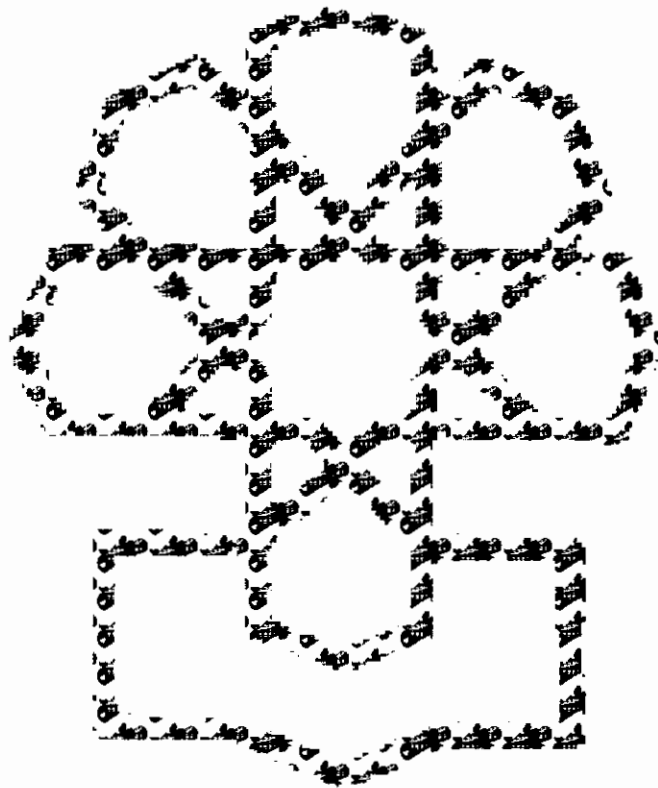




تئوری‌های تبلیغات انتخاباتی (۴۰)

روایت‌های خبری: پوشش تلویزیونی انتخابات (۱۹۶۸ تا ۱۹۸۸)



معاونت پژوهشی
اردیبهشت ۱۳۷۹

کار: دفتر مطالعات سیاسی و اجتماعی

کد گزارش: ۵۵۰۵۴۵۷

بسمه تعالی

تئوری‌های تبلیغات انتخاباتی (۴۰)
روایت‌های خبری: پوشش تلویزیونی انتخابات (۱۹۶۸ تا ۱۹۸۸)

کد گزارش: ۵۵۰۵۴۵۷

فهرست مطالب

۲مقدمه
۲فصل اول- روایت‌های خبری
۲خبرهای روایی: نوع کوتاه و بلند آن
۳خبرهای روایی و حد متوسط
۴فصل دوم- تغییر در پوشش تلویزیونی انتخابات
۶فصل سوم- مفهوم سیاسی روایت‌های خبری
۸فصل چهارم- روایت‌های خبری و خبرنگاری

بر مبنای مصادیق موجود در اخبار شامگاهی از هر انتخابات ریاست جمهوری از سال ۱۹۶۸ - ۱۹۸۸ این مقاله نشان می‌دهد که متوسط خبرهای روایی از ۴۳ ثانیه به ۹ ثانیه کاهش یافته است. این تحول به عنوان تغییر عمومی در سبک اخبار تلویزیونی یک شکل میانی «خبرنگار محور» از کار خبرنگاری مطرح شده است. ۳ عامل این تغییر را توضیح می‌دهد:

الف- تکامل و تطور برداشت از تلویزیون؛

ب- تضعیف اجماع سیاسی و اقتدار در ۲۰ سال اخیر؛

ج- تحول در اقتصاد صنعتی.

این تحول به ویژه نتایجی را برای ژورنالیسم در دهه ۱۹۹۰ دارد.

فصل اول- روایت‌های خبری

در طی ۲۰ سال از ۱۹۶۸ - ۱۹۸۸، تلویزیون به طور فزاینده‌ای به مرکز اداره مبارزات انتخابات تبدیل شد. در همین زمان طبیعت و سبک اخبار تلویزیونی به شدت تغییر کرد. این تغییر بسیار پیچیده بود، ولی یک راهنمای ساده، راه بسیار خوبی را برای درک آن ارائه می‌دهد. زمان متوسط خبرهای روایی (روایت‌های خبری که اصطلاح مزبور در اصل از رادیو می‌آید) به یک قسمت از فیلم یا نوار تصویری اشاره دارد که در چارچوب یک گزارش خبری شخصی را در حال سخن گفتن نشان می‌دهد. طول زمان خبرهای روایی متوسط از بیش از ۴۰ ثانیه در سال ۱۹۶۸ به کمتر از ۱۰ ثانیه در دهه ۱۹۸۰ کاهش پیدا کرده، این مسئله در سال‌های اخیر عمومیت یافته، همچنان که مفسران سیاسی دریافته‌اند که مردم قطعه ۲۰ ثانیه‌ای را مطلوب نمی‌دانند. در حقیقت، در سال ۱۹۸۸ فقط ۴ درصد از این گونه خبرهای روایی طولانی بودند. ۲۰ سال پیش، تقریباً یک چهارم همه خبرهای روایی یک دقیقه یا بیشتر بود و غیر معمول نبود که یک شخصیت سیاسی مهم بیش از ۲ دقیقه صحبت کند. این اطلاعات مبتنی بر ۲۰ مورد از خبرهای شامگاهی پخش شده در هر انتخابات ریاست جمهوری از سال ۱۹۷۲ - ۱۹۸۴ و ۲۵ مورد از دو انتخابات ۱۹۶۸ - ۱۹۸۸ می‌باشد. موارد پخش شده از ماه سپتامبر و اکتبر هر سال گرفته شده، ۳ شبکه با احتمال برابر نمونه گرفته شد و همه پوشش انتخاباتی ریاست جمهوری در این موارد پخش شده کدبندی شد.

خبرهای روایی: نوع کوتاه و بلند آن

دو مثال اهمیت این تحول را نشان خواهد داد: برداشت محدود از دو مجموعه اخبار تلویزیونی، یکی از سال ۱۹۶۸ و یکی از سال ۱۹۸۸، هر کدام به نمایندگی از ژورنالیسم مبارزات انتخاباتی در منطقه خود بودند و اولین مورد از اخبار شامگاهی شبکه "CBS" در ۸ اکتبر ۱۹۶۸ بود. بررسی این مجموعه خبری نشان می‌دهد که تصویر و سخنان «هوبرت هامفری» چند بار پخش شد. بار اول یک دقیقه و بیست و شش ثانیه، دفعه دوم چهل و نه ثانیه. همچنین از «لی بی» نیز این چنین نقل می‌شود که حدود یک دقیقه و بیست و نه ثانیه،

* گزارش حاضر، ترجمه مقاله زیر است:

Daniel C. Hallin, University of California, San Diego, 1992, "Sound Bite News: Television Coverage of Elections, 1968-1988".

«نیکسون» سی و دو ثانیه بار اول و چهل و چهار ثانیه در مرتبه دوم.

مورد دوم نیز یک مجموعه خبری از پوشش انتخاباتی شبکه "ABC" در ۱۴ اکتبر ۱۹۸۸ می‌باشد. مقایسه دو مثال فوق اختلاف یاد شده و کوتاه بودن زمان صحبت‌ها را در سال ۱۹۸۸ نشان می‌دهد.

خبرهای روایی و حد متوسط

متوسط اخبار روایی (نقل قول‌ها) در سال ۱۹۶۸، ۶۰ ثانیه بود؛ در گزارش سال ۱۹۸۸، متوسط یاد شده ۸/۵ ثانیه بود. ولی این امر فقط انعکاس تحول بنیادی در ساختار روایت اخبار و نقش خبرنگار در همراه کردن آن است. خبرهای تلویزیونی امروزی بسیار بیشتر از خبرهای تلویزیونی دهه ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ در حد اعتدال قرار دارد. در خلال مقاطع پیشین، خبرنگاران به عنوان یک مرتبط کننده نسبتاً مجهول بودند. ممکن است عجیب به نظر برسد برای خبرنگارانی که در سال‌های اخیر فعالیت می‌کنند وقتی را به یاد آورند که ارتباط تلویزیونی و جهت زیادی داشت و این نیز حقیقت دارد که اشکال خبرنگاری تلویزیونی خیلی فعالی وجود داشت.

مثلاً مفسران رسمی جزء معمولی از اخبار بودند، در حالی که امروزه این مسئله نادر است. قطعه‌های تحلیلی طولانی نیز گاهی به عنوان قسمتی از پوشش انتخاباتی پخش می‌شدند. اما اکثر خبرنگاران تلویزیونی، به پخش کلمات نامزدها و مقامات تمایل داشتند تا سخنان خبرنگاران. خبرنگاران امروزی تلویزیون دیدگاه صریحاً متفاوتی را در برابر سخنان نامزدها و دیگر خبرسازان نشان می‌دهند. امروزه این سخنان به عنوان مواد خامی برای انتقاد کردن درآمده‌اند، البته به صورت ترکیب شده با صداها و تصاویر و همراه شدن با یک روایت جدید. نه تنها سخنرانی‌ها و دیگر اظهارنظرها بسیار خلاصه شده‌اند، بلکه قطعات بصری نیز، شامل فیلم و عکس چاپی، بسیار مورد استفاده قرار می‌گیرد. خبرنگاران بیشتر از مواد بیرونی بهره می‌برند. اطلاعات بیشتر تحت قوه خلاقیت خبرنگاران برای ایجاد یک چشم انداز درآمده‌اند تا نامزدها. مثلاً استفاده از کارشناسان برای اظهار نظر و تفسیر در مبارزات انتخاباتی، تحول مؤخری است.

مواد موجود از مکان‌های مختلف نیز متناوباً ترکیب می‌شوند. یک مثال قابل توجه از این مسئله و در حالت عام از شکل معمول اخبار تلویزیونی امروزی؛ گزارشی است از شبکه "CBS" درباره مبارزات رئیس جمهوری «بوش» (۲۸ سپتامبر ۱۹۸۴) که در آن یک خبرنگار، «دیوید داو»، نکته‌ای را درباره استراتژی بوش با واداشتن بوش به اظهار یک جمله، به وسیله ترکیب پنج روایت یک ثانیه‌ای از سخنرانی‌های او در شهرهای مختلف، نشان داد. این عمل توجه را از آنچه بوش می‌گفت به آنچه خبرنگار درباره مبارزات بوش می‌گوید، تغییر می‌دهد. این نمونه همچنین شامل دو گزارش می‌شود که در آنها خبرنگار، از اظهارات نامزدها تحلیل متحوایی کمی ارائه داد و در خلال آن این که نامزدها هر چند وقت یک بار و برای چه هدفی از عبارات ویژه استفاده می‌کنند؛ گفت. سرانجام این خبرنگار در گزارش تلویزیونی مدرن، این عناصر را در قالب یک خط گزارش واضح القا می‌کند و با استفاده از روش‌های مختلف آنچه را در نظر دارد، در گزارش خود جهت دهی می‌کند. حدود ۱۲ درصد از گزارش‌های مصور در سال ۱۹۶۸ بدون خط دهی پایانی خبرنگاران پایان یافت. چنین گزارشی در نمونه‌های بعد از سال ۱۹۷۶ به چشم نمی‌خورد. بعضی به سادگی می‌گویند که در چه مکانی نامزدها ظاهر خواهند شد. گزارش‌های خبری تلویزیونی مدرن به صورتی عرضه می‌شوند که پیش از آن غیر از این بود.

این عرضه کردن، یعنی گزارش خبری مدرن، بیشتر خبرنگار، محور می‌باشد. تا قبل از این خبرنگار و نه نامزد یا دیگر خبرسازان، ارتباط دهنده اولیه است. روایت‌های خبری بیشتری در گزارش‌های خبری مدرن وجود دارد، حتی با وجود این که کوتاه‌تر است، اما وقتی که شما آنها را به هم اضافه می‌کنید، یک کاهش چشمگیر در زمان صرف شده به واسطه روایت‌های خبری در مقایسه با سال‌های قبل مشاهده می‌شود. باید به خاطر داشت که بیشتر گزارش‌های خبرنگاران تا حدود زیادی بر مبنای سخنان نامزدها شکل می‌گرفت. در هر صورت زمان صرف شده برای روایت‌های خبری در سال ۱۹۸۸ مانند ۲۰ سال پس از آن، زمان قابل توجهی بود.

فصل دوم - تغییر در پوشش تلویزیونی انتخابات

تغییر در پوشش مبارزات انتخاباتی قسمتی از یک تحول و ستیز در خبرنگاری تلویزیونی است. در تلاشی برای یافتن این که آیا گزارش‌های مبارزات انتخاباتی در ساختار خود از دیگر گزارش‌های تلویزیونی متفاوت هستند، هشت نمونه پخش شده در این مطالعه برای هر یک از سال‌های ۱۹۷۲ - ۱۹۸۴ مورد تحلیل قرار گرفته و نتایج به این صورت است: ماهیت روند برای گزارش‌های مبارزات انتخاباتی و غیره، مشابه هم است. این امر، تصادفاً نشان می‌دهد که زمان روایت‌های خبری احتمالاً خیلی متفاوت نخواهد بود، اگر این مطالعه بر قسمت متفاوتی از مبارزات تأکید کند، زمان روایت‌های خبری قسمتی از سبک عمومی اخبار تلویزیون هستند.

۳ نوع توضیح برای این تحول پذیرفتنی می‌باشد و غیر ممکن است که آنها را کاملاً از هم تفکیک کرد. اولین مورد تحول فن آوری در تلویزیون است. البته ماشین‌های توسعه یافته زیادی وجود داشتند که تولید گزارش‌های خبری بسیار پیچیده و مدرن را تسهیل می‌کردند و این شامل ژنراتورهای گرافیکی و واحدهای ادیت الکترونیکی و فن آوری ارتباطات از راه دور می‌شد که ارسال تصاویر ویدیویی را آسان می‌ساخت. فراتر از این، زمان قابل ملاحظه‌ای از اوقات مردم که از ابتدای روز با رادیو و روزنامه‌ها سر و کار داشتند، با تلویزیون برای چگونگی ارتباط برقرار کردن با این وسیله جدید صرف می‌شد. بانگاهی به گذشته خبرهای تلویزیونی در دهه ۱۹۶۰ و ابتدای دهه ۱۹۷۰، مقطعی که امروزه به عنوان عصر طلایی رسانه مورد تکریم قرار می‌گیرد، بسیاری از آن نه تنها در این مفهوم که از نظر فنی ساده‌تر از خبرهای تلویزیونی مدرن می‌باشند، واضح به نظر می‌رسد، بلکه کارایی کمتری داشتند. احتمالاً می‌توان گفت که خبرنگاران تلویزیونی امروزه در استفاده از رسانه بهتر از آنها که در سال ۱۹۶۸ بودند، می‌باشند. بسیاری از این توسعه‌های فنی به احتمال قوی در داخل خبرهای تلویزیونی بود، ولی سرایت آن از دیگر قسمت‌های تلویزیون نیز ممکن است.

اما توضیح تکنولوژیکی برای تحولات سیاسی و فرهنگی ممکن است متوقف بر خودشان باشد، حتی اگر ماکم و بیش فن آوری را درک کنیم، یک دلیل جالب از اطلاعات آشکار می‌شود. تحول در روایات خبری برای گروه‌های مشخصی از مردم بیشتر است تا دیگران. تفاوت بزرگی میان نخبگان و غیرنخبگان وجود دارد. در سال ۱۹۶۸ روایت خبری متوسط برای نامزدها و دیگر نخبگان ۴۹/۹۰ ثانیه بود. برای رأی دهندگان معمولی ۱۳/۶ ثانیه. تا سال ۱۹۸۸ این شکاف تا ۸/۹ ثانیه برای نخبگان و ۴/۲ ثانیه برای رأی دهندگان کوتاه

شد. پوشش خبری غیر مبارزاتی نیز همین فاصله رو به کاهش را میان نخبگان و غیر نخبگان نشان می‌دهد. ویراستاران فیلم در سال ۱۹۶۸ می‌توانستند به راحتی روایت‌های خبری کافی را اگر می‌خواستند، تولید کنند. اما واضح است که این مسئله در هنگام گزارش کنفرانس مطبوعاتی نامزدهای انتخابات ریاست جمهوری مناسب و ضروری تشخیص داده نمی‌شد. عامل دوم تضعیف وفاق و اشتراک سیاسی و اقتدار سیاسی در سال‌های جنگ ویتنام و مسئله واترگیت بود که همه خبرنگاران آمریکایی را به گزارش‌های فعال‌تری هدایت کرد. در ابتدای دهه ۱۹۶۰، خبرنگاری آمریکایی به شکل عام، چه رسانه‌های نوشتاری یا رادیو تلویزیونی، به شکلی عمل می‌کردند که در هنگام سخنان مسئولان دولتی با دیگر بازیگران سیاسی فقط به نقل سخنان آنها می‌پرداختند و کمتر سؤالی را در میان آن مطرح می‌کردند. این امر مفهوم عملی و اصلی خبرنگاری بی طرفانه تلقی می‌شد. هنگامی که تقسیم بندی‌های سیاسی در دهه ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ و شکاف ایجاد شده در اثر جنگ ویتنام با رسوایی واترگیت دنبال شد، اشکال قدیمی گزارش‌ها دیگر مناسب و کافی به نظر نمی‌رسید. در سال‌های بعد خبرنگاران به طور روزافزونی با این مشکل رو به رو بودند که سخنان مقامات، در سطح پایینی از واقعیت قرار داشت. به همین دلیل آنها مجبور بودند که در گزارش خبرها فعال‌تر باشند. هنگامی که این خبرنگاران منبع مناسبی برای اخبار نمی‌یافتند، احساس می‌کردند که باید خودشان به تولید خبر بپردازند و محصول خود را تهیه کنند. احتمالاً تلویزیون در جهت ایجاد یک خبرنگاری تحلیلی، آهسته‌تر قدم بر می‌داشت، اما اتفاقاً تلویزیون این کار را انجام داد و به مرور، نوع اخباری که بیش از دو دقیقه از یک سخنرانی یا کنفرانس مطبوعاتی را گزارش می‌داد، به طور روزافزونی کاهش یافت.

انتخابات در تغییر یاد شده در خبرنگاری اهمیت زیادی داشت. بعضی می‌گفتند که این تحول را سیاستمداران آغاز کردند و این امر تا حدود زیادی حقیقت داشت. خبرنگاران مبارزات انتخاباتی را با عرضه روزافزون تلویزیونی و با تکیه قوی بر جنبه‌های تصویری، تحت پوشش قرار دادند. مبارزات نیکسون در سال‌های ۱۹۶۸ و ۱۹۷۲ از این نظر به خصوص اهمیت زیادی دارد. مثلاً در سال ۱۹۶۸ ستاد نیکسون «راجر آیلز» را که قبلاً تولیدکننده تلویزیونی بود، به استخدام خود درآورد تا مجموعه‌ای از شوهای تلویزیونی یک ساعته را جهت رأی دهندگان ایالت‌های مشخص تهیه کند. این شوها تحت ارزش‌ها و مهارت‌های تولید تلویزیونی که خبرنگاران رعایت آنها را آغاز کرده بودند، ساخته شد که شامل توجه به زمان پاسخ‌های نیکسون به سؤال‌های مطرح شده در چارچوب‌های انتخابی رأی دهندگان بود و «آیلز» به وقت آنها را محاسبه می‌کرد. تلویزیون این مسئله را که نامزدهای انتخاباتی بی‌واسطه خبرنگاران به رأی دهندگان دست پیدا کنند، ممکن ساخت.

با پی گرفتن مبارزات انتخاباتی سال ۱۹۶۸ و ۱۹۷۲، خبرنگاران علائمی را اعلام می‌کردند درباره این خطر که رسانه‌ها توسط تصویرسازی از نامزدها مورد بهره برداری قرار گیرد. این نگرانی به ویژه در میان خبرنگاران تلویزیون فوق وجود داشت که مستقیماً به عنوان هدف‌های اصلی تصویرسازی تلقی می‌شدند. خبرنگاران تلویزیونی به این دلیل که مورد بهره‌برداری سوء قرار نگیرند احتیاط می‌کردند و با اتخاذ جایگاهی مخالف با نامزدها، به بررسی موشکافانه سخنان آنها می‌پرداختند.

نتیجه این است که پوشش انتخابات به طور فزاینده‌ای لحنی منفی پیدا کردند. در مطالعه‌ای از پوشش تلویزیونی شبکه CBS از مبارزات سال ۱۹۸۰، رابینسون و شیهان دریافتند که گزارش‌های منفی درباره

نامزدها حدود دو برابر انواع مثبت آن بود. در ادامه تحلیل گزارش‌ها را به انواع مثبت، منفی، مبهم (یا مختلط) و خنثی در لحن تفسیر کدگذاری می‌کنیم. نتیجه، نشان می‌دهد که لحن منفی به طور همزمان با روایت‌های خبری ۱۰ ثانیه‌ای، توسعه یافته است. در سال ۱۹۶۸ گزارش‌های مثبت و منفی در تناوب تقریباً برابری بودند، ولی از ۱۹۸۰ گزارش‌های منفی به وضوح مسلط شدند. باید توجه داشت که بیشتر گزارش‌های تلویزیون خنثی هستند، ولی روند حاضر، به وضوح قوی است، یعنی نوع برخورد خبرنگاران با نامزدها و مبارزات انتخاباتی، نگاهی انتقادی است و تلاش می‌کنند تا زوایای پنهان و لایه‌های واقعی اهداف و نیت نامزدها را کشف کنند.

ما هنوز یک توضیح کامل برای آمدن روایت‌های خبری ۱۰ ثانیه‌ای نداریم. خبرنگاران تلویزیون ممکن است به سوی شکل فعال‌تری از خبرنگاری حرکت کنند، بدون این‌که گام‌های منقطع بخش برنامه‌ای مدرن را با یکدیگر تطبیق دهند. بیشتر پوشش تلویزیونی مسئله واترگیت، تقریباً روایت‌های خبری طولانی را با تحلیل‌های فعال خبرنگاران ترکیب کرد، ولی تحول اصلی دیگری در اخبار تلویزیونی در اوایل دهه ۱۹۷۰ شکل گرفت، تحولی در اقتصاد و صنعت. در اواخر سال ۱۹۶۳ هنگامی که شبکه CBS و NBC بخش اخبار شامگاهی خود را از ۱۵ دقیقه به نیم ساعت توسعه دادند، این امر را بیشتر برای حیثیت خود انجام دادند تا کسب سود. اخبار به عنوان یک رهبر بی‌ارزش دیده می‌شد و تقسیمات خبری با فشارهای تبلیغاتی که بر تلویزیون تسلط داشتند، مورد بی‌اعتنایی قرار می‌گرفت.

ولیکن این وضعیت در دهه ۱۹۷۰ شروع به تغییر کرد. تغییر از اخبار محلی آغاز شد. در ابتدای دهه ۱۹۷۰، ایستگاه‌های محلی دریافتند که اخبار قادر است مقادیر زیادی پول به همراه داشته باشد؛ علاوه بر این، در انتهای دهه، این‌که یک ایستگاه محلی ۶۰ درصد از سود خود را از طریق اخبار تأمین کند، امری عمومی بود. صنعت تلویزیونی محلی، صنعت قابل رقابتی است. با حداقل ۳ ایستگاه که رقابت رو در رویی در بسیاری از بازارها دارند. مشاوره‌هایی برای حفظ کردن توجه مخاطبان از راه‌های جذاب‌تر صورت گرفت و پیشنهادهایی به طور نمونه در جهت ایجاد ساختار محکم‌تر و ارائه سریع‌تر اخبار ارائه شد. اگر چه هیچ اطلاعات سیستماتیکی درباره‌ی زمان روایت‌های خبری در اخبار تلویزیونی محلی در این مقطع زمانی وجود ندارد، احتمالاً این ایستگاه‌های محلی بودند که کوتاه کردن زمان روایت‌های خبری را هدایت کردند.

در سال ۱۹۷۷ شبکه ABC تلاش موفقی را برای رقابت بخش‌های خبری خود با شبکه‌های CBS و NBC انجام داد. این امر در دهه ۱۹۸۰ با افزایش رقابت در ایستگاه‌های مستقل و شبکه‌های کابلی ادامه یافت که به همراه دیگر فشارهای اقتصادی، شبکه‌ها را از لحاظ اقتصادی در تنگنا قرار می‌داد. رقابت رو به افزایش، بیش از این در زمانی انجام شد که بخش برنامه‌ها به مقدار زیادی استمرار نمی‌یافت و با کاهش فشار سیاسی که یک بار توسعه بخش‌های خبری را موجب شده بود، از سوی بینندگان مورد بی‌اعتنایی قرار گرفت.

در چنین فضایی، بخش‌های خبری جداگانه از تلویزیون‌های تجاری (تبلیغاتی) تضعیف شد و خبرنگاران شبکه‌های تلویزیونی فشار بیشتری را برای جای دادن ارزش‌ها و مزیت‌های تولید برنامه که در خبرهای محلی کار برداشت، احساس کردند.

این نیروها در جهتی به کار گرفته می‌شوند که سبک‌های مدرن اخبار تلویزیونی را تولید کنند. از خبرنگاران امروزی تلویزیون انتظار می‌رود که فعال‌تر باشند. یعنی این افراد به عنوان یک تحلیلگر سیاسی و نیز یک تولیدکننده تلویزیونی باید دقیق‌تر و فعال‌تر به جمع‌آوری اطلاعات و تولید خبر پردازند و با استفاده از روش‌های نوین و کارآمد این کار را انجام دهند. رسانه‌ها تحت این فشار قرار دادند که با ابهام کمتری به ارائه اخبار پردازند.

اخبار مدرن تلویزیونی امروزه از بسیاری جهات بهتر از نمونه‌های مشابه در ۲۰ سال پیش هستند. این اخبار اغلب جالب هستند. همان‌طور که گفته شد، رسانه‌ها باید با شفافیت بیشتر اخبار مربوط به کاندیداها را به مردم برسانند و استراتژی‌های آنها را معنی کنند.

شکل مدرن و فعال‌تر اخبار تلویزیونی نیز شامل انواع مشخصی از پوشش خبری موضوعات جدی می‌باشد که در سال‌های پیش وجود نداشت. سال‌ها این انتقاد بر تلویزیون وجود داشت که اخبار مربوط به تکنیک‌های مبارزاتی بر گزارش‌های موضوعی تسلط داشتند. این حقیقت که مجموع هر دو شکل پوشش تلویزیونی در خلال سال‌ها افزایش یافته عکس‌العملی است در برابر طبیعت موضوعی و ساختاری اخبار تلویزیونی معاصر. مقدار زیادی از خبرها بر چارچوب‌های خبرنگاری استاندارد تطبیق یافته‌اند.

در سال ۱۹۶۸ موضوعات سیاسی و موضوعات مربوط به تکنیک‌های مبارزاتی پایه‌های هم در رسانه‌ها پیش می‌رفتند. در دهه ۱۹۷۰ توجه به این مسائل افزایش یافت و نیز موضوعات مربوط به استراتژی مبارزاتی نیز بیشتر مورد توجه قرار گرفت. در دهه ۱۹۸۰ انتقاداتی که خبرنگاران به کم‌توجهی به این گونه مسائل و نیز به خودشان صورت دادند، به نظر می‌رسید که تحول ویژه‌ای را موجب شده است. پوشش موضوعی افزایش یافته توسط رسانه‌ها در دهه ۱۹۸۰ تا حد زیادی نتیجه ۲ شکل جدید اعتدال‌آمیز گزارش‌هاست. اول، گزارش‌های تحلیلی و با طول زمانی مناسب از موقعیت نامزدهای انتخاباتی در حوزه‌های موضوعی اصلی وجود دارد. این امر اغلب شامل استفاده از متخصصان موضوعی بی‌طرف و خارج از مبارزات انتخاباتی نیز می‌شود. این متخصصان ابتدا از سال ۱۹۸۴ به طور گسترده در رسانه‌ها ظاهر شدند. مسئله دوم چیزی است که از آن می‌توان به گزارش‌های حقیقت‌یاب تعبیر کرد. یعنی گزارش‌هایی که به ارزیابی صحت اظهارات نامزدها می‌پردازند. برای تهیه این گزارش‌ها، شبکه تلویزیونی NBC نیمی از محققان را به کارگرفت تا اظهارات نامزدها را در همان شب بعد از سخنرانی و صحت آن را مشخص سازند و البته این مسئله یعنی تشخیص صحت این گونه اظهارات هنوز به طور مطلوب توسط تلویزیون مورد استفاده قرار نمی‌گیرد. یک بررسی بر روی انتخابات سال ۱۹۸۸ نشان داد که از ۱۲۵ موردی که شبکه‌ها برنامه‌های تبلیغاتی کاندیداها را پخش کردند، کمتر از ۸ درصد زمان را به بررسی صحت آن اختصاص دادند. مسائلی هنوز وجود دارد که سبک گزارش‌های مبارزاتی را با اشکال مواجه می‌سازد. اولین و ساده‌ترین آنها این مسئله است که مخاطبان عام هیچ فرصتی برای این که صحبت نامزدها را بیش از ۲۰ ثانیه بشنوند، ندارند. نشان دادن افرادی که در حال سخنرانی هستند، چیزی است تلویزیون‌ها می‌توانند به طور مؤثری انجام دهند. بعضی از روایت‌های خبری طولانی تلویزیونی در سال‌های گذشته خیلی مبهم بود. بسیاری از آنها ممکن بود در میانه صحبت قطع شود. از خلال یک صحبت ۱۰ ثانیه‌ای هرگز نمی‌توان

شخصیت یک نفر یا منطق بحث او را دریافت. تحلیل‌ها و اطلاعات پس زمینه می‌توانند بدون کوتاه کردن یک روایت خبری در ۱۰ ثانیه ارائه شوند.

یکی از تفاوت‌های بسیار مهم میان اخبار تلویزیونی ۲۰ سال قبل و امروز، تعیین سرعت آن است. گزارش‌ها اکنون کوتاه‌تر هستند و متوسط فیلم‌های گزارشی از ۱۷۸ ثانیه در سال ۱۹۶۸ به ۱۴۷ ثانیه در سال ۱۹۸۸ رسیده است.

اغلب در سال ۱۹۶۸ یا ۱۹۷۲ روایتی خبری با یک سکوت ۲ یا ۳ ثانیه‌ای قبل از این‌که مجری آغاز به صحبت کند، پی گرفته می‌شد. امروزه تقریباً هیچ زمان بدون کلام در هنگام یک گزارش وجود ندارد. تحقیق بررسی درک مخاطبان نشان می‌دهد که این مسئله توانایی آنها را برای فهمیدن خبرهای تلویزیونی افزایش می‌دهد.

فصل چهارم - روایت‌های خبری و خبرنگاری

سرانجام بالا رفتن اخبار متوسط تلویزیونی با یک دغدغه رو به افزایش درباره تکنیک مبارزات انتخاباتی و نوعی چشم انداز پیشگوکننده درونی مرتبط است که تصویرسازی [انتخاباتی] را در مرکز سیاست قرار می‌دهد و مباحثات سیاسی واقعی را به حاشیه می‌راند. آمار نشان می‌دهد که اگر چه پوشش رسانه‌ای موضوعی در دهه ۱۹۸۰ افزایش داشته، قوی‌ترین جریان به عنوان اخبار بیشتر مورد تأکید قرار گرفته است. این آمار احتمالاً کاملاً با واقعیت منطبق نیستند. چون مقطعی خام از زمان را اندازه گیری می‌کنند. حتی وقتی که یک گزارش مبارزاتی مدرن وقت و زمان ویژه‌ای را صرف موضوعات می‌کند، خط اصلی گزارش به طور نمونه روی استراتژی و تاکتیک‌ها تأکید دارد. این امر بازتاب این نکته است که در سال ۱۹۸۸، ۸۲ درصد از گزارشگران بر موضوعات مربوط به تأثیر تکنیک‌های مبارزاتی تأکید می‌کردند. تأکید این نکته اهمیت دارد که پوشش horse-race یعنی گزارشی که بر تأثیر تکنیک‌های مبارزاتی تأکید می‌کند.

ارتباط میان پوشش رسانه‌ای تکنیک‌های مبارزاتی و خبرنگاری روایت‌های خبری، بسیار قوی است. نه تنها روندهای زمانی این تقارن و ارتباط را آشکار می‌سازند که افزایش (تکنیک‌های مبارزاتی) horse-race، کاهش روایت‌های خبری را در پی دارد؛ بلکه یک ارتباط دو جانبه قوی میان زمان روایت‌های خبری و تأکید بر تکنیک‌های مبارزاتی در هر یک از سال‌های مورد مطالعه مشاهده می‌شود. گزارش‌هایی که درصد بالایی از موضوعات مربوط به تکنیک‌های مبارزاتی را در بر می‌گیرند، روایت‌های خبری کوتاه دارند و این در حالی است که بیشتر گزارش‌های موضوعی روایت‌های خبری طولانی‌تری دارند.