

تصویر دوستان و دشمنان در اخبار خارجی سیما

غلامرضا محمدی مهر*

تاریخ دریافت: ۸۲/۲/۱۶

تاریخ پذیرش: ۸۲/۶/۲

چکیده

تصور و ذهنیت مردم از کشورهای خارجی، عمدتاً برگرفته از وسایل ارتباط جمعی، به ویژه تلویزیون و آن هم اخبار خارجی این رسانه است. بیشتر مردم معمولاً از پنجره‌ای که اخبار خارجی به سوی سایر کشورها می‌گشاید، دنیا را نظاره می‌کنند و می‌شناسند. اخبار خارجی نیز در هر کشور تابعی از سیاست خارجی است و بازتاب بیشتر رویدادهای خارجی همراه با جهت‌گیری صورت می‌پذیرد؛ بدین معنی که رویداد کشورهایی که دوست تلقی می‌شوند با جهت‌گیری مثبت و رویداد کشورهایی که دشمن و مخالف تلقی می‌شوند، با

* عضو هیئت علمی دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه علامه طباطبائی

جهت‌گیری منفی پخش می‌شود و ما کم‌تر شاهد انعکاس بی‌طرفانه رویدادهای خارجی هستیم.

در پژوهش حاضر، اخبار خارجی سیمای جمهوری اسلامی ایران با روش تحلیل محتوا از این منظر مورد بررسی قرار گرفته است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که بخش‌های خبری خارجی سیمای، از کشورهای هم‌پیمان معمولاً رویدادهایی را که خبر مثبت دارند و نشانه‌های مثبت این کشورهاست، انتخاب و توأم با جهت‌گیری مثبت ارائه می‌کنند و از کشورهایی که مخالف و دشمن تلقی می‌شوند، غالباً رویدادهای منفی که نشانه بی‌ثباتی است، انتخاب و توأم با جهت‌گیری منفی پخش می‌شود. بازتاب طولانی چنین شیوه‌ای در گزینش و ارائه رویدادهای خارجی، تصویری مثبت از کشورهای هم‌پیمان و تصویری منفی از کشورهای مخالف در ذهنیت مخاطبان ایجاد می‌کند. بنابراین، تصویری که مخاطبان از کشورهای خارجی در ذهن دارند، مخدوش است و با واقعیت فاصله دارد.

واژه‌های کلیدی: اخبار تلویزیون، اخبار شبکه اول سیمای، اخبار سیاسی، اخبار خارجی،

جهت‌گیری سیاسی اخبار و سیاست خارجی

طرح مسئله

این مقاله، بخشی از پژوهشی است که در قالب پایان‌نامه کارشناسی ارشد* نوشته شده است. هدف این قسمت از پژوهش مذکور، شناخت تصاویری است که از کشورهای هم‌پیمان و مخالف، در اخبار خارجی سیمای جمهوری اسلامی ایران ارائه می‌شود. به عبارت دیگر، تأثیر سیاست خارجی بر شیوه گزینش و تنظیم اخبار خارجی، هدف این پژوهش است. مقاله حاضر با استفاده از نتایج این پایان‌نامه تهیه شده است.

* غلامرضا محمدی‌مهر. ساختار و شیوه انعکاس اخبار سیاسی. تهران: دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه علامه طباطبائی. ۱۳۷۸. استاد راهنما جناب آقای دکتر علی سمعی.

در بسیاری از مطالعات و پژوهش‌های علوم ارتباطات و ارتباطات سیاسی، رابطه بین اصول سیاست خارجی و شیوه انعکاس اخبار از رسانه‌ها مورد بررسی قرار گرفته است. این مطالعات و پژوهش‌ها نشان می‌دهد که انعکاس اخبار خارجی، تابعی از اصول سیاست خارجی یک کشور است. بدین معنی که نوع روابط خارجی یک کشور با کشورهای مختلف، در تنظیم و شیوه ارائه اخبار خارجی تأثیرگذار است و انعکاس اخبار خارجی، توأم با ملاحظات و جانب‌داری سیاسی صورت می‌گیرد. معمولاً در اخبار خارجی، از کشورهایی که دوست و هم‌پیمان تلقی می‌شوند، رویدادهای مثبت‌گزینش و توأم با جهت‌گیری مثبت ارائه می‌شود و از کشورهایی که دشمن تلقی می‌شوند، رویدادهای منفی انتخاب و با جهت‌گیری منفی ارائه می‌گردد. در ادامه، پس از ذکر مهم‌ترین نظریه‌ها و پژوهش‌ها در این زمینه، اصول سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران مورد بررسی قرار می‌گیرد و آنگاه به تجزیه و تحلیل اخبار خارجی سیما که طی آذر ماه ۱۳۷۶ تا آذرماه ۱۳۷۷ از شبکه اول پخش شده است، پرداخته می‌شود.

چهارچوب نظری و پیشینه پژوهش

دنيس مک کوئیل (Denis McQuail) یکی از اندیشمندان برجسته علوم ارتباطات در چند قسمت از کتاب خود، بحث جهت‌گیری را مطرح کرده و معتقد است «اخبار در انتخاب عناوین و عقاید اظهارشده و در نگاه به جهانی که فرض یا به تصویر کشیده می‌شود، دارای جهت‌گیری ملی‌گرایانه است» (McQuail, 1987: 255-58). وی در جایی دیگر تأکید می‌کند که «جهت‌گیری در حد بسیار زیاد، ولی نه منحصرأ، در مورد اخبار خارجی به کار می‌رود» (Mc Quail, 1987: 271).

درباره سوگیری ملی، مطالعه نسبتاً مفصل و جامعی توسط «ریچارد پل» (Richard W. Paul) و کنت آدامسون (Kenneth R. Adamson) صورت گرفته است. پل

در تعریف سوگیری ملی می‌گوید: «سوگیری ملی یکی از اشکال مختلف سوگیری اجتماعی است که در آن اغلب مردم از دیدگاهی مشترک در مورد خود، کشورشان و جهان برخوردار هستند... این گونه تصاویر به دست آمده در مورد کشورهای دیگر به اندازه تصویری که از کشور خودی وجود دارد، دلپذیر نبوده و گاه به شدت منفی است» (Paul, 1990:26). به نظر ایشان، منطق کلی ارتباطات مبتنی بر سوگیری ملی بر چهار اصل استوار است: «بر نکات مثبت دوستان تاکید شود، آنچه در مورد ما و دوستانمان منفی است کم‌رنگ جلوه داده شود، نکات منفی در مورد دشمنان ما و طرفداران آن‌ها پررنگ جلوه‌گر شود و نکات مثبت در مورد دشمنان کم‌رنگ تلقی شود.» (Ibid, 20-22)

در مورد تأثیر سوگیری ملی در انتخاب کلمات، جروم فرانک (Jerome Frank) در مقاله‌ای تحت عنوان «علل روان‌شناختی مسابقه تسلیحات هسته‌ای» به نکاتی اشاره دارد. به نظری «تصویر دشمن، تصویری دو طرفه است؛ یعنی هر طرف خوبی‌ها را به خود و بدی‌ها را به دشمن نسبت می‌دهد. «ما» قابل اعتماد، صلح دوست، پرافتخار و انسان هستیم و «آن‌ها» خیانت‌پیشه، جنگ‌طلب و بی‌رحم هستند. در تحقیقاتی که در سال ۱۹۴۲ در آمریکا انجام شد، پنج صفت در مورد آلمانی‌ها و ژاپنی‌ها (دشمن) مورد شناسایی قرار گرفت که صفات جنگ طلب، خیانت‌پیشه و خشن سه مورد از آن‌هاست. این صفات در مورد روس‌ها (متحدین) به کار نمی‌رفت. در سال ۱۹۶۶، این صفات دیگر برای آلمانی‌ها و ژاپنی‌ها مورد استفاده قرار نمی‌گرفت، بلکه برای توصیف روس‌ها که دیگر متحد آمریکا نبودند، به کار برده می‌شد. در سال ۱۹۶۶ چینی‌ها جنگ‌طلب، خیانت‌پیشه و موذی خوانده می‌شدند، ولی بعد از دیدار نیکسون از چین، این صفات دیگر در مورد چینی‌ها که اکنون سخت‌کوش، باهوش، هترمند، پیشگام و فنی‌نامیده می‌شوند، به کار نمی‌رود.» (Ibid, 15-16).

در مورد ارائه تصاویر متفاوت از ما و آن‌ها، هارتلی از اندیشمندان علوم ارتباطات انگلستان نیز مطالعاتی انجام داده است. به نظر وی سازمان ارائه خبر تلویزیون غربی تفاوت چندانی با

داستان‌های دنباله‌دار تلویزیون ندارد. سازمان درونی اخبار غربی همچون فیلم‌های پلیسی، از تضاد دو عنصر اصلی تشکیل می‌گردد: ما و آن‌ها. منظور از «ما» جمع انسان‌های خوب است، حال آن‌که «آن‌ها» اشاره به دشمنان و جمع پلیدان دارد. از نظر وی اخبار دائماً تضاد بین این دو نیروی متخاصم را به تصویر می‌کشند و «ما» و «آن‌ها» در حقیقت جایگاهی اجتماعی و سیاسی است که نیروهای مختلف اشغال می‌کنند.

در واقع تضاد بین ما و آن‌ها، عکس سیاه و سفید از واقعیت ارائه می‌دهد، بدون آن‌که اشاره به رنگ‌مایه‌های (Tone) خاکستری نماید. اما هیچ تصویری از واقعیت، بدون داشتن چنین رنگ‌مایه‌هایی واقعی به نظر نمی‌رسد (میروفخرایی، ۱۳۷۶: ۲).

درباره سوگیری ملی‌گرایانه نیز پژوهش‌های بسیاری صورت گرفته است. در ادامه به مرور مهم‌ترین نتایج دو مورد از پژوهش‌هایی که در سال‌های اخیر انجام شده می‌پردازیم.

فلورا کشیشیان در پژوهشی تحت عنوان سوگیری سیاسی و اخبار غیرسیاسی، به بررسی نحوه گزارش بلائی طبیعی در مطبوعات آمریکا پرداخته است. وی چگونگی گزارش دو زمین‌لرزه ارمنستان و ایران[‡] را در روزنامه‌های نیویورک تایمز و واشنگتن پست بررسی کرده است. مهم‌ترین نتایج این تحقیق به شرح زیر است:

نحوه گزارش در روزنامه‌ها، یکی از متغیرهای این پژوهش است که با شاخص‌هایی چون میزان درج گزارش، گزارش‌های صفحه اول و تصاویر روزنامه‌ای سنجیده شده است. براساس نتایج به دست آمده، میزان ارائه گزارش زلزله ارمنستان سه برابر بیش‌تر از گزارش‌های مربوط به زلزله ایران بوده است. گزارش‌های صفحه اول در مورد زلزله ارمنستان نیز پنج برابر و تصاویر روزنامه‌ای هم چهار برابر گزارش‌های مربوط به زلزله ایران است.

متغیر دیگر، زبان و لحن گزارش در هر روزنامه است. هر دو روزنامه، زلزله ارمنستان را با

‡ زمان وقوع زلزله در ارمنستان هفتم دسامبر ۱۹۸۸ و در ایران ۲۱ ژوئن ۱۹۹۰ بوده است.

همدردی بیش‌تری گزارش کرده‌اند. ۴۲ درصد موضوعات تحلیل شده در نیویورک‌تایمز، حاوی اظهار همدردی و تنها ۸/۹ درصد حاوی عدم همدردی بوده است. در مورد ایران به ترتیب این میزان ۳۴/۵ و سیزده درصد بوده است. در واشنگتن پست ۳۹/۷ درصد موضوعات در مورد ارمنستان، حاوی همدردی و یازده درصد حاوی عدم همدردی بوده و در مورد ایران، به ترتیب این میزان ۲۶/۶ و ۱۴/۴ درصد بوده است.

نوع جهت‌گیری در مورد چهار موضوع اصلی پژوهش (حادثه اصلی، کمک‌های اولیه، روابط بین‌المللی و سیاست‌های داخلی) محور اصلی این تحقیق است.

- در خصوص با حادثه اصلی، زلزله ارمنستان دلسوزانه‌تر گزارش شده بود (۵۶/۳ درصد در نیویورک‌تایمز و ۵۶/۷ درصد در واشنگتن پست در مورد ارمنستان، و به ترتیب ۴۷/۱ درصد و ۳۴ درصد در مورد ایران). علاوه بر این، تعداد این موضوعات، بر خلاف آنچه در مورد، ایران نوشته شده بود، بیش‌تر از موضوعات بی‌طرف بود.

- هر دو روزنامه گزارش‌های مربوط به کمک‌های اهدایی به ارمنستان را نسبت به ایران دلسوزانه‌تر نوشته بودند.

- هر دو روزنامه موضوعات بیش‌تری را زیر سرفصل روابط بین‌الملل به ایران اختصاص داده بودند (۱۱/۶ درصد در نیویورک‌تایمز و ۱۱/۹ درصد در واشنگتن پست در مورد ایران و به ترتیب ۲/۱ درصد و ۴/۷ درصد در مورد ارمنستان). این روزنامه‌ها بارها گزارش‌های کمک‌ها را با گزارش‌های مربوط به روابط بین‌الملل آمیخته بودند؛ اما در مورد ارمنستان از زبان ترجمه‌آمیزی استفاده شده بود (۵۱/۱ درصد در نیویورک‌تایمز و ۳۳/۷ درصد در واشنگتن پست در مورد ارمنستان و به ترتیب ۱۷/۱ درصد و ۹/۱ درصد در مورد ایران).

در حالی که روزنامه‌ها اشتیاق و خوش‌بینی فراوانی درباره امکان بروز تغییر در نظام شوروی اظهار می‌کردند، هفده در مورد ایران بیش‌تر به حوادث خشونت بار چهارم نوامبر ۱۹۷۹ (گروگان‌گیری) استناد کردند و بر کلمه دشمنی میان ایران و ایالات متحده

تأکید داشتند؛ به عنوان مثال اشاره شده بود که بوش دولت ایران را محکوم کرده است. (Keshishian, 1997: 338-39)

تیتراهای خبری نیز جداگانه در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفته‌اند. همدردی و دلسوزی در مورد حادثه ارمنستان را می‌توان در تیتراهای زیر ملاحظه کرد: «درد و غم در ارمنستان»، «شهرهای مصیبت‌دیده»، «آوای اعتراض به خاموشی گرایید»، «شهرها را می‌توان از نو ساخت، قلب شکسته مردم را چطور»، «دیگر اشکی باقی نمانده»، «ریگان شجاعت ارمنی‌ها را ستود»، «تیم امریکایی به کمک قربانیان شتافت»، «ما را شریک غم خود بدانید».

تیتراهای مربوط به زمین لرزه ایران، به استثنای چند مورد یا بی‌طرف یا غیردلسوزانه بودند. نمونه‌های زیر حاکی از این مطلب است: «امداد در جستجوی قربانیان»، «ایران در مورد پذیرش کمک از دشمنان تردید دارد»، «شاید این زلزله دریچه‌ای را به سوی روابط با غرب بگشاید»، «۴۰۰۰۰ کشته، ۴۰۰۰۰ در هراس از مرگ»، «تلاش ایران احتمالاً روابط سیاسی را افزایش می‌دهد»، «وجود خصومت میان ایران و امریکا، کمک‌رسانی به قربانیان را دشوار می‌کند» (Ibid, 1997: 340-41).

در انتهای گزارش و قسمت نتایج پژوهش، نویسنده اظهار می‌دارد: «این پژوهش نشانگر آن است که روزنامه‌ها در قبال زلزله ارمنستان در مقایسه با زلزله ایران (که هجده ماه بعد به وقوع پیوست و دو برابر مخرب‌تر بود و تقریباً دو برابر نیز قربانی گرفت) واکنش به مراتب دلسوزانه‌تری از خود نشان داده‌اند» (Ibid, 1997: 342).

آنان فرست در پژوهش دیگری با عنوان «چه کسی دشمن است؟» (۱۹۸۸) به بررسی محتوای اخبار یکی از شبکه‌های تلویزیونی اسرائیل به نام مابال (Mabal) پرداخته است. وی هدف خود را از این پژوهش، شناخت تصاویر اعراب در اخبار تلویزیونی اسرائیل اعلام کرده است. در این پژوهش نمونه مورد بررسی ۵۲ بخش خبری است که در چهار ماهه اول جنبش انتفاضه از شبکه مذکور پخش شده است. با این‌که در این پژوهش، به ظاهر از عنوان سوگیری

استفاده نشده، ولی هدف آن شناخت جهت‌گیری سیاسی و تژادی در اخبار تلویزیون اسرائیل است. براساس یافته‌های این پژوهش از ۲۴۴۰ نفری که در کل اخبار مورد بررسی حضور داشته‌اند، ۶۵ درصد یهودی اسرائیلی، پانزده درصد عرب و مابقی از سایر ملیت‌ها بوده‌اند. در رویدادهای خبری اسرائیل اعراب خیلی کم نشان داده می‌شوند، در حالی که هفده درصد جامعه اسرائیلی را تشکیل می‌دهند.

متغیر دیگر در این پژوهش محیط فیزیکی است که در آن اعراب و اسرائیلی‌ها به تصویر کشیده می‌شوند. در این خصوص هوا و شرایط خانه‌ها، خیابان‌ها، پیاده‌روها، حیاط‌ها، و درختان مورد بررسی قرار گرفتند. براساس نتایج به دست آمده، معمولاً هیچ حیاطی [فضای باز] یا گلی در مجاورت خانه‌های اعراب وجود ندارد. بیش از نیمی از خانه‌ها، پیاده‌رو ندارند و نیمی از خانه‌ها نیز رنگ نکرده و دودزده هستند. در داخل خانه‌ها، دیوارها اغلب لخت هستند و ساکنان آن‌ها اثاثیه کمی دارند. در خیابان‌ها ترافیک مشاهده نمی‌شود و بخشی از حجم ترافیک موجود را هم، اسب و گاری اشغال کرده است. در حالی که در اکثر گزارش‌های خبری مشاهده شده، خیابان‌ها بر طبق مقررات زیبایی‌شناسی غرب، تمیز بودند، اما به نحوی بی‌اعتبار و نادیده گرفته می‌شوند.

ظاهر فیزیکی افراد حاضر در رویدادهای خبری، متغیر دیگر این پژوهش است.

۷۶ درصد از مردها به سبک غربی لباس پوشیده و برخی از آن‌ها (۲۱ درصد) به لباس غربی خود چغییه را نیز اضافه کرده‌اند. و تنها سه درصد ملبس به لباس کاملاً سنتی بودند. اکثر اوقات صورت آن‌ها اصلاح نشده بود و دارای مشکلات دندانی بوده‌اند. تعداد کمی از اعراب حاضر در خبرها بدون کفش بودند و در هوای زمستانی لباس مناسب بر تن نداشته‌اند. ۲۵ درصد افراد مورد مشاهده را زنان تشکیل می‌دادند. اکثر آن‌ها نیز ملبس به لباس غربی هستند (هشتاد درصد). زنان فلسطینی تمایل دارند در لباس سنتی ظاهر شوند (هشتاد درصد)، در حالی که زنان یهودی اسرائیلی تمایل به پوشیدن لباس‌های غربی دارند (۸۷ درصد).

نحوه توصیف اعراب حاضر در بخش‌های خبری نیز در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفته است. شرکت کنندگان عرب در رویدادهای خبری، به ویژه فلسطینی‌ها، اغلب با صفات منفی توصیف می‌شوند (۷۹ درصد). به عنوان مثال، اکثر شرکت کنندگان عرب با عنوان «تحریک کننده»، «دردسرساز»، «آشوبگر» یا «توده بد اخلاق» معرفی می‌شوند. تنها در ۲۱ درصد موارد اعراب با صفات مثبت مثل صلح‌جو یا شهروند شایسته معرفی می‌شوند. اخبار تلویزیون، اعراب را تروریست‌های انتفاضه قلمداد می‌کند، نه قهرمان. بدین جهت فلسطینی‌ها مبارزان آزادی نیستند، آن‌ها تنها سعی دارند قانون و نظم را بر هم بزنند.

طبیعت واکنش‌ها در روابط اعراب و اسرائیل، متغیر دیگر این بررسی است.

در هفتاد درصد از رویدادهای خبری، میزانی از خشونت یا مقابله در روابط اعراب با اسرائیل وجود دارد. حدود ۲۷ درصد از آن‌ها فلسطینی‌ها را درگیر فعالیت‌های مخرب گزارش می‌کند (برای مثال پرتاب سنگ، کوکتل مولوتف، تیراندازی، آتش زدن لاستیک یا پرچم‌های اسرائیل). ۳۹ درصد نیز فعالیت ارتش اسرائیل را علیه فلسطینی‌ها گزارش کرده‌اند (برای مثال دستگیری فلسطینی‌ها، تیراندازی به آن‌ها و ویران کردن خانه‌ها). در حالی که مابقی رویدادها مربوط به مقابله بین ارتش با پلیس اسرائیل با گروه‌های دیگر (مانند یهودیانی که در مناطق تحت کنترل زندگی می‌کنند) و برخورد لفظی بین رهبران عرب و یهودی است (First, 1998: 245-250).

اصول سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران

انقلاب اسلامی ایران در سال ۵۷ تغییراتی در سیاست خارجی این کشور به وجود آورد. تا پیش از وقوع انقلاب اسلامی، ایران به عنوان یکی از کشورهای وابسته به بلوک غرب در نظام دو قطبی حافظ منافع آمریکا در منطقه به شمار می‌رفت و از این رو آمریکا در روابط خارجی ایران به عنوان کشوری دوست و حامی ایران تلقی می‌شد. ولی با وقوع انقلاب اسلامی این

رابطه کاملاً تغییر کرد. با وقوع انقلاب اسلامی و سقوط رژیم پهلوی، یکی از پایگاه‌های مهم امریکا فرو ریخت و امریکا یکی از هم‌پیمانان خود را از دست داد و با این‌که امریکا رژیم نوپای جمهوری اسلامی را به رسمیت شناخت، ولی با توجه به اهداف و عملکرد انقلاب اسلامی، آن را خطری بزرگ برای منافع خود قلمداد می‌کرد. از سوی دیگر، ایرانیان نمی‌توانستند حمایت امریکا از رژیم پهلوی و راه اندازی کودتای ۲۸ مرداد را فراموش کنند و امریکا را دشمن خود می‌دانستند. دشمنی و خصومت ایران نسبت به امریکا، در جریان اشغال سفارت امریکا آشکارتر شد و به قطع کامل روابط دو کشور انجامید. از آن پس دو کشور در عرصه روابط بین‌المللی در زمره دشمنان و مخالفان یکدیگر قرار گرفتند.

انقلاب اسلامی همان‌طور که دشمنی‌ها و خصومت‌ها را تغییر داد، به تغییر دوستی‌ها نیز انجامید. انقلاب اسلامی ایران از ابتدا حمایت خود را از جنبش‌های اسلامی و نهضت‌های رهایی‌بخش و نیز از مبارزه کشورهای علیه استکبار جهانی اعلام کرد. حتی در اوایل انقلاب، از صدور انقلاب به کشورهای مسلمان که تحت استیلای رژیم‌های وابسته و دیکتاتوری قرار دارند، صحبت می‌شد. در این خصوص می‌توان به عنوان نمونه حمایت از مبارزه مردم فلسطین، جنبش حماس و حزب الله لبنان علیه اسرائیل را نام برد.

بنابراین می‌توان گرفت که انقلاب اسلامی، طرف‌های رابطه با ایران در صحنه بین‌المللی را تغییر داد و باعث شد تا امریکا در زمره دشمنان و مخالفان ایران، و کشورها و گروه‌های اسلامی که از انقلاب اسلامی ایران الهام گرفته‌اند، در زمره دوستان قرار گیرند. از آن‌جا که این مطلب به طور مشخص در اصول سیاست خارجی ایران و نیز در اسناد قابل دسترسی درج نشده است، از این رو می‌توان از اظهارات و گفته‌های مقامات ایران، این مطلب را استنباط کرد. در ادامه با استفاده از پژوهشی که اخیراً صورت گرفته است، به ذکر اصول سیاست خارجی در این زمینه می‌پردازیم.

اصول سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران را می‌توان از سخنان رهبران، سخنگویان

انقلاب، دولتمردان، مقامات رسمی و موضع رسمی باز شناخت. روح‌الله رضانی در فرمول‌بندی سیاست خارجی ایران به هفت بند یا اصل اشاره می‌کند:

« ۱ - نداشتن وابستگی به شرق و غرب ۲ - امریکا در رأس دشمنان ۳ - مبارزه علیه ابرقدرت‌ها و قدرت صهیونیسم ۴ - حمایت از مسلمانان تحت ستم در سراسر دنیا ۵ - آزادی قدس ۶ - ضدیت با امپریالیسم ۷ - حمایت از مستضعفان یا توده‌های تحت ستم» (Ramesani, 1997: 22-23).

«مسئله جنبش‌های اسلامی و تأثیر آن بر سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران از اولین روزهای پیروزی انقلاب مطرح شد. از آن‌جا که مسئلهٔ صدور انقلاب یکی از اهداف اصلی سیاست خارجی ایران بود، در همین راستا حمایت از جنبش‌های اسلامی در اقصی نقاط جهان می‌توانست راه مؤثری برای تحقق هدف فوق باشد... مسئله جنبش‌های اسلامی را در سطح منطقه‌ای می‌توان به دو دسته تقسیم کرد:

دسته اول، جنبش‌های اسلامی در کشورهای عربی که مخالف نظام سیاسی حاکم و خواهان تشکیل حکومت اسلامی در آن کشورها هستند.

دسته دوم، گروه‌های مبارز فلسطینی و لبنانی مخالف اسرائیل هستند که با این کشور در حال مبارزه‌اند. اخوان‌المسلمین در مصر و اردن، جنبش النهضه در تونس و جبهه نجات اسلامی الجزایر، جزو دسته اول و حماس در فلسطین و حزب‌الله لبنان جزو دسته دوم هستند که ادعا می‌شود ایران از آن‌ها حمایت می‌کند.

دسته اول جنبش‌های اسلامی در درون کشورهای اسلامی علیه نظم داخلی و وضع موجود مبارزه می‌کنند و خواهان سرنگونی رژیم حاکم هستند. الهام ایدئولوژیکی انقلاب اسلامی و اصول سیاست خارجی ایران ناظر بر حمایت از جنبش‌های اسلامی باعث ایجاد چنین تفکری شده است که ایران از آن‌ها حمایت می‌کند. پرسش مهم این است که نزدیکی این گروه‌ها با ایران در چه حدی است و میزان وابستگی آن‌ها به ایران چقدر است؟ شواهدی وجود دارد که بین

اغلب این جنبش‌ها به ویژه در دسته اول، در زمینه مسائل مختلف با ایران اختلاف نظر وجود دارد. ایران نیز بارها هرگونه حمایت از جنبش‌های دسته اول را رد کرده است. ولی به طور ضمنی حمایت و پشتیبانی خود را از دسته دوم جنبش‌ها، یعنی حماس و حزب الله، در مبارزه برای احقاق حقوق خود پذیرفته است» (تقی زاده، ۱۳۷۷: ۵۰ - ۵۱).

تعریف نظری و عملی متغیرها

جهت‌گیری (سوگیری): منظور از جهت‌گیری، رعایت نکردن بی‌طرفی در ارائه اخبار است. در تعریف جهت‌گیری، گفته شده است: «جهت صرفاً معین می‌کند که محتوا عقیده‌ای را بر ضد یا موافق با یک شی، انسان، گروه یا فعالیتی ابراز داشته است» (باد، ۱۳۶۸: ۶۵). با توجه به این تعریف، اخبار خارجی سیما در مقوله‌های زیر کدگذاری شده‌اند:

۱ - جهت‌گیری مثبت: منظور از جهت‌گیری مثبت این است که اخبار خارجی به لحاظ محتوایی، با تأیید، موافقت، ستایش، تجلیل و... از شخص، گروه، نهاد، ارزش‌ها و عقاید و غیره گزارش شود. جهت‌گیری مثبت معمولاً همراه با کلمات و واژه‌هایی که بار مثبت دارند، مشخص می‌شود.

۲ - جهت‌گیری منفی: منظور از جهت‌گیری منفی این است که اخبار خارجی به لحاظ محتوایی، با انتقاد، مخالفت، کوچک شمردن و... شخص، گروه، نهاد، ارزش‌ها و عقاید و غیره گزارش شود. جهت‌گیری منفی معمولاً همراه با واژه‌ها و کلماتی که بار معنایی منفی دارند، مشخص می‌شود.

۳- خنثی: خبرهایی که بدون جهت‌گیری منفی و مثبت ارائه شده است.

اخبار مرتبط با دوستان و دشمنان ایران: این متغیر در دو مقوله زیر کدگذاری شده است:

۱ - اخبار مرتبط با کشورهای هم‌پیمان: هر رویداد سیاسی خارجی که به نوعی با کشورهای هم‌پیمان دوست، طرفدار و هم‌پیمان ایران در عرصه روابط خارجی ارتباط داشته

باشد، در این مقوله کدگذاری شده است. مانند خبرهای مرتبط با حزب الله لبنان.

۲ - اخبار مرتبط با کشورها و گروه‌های مخالف: هر رویداد سیاسی خارجی که به نوعی با کشورها و گروه‌های مخالف ایران در عرصه روابط خارجی ارتباط داشته باشد، در این مقوله کدگذاری شده است. مانند خبرهای مرتبط با اسرائیل و گروه طالبان.

۳ - اخبار مرتبط با امریکا: هر رویداد (یا اظهارنظر و موضع‌گیری) سیاسی که در داخل و خارج امریکا اتفاق افتاده و به نوعی به این کشور مرتبط است.

ارزش‌های خبری: ارزشهای خبری در ماهیت رویدادها قرار دارند و ملاک انتخاب اخبار در وسایل ارتباط جمعی هستند. منظور از برجستگی ارزش‌های خبری این است که اخبار سیاسی با در نظر گرفتن کدام یک از ارزش‌های خبری انتخاب شده‌اند.

بر این اساس، با استفاده از الگوی دکتر والتروارد (بدیعی، ۱۳۶۹: ۴۲-۴۳) هر خبر سیاسی در مقولات زیر کدگذاری شده است:

۱ - دربرگیری: اخباری که بر تعداد زیادی از افراد جامعه در زمان حال یا آینده تأثیر مستقیم یا غیرمستقیم داشته باشند. این ارزش خبری همچنین ممکن است باعث نفع یا ضرر مادی یا معنوی افراد جامعه شود، مانند خبر مربوط به برگزاری انتخابات یا افزایش تورم در اخبار اقتصادی.

۲ - شهرت: این ارزش خبری در مورد آن دسته از شخصیت‌های حقیقی یا حقوقی مصداق دارد که به دلیل فعالیت‌های مثبت یا منفی در گذشته یا حال، برای تعداد زیادی از افراد جامعه شناخته شده هستند. مثلاً اخبار مرتبط با شخصیت‌های سیاسی دارای این ارزش خبری است.

۳ - عجیب و استثناء: این نوع رویدادها از وجه غیرعادی بودن یا عجیب و استثنایی بودن، از ارزش خبری برخوردارند. به طور کلی، این رویدادهای نادر را خوانندگان و مخاطبان خبرها تحت عنوان «ترین‌ها» می‌شناسند، مانند پیرترین فرد جهان، بلندترین آسمان‌خراش، کوچک‌ترین رایانه و مانند این‌ها.

۴ - برخورد و درگیری: این گونه رویدادها برخورد میان افراد، گروه‌ها، ملت‌ها و حیوانات با یکدیگر یا طبیعت را نشان می‌دهند. این برخورد ممکن است فیزیکی یا فکری (ایدئولوژیک) باشد. اخباری نظیر سرقت، جنگ، اعتصاب، سوءاستفاده‌های مالی، و جدال‌های سیاسی نمونه‌هایی از رویدادهایی هستند که عامل برخورد، اختلاف یا درگیری در آن‌ها نهفته است.

۵ - برخورد + دربرگیری

۶ - عجیب + دربرگیری

۷ - شهرت + دربرگیری

۸ - شهرت + برخورد

۹ - شهرت + عجیب

۱۰ - شهرت + برخورد + دربرگیری

۱۱ - شهرت + عجیب + دربرگیری

۱۲ - بدون ارزش خبری

۱۳ - سایر: اخباری که دارای ارزش خبری به غیر از ارزش‌های خبری فوق هستند. اکثر این خبرها دارای ارزش خبری مجاورت هستند. دکتر کاظم معتمدنژاد مجاورت را شامل مجاورت جغرافیایی مثل اهمیت کشورهای همسایه نسبت به کشورمان و مجاورت معنوی مثل اهمیت رویدادهای کشورهای چون مصر، لبنان، فلسطین و الجزایر برای ایران می‌داند (معتمدنژاد، ۱۳۶۸: ۲۹۱).

یافته‌های پژوهش

جدول شماره ۱، ارتباط بین ارزش‌های خبری و داخلی و خارجی بودن اخبار سیاسی را نشان می‌دهد. بر اساس یافته‌های این جدول، در ۵۶ درصد (بیش‌ترین میزان) از اخبار سیاسی داخلی ارزش خبری «شهرت» و در ۵۳ درصد (بیش‌ترین میزان) اخبار سیاسی خارجی، ارزش

خبری «برخورد و درگیری» برجستگی داشته است. یعنی در اخبار سیاسی داخلی، بیش تر اشخاص و مقاماتی که در جامعه شهرت دارند، برجسته می شوند و در اخبار سیاسی خارجی، بیش تر برخوردها و جنگ و تعارضات انعکاس می یابد. آزمون خی دو نیز نشان دهنده رابطه معنی دار بین دو متغیر است.

جدول شماره ۱- توزیع مقاطع خبرهای سیاسی بر حسب برجستگی ارزش های خبری و ترکیب

خبر (درصد)

کل	خارجی	داخلی	داخلی یا خارجی بودن خبر	ارزش خبری
۱۰	۵	۱۴		دربرجری
۳۶	۱۲	۵۶		شهرت
۲۵	۵۳	۱		برخورد و درگیری
۱۲	۵۰	۱۸		شهرت + دربرگری
۶	۱۰	۲		شهرت + برخورد
۱	-	۲		شهرت + برخورد + دربرگری
۴	۴	۴		یرون ارزش خبری
۷	۱۱	۳		سایر
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	درصد	جمع
۶۳۰*	۲۸۶	۳۴۴	فراوانی	

$$X^2 = 324$$

$$d.f = 7$$

$$P < .0001$$

* مبنای درصدگیری، رقم ۶۳۰ یعنی تمامی اخبار سیاسی داخلی و خارجی است که از حجم نمونه

پژوهش استخراج شده است.

در جدول شماره ۲ به تفکیک اخبار سیاسی خارجی پرداخته شده است. نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که ۴۲ درصد از کل اخبار خارجی، به نوعی مرتبط با رویدادهای کشورهای است که هم پیمان یا مخالف ایران قلمداد می‌شوند. در این میان ۳۷ درصد از خبرهای خارجی، مرتبط با کشورها و گروه‌های مخالف ایران و پنج درصد نیز مرتبط با کشورها و گروه‌های هم پیمان ایران است (جدول شماره ۲).

جدول شماره ۲- توزیع فراوانی خبرهای خارجی به تفکیک مخالفان و هم پیمانان ایران

درصد	فراوانی	نوع خبر
۱۹	۵۵	اخبار مرتبط با امریکا
۱۸	۵۰	اخبار مرتبط با مخالفان ایران (به جز امریکا)
۵	۱۵	اخبار مرتبط با هم پیمانان ایران
۵۸	۱۶۶	سایر خبرهای خارجی
۱۰۰	۲۸۶*	جمع

نتایج حاصل از رابطه بین این گونه خبرها و جهت‌گیری خبر نشان می‌دهد که بیش از هشتاد درصد از خبرهای مرتبط با مخالفان ایران، توأم با سوگیری منفی و تمامی خبرهای مرتبط با دوستان ایران، توأم با سوگیری مثبت ارائه شده است (جدول شماره ۳).

جدول شماره ۳- توزیع متقاطع اخبار خارجی بر حسب جهت گیری و نوع خبر

جهت گیری	خبرهای مرتبط با		کل
	هم پیمانان	مخالفان	
مثبت	۱۵ (۱۰۰٪)	-	۱۵ (۱۳٪)
منفی	-	۸۹ (۸۵٪)	۸۹ (۷۴٪)
خنثی	-	۱۶ (۱۵٪)	۱۶ (۱۶٪)
جمع درصد	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰
فراوانی	۱۵	۱۰۵	۱۲۰

جدول شماره ۴، رابطه بین جهت گیری خبر و ارتباط خبر با امریکا را نشان می دهد. بر اساس یافته های این جدول، جهت گیری ۷۶ درصد خبرهای مرتبط با امریکا منفی بوده و سهم اخبار بی طرفانه و خنثی در این میان، ۲۲ درصد است. آزمون خی دو نیز نشان دهنده رابطه بین دو متغیر است.

جدول شماره ۴- توزیع متقاطع اخبار سیاسی بر حسب جهت گیری و ارتباط خبر با امریکا (درصد)

جهت گیری خبر	ارتباط خبر با امریکا		کل
	خبرهای مرتبط با امریکا	خبرهای غیر مرتبط با امریکا	
مثبت	۲	۴۲	۳۹
منفی	۷۶	۱۶	۲۲
خنثی	۲۲	۴۲	۳۹
جمع درصد	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰
فراوانی	۵۵	۵۷۵	۶۳۰

$$X^2 = 10.9$$

$$d.f = 2$$

$$P \leq 0.0001$$

مبنای درصدگیری رقم ۲۸۶ یعنی تمامی اخبار سیاسی خارجی است.

نتیجه‌گیری

ذهنیت و تصور مخاطبان از سایر کشورها تا حد زیادی از طریق وسایل ارتباط جمعی شکل می‌گیرد «کی. جی. هالستی» معتقد است: «تصویر ذهنی مردم از دیگر کشورها، بیش از آنکه محصول تجربه مستقیم باشد، محصول خبر است. اغلب مردم، اطلاعی از مسائل خارجی ندارند و نگرش آنان نسبت به کشورهای خارجی بندرت دقیق است» (حسینی، ۱۳۷۲: ۱۰۶).

در این زمینه، اخبار تلویزیون نقش بسیار مهمی دارد. اکثر مردم در هر شبانه روز اگر فرصت تماشای همه بخش‌های خبری را نداشته باشند، لاقلاً بخش مشروح و سراسری اخبار را تماشا می‌کنند. علاوه بر تماشای مکرر، تصویر تلویزیون که قدرت و جاذبه فوق‌العاده‌ای به تلویزیون بخشیده است، تأثیر پیام‌های تلویزیونی را دو چندان می‌کند. از سوی دیگر، چنانچه در گزینش و شیوه ارائه خبرها، همواره به رویدادهای محدود و مشخص توجه شود یا به عبارت دیگر، چنانچه به جای ارزش و اهمیت ذاتی، سلیقه و خواست تهیه‌کنندگان و سردبیران، ملاک گزینش رویدادها باشد، همواره رویدادهای مشخصی انعکاس می‌یابد و در واقع از کل رویدادهای جهان خارج تنها رویدادهایی که مورد توجه سردبیر و تهیه‌کننده بوده است، منعکس می‌شود. به این ترتیب، نیاز مخاطبان به خبر تلویزیون و تماشای مستمر آن و نیز جاذبه و قدرت تصویر تلویزیون، در کنار تأکید برنامه‌های خبری بر رویدادهای مشخص در مدت زمانی طولانی، به ایجاد تصویر و ذهنیتی خاص از موضوع، شخص، کشور، نهاد، عقیده و... در اذهان مخاطبان منجر می‌گردد.

براساس یافته‌های پژوهش، آنچه بیش‌تر در اخبار سیاسی خارجی گزینش و انعکاس می‌یابد، جنگ، بحران، اعتصاب، ناآرامی، فساد، تظاهرات و شورش و به طور کلی رویدادهایی است که نشان‌دهنده بی‌ثباتی این جوامع است. بعبارت دیگر، در اخبار خارجی سیما، بیش‌تر ارزش خبری برخوردار و درگیری معیار گزینش خبر، است. همین نتایج نشان

می‌دهد که در تمامی اخبار خارجی نیز ملاک‌گزینش یکسان نیست و انعکاس رویدادهای کشورهای هم‌پیمان و کشورهای مخالف، با یکدیگر تفاوت دارد. در اکثر خبرهایی که مرتبط با کشورها و گروه‌های مخالف ایران است، به لحاظ محتوایی، ارائه این اخبار توأم با صحبت‌گیری منفی صورت می‌گیرد. نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که ۳۷ درصد از خبرهای خارجی مرتبط با کشورها و گروه‌های مخالف ایران و ۵ درصد مرتبط با کشورها و گروه‌های هم‌پیمان است. نتایج حاصل از رابطه بین این خبرها و جهت‌گیری نشان می‌دهد که بیش از ۸۰ درصد از خبرهای مرتبط با مخالفان ایران، توأم با جهت‌گیری منفی و تمامی خبرهای مرتبط با دوستان ایران، توأم با جهت‌گیری مثبت ارائه شده‌اند. مثبت بدین معنی که در انعکاس رویداد، هم از واژه‌هایی که بار معنایی مثبت دارند استفاده می‌شود و هم ماهیت رویداد، مثبت و نشانه موفقیت و پیروزی است (نظیر این گونه خبرها: رزمندگان مقاومت اسلامی در پاسخ به حملات مکرر نظامیان رژیم صهیونیستی به مناطق مسکونی شمال لبنان، دیشب شمال فلسطین اشغالی را هدف موشک‌های کاتیوشا قرار دادند - نیروهای جبهه متحد اسلامی افغانستان به پیروزیهای چشمگیری دست یافتند - مرکز تشکیلات صهیونیست‌های اشغال‌گر در جولان، به آتش کشیده شد.) سوگیری منفی نیز بدین معنی است که در انعکاس خبر هم از واژه‌هایی که بار معنایی منفی دارند، استفاده می‌شود و هم نوع رویداد منفی، و نشانه شکست و عدم موفقیت است (نظیر خبرهای: اعتراضات مردمی بر ضد اقدامات طالبان در افغانستان، به شدت افزایش یافته است. پادشاه عربستان خواستار مقابله با اهداف توسعه طلبانه رژیم صهیونیستی شد).

در کنار این خبرها، به خبرهای مرتبط با امریکا توجه بیش‌تری می‌شود. نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که ۱۹ درصد از خبرهای خارجی به نوعی مرتبط با امریکا بوده است* یافته‌های

* به جز این خبرها، در اخبار داخلی نیز خبرهایی مرتبط با امریکا همراه با جهت‌گیری منفی بخش می‌شود که در این قسمت منظور نشده است.

حاصل از رابطه بین خبرهای مرتبط با امریکا و سوگیری خبری نشان می‌دهد که اکثر خبرهای مرتبط با امریکا (بیش از ۲۴٪) توأم با جهت‌گیری منفی پخش شده است. بدین معنی که در انعکاس این خبرها هم از واژه‌هایی که بار معنایی منفی دارند، استفاده شده است و مهم نوع خبر منفی است (نظیر این خبرها: وزیر امور خارجه امریکا به سرخوردگی واشنگتن از به بن بست رسیدن روند سازش خاورمیانه اعتراف کرد - رئیس جمهور امریکا به روابط نامشروع خود بایک کارمند سابق کاخ سفید اعتراف کرد - سودان اعلام کرد رئیس جمهور امریکا را به طور غیابی محاکمه می‌کند - روزنامه ایندپندنت امریکا را مصداق کامل تروریسم دولتی خواند).

با توجه به یافته‌های پژوهش در مورد خبرهای مرتبط با امریکا می‌توان نتیجه گرفت که اولاً هر رویداد یا اظهار نظری که در دنیا، چه در داخل امریکا و چه در خارج از این کشور، علیه امریکا صورت بگیرد، برای پخش از شبکه اول سیما انتخاب می‌شود. ثانیاً در تمامی این رویدادها، عامل برخورد و درگیری برجسته است. معمولاً این رویدادها شامل بی‌بندوباری و گسیختگی اجتماعی در امریکا، فساد مقامات دولتی، جنایات روزافزون، جنگ و مناقشات نظامی، توطئه و جاسوسی در صحنه روابط بین‌الملل، مخالفت و مبارزه بسیاری از کشورها بر علیه امریکا و... هستند. ثالثاً سوگیری در اکثر این خبرها، هم به لحاظ مفهومی که از کل خبر استنباط می‌شود و هم به لحاظ واژه‌هایی که در آن به کار می‌رود، منفی است و شکست و ناکامی و عدم موفقیت سیاست‌های امریکا در داخل و خارج از این کشور را نشان می‌دهد.

این یافته‌ها نشان می‌دهد که بخش قابل توجهی از اخبار خارجی، روابط خارجی ایران با سایر کشورها را منعکس می‌کند. در گزارش رویدادهای خارجی، دوستی‌ها و دشمنی‌های ایران با سایر کشورها و گروه‌ها، که از اصول سیاست خارجی نشأت می‌گیرد، کاملاً مشخص است. آن طور که از گفته‌های مقامات رسمی دولتی و حکومتی ایران بر می‌آید، امریکا در زمره دشمنان اصلی ایران، و حزب الله لبنان و حماس، جزو دوستان و گروه‌های هم پیمان ایران

محسوب می‌شوند. این قسمت از یافته‌های پژوهش با نتایج پژوهش‌هایی که رابطه بین اخبار خارجی و اصول سیاست خارجی یک کشور را بررسی کرده‌اند، همخوانی دارد. از جمله براساس پژوهشی که «گریسبرگ» (Kerisberg) انجام داده است، گزارش نیویورک تایمز، از اتحاد جماهیر شوروی طی سال‌های ۱۹۱۷ تا ۱۹۴۶ کاملاً ناخوشایند بوده است. اما در جایی که منافع روس‌ها با منافع امریکایی‌ها همخوانی دارد، توجه بیش‌تری به خبرهای خوشایند روسیه می‌شود؛ به واسطه اینکه در جهت منافع امریکا بوده است. (یا نتایج پژوهشی که توسط «فلورا کشیشیان» انجام شده است، نشان می‌دهد که روزنامه‌های نیویورک تایمز و واشنگتن پست زلزله ۱۹۸۸ ارمنستان و زلزله ۱۹۹۰ ایران را به گونه‌ای متفاوت گزارش کرده‌اند و یا نتایج پژوهشی که توسط «آنات فرست» انجام شده است، نشان می‌دهد که شبکه‌های تلویزیونی اسرائیل، تصویری منفی از اعراب ارائه می‌کنند.)

به لحاظ نظری، یافته‌های پژوهش، نظریه‌هایی را که در مورد سوگیری خبری ارائه شده است، تأیید می‌کند. این نوع سوگیری، با عنوان سوگیری در اخبار خارجی یا سوگیری ملی گرایانه، شناخته می‌شود. در این زمینه مک کوئیل معتقد است اخبار در انتخاب عناوین و عقاید اظهار شده و در نگاه به جهانی که فرض یا به تصویر کشیده می‌شود، دارای جهت‌گیری ملی گرایانه است و یا در جای دیگری از کتاب تئوری ارتباطات خود می‌گوید، سوگیری در حد بسیار زیاد و نه منحصراً در مورد اخبار خارجی مصداق پیدا می‌کند. در این رابطه ریچارد پل مدیر مطالعات انتقادی در دانشگاه کالیفرنیا معتقد است گروه‌ها یا کشورهایی که ما آن‌ها را دوست می‌شماریم، از نظر ما مثبت و گروه‌های دیگری که دشمن خوانده می‌شوند، منفی هستند. (در بخش چارچوب نظری، این نظریه‌ها و پژوهش‌ها ذکر شده است.)

با این وصف و با استناد به یافته‌های پژوهش می‌توان گفت که اخبار خارجی تلویزیون، هیچگاه تصویری مطلوب از کشورهایی که مخالف و دشمن تلقی می‌شوند، ارائه نمی‌دهد. این کشورها همواره با خشونت‌های داخلی، تبعیض نژادی، ترور، فساد اداری و باندبازی، فساد

اخلاقی مقامات ارشد سیاسی، بزهکاری جوانان، بیکاری، اعتصاب و... مواجه هستند و در عرصه روابط بین‌الملل نیز سیاست‌های آن‌ها در بیش‌تر موارد با شکست روبرو می‌شود. در مقابل، کشورها و گروه‌هایی که هم پیمان و دوست تلقی می‌شوند، در مبارزه با دشمن (امریکا، اسرائیل، طالبان و...) همواره پیروز می‌شوند و عموماً سیاست‌های این کشورها یا گروه‌ها مورد ستایش و تائید قرار می‌گیرد.

به این ترتیب، تصویر اخبار تلویزیون از کشورهای دوست و هم پیمان، مطلوب و مثبت و از کشورهای دشمن و مخالف، نامطلوب و منفی است. ممکن است این سوال مطرح شود که آیا این تصاویر در اذهان مخاطبان همواره پایدار خواهد ماند؟ چنانچه مخاطبان به سایر مجاری ارتباطی دسترسی نداشته باشند، این تصاویر در ذهنیت ایشان پایدار می‌ماند و خدشه‌ای به آن وارد نمی‌شود. در حالی که در عصر ارتباطات و انفجار اطلاعات، مخاطبان از وضعیت داخلی و خارجی اکثر کشورها، مطلع می‌شوند و به این موضوع پی می‌برند که «همه واقعیت» آن چیزی نیست که «اخبار سیما» نشان می‌دهد.

از سوی دیگر، این سوال همواره مطرح است که چطور ممکن است کشوری مثل امریکا (همواره با جرم و جنایت و فساد اخلاقی در لایه‌های مختلف اجتماعی و به طور کلی با بی‌ثباتی داخلی مواجه باشد، ولی به درجه‌ای از قدرت ارتقاء یابد و داعیه رهبری جهان تک قطبی را داشته باشد. به یاد داشته باشیم که قدرت یک کشور در عرصه روابط بین‌الملل از وضعیت و مناسبات داخلی آن کشور نشأت می‌گیرد. منظور ما در اینجا تأیید اقدامات امپریالیستی امریکا نیست، بلکه مقصود این است که با تادیده گرفتن یا پرده پوشی موفقیت‌های رقیب و بزرگ نمایی ضعف‌های آن، نمی‌توان رقیب را درمانده و شکست خورده به تصویر کشید.

بنابراین، این تصاویر نه تنها در ذهنیت مخاطبان پایدار نخواهد ماند، بلکه باعث بی‌اعتمادی مخاطبان به اخبار سیما می‌شود.

منابع

- باد، ریچارد دبلیو. تحلیل محتوا در رسانه‌های گروهی (جزوه آموزشی). تهران: مرکز تحقیقات صدا و سیما، ۱۳۶۸.
- تقی‌زاده ملایوسفی، محمد ابراهیم. سیاست خارجی ایران در آسیای مرکزی و قفقاز (پایان‌نامه تحصیلی) تهران: دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه علامه طباطبایی، ۱۳۷۷.
- میرفخرایی، تژا. «اخبار تلویزیون و حافظه مخاطب»، ایران (۱۳۷۶/۳/۲۹).
- هالستی، کی. جی. تبلیغات و جنگ روانی (مجموعه مقالات). ترجمه حسین حسینی. تهران: دانشگاه امام حسین، ۱۳۷۲.
- First, Anat. "Who is the Enemy?" *Gazette*. Vol 60, No 3. June 1998.
- Keshihian, Flora. "Political Bias and Nonpolitical News", in *Critical Studies in Mass Communication*. Vol. 14, No.4, Dec 1997.
- Mc Quail, Denis. *Mass Communication Theory An Introduction*. London: Sage, 2nd ed., 1987.
- Paul, Richard W. Adamson, Kenneth R. "Using Critical thinking to Identify Bias in the News Media". *Social Studies Review*. Vol. 29, No.3, Spring, 1990.
- Ramesani, R. *Revolutionary Iran, Chalenge and Response in the Middle East*. The Jhon Hopkins University Press, 1996.



پروشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی