

تصویرسازی فعالیت‌های هسته‌ای جمهوری اسلامی ایران در شبکه‌های تلویزیونی بین‌المللی

دکتر محمد مهدی فرقانی*، علی احمدی✉

چکیده

رسانه‌ها منابع اطلاعاتی سریع و مفیدی برای تصمیمات سیاسی به شمار می‌روند. تلاش برای همسو کردن افکار عمومی بین‌المللی با اهداف و سیاست‌های هر کشور از طریق پوشش رسانه‌ای، اهمیت خبر و شبکه‌های خبری بین‌المللی بویژه تلویزیونی را افزایش می‌دهد. تبلیغات شبکه‌های خبری بین‌المللی در باره فعالیت‌های هسته‌ای جمهوری اسلامی ایران، به گونه‌ای است که می‌تواند بر دیپلماسی و سیاست خارجی کشورها در قبال ایران بسیار تأثیرگذار باشد. این تحقیق با توجه به فعالیت گسترده شبکه‌های خبری تلویزیونی عربی و غربی در پوشش اخبار و گزارش‌های مربوط به فعالیت‌های هسته‌ای جمهوری اسلامی ایران، نحوه پوشش این اخبار را در شبکه‌های خبری غربی شامل بی بی سی (انگلیس)، سی ان ان و فاکس نیوز (امریکا)، فرانس ۲۴ (فرانسه) و شبکه‌های عربی شامل الجزیره (قطر) و العربیه (عربستان سعودی) بررسی می‌کند. یافته‌ها نشان می‌دهد، شبکه‌های خبری غرب تلاش می‌کنند برنامه هسته‌ای ایران را برنامه‌ای نظامی جلوه دهند. این موضوع در مورد شبکه‌های خبری عرب زبان در برخی مؤلفه‌ها مشابه و در برخی دیگر متفاوت است.

کلید واژه: بازنمایی رسانه‌ای، برجسته‌سازی، برنامه هسته‌ای جمهوری اسلامی ایران، تلویزیون، دیپلماسی عمومی، شبکه‌های خبری

* دکترای علوم ارتباطات، استادیار دانشگاه علامه طباطبایی

Email: baranto2002@yahoo.com

✉ کارشناس ارشد علوم ارتباطات

پذیرش نهایی: ۸۹/۱۲/۳

تجدید نظر: ۸۹/۷/۱۳

تاریخ دریافت: ۸۹/۴/۲۶

مقدمه

رسانه‌های جمعی امروزه مهم‌ترین منابعی هستند که مردم از طریق آنها اطلاعات خود را به روز می‌کنند. این رسانه‌ها که در بسیاری از تصمیم‌گیری‌ها نقش مهمی بر عهده دارند، در حقیقت، منابع اطلاعاتی سریع و مفیدی برای تصمیمات سیاسی تلقی می‌شوند. تلاش برای همسو کردن افکار عمومی بین‌المللی با اهداف و سیاست‌های هر کشور از طریق پوشش رسانه‌ای، اهمیت خبر و شبکه‌های خبری بین‌المللی، بویژه تلویزیونی را بیش از پیش می‌کند. فعالیت‌های ایران در زمینه فناوری هسته‌ای از جمله رویدادهای مهم کشور است که ابعاد جهانی گسترده‌ای یافته و توجه کشورها، نهادها و سازمان‌های بین‌المللی را به خود جلب کرده است. به این ترتیب، شناخت سیاستگذاری‌های رسانه‌ای کشورهای مختلف در قبال این فعالیت علمی جمهوری اسلامی، با توجه به موقعیت راهبردی ایران از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و از این رو، تحقیق درباره پوشش خبری فعالیت‌های هسته‌ای ایران در شبکه‌های تلویزیونی، امکان شناخت عمیق‌تر دیپلماسی عمومی و رسانه‌ای کشورها را در قبال ایران بویژه در خصوص این فعالیت‌ها فراهم می‌سازد. هالستی^۱ (۱۳۷۲) 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 به ندرت دقیق است» (ص، ۱۰۶). امروزه تأثیر فناوری‌های ارتباطی با عنوان «تأثیر سی ان ان» تعریف می‌شود. این تأثیر، به لحاظ تحلیلی، تحت سه مقوله متمایز و مستقل از یکدیگر مورد بحث قرار می‌گیرد. این مقولات در عین حال که معرف انواع تأثیرگذاری سی ان ان هستند، «تأثیر سی ان ان» را به مثابه عامل شتابزا، بازدارنده و برجسته‌ساز تعریف می‌کنند (لیوینگستون^۲، ۱۹۹۷).

تأثیر سی ان انی در دنیای امروز، دیگر خاص این شبکه خبری امریکایی نیست؛ شبکه‌های خبری العربیه و الجزیره، فاکس نیوز، بی بی سی و فرانس ۲۴ نیز هر یک، تأثیری خاص دارند و انحصار خبری را در جهان امروز در هم شکسته‌اند. این مفهوم می‌گوید رسانه‌های خبری می‌توانند هنگام رویدادها و بحران‌های انسانی، بر نظر دولتمردان تأثیر بگذارند و آنان را به مداخله در این بحران‌ها وادار کنند.

1. Holsti

2. Livingstone

تبلیغات شبکه‌های خبری بین‌المللی در خصوص فعالیت‌های هسته‌ای جمهوری اسلامی ایران به گونه‌ای است که ضمن تأثیر بر افکار مردم عادی یا حتی روزنامه‌نگاران، بر دیپلماسی و سیاست خارجی کشورها در قبال ایران نیز تأثیرگذار است. امروز بدون تردید می‌توان گفت که موضوع فعالیت‌های هسته‌ای ایران، به یکی از موضوع‌های ثابت و دایمی از نظر خبری و تحلیلی در رسانه‌های خبری دنیا تبدیل شده است. هر چند موضوع فعالیت‌های هسته‌ای جمهوری اسلامی ایران، اوایل نیمه دوم سال ۲۰۰۲ در دستور کار آژانس بین‌المللی انرژی اتمی قرار گرفته بود، پخش گزارشی از شبکه تلویزیونی سی ان ان چهار ماه بعد، در ۱۳ دسامبر سال ۲۰۰۲ و نمایش عکس‌های ماهواره‌ای گرفته شده از تأسیسات هسته‌ای ایران، نقش بسیار مؤثری در افزایش هجوم تبلیغاتی علیه این کشور داشت. این موضوع زمانی جدی‌تر شد که صحت عکس‌های ماهواره‌ای گرفته شده از تأسیسات نطنز و اراک به تأیید رسید و تبلیغ در این خصوص، بتدریج در شبکه‌های خبری بین‌المللی گسترش یافت. در حالی که افکار عمومی داخل کشور در خصوص موضوع هسته‌ای به شدت متأثر از عملکرد رسانه‌های دولتی داخلی است، افکار عمومی در سطح بین‌المللی و بویژه در غرب به شدت از عملکرد رسانه‌های خبری خارجی تأثیر می‌پذیرد. با توجه به نقش مهم شبکه‌های خبری بین‌المللی در جهت‌دهی به افکار عمومی، گزینشگری و نیز سیاستگذاری‌های خارجی، پژوهش حاضر در صدد یافتن پاسخ برای این پرسش است که شبکه‌های خبری ماهواره‌ای «بی بی سی»، «سی ان ان»، «فاکس نیوز»، «فرانس ۲۴»، «الجزیره» و «العربیه» که از آنها به عنوان مهم‌ترین شبکه‌های خبری بین‌المللی یاد می‌شود، اخبار فعالیت‌های هسته‌ای ایران را چگونه پوشش می‌دهند و آیا تفاوتی در نحوه انعکاس رویدادهای هسته‌ای ایران در این شبکه‌ها وجود دارد؟ مسئله دیگر این است که آیا شبکه‌های خبری عربی و به طور خاص الجزیره و العربیه، که مالکان آنها از نظر مجاورت جغرافیایی و معنوی به ایران نزدیک‌تر هستند، به لحاظ پوشش این اخبار با شبکه‌های غربی تفاوت دارند.

اهداف تحقیق

هدف اصلی این تحقیق، مقایسه نحوه پوشش اخبار فعالیت‌های هسته‌ای ایران در شبکه‌های

خبری بین‌المللی «بی بی سی»، «سی ان ان»، «فاکس نیوز»، «فرانس ۲۴»، «الجزیره» و «العربیه» بویژه مقایسه شبکه‌های عرب و غیر عرب است. در این تحقیق، علاوه بر هدف اصلی، قصد بر آن است که مواردی چون جهت‌گیری یا صفت ارزشی شبکه‌های خبری بین‌المللی در بازتاب مسائل هسته‌ای ایران، بار معنایی مطالب مربوط به رویدادهای هسته‌ای ایران در شبکه‌های تلویزیونی بین‌المللی، لحن شبکه‌های خبری بین‌المللی، نحوه بازنمایی اهداف ایران از پیگیری برنامه هسته‌ای، چارچوب تعیین شده در شبکه‌های خبری بین‌المللی برای چگونگی فعالیت‌های هسته‌ای ایران و مرجع نهایی معرفی شده برای بررسی پرونده ایران از نگاه شبکه‌های خبری بین‌المللی مورد بررسی قرار گیرد.

پرسش‌های تحقیق

تحقیق حاضر در پی یافتن پاسخی برای پرسش‌های زیر است:

۱. میزان پوشش اخبار مربوط به فعالیت‌های هسته‌ای ایران در شبکه‌های مختلف عرب و غیر عرب چگونه است؟
۲. آیا میان شبکه‌های خبری مورد بررسی، از نظر استفاده از لحن تهدیدآمیز در مطالب تفاوت وجود دارد؟
۳. آیا میان شبکه‌های خبری مورد بررسی، از نظر نوع تهدید استفاده شده در مطالب مربوط به موضوع هسته‌ای ایران تفاوت وجود دارد؟
۴. آیا میان شبکه‌های خبری مورد بررسی، از نظر چارچوب‌گذاری مرتبط با فعالیت‌های هسته‌ای ایران تفاوت وجود دارد؟
۵. آیا میان شبکه‌های خبری مورد بررسی، از نظر بازنمایی هدف ایران از پیگیری برنامه هسته‌ای تفاوت وجود دارد؟
۶. آیا میان شبکه‌های خبری مورد بررسی، از نظر نوع صفات ارزشی استفاده شده در مطالب مربوط به موضوع هسته‌ای ایران تفاوت وجود دارد؟
۷. آیا میان شبکه‌های خبری مورد بررسی، از نظر اعلام مرجع نهایی رسیدگی به پرونده هسته‌ای ایران تفاوت وجود دارد؟

مبانی نظری تحقیق

در این تحقیق، به منظور بررسی نحوه پرداختن به اخبار و گزارش‌های مربوط به فعالیت‌های هسته‌ای جمهوری اسلامی ایران در شبکه‌های خبری بین‌المللی، از نظریه‌هایی مانند برجسته‌سازی، چارچوب‌سازی و بازنمایی استفاده می‌شود.

الف) نظریه برجسته‌سازی

والتر لیپمن^۱ (۱۹۲۲) در کتاب افکار عمومی این دیدگاه را مطرح کرده است که «مردم به تصاویر ذهنی خود بیشتر از ارتباط مستقیم با محیطشان پاسخ می‌دهند» (ص ۱۷). این تصاویر را در بسیاری از اوقات رسانه‌ها در ذهن مردم ایجاد می‌کنند. کوهن^۲ (۱۹۶۳) نیز دیدگاه خود را در این خصوص، با بیان اینکه «مطبوعات بیش از یک تأمین‌کننده خبر و افکار به شمار می‌روند» مطرح کرده است. به اعتقاد وی، رسانه‌ها ممکن است در بسیاری از اوقات موفق نشوند به مردم بگویند به چه فکر کنند اما به طرز عجیبی می‌توانند بگویند که درباره چه فکر کنند (ص ۱۳).

برجسته‌سازی^۳، روش‌های مختلفی را شامل می‌شود که برای جلب توجه حرفه‌ای‌های رسانه و عموم به کار می‌رود (دیرینگ^۴ و راجرز^۵، ترجمه کیا و رشکیانی، ۱۳۸۵). این مفهوم همچنان که از نامش پیداست، حکایت از آن دارد که وسایل ارتباط جمعی در بازتاب اخبار رویدادهای مختلف با برجسته کردن و اولویت دادن به برخی خبرها، بر نگرش مخاطبان یا افکار عمومی تأثیر می‌گذارند و به آن جهت می‌دهند. این نظریه را اوایل دهه ۱۹۷۰ مک کومیز^۶ و شاول^۷ مطرح کردند؛ هر چند افرادی مانند مک کوئیل^۸ (ترجمه اجلالی، ۱۳۸۲) پیش‌تر در مورد این موضوع که رسانه‌ها اولویت همگان را تعیین می‌کنند، مطالبی را مطرح کرده بودند.

به اعتقاد مک کوئیل، فراگرد برجسته‌سازی نه به یک اولویت، بلکه به سه اولویت متفاوت مربوط می‌شود. یک اولویت، در گروه سیاسی یا سایر گروه‌های ذی‌نفع جای

1. Walter Lippmann

2. Chohen

3. agenda setting

4. Dearing

5. Rogers

6. McCombs

7. Shaw

8. McQuail

می‌گیرد؛ دیگری، اولویت رسانه‌هاست که ارزش‌های خبری و سلیقه‌های ملموس مخاطبان بر آن تأثیر می‌گذارد و به آن ساخت می‌دهد و اولویت سوم، از آن همگان است که تصور می‌شود تحت تأثیر رسانه‌هاست (به نقل از ویندال^۱، ترجمه دهقان، ۱۳۷۶، ص ۳۲۶).

بر اساس این نظریه، «تأکید و برجستگی موضوعات و مسائل در وسایل ارتباط جمعی موجب برجسته شدن آنها در ذهن مخاطبان می‌شود» ضمن اینکه برجسته کردن مسائل، تغییرات رفتاری به دنبال ندارد و فقط موجب تغییرات شناختی یا اطلاعاتی می‌شود. کارکرد برجسته‌سازی رسانه‌ها را، گرایش رسانه‌ها به تأثیر گذاشتن بر آنچه مردم درباره آن فکر می‌کنند یا مهم به شمار می‌آورند، توصیف کرده‌اند. راجرز و دیرینگ (۱۹۹۳) برجسته‌سازی را چنین تعریف می‌کنند: «فراگردی که به واسطه آن، رسانه‌های جمعی اهمیت نسبی موضوعات و تأثیرات گوناگون را به مخاطب منتقل می‌کنند» (ص ۵۵۶). یعنی اولویت‌بندی فهرستی از موضوعات و رویدادها که در یک نقطه زمانی بر حسب سلسله مراتب تنظیم شده‌اند. پژوهشگران ارتباطات همچنین، «رویدادها» را وقایع معین و محدود به زمان و مکان تعریف کرده‌اند. به اعتقاد آنان «موضوعات» رشته‌ای از رویدادهای مرتبط به هم هستند (شاو، ۱۹۷۷). بیشتر محققان ارتباطات، فرایند برجسته‌سازی را به عنوان فرایندی سیاسی در نظر گرفته‌اند. درک عمیق‌تر از فرایند برجسته‌سازی در اشتراک تحقیقات ارتباط جمعی و علوم سیاسی قرار می‌گیرد. برجسته‌سازی می‌تواند به طور مستقیم بر سیاست تأثیر بگذارد (دیرینگ و راجرز، ترجمه کیا و رشکیانی، ۱۳۸۵، ص ۹). به اعتقاد مک کومبز و رینولدز^۲ (۲۰۰۲) مطالعات اولیه برجسته‌سازی، بر نقش رسانه‌های خبری در تعیین اولویت عموم متمرکز شده بودند اما به تازگی، برخی از مطالعات مربوط به برجسته‌سازی این موضوع را بررسی می‌کنند که رسانه‌ها بر چه اساس اولویت‌ها را تعیین می‌کنند و چه کسی چنین کاری را انجام می‌دهد. این مطالعات بر قدرت منابع^۳ و یارانه اطلاعاتی^۴ تأکید کرده‌اند. همچنان که گفته شد، در بسیاری از مطالعات نیز رابطه رسانه و سیاست بررسی شده است. برخی از آنها تأثیر بر دیپلماسی عمومی را که رسانه خبری با پوشش خود به آن

1. Vindal 2. Reynolds 3. power of sources
4. information subsidies

جهت می‌دهد، بررسی کرده‌اند. برای مثال، پوشش رسانه‌ای گسترده، دولت جیمی کارتر^۱، رئیس‌جمهور پیشین آمریکا را وادار کرد - درباره ماجرای گروگان‌های آمریکایی در ایران - تصمیمی بگیرد که تمایلی به آن نداشت (دیماندا^۲، ۱۹۸۲).

از کوهن (۱۹۶۳) تا مک کومبز (۲۰۰۴) بسیاری از دانشمندان پی بردند که رسانه‌های خبری نقش مهمی در روند طرح‌ریزی سیاست خارجی ایفا می‌کنند. بسیاری از آنها اعلام کرده‌اند که رسانه‌های خبری در تعیین اولویت‌ها با سیاستگذاران امور خارجی تعامل دارند (چنگ^۳، ۱۹۹۳).

اهمیت رسانه‌ها در پیشبرد سیاست خارجی کشورها به گونه‌ای است که دونالد رامسفلد^۴، وزیر دفاع آمریکا، در سخنرانی ژانویه ۲۰۰۶ خود در شورای روابط خارجی به صراحت اعلام کرد بعضی از حیاتی‌ترین نبردهای آمریکا اینک در «اتاق‌های خبر» در جریان است (به نقل از خرازی آذر، ۱۳۸۷).

بنابراین، حتی شاید بتوان گفت که پوشش رسانه‌ای تحت تأثیر دیپلماسی عمومی است. این مطالعات نشان داد که دولت، بازیگر اصلی در روند شکل‌گیری پوشش خبری داخلی و سیاست خارجی است.

ب) نظریه چارچوب‌سازی

گفته شد که بر اساس نظریه برجسته‌سازی، رسانه‌ها با تأکید بر برخی موضوعات، افکار عمومی را تحت تأثیر قرار می‌دهند. به گفته مک کومبز، هر یک از موضوعاتی که در اولویت قرار می‌گیرند، «خصیصه‌های بسیاری دارند» یعنی ویژگی‌هایی که تصویر هر موضوع را نمایش می‌دهد. وقتی موضوعات از نظر اهمیت و برجستگی تغییر می‌یابند، صفات هر یک از آنها نیز تغییر می‌یابد (شیافر^۵، ۲۰۰۷، ص ۲۲). در مورد برجسته‌سازی گفته شد به رسانه این امکان داده می‌شود که بگوید درباره چه فکر کنیم نه اینکه به چه فکر کنیم اما چارچوب‌سازی نه تنها به رسانه این امکان را می‌دهد که بگوید درباره چه فکر کنیم بلکه همچنین می‌گوید چطور درباره چیزی فکر کنیم (مک کومبز و رینولدز، ۲۰۰۴).

1. Jimi Carter

2. Dimaond

3. Chang

4. Donald Rumsfeld

5. Shiafer

بر این اساس، رسانه ممکن است راهی برای گریز از انتشار خبر نداشته باشد و گاهی با توجه به برجسته‌سازی بین رسانه‌ای، ناچار از پوشش یک رویداد شود؛ پس رویداد را پوشش می‌دهد تا اعتبار خود را از دست ندهد اما به مخاطب می‌گوید «آن طور که من می‌خواهم درباره این موضوع فکر کن!»

مک کومبز، چارچوب‌سازی را نسخه پالایش شده برجسته‌سازی می‌داند. از این دیدگاه، چارچوب‌سازی به معنای برجسته ساختن برخی جنبه‌های یک موضوع از طریق شیوه‌های مختلف ارائه موضوع و در نتیجه تغییر رفتارهای مردم در قبال آن است. او این پدیده را سطح دوم برجسته‌سازی می‌نامد (به نقل از شوپفل^۱ و تیوکسبری^۲، ۲۰۰۷، ص ۱۵).

فرضیه اصلی که به سطح دوم برجسته‌سازی یا چارچوب‌سازی مربوط می‌شود، می‌گوید رسانه خبری بر اهمیت صفات، جنبه‌ها یا ویژگی‌های موضوع در ذهن عموم تأکید می‌کند برای مثال، در پوشش رسانه‌ای یک نامزد انتخاباتی، خصوصیات این فرد مانند توابع مورد توجه قرار می‌گیرد و این سؤال مطرح می‌شود که چرا برخی از ویژگی‌های این نامزد انتخاباتی بیان می‌شود اما در مورد نامزد دیگر، به چنین ویژگی‌هایی پرداخته نمی‌شود. این سؤال را می‌توان به سایر رویدادهای سیاسی، بویژه رویدادهای بین‌المللی نیز تعمیم داد و پرسید چرا برخی از رسانه‌ها تنها به بعضی از ویژگی‌های یک رویداد اشاره می‌کنند و ویژگی‌های دیگر آن را به اطلاع مخاطب نمی‌رسانند؟

رابرت انتمن^۳ (۱۹۹۳)، تأکید کرد که چارچوب‌ها برای جلب توجه افراد به برخی عناصر و توجه نکردن به برخی عناصر دیگر به کار می‌روند. او همچنین بر این باور است که «شیوه چارچوب‌گذاری یک موضوع باید مشخص کند مردم چگونه می‌توانند موضوعی را درک و ارزیابی کنند» (ص ۵۲).

در گزارش‌های خبری و نرم‌خبرها این چارچوب‌ها بیشتر مشاهده می‌شود؛ لحن گفتار و تصاویر در اخبار و گزارش‌های تلویزیونی از مصادیق بارز چارچوب‌گذاری به شمار می‌رود. چارچوب‌سازی در واقع دو مرحله پس از دروازه‌بانی است؛ به گونه‌ای که نخست، دروازه بان درباره پخش شدن یا نشدن یک رویداد تصمیم می‌گیرد و در صورتی که

1. Scheufele

2. Tewkesbury

3. Robert Entman

خبر برای پخش تأیید شد، درباره برجسته شدن یا نشدن موضوع و سرانجام برجسته شدن یا نشدن برخی جنبه‌های آن تصمیم‌گیری می‌شود.

مک کومبز و قانم^۱ (۲۰۰۳)، دو گروه کلی از صفت‌ها را در سطح دوم برجسته‌سازی معرفی می‌کند: صفات شناختی^۲ (یا ذاتی^۳) و صفات عاطفی^۴ یا ارزشی. صفات شناختی به توصیف و تعریف موضوع در رسانه مربوط می‌شوند در حالی که صفات عاطفی، به لحن رسانه برای ارائه موضوع و ارزشگذاری آن (مثبت، منفی یا خنثی) اختصاص دارند. تفاوت ظاهری بین این نوع صفات همیشه واضح و روشن نیست (شیفر^۵، ۲۰۰۷، ص ۲۳). البته این نکته را نیز باید در نظر داشت که منبع، نقش مهمی در چارچوب‌سازی ایفا می‌کند. هر چقدر منبع قوی‌تر باشد، بهتر می‌تواند جریان اطلاعات را کنترل کند همچنان که صفت‌های ارزشی به کار رفته در آن نیز بیشتر مخاطب را اقناع می‌کند.

انگاره‌سازی و بازنمایی رسانه‌ای

انگاره از نظر فیسک^۶، در اصل به معنای بازنمایی تصویری از واقعیت است چه فیزیکی باشد (برای مثال، در یک تصویر یا عکس) و چه تخیلی (برای مثال در ادبیات یا موسیقی). انگاره اکنون بیشتر به معنای نوعی تولید یا برداشت عمومی است که برای جذب مخاطب طراحی شده است تا باز تولید واقعیت؛ انگاره در واقع، درجه‌ای از کذب را نشان می‌دهد زیرا واقعیت به ندرت با انگاره ارتباط دارد. به این معنا می‌توانیم درباره انگاره یک کالای مصرفی یا یک سیاستمدار صحبت کنیم (اسولیان^۷ و همکاران، ۱۹۹۴، ص ۱۴۴).

به اعتقاد گربنر^۸ (۱۹۶۴) «در اصل، هیچ نظام ایدئولوژیک، غیر سیاسی و بی‌طرف در گردآوری اخبار وجود ندارد» (به نقل از مک کوئیل، ترجمه اجلالی، ۱۳۸۲، ص ۲۹۸).

1. Ghanem	2. cognitive	3. substantive
4. affective	5. Sheaffer	6. Fisk
7. O'Sullivan	8. Gerebner	

رالف نگرین^۱ نیز در مقاله «خبر و تهیه خبر» به انحراف عقیدتی تصویر و زبان اشاره می‌کند و می‌نویسد:

«هم تصویر و هم زبان، تا حدودی دچار انحراف ایدئولوژیک هستند. به این معنی که در هنگام تهیه و پخش اخبار تلویزیونی، اقداماتی نظیر انتخاب زاویه دوربین، انتخاب کلمات، انتخابات تصاویر و ... صورت می‌گیرد که الزاماً «واقعیتی» را که قرار است از آن خبری تهیه شود، تحت الشعاع قرار می‌دهد و به انحراف می‌کشاند. این انتقاد از کار تلویزیون موجب شده است که محققان در مورد توانایی تلویزیون در عملی کردن خواسته‌های دایمی خود و به تصویر در آوردن «واقعیت» و ارائه «بی طرفی واقعی» تردید نشان دهند. همچنین این مسئله باعث شده است که نگرانی درباره «جهت‌گیری» در اخبار تلویزیون بار دیگر احیا شود» (ترجمه پیرو زفر، ۱۳۷۰، ص ۳۸).

بنابراین، انگاره، سازه‌ای ترکیبی است که مجموعه برداشت‌های فرد را از ابعاد گوناگون واقعیت نشان می‌دهد یعنی تصویرهایی که شخص از یک موضوع دارد. این انگاره‌ها تا حدودی به هم وابسته‌اند و با پی بردن به یکی از آنها می‌توان دیگری را پیش‌بینی یا استنباط کرد.

«بازنمایی^۲» تولید معنا از طریق چارچوب‌های مفهومی و گفتمانی است. به این ترتیب که «معنا» از طریق نشانه‌ها بویژه زبان تولید می‌شود. زبان، سازنده معنا برای اشیای مادی و رویه‌های اجتماعی است و تنها واسطه‌ای خنثی و بی‌طرف برای صورت‌بندی معانی و معرفت درباره جهان، محسوب نمی‌شود. فرایند تولید معنا از طریق زبان را «رویه‌های دلالت» می‌نامند. از این رو، آنچه واقعیت نامیده می‌شود، خارج از فرایند «بازنمایی» نیست. البته این به معنای آن نیست که هیچ جهان مادی واقعی وجود ندارد بلکه مهم معنایی است که به جهان مادی داده می‌شود. استوارت هال^۳ می‌گوید: «هیچ چیز معناداری خارج از گفتمان وجود ندارد؛ و وظیفه مطالعات رسانه‌ای سنجش شکاف میان واقعیت و بازنمایی نیست بلکه تلاش برای شناخت این نکته است که معانی به چه نحوی از طریق رویه‌ها و صورت‌بندی‌های گفتمانی تولید می‌شوند. از دیدگاه هال، ما جهان را از طریق بازنمایی می‌سازیم و بازسازی می‌کنیم» (به نقل از مهدی‌زاده، ۱۳۸۷، ص ۱۵).

1. Ralph Negrin

2. representation

3. Stuart Hall

بودریار^۱ (۱۹۸۳) اصل «شباهت‌آفرینی» را درباره تلویزیون مطرح می‌کند و می‌گوید این اصل حاکی از آن است که تلویزیون و سایر رسانه‌ها، دیگر منعکس‌کننده واقعیت بیرون نیستند. رسانه‌ها هیچ رابطه‌ای با عالم واقعیت بیرون ندارند، بلکه فقط در حال شباهت‌آفرینی محض هستند. استدلال بودریار این است که تلویزیون به این طریق و سایر شیوه‌ها وجه تقلید واقعیت را که برای آن در نظر گرفته شده است، نقض می‌کند (به نقل از دالگرن^۲، ترجمه شفقتی، ۱۳۸۵، ص ۶۴).

هر چند محتوای یک پیام، اهمیت زیادی در اطلاع‌رسانی دارد، شیوه ارائه آن نیز کمتر از محتوای آن تأثیرگذار نیست. محتوای رسانه‌های امروز بر پایه نیازها و مصلحت‌های ملی و بین‌المللی تهیه و تلاش می‌شود با توجه به شرایط و درک وضعیت موجود، توزیع شود. نداشتن شناخت از گفتمان سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی در سطح ملی و بین‌المللی ممکن است صدمات زیادی به توزیع پیام وارد کند بنابراین، کوشش رسانه‌ها این است که برداشت مخاطب از جهان را با حساسیت بسیار زیاد کنترل کنند. ون دایک^۳ با اشاره به نقش رسانه‌ها در بازنمایی می‌نویسد:

«پذیرش جنگ با کشوری مانند عراق یا نبرد علیه تروریسم، پیش از آنکه به مشروعیت و توجیه بستگی داشته باشد، به روش بازنمایی دشمن و رفتار او در رسانه‌ها وابسته است. طبق همین روش بازنمایی رسانه‌ای است که انگاره‌ها و تصورات فراگیری از مفاهیمی چون گروه‌های تروریست و بنیادگرا و سایر اشکال استنباط تهدید علیه امنیت و منافع مشروع «خود» توجیه می‌شود» (ترجمه شفقتی، ۱۳۸۰، ص ۱۷).

بنابراین، محتوای رسانه‌ها منبع قدرتمندی درباره جهان اجتماعی است؛ زیرا جریان مداوم و مکرر بازنمایی رسانه‌ای از «دیگران» به طرز قوی بر ادراک‌ها و کنش‌های مخاطبان آنها از کسانی که بازنمایی می‌شوند، تأثیر می‌گذارد و این بازنمایی، عین واقعیت پنداشته می‌شود (مهدی‌زاده، ص ۵۲).

این نکته را نباید از نظر دور داشت که بازنمایی واقعیت، خود به شیوه‌های متفاوتی صورت می‌گیرد که امروزه به عنوان ترفندهای عملیات روانی از آنها نام برده می‌شود. عملیات روانی در حال حاضر، به یکی از موضوعات مهم رسانه‌ها تبدیل شده است.

روش پژوهش

روش به کار رفته در این پژوهش، «تحلیل محتوا» و «واحد تحلیل»، مطالبی (شامل خبر، گزارش، مصاحبه و ...) است که در زمینه فعالیت‌های هسته‌ای جمهوری اسلامی ایران از شبکه‌های مورد بررسی در سال ۱۳۸۷ پخش شده است. برای بررسی اخبار مربوط به این فعالیت‌ها در شبکه‌های خبری «الجزیره، العربیه، بی بی سی، فاکس نیوز، فرانس ۲۴ و سی ان ان» از روش نمونه‌گیری احتمالی سیستماتیک استفاده و حجم نمونه برابر چهار ماه آماری در نظر گرفته شد. به این صورت که به طور تصادفی، از هر هفته، دو روز، از هر ماه، هشت روز و در مجموع، ۹۶ روز در طول این مدت چهار ماه آماری به روش نمونه‌گیری تصادفی سیستماتیک انتخاب شد و در نهایت ۱۲۵۴ مطلب برای تحقیق کدگذاری و نتایج به دست آمده، تحلیل شد. ضریب پایایی تحقیق، بر اساس فرمول اسکات برای متغیرهایی که احتمال اعمال نظر کدگذار، خطا یا اشتباه در مورد آنها وجود داشت، محاسبه شد که میزان آن بالای ۸۰ درصد بود.

تعریف نظری و عملیاتی متغیرها و مفاهیم تحقیق

۱. شبکه‌های خبری. منظور از شبکه‌های خبری در این تحقیق، شبکه‌های تلویزیونی الجزیره و العربیه، به عنوان شبکه‌های عرب و شبکه‌های بی بی سی، فاکس نیوز، فرانس ۲۴ و سی ان ان، به عنوان شبکه‌های غیر عرب است.
 ۲. تهدیدآمیز بودن لحن مطلب. منظور این است که آیا مطلب ارائه شده لحن تهدیدآمیز دارد یا خیر؟
 ۳. نوع تهدید. این مقوله در مورد مطالبی است که دارای لحن تهدیدآمیز هستند و به صورت زیر تقسیم‌بندی می‌شود: الف) اعمال فشار، تشدید مجازات و تحریم همه جانبه؛ ب) انزوای بین‌المللی ایران؛ ج) حمله نظامی؛ د) سایر
 ۴. چارچوب تعیین شده در خصوص فعالیت‌های هسته‌ای ایران
- الف) نظامی بودن برنامه هسته‌ای ایران. خبرهایی که القاکننده برنامه هدفمند ایران برای دستیابی به سلاح هسته‌ای است.

ب) مشکوک و تهدیدآمیز بودن. در این گونه خبرها به طور دقیق مشخص نمی‌شود که برنامه هسته‌ای ایران صلح‌آمیز است یا غیر صلح‌آمیز. به این ترتیب رسانه، موضع غرب مبنی بر نظامی بودن و اصرار مقامات ایران بر صلح‌آمیز بودن برنامه را مطرح می‌کند اما با ابراز نگرانی موضوع را تهدیدآمیز می‌شمرد.

د) صلح‌آمیز بودن. در این گونه خبرها، هدف ایران از ادامه برنامه هسته‌ای، دستیابی به انرژی برق برای تأمین نیازهای داخلی عنوان می‌شود.

ه) بدون چارچوب. در این خبرها، به صلح‌آمیز بودن، نظامی بودن یا مشکوک و تهدیدآمیز بودن برنامه هسته‌ای ایران اشاره‌ای نمی‌شود.

۵. بازنمایی هدف ایران از پیگیری برنامه هسته‌ای

الف) دسترسی به انرژی صلح‌آمیز. همه مطالبی که هدف ایران را از پیگیری برنامه هسته‌ای، تأمین برق مورد نیاز و دستیابی به انرژی صلح‌آمیز هسته‌ای می‌دانند.

ب) دستیابی به سلاح هسته‌ای. مطالبی که هدف ایران را از پیگیری برنامه هسته‌ای، دستیابی به بمب اتمی می‌دانند.

ج) تهدید منافع جهانی. در این مقوله تأکید می‌شود که برنامه هسته‌ای ایران در هر صورت، منافع جهانی را تهدید می‌کند.

د) اعلام نشده. به هدف ایران از پیگیری برنامه هسته‌ای اشاره نشده است.

۶. صفت ارزشی مطلب

الف) مثبت. مطالبی که با مطالعه متن یا شنیدن آنها، نوعی دید مثبت در ذهن مخاطب حاصل شود و نشان‌دهنده پیشرفت در مذاکرات مربوط به پرونده هسته‌ای و تفاهم در این مذاکرات باشد یا به نحوی در آنها از پرونده هسته‌ای ایران دفاع شود.

ب) منفی. مطالبی که با استفاده از بار عاطفی واژه‌ها، یأس و ناکامی در مذاکرات مربوط به پرونده هسته‌ای ایران را به مخاطب القا کند یا با چپ‌نشین هدفمند جملات، برنامه‌های هسته‌ای این کشور را در دیدگاه مخاطب بسیار منفی جلوه دهد.

ج) ترکیبی. مطالبی که هم نشان‌دهنده جنبه‌ای منفی از برنامه هسته‌ای ایران باشد و

هم به جنبه‌های مثبت آن اشاره کند. این مورد بیشتر هنگامی به چشم می‌خورد که رسانه، دیدگاه ایران را درباره برنامه هسته‌ای، همزمان با دیدگاه غرب به مخاطب ارائه می‌کند. (ه) وجود ندارد. مطالبی که در آنها از هیچ گونه صفت ارزشی استفاده نشده است. ۷. مرجع نهایی حل پرونده هسته‌ای ایران: مطالبی که در آنها مراجع زیر به عنوان مرجع نهایی حل پرونده هسته‌ای ایران معرفی شده‌اند: الف) آژانس بین‌المللی انرژی اتمی؛ ب) جامعه بین‌المللی؛ ج) شورای امنیت؛ د) ایالات متحده آمریکا؛ ه) اعلام نشده

یافته‌های پژوهش

پرسش ۱. میزان پوشش اخبار مربوط به فعالیت‌های هسته‌ای ایران در شبکه‌های مختلف عرب و غیر عرب چگونه است؟ با توجه به جدول ۱، از مجموع ۱۲۵۴ مطلب بررسی شده، بیشترین فراوانی مطالب با ۳۱۸ مورد (۲۵/۴ درصد) متعلق به شبکه «الجزیره» است و پس از آن، شبکه «العربیه» با ۲۹۶ مورد (۲۳/۶ درصد) قرار دارد. کمترین فراوانی مطالب نیز با ۹۶ مورد (۷/۷ درصد) متعلق به شبکه «فرانس ۲۴» است.

جدول ۱- توزیع فراوانی مطالب بر حسب شبکه خبری

نام شبکه	فراوانی	درصد
الجزیره	۳۱۸	۲۵/۴
العربیه	۲۹۶	۲۳/۶
فاکس نیوز	۲۵۰	۱۹/۹
بی بی سی	۱۴۸	۱۱/۸
سی ان ان	۱۴۶	۱۱/۶
فرانس ۲۴	۹۶	۷/۷
جمع	۱۲۵۴	۱۰۰

پرسش ۲. آیا میان شبکه‌های خبری مورد بررسی، از نظر کاربرد لحن تهدیدآمیز در مطالب، تفاوت وجود دارد؟

با توجه به جدول ۲، نتیجه می‌گیریم بین شبکه‌های مختلف، از نظر کاربرد لحن

تصویرسازی فعالیت‌های هسته‌ای جمهوری اسلامی ایران در شبکه‌های تلویزیونی بین‌المللی ❖ ۷۷

تهدیدآمیز در بیان مطالب، تفاوت معنادار وجود دارد. بر این اساس، شبکه‌های مورد بررسی در ۷۱۲ مطلب (۵۶/۸ درصد) از لحن تهدیدآمیز استفاده نکرده‌اند اما ۵۴۲ مطلب (۴۳/۲ درصد) دارای لحن تهدیدآمیز بوده‌اند.

در مورد میزان استفاده شبکه‌های خبری از لحن تهدیدآمیز در بیان مطالب باید گفت شبکه‌های امریکایی فاکس نیوز و سی ان ان و بی بی سی، به ترتیب با ۶۰، ۵۶/۲ و ۴۴/۶ درصد، در بیان مطالب خود بیشتر لحن تهدیدآمیز داشته‌اند.

جدول ۲- مقایسه شبکه‌های خبری از نظر کاربرد لحن تهدیدآمیز در بیان مطالب

جمع	شبکه خبری						تهدیدی بودن لحن مطلب		
	سی ان ان	فرانس ۲۴	فاکس نیوز	زنا	العربیه	الجزیره			
۵۴۲	۸۲	۴۲	۱۵۰	۶۶	۱۱۰	۹۲	تعداد	بله	تهدیدی بودن مطلب
۴۳/۲	۵۶/۲	۴۳/۸	۶۰/۰	۴۴/۶	۳۷/۲	۲۸/۹	درصد ستونی		
۷۱۲	۶۴	۵۴	۱۰۰	۸۲	۱۸۶	۲۲۶	تعداد	خیر	
۵۶/۸	۴۳/۸	۵۶/۳	۴۰/۰	۵۵/۴	۶۲/۸	۷۱/۱	درصد ستونی		
۱۲۵۴	۱۴۶	۹۶	۲۵۰	۱۴۸	۲۹۶	۳۱۸	تعداد	جمع	
۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	درصد ستونی		

$$\chi^2=۶۹/۶۶۲ \quad df=۵ \quad sig=۰/۰۰$$

پرسش ۳. آیا میان شبکه‌های خبری مورد بررسی از نظر نوع تهدید به کار رفته در مطالب مربوط به موضوع هسته‌ای ایران، تفاوت وجود دارد؟

چنان که جدول ۳، نشان می‌دهد بین شبکه‌های مختلف، از نظر استفاده از انواع تهدید در مطالب، تفاوت معنادار وجود دارد. شبکه‌های مورد بررسی در ۵۴۲ مورد از مطالب خود به نحوی از تهدید علیه ایران استفاده کرده‌اند. در این میان، بیشترین نوع تهدید، «اعمال فشار، تشدید مجازات و تحریم همه جانبه» با ۲۵۶ مورد (۴۷/۲ درصد) و کمترین نوع تهدید «انزوای بین‌المللی ایران» و سایر انواع تهدیدها با ۴۲ مورد (۷/۷ درصد) بوده است.

در میان شبکه‌های خبری، سی ان ان بیش از همه (۶۸/۳ درصد) و پس از آن، فرانس ۲۴ (۶۶/۷ درصد) از اعمال فشار، تشدید مجازات و تحریم همه جانبه علیه ایران استفاده کرده‌اند. در به کارگیری تهدید «انزوای بین‌المللی ایران» در میان مطالب خبری، شبکه بی بی سی (۱۵/۲ درصد) و العربیه (۱۰/۹ درصد) بیشتر از سایر شبکه‌ها از این نوع تهدید استفاده کرده‌اند. در حالی که در فرانس ۲۴ این نوع تهدید اصلاً به کار نرفته است. شبکه خبری العربیه، فاکس نیوز و الجزیره به ترتیب با ۵۰/۹، ۴۲/۷ و ۴۱/۳ درصد بیش از سایر شبکه‌ها از تهدید «حمله نظامی» در مطالب خود استفاده کرده‌اند. همچنین شبکه فاکس نیوز بیش از بقیه شبکه‌های خبری (۱۶ درصد)، از سایر تهدیدها در مطالب خود استفاده کرده‌اند. این در حالی است که شبکه فرانس ۲۴ هیچ استفاده‌ای از این سایر تهدیدها نکرده است.

جدول ۳- مقایسه شبکه‌های خبری از نظر نوع تهدید اعمال شده در مطالب

جمع	شبکه خبری						نوع تهدید	
	سی ان ان	فرانس ۲۴	فاکس نیوز	جزیره	العربیه	ان‌ان‌ان		
۲۵۶	۵۸	۲۸	۴۸	۳۶	۴۰	۴۸	تعداد	اعمال فشار، تشدید مجازات و تحریم همه جانبه
۴۷/۲	۶۸/۳	۶۶/۷	۳۲/۰	۵۴/۵	۳۶/۴	۵۲/۲	درصد ستونی	
۴۲	۲	۰	۱۴	۱۰	۱۲	۴	تعداد	انزوای بین‌المللی ایران
۷/۷	۲/۴	۰/۰	۹/۳	۱۵/۲	۱۰/۹	۴/۳	درصد ستونی	
۲۰۲	۱۶	۱۴	۶۴	۱۴	۵۶	۳۸	تعداد	حمله نظامی
۳۷/۳	۱۹/۵	۳۳/۳	۴۲/۷	۲۱/۲	۵۰/۹	۴۱/۳	درصد ستونی	
۴۲	۸	۰	۲۴	۶	۲	۲	تعداد	سایر
۷/۷	۹/۸	۰/۰	۱۶/۰	۹/۱	۱/۸	۲/۲	درصد ستونی	
۵۴۲	۸۲	۴۲	۱۵۰	۶۶	۱۱۰	۹۲	تعداد	جمع
۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	درصد ستونی	

$$\chi^2=۸۱/۰۲۳ \quad df=۱۵ \quad sig=۰/۰۰ \quad V=۰/۲۲۳$$

پرسش ۴. آیا میان شبکه‌های خبری مورد بررسی، از نظر چارچوب مطالب مربوط به فعالیت‌های هسته‌ای ایران تفاوت وجود دارد؟

با توجه به جدول ۴ نتیجه می‌گیریم بین شبکه‌های مختلف از نظر چارچوب تعیین شده در خصوص فعالیت‌های هسته‌ای ایران تفاوت معنادار وجود دارد.

در توصیف جدول باید گفت، شبکه‌های خبری به طور کلی در ۶۱۶ مورد (۴۹/۱ درصد)، بیشتر سعی دارند که چارچوبی را برای برنامه هسته‌ای ایران اعلام نکنند و کمترین فراوانی مورد استفاده آنها با ۷۸ مورد (۶/۲ درصد) مربوط به گزینه «صلح‌آمیز بودن» فعالیت‌های هسته‌ای ایران است.

شبکه الجزیره در ۶۲/۳ درصد خبرهایش، چارچوبی برای مطالبش به کار نبرده است و کمترین چارچوب مورد استفاده اش با ۱۰/۱ درصد، متعلق به نظامی بودن فعالیت‌های هسته‌ای بوده است. شبکه‌های العربیه و بی بی سی، به ترتیب با ۶۰/۱ و ۵۱/۴ درصد، بیشتر سعی دارند که چارچوبی برای خبرهای هسته‌ای ایران به کار نبرند و کمترین چارچوب مورد استفاده آنها به ترتیب، با ۶/۱ و ۴/۱ درصد متعلق به «صلح‌آمیز بودن» این فعالیت‌ها می‌باشد. شبکه فرانس ۲۴ نیز در ۵۰ درصد مطالبش برای فعالیت‌های هسته‌ای ایران چارچوبی انتخاب نکرده است و هیچ مطلبی نیز با چارچوب صلح‌آمیز بودن این فعالیت‌ها ارائه نداده است. اما شبکه‌های امریکایی با جانبداری خاصی عمل کرده‌اند چنان که شبکه‌های فاکس نیوز و سی ان ان، به ترتیب در ۵۲ و ۳۸/۴ درصد از مطالبشان از چارچوب نظامی بودن برنامه هسته‌ای ایران استفاده کرده‌اند و کمترین چارچوب مورد استفاده آنها به ترتیب با ۳/۲ و ۲/۷ درصد متعلق به صلح‌آمیز بودن برنامه هسته‌ای ایران بوده است.

همچنین شبکه‌های العربیه و فاکس نیوز، به ترتیب با ۵۲ و ۴۹ درصد، بیشترین استفاده را از چارچوب «مشکوک و تهدیدآمیز بودن» فعالیت‌های هسته‌ای ایران در بین شبکه‌های مختلف داشته‌اند.

شبکه الجزیره ۱۳/۲ درصد چارچوب صلح‌آمیز بودن فعالیت‌های هسته‌ای ایران را به خود اختصاص داده است، در حالی که پس از شبکه فرانس ۲۴ که هیچ استفاده‌ای از این چارچوب نداشته، شبکه‌های امریکایی سی ان ان با ۲/۷ درصد و فاکس نیوز با ۳/۲ درصد، کمترین استفاده را از این چارچوب داشته‌اند.

جدول ۵- مقایسه شبکه‌های خبری از نظر چارچوب تعیین شده درباره فعالیت‌های هسته‌ای ایران

جمع	شبکه خبری						چارچوب تعیین شده درباره برنامه هسته‌ای ایران		
	سی‌ان‌ان	فرانس ۲۴	فاکس نیوز	زنا	العربیه	آر.بی.سی			
۳۲۴	۵۶	۱۶	۱۳۰	۴۲	۴۸	۳۲	تعداد	نظامی بودن برنامه هسته‌ای ایران	مطالب مربوط به برنامه هسته‌ای ایران
۲۵/۸	۳۸/۴	۱۶/۷	۵۲/۰	۲۸/۴	۱۶/۲	۱۰/۱	درصد ستونی		
۲۳۶	۳۴	۳۲	۴۹	۲۴	۵۲	۴۶	تعداد	مشکوک و تهدیدآمیز بودن	
۱۸/۸	۲۳/۳	۳۳/۳	۱۹/۲	۱۶/۲	۱۷/۶	۱۴/۵	درصد ستونی		
۷۸	۴	۰	۸	۶	۱۸	۴۲	تعداد	صلح‌آمیز	
۶/۲	۲/۷	۰/۰	۳/۲	۴/۱	۶/۱	۱۳/۲	درصد ستونی		
۶۱۶	۵۲	۴۸	۶۴	۷۶	۱۷۸	۱۹۸	تعداد	بدون چارچوب	
۴۹/۱	۳۵/۶	۵۰/۰	۲۵/۶	۵۱/۴	۶۰/۱	۶۲/۳	درصد ستونی		
۱۲۵۴	۱۴۶	۹۶	۲۵۰	۱۴۸	۲۹۶	۳۱۸	تعداد	جمع	
۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	درصد ستونی		

$$\chi^2=226/90.8 \quad df=15 \quad sig=0/00 \quad V=0/246$$

پرسش ۵. آیا میان شبکه‌های خبری مورد بررسی، از نظر بازنمایی هدف ایران از پیگیری برنامه هسته‌ای تفاوت وجود دارد؟

با توجه به جدول ۵ نتیجه می‌گیریم بین شبکه‌های مختلف، در بازنمایی هدف ایران از پیگیری برنامه هسته‌ای تفاوت معنادار وجود دارد. بیشترین فراوانی مربوط به گزینه «اعلام نشده» با ۶۹۰ مورد (۵۵درصد) و کمترین فراوانی مربوط به «تهدید منافع جهانی» با ۳۸ مورد (۳درصد) است. همچنین درباره میزان استفاده شبکه‌های خبری از بازنمایی هدف ایران از برنامه هسته‌ای باید گفت که شبکه‌های الجزیره و العربیه، فرانس ۲۴ و بی بی سی به ترتیب با ۶۶/۷، ۶۴/۹، ۶۲/۵ و ۵۵/۴ درصد بیشتر سعی در اعلام نکردن هدف ایران از برنامه هسته‌ای داشته‌اند و شبکه‌های الجزیره و العربیه به

تصویرسازی فعالیت‌های هسته‌ای جمهوری اسلامی ایران در شبکه‌های تلویزیونی بین‌المللی ❖ ۸۱

ترتیب با ۳/۱ و ۲/۷ درصد، کمترین بازنمایی را از تهدیدآمیز بودن برنامه هسته‌ای ایران برای «منافع جهانی» داشته‌اند؛ شبکه بی بی سی هیچ استفاده‌ای از این بازنمایی نداشته است و شبکه فرانس ۲۴، علاوه بر این، از بازنمایی دسترسی به انرژی صلح‌آمیز هسته‌ای نیز هیچ استفاده‌ای نکرده است.

شبکه فاکس نیوز، با جانبداری آشکار، در ۵۵/۲ درصد از مطالب خود، هدف فعالیت‌های هسته‌ای ایران را دستیابی به سلاح هسته‌ای اعلام کرده و کمترین استفاده آن با ۵/۶ درصد، متعلق به «دسترسی به انرژی صلح‌آمیز» بوده است.

بیشترین بازنمایی شبکه سی ان ان از هدف ایران از فعالیت‌های هسته‌ای، با ۴۲/۵ درصد «دستیابی به سلاح هسته‌ای» و «سکوت» (اعلام نشده)، در این زمینه بوده است. کمترین بازنمایی این شبکه با ۲/۷ درصد نیز به «تهدید منافع جهانی» تعلق داشته است.

جدول ۵- مقایسه شبکه‌های خبری در بازنمایی هدف ایران از پیگیری برنامه هسته‌ای

جمع	شبکه خبری						بازنمایی هدف ایران از برنامه هسته‌ای	
	سی ان ان	فرانس ۲۴	فاکس نیوز	فاکس نیوز	العربیه	بی بی سی	تعداد	دسترسی به انرژی صلح‌آمیز
۱۲۶	۱۸	۰	۱۴	۱۰	۲۴	۶۰	تعداد	دسترسی به انرژی صلح‌آمیز
۱۰۰/۰	۱۲/۳	۰/۰	۵/۶	۶/۸	۸/۱	۱۸/۹	درصد ستونی	دسترسی به انرژی صلح‌آمیز
۴۰۰	۶۲	۳۶	۱۳۸	۵۶	۷۲	۳۶	تعداد	دستیابی به سلاح هسته‌ای
۳۱/۹	۴۲/۵	۳۷/۵	۵۵/۲	۳۷/۸	۲۴/۳	۱۱/۳	درصد ستونی	دستیابی به سلاح هسته‌ای
۳۸	۴	۰	۱۶	۰	۸	۱۰	تعداد	تهدید منافع جهانی
۳/۰	۲/۷	۰/۰	۶/۴	۰/۰	۲/۷	۳/۱	درصد ستونی	تهدید منافع جهانی
۶۹۰	۶۲	۶۰	۸۲	۸۲	۱۹۲	۲۱۲	تعداد	اعلام نشده
۵۵/۰	۴۲/۵	۶۲/۵	۳۲/۸	۵۵/۴	۶۴/۹	۶۶/۷	درصد ستونی	اعلام نشده
۱۲۵۴	۱۴۶	۹۶	۲۵۰	۱۴۸	۲۹۶	۳۱۸	تعداد	جمع
۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	درصد ستونی	جمع

$\chi^2=198/002$ $df=15$ $sig=0/00$ $V=0/229$

پرسش ۶. آیا میان شبکه‌های خبری مورد بررسی، از نظر نوع صفت ارزشی به کار رفته در مطالب مربوط به موضوع هسته‌ای ایران تفاوت وجود دارد؟

چنان که جدول ۶ نشان می‌دهد بین شبکه‌های مختلف، از این نظر تفاوت معنادار وجود دارد. شبکه الجزیره با ۲۴/۵ درصد، بیشترین و شبکه فاکس نیوز با ۰/۸ درصد کمترین میزان استفاده از صفات ارزشی «مثبت» را داشته‌اند. در به کارگیری صفات ارزشی «منفی»، فاکس نیوز، سی ان ان و فرانس ۲۴ به ترتیب با ۵۸/۹، ۸۳/۲ و ۵۸/۳ درصد و الجزیره با ۲۰/۸ درصد کمترین میزان استفاده را دارند.

همچنین، بی بی سی، الجزیره و العربیه به ترتیب با ۳۷/۸، ۳۵/۲ و ۳۴/۵ درصد بیشترین و فاکس نیوز (۱۳/۶ درصد) کمترین میزان استفاده از صفات ارزشی «ترکیبی» را داشته‌اند. شبکه خبری الجزیره بیش از سایر شبکه‌ها (۱۹/۵ درصد) و سی ان ان کمتر (۴/۱ درصد) از بقیه مطالب را «بدون استفاده از صفت ارزشی» بیان کرده‌اند.

جدول ۶- مقایسه شبکه‌های خبری از نظر نوع صفت ارزشی مورد استفاده در مطالب

جمع	شبکه خبری						صفت ارزشی	
	سی ان ان	فرانس ۲۴	فاکس نیوز	بی بی سی	العربیه	الجزیره		
۱۵۶	۱۰	۲	۲	۱۶	۴۸	۷۸	تعداد	مثبت
۱۲/۴	۶/۸	۲/۱	۰/۸	۱۰/۸	۱۶/۲	۲۴/۵	درصد ستونی	
۵۹۶	۸۶	۵۶	۲۰۸	۶۶	۱۱۴	۶۶	تعداد	منفی
۴۷/۵	۵۸/۹	۵۸/۳	۸۳/۲	۴۴/۶	۳۸/۵	۲۰/۸	درصد ستونی	
۳۸۰	۴۴	۳۲	۳۴	۵۶	۱۰۲	۱۱۲	تعداد	ترکیبی
۳۰/۳	۳۰/۱	۳۳/۳	۱۳/۶	۳۷/۸	۳۴/۵	۳۵/۲	درصد ستونی	
۱۲۲	۶	۶	۶	۱۰	۳۲	۶۲	تعداد	وجود ندارد
۹/۷	۴/۱	۶/۳	۲/۴	۶/۸	۱۰/۸	۱۹/۵	درصد ستونی	
۱۲۵۴	۱۴۶	۹۶	۲۵۰	۱۴۸	۲۹۶	۳۱۸	تعداد	جمع
۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	درصد ستونی	

$$\chi^2 = 289.721 \quad df = 15 \quad sig = 0.00 \quad V = 0.278$$

پرسش ۷. آیا در میان شبکه‌های خبری مورد بررسی، از نظر اعلام مرجع نهایی رسیدگی به پرونده هسته‌ای ایران تفاوت وجود دارد؟

با توجه به جدول ۷ نتیجه می‌گیریم بین شبکه‌های مختلف، از نظر معرفی مرجع نهایی رسیدگی به پرونده هسته‌ای ایران تفاوت معنادار وجود دارد. نتیجه ضریب کرامر به دست آمده به میزان ۰/۱۷۵ نیز همبستگی بسیار ضعیف بین دو متغیر را نشان می‌دهد. در توصیف جدول باید گفت که شبکه‌های خبری در بیشتر موارد، (۱/۶۵ درصد)، از معرفی مرجع نهایی رسیدگی به پرونده هسته‌ای ایران خودداری کرده‌اند و در صورت اعلام این مرجع، کمترین استفاده آنها با ۳۴ مورد (۲/۷ درصد) از مرجع «جامعه بین‌المللی» بوده است.

شبکه‌های خبری فرانس ۲۴ و العربیه بیشتر از سایر شبکه‌ها (به ترتیب ۱۰/۴ و ۱۰/۱ درصد) و شبکه فاکس نیوز (۱/۶ درصد) کمتر از سایر شبکه‌ها، «آژانس بین‌المللی انرژی اتمی» را مرجع نهایی رسیدگی به پرونده هسته‌ای ایران قلمداد کرده‌اند. فرانس ۲۴ و سی ان ان (۸/۳ و ۵/۵ درصد) «جامعه بین‌المللی» را مرجع نهایی دانسته‌اند و سی ان ان (۲۸/۸ درصد) بیشتر از سایر شبکه‌ها «شورای امنیت» را مرجع نهایی معرفی کرده است.

در حالی که شبکه فرانس ۲۴ اصلاً ایالات متحده آمریکا را مرجع نهایی رسیدگی به این امر نمی‌داند، فاکس نیوز (۲۱/۶ درصد) بیش از سایر شبکه‌ها آمریکا را مسئول رسیدگی به پرونده هسته‌ای ایران قلمداد می‌کند.

این در حالی است که الجزیره، العربیه و بی سی سی به ترتیب با ۷۰/۴، ۷۰/۳ و ۶۶/۳ درصد مرجعی برای رسیدگی به پرونده هسته‌ای ایران اعلام نکرده‌اند.

جدول ۷- مقایسه شبکه‌های خبری از نظر مرجع نهایی رسیدگی به پرونده

هسته‌ای ایران

ردیف	شبکه خبری						مرجع نهایی رسیدگی به پرونده هسته‌ای ایران		
	تی‌ان‌ان	فرانس ۲۴	فاکس نیوز	نا‌نا‌تی	العربیة	آر.بی.سی			
۸۴	۴	۱۰	۴	۸	۳۰	۲۸	تعداد	آژانس بین‌المللی	مرجع رسیدگی به پرونده هسته‌ای ایران
۶/۷	۲/۷	۱۰/۴	۱/۶	۵/۴	۱۰/۱	۸/۸	درصد ستونی	انرژی اتمی	
۳۴	۸	۸	۴	۶	۲	۶	تعداد	جامعه بین‌المللی	
۲/۷	۵/۵	۸/۳	۱/۶	۴/۱	۰/۷	۱/۹	درصد ستونی		
۲۲۲	۴۲	۱۸	۳۸	۲۸	۴۸	۴۸	تعداد	شورای امنیت	
۱۷/۷	۲۸/۸	۱۸/۸	۱۵/۲	۱۸/۹	۱۶/۲	۱۵/۱	درصد ستونی		
۹۸	۱۶	۰	۵۴	۸	۸	۱۲	تعداد	ایالات متحده	
۷/۸	۱۱/۰	۰	۲/۶	۵/۴	۲/۷	۳/۸	درصد ستونی	امریکا	
۸۱۶	۷۶	۶۰	۱۵۰	۹۸	۲۰۸	۲۲۴	تعداد	اعلام نشده	
۶۵/۱	۵۲/۱	۶۲/۵	۶۰/۰	۶۶/۲	۷۰/۳	۷۰/۴	درصد ستونی		
۱۲۵۴	۱۴۶	۹۶	۲۵۰	۱۴۸	۲۹۶	۳۱۸	تعداد	جمع	
۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	درصد ستونی		

$\chi^2=153/648 \quad df=20 \quad sig=0/00 \quad V=0/175$

نتیجه‌گیری

الف) خلاصه و نتیجه یافته‌های توصیفی

بررسی شبکه‌های خبری نشان می‌دهد، شبکه‌های الجزیره و العربیه، به ترتیب بیشتر از سایر شبکه‌های مورد بررسی (۴۹ درصد)، اخبار مربوط به فعالیت‌های هسته‌ای جمهوری اسلامی را پوشش داده و برجسته کرده‌اند که این برجسته‌سازی، به دلیل مجاورت جغرافیایی و معنوی ایران با قطر و عربستان و نیز اهمیت موضوع برای کشورهای عربی

منطقه بوده است. البته پس از این دو شبکه عرب زبان، این برجسته‌سازی به ترتیب در دو شبکه امریکایی سی ان ان و فاکس نیوز بیشتر دیده می‌شود که این اقدام نیز در راستای دیپلماسی عمومی و رسانه‌ای امریکا و سیاستمداران امریکایی در قبال ایران پس از پیروزی انقلاب اسلامی و بویژه در سال‌های اخیر برای اقدامات بعدی قابل تأمل است. در همین حال شبکه‌های اروپایی فرانس ۲۴ و بی بی سی، به ترتیب، کمترین مطالب را درباره موضوع هسته‌ای ایران پخش کرده‌اند که نشان می‌دهد کشورهای اروپایی به اندازه امریکا به برجسته کردن موضوع علاقه ندارند. همچنین بر اساس یافته‌ها، رسانه‌های بین‌المللی که هدایت افکار عمومی جهانی را در دست دارند، صلح‌آمیز بودن برنامه هسته‌ای ایران را چندان نمی‌پذیرند و با توجه به اهداف و سیاست‌های خود، به جای تلاش برای طرح جنبه صلح‌آمیز آن، موضوع را مسکوت گذاشته‌اند. به این ترتیب، ذهن مخاطب نیز پس از مدتی با همین چارچوب رسانه‌ای شکل می‌گیرد و هنگام اندیشیدن درباره برنامه هسته‌ای ایران، نظامی بودن آن را تداعی می‌کند. این رسانه‌ها در بیشتر مطالب خود قصد نداشته‌اند به طور مستقیم به هدف ایران از فعالیت‌های هسته‌ای اشاره کنند اما در همان موارد معدود هم، بیشتر دسترسی به سلاح هسته‌ای را به عنوان هدف ایران بازنمایی کرده‌اند تا تهدید ناشی از این برنامه به مخاطب القا شود. تأکید بر اعمال فشار و تشدید مجازات اقتصادی ایران، از تهدیدهایی است که در این رسانه‌ها برای متوقف کردن ایران در زمینه فعالیت‌های هسته‌ای مطرح شده است و نشان می‌دهد که در کل، آنها با حمله نظامی موافق نیستند و مجازات اقتصادی و فشار را راه حل برنامه ایران می‌دانند تا هم سایر کشورها در این خصوص واکنش نشان ندهند و هم کشورهای عضو شورای امنیت سازمان ملل برای تصویب قطعنامه علیه ایران سرسختی نکنند همان طور که تصویب قطعنامه‌ها به اتفاق آرا چنین موضوعی را ثابت می‌کند.

ب) خلاصه و نتیجه یافته‌های تحلیلی

آژانس بین‌المللی انرژی اتمی، طرف اصلی ایران در موضوع هسته‌ای است. با این حال شبکه‌های عرب زبان بیشترین پوشش و در نقطه مقابل، شبکه‌های امریکایی، کمترین پوشش را از اخبار مربوط به آژانس داشته‌اند.

در این میان فاکس نیوز و العربیه، به ترتیب، آشکارا ایران را به «حمله نظامی و سپس انزوای بین‌المللی» تهدید کرده‌اند. سی ان ان امریکایی در مقایسه با فاکس نیوز

میانه‌روتر بوده و ایران را بیشتر به تحریم و اعمال فشار تهدید کرده است. در خصوص شبکه‌های اروپایی نیز باید گفت این شبکه‌ها در مجموع، در پی آنند که در مناقشه ایران و امریکا در خصوص موضوع هسته‌ای، کسی پیروز میدان نشود تا واشنگتن نتواند به قدرت بی‌منازع در عرصه بین‌المللی تبدیل بشود و به این ترتیب، جایگاه اروپا در معادلات بین‌المللی حفظ شود و ایران نیز از مواضع خود عقب‌نشینی کند. در مطالب شبکه‌ها، چارچوب «صلح‌آمیز بودن برنامه هسته‌ای ایران» کمترین استفاده را داشته است که این امر تلاش شبکه‌ها، بویژه شبکه‌های غربی را برای نشان دادن غیر صلح‌آمیز بودن فعالیت‌های هسته‌ای ایران نشان می‌دهد.

مقایسه چارچوب‌سازی فعالیت‌های هسته‌ای ایران در شبکه‌های خبری حکایت از آن دارد که شبکه‌های امریکایی بیش از سایر شبکه‌ها به این فعالیت‌ها چارچوب «نظامی» داده‌اند، العربیه در این خصوص، در کنار فاکس‌نیوز، بیشترین چارچوب «مشکوک و تهدیدآمیز بودن فعالیت‌ها» را داشته است اما الجزیره بر «صلح‌آمیز بودن فعالیت‌های هسته‌ای ایران» تأکید کرده است.

شبکه‌های عرب زبان بویژه الجزیره، دسترسی به انرژی صلح‌آمیز را هدف ایران از پیگیری برنامه هسته‌ای بازنمایی کرده‌اند اما امریکایی‌ها، بویژه در شبکه تندروری فاکس نیوز، هدف ایران را دستیابی به سلاح هسته‌ای و تهدید منافع «جهانی» دانسته‌اند.

در خصوص انعکاس راه حل امریکا و غرب برای مسئله هسته‌ای ایران، کمترین انعکاس راه حل «گفتگو و همکاری ایران با آژانس» و بیشترین انعکاس «حمله نظامی» در شبکه جنگ‌طلب فاکس نیوز پوشش داده شده و شبکه‌های عرب زبان نیز که خواستار کم شدن قدرت و نفوذ ایران در منطقه به شیوه نرم هستند، از راه حل «تحریم و اعمال فشار» بیشتر از سایر شبکه‌ها استفاده کرده‌اند. الجزیره نیمی از صفات ارزشی مثبت را در قبال موضوع هسته‌ای ایران به خود اختصاص داده است که تا حدودی تأییدکننده رویکرد حمایتی این شبکه از ایران است در حالی که شبکه تندروری فاکس نیوز، بیشترین بهره را از صفات ارزشی منفی برده است.

در خصوص معرفی مرجع نهایی رسیدگی به پرونده هسته‌ای ایران نیز باید گفت از آنجا که برجسته شدن نقش آژانس در موضوع هسته‌ای ایران، به معنای کمرنگ شدن دخالت‌های یکجانبه گرایانه برخی کشورها از جمله امریکا در این خصوص می‌باشد شبکه‌های امریکایی تلاش کرده‌اند نهاد رسیدگی به پرونده هسته‌ای ایران را ضعیف

نشان دهند و ایالات متحده را به عنوان مرجع برتر برای رسیدگی به این موضوع معرفی کنند. این در حالی است که شبکه‌های اروپایی، بویژه فرانس ۲۴ از مخالفان سرسخت یکجانبه‌گرایی امریکا در این موضوع هستند. در ضمن، این شبکه فرانسه زبان، از ارجاع پرونده ایران به شورای امنیت چندان حمایت نکرده است که به نظر می‌رسد این مسئله نشان‌دهنده مخالفت فرانسه با وارد شدن امریکا به جنگ دیگری در منطقه است. در این میان، در عین حال شبکه‌های عرب زبان، از ارجاع پرونده ایران به آژانس حمایت می‌کنند.

بخش دیگری از یافته‌های تحقیق حاکی از آن است، در ۹۰/۵ درصد مطالب که مرجع نهایی را «آژانس بین‌المللی انرژی اتمی» اعلام کرده‌اند و در ۶۵ درصد مطالب که مرجع نهایی معرفی نشده است، لحن مطالب، فاقد تهدید است؛ در نقطه مقابل، بیشتر مطالبی که «جامعه بین‌المللی»، «شورای امنیت» و «ایالات متحده امریکا» را به عنوان مرجع نهایی رسیدگی به پرونده هسته‌ای ایران معرفی کرده‌اند، لحنی تهدیدآمیز داشته‌اند؛ که این امر، نشان‌دهنده نوعی تهدید محسوس یا نامحسوس در مناقشات بین‌المللی و مسائلی است که از دست مراجع ذی‌صلاح آن خارج شده است.

پیشنهاد‌های تحقیق

۱. با توجه به تبلیغات گسترده رسانه‌های بین‌المللی برای نظامی نشان دادن اهداف جمهوری اسلامی ایران از فعالیت‌های هسته‌ای، پیشنهاد می‌شود رسانه ملی، بویژه در بخش برون مرزی (شبکه‌های العالم و پرس تی وی) برای صلح‌آمیز نشان دادن این فعالیت‌ها بیش از پیش تلاش کند.

۲. همان گونه که در پژوهش حاضر مشاهده شد، بیشتر رسانه‌ها حتی در جهان عرب که مجاورت معنوی و جغرافیایی با جمهوری اسلامی ایران دارد، تلاش می‌کنند فعالیت‌های هسته‌ای جمهوری اسلامی را تهدیدکننده منافع جهانی نشان دهند و با این شیوه، توجه افکار عمومی را علیه ایران جلب کنند. بنابراین، پیشنهاد می‌شود رسانه ملی بیش از پیش، موضوع زرادخانه‌های هسته‌ای رژیم صهیونیستی و کشورهای دارنده سلاح هسته‌ای را به همراه یکجانبه‌گرایی امریکا بویژه در سطح بین‌المللی برجسته کند.

۳. نشان دادن انزوای ایران یکی از اهداف تلویزیون‌های بین‌المللی است، از این رو،

نمایش حضور ایران در صحنه‌های مختلف بین‌المللی و موفقیت‌های جمهوری اسلامی در صحنه‌های مختلف علمی از جمله راهکارها برای خنثی کردن چنین تبلیغات گسترده‌ای است.

۴. پیشنهاد می‌شود رسانه ملی برای عادی نشان دادن فعالیت‌های اقتصادی جمهوری اسلامی و خنثی کردن تبلیغات مربوط به پیامدهای منفی تحریم‌های اقتصادی بر کشور، برنامه‌های ویژه‌ای را برای مخاطبان خارج از کشور تهیه کند.

۵. پیشنهاد می‌شود رسانه ملی با رصد شبکه‌های خبری بین‌المللی از جمله شبکه‌های بررسی شده در این تحقیق، موضوعات تبلیغی خاص علیه جمهوری اسلامی را شناسایی کند و پیش از آنکه کشور شاهد اثرگذاری چنین تبلیغاتی بر افکار عمومی بین‌المللی باشد، با تولید برنامه‌های هدفمند برای خنثی کردن آن اقدام کند.

۶. در پایان، تقویت شبکه‌های برون مرزی جمهوری اسلامی ایران و فراهم کردن زمینه دسترسی آسان به این شبکه‌ها در خارج از طریق گیرنده‌های ماهواره برای تقویت دیپلماسی رسانه‌ای کشور، با توجه به گستره وسیع شبکه‌های خبری بین‌المللی، پیشنهاد می‌شود.

منابع

- خرازی آذر، رها. (۱۳۸۷). دیپلماسی رسانه‌ای. مجموعه مقالات دیپلماسی رسانه‌ای. تهران: پژوهشکده تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام.
- دالگرن، پیتر. (۱۳۸۵). تلویزیون و گستره عمومی، جامعه مدنی و رسانه‌های گروهی (ترجمه مهدی شفقتی). تهران: سروش و مرکز تحقیقات صداوسیما.
- دیرینگ، جیمز و اورت راجرز. (۱۳۸۵). مبانی برجسته‌سازی رسانه‌ها (ترجمه علی اصغر کیا و مهدی رشکیانی). تهران: شرکت تعاونی سازمان معین ادارات.
- مک کوئیل، دنیس. (۱۳۸۲). درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی (ترجمه پرویز اجالالی). تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- مهدی‌زاده، سید محمد. (۱۳۸۷). رسانه‌ها و بازنمایی. تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
- نگرین، رالف. (۱۳۷۰). خبر و تهیه خبر (ترجمه فرانک پیروزفر). فصلنامه رسانه. ۲ (۴)، صص ۳۲-۴۱.

- ون دایک، تئون ای. (۱۳۸۰). قدرت و رسانه‌های خبری. در ارتباطات سیاسی در عمل (ترجمه مهدی شفقتی). تهران: سروش.
- ویندال، سون؛ سیگیز، ربنو و اولسون، جین. (۱۳۷۶). کاربرد نظریه‌های ارتباطات (ترجمه علیرضا دهقان). تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- هالستی، کی.جی. (۱۳۷۲). تبلیغات و نقش آن در سیاست خارجی. در تبلیغات و جنگ روانی (ترجمه حسین حسینی). تهران: انتشارات دانشگاه امام حسین (ع).
- Chang, T.K. (1993). **The press and China policy: The illusion of Sino-American relation**, Northwood, NJ: Ablex.
- Cohen, B.C. (1963). **The press and foreign policy**. NJ: Princeton University Press.
- Diamond, E. (1982). **Sign off: The last days of television**. Cambridge, MA: MIT.
- Entman, R. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. **Journal of Communication**, 43, 51-58.
- Lippman, W. (1922). **Public opinion**. New York: Harcourt, Brace & Company.
- Livingstone, Steven. (1997). **Clarifying The CNN Effect: An Examination of Media Effects According to Type of Military Intervention**. Research Paper. Cambridge: Harvard University.
- McCombs, M.E. & Ghanem, S. (2003). The convergence of agenda setting and framing in S.D. Reese, O. Gandy, & A.E. Grant (Eds), **Framing public life** (pp.67-82).
- McCombs, M.E., & Reynolds, A. (2004). News influence on our pictures of the world. In J. Bryant & D. Zillmann, (Eds.), **Media effects: Advances in theory and research** (pp. 1-18). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- O Sullivan, T.D; Saunders, J.; Hartley, J.; Fiske. & Montgomery, M. (1994). **Key Concepts in Communication and Cultural Studies**. London and New york: Routledge.

- Rogers, E.M. Dearing, J.W & Bregman, D. (1993). The anatomy of agenda-setting research. **Journal of Communication**. 68-84.
- Scheufele, D.A. & Tewkesbury, D. (2007). Framing, Agenda Setting, and Priming: The Evolution of Three Media Effects Models. **Journal of Communication**, 57, 9-20.
- Shaw, D. & McCombs, M.E. (1977). **The emergence of American political issues**. St. Paul, MN: West.
- Sheafer, T. (2007). How to Evaluate It: The Role of Story-Evaluative Tone in Agenda Setting and Priming. **Journal of Communication**, 57, 21-39.

