


مطالعه ساختار و نحوه پوشش اخبار در تلویزیون‌های خبری بین‌المللی (مطالعه موردی مطالب خبری مرتبط با مناسبات ایران و آمریکا در وبسایت‌های انگلیسی‌زبان سی‌ان‌ان، فاکس نیوز، الجزیره و پرس تی‌وی)

استادیار گروه روزنامه‌نگاری دانشکده علوم ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران.

علیرضا عبداللهی نژاد 

دانشجوی دکتری علوم ارتباطات اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران.

احمد امید  *

چکیده

مقاله پیش‌رو به مطالعه ساختار و نحوه پوشش اخبار مربوط به روابط و مناسبات ایران و آمریکا در رسانه‌های بین‌المللی انگلیسی‌زبان در دوران ریاست جمهوری دونالد ترامپ و پس از خروج وی از برجام، از طریق بررسی مطالب خبری مرتبط در وبسایت‌های «سی‌ان‌ان»، «فاکس نیوز»، «الجزیره» و «پرس تی‌وی» می‌پردازد. در این پژوهش از روش تحلیل محتوای کمی استفاده شده و جامعه آماری آن شامل ۴۶۵ مطلب خبری در بازه زمانی شش ماهه اول سال ۲۰۱۹ است. در این تحقیق از روش نمونه‌گیری تصادفی نظام‌مند به صورت هفته‌ای متناوب استفاده شده است. یافته‌های تحقیق در دو سطح توصیفی و تبیینی نشان داد که بیشتر مطالب منتشر شده در این وبسایت‌ها دارای جهت‌گیری منفی نسبت به مناسبات ایران و آمریکا (۶۴٫۵ درصد) بوده‌اند. در این میان، سی‌ان‌ان، بیشترین حجم از خبرهای منفی از روابط و مناسبات این دو کشور را بازتاب داده است. کمترین جهت‌گیری منفی نیز به الجزیره تعلق داشت. همچنین این تحقیق نشان داد که هر چهار وبسایت، ارزش خبری برخوردار و درگیری را با برجستگی خاصی (۷۵٫۳ درصد) مورد تأکید قرار داده‌اند؛ که این نشان‌دهنده حجم تنش در روابط این دو کشور است. از یک منظر کلی، نتایج پژوهش نشان می‌دهد که نوع پوشش رسانه‌ای و بازنمایی شبکه‌های تلویزیونی مورد بررسی از رویدادهای معطوف به روابط و مناسبات تهران و واشنگتن از سیاست‌های اصلی و کلان خود در این رابطه پیروی

* نویسنده مسئول: a.omid1984@gmail.com

می‌کنند. این نوع همراستایی و همگرایی با سیاستمداران و تصمیم‌سازان سیاسی، به‌طور خاص، در وبسایت‌های «سی‌ان‌ان» و «فاکس‌نیوز» از یک سو و «پرس تی‌وی» از سوی دیگر قابل مشاهده است.

کلیدواژه‌ها: روابط ایران و آمریکا، سی‌ان‌ان، فاکس‌نیوز، الجزیره، پرس تی‌وی.



مقدمه

در جهانی به سر می‌بریم که رسانه‌ها ما را احاطه کرده و تقریباً تمامی ابعاد و جنبه‌های زندگی روزمره ما را تحت تأثیر قرار داده‌اند. در عصر رسانه‌ای شدن زندگی انسان‌ها، شاید هیچ عامل دیگری به اندازه رسانه‌ها و به ویژه رسانه‌های اجتماعی مبتنی بر وب و تلفن همراه تأثیرات مستقیم یا غیرمستقیم بر میزان آگاهی و شناخت ما از پدیده‌ها و رخداد‌های پیرامونی ما و ایجاد ارتباطات با محیط اطراف ما ندارد. در چنین زمانه‌ای، مردم دنیا تمایل زیادی به مصرف رسانه‌های گوناگون نشان می‌دهند. آن‌ها به برنامه‌های سرگرمی، علمی، آموزشی و اخبار توجه زیادی دارند و بخش قابل توجهی از شناخت و نگرش خود نسبت به دنیای پیرامون را از رسانه‌ها دریافت می‌کنند. در این میان علاقه مردم به اخبار و آگاهی از آنچه در گوشه و کنار دنیا می‌گذرد، همچنان رو به فزونی است و شبکه‌های خبری و خبرگزاری‌های بین‌المللی از جمله پربیننده‌ترین و تأثیرگذارترین رسانه‌های جهانی هستند. رسانه‌هایی که با برجسته‌سازی و انتشار اخبار به روایت خود، دنبال جهت‌دهی شناخت اجتماعی مردم درباره رخداد‌های جهان هستند.

با گسترش اینترنت و توسعه روزافزون شبکه‌های اطلاع‌رسانی مبتنی بر اینترنت و اخیراً تلفن همراه، رسانه‌ها بخش قابل توجهی از پیام‌های خود را با استفاده از امکانات گسترده شبکه جهانی اینترنت و قابلیت‌های فراوان موجود در پلتفرم‌های جدید رسانه‌ای به ویژه شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر تلفن همراه در اختیار مخاطبان انبوه خود قرار می‌دهند. در این میان، تلویزیون فراگیرترین رسانه پنج دهه اخیر است. تلویزیون در هر کشور «رسانه جریان اصلی» شمرده می‌شود و اغلب یا وابسته به دولت‌ها و یا در اختیار شرکت‌های بزرگ قطب‌های سیاسی و اقتصادی کشورها هستند. دهه ۱۹۸۰ شاهد گسترش بی‌سابقه مقیاس و دامنه رسانه‌های الکترونیک ارتباطات و نوآوری‌هایی نظیر ماهواره‌های پخش مستقیم تلویزیونی بود. این امر توانایی پخش پیام‌ها را در سطحی گسترده و بی‌سابقه امکان‌پذیر ساخته و یک مرحله جدید در تاریخ جهانی ارتباطات را پدید آورده است (افخمی و سلسله، ۱۳۹۰: ۳۰).

افزون بر این، رسانه‌های بزرگ بین‌المللی از جمله تلویزیون‌های جهانی نقش پررنگ‌تری را در بهره‌گیری فضای اینترنت و قابلیت‌های رسانه‌های جدید برای برقراری ارتباط با مخاطبان و شکل‌دهی به نگرش‌ها و باورهای آن‌ها دارند. در این راستا، شبکه‌های خبری بین‌المللی همچون «سی‌ان‌ان»، «بی‌بی‌سی»، «فاکس نیوز» و... از سال‌های گذشته و با راه‌اندازی وبسایت‌های خبری به شکلی مؤثر از قابلیت‌های فراوان تعاملی و چندرسانه‌ای موجود، همچون ارتباط هم‌زمان با مخاطب، استفاده از فرامتن‌ها مانند عکس، صدا، فیلم، اینفوگرافی، موشن‌گرافی و... بهره‌برده و در کنار پخش بین‌المللی از طریق امواج تلویزیونی، گستره و نفوذ خود را در فضای وب و دیگر پیام‌رسان‌های مطرح بین‌المللی توسعه بخشیده‌اند.

در میان شبکه‌های خبری بین‌المللی، شبکه‌هایی مانند «سی‌ان‌ان»، «فاکس نیوز» و حتی «الجزیره» نقش تعیین‌کننده‌ای در جریان بین‌المللی اخبار با محوریت ایران و روابط و مناسبات آن با ایالات متحده آمریکا به‌عنوان یک موضوع داغ و پرچالش در عرصه سیاست بین‌الملل ایفا کرده‌اند. با توجه به جایگاه و نقش این رسانه‌ها در بازنمایی رویدادهای مرتبط با این موضوع و در زمان‌هایی شکل‌دهی به نگرش‌ها و افکار سیاستمداران و تصمیم‌سازان عرصه سیاست خارجی در کشورهای مختلف، وبسایت‌های انگلیسی‌زبان این سه رسانه اثرگذار بین‌المللی در این پژوهش انتخاب شده و مورد مطالعه قرار گرفته‌اند.

از سوی دیگر، با توجه به نقش رسانه انگلیسی‌زبان پرس تی‌وی در تصویرسازی بین‌المللی از ایران و جایگاه آن به‌عنوان یک رسانه حاکمیتی و بازگوکننده مواضع رسمی ایران در قبال موضوعات و مسائل چالش‌زای جمهوری اسلامی در نظام بین‌الملل، وبسایت این رسانه انگلیسی‌زبان در کنار سه رسانه بین‌المللی پیش‌گفته مبتنی بر هدف پژوهش حاضر انتخاب و بررسی شده است.

در مجموع، به سبب فراگیری، فراوانی مخاطبان و جایگاه رسانه‌های مورد بررسی در نظام رسانه‌ای کشورهای خود، منطقه و حتی جهان، با مطالعه نحوه مواجهه این رسانه‌ها با موضوع روابط و مناسبات ایران و آمریکا می‌توان از رهگذر یک بررسی مقایسه‌ای به نوع

و چگونگی تصویرسازی (image-making) آن‌ها از این موضوع در میان مخاطبان جهانی و نیز تصمیم‌سازان سیاست خارجی پی برد. افزون بر این، بررسی وبسایت‌های انگلیسی‌زبان شبکه‌های تلویزیونی ذکر شده این امکان را فراهم می‌کند تا مطالعه و تجزیه و تحلیل اخبار با زبان اصلی (انگلیسی) بدون هیچ دخل و تصرفی که احیاناً در ترجمه اخبار توسط مترجمان رسانه‌ها روی می‌دهد، انجام شود تا تصویر دقیق‌تر و کامل‌تری از نحوه بازنمایی رویدادهای مورد بررسی به دست آید.

اهداف و سؤالات پژوهش

هدف اصلی این مقاله، مطالعه ساختار و نحوه پوشش اخبار مربوط به روابط و مناسبات ایران و آمریکا در رسانه‌های بین‌المللی انگلیسی‌زبان در زمان ریاست جمهوری دونالد ترامپ و خروج وی از معاهده برجام از طریق بررسی مطالب خبری مرتبط در وبسایت‌های «سی‌ان‌ان»، «فاکس نیوز»، «الجزیره» و «پرس تی‌وی» در سال ۲۰۱۹ و دوران پرتنش در روابط تهران و واشنگتن در زمان ریاست جمهوری او در آمریکاست.

در این مقاله به برخی اهداف فرعی نیز پرداخته می‌شود که عبارت‌اند از مطالعه شیوه ارائه خبر، قالب و شکل خبر، عناصر و ارزش‌های خبری، بررسی ساختار موضوعی مطالب، منابع خبری، جهت‌گیری اخبار، سبک پوشش رسانه‌ای و...

با توجه به اینکه تحقیق حاضر به دنبال آشکارسازی جنبه‌ها و زوایای گوناگون ساختار اخبار در وبسایت‌های خبری مورد بررسی و مقایسه میان آن‌ها تأکید دارد، پس فرضیه خاصی در این تحقیق مطرح نیست و به‌جای فرضیه از سؤال‌های تحقیق استفاده شده است. از این‌رو، اصلی‌ترین سؤال‌های تحقیق به شرح زیر است:

(۱) آیا از منظر تأکید بر ارزش خبری برجسته در اخبار، تفاوت معناداری میان

رسانه‌های مورد بررسی وجود دارد؟

(۲) جهت‌گیری اخبار در هریک از وبسایت‌های خبری چگونه بوده است؟

(۳) آیا از نظر شکل (قالب) ارائه خبر، تفاوت معناداری میان رسانه‌های مورد بررسی

وجود دارد؟

۴) نوع اخبار مورد بررسی در وبسایت‌های مورد مطالعه از لحاظ سخت خبر و نرم خبر چگونه است؟

مبانی نظری

جریان بین‌المللی اخبار

مطالعاتی که در زمینه جریان خبرها در نظام جهانی به عمل آمده درباره سه مدل متمایز مرکز - پیرامونی، شمال - جنوب و مثلثی فرضیه‌هایی را ارائه کرده است.

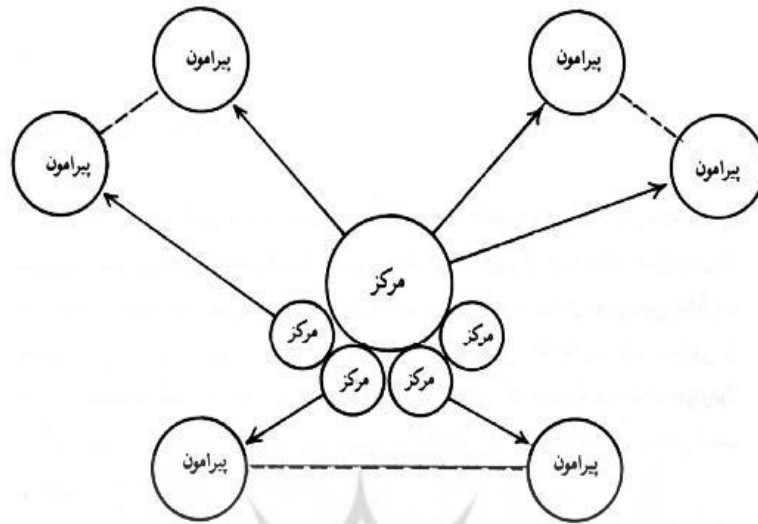
مدل مرکز - پیرامونی یکی از الگوهای برجسته جریان بین‌المللی اخبار است که در تئوری ساختاری امپریالیسم از یوهان گالتونگ نمود یافته است. در این تئوری، جهان به دو بخش تقسیم شده است: مرکز یا جوامع حاکم و پیرامون که به مناطق وابسته اطلاق می‌شود. این سازه‌های تئوریک به کنش‌های متقابل فرهنگی و ارتباطی مرتبط شده و به کنش متقابل عمودی به مثابه عامل عمده نابرابری ملت‌ها اشاره شده است. در این مدل، شبکه‌های فئودالی ارتباطات بین‌المللی که در کنترل ملل مرکز است، به این نابرابری‌ها دامن می‌زند. این فرضیه را می‌توان به چهار محور که وضعیت خبرهای بین‌المللی را مشخص می‌کند، خلاصه کرد:

۱. رویدادهای خبری «مرکز» که در سیستم‌های مطبوعاتی جهان گزارش می‌شود، از اطمینان بیشتری برخوردار است.

۲. میزان تبادل خبرها میان «مرکز» و «پیرامون» و میزان تبادل خبرها بین خود ملل «مرکز» با یکدیگر تفاوت بسیار زیادی دارد.

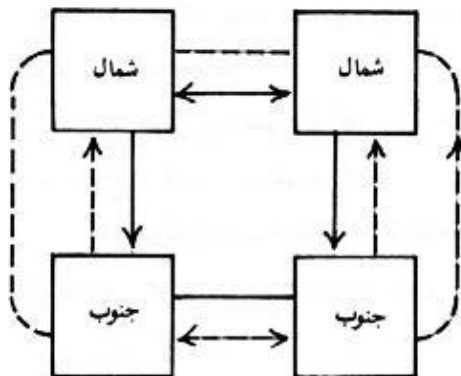
۳. خبرهای ملل «مرکز» سهم بیشتری از رویدادهای خارجی را در رسانه‌های ملل «مرکز» پوشش می‌دهند.

۴. تقریباً «جریان خبر» در میان ملل «پیرامون» بسیار ناچیز است و یا اصلاً وجود ندارد، این امر به‌ویژه در طول مرزهای به وجود آمده توسط استعمار بیشتر صدق می‌کند (کیا، ۱۳۸۱ ص ۴۰).



شکل ۱. مدل مرکز - پیرامونی

مدل دوم، بر این فرضیه مبتنی است که جریان خبرها، یک جریان عمودی است. این فرضیه می‌گوید، جریان خبرها از سوی کشورهای توسعه یافته (شمال) به سوی کشورهای رو به توسعه (جنوب) است و جریان‌های افقی درون شمال و درون جنوب - که حجم دومی از اولی کمتر است - مکمل آن محسوب می‌شود. درحالی‌که جریان خبرها در حد مطلوبی از جنوب به سوی شمال وجود دارد، اما به طرز چشمگیری در مقایسه با حجم جریان خبرها از طرف شمال به سوی جنوب، از حجم کمتری برخوردار است. علاوه بر این، در مدل شمال - جنوب جهتی نیز وجود دارد که به آن جریان مدور می‌گویند. در این جریان، خبرهایی که خبرنگاران شمال در جنوب گردآوری کرده‌اند، قبل از بازگشت نهایی به رسانه‌های جنوب، برای پردازش و ویراستاری به شمال فرستاده می‌شود.



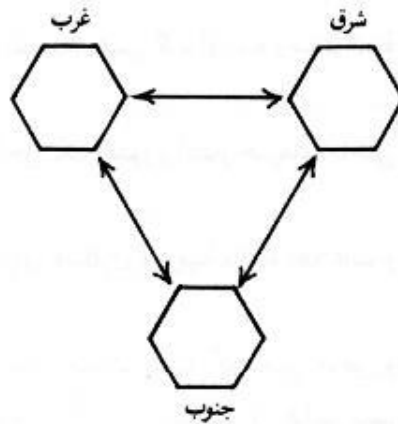
شکل ۲. مدل شمال - جنوب

پژوهش‌های عدیده‌ای وجود دارد که به فرضیه شمال - جنوب پرداخته است. «ریز ماتا» که در سال ۱۹۷۵ روزنامه‌های آمریکای لاتین را بررسی کرد، از جمله این پژوهشگران است. پژوهش وی نشان داد که خبرهای خارجی در آمریکای لاتین تحت سلطه جریان خبری شمال است.

بررسی‌های به‌عمل‌آمده در اواخر سال ۱۹۷۷ درباره جریان خبرها در ۹ کشور عربی نیز بیانگر حضور غالب جریان جنوب - جنوب آن منطقه بود. تحقیقات «کاپلان» درباره رسانه‌های آمریکا به‌ویژه در امر پوشش دادن رویدادهای جهان رو به توسعه، حکایت از یک نارسایی عمومی در حجم، میدان و نوع خبرهای منتشر شده داشت.

خبرگزاری‌های عمده کشورهای توسعه‌یافته آسوشیتدپرس، یونایتدپرس، فرانس پرس، اینترناشنال، رویتر و تاس خبرهایی را که از نظر آنان مورد توجه گیرندگان بومی آن‌هاست، پوشش می‌دهند. درباره روزنامه‌های آمریکا، این توجه در ارتباط با ثروت، نخبه‌گرایی و توان بالقوه سیاسی خوانندگان شکل می‌گیرد.

مدل سوم، یک جریان مثلی است که شمال را به شرق و غرب تقسیم می‌کند و سپس هریک را به جنوب متصل می‌سازد (کیا، ۱۳۸۱ صص ۴۱-۴۲).



شکل ۳: مدل مثلثی

از بررسی‌های انجام‌شده بر روی سمت‌وسوی جریان بین‌المللی خبرها چهار نتیجه گرفته می‌شود: نخستین نتیجه این است که اکثر خبرهای بین‌المللی از مرکز یعنی شمال و یا غرب جریان می‌یابد. این کار به وسیله خبرگزاری‌های حاکم صورت می‌گیرد، یعنی در حقیقت، جریان عمودی است و از کشورهای توسعه‌یافته به سوی کشورهای رو به توسعه در جریان است. ویژگی دوم اینکه مجاورت (جغرافیایی) طبیعی، روانی، فرهنگی، سیاسی، یک عامل مهم و تعیین‌کننده در پوشش خبری است. رسانه‌های بومی، در این چارچوب به خبرهای مربوط به منطقه جغرافیایی خود گرایش بیشتری دارند. سومین نتیجه این است که اروپای غربی و ایالات متحده آمریکا در رسانه‌ها بیشترین پوشش خبری را به خود اختصاص می‌دهند. حال آنکه کشورهای سوسیالیست جهان پوشش کمتری داده می‌شوند. بالأخره، اگرچه جریان افقی هم در کشورهای توسعه‌یافته و هم در کشورهای رو به توسعه وجود دارد، اما این نوع از جریان در مقایسه با جریان عمودی یا مدور از سهم کمتری در کل پوشش برخوردار است (مولانا، ۱۳۸۷: ۳۹)

عینیت و سوگیری در خبر

مفهوم عینیت در روزنامه‌نگاری، تقریباً از یک قرن پیش، توسعه پیدا کرده است که در ابتدا نوعی واکنش نسبت به خبرهای احساسی بود که خبرنگاران تولید می‌کردند و عقاید شخصی خود را در خبرها دخالت می‌دادند (شریفی و امیدی، ۱۳۹۷ ص ۶۱).

واژه عینیت به‌طور کلی، به‌منظور شرح یک رویکرد یا روشی در روزنامه‌نگاری معرفی شد. روزنامه‌نگاران می‌توانند خبر را در یک راه عینی، بدون هیچ‌گونه بازتابی از سوگیری شخصی و سازمانی ارائه دهند (پوتر، ۲۰۰۶). هکت (۱۹۸۴) ادعا می‌کند که سوگیری در خبر در دو حالت اتفاق می‌افتد: اول اینکه در استفاده از منابع خبری، تعادل وجود نداشته باشد و در حالت دوم، در خبر تحریفی از واقعیت وجود داشته باشد (همان).

از نظر هربرت گنز، عینیت عبارت است از تلاش آگاهانه برای جداسازی دانسته‌های گزارشگر از ارزش‌های شخصی‌اش. این جداسازی به معنی جداسازی روش و شیوه گردآوری واقعیت‌ها و نوشتن و عرضه آن به‌گونه‌ای است که گزارش نهایی، بیان و اظهاری برای حمایت از ارزش‌های گزارشگر نباشد. واضح است که اصطلاح عینیت در برابر اصطلاح سوگیری قرار دارد. در اخبار، سوگیری به معنای گرایش سیستماتیک، به نفع یک طرف یا علیه دیگری است (Mcquail, 1992:192).

اصل عینیت، با وجود ظاهر جذاب و دلنشین آن فارغ از انتقاد نبوده است. از جمله این منتقدان، هربرت شیلر است که در کتاب «گردانندگان افکار» خود، عینیت و بی‌طرفی را از جمله اسطوره‌هایی می‌داند که محتوای پیام‌های خبری را شکل می‌دهند.

به عقیده وی، گردانندگان وسایل ارتباط جمعی برای سرپوش گذاشتن بر فریب‌دهی و دست‌کاری فکری مخاطبان خود که به‌طور طبیعی انجام می‌شود بر اصل بی‌طرفی روزنامه‌نگاران تکیه می‌کنند و بدین ترتیب واقعیت‌های قلب شده را به‌عنوان رویدادهای عینی ارائه می‌دهند. درحالی‌که درواقع به علت تعارض‌های اجتماعی و منافع طبقاتی امکان عینی‌گرایی وجود ندارد (Schiller, 1973 p11).

اینکه سوگیری در خبر چرا وجود دارد، به عوامل مختلفی همچون، ایدئولوژی حاکم بر حکومت، سیاست‌های بنگاه خبری، حاکم بودن تفکر جناحی به جای توجه به منافع ملی و نیات رفتاری خبرنگار و غیره بستگی دارد که از جامعه‌ای به جامعه دیگر متفاوت است. برای مثال، هیرو و همکاران (۲۰۱۶) در پژوهش خود نشان دادند که ایدئولوژی‌های چپ و راست، جانب‌داری رسانه را در اروپای غربی پیش‌بینی می‌کند؛ اما در اروپای شرقی مرکزی این گونه نیست و در آنجا عوامل دیگری در جانب‌داری رسانه‌ها دخیل‌اند. اما محققان حوزه رسانه، با استفاده از روش‌های مختلف همچون، تحلیل محتوا، توانسته‌اند که به‌طور نظام‌مند، جانب‌داری‌های موجود در اخبار را آشکار کنند و همچنین، ارتباط آن‌ها را با موارد مختلفی همچون ایدئولوژی، عوامل شخصی و بین فردی، احزاب و گروه‌ها و موارد دیگر بررسی می‌کنند (شریفی و امید، ۱۳۹۷، ص ۶۲).

چارچوب نظری

نظریه برجسته‌سازی

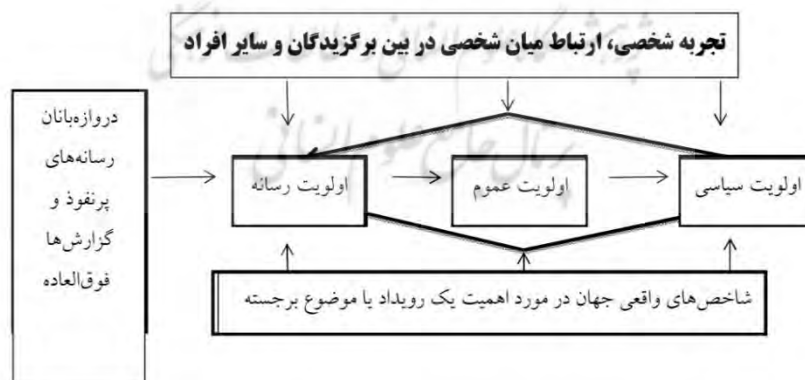
مفهوم برجسته‌سازی در رسانه‌ها، یک مفهوم ارتباطی است که وجود رابطه قوی بین تأکید بر ارتباط جمعی و برجستگی این مباحث برای افراد در بین مخاطبان را تصریح می‌کند. منظور از برجسته‌سازی رسانه‌ها این است که رسانه‌ها، به‌ویژه در اخبار و گزارش‌های خبری و برنامه‌های مستند، این قدرت را دارند که توجه عموم را به مجموعه‌ای از مسائل و موضوعات معین و محدود معطوف سازند و از مسائل و موضوعات دیگر چشم‌پوشی کنند. حاصل این کار این می‌شود که بعضی از مسائل خاص توسط بسیاری از مردم در سپهر عمومی و خارج از قلمرو رسانه‌ها به بحث گذاشته می‌شود، درحالی‌که به مسائل و موضوعات دیگر توجه نمی‌شود (مهدی زاده، ۱۳۸۹:۵۸).

بنابراین می‌توان گفت که برجسته‌سازی یکی از شیوه‌هایی است که از طریق آن رسانه‌های جمعی می‌توانند بر افکار عمومی تأثیر بگذارند؛ یعنی این اندیشه که رسانه‌های خبری با ارائه خبرها، موضوع‌هایی را که مردم درباره آن‌ها می‌اندیشند را تعیین می‌کنند.

اولویت‌ها و متغیرها در نظریه برجسته‌سازی

فرآیند برجسته‌سازی، از سه اولویت رسانه، اولویت عموم و اولویت سیاست و رابطه بین این سه تشکیل شده است. برای هر یک از این سه نمونه اولویت، یک سنت تحقیقی وجود دارد. اولین سنت تحقیقی «اولویت‌سازی رسانه‌ای» نامیده می‌شود؛ زیرا متغیر وابسته اولیه آن، اهمیت یک موضوع در اولویت رسانه‌های جمعی است. دومین سنت تحقیقی، «اولویت‌سازی عموم» نامیده می‌شود؛ زیرا متغیر وابسته اولیه آن، اهمیت دسته‌ای از موضوعات مطرح در اولویت عموم است؛ و سومین سنت تحقیقی، «اولویت‌سازی سیاسی» نامیده می‌شود؛ زیرا جنبه متمایز این سنت علمی، ارتباط آن با مرتبط به یک موضوع است تا حدی که به اولویت رسانه و اولویت عموم پاسخ دهد؛ بنابراین فرآیندهای برجسته‌سازی، رقابتی تکوینی در میان حامیان موضوعات برای جلب توجه حرفه‌ای‌های رسانه‌ای، عموم و نخبگان سیاسی است (دیرینگ و راجرز، ۱۳۸۵: ۱۳).

در اولویت عموم معمولاً به وسیله بررسی افکار عمومی که در آن از افراد پرسیده می‌شود یک سؤال اصلی «مهم‌ترین مسئله اصلی کشور امروزه چیست؟» که به وسیله «جورج گالپ» طراحی شده است و پاسخگویی به این سؤال اهمیتی نسبی از یک مسئله را در اولویت عموم نشان می‌دهد.



شکل ۴. سه عنصر اصلی در فرآیند برجسته‌سازی

در اولویت رسانه معمولاً اندازه‌گیری به وسیله تحلیل محتوا از رسانه‌های خبری در تعیین تعداد مطالب خبری در مورد یک مسئله یا مجموع مسائل صورت می‌گیرد. این محتوای موردبررسی شامل تعداد ستون‌های مربوط به یک مسئله، تعداد مطالب در صفحه اول و یا تعداد سکانس‌های مربوط به یک مسئله در بین یک دوره زمانی می‌شود و تعدادی از مطالب خبری اندازه‌گیری شده برجستگی نسبی از یک مسئله را در مطالعه اولویت رسانه نشان می‌دهد. البته در تعیین اولویت رسانه تعدادی از خبرهای منتشر شده مورد شمارش قرار می‌گیرد و نه محتوای دقیق از مسئله. رسانه‌ها بر افکار عمومی و افکار عمومی بر سیاستمداران اثر می‌گذارد و متقابلاً سیاستمداران با دولت، احزاب و گروه‌های سیاسی بر افکار عمومی و رسانه‌ها اثر می‌گذارد (دهقان، عبداللہیان و رضوی زاده، ۱۳۸۷:۲۲).

مروری بر تحقیقات پیشین

محسن سلسله و افخمی (۱۳۹۰) در پژوهش خود به بررسی تطبیقی پوشش خبری شبکه‌های تلویزیونی فراملی از کشورهای اسلامی و جهان پرداخته‌اند. او با استفاده از روش تحلیل محتوا، اخبار پرس تی‌وی، الجزیره انگلیسی، نیل اینترنشنال، راشاتودی، بی‌بی‌سی ورلد نیوز و سی‌ان‌ان اینترنشنال را موردبررسی قرار داد.

نتایج این پژوهش نشان داد که در شبکه‌های موردبررسی، دو عامل انحراف و اهمیت اجتماعی در برجستگی مطالب خبری نقش اندکی دارند و عوامل دیگری نظیر نقش سازمان‌های رسانه‌ای، سیاست خارجی دولت و روزنامه‌نگاران تلویزیونی در یک سپهر نظام جهان، نقش بیشتری در انتخاب و برجسته شدن مطالب خبری دارند. همچنین یافته‌های این پژوهش نشان داد که اخبار جهان غرب، سهم زیادی را در اخبار بین‌المللی دارند و اخبار کشورهای جنوب همچنان اخبار منفی است؛ و رسانه‌های غربی به همراه رسانه‌های جهان اسلام نیز جهان اسلام را منفی نشان داده‌اند. در شبکه بی‌بی‌سی، اخبار کشورهای اسلامی، رتبه سوم را در میان اخبار سایر مناطق جهان داشته است و عمدتاً با چارچوب خنثی و منفی ارائه شده‌اند. در شبکه سی‌ان‌ان، اخبار کشورهای اسلامی، رتبه دوم را در میان اخبار سایر مناطق جهان داشته و عمدتاً با چارچوب خنثی و منفی ارائه شده‌اند.

در شبکه پرس تی‌وی نیز اخبار کشورهای اسلامی، رتبه دوم را در میان اخبار سایر مناطق جهان داشته و عمدتاً با چارچوب خنثی و منفی ارائه شده‌اند. همچنین در شبکه الجزیره، اخبار کشورهای اسلامی، رتبه سوم را در میان اخبار سایر مناطق جهان داشته و عمدتاً با چارچوب خنثی و منفی ارائه شده‌اند. در شبکه راشاتودی، اخبار کشورهای اسلامی، رتبه سوم را در میان اخبار سایر مناطق جهان داشته و عمدتاً با چارچوب خنثی و منفی ارائه شده‌اند. در شبکه نیل اینترنشنال، اخبار کشورهای اسلامی، رتبه اول را در میان اخبار سایر مناطق جهان داشته و عمدتاً با چارچوب خنثی و منفی ارائه شده‌اند (سلسله و افخمی، ۱۳۹۰).

حسین افخمی و علیرضا عبدالله (عبداللهی نژاد) (۱۳۸۸) در مقاله خود با عنوان «مطالعه تطبیقی ساختار و نحوه پوشش اخبار ایران در تارنماهای ملی و بین‌المللی» به بررسی مطالب سیاسی تارنماهای خبری ایرنا، بی‌بی‌سی فارسی و صدای فارسی آمریکا پرداخته‌اند. این پژوهش باهدف مقایسه ساختار و نحوه پوشش خبری تارنماهای ایرنا به‌عنوان خبرگزاری رسمی ایران با تارنماهای دو شبکه رادیویی - تلویزیونی برون‌مرزی فارسی‌زبان بی‌بی‌سی و صدای آمریکا با تأکید بر اخبار و رویدادهای سیاسی مربوط به ایران انجام شده است.

در جداول توصیفی این پژوهش مشخص شده که نوع ساختار و نحوه پوشش اخبار در سه تارنمای ایرنا، بی‌بی‌سی فارسی و صدای فارسی آمریکا با هم تفاوت دارند. هر سه تارنما عنصر «که» و ارزش خبری «شهرت» را با برجستگی خاصی مورد تأکید قرار داده‌اند که این موضوع، نشان‌دهنده «شخص‌گرا بودن و جهت‌گیری گفتمانی» آن‌هاست. همچنین بیشتر اخبار انتشاریافته در این سه تارنما «غیرتولیدی» است که از این منظر، سهم ایرنا از دو تارنمای دیگر بیشتر است. از نظر موضوعی نیز، موضوع هسته‌ای ایران، کانون توجه اصلی سه تارنمای مورد مطالعه بوده است. تأکید تارنمای ایرنا و صدای آمریکا بیشتر بر «سخت‌خبر» و بی‌بی‌سی بیشتر به «نرم‌خبر» یا انعکاس رویداد همراه با اطلاعات تکمیلی بوده است. از میان امکانات تعاملی و چندرسانه‌ای مورد استفاده در

تارنماهای خبری، بیشترین استفاده از «عکس» بوده است؛ اما برخلاف ایرنا، بی‌بی‌سی و صدای آمریکا از ایمیل و پیوند با موضوعات و سایت‌های مرتبط نیز استفاده زیادی کرده‌اند (افخمی و عبدالله، ۱۳۸۸)

پژوهشی دیگری نیز توسط علی توتونچی (۱۳۹۰) با عنوان «تحلیل محتوای وبسایت‌های خبری سی‌ان‌ان، بی‌بی‌سی و پرس تی‌وی پیرامون اخبار مربوط به اسلام هراسی: مطالعه موردی اهانت به قرآن کریم در ۱۱ سپتامبر ۲۰۱۰» انجام شده است. یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که آمریکا، ایران و افغانستان بیش از کشورهای دیگر منبع خبر بوده‌اند. ارزش خبری برخوردار، اختلاف درگیری به خاطر نوع خاص موضوع بیش از همه مورد استفاده قرار گرفته‌اند. در مقایسه دو وبسایت بی‌بی‌سی و سی‌ان‌ان در نوع جهت‌گیری با جریان اسلام هراسی، بی‌بی‌سی ۵۸٪ حمایت و ۵٫۱۸٪ بی‌طرف عمل کرده است. سی‌ان‌ان با ۳۱٫۷٪ درصد جریان اسلام هراسی مرد موردنظر را حمایت و ۱۲٫۹٪ درصد مخالف و ۲۵٪ بی‌طرف با جریان اسلام هراسی موضوع موردنظر بوده است. وبسایت پرس تی‌وی با آوردن بیانیه‌ها و اطلاعیه‌های گوناگون از چهره‌های سیاسی و مذهبی داخلی و خارجی جهت نشان دادن مخالفت خود با این اقدام دارای بیشترین مطلب است که این پروژه را سیاسی و علت انجام آن را اسلام‌ستیزی و پافشاری بر منافع خوانده است. از سوی دیگر سی‌ان‌ان و بی‌بی‌سی نقش اسلام با اتفاقات و حوادث ناگوار بین‌المللی را پررنگ کرده و آن را مروج تروریسم و مبارزه با صلح بین‌المللی دانسته‌اند (توتونچی، ۱۳۹۰).

در پژوهش‌های انجام شده در خارج از کشور و به زبان انگلیسی نیز، می‌توان به موارد زیر اشاره کرد: در تحقیقی با عنوان «چارچوب‌بندی داعش: تحلیل محتوای پوشش خبری سی‌ان‌ان و الجزیره» به بررسی خبرهای مرتبط با گروه شبه‌نظامی اسلامی معروف به داعش توسط دو شبکه خبری سی‌ان‌ان و الجزیره پرداخته شده است. پس از حملات ۱۱ سپتامبر سال ۲۰۰۱، رسانه‌های بین‌المللی از آنچه به‌عنوان «نگرانی از امنیت بین‌المللی و درگیری جهانی» نام می‌بردند، اقدام به ایجاد جنگ علیه تروریسم کرده‌اند. در این مطالعه از نظریه

چارچوب‌بندی رسانه‌ای استفاده شده است؛ و به بررسی رخدادهای خاص در پوشش خبری داعش توسط سی‌ان‌ان و الجزیره می‌پردازد. اعتقاد بر این است که چارچوب‌بندی خبری، بر ادراک مخاطبان تأثیر می‌گذارد؛ و تحلیل محتوا از اخبار دو رسانه تأثیرگذار بین‌المللی، برای رمزگشایی رمزگان مربوط به پوشش خبری داعش، بسیار مهم است. نتایج این پژوهش نشان داد که تفاوت معناداری در گزارش‌های این دو رسانه دیده می‌شود. با این حال، میان سی‌ان‌ان و الجزیره شباهت‌هایی در نحوه گزارش خبرهای مربوط به سربریدن بر پایه سه قاب انتخاب‌شده (تضاد، منافع انسانی و قاب‌های اخلاقی) وجود داشت. این شباهت‌ها نشان می‌دهد که پوشش این حوادث هولناک، نشان‌دهنده استاندارد جهانی شبکه‌های بین‌المللی در پوشش خبری از تروریسم است (Al-Majdhoub & Hamzah, 2016).

در مطالعه دیگری در رابطه با موضوع پژوهش حاضر، نحوه چارچوب‌بندی خبرهای مربوط به داعش از سوی وب‌سایت‌های سی‌ان‌ان و الجزیره و با استفاده از روش تحلیل محتوا از ژوئن تا اکتبر سال ۲۰۱۴ پرداخته شده است. در مجموع، ۱۵۴ مطلب به زبان اصلی، انگلیسی برای سی‌ان‌ان و عربی برای الجزیره، به‌منظور تعیین تفاوت در چارچوب‌بندی اخبار و نحوه به‌کارگیری منابع خبری داعش استفاده شده است. این مطالعه نشان داد که سی‌ان‌ان و الجزیره به پوشش خبری اپیزودیک وابستگی زیادی دارند. همچنین، قاب درگیری بر پوشش خبری سی‌ان‌ان حاکم بود؛ در حالی که الجزیره، ملاحظات اقتصادی و مسئولیت‌پذیری بیشتری در پوشش خبری خود داشت. در استفاده از منابع نیز، این مطالعه نشان داد که سی‌ان‌ان، بیشتر، از مقامات آمریکایی استفاده می‌کند؛ در حالی که الجزیره به رسانه‌های دیگر به‌عنوان منبع خبری بیشتر اعتماد داشت (Alshathry, 2015).

روش پژوهش

در پژوهش حاضر از روش تحلیل محتوای کمی استفاده شده است. تحلیل محتوا، یکی از روش‌های شناخته شده در مطالعات مربوط به محتوای پیام‌های ارتباطی است. تحلیل

محتوای کمی، آزمون نظام‌مند (سیستماتیک) و تکرارپذیر نمادهای ارتباطی است که طی آن، ارزش‌های عددی بر اساس قوانین معتبر اندازه‌گیری، به متن نسبت داده می‌شود و سپس با استفاده از روش‌های آماری، روابط بین آن ارزش‌ها تحلیل می‌شود. این عمل به منظور توصیف محتوای ارتباطات، استخراج نتیجه درباره معنی آن یا پی بردن به بافت و زمینه ارتباط، هم در مرحله تولید و هم در مرحله مصرف صورت می‌گیرد (رایف و همکاران، ۱۳۸۸:۲۵).

در این پژوهش، ۴۶۵ مطلب خبری مرتبط با موضوع روابط و مناسبات ایران و آمریکا در چهار وب‌سایت «سی‌ان‌ان»، «فاکس نیوز»، «الجزیره انگلیسی» و «پرس تی‌وی» در یک دوره شش‌ماهه مورد بررسی قرار گرفت. همچنین از نمونه‌گیری تصادفی نظام‌مند به صورت هفته‌ای متناوب (مرکب) در شش ماه ابتدایی سال ۲۰۱۹ میلادی (از ۱ ژانویه تا ۳۰ ژوئن ۲۰۱۹، برابر است با ۱۱ دی ۱۳۹۷ تا ۹ تیر ۱۳۹۸) استفاده شده است. به این ترتیب، از هر هفته چارچوب نمونه‌گیری، به ترتیب یک روز و در نهایت ۲۸ روز آماری انتخاب شده است. در این پژوهش، واحد تحلیل «خبر» است و در واقع، واحد تحلیل و واحد محتوا یکی است.

در پژوهش پیش رو، محتوای خبری هر یک از وب‌سایت‌های مورد مطالعه مرور و مطالب مرتبط با موضوع تحقیق استخراج و به صورت کامل ذخیره و سپس عمل کدگذاری به صورت جداگانه انجام شده است.

در این پژوهش، از بسته نرم‌افزار رایانه‌ای اس.پی.اس.اس (SPSS) برای تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شده است. آزمون مورد استفاده برای تجزیه و تحلیل داده‌ها در تحقیق مورد مطالعه، آزمون کای اسکوئر (خی دو) است. این آزمون به محقق می‌گوید که آیا فراوانی‌های مشاهده شده در هر طبقه‌بندی با فراوانی‌های مورد انتظار تفاوت معنی‌دار دارد یا خیر. برای به دست آوردن اعتبار یافته‌ها از فرمول اسکات استفاده شده است؛ بدین ترتیب، برای به رسیدن به پایایی مورد انتظار در این تحقیق، دو کدگذار انتخاب شده‌اند و پس از آموزش‌های لازم، کمی بیش از ۱۰ درصد حجم نمونه یعنی ۵۰ موضوع را انتخاب

و کدگذاری کرده‌اند؛ که در نهایت مقدار ضریب پایایی به دست آمده معادل ۰,۷۷ بود که بیشتر از ۷۰ درصد است؛ در نتیجه، این پژوهش از پایایی قابل قبولی برخوردار است.

یافته‌های تحقیق

الف) توصیف یافته‌ها

از میان ۴۶۵ خبر مورد بررسی، به ترتیب ۴۴,۱ درصد مطالب به سایت پرس تی‌وی، ۲۲,۶ درصد به سایت فاکس نیوز، ۱۸,۵ درصد به سایت سی‌ان‌ان و در نهایت ۱۴,۸ درصد خبرها به سایت الجزیره تعلق دارد. از طرفی، بیشترین توجه در برجستگی عناصر خبری به عنصر خبری «که» با ۵۰,۳ درصد و کمترین توجه به عناصر خبری «کجا» و «کی» با ۲,۲ و ۱,۱ درصد بوده است. این نشان می‌دهد که مطالب خبری این سایت‌ها بیشتر «شخص محور» هستند. همچنین در سایت‌های مورد بررسی، بیشترین درصد مربوط به ارزش خبری درگیری و برخورد با ۷۵,۳ درصد و کمترین درصد مربوط به ارزش خبری استثنا و شگفتی با ۲,۶ درصد است. این بررسی نشان می‌دهد که بیش از سه چهارم حجم خبرهای بررسی شده در این پژوهش به منازعات سیاسی و امنیتی و درگیری‌ها و چالش‌های موجود میان دو طرف یعنی جمهوری اسلامی ایران و ایالات متحده آمریکا، اختصاص یافته است. بخش دیگری از یافته‌های توصیفی پژوهش نشان می‌دهد که از نظر حجم خبرهای بررسی شده برحسب «طبقه‌بندی موضوعی خبر»، بیشترین تمرکز سایت‌ها بر روی پوشش خبری تحولات مربوط به مسائل «نظامی، دفاع، جنگ، توانایی موشکی و عملیات روانی» و خبرهای مربوط به «تحریم‌ها و قطعنامه‌ها» به ترتیب با ۳۰,۱ و ۱۵,۳ درصد بوده است. در حالی که خبرهای مربوط به «برجام» و «تجارت بین‌المللی، مبادلات تجاری ایران با سایر کشورها» به ترتیب با ۰,۲ و ۰,۴ درصد از کمترین اقبال برای پوشش خبری این سایت‌ها برخوردار بودند.

از میان ۴۶۵ مطلب بررسی شده و در یک نگاه کلی به نوع جهت‌گیری خبرهای ارائه شده از سوی سایت‌های مورد مطالعه، بیشتر مطالب دارای جهت‌گیری منفی (۶۴,۵ درصد) بوده‌اند. خبرهای خنثی با ۲۴,۱ درصد و خبرهای مثبت با ۱۱,۴ درصد در رده‌های

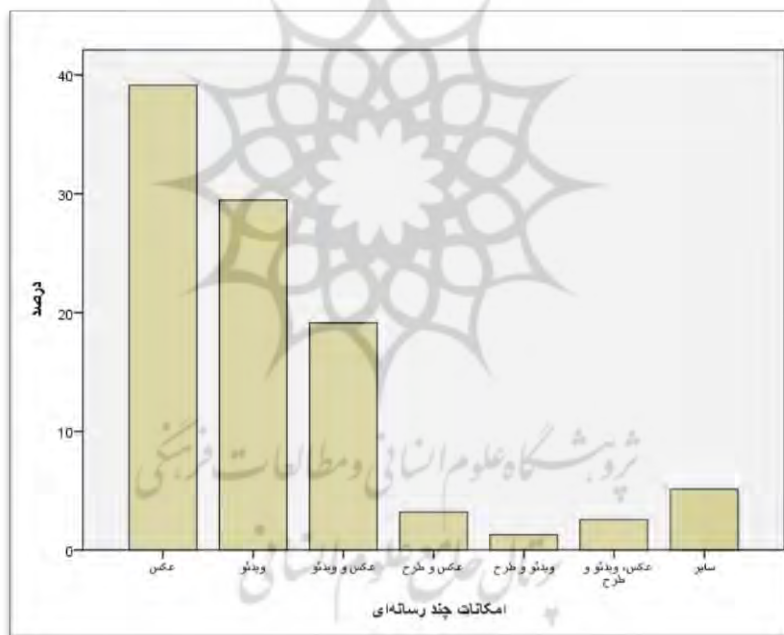
بعدی قرار گرفته‌اند. در مجموع باید گفت که وبسایت‌های مورد بررسی، بیش از ۵۰ درصد کل خبرهای خود را با جهت‌گیری منفی منتشر کرده‌اند. همچنین، این پژوهش نشان داد که از نظر حجم خبرهای بررسی شده برحسب «شکل خبر»، بیشترین تمرکز سایت‌ها بر روی انتشار خبرهای سخت (۸۹ درصد) نسبت به خبرهای نرم (۱۱ درصد) است. به عبارت دیگر، این سایت‌ها توجه خاصی به انعکاس صرف رویدادها از خود نشان داده‌اند و کمتر به دنبال انعکاس رویدادها به همراه اطلاعات تکمیلی، آنچه در خبرهای نرم می‌بینیم، بوده‌اند.

نمودار شماره (۱) نشان می‌دهد که از نظر حجم خبرهای بررسی شده برحسب «شکل ارائه خبر»، بیشترین تمرکز سایت‌ها بر روی انتشار خبرهای مکتوب همراه با عکس با ۴۲,۵ درصد است. پس از آن، خبرهای مکتوب همراه با ویدیو با ۳۰,۵ درصد و خبرهای مکتوب همراه با عکس و ویدیو به صورت ترکیبی با ۲۱,۷ درصد در رده‌های بعدی قرار دارند. در این بین، انتشار خبرهای صرف متنی (بدون عکس و ویدیو) با ۵,۲ درصد با کمترین اقبال مواجه بوده است.



نمودار ۱. فراوانی و درصد خبرهای بررسی شده برحسب «شکل ارائه خبر»

همچنین، از نظر حجم خبرهای بررسی شده برحسب «شرح عکس، ویدئو و منبع نگاری»، بیشترین تمرکز سایت‌ها بر روی انتشار خبرهایی که دارای شرح عکس یا ویدئو همراه با ذکر منبع (۴۹,۷ درصد) است. در این میان، خبرهای دارای شرح عکس یا ویدئو بدون ذکر منبع، ۲۲,۸ درصد کل خبرهای منتشرشده را به خود اختصاص داشتند. همچنین، ۲۷,۵ درصد کل مطالب منتشرشده، خبرهایی هستند که عکس و ویدیوهای آن‌ها دارای شرح و منبع نبودند. در شکل نگارش منبع در خبر نیز، ۲۲,۶ درصد کل خبرهای بررسی شده بر استفاده از نام سایت‌های خبری دیگر به عنوان منبع در متن خبر تأکید داشتند. در این بین، ۲۷,۱ درصد کل خبرهای بررسی شده هیچ استاندارد در شکل نگارش منبع در خبرهای آن‌ها یافت نشد که همگی آن‌ها مربوط به وبسایت پرس تی وی بوده است.



نمودار ۲. فراوانی و درصد خبرهای بررسی شده برحسب «استفاده از چند رسانه‌ای‌ها»

نمودار شماره (۲) نشان می‌دهد که از میان امکانات چندرسانه‌ای موجود در سایت‌های مورد بررسی، بیشترین استفاده سایت‌ها از عکس با ۳۹,۱ درصد بوده است. استفاده از ویدئو

با ۲۹,۵ درصد و استفاده از ترکیب عکس و ویدئو با ۱۹,۱ درصد در جایگاه بعدی قرار گرفته است. همچنین بر اساس داده‌های نشان داده شده در این نمودار، ۵,۲ درصد مطالب مورد استفاده در سایت‌های خبری مورد بررسی از هیچ‌کدام از امکانات چندرسانه‌ای در آن‌ها استفاده نشده است.

در این پژوهش، خبرهای فرایند مدار ۳۵,۹ درصد و خبرهای رویداد مدار ۲۳,۹ درصد از حجم کل مطالب بررسی شده را به خود اختصاص داده‌اند؛ اما این تحقیق نشان داد که بیشترین تمرکز سایت‌ها بر روی پوشش خبری مطالبی که در آن‌ها ترکیبی از هر دو گرایش (۴۰,۲ درصد) استفاده شده باشد. همچنین، از مجموع ۴۶۵ مطلب بررسی شده، بیشترین درصد فراوانی مطالب با ۴۹,۹ درصد به سبک خبر تعلق دارد. کمترین درصد فراوانی نیز به سبک مصاحبه با تنها ۰,۴ درصد اختصاص یافته است.

در این تحقیق، منظور از نشانگاه خبر، خطاب اصلی و فرد یا گروهی است که مطلب آن را برجسته کرده و به آن پرداخته است و به نوعی می‌توان آن‌ها را خبرسازان مطالب خبری نامید. در این پژوهش، از نظر خبرهای بررسی شده برحسب «نشانگاه خبر»، بیشترین درصد فراوانی مطالب به ترتیب با ۲۶,۲ درصد به رئیس‌جمهوری آمریکا و ۱۸,۵ درصد به کشور ایران تعلق داشت؛ و کمترین درصد فراوانی با تنها ۰,۲ درصد به مردم آمریکا و اعضای شورای امنیت و سازمان ملل اختصاص یافته است.

از میان ۴۶۵ مطلب بررسی شده، خبرهای دارای تهدیدهای نرم، یعنی فشارهای سیاسی، تهدیدهای یک‌جانبه، چندجانبه و جنگ روانی، با ۵۵,۱ درصد پیش‌تاز بوده است. خبرهای دارای بار تهدید سخت که مربوط به جنگ نظامی و حمله محدود است، نیز ۱۰,۳ درصد کل خبرها را به خود اختصاص داده‌اند. ۲۹ درصد خبرها نیز به هر دو نوع تهدید پرداخته است. در مجموع باید گفت که وب‌سایت پرس‌تی‌وی بالاترین حجم بهره‌گیری از تهدیدهای نرم و سخت را در میان وب‌سایت‌های مورد بررسی داشته است؛ اما وب‌سایت‌های فاکس نیوز و سی‌ان‌ان در استفاده ترکیبی از این دو تهدید و القای جنگ روانی در خبرها تبحر بیشتری داشته‌اند. در نتیجه می‌توان گفت که بیشتر خبرها دارای

ماهیت تنش‌زایی (۷۸,۵ درصد) بوده‌اند. خبرهای تنش‌زدا نیز ۱۵,۱ درصد کل خبرها را به خود اختصاص داده‌اند.

ب) تحلیل یافته‌ها

۱) آیا از منظر تأکید بر ارزش خبری برجسته در اخبار، تفاوت معناداری میان رسانه‌های موردبررسی وجود دارد؟

در برقراری آزمون خی ۲ میان دو متغیر ارزش‌های خبری و نام وب‌سایت‌ها، خانه‌ها در حالت اولیه آن بیش از ۲۵ درصد فراوانی کمتر از ۵ بودند؛ لذا عمل ادغام صورت گرفت. پس از ادغام صورت گرفته در نام وب‌سایت‌ها، به دو گونه وب‌سایت ملی (وابسته به حاکمیت ایران) و بین‌المللی (سه رسانه‌ای دیگر خارج از ایران)، هردو تحت عنوان مقوله‌ای با نام جغرافیای منبع، تغییر نام داده شده‌اند و پس از برقراری آزمون خی ۲، مشخص شد که میان دو متغیر رابطه معناداری وجود ندارد.

جدول ۱. مقایسه وب‌سایت‌های خبری از نظر ارزش‌های خبری

جمع کل	جغرافیای منبع		ارزش‌های خبری / جغرافیای منبع		
	بین‌المللی	ملی			
۴۲	۱۸	۲۴	تعداد	دربرگیری	ارزش‌های خبری
۴۲	۲۳/۵	۱۸/۵	ف. مورد انتظار		
%۱۰۰	%۴۲/۹	%۵۷/۱	درصد سطری		
%۹	%۶/۹	%۱۱/۷	درصد ستونی		
%۹	%۳/۹	%۵/۲	جمع		
۲۲	۱۶	۶	تعداد	مقیاس	
۲۲	۱۲/۳	۹/۷	ف. مورد انتظار		
%۱۰۰	%۷۲/۷	%۲۷/۳	درصد سطری		
%۴/۷	%۶/۲	%۲/۹	درصد ستونی		
%۴/۷	%۳/۴	%۱/۳	جمع		

جمع کل	جغرافیای منبع		ارزش های خبری / جغرافیای منبع	
	بین المللی	ملی		
۳۵۰	۲۰۹	۱۴۱	تعداد	ب: خورد و اختلاف
۳۵۰	۱۹۵/۷	۱۵۴/۳	ف. مورد انتظار	
%۱۰۰	%۵۹/۷	%۴۰/۳	درصد سطری	
%۷۵/۳	%۸۰/۴	%۶۸/۸	درصد ستونی	
%۷۵/۳	%۴۴/۹	%۳۰/۳	جمع	
۱۲	۷	۵	تعداد	استثنا و شکفتی
۱۲	۶/۷	۵/۳	ف. مورد انتظار	
%۱۰۰	%۵۸/۳	%۴۱/۷	درصد سطری	
%۲/۶	%۲/۷	%۲/۴	درصد ستونی	
%۲/۶	%۱/۵	%۱/۱	جمع	
۱۶	۶	۱۰	تعداد	بزرگی و فراوانی
۱۶	۸/۹	۷/۱	ف. مورد انتظار	
%۱۰۰	%۳۷/۵	%۶۲/۵	درصد سطری	
%۳/۴	%۲/۳	%۴/۹	درصد ستونی	
%۳/۴	%۱/۳	%۲/۲	جمع	
۲۳	۴	۱۹	تعداد	مجاورت
۲۳	۱۲/۹	۱۰/۱	ف. مورد انتظار	
%۱۰۰	%۱۷/۴	%۸۲/۶	درصد سطری	
%۴/۹	%۱/۵	%۹/۳	درصد ستونی	
%۴/۹	%۰/۹	%۴/۱	جمع	
۴۶۵	۲۶۰	۲۰۵	تعداد	جمع کل
۴۶۵	۲۶۰	۲۰۵	ف. مورد انتظار	
%۱۰۰	%۵۵/۹	%۴۴/۱	درصد سطری	
%۱۰۰	%۱۰۰	%۱۰۰	درصد ستونی	
%۱۰۰	%۵۵/۹	%۴۴/۱	جمع	

$X^2 = 554/23$

df = 5

sig = 000/0

حال با توجه به آزمون کاسکوئر به دست آمده به میزان ۲۳,۵۵۴ با درجه آزادی ۵ و سطح خطای ۱ درصد (۹۹ درصد اطمینان) می‌توان گفت که تفاوت میان دو متغیر ارزش‌های خبری و جغرافیای منبع مورد بررسی معنادار نیست. بدین ترتیب که وبسایت‌های سی‌ان‌ان، فاکس نیوز و الجزیره بیشترین تمرکز خود را بر روی ارزش خبری برخوردار، تضاد و اختلاف با ۸۰,۴ قرار داده‌اند. اگرچه وبسایت پرس تی‌وی، ۶۸,۸ درصد مطالب خود را بر استفاده از همین ارزش خبری بنا نهاده است؛ که این نشان می‌دهد سطح روابط ایران و آمریکا در بُعد ملی و بین‌المللی در بالاترین وضعیت تنش‌زایی خود قرار دارد و تمام سایت‌ها بیشتر به پوشش اخبار در این باره پرداخته‌اند؛ اما پرس تی‌وی در استفاده از ارزش خبری دربرگیری و مجاورت نسبت به دیگر وبسایت‌ها پیش‌تاز است. این نشان از توجه بیشتر پرس تی‌وی به اوضاع منطقه خاورمیانه، با توجه به نحوه تعامل جمهوری اسلامی ایران در منطقه، بیش از همتایان بین‌المللی خود است.

۲) جهت‌گیری اخبار در هر یک از وبسایت‌های خبری چگونه بوده است؟

با توجه به آزمون کاسکوئر به دست آمده به میزان ۱۱,۶۴۸ و درجه آزادی ۶ و سطح خطای ۵ درصد (۹۵ درصد اطمینان) می‌توان گفت که تفاوت میان دو متغیر جهت‌گیری خبر و نام وبسایت مورد بررسی معنادار است. بدین معناست که در نوع جهت‌گیری میان چهار وبسایت مورد بررسی تفاوت معناداری وجود دارد.

در توصیف این جدول باید گفت که بیشترین میزان جهت‌گیری مثبت نسبت به خبرهای مرتبط با روابط و مناسبات ایران و آمریکا از سوی وبسایت فاکس نیوز با ۱۵,۲ درصد و کمترین جهت‌گیری مثبت نیز از سوی وبسایت پرس تی‌وی با ۸,۳ درصد صورت گرفته است. در مقابل، بیشترین میزان جهت‌گیری منفی نسبت به خبرهای مرتبط با روابط و مناسبات ایران و آمریکا از سوی وبسایت سی‌ان‌ان با ۷۲,۱ درصد صورت گرفته بود؛ و کمترین جهت‌گیری منفی نیز به وبسایت الجزیره با ۵۳,۶ درصد تعلق داشت. در این میان، بیشترین جهت‌گیری خنثی نسبت به خبرهای مرتبط با روابط و

مناسبات ایران و آمریکا به وبسایت سی‌ان‌ان با ۷۲٫۱ درصد و کمترین آن به وبسایت فاکس نیوز با ۱۹ درصد تعلق داشت.

جدول ۲. مقایسه وبسایت‌های خبری از نظر جهت‌گیری خبر

جمع کل	نام وبسایت				جهت‌گیری خبر/ نام وبسایت		
	پرس تی‌وی	الجزیره	فاکس نیوز	سی‌ان‌ان			
۵۳	۱۷	۱۰	۱۶	۱۰	تعداد	مبتنی	جهت‌گیری خبر
۵۳	۲۳٫۴	۷٫۹	۱۲	۹٫۸	ف. مورد انتظار		
%۱۰۰	%۳۲٫۱	%۱۸٫۹	%۳۰٫۲	%۱۸٫۹	درصد سطری		
%۱۱٫۴	%۸٫۳	%۱۴٫۵	%۱۵٫۲	%۱۱٫۶	درصد ستونی		
%۱۱٫۴	%۳٫۷	%۲٫۲	%۳٫۴	%۲٫۲	جمع		
۳۰۰	۱۳۲	۳۷	۶۹	۶۲	تعداد	مضی	
۳۰۰	۱۳۲٫۳	۴۴٫۵	۶۷٫۷	۵۵٫۵	ف. مورد انتظار		
%۱۰۰	%۴۴	%۱۲٫۳	%۲۳	%۲۰٫۷	درصد سطری		
%۶۴٫۵	%۶۴٫۴	%۵۳٫۶	%۶۵٫۷	%۷۲٫۱	درصد ستونی		
%۶۴٫۵	%۲۸٫۴	%۸	%۱۴٫۸	%۱۳٫۳	جمع		
۱۱۲	۵۶	۲۲	۲۰	۱۴	تعداد	دستی	
۱۱۲	۴۹٫۴	۱۶٫۶	۲۵٫۳	۲۰٫۷	ف. مورد انتظار		
%۱۰۰	%۵۰	%۱۹٫۶	%۱۷٫۹	%۱۲٫۵	درصد سطری		
%۲۴٫۱	%۲۷٫۳	%۳۱٫۹	%۱۹	%۷۲٫۱	درصد ستونی		
%۲۴٫۱	%۱۲	%۴٫۷	%۴٫۳	%۱۳٫۳	جمع		
۴۶۵	۲۰۵	۶۹	۱۰۵	۸۶	تعداد	جمع کل	
۴۶۵	۲۰۵	۶۹	۱۰۵	۸۶	ف. مورد انتظار		
%۱۰۰	%۴۴٫۱	%۱۴٫۸	%۲۲٫۶	%۱۸٫۵	درصد سطری		
%۱۰۰	%۱۰۰	%۱۰۰	%۱۰۰	%۱۰۰	درصد ستونی		
%۱۰۰	%۴۴٫۱	%۱۴٫۸	%۲۲٫۶	%۱۸٫۵	جمع		

$X^2=648/11$ $df=6$ $sig=070/0$

۳) آیا میان اخبار مورد بررسی در وبسایت‌های مورد مطالعه از لحاظ شکل ارائه خبر تفاوتی وجود دارد؟

باتوجه به آزمون کاسکوئر به دست آمده به میزان ۱۶۲,۱۹۰ و درجه آزادی ۹ و سطح خطای ۱ درصد (۹۹ درصد اطمینان) می‌توان گفت که تفاوت میان دو متغیر شکل ارائه خبر و نام وبسایت مورد بررسی معنادار است.

در توصیف این جدول می‌توان گفت که اولویت وبسایت‌ها در استفاده از قالب خبری مکتوب همراه با عکس است. بدین ترتیب که وبسایت پرس تی‌وی با ۶۰,۵ درصد بیشترین اولویت در استفاده از این قالب داشته است. همچنین، بیشترین استفاده از خبرهای مکتوب همراه با ویدئو را وبسایت سی‌ان‌ان با ۶۴ درصد انجام داده بود. وبسایت الجزیره نیز در استفاده ترکیبی از شکل خبری مکتوب همراه با عکس و ویدئو با ۳۱,۹ درصد پیشتاز بود. در این بین، تنها، وبسایت فاکس نیوز اقدام به انتشار خبرهای صرف متنی (بدون عکس و ویدئو) با ۲۲,۹ درصد کرده بود.

جدول ۳. مقایسه وبسایت‌های خبری از نظر شکل ارائه خبر

جمع کل	نام وبسایت				شکل ارائه خبر / نام وبسایت	
	پرس تی وی	الجزیره	فاکس نیوز	سی‌ان‌ان		
۲۴	-	-	۲۴	۰	تعداد	مکتوب (خبر متنی)
	۱۰۶	۳۶	۵۴	۴۴	ف. مورد انتظار	
	۵۱۰۰	۵۰	۵۱۰۰	۵۰	درصد سطری	
	۵۵۲	۵۰	۵۲۲.۹	۵۰	درصد ستونی	
	۵۵۲	۵۰	۵۵۲	۵۰	جمع	
۱۹۸	۱۲۴	۲۸	۲۴	۱۲	تعداد	مکتوب با عکس
	۸۷.۳	۲۹.۴	۴۴.۷	۳۶.۶	ف. مورد انتظار	
	۵۱۰۰	۵۱۴.۱	۵۱۷.۲	۵۶.۱	درصد سطری	
	۵۲۲.۶	۵۴۰.۶	۵۲۲.۴	۵۱۴	درصد ستونی	
	۵۴۲.۶	۵۴۶.۷	۵۷.۳	۵۲.۶	جمع	
۱۴۲	۲۹	۱۹	۲۹	۵۵	تعداد	مکتوب با ویدئو
	۶۲.۶	۲۱.۱	۴۲.۱	۲۶.۳	ف. مورد انتظار	
	۵۱۰۰	۵۲۷.۵	۵۲۱.۴	۵۲۸.۷	درصد سطری	
	۵۳۰.۵	۵۱۹	۵۲۷.۶	۵۶۴	درصد ستونی	
	۵۳۰.۵	۵۸.۴	۵۶.۱	۵۱۱.۸	جمع	
۱۰۱	۴۲	۲۲	۱۸	۱۹	تعداد	مکتوب با عکس و ویدئو
	۴۴.۵	۱۵	۲۲.۸	۱۸.۷	ف. مورد انتظار	
	۵۱۰۰	۵۴۱.۶	۵۲۱.۸	۵۱۸.۸	درصد سطری	
	۵۲۱.۷	۵۳۰.۵	۵۳۱.۹	۵۲۲.۱	درصد ستونی	
	۵۲۱.۷	۵۹	۵۳.۷	۵۳.۹	جمع	
۴۶۵	۲۰۵	۶۹	۱۰۵	۸۶	تعداد	جمع کل
	۲۰۵	۶۹	۱۰۵	۸۶	ف. مورد انتظار	
	۵۱۰۰	۵۴۴.۱	۵۱۴.۸	۵۲۲.۶	درصد سطری	
	۵۱۰۰	۵۱۰۰	۵۱۰۰	۵۱۰۰	درصد ستونی	
	۵۱۰۰	۵۴۴.۱	۵۱۴.۸	۵۲۲.۶	جمع	

$X^2=190/162 \quad df=9 \quad sig=000/0$

۴) نوع اخبار مورد بررسی در وبسایت‌های مورد مطالعه از لحاظ سخت خبر و نرم خبر چگونه است؟

جدول ۴. مقایسه وبسایت‌های خبری از نظر فرم خبر

جمع کل	نام وبسایت				فرم یا شکل خبر / نام وبسایت	
	پرس تی‌وی	الجزیره	فاکس نیوز	سی‌ان‌ان		
۵۱	۲۴	۱۰	۱۳	۴	تعداد	فرم یا شکل خبر
۵۱	۲۲,۵	۷,۶	۱۱,۵	۹,۴	ف. مورد انتظار	
%۱۰۰	%۴۷,۱	%۱۹,۶	%۲۵,۵	%۷,۸	درصد سطری	
%۱۱	%۱۱,۷	%۱۴,۵	%۱۲,۴	%۴,۷	درصد ستونی	
%۱۱	%۵,۲	%۲,۲	%۲,۸	%۰,۹	جمع	
۴۱۴	۱۸۱	۵۹	۹۲	۸۲	تعداد	فرم یا شکل خبر
۴۱۴	۱۸۲,۵	۶۱,۴	۹۳,۵	۷۶,۶	ف. مورد انتظار	
%۱۰۰	%۴۳,۷	%۱۴,۳	%۲۲,۲	%۱۹,۸	درصد سطری	
%۸۹	%۸۸,۳	%۸۵,۵	%۸۷,۶	%۹۵,۳	درصد ستونی	
%۸۹	%۳۸,۹	%۱۲,۷	%۱۹,۸	%۱۷,۶	جمع	
۴۶۵	۲۰۵	۶۹	۱۰۵	۸۶	تعداد	جمع کل
۴۶۵	۲۰۵	۶۹	۱۰۵	۸۶	ف. مورد انتظار	
%۱۰۰	%۴۴,۱	%۱۴,۸	%۲۲,۶	%۱۸,۵	درصد سطری	
%۱۰۰	%۱۰۰	%۱۰۰	%۱۰۰	%۱۰۰	درصد ستونی	
%۱۰۰	%۴۴,۱	%۱۴,۸	%۲۲,۶	%۱۸,۵	جمع	

$X^2 = 722/4$ $df = 3$ $sig = 193/0$

با توجه به آزمون کاسکوئر به دست آمده به میزان ۴,۷۲۲ و درجه آزادی ۳ و سطح خطای ۵ درصد (۹۵ درصد اطمینان) می‌توان گفت که تفاوت میان دو متغیر فرم یا شکل خبر و نام وبسایت مورد بررسی معنادار است. بدین معناست که از نظر استفاده از فرم و شکل خبر میان چهار وبسایت مورد بررسی تفاوت معناداری وجود دارد. بدین صورت که از نظر فرم و شکل خبر، بیشترین اخبار سخت توسط سی‌ان‌ان با ۹۵,۳ درصد انتشار یافته و کمترین آن توسط الجزیره با ۸۵,۵ درصد بوده است. در حالی که در انتشار اخبار نرم این رابطه برعکس

بوده و بیشترین اخبار نرم توسط الجزیره با ۱۴,۵ درصد و کمترین آن توسط سی‌ان‌ان با ۴,۷ درصد منتشر شده است.

در این میان، وبسایت‌های فاکس نیوز و پرس تی‌وی عملکرد بسیار نزدیکی داشتند؛ بدین صورت که در انتشار اخبار سخت، پرس تی‌وی با ۸۸,۳ درصد نسبت به فاکس نیوز ۸۷,۶ درصدی جلوتر بود؛ اما در انتشار اخبار نرم، فاکس نیوز با ۱۲,۴ درصد نسبت به پرس تی‌وی با ۱۱,۷ درصد پیش‌تاز بود.

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج و یافته‌های این تحقیق، وجود تفاوتی معنادار میان ساختار و نحوه پوشش اخبار مربوط به روابط و مناسبات ایران و آمریکا در وبسایت‌های «سی‌ان‌ان»، «فاکس نیوز»، «الجزیره» و «پرس تی‌وی» را نشان می‌دهد. انتشار مطالب با جهت‌گیری منفی بالا، توجه بیشتر به مسائل نظامی، دفاع، جنگ، توانایی موشکی و عملیات روانی، بیشترین استفاده از ارزش خبری برخوردار، اختلاف و درگیری در خبرها و... از جمله واقعیت‌های اشاره شده در این پژوهش است.

از یک منظر کلی، نتایج پژوهش نشان می‌دهد که نوع پوشش رسانه‌ای و بازنمایی شبکه‌های تلویزیونی مورد بررسی از رویدادهای معطوف به روابط و مناسبات تهران و واشنگتن از سیاست‌های اصلی و کلان خود در این رابطه پیروی می‌کنند. این نوع هم‌راستایی و همگرایی با سیاستمداران و تصمیم‌سازان سیاسی به‌طور خاص در وبسایت‌های «سی‌ان‌ان» و «فاکس نیوز» از یک سو و «پرس تی‌وی» از سوی دیگر است.

این پژوهش همچنین نشان داد که وبسایت‌های خبری منتخب، ارزش خبری برخوردار، اختلاف و درگیری را با برجستگی خاصی (۷۵,۳ درصد) مورد تأکید قرار داده‌اند؛ که این نشان‌دهنده حجم بالای تنش در روابط این دو کشور و تلاش رسانه‌ها برای بازنمایی محیطی پر آشوب و تنش‌زا در روابط و مناسبات ایران و آمریکا است. در این میان، با وجود تأکید بر استفاده از ارزش خبری برخوردار، اختلاف و درگیری، اما وبسایت پرس تی‌وی در کنار آن، از ارزش خبری دربرگیری و مجاورت نسبت به دیگر

وبسایت‌ها بیشتر استفاده کرده است. این مسئله نشان از توجه بیشتر این رسانه به اوضاع منطقه خاورمیانه، با توجه به سیاست و نحوه تعامل ایران در منطقه، بیش از همتایان بین‌المللی خود است.

همچنین یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که سایت‌های موردبررسی، بیشترین توجه خود را به عناصر خبری «که» بوده است. این نشان می‌دهد که مطالب خبری این سایت‌ها بیشتر «شخص محور» و سپس «موضوع محور» بوده‌اند.

براساس یافته‌های دیگر پژوهش پیش رو، بیشتر خبرهای وبسایت سی‌ان‌ان با جهت‌گیری منفی (۷۲٫۱ درصد) منتشر شده‌اند. وبسایت الجزیره نیز با وجود انبوهی از خبرهای منفی، کمتر از بقیه وبسایت‌ها نسبت به انتشار این گونه خبرها اقدام کرده است. نکته قابل توجه این پژوهش، انتشار بیشترین خبرها با جهت‌گیری مثبت از سوی وبسایت فاکس نیوز بود. در این بین، وبسایت پرس تی‌وی کمترین حجم از خبرهای مثبت را منتشر کرده است. در واقع، پرس تی‌وی به‌عنوان رسانه حاکمیتی و بازتاب‌دهنده دیدگاه‌ها و گفتارهای رسمی حاکمیت جمهوری اسلامی در عرصه بین‌المللی در راستای سیاست‌های کلان و راهبرد اصلی تهران در قبال رابطه و مناسبات خود با کاخ سفید با یک رویکرد منفی به موضوع نگرسته و از این رو، مطالب خبری مرتبط را با جهت‌گیری منفی منتشر کرده است. همین مسئله در رسانه سی‌ان‌ان هم مشاهده می‌شود. فقط نکته جالب توجه و استثنایی این است که شبکه تلویزیونی فاکس نیوز با وجود نزدیکی به وزارت دفاع آمریکا (پنتاگون) و جمهوری خواهان و تا حدی دونالد ترامپ، اما به نسبت دیگر رسانه آمریکایی و رقیب خود یعنی سی‌ان‌ان، کمتر به برجسته‌سازی اخبار با جهت‌گیری منفی اقدام کرده است.

همچنین بر اساس یافته‌های تحقیق، بیشترین تمرکز وبسایت‌های موردبررسی بر روی انتشار خبرهای سخت با ۸۹ درصد بوده است؛ که وبسایت سی‌ان‌ان بیش‌تاز تولید خبرهای سخت بوده است. وبسایت الجزیره نیز در تولید نرم‌خبرها یا انعکاس رویداد همراه با اطلاعات تکمیلی، بیش از باقی وبسایت‌ها عمل کرده است.

منابع

- افخمی، حسین و عبدالله، علیرضا. (۱۳۸۷). مطالعه تطبیقی ساختار و نحوه پوشش اخبار ایران در تارنماهای ملی و بین‌المللی؛ تحلیل محتوای مطالب سیاسی تارنماهای خبری ایرنا، بی‌بی‌سی فارسی و صدای فارسی آمریکا. مجله جهانی رسانه، دوره چهارم، شماره دوم، پائیز و زمستان ۱۳۸۸.
- افخمی، حسین و محسن سلسله. (۱۳۹۰). تحلیل روند اخبار بین‌المللی پیش از بیداری اسلامی. دانش سیاسی، سال هفتم، شماره دوم، پاییز و زمستان ۱۳۹۰، صص ۳۹ تا ۶۷.
- توتونچی، علی. (۱۳۹۰). تحلیل محتوای وبسایت‌های خبری سی‌ان‌ان، بی‌بی‌سی و پرس تی‌وی پیرامون اخبار مربوط به اسلام هراسی: مطالعه موردی اهانت به قرآن کریم در ۱۱ سپتامبر ۲۰۱۰. پایان‌نامه کارشناسی ارشد علوم ارتباطات، تهران: دانشگاه علامه طباطبایی.
- دهقان، علیرضا؛ با همکاری حمید عبدالهیان و نورالدین رضوی‌زاده. (۱۳۸۷). بررسی رابطه میان افکار عمومی و رسانه. چاپ اول، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- دیرینگ، جیمز و راجرز، اورت. (۱۳۸۵). مبانی برجسته‌سازی رسانه‌ها. مترجم علی اصغر کیا و مهدی رشکیانی، تهران: شرکت تعاونی سازمان معین ادارات.
- رایف، دنیل و همکاران. (۱۳۸۸). تحلیل پیام‌های رسانه‌ای؛ کاربرد تحلیل محتوای کمی در تحقیق. مترجم مهدخت بروجردی علوی، تهران: انتشارات سروش.
- شریفی، سیدمهدی و امیدی، افشین. (۱۳۹۷). ژورنالیسم تلویزیونی (معرفت شناسی فلسفه و روش‌ها). تهران: انتشارات تیسرا.
- کیا، علی اصغر. (۱۳۸۱). ارتباطات جمعی و روابط بین‌الملل. تهران: انتشارات آن.
- مک کوئل، دنیس. (۱۳۸۲). درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی. ترجمه پرویز اجلالی، تهران: انتشارات مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- مولانا، حمید. (۱۳۸۷). جریان بین‌المللی اطلاعات؛ گزارش و تحلیل جهانی. ترجمه یونس شکرخواه، تهران: انتشارات مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- مهدی‌زاده، محمد. (۱۳۸۹). نظریه‌های رسانه. چاپ اول، تهران: انتشارات همشهری.

- Al-Majdhoub, F.M & Hamzah, A. (2016). *FRAMING THE ISIL: A Content Analysis of the News Coverage by CNN And Aljazeera*. Malaysian Journal of Communication, Jilid 32(1) 2016:335-364.
- Alshathry, Talal (2015). *A comparative framing analysis of ISIL in the online coverage of CNN and Al-Jazeera*. Graduate Theses and Dissertations. 14683. Available at: <https://lib.dr.iastate.edu/etd/14683>
- McQuail, Denis (1992). *Media performance*. London, sage.
- Schiller, Herbert I (1973). *The mind managers*. Boston: Beacon press.

