

## Research Paper

# The Role of Public Issue Image and Issue Linkage in Drawing Attention to Public Issues among Public Opinion and Policymakers



Elham Baharlou<sup>1</sup>, Seyed Abbas Ebrahimi<sup>2\*</sup>

1. Ph.D. Student in Public Administration,, Department of Management, Faculty of Economics, Management and Administrative Sciences, Semnan University, Semnan, Iran.

email: e.baharlou@semnan.ac.ir

2. Associate Professor, Department of Management, Faculty of Economics, Management and Administrative Sciences, Semnan University, Semnan, Iran (\*Corresponding Author).

email: a.ebrahimi@semnan.ac.ir

DOI: 10.22034/jipas.2025.530185.1821

Received: 23/06/2025

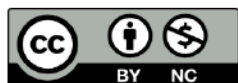
Accepted: 15/09/2025

## Abstract

**Purpose:** The primary objective of this study is to examine the determinants of attention to public issues as a critical precondition for their entry into the policy agenda. The research is grounded in the assumption that in a society such as Iran, characterized by a centralized decision-making structure and a distinctive media environment, understanding the mechanisms through which public and elite attention is mobilized is essential for the effectiveness and legitimacy of public policies. Specifically, the study aims to test the effects of four key variables—issue knowledge or awareness, public issue image, issue linkage, and media use—on the level of attention paid to public issues among two groups: public opinion (citizens) and policymakers (members of parliament).

**Methodology:** In terms of purpose, this research is descriptive, and in terms of outcome, it is applied in nature. The study employed a cross-sectional survey design. The statistical population consisted of two groups: nineteen members of the Islamic Consultative Assembly and ninety-eight citizens of Isfahan Province. Participants were selected using random sampling methods. Data were collected through a researcher-designed questionnaire developed on the basis of theoretical foundations and previous empirical studies. The face and content validity of the questionnaire were confirmed by expert review, and its reliability was verified using Cronbach's alpha coefficients for all constructs, all of which exceeded the acceptable threshold of 0.70. To analyze the data and test the research hypotheses, structural equation modeling (SEM) was conducted using the partial least squares (PLS) approach with SmartPLS software.

**Findings:** The results of the structural equation modeling analysis supported all four main hypotheses of the study. Issue knowledge or awareness was found to have a positive and statistically significant effect on attention to public issues, indicating that greater awareness of an issue's dimensions and consequences increases the likelihood of public sensitivity and attention. Public issue image also exerted a positive and significant influence, suggesting that individuals' overall perceptions and evaluations of an issue—whether it is viewed as harmful, beneficial, or consequential—play an important role in attracting attention. In addition, issue linkage, defined as the extent to which a public issue is connected to broader and more salient concerns such as security, economic conditions, or social justice, was shown to significantly enhance attention to public issues. Among all examined variables, media use emerged as the strongest predictor of



attention to public issues, underscoring the central role of both traditional and new media in agenda-setting, framing, and shaping individuals' cognitive priorities.

**Conclusion:** The findings indicate that the process of attracting attention to public issues in Iran is complex and multidimensional, driven primarily by cognitive and media-related factors rather than demographic characteristics. These results carry important practical implications for policymakers and governance institutions. Effective policy communication requires moving beyond one-way information dissemination toward participatory and issue-centered communication strategies that enhance public knowledge, shape realistic yet compelling issue images, and create meaningful linkages between technical policy problems and citizens' everyday concerns and core societal values. Furthermore, rather than adopting a purely controlling approach to media, policymakers should assume an enabling and facilitative role by promoting transparency, supporting specialized journalism, and engaging constructively with emerging media platforms. Strengthening the cognitive capital of society through reforms in the education system—from schools to universities—can foster critical thinking, issue analysis skills, and media literacy, thereby cultivating more informed and responsible citizens who actively participate in policymaking processes. Finally, continuous monitoring of public issue images and their discursive linkages can enable policymakers to strategically frame issues, mobilize attention at critical moments, and prevent public neglect or misunderstanding of key policy challenges.

**Keywords:** Public Issue, Issue Linkage, Issue Knowledge/Awareness, Issue Image, Attention to Issue.

**Citation:** Baharlou, E., & Ebrahimi S. A. (2025) The Role of Public Issue Image and Issue Linkage in Attention to Public Issues among Public Opinion and Policymakers. *Journal of Iranian Public Administration Studies*, 8(4), 1-21.

## نقش تصویر مسئله عمومی و پیوند مسئله عمومی در توجه به مسئله عمومی؛ مطالعه‌ای در افکار عمومی و خط‌مشی‌گذاران



الهام بهارلو<sup>۱</sup>، سیدعباس ابراهیمی<sup>۲\*</sup>

۱. دانشجوی دکتری، مدیریت دولتی گرایش تصمیم‌گیری و خط‌مشی‌گذاری عمومی، گروه آموزشی مدیریت، دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اداری، دانشگاه سمنان، سمنان، ایران.

email: e.baharlou@semnan.ac.ir

۲. دانشیار، گروه مدیریت، دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اداری، دانشگاه سمنان، سمنان، ایران (\*نویسنده مسئول).

email: e.ebrahimi@semnan.ac.ir

DOI: 10.22034/jipas.2025.530185.1821

### چکیده

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۳/۲۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۶/۲۴

**هدف:** هدف اصلی این پژوهش، بررسی عوامل تعیین‌کننده «توجه به مسئله عمومی» به‌عنوان پیش‌شرط حیاتی برای ورود مسائل به دستورکار خط‌مشی‌گذاری است. پژوهش با این فرض آغاز می‌شود که در جامعه‌ای مانند ایران با ساختار تصمیم‌گیری متمرکز و فضای رسانه‌ای ویژه، درک سازوکارهای جلب توجه عمومی و نخبگان به مسائل، برای اثربخشی و مشروعیت خط‌مشی‌ها ضروری است. هدف مشخص، آزمون تأثیر چهار متغیر کلیدی دانش یا آگاهی از مسئله، تصویر مسئله عمومی، پیوند مسئله عمومی و استفاده از رسانه بر میزان توجه به مسائل عمومی در دو گروه افکار عمومی (شهروندان) و خط‌مشی‌گذاران (نمایندگان مجلس) است.

**روش‌شناسی:** این پژوهش از نظر هدف، توصیفی و از نظر نتیجه، کاربردی است که با روش پیمایشی و به‌صورت تک‌مقطعی انجام شده است. جامعه آماری پژوهش شامل دو گروه بود: الف) ۱۹ نفر از نمایندگان مجلس شورای اسلامی، و ب) ۹۸ نفر از شهروندان استان اصفهان. نمونه‌گیری به روش تصادفی انجام شد. ابزار جمع‌آوری داده‌ها، پرسشنامه محقق‌ساخته بود که براساس مبانی نظری و با استفاده از مطالعات پیشین طراحی شد. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه با نظر خبرگان تأیید شد و پایایی آن نیز از طریق محاسبه ضریب آلفای کرونباخ برای همه سازه‌ها (که همگی بالاتر از ۰.۷۰ بودند) مورد تأیید قرار گرفت. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیه‌ها، از مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM) با رویکرد حداقل مربعات جزئی (PLS) و با استفاده از نرم‌افزار SmartPLS استفاده شد.

**یافته‌های پژوهش:** یافته‌های حاصل از تحلیل مدل معادلات ساختاری، هر چهار فرضیه اصلی پژوهش را تأیید کرد: ۱- دانش یا آگاهی از مسئله عمومی تأثیر مثبت و معناداری بر توجه به مسئله عمومی دارد. این یافته نشان می‌دهد که هرچه افراد اطلاعات بیشتری درباره ابعاد و پیامدهای یک مسئله داشته باشند، احتمال توجه و حساسیت آنان نسبت به آن بیشتر می‌شود؛ ۲- تصویر مسئله عمومی تأثیر مثبت و معناداری بر توجه به مسئله عمومی دارد. به‌عبارت دیگر، نگرش کلی و ادراک افراد از مثبت یا منفی بودن، آسیب‌زا یا مفید بودن یک مسئله، در جلب توجه آنان مؤثر است؛ ۳- پیوند مسئله عمومی (ارتباط یک مسئله با مسائل دیگر) تأثیر مثبت و معناداری بر توجه به

### واژگان کلیدی:

مسئله عمومی، پیوند مسئله، دانش یا آگاهی از مسئله، تصویر مسئله، توجه به مسئله.

مسئله عمومی دارد. هنگامی که یک مسئله با دغدغه‌ها یا مسائل مهم‌تر و گسترده‌تر (مانند امنیت، اقتصاد، عدالت) پیوند داده می‌شود، شانس جلب توجه افزایش می‌یابد؛

۴- استفاده از رسانه، قوی‌ترین پیش‌بینی‌کننده توجه به مسئله عمومی بود. این نتیجه بر نقش محوری رسانه‌ها (اعم از سنتی و جدید) در برجسته‌سازی، چارچوب‌دهی و شکل‌دهی به اولویت‌های ذهنی افراد تأکید می‌کند.

**نتیجه‌گیری:** این پژوهش نشان می‌دهد که فرایند جلب توجه به مسائل عمومی در ایران، فرایندی پیچیده و چندبعدی است که عمدتاً توسط عوامل شناختی و رسانه‌ای هدایت می‌شود و کمتر متأثر از ویژگی‌های دموگرافیک است. پیامدهای عملی مهم این یافته‌ها برای خطمشی‌گذاران و نهادهای حکمرانی عبارت‌اند از: ۱- بازطراحی ارتباطات خطمشی: دولت و نهادهای تصمیم‌ساز باید از شیوه‌های یک‌سویه اطلاع‌رسانی فاصله گرفته و به سمت کارزارهای ارتباطی مشارکت‌جویانه و مسئله‌محور حرکت کنند. این کارزارها باید با هدف افزایش دانش عمومی از مسائل، شکل‌دهی به تصاویر واقع‌بینانه اما اثرگذار از آن‌ها و ایجاد پیوندهای معنادار میان مسائل فنی با دغدغه‌های روزمره و ارزش‌های اساسی جامعه طراحی شوند؛ ۲- تنظیم گفتمان رسانه‌ای: به جای نگاه کنترلی صرف به رسانه‌ها، نهادهای خطمشی‌گذار باید نقش توانمندساز و تسهیل‌گر را برای رسانه‌ها (به‌ویژه رسانه‌های تخصصی) ایفا کنند. شفاف‌سازی داده‌ها، آموزش روزنامه‌نگاران حوزه عمومی و تعامل سازنده با سکوه‌های رسانه‌ای جدید، می‌تواند به تولید محتوای غنی‌تر و جلب توجه مؤثرتر بینجامد؛ ۳- تقویت سرمایه شناختی جامعه: برای ایجاد حساسیت پایدار نسبت به مسائل عمومی، لازم است نظام آموزشی از سطح مدارس تا دانشگاه‌ها بازنگری شود. گنجاندن آموزش مهارت‌های تفکر انتقادی، تحلیل مسائل اجتماعی و سواد رسانه‌ای می‌تواند نسلی از شهروندان آگاه‌تر و مسئولیت‌پذیرتر پرورش دهد که به‌صورت فعال‌تر در فرایند خطمشی‌گذاری مشارکت می‌جویند؛ و ۴- رصد و مدیریت تصویر و پیوند مسائل: خطمشی‌گذاران نیازمند سازوکارهایی برای رصد مستمر تصویر عمومی مسائل و نقشه‌برداری از پیوندهای آن‌ها در فضای گفتمانی هستند. این درک به آنان کمک می‌کند تا در زمان مناسب، با روایت‌پردازی مناسب، توجه لازم را به مسائل استراتژیک جلب کرده و از غفلت یا سوءتفاهم عمومی جلوگیری کنند.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

رتال جامع علوم انسانی

**استناد:** بهارلو، الهام؛ و ابراهیمی، سیدعباس (۱۴۰۴). نقش تصویر مسئله عمومی و پیوند مسئله عمومی در توجه به مسئله

عمومی؛ مطالعه‌ای در افکار عمومی و خطمشی‌گذاران. *مطالعات مدیریت دولتی ایران*، ۸(۴)، ۲۱-۱.

## مقدمه

در جهان امروز آنچه یک مسئله عمومی را از حاشیه به متن خطامشی‌گذاری می‌کشانند، صرفاً اهمیت عینی یا فوریت آن نیست؛ بلکه چگونگی دیده‌شدن، درک‌شدن و روایت‌شدن آن مسئله در میان افکار عمومی و خطامشی‌گذاران نیز از اهمیت به‌سزایی برخوردار است. «مسئله عمومی» مفهومی فراتر از رخدادی نامطلوب است و با مشکلات پیچیده اجتماعی سروکار دارد. به‌علاوه، تعداد و تنوع مسائل شناسایی‌شده و سیر مستمر تحول و تغییر آن‌ها، تعریف آن‌ها را سخت کرده و حل مسئله عمومی را با دشواری مواجه می‌کند (Costa & Lourevco, 2007)، و به همین دلیل تعاریف متعددی از مسئله عمومی وجود دارد که در ادامه به تعدادی از آن‌ها اشاره می‌کنیم؛ مسئله عمومی دال بر وضعیت یا موقعیتی است که نیازها یا نارضایتی‌هایی بین عامه مردم ایجاد شده باشد و رهایی از آن، مستلزم مداخله حکومت (Dye, 2005) و دولت باشد (Peters et al., 2005). به‌عبارت‌دیگر، هر آن‌چه موجب دردورنج یا سد راه رشد فرد یا گروهی از انسان‌ها شود که خود به‌تنهایی از عهده رفع آن برنمایند، مسئله‌ای عمومی است؛ پس هرگاه یک یا مجموعه‌ای از انسان‌ها دچار دردورنج شوند یا با مانعی در مسیر پیشرفت خود مواجه شوند که به‌تنهایی قادر به رفع آن نباشند، مسئله‌ای عمومی رخ داده است (پورعزت، ۱۳۸۷: ۵۳). در دیدگاه حقوقی، مسائل عمومی همان مسائلی هستند که در حقوق اساسی هر کشور تعریف شده است و دیدگاه مصرف‌کننده‌نهایی، مردم را در امر تشخیص مسئله عمومی صاحب صلاحیت می‌داند (الوانی، ۱۳۹۴: ۴۲). درواقع، یک پدیده تنها زمانی به مسئله عمومی تبدیل می‌شود که وارد میدان ادراک و توجه جمعی شود؛ درنتیجه، توجه به مسئله عمومی یکی از عوامل مهم ورود آن به دستورکار خطامشی‌گذاری است.

ازسوی‌دیگر، توجه به مسئله، حافظه‌ای کوتاه مدت از اطلاعات خاص در مورد یک مسئله یا شرایط اجتماعی است و در هر جامعه و در هر زمان، همیشه مسائل عمومی زیادی وجود دارد که برای جلب توجه و نگرانی شهروندان رقابت می‌کنند (Huddy et al., 2005; McCright, 2009). نویگ<sup>۱</sup> (۲۰۰۴)، توجه را منابعی (زمان و سایر موارد) تعریف کرده است که شهروندان نسبت به یک موضوع اختصاص می‌دهند که اغلب نشان‌دهنده فشار سیاسی قابل‌توجه است و با توجه به گذشت زمان، می‌توان توجه را به‌عنوان یک شدت (اشتغال منابع در هر واحد زمان) تصور کرد؛ اما این توجه صرفاً ناشی از ویژگی‌های عینی یا فنی یک مسئله نیست، بلکه به‌شدت متأثر از فرایندهای ادراکی و معنایی است که تصویر و پیوندهای معنایی آن مسئله را در ذهن بازیگران شکل می‌دهد؛ در میان عوامل ادراکی مؤثر بر توجه به مسئله که در این پژوهش قصد بررسی آن‌ها را داریم دو عامل «تصویر مسئله عمومی<sup>۲</sup>» و «پیوند مسئله عمومی<sup>۳</sup>» از جایگاه محوری برخوردارند. تصویر مسئله، تصور کلی و اساسی است از این‌که آیا یک مسئله شامل شرایط بالقوه آسیب‌زا یا یاری‌دهنده است (Jones & Baumgartner, 2009: 134). این تصور، صرفاً بازتاب واقعیت نیست، بلکه برساختی اجتماعی است که می‌تواند به‌شدت بر سطح حساسیت و مطالبه‌گری جامعه نسبت به آن مسئله اثرگذار باشد. ازسوی‌دیگر، پیوند مسئله «ارتباط یک مسئله عمومی خاص با سایر مسائل عمومی» است (Liu et al., 2016). هرچه مسئله‌ای بتواند با دغدغه‌های مهم‌تر و حساس‌تر گره بخورد، احتمال دیده شدن و توجه به آن توسط جامعه و خطامشی‌گذاران افزایش می‌یابد.

با توجه به موارد پیش‌گفته، پرسش درباره این‌که چه عواملی موجب جلب توجه عموم و نخبگان سیاسی به یک مسئله خاص می‌شوند، از اهمیت نظری و کاربردی برخوردار است. یکی از پژوهش‌های اخیر انجام‌شده در این رابطه، پژوهش کاروالیو و همکاران<sup>۴</sup> (۲۰۲۴) در مورد تأثیر رسانه‌ها بر توجه عمومی به مهاجرت است که نشان می‌دهد محیط رسانه‌ای یک بازیگر برون‌زا است که می‌تواند تأثیرات دستورکاری بر نگرانی عمومی در مورد مهاجرت داشته باشد. همچنین چو و همکاران<sup>۵</sup> (۲۰۲۴) در پژوهش خود حول چگونگی تأثیر توجه دولت، عموم و رسانه بر کیفیت هوا به این نتیجه رسیده‌اند که توجه دولت، عموم و رسانه‌ها می‌تواند به‌طور مؤثری از آلودگی هوا

<sup>1</sup> Newig

<sup>2</sup> Public Issue Image

<sup>3</sup> Public Issue Linkage (Public Issue Association)

<sup>4</sup> Carvalho et al.

<sup>5</sup> Chu et al.

جلوگیری کرده و آلودگی هوا را با ایجاد قوانین و مقررات زیست‌محیطی و افزایش سرمایه‌گذاری در حفاظت از محیط‌زیست کاهش دهد که این یافته حاکی از اهمیت توجه به مسئله عمومی در اجرای اثربخش خط‌مشی عمومی است. از سوی دیگر، نتایج پژوهش ژائو و دینگ<sup>۱</sup> (۲۰۲۳) نشان می‌دهد که افزایش آگاهی زیست‌محیطی عمومی به‌طور قابل‌توجهی تولید آلاینده‌ها را در شرکت‌هایی با فشار مصرف‌کننده بالا کاهش می‌دهد و همچنین توجه عمومی به‌طور مستقیم رفتار شرکت را به‌دلیل فشار مصرف‌کنندگان و سرمایه‌گذاران هدایت می‌کند که یافته‌های این پژوهش نیز به اهمیت دو عامل آگاهی عمومی در مورد مسئله و همچنین توجه عمومی به مسئله در اثربخشی خط‌مشی اشاره دارد. در مطالعه‌ای دیگر، سان و یانگ<sup>۲</sup> (۲۰۲۰) با بررسی تفاوت توجه شهروندان به مسائل عمومی در ۱۹ شهر چین دریافتند که استفاده از رسانه می‌تواند تفاوت توجه به مسئله را در میان شهروندان مختلف توضیح دهد. کارلسون و همکاران<sup>۳</sup> (۲۰۲۰) نیز در پژوهش خود طی سه آزمایش، با تصاویر احساسی مثبت از راه‌حل‌های تغییرات اقلیمی به این نتیجه رسیدند که تصاویر مثبت راه‌حل‌های تغییر اقلیمی، توجه شهروندان را جلب می‌کند. علی‌رغم پژوهش‌های انجام‌شده و با وجود اهمیت نظری عوامل مؤثر بر توجه به مسئله عمومی، بررسی این عوامل در بستر ایران تاکنون مورد توجه جدی قرار نگرفته است و پژوهش‌های انجام‌شده در کشور عمدتاً به ارائه الگوها و مدل‌های شناسایی مسائل عمومی (الصاق و همکاران، ۱۴۰۰؛ سلیمانی خوئینی و همکاران، ۱۳۹۹؛ صافی اصفهانی و همکاران، ۱۴۰۱)، اولویت‌بندی مسائل عمومی (پورعزت و همکاران، ۱۳۹۷)، و بررسی فرایند شکل‌گیری و وضعیت مسائل عمومی (شیخ‌پور و سلاجقه، ۱۳۹۶؛ وحید، ۱۳۸۱) پرداخته‌اند و بررسی عوامل مؤثر بر «توجه به مسئله عمومی» به‌عنوان متغیری تعیین‌کننده در بحث حکمرانی مشارکتی و همچنین مشروعیت خط‌مشی‌های عمومی تا حد زیادی مغفول مانده است؛ پژوهش حاضر با توجه به این خلأ نظری و کاربردی، به‌دنبال آن است که نقش چهار مؤلفه دانش یا آگاهی از مسئله، تصویر مسئله، پیوند مسئله و استفاده از رسانه را در جلب توجه به مسائل عمومی در میان شهروندان و خط‌مشی‌گذاران بررسی کند. با توجه به بستر خاص خط‌مشی‌گذاری در ایران، شامل ساختار تصمیم‌گیری متمرکز، فضای رسانه‌ای محدود، و شکاف میان افکار عمومی و نهادهای تصمیم‌ساز، شناخت سازوکار جلب توجه به مسائل عمومی اهمیتی دوچندان می‌یابد. این مطالعه بر این پیش‌فرض استوار است که فهم عمیق‌تر از این عوامل، به ارتقای کیفیت دستورگذاری و شکل‌گیری خط‌مشی‌هایی هم‌سو با واقعیات و اولویت‌های جامعه منجر خواهد شد. بنابراین، این پژوهش نه‌تنها تلاشی برای بومی‌سازی مفاهیم بنیادین خط‌مشی‌گذاری عمومی در بستر ایران است، بلکه می‌کوشد به درکی نظری و کاربردی از سازوکار توجه به مسئله در شرایط ساختاری و فرهنگی خاص کشور دست یابد. درنهایت، این پژوهش به‌دنبال پاسخ به این پرسش است که چهار مؤلفه دانش یا آگاهی از مسئله عمومی، تصویر مسئله عمومی، پیوند مسئله عمومی، و استفاده از رسانه تا چه حد بر توجه به مسئله عمومی در میان افکار عمومی و خط‌مشی‌گذاران اثر دارد.

## پیشینه نظری پژوهش

### پیوند مسئله عمومی (انتساب مسئله عمومی)

یک مسئله عمومی همیشه می‌تواند به سایر مسائل اجتماعی، اقتصادی یا عمومی مرتبط باشد. برای مثال استفاده غیرنظامی از انرژی هسته‌ای می‌تواند از طرفی با هزینه انرژی و از طرف دیگر با خطرات بهداشتی و زیست‌محیطی مرتبط باشد که این موضوع ممکن است پیامدهای خط‌مشی‌گذاری متفاوتی داشته باشد (Liu et al., 2008). پیوند مسئله، ارتباط یک مسئله عمومی خاص با سایر مسائل عمومی است (Liu et al., 2016). به‌عبارت‌دیگر، پیوند مسئله مربوط به این است که یک مسئله خاص به کدام حوزه خط‌مشی متصل است، درحالی‌که نحوه ارتباط یک مسئله با سایر مسائل و نحوه تأثیر این پیوند بر راه‌حل‌های خط‌مشی معمولاً مربوط به یک حوزه خاص و در طول زمان متفاوت است، و همچنین پیوند مسئله پیامدهای خط‌مشی‌ای عمیقی دارد، زیرا پیوندهای مختلف بر تفکر در

<sup>1</sup> Zhou & Ding

<sup>2</sup> Sun & Yang

<sup>3</sup> Carlson et al.

مورد چگونگی رسیدگی به یک مسئله عمومی و در مورد نوع اقدامات، تأثیر می‌گذارد. برای مثال، پیوند فقر با تنبلی شخصی به‌جای پیوند با هزینه‌های اجتماعی و اقتصادی منجر به کاهش سخاوت دولت می‌شود (Rose & Baumgartner, 2013).

### تصویر مسئله عمومی

تصویر مسئله، تصور کلی و اساسی است از این‌که آیا یک مسئله شامل شرایط بالقوه آسیب‌زا یا یاری‌دهنده است (Baumgartner & Jones, 2009; Liu et al., 2016). تصویر مسئله توسط افراد، منعکس‌کننده سازه ادراکی یا شناختی یا بازسازی ماهیت یک مسئله است. تصویر مسئله می‌تواند از لحاظ شخصیت، مثبت یا منفی و از لحاظ شدت، قوی یا ضعیف باشد (Liu et al., 2017). جونز و بامگارتنر<sup>۱</sup> (۲۰۰۵) ادعا می‌کنند که «تصویر خطامشی نقش مهمی در گسترش مسائل به بازیگران و نهادهای خطامشی‌گذاری که قبلاً در این مورد بی‌تفاوت و بی‌علاقه بودند، دارد». در خطامشی‌ها و فرایندهای خطامشی‌گذاری، چگونگی ارائه و درک یک موضوع توسط بازیگران خطامشی، تأثیرات زیادی بر راه‌حل‌های خطامشی‌گذاری دارد (Stone, 1997)، و تصورات و برداشت‌های اساسی کلی افراد از یک مسئله عمومی، نقش مهمی در تأثیرگذاری بر حمایت‌ها یا مخالفت‌های آن‌ها ایفا می‌کند (Liu et al. 2017). در مجموع، تصویر کلی، یک مسئله قدرتمند است، زیرا تفکر اساسی در مورد چگونگی رسیدگی به این مسئله و جهت‌گیری‌های خطامشی که باید تعقیب شود را شکل می‌دهد و ثابت شده است که تصویر مسئله به‌شدت بر تفکر و جهت‌گیری در مورد نحوه پرداختن به مسئله و میزان تأثیرات خطامشی تأثیر می‌گذارد (Jones & Baumgartner, 2005).

### پیشینه تجربی پژوهش

به تعدادی از پژوهش‌های مرتبط با موضوع پژوهش در جدول شماره ۱ اشاره شده است.

جدول ۱. پیشینه تجربی پژوهش

پژوهشگر(ان)	عنوان پژوهش	یافته‌ها
لین و همکاران <sup>۲</sup> (۲۰۲۵)	ربات‌های اجتماعی شبکه‌های مسئله عمومی را در دستورکار چین شکل می‌دهند: تجزیه و تحلیل شبکه با استفاده از MRQAP	پژوهشگران با تجزیه و تحلیل پست‌های شبکه اجتماعی X تأثیر نسبی ربات‌های اجتماعی و رسانه‌های قدیمی را با تمرکز بر خطامشی کربن دوگانه چین، روی شبکه‌های دستورکار عمومی در طول زمان بررسی کرده‌اند و یافته‌ها نشان می‌دهد که شبکه‌های دستورکار ربات‌های اجتماعی با تأثیری بیشتر از رسانه‌های قدیمی در دوره اولیه (T1)، تأثیر قابل توجهی بر شبکه‌های دستورکار عمومی اعمال می‌کنند که نشان می‌دهد ربات‌های اجتماعی تأثیری قوی و در عین حال کوتاه‌مدت در شکل‌دهی شبکه‌های شناختی عمومی حول مسائل عمومی دارند.
چو و همکاران (۲۰۲۴)	ارزیابی نقش توجه عمومی، رسانه‌ها و دولت بر مدیریت آلودگی هوا در چین	این پژوهش با استفاده از داده‌های شهرهای سطح استان چین از سال ۲۰۱۲ تا ۲۰۲۰، بررسی می‌کند که چگونه توجه دولت، عموم و رسانه‌ها بر کیفیت هوا تأثیر می‌گذارد و نشان می‌دهد که توجه دولت، عموم و رسانه‌ها می‌تواند به‌طور مؤثری از آلودگی هوا جلوگیری کند و فقط توجه عموم و رسانه‌ها اثرات سرکوب‌کننده بین‌شهری قابل توجهی بر آلودگی هوا دارند.
کاروالیو و همکاران (۲۰۲۴)	پیروی از رسانه؟ محیط خبری و نگرانی عمومی نسبت به مهاجرت	پژوهشگران با بررسی داده‌های حاصل از تجزیه و تحلیل گسترده ادعاها در روزنامه‌های چاپی (۲۰۰۲-۲۰۰۹) و مقایسه با ادراک شهروندان از مهم‌ترین مسائل کشورشان ۶ ماه بعد (تأخیر)، نشان می‌دهند که محیط رسانه‌ای یک بازیگر برون‌زا است که می‌تواند تأثیرات دستورکاری بر نگرانی عمومی در مورد مهاجرت داشته باشد.

<sup>1</sup> Baumgartner & Jones

<sup>2</sup> Lin et Al.

پژوهشگر(ان)	عنوان پژوهش	یافته‌ها
ژو و دینگ (۲۰۲۳)	چگونه توجه عمومی منجر به حفاظت از محیط زیست توسط شرکت می‌شود: اثرات و کانال‌ها	پژوهشگران با بررسی شرکت‌های فهرست‌شده با آلودگی شدید در بورس اوراق بهادار شانگهای چین و بورس اوراق بهادار از سال ۲۰۱۱ تا ۲۰۱۹ نشان می‌دهند که افزایش آگاهی زیست‌محیطی عمومی به‌طور قابل‌توجهی تولید آلاینده‌ها را تا ۰.۰۶ درصد در شرکت‌هایی با فشار مصرف‌کننده بالا کاهش می‌دهد و توجه عمومی به‌طور مستقیم رفتار شرکت را به‌دلیل فشار مصرف‌کنندگان و سرمایه‌گذاران هدایت می‌کند.
لو و همکاران <sup>۱</sup> (۲۰۲۳)	ظهور ربات‌های اجتماعی: تأثیر ربات‌های اجتماعی بر پویایی افکار عمومی در شرایط اضطراری بهداشت عمومی از دیدگاه بوم‌شناسی اطلاعات	این مطالعه با استفاده از مجموعه داده رسانه‌های اجتماعی در مقیاس بزرگ، چگونگی تأثیر ربات‌های اجتماعی بر پویایی افکار عمومی چند بعدی در اکوسیستم اطلاعات را بررسی کرده و نشان می‌دهد که ربات‌های اجتماعی تأثیر قابل‌توجهی بر گرایش به مسئله، انتشار احساسات، انتشار اطلاعات و نفوذ شبکه در فضای مجازی دارند.
آرلت و همکاران <sup>۲</sup> (۲۰۲۳)	مردم در مورد راه‌حل‌های فناوریانه برای دستیابی به خنثی بودن کربن چه می‌دانند؟ دانش شهروندان از انتقال انرژی و نقش رسانه‌ها	این مطالعه به بررسی رابطه بین استفاده از رسانه و دانش در زمینه انتقال انرژی می‌پردازد و با بررسی داده‌های به‌دست آمده از یک نظرسنجی آنلاین سراسری از جمعیت آلمانی‌زبان، سطح دانش مربوط به هر دو دسته و همچنین ارتباط آن را با قرار گرفتن در معرض رسانه‌های روزنامه‌نگاری و ارتباط مستقیم بازیگران غیررسانه‌ای مورد مطالعه قرار داده است. نتایج پژوهش، فقدان دانش قابل‌توجهی را برای هر دو دسته نشان داده و با در نظر گرفتن متغیرهای رسانه‌ای، روابط ضعیف و در برخی موارد حتی منفی را با استفاده از رسانه‌های روزنامه‌نگاری نشان داده است.
یانگ و همکاران <sup>۳</sup> (۲۰۲۳)	شباهت‌ها و تفاوت‌ها با «عموم مردم»: نگرش کارمندان دولت چین به موجودات اصلاح‌شده ژنتیکی و عوامل مؤثر بر آن	این مطالعه با بررسی یک نظرسنجی ملی از ۳۰۱۸ کارمند دولت چین، نگرش کارمندان دولت چین را نسبت به موجودات اصلاح‌شده ژنتیکی بررسی می‌کند و یافته‌های آن نشان می‌دهد که کارمندان دولت چین نسبت به «عموم مردم» چین، نگرش مثبت‌تری نسبت به موجودات اصلاح‌شده ژنتیکی دارند و دانش شغلی کارمندان دولت چین نقش مهمی در نگرش آن‌ها نسبت به این مسئله ایفا می‌کند.
لان بیلی <sup>۴</sup> (۲۰۲۲)	پوشش رسانه‌ای، چرخه‌های توجه و حکمرانی در زمینه آلودگی ناشی از پلاستیک	این مقاله اثرات چرخه‌های توجه به مسئله بر پاسخ‌های خطمشی درخصوص آلودگی ناشی از پلاستیک را از طریق بررسی روندها، تأثیر آن‌ها بر فشار عمومی برای اقدام، ارتباط بین تغییر توجه و اقدامات حکمرانی در زمینه پلاستیک مطالعه کرده و نشان می‌دهد که افزایش پوشش رسانه‌ای به‌طور کلی مشارکت عمومی بیشتر با پلاستیک را تشویق کرده است.

<sup>1</sup> Luo et al.

<sup>2</sup> Arlet

<sup>3</sup> Yang et al.

<sup>4</sup> Lan Bailey

پژوهشگر(ان)	عنوان پژوهش	یافته‌ها
راچفلیش و همکاران <sup>۱</sup> (۲۰۲۱)	چگونه کووید-۱۹ تغییرات آب‌وهوایی را از توجه دور کرد: فعالیت‌های تغییر آب‌وهوایی با واسطه و توجه به مسئله در رسانه‌های سوئیس و حوزه آنلاین	پژوهشگران با استفاده از رسانه‌های خبری گسترده و داده‌های توییتر به بررسی این موضوع می‌پردازند که آیا همه‌گیری کووید-۱۹ به‌عنوان یک مسئله عمومی کشنده، توجه عمومی را از مسئله تغییرات آب‌وهوایی در سوئیس منحرف کرده است یا خیر، و نتایج آن نشان می‌دهد که مسئله تغییرات آب‌وهوایی قربانی تأثیر همه‌گیری کووید ۱۹ در رسانه‌های خبری و حوزه توییتر شده و این یافته به‌طورمشابه در مورد مسائل دیگر نیز صدق می‌کند.
سان و یانگ (۲۰۲۰)	استفاده از رسانه، علاقه سیاسی و توجه شهروندان به گزارش سالانه دولت در چین - شواهدی از ۱۹ شهر بزرگ	پژوهشگران با تقسیم مسائل عمومی به دو دسته، مسائل اقتصاد کلان و مسائل معیشت شهروندان در ۱۹ شهر چین دریافتند که استفاده از رسانه و علاقه سیاسی می‌تواند تفاوت توجه به مسئله را در میان شهروندان مختلف توضیح دهد.
کارلسون و همکاران (۲۰۲۰)	توجه به تغییر اقلیم: جلب توجه تصاویر مثبت راه‌حل‌های تغییر اقلیم	پژوهشگران در طی سه آزمایش، با تصاویر احساسی مثبت از راه‌حل‌های تغییرات اقلیمی و نه با تصاویر عاطفی منفی از علل و اثرات، توجه‌ها را جلب کرده‌اند و نتایج نشان داده است که تفاوت‌های فردی در جلب توجه توسط تصاویر تغییرات اقلیمی به وضعیت محیطی مرتبط است. همچنین تصاویر مثبت راه‌حل‌های تغییر اقلیمی جلب توجه می‌کنند و به‌نوبه‌خود ممکن است مناسب‌ترین تصاویر برای ایجاد انگیزه برای اقدام یا رفتار دوست‌دار محیط‌زیست باشند.
چوی و وده <sup>۲</sup> (۲۰۱۹)	ترجیح محفل و خطامشی کاهش زلزله: گسترش مدل خرد انتخاب خطامشی	پژوهشگران استدلال می‌کنند که چگونگی تعریف افراد از مسائل، بر انتخاب خطامشی آن‌ها تأثیر می‌گذارد و با استفاده از داده‌های نظرسنجی منحصربه‌فرد، نشان دادند که تعریف مسئله، به‌ویژه علیت مسئله و تصویر مسئله، به‌شدت با حمایت فردی از خطامشی کاهش زلزله مرتبط است.
کارلسون و همکاران (۲۰۱۹)	تصاویر تغییر آب‌وهوایی باعث ایجاد یک سوگیری توجه مرتبط با تمایلات زیست‌محیطی می‌شود.	پژوهشگران با بررسی نمونه‌ای از دانشجویان دریافتند که تصاویر مربوط به تغییرات آب‌وهوایی توجه را به خود جلب می‌کنند و این سوگیری توجه به تفاوت‌های فردی در شرایط محیطی مرتبط است، و نیز تصاویر تغییرات اقلیمی، سیگنال‌های برجسته و جلب‌توجه‌کننده‌ای در ارتباط با تمایلات زیست‌محیطی هستند.
ژانگ و همکاران <sup>۳</sup> (۲۰۱۹)	دانش و تمایل به تولید مشترک: مورد خدمات امنیت عمومی	پژوهشگران با استفاده از داده‌های یک نظرسنجی ملی در مورد مسائل امنیتی استدلال می‌کنند که دانش مربوط به مسئله، تمایل شهروندان را برای تولید مشترک خدمات عمومی مربوطه افزایش می‌دهد، و نتایج پژوهش نشان می‌دهد شهروندانی که اطلاعات بیشتری در مورد هفت حمله تروریستی بین سال‌های ۲۰۱۲ و ۲۰۱۶ دارند، از رویه‌های غربالگری سخت‌گیرانه‌تر در فرودگاه‌ها حمایت می‌کنند.

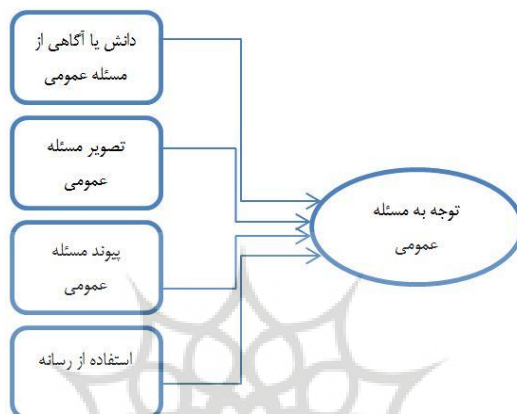
<sup>1</sup> Rauchfleisch et al.

<sup>2</sup> Choi & wehde

<sup>3</sup> Zhang et al.

پژوهشگر(ان)	عنوان پژوهش	یافته‌ها
شینسنگ و همکاران <sup>۱</sup> (۲۰۱۷)	مدل خرد تعریف مسئله و انتخاب خطامشی: تصویر مسئله، پیوند (ارتباط) مسئله و حمایت از خطامشی نیروگاه‌ها	پژوهشگران یک مدل سطح خرد از تعریف مسئله و انتخاب خطامشی در سطح فردی را پیشنهاد می‌کنند، و نتایج نشان می‌دهد که انتخاب خطامشی در سطح فردی به شدت به نحوه تعریف مسائل عمومی، و به ویژه به نحوه درک شهروندان از تصویری از یک مسئله و نحوه پیوند دادن آن با سایر مسائل عمومی، بستگی دارد.

با توجه به عوامل پیش‌بینی‌کننده و مؤثر مطرح‌شده در پژوهش‌ها، مدل مفهومی پژوهش حاضر در شکل ۱ نمایش داده شده است:



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش

### روش‌شناسی پژوهش

این مطالعه از لحاظ نتیجه، کاربردی و از نظر هدف، توصیفی و با روش پیمایشی و به صورت تک‌مقطعی انجام شده است. جامعه آماری پژوهش ۱۹ نفر از نمایندگان مجلس شورای اسلامی و ۹۸ نفر از شهروندان استان اصفهان است که به روش نمونه‌گیری تصادفی انتخاب شدند. مقیاس‌های پژوهش برای سنجش متغیرها ابتدا از مبانی نظری استخراج شد. سپس براساس نظر خبرگان از روایی صوری و محتوایی مقیاس‌ها بررسی و تأیید شد. به علاوه، مطالعه پایایی برای صحت از روایی صوری روی تعدادی از نمونه‌ها انجام شد. همچنین برای اطمینان از پایایی مقیاس‌های سنجش، مقدار آلفای کرونباخ محاسبه شد که در جدول ۲ ارائه شده است. همان‌طور که مشاهده می‌شود ضریب آلفای کرونباخ برای تمام مقیاس‌های پژوهش در سطح مطلوب است که نشان از اعتبار سنجه‌ها دارد.

جدول ۲. نتایج پایایی و منابع مقیاس‌های سنجش

متغیرهای پژوهش	منبع مقیاس‌های سنجش	تعداد سؤال	ضریب آلفای کرونباخ
دانش یا آگاهی از مسئله	محقق ساخته	۱۲	۰/۸۵۰
استفاده از رسانه	محقق ساخته	۳	۰/۸۳۵
تصویر مسئله	محقق ساخته	۱۰	۰/۷۳۲
پیوند مسئله	محقق ساخته	۱۵	۰/۷۹۲
توجه به مسئله	محقق ساخته	۵	۰/۷۸۸

<sup>1</sup> Xinsheng et al.

### فرضیه‌های پژوهش

فرضیه‌های پژوهش به شرح زیر است:

۱. دانش یا آگاهی از مسئله عمومی بر توجه به مسئله عمومی اثر دارد.
۲. تصویر مسئله عمومی بر توجه به مسئله عمومی اثر دارد.
۳. پیوند مسئله عمومی بر توجه به مسئله عمومی اثر دارد.
۴. استفاده از رسانه بر توجه به مسئله عمومی اثر دارد.

### تجزیه و تحلیل داده‌ها

تجزیه و تحلیل داده‌ها در این پژوهش از طریق مدل‌سازی معادلات ساختاری انجام شده است. ابتدا نرمال بودن متغیرها از طریق آزمون کولموگروف-اسمیرنوف (K-S) (جدول ۳) بررسی شد، که با توجه به این که متغیرها غیرنرمال بودند، لذا از روش PLS برای مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شد.

جدول ۳. نتایج آزمون نرمال بودن متغیرها (آزمون کولموگروف اسمیرنوف)

متغیرهای پژوهش	سطح معناداری Sig	وضعیت
دانش یا آگاهی از مسئله	۰/۰۰۰	غیر نرمال
استفاده از رسانه	۰/۰۰۱	غیر نرمال
تصویر مسئله	۰/۰۰۰	غیر نرمال
پیوند مسئله	۰/۰۰۰	غیر نرمال
توجه به مسئله	۰/۰۰۰	غیر نرمال

در جدول ۴، ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه مورد بررسی ارائه شده است. همان‌طور که مشاهده می‌شود، در گروه اول (مجلس) بیش از ۷۳٪ پاسخگویان مرد، و در گروه دوم (شهروندان) حدود ۵۶٪ پاسخگویان، زن بودند. جناح سیاسی مستقل یا بی‌تفاوت با حدود ۹۵٪ بیشترین فراوانی را در میان شهروندان داشته است.

جدول ۴. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه مورد بررسی

ویژگی‌های جمعیت‌شناختی گروه اول (مجلس)		فراوانی		درصد فراوانی		ویژگی‌های جمعیت‌شناختی گروه دوم (شهروندان)		فراوانی		درصد فراوانی	
جنسیت	زن	۵	۲۶/۳	جنسیت	زن	۵۵	۵۶/۱				
	مرد	۱۴	۷۳/۷		مرد	۴۳	۴۳/۹				
سن	کمتر از ۲۰	۰	۰	سن	کمتر از ۲۰	۶	۶/۱				
	۲۰-۳۰	۰	۰		۲۰-۳۰	۲۶	۲۶/۵				
	۳۰-۴۰	۲	۱۰/۵		۳۰-۴۰	۳۷	۳۷/۷				
	۴۰-۵۰	۱۳	۶۸/۴		۴۰-۵۰	۱۵	۱۵/۳				
	۵۰+	۴	۲۱/۱		۵۰+	۱۴	۱۴/۳				
شغل	بیکار	۰	۰	شغل	بیکار	۲۹	۲۹/۵				
	شاغل دولتی	۱۹	۱۰۰		شاغل دولتی	۲۱	۲۱/۴				
	شاغل خصوصی یا غیردولتی	۰	۰		شاغل خصوصی یا غیردولتی	۴۸	۴۹/۱				

ویژگی‌های جمعیت‌شناختی گروه اول (مجلس)	فراوانی	درصد فراوانی	ویژگی‌های جمعیت‌شناختی گروه دوم (شهروندان)	فراوانی	درصد فراوانی
درآمد	کمتر از ۳ م	۰	درآمد	کمتر از ۳ م	۵۲/۱
	۳-۶	۰		۳-۶	۳۱/۶
	۶-۹	۴		۶-۹	۱۴/۲
	۹+ میلیون	۱۵		۹+ میلیون	۲/۱
جناح سیاسی	اصولگرا	۰	جناح سیاسی	اصولگرا	۱
	اصلاح‌طلب	۹		اصلاح‌طلب	۳/۱
	مستقل یا بی‌تفاوت	۱۰		مستقل یا بی‌تفاوت	۹۵/۹

جهت بررسی مدل، ابتدا به برازش بیرونی و در مرحله دوم به برازش درونی و در آخر به برازش کلی مدل پرداخته شده است.

جدول ۵. شاخص‌های برازش مدل بیرونی

شاخص‌های برازش مدل بیرونی	حد مطلوب	دانش یا آگاهی از مسئله	استفاده از رسانه	تصویر مسئله	پیوند مسئله	توجه به مسئله
آفای کرونباخ	> ۰/۷	۰/۷۳۵	۰/۷۷۵	۰/۷۵۷	۰/۷۸۹	۰/۷۱۴
ضریب پایایی ترکیبی	> ۰/۷	۰/۸۲۴	۰/۷۹۹	۰/۷۹۸	۰/۸۱۷	۰/۸۱۰
میانگین واریانس استخراجی	> ۰/۵	۰/۵۳۵	۰/۶۶۴	۰/۵۹۸	۰/۶۳۳	۰/۶۰۶

برای ارزیابی شاخص‌های سنجش و اعتبار مدل از شاخص‌های میانگین استخراج‌شده، پایایی ترکیبی و آفای کرونباخ استفاده می‌شود. همان‌طور که گفته شد نتایج جدول ۵ نشان می‌دهد که تمام مقادیر فوق‌الذکر از حد مطلوب بالاتر است. برای بررسی روایی واگرا، میزان رابطه یک سازه با شاخص‌هایش در مقایسه رابطه آن سازه با سایر سازه‌ها، به‌وسیله ماتریس فورنل لارکر نشان داده می‌شود. در این روش، تنها متغیرهای پنهان درجه اول در ماتریس وارد می‌شوند. جدول ۶ نتایج این بررسی را نشان می‌دهد.

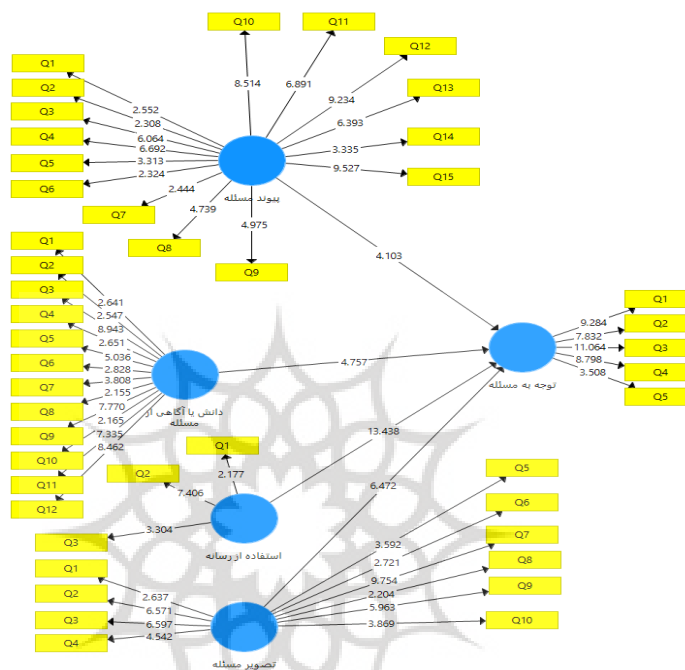
جدول ۶. روایی واگرا (روش فورنل لارکر)

	۱	۲	۳	۴	۵
استفاده از رسانه	۰/۸۱۴				
تصویر مسئله	۰/۶۲۳	۰/۷۷۳			
توجه به مسئله	۰/۵۵۵	۰/۵۶۸	۰/۷۷۸		
دانش یا آگاهی از مسئله	۰/۴۹۷	۰/۴۹۷	۰/۵۶۸	۰/۷۳۱	
پیوند مسئله	۰/۳۳۳	۰/۲۲۸	۰/۴۱۱	۰/۵۵۴	۰/۷۹۵

برای محاسبه این ماتریس مقدار جذر میانگین متغیرهای مکنون در پژوهش حاضر که در قطر اصلی ماتریس قرار گرفته‌اند، از مقدار همبستگی میان آن‌ها که در خانه‌های زیرین و چپ قطر اصلی قرار گرفته‌اند باید بیشتر باشد. براساس جدول ۶ مشاهده می‌شود که متغیرهای مکنون در مدل، تعامل بیشتری با شاخص‌های خود دارند تا با سازه‌های دیگر و روایی واگرایی مدل در حد مناسبی است. همچنین شاخص‌های برازش مدل درونی پژوهش در جدول ۷ قابل مشاهده است.

جدول ۷. شاخص‌های برازش مدل درونی پژوهش

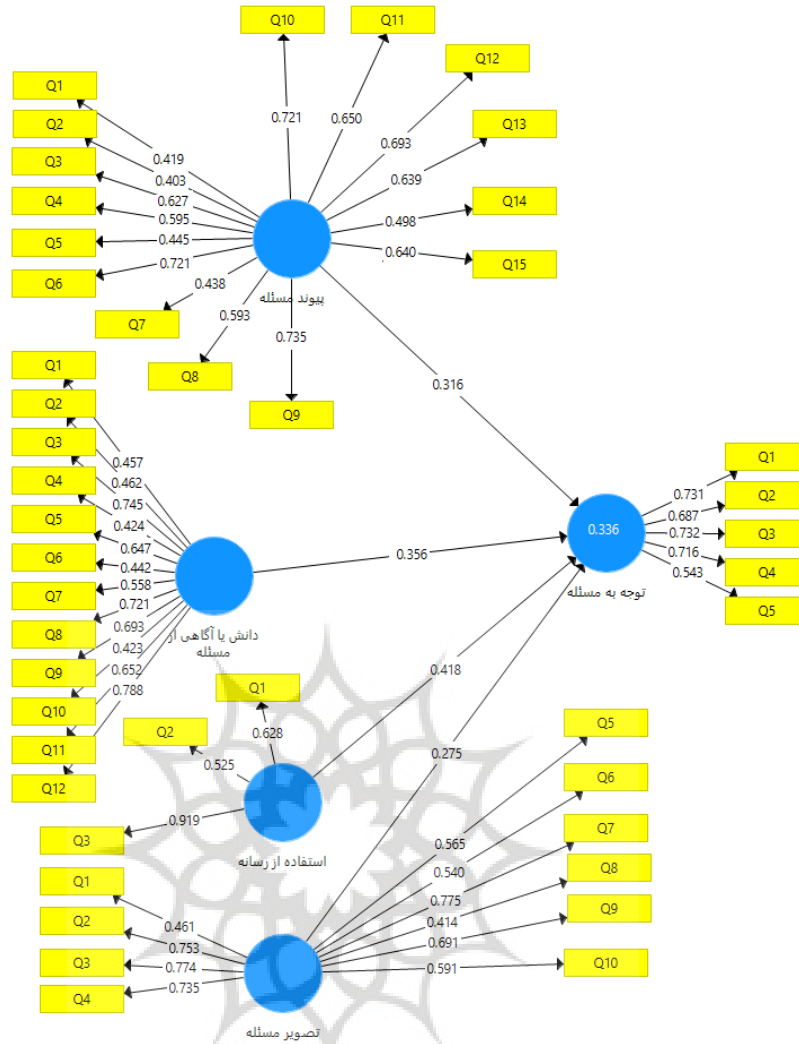
توجه به مسئله	برازش مدل درونی
۰/۲۹	ضریب تعیین
۰/۱۶۸	معیار کیفیت پیش‌بینی‌کننده
۰/۴۸	معیار تغییرپذیری شاخص



شکل ۲. مقادیر T-value مدل پژوهش

در شکل ۲، اعداد مشخص شده بر روی فلش‌ها نشان‌دهنده مقادیر T-value هستند. جهت آزمون فرضیات در سطح اطمینان ۰/۹۵ مقادیر بزرگ‌تر و مساوی قدر مطلق ۱/۹۶، به معنای وجود ارتباط معنادار بین دو متغیر است. جهت رابطه براساس مثبت یا منفی بودن این مقادیر تعیین می‌شود. براساس آن چه که گفته شد تمامی متغیرها بر توجه به مسئله، تأثیر معنادار و مستقیم دارند.

پرتال جامع علوم انسانی



شکل ۳. ضرایب مسیر و بارهای عاملی مدل پژوهش

در شکل ۳ ضرایب مسیر که بیانگر شدت رابطه است مشخص شده است. اعداد روی مسیرها نشان‌دهنده ضریب مسیر، اعداد داخل دایره مقدار R2 برای متغیرهای درون‌زا (نشان از تأثیری که متغیرهای مستقل بر یک متغیر وابسته می‌گذارند) و اعداد روی فلش‌های متغیرهای پنهان، بیانگر بارهای عاملی است. در مدل آزمون شده، ابتدا معنی‌دار بودن ضرایب مسیر و بارهای عاملی در سطح ۰/۰۵ بررسی شد که مطابق شکل ۳ مشاهده می‌شود که تمام بارهای عاملی در این سطح اطمینان معنی‌دار هستند. برای برازش مدل کلی که هر دو بخش مدل اندازه‌گیری و ساختاری را کنترل می‌کند، معیار GOF به ترتیب زیر محاسبه می‌شود:

$$GOF = \sqrt{\text{Communality} \times R^2} = 0.1558 \times 0.336 = 0.1432$$

با توجه به مقدار حاصل GOF می‌توان بیان کرد که برازش مدل کلی پژوهش قوی است.

### بررسی فرضیات پژوهش

ملاک تأیید فرضیه‌های پژوهش این است که ضرایب مسیر مثبت و آماره t بالاتر از ۱.۹۶ باشد. در جدول ۸، نتایج بررسی فرضیه‌ها ارائه شده است.

جدول ۸. بررسی فرضیات پژوهش

مسیر	ضریب مسیر	آماره $t < ۱/۹۶$	نتیجه آزمون
دانش یا آگاهی از مسئله ← توجه به مسئله (H1)	۰/۳۵۶	۴/۷۵۷	تأیید ✓
تصویر مسئله ← توجه به مسئله (H2)	۰/۲۷۵	۶/۴۷۲	تأیید ✓
پیوند مسئله ← توجه به مسئله (H3)	۰/۳۱۶	۴/۱۰۳	تأیید ✓
استفاده از رسانه ← توجه به مسئله (H4)	۰/۴۱۸	۱۳/۴۳۸	تأیید ✓

فرضیه‌های جمعیت‌شناختی			
متغیرهای جمعیت‌شناختی	آزمون‌های مورد استفاده	عناوین مورد بررسی	مقادیر
جنسیت	میانگین دونمونه‌ای مستقل	سطح معناداری	۰/۳۳۷ همگن است
		آماره	۱/۴۲۱
		میانگین امتیاز خانم‌ها	۳/۳۲۰
		میانگین امتیاز آقایان	۳/۵۸۴
سن	تحلیل واریانس	سطح معناداری	۰/۱۶۷
		آماره	۲/۴۹۵
شغل	تحلیل واریانس	سطح معناداری	۰/۱۵۲
		آماره	۲/۶۲۵
درآمد	تحلیل واریانس	سطح معناداری	۰/۰۳۷ ناهمگن است
		آماره	۱/۷۰۸
سیاسی	تحلیل واریانس	سطح معناداری	۰/۲۲۲
		آماره	۲/۶۴۵

یافته‌های حاصل از جدول ۸ نشان داد که هر چهار متغیر مستقل پژوهش تأثیر معناداری بر توجه به مسئله عمومی دارند و تمامی فرضیه‌های اصلی پژوهش تأیید شده‌اند. به‌طور مشخص، متغیر «استفاده از رسانه» با ضریب مسیر ۰/۴۱۸ قوی‌ترین پیش‌بینی‌کننده توجه به مسئله بوده است. پس از آن متغیر «دانش یا آگاهی از مسئله» با ضریب مسیر ۰/۳۵۶ نیز اثر نسبتاً قوی و تأثیرگذاری بر توجه به مسئله داشته است. در مراتب بعدی، دو متغیر «پیوند مسئله» و «تصویر مسئله» با ضرایب مسیر ۰/۳۱۶ و ۰/۲۷۵ تأثیر معناداری بر توجه به مسئله داشته‌اند. از طرف دیگر، نتایج آزمون  $t$  برای دو گروه مستقل نشان داد که تفاوت میانگین توجه به مسئله میان زنان و مردان، معنادار نیست. همچنین، نتایج تحلیل واریانس برای متغیرهای جمعیت‌شناختی شامل سن، شغل، درآمد و گرایش سیاسی نیز نشان‌دهنده عدم وجود تفاوت معنادار آماری بین گروه‌های مختلف در این متغیرها بود. این یافته نشان می‌دهد که توجه به مسئله عمومی در این پژوهش، پدیده‌ای فراتر از ویژگی‌های دموگرافیک اولیه بوده و احتمالاً بیش از هر چیز تابع عوامل ادراکی و زمینه‌ای است.

### بحث و نتیجه‌گیری

توجه شهروندان به مسائل عمومی، نه‌تنها در شکل‌گیری گفتمان‌های اجتماعی نقش محوری ایفا می‌کند، بلکه می‌تواند به‌عنوان پیش‌زمینه‌ای برای مشروعیت‌بخشی و حمایت عمومی از خط‌مشی‌های مرتبط با آن مسائل تلقی شود. هنگامی که یک مسئله عمومی در ذهن شهروندان برجسته می‌شود، حساسیت نسبت به آن افزایش می‌یابد و این حساسیت، احتمال پذیرش و پشتیبانی از مداخلات سیاستی را تقویت می‌کند. همان‌گونه که مطالعات در مورد افکار عمومی و تنظیم دستورکار نشان می‌دهد، حمایت شهروندان از یک راه‌حل سیاسی با توجه به دغدغه یا توجه آن‌ها به مسئله افزایش می‌یابد یا با آن در ارتباط است (Huddy et al., 2005; McCright, 2009). از طرف دیگر، اغلب اوقات، توجه به مسائل در میان خط‌مشی‌گذاران، بازتابی از دغدغه‌ها و مطالبات افکار عمومی است و

هنگامی که مسئله‌ای نتواند مورد توجه عموم قرارگیرد امکان برانگیختن حساسیت و توجه نخبگان تصمیم‌ساز نیز کاهش می‌یابد. اثبات فرضیه اول نشان می‌دهد زمانی که افراد نسبت به ماهیت، ابعاد و پیامدهای یک مسئله اطلاع کافی داشته باشند، احتمال بیشتری وجود دارد که به آن توجه کنند؛ این یافته تا حد زیادی توسط یافته‌های پژوهش یانگ و همکاران (۲۰۲۳)، ژونا و دینگ (۲۰۲۳)، ژانگ و همکاران (۲۰۱۹)، اشتوتنبرو و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۱۳)، میل‌بای و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۱۳)، سلیمانی خوئینی و همکاران (۱۳۹۹)، پشتیبانی می‌شود؛ یانگ و همکاران (۲۰۲۳) در پژوهش خود نشان می‌دهند که دانش شغلی کارمندان دولت چین نقش مهمی در نگرش آن‌ها نسبت به این مسئله ایفا می‌کند. ژانگ و همکاران (۲۰۱۹) در پژوهش خود استدلال می‌کنند که دانش مربوط به مسئله، تمایل شهروندان را برای تولید مشترک خدمات عمومی مربوطه افزایش می‌دهد. میل‌بای و همکاران (۲۰۱۳) در پی پاسخ به این پرسش که آیا دانش افراد از زیست‌شناسی بر ارزیابی آن‌ها از فناوری ژن تأثیر متفاوتی دارد یا خیر، به این نتیجه رسیدند که دانش در مورد این مسئله باعث می‌شود افراد قضاوت خود را براساس خطرات و مزایا قرار دهند. همچنین اشتوتنبرو و همکاران (۲۰۱۳) در پژوهش خود حمایت عمومی ایالات متحده از انرژی‌هسته‌ای را یک سال پس از فاجعه فوکوشیما بررسی کرده و به دنبال درک تأثیر دانش و درک ریسک بر حمایت از خطامشی هستند. سلیمانی خوئینی و همکاران (۱۳۹۹) نیز در پژوهشی با عنوان «ارائه مدل ساختاری شناسایی مسائل عمومی در ایران» در مدل ساختاری خود به تأثیر آگاهی عمومی بر شناسایی مسائل عمومی اشاره کرده‌اند.

اثبات فرضیه دوم نشان می‌دهد که تصویر مسئله عمومی، بر جلب توجه افکار عمومی و خطامشی‌گذاران اثر دارد؛ این یافته تا حد زیادی با نتایج پژوهش‌های کارلسون و همکاران (۲۰۲۰)، کارلسون و همکاران (۲۰۱۹)، لیو و همکاران (۲۰۱۷) و لیو و همکاران (۲۰۱۶) پشتیبانی می‌شود که در ادامه به توضیح هر یک از این مطالعات می‌پردازیم؛ کارلسون و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهش خود نشان داده‌اند که تصاویر مثبت راه‌حل‌های تغییر اقلیمی جلب توجه می‌کنند. همچنین کارلسون و همکاران (۲۰۱۹) در مطالعه خود نشان می‌دهند که تصاویر مربوط به تغییرات آب‌وهوایی توجه را به خود جلب می‌کند. لئو و همکاران (۲۰۱۷) نیز در پژوهش خود نشان می‌دهند که انتخاب خطامشی به این که شهروندان چگونه تصویری از یک مسئله را درک می‌کنند و چگونه مسئله را با سایر مسائل عمومی پیوند می‌دهند بستگی دارد. همچنین، نتایج پژوهش لئو و همکاران (۲۰۱۶) نشان می‌دهند که احتمال پیشنهاد راه‌حل‌های خطامشی تغییر آب‌وهوا در رسانه‌های خبری به‌طور قابل توجهی تحت تأثیر چگونگی توصیف این مسئله از طریق داستان‌های رسانه‌ای در چهار بعد کلیدی از جمله تصویر مسئله است. تصویر مسئله بازتاب ادراکی و شناختی افراد از آن است؛ یعنی این که افراد مسئله را چگونه در ذهن خود معنا می‌کنند و آیا آن را تهدیدی بالقوه، آسیب‌زا یا حتی پدیده‌ای باری‌رسان تلقی می‌کنند. این درک ذهنی، گاه حتی مهم‌تر از واقعیت عینی است، چراکه سازوکار تصمیم‌گیری فردی و جمعی بر مبنای ادراک شکل می‌گیرد و نه ضرورتاً بر مبنای داده‌های واقعی؛ به همین دلیل، خطامشی‌گذاران باید نسبت به سازوکار شکل‌گیری تصویر عمومی از مسائل حساس باشند و با بهره‌گیری از ابزارهای روایت‌پردازی، در جهت تصویرسازی واقع‌بینانه، ولی در عین حال برانگیزاننده، حرکت کنند.

اثبات فرضیه سوم نشان می‌دهد که پیوند مسئله با سایر مسائل عمومی، بر جلب توجه افکار عمومی و خطامشی‌گذاران اثر دارد؛ به این معنا که زمانی که یک مسئله در کنار یا در امتداد سایر مسائل مهم قرار می‌گیرد احتمال توجه و حساسیت نسبت به آن افزایش می‌یابد. این یافته تا حد زیادی توسط یافته‌های پژوهش لیو و همکاران (۲۰۱۷)، لیو و همکاران (۲۰۱۶) و یانگ‌جو و حیدر مارکل<sup>۳</sup> (۲۰۰۱)، پشتیبانی می‌شود. لیو و همکاران (۲۰۱۷) در پژوهش خود نشان می‌دهند که انتخاب خطامشی به این که شهروندان چگونه تصویری از یک مسئله را درک می‌کنند و چگونه مسئله را با سایر مسائل عمومی پیوند می‌دهند بستگی دارد. لیو و همکاران (۲۰۱۶) نیز همان گونه که پیش‌تر گفته شد در مطالعه خود نشان می‌دهند که احتمال پیشنهاد راه‌حل‌های خطامشی تغییر آب‌وهوا در رسانه‌های خبری به‌طور قابل توجهی تحت تأثیر چگونگی توصیف این مسئله از طریق داستان‌های رسانه‌ای در چهار بعد کلیدی از جمله پیوند مسئله قرار دارد. آن‌ها همچنین دریافتند که مرتبط کردن مسائل مربوط به تغییرات آب‌وهوا با تعدادی از مسائل عمومی دیگر در تنظیم دستورکار اخبار، تأثیرات

<sup>1</sup> Stoutenborough et al.

<sup>2</sup> Mielby et al.

<sup>3</sup> Yongjoo & Haidar markel

مهارکننده یا افزایشنده قابل توجهی در راه حل خطمشی‌های تغییرات آب‌وهوا دارد. همچنین یانگجئو و حیدر مارکل (۲۰۰۱) در پژوهش خود دریافتند که تغییرات در پیوند مسائل مربوط به معلولیت به سه مسئله دیگر، تأثیرات مهمی بر انتخاب خطمشی‌های مختلف و نتایج دارد. در مجموع می‌توان گفت هنگامی که یک مسئله عمومی در چارچوب مسائل بنیادی‌تر و پررنگ‌تر مانند امنیت، سلامت، اقتصاد یا عدالت اجتماعی تعریف می‌شود، ظرفیت آن برای دیده شدن و مطالبه‌گری عمومی افزایش می‌یابد. در واقع، افراد زمانی به مسئله‌ای توجه بیشتری می‌کنند که احساس کنند با سایر حوزه‌های حیاتی زندگی‌شان پیوند خورده و بی‌تفاوتی نسبت به آن، پیامدهای گسترده‌تری در پی خواهد داشت. این یافته نشان می‌دهد که خطمشی‌گذاران و فعالان حوزه عمومی، با اتخاذ استراتژی‌های پیونددهی معنادار، می‌توانند اهمیت مسائل کمتر دیده‌شده را افزایش دهند و توجه نظام تصمیم‌گیری را نیز به آن جلب کنند.

در نهایت، اثبات فرضیه چهارم نشان می‌دهد که استفاده از رسانه نقش مؤثری در میزان توجه به مسائل عمومی دارد که این یافته تا حد زیادی با نتایج پژوهش لین و همکاران (۲۰۲۵)، لو و همکاران (۲۰۲۳)، لان بیلی (۲۰۲۲)، سان و یانگ (۲۰۲۰) و کوآک و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۱۸)، هم‌سویی دارد؛ بیلی (۲۰۲۲) در مطالعه خود نشان می‌دهد که افزایش پوشش رسانه‌ای به‌طور کلی مشارکت عمومی بیشتر با پلاستیک را تشویق کرده است. سان و یانگ (۲۰۲۰) نیز در پژوهش خود با تقسیم مسائل عمومی به دو دسته مسائل اقتصاد کلان و مسائل معیشت شهروندان در ۱۹ شهر چین دریافتند که استفاده از رسانه و علاقه سیاسی می‌تواند تفاوت توجه به مسئله را در میان شهروندان مختلف توضیح دهد. همچنین لین و همکاران (۲۰۲۵) در پژوهش خود استدلال می‌کنند که شبکه‌های دستورکار ربات‌های اجتماعی تأثیر قابل توجهی بر شبکه‌های دستورکار عمومی اعمال می‌کنند که حاکی از این واقعیت است که ربات‌های اجتماعی تأثیری قوی و درعین حال کوتاه‌مدت در شکل‌دهی شبکه‌های شناختی عمومی حول مسائل عمومی دارند. علاوه بر این، مطالعات در ایالات متحده آمریکا نیز نشان می‌دهد که افزایش پوشش رسانه‌ای مهاجرت منجر به افزایش نگرانی عمومی در مورد این مسئله می‌شود (Dunaway et al. 2010). در مجموع می‌توان گفت نحوه شکل‌گیری افکار عمومی به‌شدت تحت تأثیر رسانه‌های اجتماعی است (Braun, 2012). رسانه‌ها از طریق بازنمایی‌های مکرر، برجسته‌سازی مسائل خاص و تنظیم چارچوب ادراک، نقش فعالی در شکل‌دهی به اولویت‌های ذهنی افراد ایفا می‌کنند. نکته قابل توجه آن است که استفاده از رسانه، صرفاً به معنای مصرف محتوا نیست؛ بلکه در عصر دیجیتال، کاربران، خود نیز به کنشگرانی فعال در بازتولید و توزیع معنا تبدیل شده‌اند. این امر به افزایش افقی‌سازی توجه کمک کرده و قدرت کنترلی خطمشی‌گذاران بر دستورکار عمومی را محدودتر کرده است. کوآک و همکاران (۲۰۱۸) در مطالعه‌ای هم‌سویی توجه سازمان‌های رسانه‌ای خبری بین‌المللی را در ۱۹۳ کشور با علایق بین‌المللی ابرازشده مردم در همان کشورها بررسی کرده و با استفاده از علیت گرنجر<sup>۲</sup>، نشان می‌دهند که تعداد قابل توجهی از کشورها وجود دارند که در آن توجه رسانه‌ای و توجه عمومی متفاوت هستند؛ «توجه رسانه‌ها و عموم مردم در کشورهای خاص اغلب در تضاد است. این نشان می‌دهد که مردم در این کشورها ممکن است رسانه‌های خبری خاص کشور خود را نادیده بگیرند و به دنبال منابع آنلاین دیگر برای رفع نیازها و خواسته‌های رسانه‌ای خود باشند»؛ در چنین شرایطی، خطمشی‌گذاران در ایران ناگزیرند جایگاه رسانه را نه به‌مثابه تهدید، بلکه به‌عنوان ابزاری برای خطمشی‌گذاری مشارکتی در نظر بگیرند. تقویت گفت‌وگوی رسانه‌ای، بازبودن به شنیدن صداهای متنوع و بهره‌گیری از ظرفیت‌های تعاملی رسانه‌ها می‌تواند به درک بهتر مسائل عمومی و جلب حمایت عمومی در اجرای خطمشی‌ها کمک کند. نادیده گرفتن نقش رسانه در خطمشی‌گذاری، به معنای از دست دادن کنترل بر افکار عمومی و از بین رفتن مشروعیت تصمیم‌گیری‌های کلان خواهد بود.

### پیشنادهای سیاستی

با توجه به یافته‌های پژوهش حاضر و با توجه به تأثیر رسانه‌ها در جلب توجه عمومی، دولت و نهادهای خطمشی‌گذار می‌توانند رویکردی توانمندساز و نه صرفاً نظارتی نسبت به رسانه‌ها اتخاذ کنند. این امر شامل حمایت از تولید محتوای مسئله‌محور، آموزش روزنامه‌نگاران در حوزه‌های تخصصی خطمشی‌گذاری و همچنین فراهم‌سازی دسترسی آزاد به داده‌ها برای رسانه‌هاست. درعین حال، ظرفیت‌سازی

<sup>1</sup> Kwak et al.

1. Granger causality

برای بهره‌گیری مؤثر از شبکه‌های اجتماعی و پلتفرم‌های بومی می‌تواند دامنه و سرعت اطلاع‌رسانی درباره مسائل عمومی را به‌طرز چشمگیری افزایش دهد. از طرف دیگر، با توجه به نقش تعیین‌کننده دانش و آگاهی در جلب توجه عمومی، پیشنهاد می‌شود که نهادهای خط‌مشی‌گذار در حوزه‌های اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی، به طراحی و اجرای کارزارهای اطلاع‌رسانی هدفمند و مشارکت‌جویانه بپردازند. این کارزارها باید متناسب با ویژگی‌های فرهنگی، زبانی و رسانه‌ای مخاطبان طراحی شده و با بهره‌گیری از ابزارهای روایت‌سازی، آگاهی عمومی را نسبت به پیامدهای کوتاه‌مدت و بلندمدت مسائل افزایش دهند. علاوه بر این، یکی از زیرساخت‌های بلندمدت برای ارتقای توجه عمومی، درونی‌سازی حساسیت نسبت به مسائل عمومی از سنین پایین است؛ پیشنهاد می‌شود که نظام آموزش عمومی و دانشگاهی در ایران به‌گونه‌ای بازطراحی شود که مهارت‌هایی مانند تفکر انتقادی، تحلیل مسائل اجتماعی و درک متقابل شهروندی در آن نهادینه شود؛ افزودن واحدهای درسی با تمرکز بر مسائل اجتماعی، زیست‌محیطی و حکمرانی، و نیز طراحی فعالیت‌های بین‌رشته‌ای مسئله‌محور می‌تواند در تربیت نسل آگاه‌تر و مسئول‌پذیرتر مؤثر باشد.

### حمایت مالی

نویسندگان این مقاله هیچ‌گونه حمایت مالی برای انجام پژوهش، نگارش یا انتشار این مقاله دریافت نکرده‌اند.

### سپاسگزاری

نویسندگان از داوران ناشناس مقاله که با پیشنهادهای خود به بهبود کیفیت آن کمک کردند، قدردانی می‌کنند. شایان ذکر است مسئولیت محتوای این مقاله به‌طور کامل بر عهده نویسندگان است.

### تعارض منافع

نویسندگان اعلام می‌کنند که در ارتباط با این مقاله، هیچ‌گونه تعارض منافی وجود ندارد.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی

## مآخذ

- الوانی، سیدمهدی (۱۳۸۵). درآمدی بر نقش و اندازه دولت در ایران. *مجلس و راهبرد*، ۲۳ (۵۳)، ۱۱-۳۲.
- الصاق، شکبیا؛ گیوریان، حسن؛ ربیعی مندجین، محمدرضا؛ و جمشیدی اوانکی، مینا (۱۴۰۰). پیچیدگی‌های شناسایی مسائل عمومی در ایران با رویکرد داده‌بنیاد. *فصلنامه راهبرد*، ۳۰ (۴)، ۶۹۱-۷۳۰.
- پورعزت، علی اصغر (۱۳۸۷). *مبانی دانش اداره دولت و حکومت: (مبانی مدیریت دولتی)*. تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت).
- پورعزت، علی اصغر؛ سوداگر، هاشم؛ سعدآبادی، علی اصغر؛ و هاشمی کاسوایی، مینا (۱۳۹۷). شاخص‌های اولویت‌بندی مسائل عمومی. *اندیشه مدیریت راهبردی*، ۱۳ (۲)، ۱۶۹-۱۳۹.
- سلیمانی خوئینی، مهدی؛ دانشفرد، کرم‌الله؛ و نجف‌بیگی، رضا (۱۳۹۸). الگوی اقتضایی شناسایی مسائل عمومی در فرایند خط‌مشی‌گذاری ایران با تأکید بر عوامل پیشران. *مدیریت دولتی*، ۱۱ (۴)، ۵۵۶-۵۳۰.
- شیخ‌پور، مهدیه؛ سلاجقه، سنجر (۱۳۹۶). وضعیت مسئله‌یابی رسمی و میزان اجرای خط‌مشی‌های عمومی (مورد مطالعه: وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی). *خط‌مشی‌گذاری عمومی در مدیریت (رسالت مدیریت دولتی)*، ۸ (۲۷)، ۶۳-۵۱.
- صافی‌اصفهانی، محمدوحید؛ عطاردی، محمدرضا؛ و نصراللهی، محمدصادق (۱۴۰۱). الگوی تعیین مسائل در فرایند خط‌مشی‌گذاری سازمان‌های فرهنگی بخش عمومی: مطالعه موردی سازمان فرهنگی، اجتماعی و ورزشی شهرداری اصفهان. *دوفصلنامه علمی دین و ارتباطات*، ۲۹ (۲)، ۱۸۹-۲۲۰.
- وحید، مجید (۱۳۸۱). بررسی فرایند شکل‌گیری و قرارگیری مشکل در عرصه عمومی و دستورکار سیاست‌گذاری. *مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی*، ۵۷ (۵۷)، ۳۰۹-۲۸۵.

- Alsagh, S., Givarian, H., Rabiei Mandajin, M. R., & Jamshidi Avanaki, M. (2022). The Complexities of Identifying Public Issues in Iran with a Grounded Theory Approach. *Rahbord Quarterly*, 30(4), 691–730. (in Persian)
- Alvani, S. M. (2006). An Introduction to the Role and Size of Government in Iran. *Majlis & Rahbord*, 23(53), 11–32. (in Persian)
- Arlt, D., Schumann, C., & Wolling, J. (2023). What does the public know about technological solutions for achieving carbon neutrality? Citizens' knowledge of energy transition and the role of media. *Frontiers in Communication*, 8, 1005603.
- Bailey, I. (2022). Media coverage, attention cycles and the governance of plastics pollution. *Environmental Policy and Governance*, 32(5), 377–389.
- Baumgartner, F. R., & Jones, B. D. (2009). *Agendas and instability in American politics* (2nd ed.). University of Chicago Press.
- Braun, L. (2012). Social media and public opinion [Unpublished master's thesis]. University of Valencia.
- Carlson, J. M., Kaul, H., Steinhauer, M., Zigarac, A., & Cammarata, J. (2020). Paying attention to climate change: Positive images of climate change solutions capture attention. *Journal of Environmental Psychology*, 71, 101477.
- Carlson, J. M., Lehman, B. R., & Thompson, J. L. (2019). Climate change images produce an attentional bias associated with pro-environmental disposition. *Cognitive Processing*, 20(3), 385–390.
- Carvalho, J., Carmo Duarte, M., & Ruedin, D. (2024). Follow the media? News environment and public concern about immigration. *European Journal of Political Research*, 64(1), 117–133.
- Choi, J., & Wehde, W. (2019). Venue preference and earthquake mitigation policy: Expanding the micro-model of policy choice. *Review of Policy Research*, 36(5), 683–701.
- Chu, Z., Yang, T., & Zhang, Z. (2024). Assessing the role of public, media, and government attention on air pollution governance in China. *Sustainable Cities and Society*, 113, 105681.

- Dunaway, J., Branton, R. P., & Abrajano, M. A. (2010). Agenda setting, public opinion, and the issue of immigration reform. *Social Science Quarterly*, 91(2), 359–378.
- Dye, T. R. (2005). *Understanding public policy* (11th ed.). Pearson Education.
- Haewoon, K., An, J., Salminen, J., Jung, S.-G., & Jansen, B. J. (2018). What we read, what we search: Media attention and public attention among 193 countries. Proceedings of the 2018 World Wide Web Conference (pp. 893–902). ACM.
- Huddy, L., Feldman, S., Taber, C., & Lahav, G. (2005). Threat, anxiety, and support of antiterrorism policies. *American Journal of Political Science*, 49(3), 593–608.
- Jones, B. D., & Baumgartner, F. R. (2005). *The politics of attention: How government prioritizes problems*. University of Chicago Press.
- Lin, H., Zhang, M., & Qi, X. (2025). Social bots shape public issue networks in China's dual-carbon agenda: A network analysis using MRQAP. *Humanities and Social Sciences Communications*, 12, 432.
- Liu, X., Arnold, V., & Letitia, A. (2008). Regional news portrayals of global warming and climate change. *Environmental Science & Policy*, 11(5), 379–393.
- Liu, X., Robinson, S., & Vedlitz, A. (2016). Public problem characterization, policy solution generation, and intra-agenda connectivity. *Policy Studies Journal*, 44(4), 396–423.
- Liu, X., Robinson, S., & Vedlitz, A. (2017). A micro model of problem definition and policy choice: Issue image, issue association, and policy support of power plants. *Policy Studies Journal*, 48(1), 11–37.
- Lourenço, R. P., & Costa, J. P. (2007). Incorporating citizens' views in local policy decision making processes. *Decision Support Systems*, 43(4), 1499–1511.
- Luo, H., Meng, X., Zhao, Y., & Cai, M. (2023). Rise of social bots: The impact of social bots on public opinion dynamics in public health emergencies from an information ecology perspective. *Telematics and Informatics*, 85, 102070.
- McCright, A. M. (2009). The social bases of climate change knowledge, concern, and policy support in the U.S. general public. *Hofstra Law Review*, 37(4), 1017–1047.
- Mielby, H., Sandøe, P., & Lassen, J. (2013). The role of scientific knowledge in shaping public attitudes to GM technologies. *Public Understanding of Science*, 22(2), 155–168.
- Newig, J. (2004). Public attention, political action: The example of environmental regulation. *Rationality and Society*, 16(2), 149–190.
- Peters, B. G., Pierre, J., & King, D. S. (2005). The politics of path dependency: Political conflict in historical institutionalism. *The Journal of Politics*, 67(4), 1275–1300.
- Pour Ezzat, A. A. (2008). *The Foundations of the Knowledge of Government and Governance Administration (Foundations of Public Administration)*. Tehran: SAMT Publication. (in Persian)
- Pourezat, A. A., Soodagar, H., Sadeghabad, A. A., & Hashemi Kasouei, M. (2019). Indicators for Prioritizing Public Issues. *Strategic Management Thought*, 13(2), 139–169. (in Persian)
- Rauchfleisch, A., Siegen, D., & Vogler, D. (2021). How COVID-19 displaced climate change: Mediated climate change activism and issue attention in the Swiss media and online sphere. *Environmental Communication*, 17(3), 313–321.
- Rose, M., & Baumgartner, F. R. (2013). Framing the poor: Media coverage and U.S. poverty policy, 1960–2008. *Policy Studies Journal*, 41(1), 22–53.
- Safi Isfahani, M. V., Attardi, M. R., & Nasrollahi, M. S. (2023). The Model of Problem Definition in the Policy-Making Process of Public Sector Cultural Organizations: A Case Study of Isfahan Municipality's Cultural, Social, and Sports Organization. *Religion & Communication*, 29(2), 189–220. (in Persian)
- Sheikhpour, M., & Salajegheh, S. (2018). The Status of Formal Problem-Finding and the Degree of Implementation of Public Policies (Case Study: Ministry of Cooperatives, Labor, and Social Welfare). *Public Policy in Management (The Mission of Public Administration)*, 8(27), 51–63. (in Persian)
- Soleimani Khoeni, M., Daneshfard, K., & Najafbeigi, R. (2020). A Contingent Model for Identifying Public Issues in the Iranian Policy-Making Process with an Emphasis on Driving Factors. *Public Administration*, 11(4), 530–556. (in Persian)
- Stone, D. (1997). *Policy paradox: The art of political decision making*. W. W. Norton & Company.

- Stoutenborough, J. W., Sturgess, S. G., & Vedlitz, A. (2013). Knowledge, risk, and policy support: Public perceptions of nuclear power. *Energy Policy*, 62, 176–184.
- Sun, Z., & Yang, J. (2020). Media usage, political interest and citizens' issue attention to government annual report in China—Evidence from 19 major cities. *Journal of Asian Public Policy*, 14(3), 353–374.
- Vahid, M. (2002). Investigating the Process of Problem Formation and Placement in the Public Sphere and the Policy Agenda. *Journal of the Faculty of Law and Political Science*, (57), 285–309. (in Persian)
- Yang, Z., Liao, D., & Jia, H. (2023). Similarities and differences with the 'general public': Chinese civil servants' attitude to genetically modified organisms and its influencing factors. *GM Crops & Food*, 14 (1), 1–13.
- Yongjoo, J., & Haider-Markel, D. P. (2001). Tracing issue definition and policy change: An analysis of disability issue images and policy response. *Policy Studies Journal*, 29(2), 215–231.
- Zhang, Y., Liu, X., & Vedlitz, A. (2019). Issue-specific knowledge and willingness to coproduce: The case of public security services. *Public Management Review*, 22(10), 1464–1488.
- Zhou, B., & Ding, H. (2023). How public attention drives corporate environmental protection: Effects and channels. *Technological Forecasting and Social Change*, 191, 122486.

