

تأثیر طرف سوم: ارتباطات در مذاکرات فلسطینی-اسرائیلی

اسرائیلی‌های یهودی ایستارهای مثبت‌تری را ایجاد خواهد کرد. علاوه بر این، فرض من این بود که همراه با روندهای موجود در تعصب و واکنشی بی ارزش کننده، بزرگی اثر مثبت رابط سوم

ایفات ماوذ

وابسته به تعلقات سیاسی پذیرنده پیام بوده و برای بازها و کبوترها متفاوت خواهد بود. این فرضیات با استفاده از طراحی تجربی هویت رابط (آمریکایی‌ها در مقابل فلسطینی‌ها) توسط تعلقات سیاسی پذیرنده (بازها در مقابل کبوتر

ترجمه: رحمن قهرمان پور

پژوهشگر ارشد مرکز پژوهش‌های علمی و

مطالعات استراتژیک خاورمیانه

مقدمه

ها) به آزمون گذاشته می‌شوند. یافته‌ها فرضیه‌های پژوهش را تأیید می‌کنند.

این پژوهش اثر پوشش خبری را بر

مداخلات طرف سوم در مذاکرات مورد مطالعه

قرار می‌دهد و در بستر سیاسی شکل گرفته در

دوران پس از معاهده اسلو در مذاکرات

فلسطینی-اسرائیلی، میزان نفوذ و تأثیر در

خواست آمریکا از اسرائیلی‌ها مبنی بر واگذاری

یک سری امتیازات را که در مطبوعات محلی

اسرائیل گزارش شده بود، به آزمون می‌گذارد.

پژوهش‌های گذشته که تعصب و واکنشی بی ارزش

کننده^(۱) را مورد توجه قرار داده بودند، به این

فرضیه منجر شدند که تأثیر مثبت رابط سوم

اتفاق خواهد افتاد. درخواست آمریکا از اسرائیل

برای واگذاری امتیازات در مقایسه با همین

درخواست از سوی فلسطینی‌ها، در میان

روز ۱۳ سپتامبر ۱۹۹۳ که مصادف بود با

امضای معاهده صلح مورد مذاکره در اسلو در نروژ

میان فلسطینی‌ها و اسرائیلی‌ها، از نظر بسیاری

از افراد نشانه پیشرفت در روابط طرفین بود.

چشم‌انداز موفقیت روند سیاسی موجود میان دو

طرف به صورت کاملاً استثنایی امیدوار کننده

بود. اما این خوش بینی عمر درازی نداشت. با

ترور اسحاق رابین، نخست وزیر اسرائیل، در

نوامبر ۱۹۹۵ مجموعه‌ای از سلسله حوادث

خشونت بار آغاز شد و با حملات تروریستی در

نیمه اول سال ۱۹۹۶ ادامه یافت. این رویدادها

به منزله آغاز افول روند سیاسی اعراب-اسرائیل

بود و طرفین متخاصم به صورتی روز افزون موانع و مشکلاتی را بر سر راه تداوم روند فوق ایجاد کردند.

به رغم مشکلات گزارش شده در اجرای مراحل مختلف توافقی‌های موقتی که همراه بود با تخلف هر دو طرف، مقامات آمریکایی برای مداخله در مذاکرات تلاشهایی را به عمل آوردند. در نیمه دوم ۱۹۹۷ آمریکا به تدریج خود را بیشتر از گذشته درگیر مذاکرات [صلح] کرد و در عمل به عنوان یک واسطه ظاهر شد و از فلسطینی‌ها و اسرائیلی‌ها خواست تا برخی امتیازات را واگذار کنند. این ارتباطها که در پاییز ۱۹۹۷ و زمستان ۱۹۹۸ و توسط مقامات آمریکایی در اختیار مطبوعات قرار گرفت، به منظور نفوذ بر طرفین منازعه بود. هدف عبارت بود از متقاعد کردن طرفین به اجرای کامل شرایط لازم برای اجرای مراحل مورد توافق برای تشکیل حکومت موقت و هموار کردن زمینه مذاکره در مورد توافق نهایی صلح.

هدف این مقاله تعیین میزان نفوذ پیامهای ارسال شده از سوی طرف سوم بر اولویت‌های سیاسی احزاب درگیر و تحت تأثیر قرار دادن آمادگی آنها برای توافق در مورد رسیدن به یک راه حل است. این تحقیق به طور

مشخص آن بخش از تقاضاهای آمریکا را مورد بررسی قرار می‌دهد که در مطبوعات اسرائیلی گزارش شده است و شامل درخواست از اسرائیلی‌ها برای موافقت با اعطای برخی امتیازات به فلسطینی‌ها می‌باشد.

در ادبیات تصمیم‌گیری سیاست خارجی، افکار عمومی عامل مهمی شناخته می‌شود که می‌تواند گزینه‌های سیاسی را تحت تأثیر قرار دهد. ایستارها و عقاید شهروندان به مثابه اجزای سازنده محیط اجتماعی فرض می‌شود که بر تصمیمات حکومتها در دولتهای دموکراتیک تأثیر می‌گذارد. در اسرائیل که در آن مخالفت‌های قابل توجهی با روند سیاسی اسرائیلی-فلسطینی وجود دارد، ایستار عمومی نسبت به واگذاری امتیاز، عاملی بسیار کلیدی است که خط مشی سیاست‌گذاران را معین کرده و آنها را آماده اجابت خواسته‌های فلسطینی می‌کند که در صدد اجرایی کردن موفقیت‌آمیز امتیازات واگذار شده‌اند. اخبار رسانه‌ای یکی از منابع عمده اطلاعات عمومی در باب فرایند صلح بود و بنابراین می‌توانست ابزاری مهم برای بسیج افکار عمومی در راستای فرایند مزبور و تأثیر گذاری بر ایستارها و برداشتهای یهودیان اسرائیلی از این روند باشد.

در این مقاله میزان تأثیر گذاری پوشش خبری- گزارشهای مطبوعاتی در مورد فشار مقامات آمریکا بر رهبران اسرائیل جهت واگذاری امتیازات به فلسطینی ها- بر اراده یهودیان اسرائیلی برای توافق با امتیازات مزبور به آزمون گذاشته می شود. این مسئله از طریق تمرکز بر دریافت کننده های فردی و با استفاده از رهیافتی که مربوط به پردازش اطلاعات رسانه ای در یک مناظره است، مورد مطالعه قرار می گیرد. این رهیافت از اصول برگرفته از نظریه های مربوط به پردازش اطلاعات و پیش ذهنیت اجتماعی در جریان یک مناظره بهره می گیرد و هدف از این پردازش نیز بررسی نحوه تعامل پوشش خبری با انتظارات اولیه و اعتقادات مخاطبان و تأثیر گذاری بر قضاوت آنها در مورد مسایل مرتبط با مناظره است.

پردازش اطلاعات رسانه ای در یک مناظره

مجموعه زیر را که برگرفته از عناوین اصلی صفحه اول مطبوعات اسرائیل در پاییز ۱۹۹۷ است، در نظر بگیرید: «آمریکا خطاب به اسرائیل: [ما] منتظر آرایش دوم کریمانه ایم.» «آمریکا از نخست وزیر می خواهد تا ایده های

[جدید] خود در رابطه با آرایش دوم را به کلینتون ارائه دهد.» هشدار آلبرایت به نتانیاهو در مذاکرات آن دو در لندن: یا آرایش مجدد گسترده تر یا اعلامیه عمومی تند آمریکا علیه اسرائیل. «کلینتون از اسرائیل انتظار دارد تا امتیازات سرزمینی مهم تری را واگذار کند.» این نوع پوشش خبری را به راحتی می توان تابع یک ساختار پایه ای سه جزئی دانست که در گزارشهای خبری رایج است: ۱. کنشگر یا رابط؛ ۲. کنش یا پیام؛ و ۳. هدف کنش یا پیام. (این ساختار را می توان حالت خاصی از ساختار عمومی تر سوژه- کنش- ابژه در نظر گرفت که توسط روبرتو فرانزوسی^(۲) و برای سازماندهی گزارشهای خبری طرح شده است). هویت یا ویژگیهای کنشگر- منشأ کنشهای گزارش یا پیامها- می تواند در چنین گزارشهای خبری تبدیل به اصلی ترین مسئله شده و قضاوتها و نظرات مخاطبان را در مورد موضوع مورد گزارش تحت تأثیر قرار دهد.

فرانک گیلیام و همکارانش به تأثیر هویت عامل پوشش خبری بر عقاید مخاطبان اشاره می کنند (۱۹۹۶). این پژوهشگران با استفاده از یک روش ابتکاری رایانه ای نشان دادند که

2. Roberto Franzosi

چگونه هویت قومی راوی گزارشهای خبری اقدامات جنایی پیش ذهنیتهای قومی بینندگان را تضعیف کرده و عقاید و نظرات آنها را در مورد جنایت تحت تأثیر قرار می دهد. این پژوهشگران یادآور شده اند که مطالعه آنها ارتباط نزدیکی با سنت تحقیقاتی در مورد پردازش اطلاعات اجتماعی مرتبط با تأثیر عقاید از قبل موجود یا انتظارات بر برداشت و برآورد محرک اجتماعی دارد. در حوزه پردازش اطلاعات اجتماعی در مورد یک منازعه که محور اصلی این مطالعات است، تحقیق نشان داده است که عقاید و انتظارات منفی مرتبط با دیدگاههای کلیشه ای مخالفان می تواند نحوه قضاوت موافقان درباره کنشها یا ارتباطات منسوب به مخالفان را تحت تأثیر قرار دهد.

پدیده بی ارزش کردن واکنشی که نخستین بار توسط لی راس و همکاران او مطرح شد، تمایل احزاب به منازعه را ناشی از گرایش آنها به بی ارزش کردن امتیازات پیشنهاد شده از سوی مخالفان می داند. این امر باعث می شود تا پیشنهاد مصالحه یا واگذاری امتیاز از نظر دریافت کنندگان این پیشنهاد بی ارزش جلوه کند. در برخی موارد ممکن است با یک پوشش خبری خصمانه و همراه با تعصب برخورد کنیم

که در این حالت رسانه ها با استفاده از اصلاحات نه چندان خوشایند و موهن در توصیف پیشنهادات طرف مقابل آنها را کم ارزش جلوه می دهند. اما مطالعات بی ارزش کردن واکنشی نشان می دهند که حتی اگر عبارت پردازشی صورت گرفته در مورد پیشنهاد ثابت بماند، نسبت دادن همین پیشنهاد به دشمن موجب بی ارزش کردن آن می شود. اخیراً این پدیده در مذاکرات فلسطینی ها و اسرائیلی ها خود را نشان داد، از پاسخگویان یهودی اسرائیلی درخواست شد که پیشنهاد معتبری را که از دل گفتگوهای سیاسی بین طرفین بیرون می آید و خوستار واگذاری امتیازات [از سوی اسرائیلی ها] است، مورد ارزیابی قرار دهند. این پیشنهاد عبارت بود از یک توافق موقت در مورد مسایلی نظیر امنیت برگزاری انتخابات حکومت خودگردان فلسطین و اعطای اختیارات قانونی به آن. نتایج [نظر سنجی] نشان داد که پاسخ دهندگان گرایش منفی تری نسبت به پیشنهاد واگذاری امتیازات داشتند و آن را کمتر به نفع خود می دانستند. از طرف دیگر، وقتی چنین نشان داده می شد که این پیشنهاد توسط طرف فلسطینی و در مخالفت با طرف اسرائیلی ارائه شده است، موافقت با آن باز هم کمتر

می‌شد. در حالی که متمایل به بی‌ارزش کردن پیشنهاد و گذاری امتیاز از سوی طرف مقابل وجود دارد این امر می‌تواند موجب برتری خواسته‌های طرف سوم شود که درگیر [منازعه] نیست. در خواسته‌های مطرح شده از سوی مخالف که با خوش بینی کمتری دریافت می‌شود، وقتی از سوی یک بازیگر بی‌طرف مطرح می‌شود، با استقبال به مراتب بیشتری مواجه می‌شود. با اینکه تأثیر مثبت طرف سوم نتیجه منطقی پدیده بی‌ارزش کردن و انکشی است، آثار مثبت آن هنوز به صورت نظام مند مورد مطالعه قرار نگرفته است.

مطالعات متعددی فرایندها و پویاییهای مداخله طرف سوم و تأثیر این مداخلات را بر حل و فصل منازعات مورد توجه قرار داده‌اند. گرچه درک تأثیر این مداخلات بسیار حایز اهمیت است، ولی توجه چندانی به مطالعه نظام مند شیوه‌های شناختی که به واسطه آنها ارتباطات طرف سوم می‌تواند ایستارها و نظرات طرفین دیگر را تحت تأثیر قرار دهد، مبذول نشده است. هدف از این مطالعه بررسی شناختی رسانه‌ها در هنگام وجود طرف سوم است. آنچه به آزمون گذاشته می‌شود عبارت است از تأثیر اطلاعات آرایه شده در مورد خواسته‌های طرف سوم، از طریق بازنمایی آنها در اخبار رسانه‌ای، بر ایستارها و گرایشهای مخاطبان طرفدار در راستای واگذاری امتیاز در منازعه.

گفته می‌شود گزارش خبری در مورد طرف سوم به عنوان رابط و گذاری امتیازات می‌تواند منجر به ظهور انتظارات و عقاید مثبت در خوانندگان در ارتباط با پیشاذهنیتهای آنها در مورد نقش طرف سوم در مذاکرت شود. این انتظارات در صورت فعال شدن می‌توانند منجر به پدیده اسیمیله شدن شوند؛ حالتی که در آن مخاطبان طرفدار از پیشنهاد و گذاری امتیاز از سوی طرف سوم بیشتر استقبال می‌کنند.

بنابراین در چنین وضعیتی می‌توان منتظر تأثیر مثبت رسانه‌ای رابط سوم بود. در زمینه مناقشه اسرائیلی- فلسطینی، فرض من این است که فرضیه ۱. گزارشهای مطبوعاتی که آمریکا را به عنوان طرف سوم و رابط درخواست از اسرائیل برای واگذاری امتیازات نشان می‌دهند، در میان مخاطبان یهودی اسرائیلی، ایستارهای مطلوب تری نسبت به واگذاری امتیازات در طی مذاکرات ایجاد خواهند کرد تا وقتی که درخواست کننده، فلسطینی‌های مخالف نشان داده شود. در راستای آزمون این فرضیه از طرحی تجربی استفاده شد که هویت درخواست کننده را

در گزارش‌های خبری دستکاری می‌کرد و آن را آمریکایی یا فلسطینی نشان می‌داد. این دستکاری تجربی تأثیرات احتمالی متغیرهای نامربوط به تحقیق را بر متغیرهای وابسته کنترل می‌کرد و این امکان را برای ما فراهم می‌کرد تا رابطه علی میسان هویت گزارش شده رابط و ایستارها و برآوردهای مخاطب در مورد تقاضای واگذاری امتیاز را تعیین کنیم.

موضوع انتخاب شده عبارت بود از درخواست از اسرائیل برای عقب نشینی از کرانه باختری در چارچوب توافق نهایی صلح با فلسطینی‌ها. واگذاری بخش‌های فلسطینی کرانه باختری موضوعی بسیار جنجالی و مناقشه برانگیز در اسرائیل است و بخش وسیعی از افکار عمومی یهودیان به شدت با واگذاری سرزمینهای بیشتر مخالف است. در چنین شرایطی تعریف نقش اخبار رسانه‌ای به عنوان جزء اساسی حل منازعه، می‌تواند موجب گسترش صلح‌خواهی در افکار عمومی اسرائیل شود.

ایستارها و تعلقات سیاسی در مورد واگذاری امتیاز در مذاکرات

تا اینجا به این موضوع پرداختیم که چگونه باز نمایی واگذاری امتیازات سیاسی

ایستارها و نظرات مخاطبان را در مورد واگذاری امتیازات در مذاکرات تحت تأثیر قرار می‌دهد. با این حال، گرایش به واگذاری امتیازات ممکن است وابسته به ویژگی‌های مخاطب، حامی و طرفدار نیز داشته باشد. مثل تعلق سیاسی فرد به یک حزب سیاسی مخصوص در یک طرف منازعه. سرزبندی اصلی سیاسی در درون هریک از طرفین منازعه اسرائیلی-فلسطینی عبارت است از تمایز میان بازها و کبوترها. این زیر گروهها در مورد منازعه دیدگاههای مختلفی دارند و موضع مخالف خود را با توجه به ارتباط خود با طرف دیگر و نیز راهبرد مورد استفاده در هنگام مواجهه با گروههای بیرونی تنظیم می‌کنند. در یک نگاه کلی، بازها از منافع جمعی به سختی دفاع کرده، بر تغییر ناپذیری ارزشها پافشاری می‌کنند، هنگام مواجهه با طرف دیگر تمایل به مبارزه دارند و با هر نوع مصالحه و دادن امتیاز در منازعه مخالفند. در نقطه مقابل، کبوترها تمایل به مذاکره و حل مسایل دارند، به همکاری رغبت نشان می‌دهند و مایل به مصالحه و دادن امتیاز هستند.

تمییز بازها از کبوترها یکی از اصلی‌ترین و حیاتی‌ترین مشخصه‌های زندگی سیاسی در اسرائیل بوده و برای دسته‌بندی عقاید مربوط به

در برآوردهای خود از امتیازاتی که باید واگذار کنند، تمایلات متفاوتی نسبت به هویت رابطین نشان می‌دهند. این تفاوتها از دو جهت کارگر می‌افتد. نخست اینکه، بازها دیدگاه رقابتی بیشتری در مقابل حریف اتخاذ می‌کنند و در مقابل دشمن نیز رو به اقدامات افراطی‌تر می‌آورند. دوم اینکه، ممکن است بازها در مواضع خود قوم محورانه عمل کنند و در نتیجه، به هر آنچه طرف خودشان می‌خواهد اولویت بخشیده و هر چیزی را که طرف مقابل می‌طلبد بی‌ارزش جلوه دهند. بدین ترتیب، این امکان وجود دارد که بازها نسبت به هر نوع پیشنهاد ارایه شده از سوی طرف مقابل دیدگاه منفی‌تری ارایه دهند. این امر می‌تواند منجر به افزایش اختلاف میان برآورد بازها از امتیازات خواسته شده از سوی طرف مقابل و همین برآورد از سوی طرف سوم شود.

فرضیه ۱: تأثیر حضور آمریکا به عنوان رابط سوم بستگی به تعلقات سیاسی مخاطبان داشته و این تأثیر در بازها بیشتر از کبوترها خواهد بود. بازها اغلب مخالف مصالحه و واگذاری امتیازات در منازعه هستند و در مواضع خود در مقایسه با کبوترها انعطاف‌پذیری کمتری از خود نشان می‌دهند و از هم‌بین‌رو تمایل

منازعه اعراب-اسرائیل در حالت کلی و مسئله فلسطینی‌ها در حالت خاص، مورد استفاده قرار می‌گیرد. اگرچه در برخی موارد بازها و کبوترها را می‌توان به عنوان اجزای یک پیوستار و نه دو گروه مجزا در نظر گرفت، در محیط سیاسی اسرائیل و به خصوص در رابطه با مسئله فلسطینی‌ها می‌توان بازها و کبوترها را به عنوان دو گروه مختلف و با عقاید کاملاً متفاوت در نظر گرفت. بازها در برخورد با فلسطینی‌ها موضعی سازش‌ناپذیر دارند و از دیدگاه اسرائیل بزرگ حمایت می‌کنند که مستلزم حفظ و الحاق سرزمینهای اشغالی در جنگهای اعراب-اسرائیل است. آنها همچنین از اسکان یهودیان در سرزمینهای اشغالی حمایت می‌کنند. در نقطه مقابل، کبوترها از سازش با فلسطینی‌ها حمایت می‌کنند، خواستار مبادله زمین در برابر صلح هستند و با اسکان یهودیان در سرزمینهای اشغالی مخالفت می‌کنند. این تفاوت مرا به این پیش‌بینی رهنمون کرد که:

فرضیه ۲، کبوترهای اسرائیل در مقایسه با بازها ایستادگی مطلوب‌تری نسبت به واگذاری امتیازات در مذاکرات نشان خواهند داد. علاوه بر این، به دلیل برداشتهای مختلف از منازعه و نیز دشمن، بازها و کبوترهای اسرائیل

چندانی به تأثیر پذیرفتن از عوامل مختلفی چون هویت رابط ندارند. بنابراین ممکن است بازها در ازای درخواست امتیاز، چه از سوی یک مخالف و چه از سوی غیر مخالف، دید منفی داشته باشند.

فرضیه ۲: تأثیر حضور آمریکا به عنوان

روش رابط سوم به تعلقات سیاسی مخاطبان بستگی داشته و در بازها در مقایسه با کبوترها کمتر

خواهد بود. مطالعات گذشته در مورد برآورد

یهودیان اسرائیلی از واگذاری امتیازات در مذاکرات اسرائیلی- فلسطینی نشان می دهد که

بازها و کبوترها ممکن است دارای گرایشهای متفاوتی نسبت به تأثیر پذیری از هویت رابط

باشند. این مطالعات ثابت کرد بازها در قیاس با کبوترها، وقتی که پیشنهاد واگذاری امتیاز از

سوی رقیب [کبوترها] مطرح می شود، واکنش منفی بی ارزش کردن کمتری را نشان می دهند

تا وقتی که این پیشنهاد از طرف خود آنها [بازها] مطرح می شود. اما در این مطالعات، طرف

اسرائیلی و فلسطینی مورد مقایسه قرار می گرفته. از همین رو یافته های مزبور این امکان

را فراهم نمی آورند تا در مورد تعامل تعلقات سیاسی هویتی رابط، آن هم هنگامی که رابط

سومی به آمریکا وارد صحنه شده است، به نتیجه گیری مشخصی دست یابد. هدف من در

این مطالعه بررسی دوباره مفهومی رابطه میان تعلق سیاسی سوژه و اثر هویت رابط و آزمون این تعامل در چارچوب تأثیرات رسانه ای رابط سوم است.

روش طرح

برای سنجش تأثیر هویت رابط و تعلق

سیاسی پاسخگویان بر قضاوتهای آنان در مورد درخواست واگذاری امتیازات گزارش شده از

طریق مطبوعات، طرحی تجربی مورد استفاده قرار گرفت. این طرح هویت ملی رابط را در

گزارشهای خبری تغییر داد (آمریکایی ها در مقابل فلسطینی ها). دومین متغیر مستقل

عبارت بود از تعلق سیاسی پاسخ دهنده ها (بازها در مقابل کبوترها). پاسخهای دریافت شده از

هریک از گروههای سیاسی به صورت تصادفی به شرایط آمریکایی ها یا فلسطینی ها نسبت

داده شد.

پاسخ دهندگان

پاسخ دهندگان عبارت بودند از ۸۵

یهودی اسرائیلی. ۲۸ مرد و ۴۸ زن از

دانشجویان دوره کارشناسی دانشکده ارتباطات

دانشگاه عبری اورشلیم که سن آنها بین ۲۰ تا ۲۶ سال بود (متوسط ۲۲٫۵ سال). مشارکت در این تجربه مستلزم تکمیل یک دوره بود که آن افراد کنار هم در جلساتی شرکت کردند، ولی برگه پاسخ نامه را به تنهایی پر کردند.

روند

طبقه بندی پاسخ دهندگان به عنوان بازها یا کیبوترها مورد استفاده قرار گرفت. بازها ۱. خود را با حزبی از دسته بازها شناسایی می کردند و ۲. نمره ای که برای باز بودن خود می دادند بیشتر از نمره کیبوترها بود (۱، ۲ یا ۳ در مقیاس باز- کیبوتر). به همین ترتیب پاسخ دهندگان در دسته کیبوترها جای می گرفتند اگر:

به پاسخ دهندگان گفته شد که در یک پژوهش در مورد فهم و سنجش گزارشهای خبری در مورد منازعه اسرائیلی- فلسطینی شرکت خواهند کرد. به همین منظور آنها یک پاسخ نامه پیش آزمونی را پر کردند که میزان تعلقات سیاسی آنها را می سنجید و حزبی که افراد خود را متعلق به آن می دانستند، مشخص می گردید. همین طور، تعلق آنها نسبت به بازها یا کیبوترها یک پرسش با مقیاس ۷ درجه ای بود که در آن ۱ به معنای حمایت شدید از بازها و ۷ حمایت شدید از کیبوترها بود. سه متغیر مستقل که در وضعیت سیاسی اسرائیل قابل شناسایی اند، احزاب را به دو دسته تقسیم کردند که در آن احزاب نزدیک به بازها در یک انتهای طیف و احزاب نزدیک به کیبوترها در انتهای دیگر طیف قرار داشتند. در مورد تعلق به یکی از حزاب میان پاسخ دهندگان توافق کامل وجود داشت. معیار زیر برای

۱. به احزاب دسته کیبوترها نمره می دادند و ۲. خود را بیشتر با دسته کیبوترها مورد شناسایی قرار می دادند تا دسته بازها (۵، ۶ یا در مقیاس باز- کیبوتر). شناسایی تعلق سیاسی و خودشناسایی فرد به عنوان باز با کیبوتر در مورد همه پاسخ دهندگان اعمال شد و یک برنامه SPSS با استفاده از معیار فوق پاسخ دهندگان را به عنوان باز یا کیبوتر دسته بندی کرد. این روند منجر به شکل گیری دو گروه با تعلق سیاسی یعنی بازها و کیبوترها شد، که هر گروه ۴۰ نفر از پاسخ دهندگان را شامل می شد. پنج تن از پاسخ دهندگان که هیچ یک از شرایط فوق را احراز نکردند در نمونه تجربی مشارکت داده نشدند.

گام بعدی، نشان دادن گزارشهای خبری چاپ شده از صفحات اول یکی از اصلی ترین روزنامه های اسرائیل (هاآرتص) به پاسخگویان

بود. موضوع خبر عبارت بود از درخواست از اسرائیل برای واگذاری امتیازات به فلسطینی‌ها در چارچوب توافق نهایی میان طرفین. چنین درخواستی پس از درج اخبار مشابه در مطبوعات اسرائیلی در طول سال رایج شده بود و شامل موضوعات زیر می‌شد: ۱. تاریخ آغاز مذاکرات مربوط به توافق نهایی بین طرفین؛ ۲. انتقال کنترل کامل ۸۵ درصد از سرزمینهای کرانه باختری به فلسطینی‌ها در چارچوب حل و فصل نهایی؛ ۳. تعهد فلسطینی‌ها به تضعیف زیرساختهای ترور تحت نظارت آمریکا. در گزارش ارایه شده چنین نشان داده شده بود که این درخواست از سوی مقامات ارشد دولت آمریکا یا مقامات ارشد دولت خودگردان؛ بسته به مورد که به صورت تصادفی نسبت داده شده بود، ارایه شده است. پاسخگویان بعد از خواندن پیشنهاد، اقدام به تکمیل پرسش نامه‌ای کردند که هدف از آن سنجش ارزیابی و نیز گرایش آنها نسبت به واگذاری امتیازات بود. بعد از تکمیل پرسش نامه، پاسخگویان نظرات خود را به صورت مفصل تر اعلام کرده و در مورد روند تجربی نیز توضیحاتی ارایه کردند. همچنین از آنها خواسته شد که هدف واقعی مطالعه را حدس بزنند. هیچ یک از پاسخ دهندگان در مورد ماهیت آزمون

تجربی شک نکرده بود.

نتایج

در پرسش نامه از پاسخگویان خواسته شد تا نشان دهند: ۱. تا چه حد تقاضای واگذاری امتیاز را به نفع طرف خود- یعنی طرف اسرائیل- می‌دانند؛ آن هم در مقیاس ۱ تا ۷، که در آن ۱ نشان دهنده «برای اسرائیلی‌ها خیلی بد» و ۷ بیانگر «برای اسرائیلی‌ها خیلی خوب» بود؛ ۲. تا چه حد این واگذاری امتیاز را یک راه حل مناسب در مذاکرات می‌دانند؛ ۳. تا چه حد واگذاری امتیاز را برای طرفین جوانمردانه و برابر می‌دانند؛ و تا چه حد با پیشنهاد واگذاری امتیاز موافقتند. سه گزینه آخر در مقیاس ۱ تا ۵ بود و در آن ۱ بیانگر «به هیچ وجه» و ۵ بیانگر «بسیار زیاد» بود.

فرضیه ۱ پیش‌بینی می‌کند که گزارشهای مطبوعات در مورد واگذاری امتیازات اگر به آمریکایی‌ها نسبت داده شود در مقایسه با مقامات فلسطینی با استقبال بیشتری مواجه خواهد شد. هم سو با این فرضیه تأثیر مهم هویت رابط بر برآورد پاسخ دهندگان از واگذاری امتیازات ثابت شد. نسبت دادن درخواست واگذاری امتیاز به مقامات فلسطینی با استقبال

کمتری از سوی پاسخ دهندگان اسرائیلی مواجه می‌شود تا وقتی که این درخواست به مقامات آمریکایی نسبت داده می‌شود. در سه گزینه از چهار متغیر وابسته پاسخ «مفید برای اسرائیلی‌ها»، «راه حل خوب» و «راه حل جوانمردانه و برابر» بود، اثر گذاری هویت رابط سوم ثابت شد. تأثیر هویت رابط در نرخ گذاری توافق با واگذاری امتیازات به صورت حاشیه‌ای مهم بود.

جدای از تغییر هویت رابط به عنوان یک تابع، پیش بینی شد که نرخ مطلوبیت درخواست وابسته به تعلق سیاسی پاسخ دهندگان به دو شیوه خواهد بود. نخست فرضیه ۲، پیش بینی می‌کند که بازها در مقایسه با کبوترها قضاوت‌های منفی تری نسبت به پوشش مطبوعاتی درخواست واگذاری امتیازات دارند. هم سو با این فرضیه، تأثیر مهم تعلق سیاسی پاسخ دهنده‌ها بر برآورد آنها از واگذاری امتیازات معلوم شد. بازها در مقایسه با کبوترها در هر چهار گزینه دیدگاه منفی نسبت به «مفید بودن برای اسرائیلی‌ها»، «راه حل خوب»، «جوانمردانه و برابر» و «موافقت با واگذاری امتیازات» داشتند.

هم سو با این فرضیه، تأثیر تعامل هویت رابط با تعلق سیاسی پاسخ دهنده‌ها در

برآوردشان از واگذاری امتیازات ثابت شد. تحلیل یک متغیره نیز به صورت آماری آثار تعاملی مزبور را در سه مرحله از چهار مورد مربوط به سنجش واگذاری امتیازات؛ یعنی مفید برای اسرائیلی‌ها، راه حل خوب، و راه حل جوانمردانه و برابر نشان داد. اثر تعاملی بر نرخ موافقت با واگذاری امتیازات به صورت حاشیه‌ای مهم بود.

همین طور در راستای تأیید فرضیه بزرگی اثر هویت رابط در کبوترها در مقایسه با بازها افزایش یافت. کبوترها درخواست واگذاری امتیازات را وقتی از سوی آمریکا پیشنهاد می‌شود به مراتب مطلوب‌تر از زمانی می‌دانند که فلسطینی‌ها آن را پیشنهاد کنند. به عنوان نمونه، تقاضا وقتی از سوی آمریکایی‌ها مطرح می‌شود و نه فلسطینی‌ها، برای اسرائیلی‌ها بسیار مفیدتر ارزیابی می‌شود؛ اختلافاتی که به لحاظ آماری بسیار حایز اهمیت بود. همین طور کبوترها درخواست واگذاری امتیازات را وقتی از سوی آمریکایی‌ها مطرح می‌شود، راه حل بهتری ارزیابی می‌کردند، این تفاوت نیز از نظر آماری بسیار حایز اهمیت بود. در نقطه مقابل، هویت رابط اثر قابل اغماضی بر برآورد بازها داشت. آنها درخواست واگذاری امتیازات را چه از سوی آمریکایی‌ها و چه از سوی فلسطینی‌ها «بد برای

اسرائیلی‌ها» ارزیابی می‌کردند.

بحث

افرادی که درگیر یک منازعه هستند اغلب نسبت به طرف مقابل منازعه‌دارای انتظارات، عقاید و تصاویری منفی می‌باشند. این دیدگاهها و پیش‌سازدھنیت‌های منفی می‌تواند از طریق گزارش‌های خبری که رقیب را منشأ اصلی برخورد رفتارهای خاص ارتباطی نشان می‌دهند، فعال شود. بنابراین، تعصب منفی در قضاوت ممکن است ناشی از نسبت دادن برخی اقدامات و ارتباطات به طرف متخاصم توسط مطبوعات باشد. پژوهش‌های گذشته نشان داده است که چگونه این تعصب منفی قضاوت در مورد ارتباطات طرف متخاصم را تحت تأثیر قرار می‌دهد. تعصب واکنشی بی‌ارزش‌کننده تمایل طرفین منازعه به بی‌ارزش‌نشان دادن امتیازات پیشنهاد شده از سوی طرف مقابل است (Ross 1995). من در این مطالعه در صدد آزمون

این نکته بودم که آیا وجود یک رابط سوم می‌تواند تأثیر مثبتی بر این تعصب داشته و با آن مقابله کند. این مطالعه درون یک چارچوب مفهومی صورت گرفت که پردازش اطلاعات رسانه‌ای در جریان منازعه را مورد توجه قرار

می‌داد. فرض بر این بود که تأثیر مثبت رسانه‌ای رابط سوم وقتی اتفاق می‌افتد که گزارش‌های خبری رابط سوم را منشأ اصلی تقاضای واگذاری امتیازات نشان دهند. یافته‌های این مطالعه نشان می‌دهد که پوشش خبری تقاضای واگذاری امتیازات از سوی طرف سوم به نام آمریکا قضاوت‌های یهودیان اسرائیل را در مورد واگذاری امتیاز به صورت مطلوبی تحت تأثیر قرار داد. به خصوص یافته‌ها گویای آنند که علاوه بر تأثیرپذیری شدید پاسخ‌دهندگان از تعلقات سیاسی خود نسبت به بازها یا کبوترهای اسرائیلی، قضاوت آنها در مورد گزارش‌های مطبوعاتی مرتبط با درخواست واگذاری امتیازات متأثر از هویت درخواست‌کننده است. گزارش‌های مطبوعاتی که مقامات آمریکا را تقاضاکنندگان واگذاری امتیازات نشان می‌دادند، با قضاوت مطلوب‌تری مواجه شدند تا گزارش‌هایی که این تقاضا را به نمایندگان فلسطینی نسبت می‌دادند.

نکته جالب توجه وابستگی تعصب به تعلق سیاسی پاسخ‌دهندگان است و این در مورد کبوترهای یهودی اسرائیلی و نه هم‌تایان باز آنها اثبات شد. این یافته‌ها نتایج پژوهش‌های گذشته را، بازها در مقایسه با کبوترها کمتر به تأثیر هویت

رابطه مشکوک اند، تأیید می کند.

در آزمون اول، یافته های مربوط به تأثیر مثبت رسانه ای رابطه سوم ممکن است با یافته های قبلی در مورد نقش رابطه سوم یعنی اثر رسانه ای دشمن متناقض باشد. معمولاً در یک منازعه طرفین تمایل دارند پوشش خبری طرف سوم را علیه خود و نشانگر اولویت های طرف متخاصم تصور کنند. این پدیده در مطالعه مربوط به دیدگاه حامیان اعراب و اسرائیلی ها در مورد پوشش یکسان قتل عام ۱۹۸۲ بیروت توسط شبکه های عمده تلویزیونی آمریکا ثابت شد. در این تحقیق نشان داده شد که هر دو گروه هم برنامه های مزبور و هم شبکه های تلویزیونی آمریکایی را حامی طرف دیگر می دانستند.

با وجود این، آزمونهای دقیق تر نشان می دهد که این پدیده ها الزاماً متناقض نیستند، اما در عمل ممکن است نتیجه ساز و کار یکسان مقایسه دیدگاههای طرفین و نشان دادن منازعه و راه حل های آن باشند. به ویژه ممکن است تصور شود که پدیده ها همان گونه توسط طرف سوم بازتاب می یابند که طرف متخاصم می خواهد. در پدیده تأثیر مثبت رسانه ای رابطه سوم، مقایسه صورت گرفته بین طرف سوم و طرف متخاصم در مورد تقاضای واگذاری امتیازات است. در

نقطه مقابل، در پدیده رسانه متخاصم، ممکن است مقایسه غیر صریحی میان بازنمایی صورت گرفته میان طرف سوم و طرف اصلی صورت گیرد که منجر به تأثیر منفی می شود. باید برای تعیین رابطه میان این دو پدیده تحقیقات بیشتری صورت گیرد. پژوهشهای گذشته نقش مداخلات رسمی و غیر رسمی طرف سوم را در میانجیگری میان طرفین منازعه مورد مطالعه قرار داده اند. این پژوهشها در صحنه عملی فرایندهای تعاملی و ارتباطی در مذاکرات صورت گرفته اند.

مطالعه حاضر نشان می دهد که مداخلات طرف سوم می تواند به واسطه پوشش آنها توسط رسانه ای خبری دارای کارکرد میانجیگرانه باشد. وقتی پوشش خبری مربوط به پیشنهاد واگذاری امتیازات در مذاکرات، این پیشنهاد را به طرف سومی نسبت می دهند که از سوی طرفین منازعه یک واسطه قابل احترام تلقی می شود، این امر می تواند در برداشت مثبت تر عموم مردم مؤثر باشد. بدین ترتیب تلاشهای رئیس جمهور آمریکا برای مداخله در مذاکرات اسرائیلی ها - فلسطینی ها می تواند در صورت گزارش شدن در رسانه های خبری بر دیدگاههای موجود در در رابطه با توافق صلح تأثیر مطلوبی داشته باشد. همان طور که یافته های این مطالعه نشان

می دهند، این کوششها می تواند منجر به ایجاد ایستارهای مطلوب در رابطه با واگذاری امتیازات و راه حلها در مناقشه سیاسی شود.

منطق تأثیر مثبت رابطه سوم نیازمند آن است تا حامیان درگیر در فرایند منازعه از رابط مزبور برداشت مثبتی داشته و آن را قابل اعتماد و بی طرف بدانند. هم سو با این منطق، پژوهشهای افکار عمومی نشان می دهند اگرچه ممکن است بخشی از جامعه اسرائیل نقش آمریکا را در مذاکرات اسرائیلی- فلسطینی جانبدارانه بداند، اما بخش اعظم جمعیت یهودی اسرائیل از نقش میانجیگرانه آمریکا حمایت کرده و نسبت به آن دید مثبتی دارد. در حالی که بخش اعظم جمعیت از مداخله آمریکا استقبال می کند، ولی همین جمعیت با میانجیگری بازیگرانی چون سازمان ملل یا کشورهای اروپای غربی مخالف است. این یافته ها این احتمال را تقویت می کنند که ممکن است این تأثیر مثبت ناشی از هویت بازیگر سوم و میزان برداشت مثبت از این بازیگر باشد. در مورد افکار عمومی یهودیان اسرائیل نیز مقایسه میزان این تأثیر مثبت در رابطه با سازمان ملل یا میانجیگران اروپای غربی، با توجه به برداشت نه چندان مثبت افکار عمومی از مداخلات آنها، جالب توجه خواهد بود.

همین طور بررسی تأثیر مثبت طرف سوم بر رویکرد فلسطینی ها مستلزم تحقیقات بیشتر است. پژوهشهای انجام شده در مورد افکار عمومی نشانگر آن است که بخش اعظم جامعه فلسطینی فرایند صلح را یک محصول آمریکایی- اسرائیلی می داند. تصور بر این است که حکومتهای اسرائیل و آمریکا برای نیل به نتایج مطلوب خود توطئه ای را طراحی کرده اند. در راستای این برداشت منفی از نقش آمریکا در مذاکرات، رهبران فلسطینی اخیراً دیدگاههای مثبت تری نسبت به این مداخله اظهار کرده اند. از همین رو، بررسی میزان تأثیر مثبت مداخله آمریکا به عنوان طرف سوم در میان بخشهای مختلف افکار عمومی جالب توجه خواهد بود. در مطالعات اخیر در رابطه با نقش رسانه ها در فرایند صلح اسلو، گادی ولسفند به شواهد تکان دهنده ای در مورد توانایی رهبران اسرائیلی برای گسترش صلح از طریق رسانه های خبری اشاره کرد. نتایج مطالعه مزبور نشان می دهد که رسانه های خبری اسرائیلی می توانند همچنان به عنوان ابزاری برای بسیج افکار عمومی اسرائیل در راستای حمایت از فرایند صلح عمل کنند، اگرچه این امر نه از طریق ارتباط با حکومت اسرائیل، که از طریق گزارشهای گسترده یا تأکید