادها و به‌روز بودن‌شان، مهم‌ترین منبع این روایت‌ها هستند. دو خبرگزاری مهر و فارس به دلیل فراگیر بودن و به دلیل حجم انتشار روایت پیرامون موضوعات خط‌مشی عمومی، مناسب‌ترین منابع برای گردآوری روایت‌ها شمرده می‌شوند.

شیوه تحلیل روابط متغیرها

از آنجا که داده‌های مربوط به متغیرهای مستقل و وابسته در یک دوره زمانی ۲/۵ ساله و به صورت طولی گردآوری شده‌اند، می‌توان از دو تکنیک تحلیلی مقایسه الگوها^۱ و تحلیل سری‌های زمانی^۲ برای تحلیل داده‌ها استفاده کرد.

تحلیل سری‌های زمانی، یکی از تکنیک‌های مفید برای تحلیل موردهاست. قوت اصلی این روش، ردیابی تغییرات طی دوره‌های زمانی است. اگر رویدادها در طول زمان و با جزئیات و دقت ردیابی شوند، نوعی از تحلیل سری‌های زمانی همیشه امکان‌پذیر است. منطق زیربنای سری‌های زمانی بر پایه وجود همخوانی بین روندی از نقاط داده‌ها با (الف) یک روند به طور نظری معنی‌دار که پیش‌تر مشخص شده، در مقابل (ب) بعضی روندهای جایگزین که آن هم از قبل مشخص شده، در مقابل (ج) هر روند دیگری که بر پایه بعضی چیزهای غیرواقعی یا تهدید کننده اعتبار داخلی قرار دارد، استوار است (ین^۳، ۲۰۰۳، ص ۱۲۵).

1. pattern matching technique

2. time – series analysis technique

3. Yin

یافته‌های پژوهش

شناسایی چارچوب‌ها

چارچوب‌های رسانه واقعیت‌ها را تفسیر می‌کنند. طی این دوره تقریباً ۲/۵ ساله (۱۳۹۱/۵/۳۱ - ۱۳۸۹/۱/۱) کلیه داستان‌های خبری (مطلب خبری، گزارش خبری، مقاله و مصاحبه) چهار روزنامه مذکور، بررسی، شناسایی و تحلیل شده‌اند. برای شناسایی داستان‌های خبری از جستجوگر و پایگاه داده‌های میکسنا^۱ استفاده شده است. داستان‌های خبری منتشر شده در این روزنامه‌ها که بر اساس پنج کلید واژه «هدفمند کردن یارانه‌ها»، «هدفمندسازی یارانه»، «هدفمندی یارانه‌ها»، «یارانه‌ها» و «هدفمندی» جستجو شده‌اند، حدود ۴۱۶۶ داستان خبری را شامل می‌شود.

برای استخراج مضامین نهفته در این داستان‌ها، هر داستان خبری باید حاوی چهار عنصر باشد. در صورتی که هر داستانی از چهار عنصر مشکل، تشخیص، قضاوت‌های اخلاقی و علاج برخوردار باشد، می‌توان مضمون‌های خاص آن را استخراج کرد و به چارچوب مرتبط ساخت. اگر چارچوب‌های ارائه شده در پژوهش حاضر را به دو دسته چارچوب‌های تغییر دهنده خط‌مشی و چارچوب‌های حفظ‌کننده وضع موجود خط‌مشی تقسیم کنیم، این دو دسته چارچوب‌ها در نقطه مقابل هم قرار می‌گیرند. داستان‌های خبری حفظ‌کننده خط‌مشی به تعهد خود نسبت به چرخه مشکل، تشخیص و درمانی که در آغاز داشته‌اند، پایبندند و قضاوت‌های اخلاقی و معیارهای قضاوت‌شان نیز تغییری نمی‌کند. چارچوب‌های حفظ‌کننده خط‌مشی به طور عمده، از سوی رسانه‌هایی خلق می‌شوند که طرفدار و حامی خط‌مشی بوده و ایجاد تغییر در آن را نمی‌خواهند.

در نقطه مقابل چارچوب‌های تغییردهنده خط‌مشی فضای مضمونی متفاوتی را در چارچوب‌های حفظ‌کننده خط‌مشی خلق می‌کنند. در چارچوب‌های تغییردهنده خط‌مشی، به وجود مسائل و مشکلاتی در خط‌مشی اشاره می‌شود که باید دلیل آن تشخیص داده شود تا بر اساس معیارهای خاص اخلاقی برای آن راه‌حل و علاج‌هایی

ارائه گردد. بررسی داستان‌های خبری نشان می‌دهد که چهار روزنامه مطالعه شده، از نظر فضای مضمونی در دو دسته جداگانه و در دو نقطه تقریباً متفاوت از هم، قرار می‌گیرند. روزنامه‌های دنیای اقتصاد و همشهری بیشتر از مضامینی بهره برده‌اند که به ضرورت تغییر خطمشی اشاره داشته‌اند و در مقابل، روزنامه‌های ایران و کیهان بیشتر از مضامینی بهره برده‌اند که خواهان حفظ وضعیت خطمشی بوده‌اند.

این مضامین به دنبال خود چارچوب‌هایی را بر رسانه حاکم ساخته‌اند. پس از شناسایی مضامین در دو فضای مضمونی، تمرکز پژوهش بر فضای مضمونی تغییر خطمشی است چرا که هدف، شناسایی تأثیر تغییرات چارچوب‌ها بر پی‌رنگ روایت‌های خطمشی بوده است. به این منظور لازم است برای اندازه‌گیری بار چارچوبی داستان‌های خبری در این چهار روزنامه، مضامین به کار رفته در فضای مضمونی تغییر خطمشی را با توجه به عناصر چهارگانه مضمون شناسایی کنیم.

فراوانی و میزان تکرار چارچوب‌ها بر اساس تکرارپذیری مضامین و داستان‌های خبری اندازه‌گیری شده‌اند. این فراوانی‌ها نشان می‌دهد هر چارچوبی، طی دوره‌ای که بر محتوای پیام رسانه حاکم بوده، چند بار مورد استفاده قرار گرفته است. فراوانی چارچوب‌ها نشان‌دهنده مقداری است که آنها را اندازه‌پذیر می‌سازد. با استفاده از این مقدار می‌توان حجم غلبه و حضور چارچوب‌ها در داستان‌های خبری را تعیین کرد. بسته‌های مضامین نیز نشان‌دهنده دامنه و گستردگی چارچوب‌هاست. اطلاعات مربوط به فراوانی چارچوب‌ها به روشنی نشان می‌دهد رسانه‌های مورد نظر در طول دوره مطالعه، داستان‌های خبری خود را در قالب کدام چارچوب رسانه‌ای تولید کرده‌اند.

جدول ۴- تعداد داستان‌های خبری خلق شده در خصوص با مضامین و چارچوب‌ها

در فضای مضمونی حفظ سیاست‌ها

چارچوب‌ها	مضامین	فراوانی داستان‌های خبری در هر مضمون	فراوانی داستان‌های خبری در هر چارچوب
خلأ	ابهامات هدفمندی باید به فکر جایگزین‌هایی برای یارانه نقدی بود. آینده هدفمندی در تولید و صنعت باید روشن شود.	۲۸ ۹ ۲۰	۵۷
ضرورت نوآوری	هدفمندی آثار توری دارد. صنایع، اصناف و بنگاه‌ها بالاتکلیف هستند.	۱۵ ۱۷	۳۲
تضاد	هدفمندی، بازارها را مختل می‌کند.	۲۸	۲۸
نداشتن مقبولیت	درباره پیامدها و تأثیرات هدفمندی نگرانی وجود دارد. ضرورت تعویق اجرا احساس می‌شود. تدابیر اجرایی کافی اندیشیده نشده است.	۳۲ ۱۳ ۱۴	۵۹
اجرای وارونه	تأثیر اجرای بازارها نامطلوب است. اجرا اثر توری ایجاد کرده و باید مراقبت شود. در اجرا تخلف دیده می‌شود. در دخل و خرج دولت شفافیت وجود ندارد. اجرا پیامدهای نامناسبی در پی داشته است. وضع صنعت و تولید پس از اجرا مناسب نیست.	۱۶ ۱۶ ۳۸ ۲۶ ۳۴ ۷۰	۲۰۰
اصلاح	دخل و خرج دولت در گام دوم باید روشن شود. گام دوم هدفمندی دارای چالش‌ها و پیامدهایی است که باید اصلاح شود. تنفس یارانه‌ای ضروری است.	۱۸ ۳۴ ۳۲	۸۴

شناسایی پی‌رنگ‌ها

پی‌رنگ عنصر اصلی تشکیل‌دهنده داستان‌های روایی است. با کشف پی‌رنگ‌ها به هسته اصلی یک روایت پی می‌بریم و با منظور و مقصود راوی آشنا می‌شویم. سه عنصر

رخداد، مسئله و راه‌حل اجزای یک پی‌رنگ را می‌سازند. با تغییر پی‌رنگ‌ها، محتوا و منظور روایت‌ها نیز تغییر می‌کنند. منابع روایت‌های خطمشی در این پژوهش، دو خبرگزاری مهر و فارس هستند. این منابع تقریباً طیف جامعی از دیدگاه‌ها و موضع‌گیری‌های متولیان خطمشی را هم در دولت و هم در مجلس، پیرامون رخدادهای موضوع خطمشی یعنی هدفمندی یارانه‌ها نقل می‌کنند.

روایت‌ها باید از زبان متولیان اصلی خطمشی اعم از اعضای هیئت دولت، مسئولان هدفمندی یارانه‌ها و نمایندگان مجلس، بازگو شوند. بررسی داستان‌های روایی و تحلیل روایت‌ها نشان می‌دهد که در طول ۲۶ ماه دوره مطالعاتی، متولیان خطمشی حجم قابل توجهی از روایت‌ها را پیرامون موضوع هدفمندی و رخدادهای مرتبط با آن تولید کرده‌اند. در طول ۲۶ ماه دوره مطالعاتی، دو خبرگزاری فارس و مهر، حدود ۹۵۵۰ محتوای متنی درباره هدفمندی یارانه‌ها عرضه کرده‌اند که ۳۰۶ مورد آن از ویژگی‌های یک متن روایی برخوردار است. این روایت‌ها که به اتفاقات و رخدادهای مرتبط با خطمشی هدفمندی یارانه‌ها می‌پردازند، راوی مشخصی دارند و راوی در آنها به مسئله‌ای در ارتباط با خطمشی و راه‌حل مناسب با آن اشاره می‌کند.

تحلیل این روایت‌ها آشکار می‌سازد که راوی هر روایت کیست و جایگاه و نقش آن در فرایند خطمشی چیست. علاوه بر این، تحلیل روایت نشان می‌دهد هدفمندی یارانه‌ها با وضعیت‌های بغرنجی روبه‌رو شده است که باعث می‌شود متولیان خطمشی در مورد آن به اظهار نظر و ارائه راه‌حل بپردازند. در مواقعی نیز خطمشی در عمل با دشواری‌هایی روبه‌رو است که متولیان به ناچار، خواهان تغییرات و اصلاحاتی در آن می‌شوند. نقاط عطف را می‌توان در رخدادهای پیرامون خطمشی مشاهده کرد. برای گذر از این نقاط عطف و رویارویی با رخدادهای خطمشی، متولیان همواره نوعی صف‌آرایی پیرامون چیستی مسئله‌ای که خطمشی با آن روبه‌روست و چگونگی راه‌حلی که خطمشی به آن نیازمند است، انجام می‌دهند. در اینجاست که جریان‌های متفاوتی از روایت‌ها شکل می‌گیرد.

فراوانی پی‌رنگ‌های ششگانه و میزان روایت تولید شده بر اساس این پی‌رنگ‌ها در دوره‌های زمانی مختلف شناسایی شده‌اند. این اطلاعات نشان می‌دهد که در یک دوره مشخص، هر یک از پی‌رنگ‌ها چند بار در روایت‌ها مورد استفاده قرار گرفته‌اند.

جدول ۵- فراوانی روایت‌های مرتبط با پی‌رنگ‌های ششگانه

فراوانی روایت‌ها	دوره‌های زمانی	پی‌رنگ‌ها
۹۷	خرداد تا آذر ۱۳۸۹	مقبولیت بخشی خطمشی
۱۴۰	دی تا آذر ۱۳۸۹-۹۰	اجرای درست
۳۰	دی تا مرداد ۱۳۹۰-۹۱	اصلاح
۱۳	دی تا مرداد ۱۳۹۰-۹۱	وضع خطمشی جامع
۱۳	دی تا مرداد ۱۳۹۰-۹۱	وضع خطمشی نوآورانه
۱۲	دی تا مرداد ۱۳۹۰-۹۱	وضع خطمشی سازگار

بحث و نتیجه‌گیری

در قضایای پژوهش فرض بر این است که تغییر در چارچوب‌های رسانه‌ای، باعث ایجاد تغییراتی در پی‌رنگ روایت‌های خطمشی می‌شود. از آنجا که این دو دسته از متغیرها، در یک مطالعه طولی ۲۷ ماهه اندازه‌گیری و سنجش شده‌اند، به بررسی سری‌های زمانی رابطه این متغیرها در یک دوره زمانی، نیازمندیم. در این دوره‌های زمانی تأثیرات شش چارچوب بر شش پی‌رنگ مورد سنجش قرار می‌گیرد. از میان روش‌های سری‌های زمانی، تکنیک حداقل مربعات معمولی^۱ (OLS) ابزار مناسبی برای تبیین تأثیرات متغیر مستقل یعنی چارچوب‌ها (F_s) بر متغیر وابسته یعنی پی‌رنگ‌ها (P_s) است (دلورگیو^۲، ۱۹۹۸). بر اساس رابطه چارچوب‌ها و پی‌رنگ‌ها، شش سری زمانی وجود دارد.

نتایج حاصل از آزمون و ارزیابی روابط متغیرهایی که در شش گزاره طرح شده‌اند، در جدول تحلیل‌های OLS قابل مشاهده است.

1. Ordinary Least Squares

2. Delurgio

جدول ۶- تحلیل‌های OLS در بررسی رابطه چارچوب‌ها و پی‌رنگ‌ها

Durbin-watson Stat	R- Squared	Coefficient	Dependent Variables (Plots)	Independent Variable (Frames)
۳/۲۲۰۱۶۰	۰/۱۸۵۴۷۱	۰/۲۶۲۱۴۰	پی‌رنگ ۱	چارچوب ۱
۳/۱۰۵۴۰۲	۰/۵۳۷۸۷۶	۰/۵۴۷۵۹۵	پی‌رنگ ۲	چارچوب ۲
۱/۹۸۵۸۶۶	۰/۳۴۱۸۴۷	۰/۷۶۰۰۸۵	پی‌رنگ ۳	چارچوب ۳
۱/۲۴۲۷۵۴	۰/۶۰۴۹۳۸	۰/۷۷۷۷۷۸	پی‌رنگ ۴	چارچوب ۴
۱/۹۲۵۰۸۵	۰/۰۰۹۵۰۲	۰/۱۲۹۶۳۰	پی‌رنگ ۵	چارچوب ۵
۲/۷۴۶۱۰۱	۰/۲۲۶۲۶۲	۰/۲۷۵۴۴۹	پی‌رنگ ۶	چارچوب ۶

همان‌طور که مقادیر جدول ۶ نشان می‌دهد، در بررسی رابطه چارچوب اول و پی‌رنگ اول، میزان ضریب اهمیت تأثیر متغیر مستقل بر متغیر وابسته که در ستون سوم دیده می‌شود، مقدار ۰/۲۶۲۱۴۰ است که حکایت از تأثیرگذاری ۲۶ درصدی F_1 بر P_1 به ازای هر واحد افزایش F دارد. همچنین مربع R در ستون چهارم جدول به میزان ۰/۱۸۵۴۷۱ است که قدرت F_1 در تبیین تغییرات P_1 را نشان می‌دهد و متناسب با مقدار ضریب اهمیت است. جدول آماره دوربین - واتسون که در ستون پنجم دیده می‌شود، وابستگی بین دوره‌ای و یا به عبارت دیگر، وابستگی مقادیر درون متغیرهای مستقل و وابسته را در ۷ ماه مورد بررسی نشان می‌دهد. مقدار نرمال این آماره ۲ است و مقدار ۳/۲ به دست آمده حکایت از وابستگی بین دوره‌های ماهانه و تأثیرپذیری مقادیر هر ماه از مقادیر F_1 و P_1 ماه‌های قبل دارد.

با نگاهی به نتایج جدول درمی‌یابیم که مقدار ضریب اهمیت تأثیر F_2 بر P_2 افزایش قابل توجهی یافته است. ضریب اهمیت تأثیر در این رابطه به مقدار ۰/۵۴۷۵۹۵ است. بر این اساس، هر یک واحد افزایش در F_2 بیش از ۵۴ درصد افزایش در P_2 ایجاد خواهد کرد. مربع R نیز از بالا بودن قدرت تبیین‌کنندگی F_2 در خصوص تغییرات P_2 حکایت دارد. مقدار آماره دوربین - واتسون نیز که بیش از ۳ است، وابستگی مقادیر ۱۲ دوره مشاهده را نشان می‌دهد و رابطه F_3 و P_3 نشان‌دهنده بهبود قابل توجه رابطه چارچوب سوم و پی‌رنگ سوم است. میزان ضریب اهمیت تأثیر به

۰/۷۶۰۰۸۵ افزایش یافته که نشان‌دهنده تأثیر تعیین‌کننده F_3 بر P_3 است و آماره دوربین - واتسون به کمتر از ۲ کاهش یافته که نشان از کاهش سطح وابستگی و استقلال بیشتر ۸ دوره مشاهده شده دارد.

با توجه به مقادیر جدول بالا، تأثیر F_4 بر P_4 نسبت به سه دوره قبل در وضعیت بهتری قرار دارد. ضریب اهمیت تأثیر در این دوره ۰/۷۷۷۷۸ است. در همین دوره، میزان مربع R بهبود قابل توجهی یافته که نمایانگر افزایش قدرت F_4 در تبیین تغییرات P_4 است. آماره دوربین - واتسون نیز به مقدار ۱/۲۴۲۷۵۴ حکایت از استقلال ۸ دوره مشاهده شده دارد.

مقادیر دوره پنجم، گواهی بر کاهش محسوس سطح تأثیر و قدرت تبیین‌کنندگی F_5 بر P_5 است. ضریب اهمیت تأثیر به سطح ۰/۱۲۹۶۳۰ کاهش یافته است. در این سطح از ضریب اهمیت، میزان یک واحد افزایش در F_5 نزدیک به ۱۳ درصد افزایش در P_5 ایجاد کرده است. میزان مربع R نیز به سطح پایین ۰/۰۰۹۵۰۲ کاهش یافته است که حکایت از قدرت پایین متغیر مستقل در تبیین تغییرات متغیر وابسته دارد. اما آماره دوربین - واتسون سطح استقلال هشت مشاهده را در وضعیت مطلوب نشان می‌دهد.

در دوره ششم نسبت به دوره پنجم، ضریب اهمیت تأثیر و مربع R کمی بهبود یافته است. ضریب اهمیت نمایانگر تأثیر متغیر مستقل بر متغیر وابسته به میزان ۰/۲۷۵۴۴۹ است. با یک واحد افزایش در F_6 به میزان ۲۲ درصد افزایش در P_6 حاصل شده است. آماره دوربین - واتسون نیز مقدار ۲/۷۴۶۱۰۱ را نشان می‌دهد که به منزله افزایش وابستگی میان هشت مشاهده مربوط به این دوره زمانی است.

مقادیر آزمون‌های انجام شده بین سه دسته متغیر مستقل F_4 ، F_5 ، F_6 و سه دسته متغیر وابسته P_4 ، P_5 ، P_6 به جای گنجانده شدن در دوره سوم، در دوره‌های جداگانه‌ای قرار گرفته‌اند. احتساب دوره‌های جداگانه به این دلیل است که ماهیت داده‌های هر دوره با وجود قرار گرفتن در یک بازه زمانی با یکدیگر متفاوت است.

یکی از نکات مهمی که در سنجش رابطه متغیر مستقل و وابسته باید مد نظر قرار گیرد این است که متغیرهای وابسته تا چه اندازه از مانایی^۱ برخوردارند. آماره قابل استفاده برای اندازه‌گیری مانایی پی‌رنگ‌ها، آماره ADF (دیگی فولر^۲) است. نتیجه

1. stationary

2. Augmented Dicky-Fuller Statistic Test

بررسی نشان می‌دهد که عدد به دست آمده در منطقه پذیرش فرض صفر (نامانایی داده) قرار نداشته و بنابراین داده مورد نظر، مانا تلقی می‌شود. نتایج به دست آمده نشان‌دهنده صحت و اعتبار قضایای ششگانه مطرح شده است. بنابراین، بر اساس نتایج می‌توان چگونگی تأثیرگذاری رسانه بر خطمشی عمومی را مشاهده کرد. با توجه به نتایج پژوهش، رسانه‌ها از طریق ایجاد چارچوب‌هایی از مسائل و موضوعات عمومی بر خطمشی عمومی تأثیر می‌گذارند. همچنین نتایج نشان می‌دهد، سطح تأثیرگذاری رسانه بر خطمشی با توجه به مرحله خطمشی و نوع چارچوب متفاوت است. به عبارت دیگر، رسانه با به کارگیری برخی چارچوب‌ها در یک دوره زمانی، تأثیرات بیشتری بر روایت‌های خطمشی به جا می‌گذارد و در بعضی دوره‌ها، با استفاده از سایر چارچوب‌ها تأثیرات آن بر روایت‌های خطمشی کمتر است.

منابع

- بارت، رولان. (۱۳۸۷). *درآمدی بر تحلیل ساختاری روایت‌ها* (ترجمه محمد راغب). تهران: فرهنگ صبا.
- شمیسا، سیروس. (۱۳۸۱). *انواع ادبی*. تهران: فردوس.
- مارتین، والاس. (۱۳۸۹). *نظریه‌های روایت* (ترجمه محمد شهبان). تهران: هرمس.
- هولستی، آر. ال. (۱۳۸۰). *تحلیل محتوا در علوم اجتماعی و انسانی* (ترجمه نادر سالارزاده امیری). تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی.
- کرپیندورف، کلاوس. (۱۳۸۸). *تحلیل محتوا* (ترجمه هوشنگ نایی). تهران: نی.
- Archibald, A.K. (1960). Three views of the Expert's Role in Policymaking: System Analysis, Incrementalism and the Clinical Approach. **Policy Sciences**, Vol. 1, pp. 73-86.
- Bauer, M. (2005). Distinguishing Red and Green Biotechnology: Cultivation Effects of the Elite Press. **International Journal of Public Opinion Research**, Vol. 17, No. 1.
- Christie, B.T. (2006). Framing Rationale For the Iraq War : The Interaction of Public Support With Mass Media and Public Policy Agenda's. **International Communication Gazette**, Vol. 68, No. 5-6, pp. 519-532.

- Delurgio, A.S. (1998). **Forecasting Principles and Applications**, Irwin, McGraw-Hill.
- Dudo, A.; Brossard, D.; Shanahan, J.; Scheufele, A.D. & Signorilli, N.(2011). Science on Television In The 21st Century : Recent Trends in Portrayals and Their Contribution to Public Attitudes Toward Science.**Communication Research**,Vol. 3, No.6.
- Edy, A.J. & Meirick, C.P. (2007). Wanted, Dead or Alive: Media Frames, Frame Adoption and Support for the War in Afghanistan. **Journal of Communication**,Vol. 57, pp. 119-141.
- Entman, M.R. (2010). **Condemned to Report the Media and the Accountability Gap in Iraq War Policy**, In Sigrid Koch – Baumgartner and Katrin Voltmer (eds) Public Policy and Mass Media, NewYork, Routledge Press, pp. 194-214.
- Gavin, T.N. (2006). **Closing the Circle, A Case Study in the Role of Spin in the Policy Cycle**, In Sigrid Koch – Baumgartner and Katrin Voltmer (eds) Public Policy and Mass Media, NewYork, Routledge Press, pp. 65-85.
- Hartlapp, M. & Kemmerling, A. (2008). When a Solution Becomes the Problem: The Causes of Policy Reversal on Early Exit from the Labor Force. **Journal Social Policy**, Vol. 18, No. 4.
- Hayes, M. (2007). Telling Stories: News Media, Health Literacy and Public Policy in Canada. **Social Science & Medicine**, Vol. 64, pp. 1842-1852.
- Hirschi, C. & Windmer, T. (2010). Policy Change and Policy Stasis: Comparing Swiss Foreign Policy toward South Africa (1968-1994) and Iraq (1990-1991).**The Policy Studies Journal**, Vol. 38, No. 3.
- Hoogh, M. (2002). Watching Television and Civic Engagement: Disentangling the Effects of Time, programs, and Stations.**The Harvard Internatinal Journal of press/politics**.

- Howarth, A. (2010). **Contested Processes, Contested Influence, A Case Study of Genetically Modified Food in Britain**, In Sigrid Koch – Baumgarten and Katrin Voltmer (eds) *Public Policy and Mass Media*, New York, Routledge Press, pp. 143-161.
- John, P. (2003). Is there Life after Policy Streams, Advocacy Coalitions, and Punctuations: Using Evolutionary Theory to Explain Policy Change. **Policy Studies Journal**, Vol. 31, No. 4.
- Jones, D.B. & Baumgartner, R.F. (2012). From There to Here: Punctuated Equilibrium to the General Punctuation: Thesis to a Theory of Government Information Processing. **The Policy Studies Journal**, Vol. 4, No. 1.
- Kepplinger, M.H. (2007). Reciprocal Effects: Toward A Theory of Mass Media Effects on Decision Makers. **The Harvard International Journal of Press/Politics**, Vol. 12, No. 2, pp. 3-23.
- Kiousis, S. & McCombs, M. (2004). Agenda Setting Effects and Attitude Strength. **Communication Research**, Vol. 31, No. 1, pp. 36-57.
- Lee, C.J. & Niederdeppe, J. (2011). Gener-Specific Cultivation Effects: Lagged Associations Between Overall TV Viewing, Local TV News viewing and Fatalistic Beliefs About Cancer Prevention. **Communication Research**, Vol. 38, No. 6.
- McBeth, K.; Shanahan, M.; Elizabeth, A.; Ruth, A. & Hathaway, L.P. (2006). The Intersection of Narrative Policy Analysis and Policy Change Theory. **The Policy Studies Journal**, Vol. 35, No. 1.
- Sabatier, A.P. (1988). An Advocacy Coalition Framework of Policy Change and the Role of Policy-oriented Learning Therein. **The Policy Sciences**, Vol. 21.
- Scheufele, D.A. & Tewksbury, D. (2007). Framing, Agenda Setting and Priming: The Evolution of The Three Media Effects Models. **Journal of Communication**, Vol. 57, pp. 9-20.

- Segrin, C.T. (2005). Social Cognitive. Mediators and Relational Outcomes Associated With Parental Divorce, **Journal of Social and Personal Relationship**, Vol. 22, No. 3.
- Shanahan, A. (2008). Conduit or Contribute? The Role of Media in Policy Change Theory. **Policy Sciences**, Vol. 41, pp. 115-138.
- Shanahn, E. (2011). Policy Narrative and Policy Processes. **Policy Studies Journal**, Vol. 39, No. 3.
- Strunk, C. (2010). **Public Public Pushing For Pension reform? The Short-Term Impact of Media Coverage on Long-Term Policy Making in Germany, Britain and the United States**, In Sigrid Koch – Baumgarten and Katrin Voltmer (eds) Public Policy and Mass Media. New York, Routledge Press, pp. 179-193.
- Van Gorp, B. (2007). The Constructionist Approach to Framing Bringing Culture Bakin. **Journal of Communication**, Vol. 57, pp. 60-78.
- Walgrave, S.; Soroko, S. & Nuytmans, M. (2008). The Mass Media's Political Agenda – Setting Power: A Longitudinal Analysis of Media-Parliament and Government in Belgium (1933-2000). **Comparative Political Studies**, Vol. 41, No. 6, pp. 814-836.
- Yanovitzky, I. (2002). Effects of News Coverage on Policy Attention and Actions: A Closer Look into the Media – Policy Connection. **Communication Research**, Vol. 29, No. 4, pp. 422-451.
- Yin, R. (2003). **Case Study Research: Design and Methods**, Fifth Edition, Sage Publication.