

تأثیر گفتمان سیاست خارجی بر پوشش خبری؛ بازنمایی آمریکا و انگلیس در مطبوعات شاخص ایران در دو دوره اصول‌گرایی و اصلاح‌طلبی

محمد مهدی فرقانی¹ * احسان بخشنده²

چکیده

مقاله حاضر به بررسی نحوه پوشش خبری رسانه‌ها درباره تحولات مربوط به روابط خارجی تحت تأثیر گفتمان سیاست خارجی حاکم می‌پردازد. برای این منظور، نحوه بازنمایی آمریکا و انگلیس به‌عنوان دو کشور غربی در مطبوعات شاخص طی دو دوره اصول‌گرایی و اصلاح‌طلبی مورد بررسی قرار گرفت. پس از طراحی سؤالات پژوهش، «بازنمایی آمریکا و انگلیس» به‌عنوان متغیر وابسته و «دوره سیاسی» (گفتمان حاکم) به‌عنوان متغیر مستقل در سطح اسمی در نظر گرفته شد. تحلیل محتوا به‌عنوان روش تحقیق مورد استفاده قرار گرفت. سپس داده‌ها جمع‌آوری و پس از کدگذاری و تهیه جداول آماری (توصیفی و تحلیلی) توسط نرم افزار SPSS تحلیل شد. در بخش تحلیلی، رابطه آماری میان بازنمایی مطبوعاتی آمریکا و انگلیس و دوره سیاسی بررسی شد. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد مطبوعات شاخص در ایران هنگام پوشش اخبار تحولات مربوط به آمریکا و انگلیس، تحت تأثیر گفتمان حاکم بر سیاست خارجی قرار داشته و این دو کشور غربی را بر اساس سیاست رسمی جمهوری اسلامی در هر دوره بازنمایی کرده‌اند. در دوره اصلاح‌طلبی که سیاست خارجی بر تنش‌زدایی پی‌ریزی شده بود، مطبوعات شاخص، آمریکا و انگلیس را مثبت، اما در دوره اصول‌گرایی که تنش‌ها با غرب افزایش پیدا کرد، آن دو کشور را منفی جلوه دادند.

واژگان کلیدی: پوشش خبری، بازنمایی، آمریکا و انگلیس، برجسته‌سازی.

فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی - سال ششم - شماره بیست و دوم - بهار 96 - 117-152

تاریخ دریافت مقاله: 95/4/24 تاریخ پذیرش مقاله: 95/12/10

1. دانشیار دانشکده علوم ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبائی (mmforghani@yahoo.com)

2. استاد مدعو دانشکده مطالعات جهان، دانشگاه تهران (ehsan.bakhsh83@gmail.com)

1. مقدمه

بر اساس نظرسنجی‌های انجام شده و تاریخچه سوابق آمریکا و انگلیس در ایران، مردم ایران تصویر نامناسبی از این دو کشور غربی در طول دهه‌ها و شاید قرن‌های گذشته دارند. بیش از نیمی از مردم ایران (56 درصد) معتقدند تحریم‌های آمریکا و انگلیس بر زندگی آنها به شدت تأثیر گذاشته است. از این تعداد، 46 درصد آمریکا را مسئول اعمال تحریم‌ها و در نتیجه مشکلات معیشتی خود می‌دانند، حدود 13 درصد دولت ایران، 9 درصد اسراییل و شش درصد هم کشورهای غرب، اروپا و سازمان ملل را مقصر می‌دانند (Loschky, 2013). در طول سه دهه اخیر، تحریم‌های یک‌جانبه و چندجانبه آمریکا و انگلیس علیه مردم ایران باعث افزایش نفرت و کینه نسبت به این دو کشور در میان مردم ایران شده است. کمی پس از انقلاب اسلامی، آمریکا اولین کشور غربی بود که دارایی‌های ایران را ضبط و مسدود کرد. چند سال بعد، این کشور از ابزار نظامی و اقتصادی علیه مردم ایران استفاده کرد تا شاید از این طریق بتواند بر سیاست‌های ایران اعمال نفوذ کند. در این مسیر، متحد راهبردی آمریکا یعنی انگلیس نیز با آن کشور در اعمال فشار بر ایران همراهی کرده است. به‌رغم این تلاش‌ها، آمریکا و انگلیس قادر نبوده‌اند به هدف اصلی خود که همان تغییر سیاست‌های راهبردی ایران است و بارها در سخنرانی‌های مقامات آمریکایی و انگلیسی به آن اشاره شده، دست یابند. بر اساس نتایج نظرسنجی‌ها، شاید بتوان گفت فشار معیشتی به مردم ایران و ایجاد نوعی احساس تنفر از آمریکا و انگلیس دستاورد سیاست‌های آن دو کشور در ایران بوده است.

البته ایجاد این حس تنفر تنها به ایرانی محدود نمی‌شود. آمریکا در اکثر کشورهای خارومیانه و شمال آفریقا، تصویری ناخوشایند از خود به جای گذاشته است؛ به‌طوری که میانگین محبوبیت آمریکا در منطقه خارومیانه و شمال آفریقا تنها 15 درصد است (Ray, 2009). برای مثال، در ایران نظرسنجی مؤسسه گالوپ در سال 2009 نشان داد در حالی که اکثر افراد در ایران نسبت به نقش دولت آمریکا نظر مساعد ندارند، تنها 16 درصد نسبت به

نقش آمریکا در روابط بین‌الملل نظر مساعد دارند. مورالس و ری (2011) در پژوهشی نشان دادند که اکثر ایرانی‌ها نسبت به غرب احساس مطلوبی ندارند و رهبری آن را رد می‌کنند. برای نمونه، 65 درصد ایرانی‌ها رهبری آمریکا و 62 درصدشان رهبری انگلیس را قبول ندارند (Morales and Ray, 2011). به نظر می‌رسد چنین روندی در حال افزایش است. اما سؤال اینجاست که دلیل این تنفر ایرانی‌ها از آمریکا و انگلیس چیست و چرا ایرانی‌ها تصویر مطلوبی از آمریکا و انگلیس ندارند؟

پژوهش‌های معدودی تاکنون درباره بازنمایی غرب به‌ویژه آمریکا و انگلیس در ایران انجام شده است. کول (1992) تحلیلی از بازنمایی غرب در متون نثر فارسی قرن هجدهم انجام داده است. این متون توسط عبداللطیف خان در سال 1805، میرزا ابوطالب خان در سال 1812 و آقا احمد بهبهانی در سال 1810 نگارش شده بودند. کول (1992) به این نتیجه رسید که روشنفکران ایرانی دو دیدگاه متناقض از غرب (انگلیس) دارند. به نوشته وی، روشنفکران ایرانی «میان دو دیدگاه درباره گسترش قدرت اروپا در دنیای اسلام قرار دارند: برخی از آنها مخالف گسترش قدرت اروپا در دنیای اسلام هستند و برخی تمایل دارند با اروپا متحد شوند یا با خارجی‌ها همکاری کنند. گاهی اوقات، برخی از آنها هر دو دیدگاه را توأمان دارا بودند، به طوری که در ابتدا مخالف ورود خارجی‌ها بودند، اما پس از مدتی موافق همکاری با آنها می‌شدند» (Cole, 1992: 5).

کول (1992) این تغییر رویکرد در میان برخی روشنفکران ایرانی را مدلول شکست آنها در مرحله اول (مرحله مخالفت با حضور بیگانه در ایران) مقابل انگلیس و تسلیم آنها در برابر آن کشور می‌داند. با مطالعه متون فارسی قرن هجدهم در این مورد، کول (Cole, 1992) به این نتیجه رسید که روشنفکران ایرانی اغلب از دیپلمات‌ها یا عوامل اروپایی در ایران «حق حمایت» دریافت می‌کردند تا درباره وقایع سیاسی روز به گونه‌ای مطلب منتشر کنند که «به سود انگلیس» باشد. وی همچنین نکاتی منفی در نوشته‌های ایرانی‌ها در مورد انگلیس پیدا می‌کند، از جمله اینکه انگلیسی‌ها دارای خصیصه‌هایی همچون فردگرایی، ترس، بی‌غیرتی، بی‌اعتقادی دینی، تمایل به سکولاریسم و عدم صداقت در میان طبقات پایین هستند. برای مثال، به نوشته کول، میرزا ابوطالب خان یک فصل کامل از نوشتار خود را به انتقاد از اروپایی‌ها به‌خاطر داشتن ویژگی‌هایی همچون «خودخواهی (مستکبر)، زودرنجی، بی‌توجهی به دیگران، مادی‌گرایی و اسراف در زندگی» و به‌ویژه «استعمار»

انگلیس اختصاص می‌دهد (Cole, 1992: 14)¹.

هدف اصلی این مقاله، بررسی نحوه بازنمایی آمریکا و انگلیس در مطبوعات شاخص در دو دوره اصول‌گرایی و اصلاح‌طلبی است. در واقع در این مقاله نقش مطبوعات در تصویرسازی از آمریکا و انگلیس برای افکار عمومی بررسی می‌شود. لذا پس از تحلیلی گذرا از روابط ایران، آمریکا و انگلیس، سعی می‌شود نمایی کلی از تصویرسازی روزنامه‌های ایران از این دو کشور غربی ارائه شود.

2. گفتمان سیاست خارجی ایران در دو دوره اصول‌گرایی و اصلاح‌طلبی

پس از انقلاب ایران در سال 1357 شمسی، نظام جمهوری اسلامی بر پایه اصول اسلامی و انقلابی شکل گرفت و دوران جدیدی در سیاست خارجی و شیوه‌ای نوین در تعامل با دیگر کشورها، به‌ویژه آمریکا و غرب شکل گرفت (مولانا و محمدی، 1388).

سیاست خارجی ایران، بر اساس فصل دهم قانون اساسی، «بر اساس نفی هرگونه سلطه‌جویی و سلطه‌پذیری، حفظ استقلال همه‌جانبه و تمامیت ارضی کشور، دفاع از حقوق همه مسلمانان و عدم تعهد در برابر قدرت‌های سلطه‌گر و روابط صلح‌آمیز متقابل با دول غیرمحراب» استوار است (رونق، 1389: 87). همچنین بر اساس قانون، دولت ایران ضمن خودداری از هرگونه دخالت در امور داخلی کشورهای دیگر باید از «مبارزه حق‌طلبانه مستضعفین در برابر مستکبرین در هر نقطه از جهان» حمایت کند (همان: 88). همچنین بر اساس بخش‌هایی از سند چشم‌انداز بیست ساله، سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران باید بر گسترش همکاری‌های دوجانبه، منطقه‌ای و بین‌المللی با دیگر کشورها، به‌ویژه کشورهای مسلمان، پرهیز از تشنج در روابط با کشورها، مقابله با افزون‌خواهی و اقدام متجاوزانه در روابط خارجی و مقابله با تک‌قطبی شدن جهان در چارچوب عزت، حکمت و مصلحت مبتنی باشد.

اینها اصول کلی و اساسی سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران است. اما این سیاست‌ها پس از انقلاب تحت تأثیر گفتمان‌های سیاسی حاکم بر هر دوره قرار گرفت و

1. کول البته در تحلیل خود از آثار سه نویسنده ایرانی قرن هجدهم، سه نکته مثبت هم درباره انگلیس شناسایی می‌کند. به نوشته وی مساوات‌طلبی، نوع حکومت‌داری (نظام پارلمانی) و پیشرفت‌های علمی و فناوری از جمله در زمینه چاپ، کشتی‌سازی، اسلحه‌سازی و مکانیزاسیون صنعتی از جنبه‌های مثبتی است که در میان ایرانی‌ها از انگلیس در قرن هجدهم وجود داشته است (Cole, 1992: 6-13).

گفتمان‌های سیاسی به اشکال مختلف سیاست خارجی ایران و عناصر آن را تحت تأثیر قرار دادند. دهقانی فیروزآبادی (1384) این گفتمان‌ها را به آرمان‌گرایی اسلامی (از سال 1357 تا 1360)، مصلحت‌گرایی اسلامی (دوران جنگ تحمیلی)، واقع‌گرایی اسلامی (دوران سازندگی) و صلح‌گرایی مردم‌سالار اسلامی (دوره اصلاح‌طلبی) تقسیم کرده است. هر یک از این گفتمان‌ها «بر اساس نظام صدقی حاکم بر جامعه بر کانون‌ها، دقایق و عناصر خاصی ابتدا یافتند و مفاهیم کلیدی و محوری را در بستر گفتمانی خود بازتعریف کردند» (دهقانی فیروزآبادی، 1384: 11).

در دوره اصلاح‌طلبی، که با ریاست جمهوری محمد خاتمی در سال 1376 شمسی شروع شد، سیاست خارجی ایران تحت تأثیر نظریه گفتگوی تمدن‌ها و سیاست تنش‌زدایی و اعتمادسازی ایشان قرار گرفت و این دو به گفتمان حاکم و غالب در روابط خارجی ایران تبدیل شد. به نوشته دهقانی فیروزآبادی (همان: 144)، «صلح‌گرایان استدلال می‌کنند که استقرار مردم‌سالاری دینی در کشور علاوه بر جلوگیری از تهدیدات و تجاوزات خارجی، اعتبار بین‌المللی ایران در جهان را نیز افزایش می‌دهد».

بر اساس این گفتمان، که با استقبال جهانی مواجه شد، تعامل مثبت میان ایران و دیگر کشورها، به‌ویژه کشورهای اروپایی در اولویت سیاست خارجی ایران قرار دارد. صادق خرازی، سفیر پیشین ایران در فرانسه و مشاور ارشد محمد خاتمی، گفتمان سیاست خارجی دوره اصلاح‌طلبی (تنش‌زدایی) را این‌گونه توصیف می‌کند:

در استراتژی تنش‌زدایی، جمهوری اسلامی ایران، کاربرد زور و توسل به جنگ حائز هیچ موقعیتی نبوده و جمهوری اسلامی ایران در راستای حفظ صلح و امنیت بین‌المللی همواره از گفتگو حمایت می‌نماید و با گسترش تسلیحات کشتار جمعی کاملاً مخالف است (خرازی، 1379).

گفتمان اصلاح‌طلبی در واقع ادامه واقع‌گرایی دوره سازندگی و مبتنی بر «مصلحت‌اندیشی خردگرا و واقع‌بینی در سیاست خارجی» بود (دهقانی فیروزآبادی، 1384: 137). دستاورد گفتمان تنش‌زدایی در دوره اصلاح‌طلبی به بهبود روابط میان ایران و اتحادیه اروپا، کاهش تنش‌های میان ایران و آمریکا، تقویت روابط میان ایران و کشورهای عربی حاشیه خلیج فارسی و حل و فصل مسالمت‌آمیز اختلافات با کشورهای دیگر منجر شد (همان).

با پایان یافتن دوره اصلاح‌طلبی و شروع دوره اصول‌گرایی، گفتمان جدیدی در

سیاست خارجی ایران به وجود آمد. برخی از این گفتمان با عنوان «گفتمان ماجراجویانه و تهاجمی» یاد می‌کنند که منجر به اعمال تحریم‌های بین‌المللی بیشتر علیه ایران و ایجاد تنش در روابط با کشورهای غربی شد (سلیمانی، 1392).

در این دوره، و در پی موضع‌های سیاسی تند محمود احمدی‌نژاد در قبال اسرائیل، روابط ایران با کشورهای غربی، به‌ویژه انگلیس به پایین‌ترین سطح خود رسید. با این وجود، مقابله با بی‌عدالتی‌ها در عرصه بین‌المللی، به‌ویژه اصلاح ساختار سازمان ملل، مخالفت با سیاست‌های آمریکا در سطح جهان، به چالش کشاندن اسرائیل و کوتاه نیامدن در برابر فشارها و تهدیدها در قالب مواضع انقلابی و ارزشی و «مدیریت جهانی» از شاخصه‌های سیاست خارجی دوره اصول‌گرایی محسوب می‌شوند (عیوضی، 1387).

3. تجربه ایرانی‌ها در مواجهه با آمریکا به‌عنوان «شیطان بزرگ»

بسیاری می‌پندارند که تصویر غرب در ایران را تنها باید به کودتای آمریکایی - انگلیسی سال 1332 که منجر به سرنگونی مصدق با دلارهای آمریکایی شد و قضیه گروگانگیری سفارت آمریکا نسبت داد (Gasiorowski, 1987). اما تاریخ روابط میان ایران و آمریکا و انگلیس به دوران صفویه و قاجاریه در قرن شانزدهم و پس از آن باز می‌گردد¹. احیای جاده ابریشم در قرن شانزدهم به‌عنوان مسیر تجاری شرق با غرب باعث تأثیر زیادی بر روابط میان ایران و غرب شد؛ به‌طوری که شاه عباس صفوی (1587-1629) به‌شدت به دنبال ارتباط دیپلماتیک با غرب و به‌ویژه با اروپا بود. این روابط اما در دوران ناصرالدین شاه قاجار (1831 تا 1896) به اوج خود رسید. وی اولین شاه ایرانی بود که پس از اسلام از اروپا دیدن کرد و طی سه سفر خود به اروپا در سال‌های 1869، 1874 و 1885 با فرهنگ اروپایی آشنا شد و تحت تأثیر آن قرار گرفت.

ایران و آمریکا تا پیش از جنگ جهانی دوم تعاملات زیادی نداشتند. ایران طی سال‌های 1945 تا 1991 یعنی در دوران جنگ سرد برای ابرقدرت‌ها اهمیت یافت (Lytle,

1. البته تاریخچه روابط ایران با غرب به دوران ساسانی (224 تا 651 پس از میلاد مسیح) باز می‌گردد، هنگامی که ایرانی‌ها برای اولین بار با تمدن اروپا آشنا شدند. در آن دوره، ایران تنها مسیر معامله و ارتباط تجاری بین یونان، روم، آسیا و مصر از یک طرف و چین، هند و آسیای میانه از طرف دیگر بود. در آن زمان، ایران بسیاری از محصولات خود از جمله ابریشم و محصولات نساجی را به اروپا صادر می‌کرد. البته این مزیت جغرافیایی بعدها باعث شد این منطقه تحت استثمار سیاسی، اقتصادی و فرهنگی غرب قرار گیرد.

دیپلماتیک» برقرار کرده بودند اما این روابط در سطح بالایی نبود؛ به طوری که دیپلمات‌های آمریکایی تنها به «پایش و رصد سیاست‌های دیگر قدرت‌های منطقه در ایران می‌پرداختند، زیرا ایالات متحده در آن دوره منافع کمی در روابطش با ایران داشت» (Lytle, 1987: 13). لایتل (1987) تعامل میان ایران و آمریکا را در دهه 1940 این‌گونه توصیف می‌کند:

در 1941 بیشتر آمریکایی‌ها شاید اصلاً قادر نبودند ایران را در نقشه جهان پیدا کنند که این نشان‌دهنده بی‌اهمیتی ایران برای آمریکا بود. تا آن زمان، تنها تعداد انگشت‌شماری از مبلغان، سیاحان، مالکان شرکت‌های نفتی و دیپلمات‌های آمریکایی از ایران بازدید کرده بودند؛ به گونه‌ای که تجارت میان دو کشور حدود 15 میلیون دلار در سال بود. در حقیقت از لحاظ تاریخی، مشترکات کمی میان ایران و آمریکا وجود داشت که بتواند دو کشور را به هم نزدیک کند (Lytle, 1987:1).

اما سال‌ها پس از آن و در سایه رقابت قدرت‌های جهانی، ایران به کانون تحولات تبدیل شد و آمریکا کم‌کم نقش پررنگی در سیاست ایران بر عهده گرفت. اولین مواجهه سیاسی جدی میان ایران و آمریکا به سال 1332 شمسی باز می‌گردد، هنگامی که دولت آیزنهاور تصمیم گرفت از کودتا علیه دولت ایران به نفع شاه حمایت کند (Snyder, 1999: 277). در حقیقت، اولین مورد از دخالت آمریکا در امور داخلی ایران، به نوشته گاسیوروسکی (Gasiorowski, 1987: 266) هنگامی رخ داد که مصدق روابط دیپلماتیک ایران با انگلیس را در 16 اکتبر 1952 قطع کرد و انگلیسی‌ها مجبور شدند آمریکا را به‌طور رسمی به ایران بیاورند تا به‌عنوان بازوی عملیاتی انگلیس در کشور فعالیت کند.

گاسیوروسکی (Gasiorowski, 1987: 267) می‌نویسد تحت آن شرایط ایران به مکانی مناسب برای «فعالیت‌های جاسوسی و دیگر فعالیت‌های پنهان» سفارت آمریکا در مقابل شوروی تبدیل شد. دولت آمریکا، کارمندان سفارت و ماموران اطلاعاتی سازمان سیا در تهران را افزایش داد و «هنری گردی»¹ را که نقش اصلی راه‌اندازی جنگ داخلی در یونان را ایفا کرده بود به‌عنوان سفیر آمریکا در ایران منصوب کرد. همزمان، آمریکا تلاش‌های پنهان اطلاعاتی خود را برای کنترل و دستکاری در فرایندهای سیاسی و مطبوعات ایران

شدت بخشید و پروژه تبلیغاتی (پروپاگاندايي) بدامن¹ را در سال 1327 شمسی جهت نفوذ در مطبوعات ایران علیه شوروی و حزب توده عملیاتی کرد (Gasiorowski, 1987: 268).

این گونه رفتارهای غیرمعارف دیپلماتیک و حمایت‌های آمریکا از رژیم سرکوبگر شاه تا انقلاب 1357 ادامه داشت. بیست و شش سال پس از کودتای 28 مرداد، و پس از پیروزی انقلاب اسلامی، سفیر آمریکا ایران را ترک کرد و دولت آمریکا تمامی موافقت‌نامه‌ها و حتی ارسال محموله‌های تسلیحاتی ایران را به حالت تعلیق درآورد (Snyder, 1999: 277). آن زمان انقلاب اسلامی ایران به عنوان «چالش مستقیم برای هژمونی آمریکا در منطقه راهبردی خاورمیانه» تبدیل شد (Makdisi, 2002: 551) و آمریکا متحد خود در منطقه و ژاندارم خاورمیانه را که تأمین‌کننده منافعش بود از دست داد. این بزرگترین ضربه‌ای بود که آمریکا در خاورمیانه متحمل شد. به نوشته کریس (2002)، انقلاب اسلامی ایران نه تنها رابطه نزدیک ایران با آمریکا را پایان داد، بلکه ایران را به رقیبی تبدیل کرد که قصد برهم زدن معادلات سیاسی منطقه و ایجاد تغییرات بنیادین در سیاست خاورمیانه را داشت (Criss, 2002: 588).

آمریکا از آن زمان دشمنی‌های خود با ایران را شروع کرد. در اولین گام، دولت آمریکا سفارت خود در تهران را بست و تحریم‌هایی علیه ایران اعمال و دارایی‌های آن را مسدود کرد. در گام‌های بعدی، تلاش نظامی آمریکا در صحرای طبرس با شکست مواجه شد. در جنگ عراق با ایران نیز آمریکا با حمایت از صدام حسین باعث طولانی‌شدن دوران جنگ و خسارات فراوان به ایران شد. آمریکا چندین اقدام خصومت‌آمیز دیگر علیه ایران انجام داد که مهم‌ترین آن کارشکنی در برنامه هسته‌ای ایران و اعمال تحریم‌های سنگین علیه مردم آن بوده است. تمامی این اقدامات خصومت‌آمیز باعث شد آمریکا را در ایران با عنوان «شیطان بزرگ» خطاب کنند. «مبارزه با استکبار جهانی» نیز در پی این اقدامات به عنوان یکی از اصول اساسی سیاست خارجی ایران انتخاب شد. مطبوعات ایران هم متأثر از این اقدامات و سیاست خارجی در گسترش این تصویر از آمریکا نقش داشته‌اند. این مقاله به بررسی چگونگی این تصویرسازی از آمریکا در مطبوعات ایران می‌پردازد.

4. انگلیس و مواجهه با افکار عمومی ایران

انگلیس شاید تنها کشور غربی باشد که بیشترین روابط متلاطم با ایران را داشته است. این ایران بود که برای اولین بار به طور رسمی فرستاده‌ای به کشور انگلیس در سال 1611 اعزام کرد. طی سال‌های 1611 تا 1926، نوزده فرستاده ایرانی در سطوح مختلف (از نماینده ویژه تا سفیر) به این کشور اعزام شدند. به همین ترتیب، انگلیس نیز تا سال 1926 سی و چهار نماینده به ایران فرستاد که اولین آنها در سال 1627 اعزام شد (Wright, 1985: 216-220).

نگاهی گذرا به تاریخچه روابط ایران و انگلیس نشان می‌دهد که دو کشور حداقل در هشت دوره روابط دیپلماتیک خود را قطع کرده‌اند. ابتدا، در سال 1838، ماموران دیپلماتیک و نظامی انگلیس پس از آنکه نیروهای انگلیسی جزیره خارک را بعد از حمله ایران به هرات اشغال کردند، از ایران اخراج شدند. پس از آن، روابط دیپلماتیک در سال 1841 از سر گرفته شد، اما دوباره در سال 1855 پس از مجادله شخصی میان سفیر انگلیس چارلز ماری¹ و دولت وقت ایران قطع شد. در سال 1952 مصدق سفارت انگلیس در ایران را بست. در 1980، وزارت خارجه انگلیس با شروع جنگ عراق علیه ایران سفارت خود را بست و کارمندان را به سفارت سوئیس منتقل کرد. پس از پایان جنگ در سال 1989، روابط دیپلماتیک بین ایران و انگلیس پس از صدور حکم ارتداد سلمان رشدی دوباره تیره شد. در 2009، شورای فرهنگی بریتانیا دفتر خود در ایران را بست و در همان سال دو دیپلمات انگلیسی از ایران به اتهام دست داشتن در اغتشاشات خیابانی پس از انتخابات اخراج شدند (Borger, 2009). متقابلاً دولت انگلیس دو دیپلمات ایرانی را اخراج کرد. در دسامبر 2011، مجلس ایران تصویب کرد سطح روابط با انگلیس به سطح کاردار تنزل یابد. دولت ایران مجبور شد سفیر جدیدی به انگلیس معرفی نکند و سفیر انگلیس در ایران بلا تکلیف ماند. یک روز پس از تصویب این قانون در مجلس، گروهی از افرادی که خود را دانشجو معرفی کردند تظاهراتی در مقابل سفارت انگلیس در تهران برگزار کردند و در ادامه به داخل سفارت هجوم بردند. وزارت خارجه انگلیس بلافاصله سفیر و دیپلمات‌های خود را از ایران فراخواند و به دیپلمات‌های ایرانی 48 ساعت فرصت داد تا انگلیس را ترک کنند. بدین ترتیب سفارت ایران در انگلیس و سفارت انگلیس در ایران بسته شد. تلاش‌ها برای بازگشایی سفارت‌خانه‌های دو کشور پس از پیروزی حسن روحانی در انتخابات

1. Charles Murray

ریاست جمهوری آغاز شد و دو طرف سرانجام سفارت خانه‌های خود را در پایتخت‌های یکدیگر در تاریخ اول شهریور 1394 بدون حضور سفیر بازگشایی کردند.

اولین و مهم‌ترین نقطه اختلاف میان ایران و انگلیس در دهه 1330 شمسی به وجود آمد. در آن زمان، دولت ایران که تبعات قرارداد 1919 را فراموش نکرده بود، صنعت نفت را ملی اعلام کرد. بر اساس قرارداد 1919، توافق شده بود که دولت انگلیس از منابع عظیم نفتی ایران بهره برداری کند اما پارلمان ایران در 1921 آن توافق‌نامه را به دلیل پیروی از اهداف «استعمارگرایانه و استثمارگرایانه» انگلیس و نیز مخالفت روسیه و فرانسه با آن ملغی اعلام کرد (Katouzian, 1998: 5).

هنگامی که مصدق صنعت نفت ایران را ملی اعلام کرد، ضربه سنگینی به منافع اقتصادی انگلیس در ایران وارد شد، زیرا مصدق امتیاز بهره‌برداری از نفت پرسود ایران را از انگلیسی‌ها گرفت. این اقدام دولت ایران شکایت انگلیس به دادگاه لاهه را به همراه داشت. در نهایت ایران پیروز این پرونده شد. این سرشکستگی سیاسی و اقتصادی، انگلیس را مجبور کرد کودتایی علیه دولت مصدق با همکاری آمریکا طراحی و اجرا کند. در سال 1332 این اتفاق افتاد و این ماجرا آغاز بدبینی ایرانی‌ها نسبت به انگلیسی‌ها به دلیل دخالت در امور داخلی کشورشان بود. به اعتقاد گاسیاریوسکی (1987)، همکاری آمریکا با انگلیس در کودتای 28 مرداد اولین پایه‌های «شخصیت ضدآمریکایی» انقلاب اسلامی ایران و تحولات ضدغربی و به‌ویژه ضدانگلیسی پس از آن را بنا نهاد.

روابط ایران و انگلیس پس از انقلاب اسلامی پر از فراز و نشیب ناشی از سابقه استعماری انگلیس در ایران بوده است. در سال 1980، سفارت ایران در لندن مورد حمله تروریستی قرار گرفت و یکی از کارمندان سفارت کشته شد و 26 نفر گروگان گرفته شدند. شش روز پس از آن، نیروهای ویژه انگلیس وارد عمل شدند و از شش تروریست حاضر در سفارت، پنج تروریست را کشتند. تروریست زنده مانده بعدها پشت درهای بسته محاکمه شد اما دولت انگلیس او را آزاد و شهروندی خود را به او اعطا کرد. هنوز ابهامات بر سر آنکه چرا نیروهای ویژه انگلیس پس از شش روز وارد عمل شدند و چرا تروریست‌ها را کشتند ادامه دارد.

در سال 1981 کاردار انگلیس در تهران با رئیس وقت مجلس شورای اسلامی ملاقات کرد و خواستار بهبود روابط شد. آقای رفسنجانی این درخواست را رد کرد و گفت سیاست اصولی جمهوری اسلامی ایران «عدم ارتباط دوستانه با کشورهای بی‌است که

تمایلات استکباری و سلطه‌جویانه دارند». در 1986 مارگارت تاچر، نخست‌وزیر وقت انگلیس دوباره خواستار بهبود روابط با ایران شد. این درخواست اما مانند نوبت قبل جدی گرفته نشد، زیرا در 1985 یک تبعه انگلیسی به نام راجر کوپر¹ به اتهام جاسوسی در ایران بازداشت شده بود. دو سال بعد در سال 1987 یک دیپلمات ایرانی در منچستر دستگیر شد. در 1998 در پی انتخاب محمد خاتمی به ریاست جمهوری ایران، روابط کامل دیپلماتیک در سطح سفیر برقرار شد. جک استراو، وزیر خارجه وقت انگلیس، اولین وزیر و مقام بلند پایه انگلیسی بود که پس از انقلاب به ایران سفر کرد. وی در سال 2001 این سفر را انجام داد و پنج بار دیگر نیز به ایران آمد. همتای ایرانی وی کمال خرازی هم سه‌بار از لندن بازدید کرد.

این روابط تا سال 2002 به خوبی ادامه داشت اما در آن سال دولت ایران از پذیرش نامزد پست سفیری انگلیس در ایران خودداری کرد. دلیل این خودداری، اتهام جاسوسی به دیوید رداوی² بود.³ بدینی ایرانی‌ها نسبت به انگلیس در سال 2009 به اوج خود رسید. پس از انتخابات جنجالی 1388، ایران رسماً انگلیس را به «دخالت آشکار و پنهان در امور داخلی» خود متهم و دو دیپلمات انگلیسی را اخراج کرد؛ اتهامی که توسط دولت انگلیس رد شد. در آن زمان، رهبر انقلاب در سخنرانی مهم 29 خرداد 1388 لقب «خیث» را برای اشاره به انگلیس به کار برد و گفت: «امروز... دیپلمات‌های برجسته چند کشور غربی که تا حالا با تعارفات دیپلماتیک با ما حرف می‌زدند، نقاب از چهره برداشتند! چهره واقعی خودشان را دارند نشان می‌دهند... دشمنی‌های خودشان با نظام اسلامی را دارند نشان می‌دهند! از همه هم خیث‌تر دولت انگلیس است».

روزنامه گاردین در یکی از نسخه‌های خود در آن سال نوشت: بی‌اعتمادی نسبت به انگلیس در میان مقامات ایرانی به روزهای استعماری بازمی‌گردد. رسانه‌های دولتی اغلب سرویس‌های اطلاعاتی انگلیس را به حمایت از خرابه‌کاری و اغتشاش در استان‌های ایران متهم می‌کنند و انگلیس را مقصر تصویب قطعنامه‌های شورای امنیت علیه برنامه هسته‌ای ایران می‌دانند (Borger, 2009).

1. Roger Cooper

2. David Reddaway

3. در 2004 روابط دوباره دچار تلاطم شد، زیرا نیروهای دریایی ایران هشت سرباز انگلیسی را که به آبهای ایران تجاوز کرده بودند دستگیر کرد.

چند ماه پس از وقایع مربوط به انتخابات 88، دولت ایران «روز مبارزه با استعمار انگلیس» را تصویب کرد و 12 شهریور سالروز شهادت رئیس‌علی دلواری توسط انگلیسی‌ها و نماد مبارزه با انگلیس را به این روز نام‌گذاری کرد. تاریخ تحولات میان ایران و انگلیس باعث برانگیختگی احساسات ضدانگلیسی در ایران شده است.

5. چارچوب نظری پژوهش: بازنمایی دیگران و تأثیرگذاری بر افکار عمومی در مطبوعات

بازنمایی در رسانه به ساخت جنبه‌های مختلف یک واقعیت می‌پردازد (Dayer, 1993). به بیان دیگر، رسانه‌ها مجرای بیان این واقعیت هستند. اینکه رسانه‌ها تا چه اندازه این واقعیت را صحیح انعکاس می‌دهند، تاکنون موضوع بسیاری از پژوهش‌های رسانه‌ای بوده است. واتسون و هیل¹ (2006) بازنمایی را به‌عنوان یکی از کارکردهای اصلی رسانه‌ها در انعکاس واقعیت‌های جهان بیرونی تعریف کرده‌اند که شناخت و درک ما از واقعیت‌ها را شکل می‌دهد. رسانه‌ها از طرق مختلف از جمله گزینش و برجسته‌سازی، جهان را برای مخاطبان تصویر می‌کنند. بازنمایی، مبتنی بر گفتمانی است که مولد نوع خاصی از دانش و معرفت است و بر آن اساس، مبادرت به تولید معنا می‌کند (مهدی‌زاده، 1387).

بازنمایی، در حقیقت ابزاری برای نمایش واقعیت از طریق رسانه‌هاست. استوارت هال² (1997) معتقد است بازنمایی در واقع به معنای «استفاده از زبان برای تولید یک مفهوم معنادار یا انعکاس مفاهیم در جهان به‌صورت معنادار برای افراد دیگر» است (Hall, 1997: 1). بازنمایی در این معنی بخشی اصلی فرایندی است که توسط آن معنی تولید و میان افراد و اعضای یک فرهنگ مبادله می‌شود. این مبادله، به نوشته هال، معمولاً از طریق زبان، نشانه‌ها و تصاویر در یک فرهنگ ویژه صورت می‌پذیرد. از این تعریف، مشخص می‌شود بازنمایی می‌تواند نوعی تصویر دستکاری شده از واقعیت بیرونی باشد. به‌طور کلی، فرایند بازنمایی در رسانه‌ها برای تأثیرگذاری بر افکار عمومی از سه مرحله «برجسته‌سازی»³، «چارچوب‌گذاری»⁴ و «اولویت‌گذاری»⁵ اخبار عبور می‌کند. در پژوهش حاضر نظریه برجسته‌سازی به‌عنوان

-
1. Watson and Hill
 2. Stuart Hall
 3. Agenda-setting
 4. Framing
 5. Priming

چارچوب نظری مورد استفاده قرار گرفت.

رسانه‌ها امروزه برای اکثریت مردم تنها منبع کسب اخبار و اطلاعات محسوب می‌شوند. بنابراین نقش بی‌بدیلی در شکل‌دهی به افکار عمومی و درک آنها از بازیگران و کشورها نزد مخاطبان (بازنمایی) ایفا می‌کنند. بسیاری از پژوهش‌ها، رابطه میان رسانه و تأثیر بر افکار عمومی را مورد بررسی قرار داده‌اند. برای مثال، بروئر و همکارانش (2003)، وانتا و همکارانش (2004)، چوی (2009) و یانگ (2003) در پی انجام پژوهش‌هایی به این نتیجه رسیده‌اند که در معرض اخبار قرار گرفتن باعث افزایش اطلاعات و دانش مخاطبان از دیگر کشورها می‌شود و نحوه درک آنها از دیگران را به شدت تحت تأثیر قرار می‌دهد. به‌طور ویژه، درباره موضوع پژوهش حاضر یعنی رابطه میان رسانه و بازنمایی غرب و به‌ویژه آمریکا، نیزبت و همکارانش (2004) اثبات کردند که پوشش اخبار تلویزیونی تحولات آمریکا در کشورهای مسلمان منجر به خلق آمریکاستیزی¹ در آنها شده است. آنها معتقدند درحالی که پوشش اخبار آمریکا توسط رسانه‌های عربی منجر به افزایش احساسات ضدآمریکایی شده است، تماشای اخبار در شبکه‌های غربی مانند بی‌بی‌سی و سی‌ان‌ان این بازنمایی منفی از آمریکا در کشورهای مسلمان را تا حدودی خنثی می‌کند (Nisbet et al, 2004: 22).

پژوهش‌های دیگر درباره نقش اخبار و رسانه در سیاست خارجی نشان می‌دهد اگرچه رسانه‌ها به‌طور رسمی بخشی از دستگاه سیاست خارجی نیستند، اما رسانه‌ها و خبرنگاران مشارکت جدی در شکل‌دهی به سیاست خارجی داشته‌اند. برای مثال در آمریکا رسانه‌های خبری «نقش بسزایی در تعیین سیاست» دولت، به‌ویژه در زمان بحران بازی می‌کنند (83: 2005; Auerbach and Bloch-Elkon, 2005; Mishra, 2008). گرگس (2003) یادآوری می‌کند که پوشش اسلام در رسانه‌های آمریکا بخش تفکیک‌ناپذیر از سیاست‌گذاری آمریکا در این زمینه است (81-82: 2003; Gerges). تأثیر رسانه‌ها بر سیاست خارجی کشورها توسط پژوهش‌های پیشین نیز به اثبات رسیده است (el-Nawawy and Iskandar, 2002; Nisbet et al, 2004; Chan, 1994; Gerges, 2003). این تأثیر به‌حدی بزرگ است که برخی از دولت‌ها رسانه‌ها را در اختیار خود گرفته‌اند «تا شهروندان خود را از لحاظ سیاسی بسیج کنند» (17: 2004; Nisbet et al) و از رسانه‌ها به‌عنوان «ابزار پروپاگاندا» استفاده کنند

(El-Affendi 1993: 165).

البته هنوز مشخص نیست که آیا رسانه‌ها هستند که روی سیاست‌گذاری دولت‌ها تأثیر می‌گذارند یا دولت‌ها هستند که رسانه‌ها را به پیروی از سیاست‌های خود تشویق یا مجبور می‌کنند. برای مثال، گرگس (2003) معتقد است رسانه‌ها در آمریکا نقش زیادی در تعیین سیاست‌های دولت ایفا می‌کنند؛ این درحالی است که چان (2004) می‌گوید رسانه‌ها در انتشار اخبار تحت سلطه دولت‌ها قرار دارند. چان با اشاره به پژوهش‌های پیشین در این زمینه از جمله پژوهش انتمان¹ (1991) و شومیکر² (1991) می‌گوید:

...پژوهش‌ها درباره رابطه میان پوشش رسانه‌ای روابط بین‌الملل و سیاست خارجی کشورها اغلب نشان می‌دهد که رسانه‌ها تمایل دارند اخبار مربوط به روابط بین‌الملل را منطبق با نگاه و سیاست دولت پوشش دهند و اگر دولت همان رسانه در آن تحول نقش داشته باشد، رسانه‌ها تمایل دارند که دیدگاهی طرفدار دولت خود در انعکاس آن اتخاذ کنند (Chan, 2004: 135).

این دیدگاه توسط رایان (2004) نیز مورد تأکید قرار گرفته است. او با بررسی اخبار روزنامه‌های آمریکایی به این نتیجه رسید که مطبوعات آمریکا سیاست دولت پس از حملات 11 سپتامبر، یعنی سیاست دخالت نظامی را در پی گرفتند. په و ملکوت (1991) نیز نحوه پوشش خبر مربوط به سرنگونی هواپیمای ایران ایر توسط ناو آمریکایی و سرنگونی مشابه هواپیمایی کره‌ای توسط شوروی را بررسی کردند. آنها به این نتیجه رسیدند که روزنامه‌های آمریکایی «به عنوان کانالی فعالیت می‌کنند که دولت از طریق آن دیدگاه‌هایش را به مردم انتقال می‌دهد». برای مثال، در مورد سرنگونی هواپیمای ایران، رسانه‌های آمریکا این‌گونه وانمود کردند که سیاست‌های آمریکا در خلیج فارس صلح‌جویانه اما دولت ایران بی‌مسئولیت است (Peh and Melkote, 1991: 76). این یافته، پژوهش‌های قبلی را که نشان می‌دهند مطبوعات آمریکایی تحولات بین‌المللی را به‌عنوان انعکاسی از سیاست خارجی آمریکا و نه واقعیت رخ داده بازنمایی می‌کنند، تأیید می‌کند.

موضوع خبر و تأثیر آن همیشه در مطالعات ارتباطی مورد توجه پژوهشگران بوده است. به‌طور کلی، دو دیدگاه غالب در میان پژوهشگران حوزه رسانه در ارتباط با تأثیر اخبار وجود دارد: «انتخاب» و «تولید» (Hjarvard, 2002: 91). در حالی که پژوهش‌های دهه

1. Entman (1991)

2. Shoemaker (1991)

1930 تا 1960 به بررسی عوامل تأثیرگذار بر «انتخاب و گزینش» خبر (خلق تصویر¹) معطوف بود، مطالعات دهه 1970 چگونگی «ساخت و تولید» (بازنمایی تصویر) را مورد بررسی قرار دادند. پیروان دیدگاه اول، مطالعات خود را بر «برجسته سازی» متمرکز کردند و پیروان دیدگاه دوم، پژوهش‌های خود را در قالب «چارچوب گذاری و اولویت گذاری» پایه نهادند.² پژوهش حاضر نیز از نظریه برجسته‌سازی به‌عنوان چارچوب نظری خود استفاده کرده است.

پژوهش‌های متعدد دیگری نیز از این دو نظریه برای بررسی نحوه پوشش خبری و بازنمایی استفاده کرده‌اند. برای مثال، داتننز و ورلست³ (2002) با به‌کارگیری نظریه چارچوب گذاری، بازنمایی اصلاحات در اندونزی را در مطبوعات آلمانی بررسی کردند. پارک⁴ (2003) پوشش خبری شبکه‌های تلویزیونی آمریکا از تحولات کره و ژاپن را با استفاده از برجسته‌سازی و چارچوب گذاری بررسی کرد. اسپنسر⁵ (2004) نیز تأثیر اخبار تلویزیون بر مذاکرات صلح ایرلند شمالی را با این دو نظریه مطالعه کرد. دیمیترووا و استرومیک⁶ (2005) پوشش اخبار جنگ عراق در سال 2003 را روزنامه‌های شاخص سوئد و آمریکا با استفاده از برجسته‌سازی و چارچوب گذاری بررسی کردند.⁶ در یک پژوهش مشابه، هورویت⁷ (2006) بازنمایی جنگ عراق در شش خبرگزاری مطرح دنیا را بررسی کرد تا دریابد خبرگزاری‌های مناطق مختلف چگونه اخبار جنگ عراق را بر اساس دستور کار خود پوشش دادند. داتننز و بینک⁸ (2007) نیز تصویر اسلام در مطبوعات آلمانی را با استفاده از نظریه برجسته‌سازی و چارچوب گذاری بررسی کردند. در این مطالعات و بسیاری از پژوهش‌های مرتبط، پژوهشگران تأثیر رسانه‌ها و نحوه پوشش اخبار وقایع و رخدادها را با استفاده از نظریه برجسته‌سازی، چارچوب گذاری و اولویت گذاری بررسی کرده‌اند (Yanovitzky, 2002; Yang, 2003; Trivundza, 2004; Auerbach and Bloch-)

1. Production of image

2. مکومز و شاو (1972) معتقد بودند این دو دیدگاه قابل ترکیب هستند؛ به طوری که «انتخاب» و «نمایش» خبر هر دو از مهم‌ترین کارکردهای برجسته‌سازی است. آنها در واقع تفاوتی میان انتخاب و بازنمایی خبر قایل نبودند. مک کوپل (2000) نیز اولویت گذاری را نوعی خاص از برجسته‌سازی می‌داند.

3. D'Haenens and Verelst

4. Park

5. Spencer

6. Dimitrova and Strömbäck

7. Horvit

8. D'Haenens and Bink

(Elkon, 2005; D'Haenens, 2005; Gan et al, 2005; Fahmy and Kim, 2008).

مک کویل (McQuail, 2000: 461) برجسته‌سازی را به‌عنوان روشی برای بازنمایی «واقعیت جامعه» و ساخت «چارچوبی مرجع برای به تصویر کشاندن دنیا» معرفی می‌کند و معتقد است برجسته‌سازی، تصویری را که افراد درباره دنیای خارجی در ذهن خود می‌سازند تعیین می‌کند. در این راستا، رسانه‌های خبری با ارائه اخبار موضوعاتی را که مردم درباره آنها می‌اندیشند تعیین می‌کنند (فرقانی و نیکخواه ایبانه، 1392). به عبارت دیگر، نحوه پوشش جنبه‌های مختلف یک رویداد می‌تواند در درک افراد از آن رویداد بسیار تأثیرگذار باشد. برجسته‌سازی اولین بار توسط مکومز و شاو (1972) مطرح شد. آنها نقش رسانه‌ها را در مبارزات انتخاباتی ریاست جمهوری 1968 آمریکا بررسی کردند و به این نتیجه رسیدند که خبرنگاران و رسانه‌ها از طریق انتخاب و ارائه اخبار به افکار عمومی «نقش مهمی در شکل‌دهی واقعیت سیاسی ایفا می‌کنند» (McCombs and Shaw, 1972: 176). آنها نشان دادند که نه تنها مطبوعات برای مردم تعیین می‌کنند چه چیز را بخوانند، بلکه خوانندگان نیز از طریق همین تکلیفی¹ که از سوی مطبوعات برای آنها تعیین شده است می‌آموزند تا چه اندازه موضوع و سوژه اهمیت دارد. نظریه برجسته‌سازی بعدها توسط دانشمندان دیگر توسعه یافت. دیرینگ و راجرز² (1996) برجسته‌سازی را به‌عنوان فرایندی برای ساخت اجتماعی واقعیت تعریف کردند که رسانه‌ها با استفاده از آن، سوژه‌ای را بر سوژه دیگر ترجیح و پوشش خبری می‌دهند. آنها دریافتند رسانه‌ها به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم بر تعیین تکلیف و دستور کار در جامعه نقش دارند.

بنابراین در مقاله حاضر، با استفاده از نظریه برجسته‌سازی، نحوه پوشش اخبار مربوط به آمریکا و انگلیس در روزنامه‌های «اطلاعات»، «همشهری»، «جمهوری اسلامی» و «ایران» طی دوره اصول‌گرایی و اصلاح‌طلبی مورد بررسی قرار می‌گیرد.

روزنامه اطلاعات به‌عنوان قدیمی‌ترین روزنامه (دوران معاصر) ایران با بیش از هفتاد سال انتشار دایم است که دارای انتشارات مختلفی نیز می‌باشد که نسخه‌ای از آن در لندن نیز منتشر می‌شود. در پژوهشی که توسط شعار - غفاری در سال 1991 درباره روزنامه اطلاعات انجام شده است، تحلیل محتوای اخبار خارجی آن نشان داد 61 درصد اخبار خارجی که طی یک بازه زمانی ده ساله در این روزنامه منتشر شده از خبرگزاری‌های اصلی

1. Agenda

2. Dearing and Rogers (1996)

غربی شامل رويترز، ای اف پی، یو پی ای و ای پی¹ گرفته شده است. این پژوهش همچنین نشان داد اطلاعات تأکید بیشتری بر پوشش اخبار مربوطه به دنیای اسلام دارد و مبارزه با ابرقدرت‌ها را برجسته می‌کند. بر اساس این پژوهش، همچنین اطلاعات در طول سال‌های 1979 تا 1988 تصویری منفی از آمریکا نمایش داده است.

روزنامه همشهری بیشترین تیراژ را در میان روزنامه‌های دیگر دارد و به صورت رنگی منتشر می‌شود. همشهری 18 ضمیمه و مجله نیز انتشار می‌دهد. تاکنون پژوهشی درباره بازنمایی آمریکا و انگلیس در روزنامه همشهری انجام نشده است. روزنامه ایران اولین روزنامه رنگی کشور است که نسخه‌های عربی و انگلیسی و ورزشی نیز منتشر می‌کند. روزنامه ایران به طور رسمی به دولت وابسته است و رسانه دولت محسوب می‌شود. این روزنامه ضمیمه‌ها و مجلات متعددی را نیز منتشر می‌کند. روزنامه جمهوری اسلامی اولین روزنامه‌ای است که پس از انقلاب منتشر شد و تاکنون به طور مستمر به انتشار خود ادامه داده است. درباره روزنامه‌های ایران و جمهوری اسلامی نیز تاکنون پژوهشی از بازنمایی آمریکا و انگلیس انجام نشده است.

6. روش پژوهش

برای بررسی نحوه بازنمایی آمریکا و انگلیس در دو دوره اصلاح طلبی و اصول گرایی در مطبوعات ایران، در این پژوهش پس از طراحی سؤالات پژوهش، «بازنمایی آمریکا و انگلیس» به عنوان متغیر وابسته و «دوره سیاسی» به عنوان متغیر مستقل در سطح اسمی در نظر گرفته شد. داده‌ها جمع‌آوری و پس از کدگذاری و تهیه جداول آماری (توصیفی و تحلیلی) توسط نرم افزار SPSS تحلیل شد.

نوئندورف (2002) معتقد است تحلیل محتوا «ابزاری برای آزمون روابط میان اجزای یک مدل ارتباطی پایه» است (Neuendorf, 2002: 52). برلسون (1952) چهار کارکرد را برای تحلیل محتوا برپایه مدل ارتباطی ارائه شده توسط شانون و ویور در سال 1998 معرفی کرده که مربوط به «منبع، پیام، کانال و دریافت کننده» است. این چهار کارکرد عبارتند از: توصیف ویژگی‌های محتوایی پیام، توصیف ویژگی‌های شکلی پیام، برداشت استنتاج از پیام تولیدکنندگان محتوا و تعیین تأثیر محتوا روی مخاطبان پیام (Neuendorf, 2002: 52).

برای تحلیل محتوا، پس از تعیین جمعیت آماری و نمونه، متون باید کد گذاری شوند. برای کد گذاری باید واحد تحلیل انتخاب شود. واحد تحلیل می‌تواند «واژه، حرف، تم، بازه زمانی و حتی تعاملات» موجود در پیام یا هر بخش نوشتاری یا گفتاری آن مانند «بند، جمله یا کل خبر» باشد (Neuendorf, 2002: 71). در پژوهش حاضر، «بند» به‌عنوان واحد تحلیل مورد استفاده قرار گرفت تا تحلیلی دقیق‌تر نسبت به مقوله‌ها ارائه شود و بتوان مقوله‌ها را با دقت بیشتری بررسی کرد.

برای انجام این پژوهش و پاسخ به سؤالات آن اخبار از چهار روزنامه شاخص شامل «اطلاعات»، «همشهری»، «جمهوری اسلامی» و «ایران» استخراج شد. دلیل انتخاب این چهار روزنامه استمرار انتشار، تیراژ زیاد و ویژگی‌های شاخص هر کدام از آنها، به‌ویژه در دسترس بودن نسخه‌های قبلی (آرشیو) آنها در قالب الکترونیکی بود.

داده‌های مورد نیاز این پژوهش اخباری بود که درباره آمریکا و انگلیس در این چهار روزنامه در دو دوره اصلاح‌طلبی (1376، 1378، 1379، 1380)¹ و دوره اصول‌گرایی (1384، 1385، 1386 و 1387) منتشر شد. جامعه آماری نمونه شامل کل اخباری بود که در تمام شماره‌های منتشر شده از این چهار روزنامه طی سال‌های مورد اشاره در بالا انعکاس یافت. البته به دلیل آنکه تحلیل محتوای تمام اخباری که در این هشت سال در چهار روزنامه شاخص منتشر شده کاری سخت و زمان‌بر است، محققان از این جامعه آماری، نمونه‌گیری کردند. نمونه‌گیری به روش «سیستماتیک تصادفی» انجام شد تا نتایج آن قابل تعمیم به کل جامعه آماری باشد. با استفاده از این روش نمونه‌گیری و انتخاب ماه‌هایی (26 ماه آماری) که در آن تحولات مهمی میان ایران و آمریکا و ایران و انگلیس رخ داده بود (مانند جنگ عراق و افغانستان، تحولات هسته‌ای، تحولات مربوط به اسرائیل و مناسبت‌های ملی)، تعداد 2138 خبر از 365 نسخه روزنامه استخراج شد. داده‌ها با مراجعه به نسخه‌های دیجیتالی چهار روزنامه جمع‌آوری گردید.

مقاله حاضر نیز از این کارکردها برای بررسی سؤالات خود استفاده کرده است.

7. سؤالات پژوهش

به منظور بررسی نحوه بازنمایی آمریکا و انگلیس در مطبوعات شاخص ایران، دو دسته

1. سال 1377 از دوره اصلاح‌طلبی حذف شد، زیرا تحول و موضع‌گیری مهم و قابل توجهی در این سال میان ایران و آمریکا و انگلیس اتفاق نیافتاد.

سؤال اصلی مطرح شد. سؤالات توصیفی به بررسی کمی بازنمایی و سؤالات تحلیلی به بررسی کیفی بازنمایی آمریکا و انگلیس پرداخت. متغیرهایی همچون «کشور غربی برجسته شده در خبر»، «موضوع خبر خارجی»، «موضوع خبر در قبال روابط ایران و آمریکا»، «موضع خبر در قبال روابط ایران و انگلیس»، «تصویر دولت آمریکا در خبر» و «تصویر دولت انگلیس در خبر» تعریف و مورد بررسی قرار گرفت.

به طور مشخص سؤالات زیر در این پژوهش مطرح شد:

1. کدام کشور غربی در اخبار منتشر شده در مطبوعات مورد بررسی در دوره اصول گرایی و اصلاح طلبی برجسته شده است؟ آیا رابطه آماری معناداری میان کشور غربی برجسته شده در خبر و دوره سیاسی وجود دارد؟
2. کدام موضوع در اخبار خارجی مربوط به غرب در مطبوعات مورد بررسی در دوره اصول گرایی و اصلاح طلبی برجسته شده است؟ آیا رابطه آماری معناداری میان موضع خبر در قبال روابط ایران و آمریکا و دوره سیاسی وجود دارد؟
3. مطبوعات مورد بررسی هنگام بازنمایی دولت آمریکا در دوره اصول گرایی و اصلاح طلبی، چه تصویری (مثبت یا منفی) از آن ارائه دادند؟ آیا رابطه آماری معناداری میان تصویر دولت آمریکا در خبر و دوره سیاسی وجود دارد؟
4. مطبوعات مورد بررسی هنگام بازنمایی دولت انگلیس در دوره اصول گرایی و اصلاح طلبی، چه تصویری (مثبت یا منفی) از آن ارائه دادند؟ آیا رابطه آماری معناداری میان تصویر دولت انگلیس در خبر و دوره سیاسی وجود دارد؟
5. مطبوعات مورد بررسی هنگام بازنمایی اخبار مربوط به روابط ایران با آمریکا در دوره اصول گرایی و اصلاح طلبی، عنصر برخورد یا همکاری را چگونه برجسته کرده اند؟
6. مطبوعات مورد بررسی هنگام بازنمایی اخبار مربوط به روابط ایران با انگلیس در دوره اصول گرایی و اصلاح طلبی، عنصر برخورد یا همکاری را چگونه برجسته کرده اند؟

8. بررسی یافته ها

داده های مورد نیاز بر اساس دستورالعمل کدگذاری و وارد SPSS شدند. جداول آماری توصیفی و تحلیلی استخراج شدند و آزمون کای اسکور برای تست معناداری انتخاب و

سپس نتایج تحلیل شد.

برای محاسبه ضریب قابلیت اعتماد از فرمول پی اسکات استفاده شد. آزمون پایایی معمولاً با این هدف انجام می‌شود تا از رسیدن به نتایج یکسان در صورت تکرار این پژوهش در آینده اطمینان حاصل شود (Neuendorf, 2002:112). در تحلیل محتوا از این آزمون برای اندازه‌گیری میزان توافق میان دو کدگذار هنگام کدگذاری متغیرها استفاده می‌شود. میزان پایایی محاسبه‌شده برای متغیرهای «کشور غربی برجسته شده در خبر»، «موضوع خبر خارجی» و «تصویر دولت آمریکا در خبر» در این پژوهش 75 درصد بود که نشان می‌دهد اگر افراد دیگری این پژوهش را انجام دهند به احتمال زیاد به همین نتایج می‌رسند.

همان‌گونه که در بالا اشاره شد، دو دسته سؤال برای این پژوهش طراحی شد. در این بخش، با اشاره به سؤالات پژوهش، ابتدا یافته‌ها و سپس تحلیل‌های مربوطه ارائه می‌شوند.

1. کدام کشور غربی در اخبار منتشر شده در مطبوعات مورد بررسی در دوره اصول‌گرایی و اصلاح‌طلبی برجسته شده است؟ آیا رابطه آماری معناداری میان کشور غربی برجسته‌شده در خبر و دوره سیاسی وجود دارد؟

بر اساس جدول شماره 1، درباره متغیر «کشور غربی برجسته‌شده در خبر»، نتایج این بررسی نشان داد آمریکا و پس از آن انگلیس به ترتیب با فراوانی 67/1 و 9/3 درصد در کل دوره پژوهش بیشترین اخبار را در مقایسه با دیگر کشورهای غربی (فرانسه و آلمان) در مطبوعات شاخص به خود اختصاص دادند. همچنین جدول شماره 1 نشان می‌دهد آمریکا در طول دوره اصول‌گرایی و اصلاح‌طلبی نیز بیشترین پوشش را در اخبار مطبوعات ایران (با فراوانی به ترتیب 66/4 درصد و 68/5 درصد) داشته است. البته در دوره اصلاح‌طلبی، مطبوعات شاخص پوشش خبری بیشتری (68/5 درصد) از آمریکا نسبت به دوره اصول‌گرایی (66/4 درصد) داشتند. این یافته‌ها نشان می‌دهد بیشترین تحولات اتفاق افتاده میان ایران با دنیای غرب مربوط به تحولات با آمریکا است. به بیان دیگر، آمریکا از لحاظ اطلاع‌رسانی اخبار و رویدادهای مربوطه نسبت به دیگر کشورهای غربی، بیشترین فراوانی را در مطبوعات ایران به خود اختصاص داده است.

جدول 1. رابطه میان کشور غربی برجسته شده در خبر* دوره سیاسی

کل	دوره انتشار				
	اصول گرایی	اصلاح طلبی			
1435	919	516	شمارش	آمریکا	کشور غربی برجسته شده در خبر
%67/1	%66/4	%68/5	% در دوره انتشار		
%67/1	%43/0	%24/1	% کل		
199	143	56	شمارش	انگلیس	
%9/3	%10/3	%7/4	% در دوره انتشار		
%9/3	%6/7	%2/6	% کل		
129	85	44	شمارش	فرانسه	
%6/0	%6/1	%5/8	% در دوره انتشار		
%6/0	%4/0	%2/1	% کل		
76	46	30	شمارش	آلمان	
%3/6	%3/3	%4/0	% در دوره انتشار		
%3/6	%2/2	%1/4	% کل		
92	74	18	شمارش	گروه 1+5	
%4/3	%5/3	%2/4	% در دوره انتشار		
%4/3	%3/5	%0/8	% کل		
207	118	89	شمارش	ذکر نشده	
%9/7	%8/5	%11/8	% در دوره انتشار		
%9/7	%5/5	%4/2	% کل		
2138	1385	753	شمارش	کل	کل
%100/0	%100/0	%100/0	% در دوره انتشار		
%100/0	%64/8	%35/2	% کل		
X ² =.001*		df=5		P<0.05	
* 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 26.77.					

بر اساس جدول بالا، کای اسکوئر محاسبه شده برای رابطه میان دو متغیر «دوره سیاسی» و «کشور غربی برجسته شده در خبر» به میزان 20/754 با درجه آزادی 5 و احتمال خطای 0/001 است. بنابراین، بر اساس این داده‌ها، رابطه معناداری میان دو متغیر «دوره سیاسی» و «کشور غربی برجسته شده در خبر» در جمعیت آماری که این نمونه از آن گرفته شد، وجود دارد.

نتیجه آزمون کای اسکوئر نشان داد رابطه آماری معناداری میان دوره سیاسی و کشور غربی برجسته شده در خبر وجود دارد؛ به طوری که در دوره اصلاح طلبی اخبار مربوط به

آمریکا پوشش بیشتری نسبت به دوره اصول‌گرایی دریافت کرده‌اند، اما در مورد انگلیس، اخبار مربوط به آن کشور در دوره اصول‌گرایی پوشش بیشتری دریافت کرده‌اند.

دلیل این تغییر در نحوه پوشش خبری، مربوط به سیاست خارجی است که دولت ایران در این دو دوره نسبت به آمریکا و انگلیس اتخاذ کرده بود. در دوره اصلاح‌طلبی، سیاست خارجی دولت بر مبنای تنش‌زدایی با آمریکا بود و به همین دلیل اخبار بیشتری از آمریکا و تحولات مربوطه به این کشور و ایران در مطبوعات شاخص نسبت به دوره اصول‌گرایی که سیاستش مبتنی بر مقابله با آمریکا بود منتشر شد.

در خصوص انگلیس، به دلیل افزایش تحولات تنش‌زا در دوره اصول‌گرایی نسبت به اصلاح‌طلبی، شاهد افزایش پوشش خبری انگلیس در دوره اصول‌گرایی نسبت به اصلاح‌طلبی هستیم. بنابراین، بر اساس داده‌های جدول شماره 1، می‌توان این‌گونه نتیجه گرفت که دوره سیاسی بر انتخاب و بازنمایی آمریکا و انگلیس در مطبوعات شاخص ایران تأثیرگذار بوده است.

2. کدام موضوع در اخبار خارجی مربوط به غرب در مطبوعات مورد بررسی در دوره اصول‌گرایی و اصلاح‌طلبی برجسته شده است؟ آیا رابطه آماری معناداری میان موضوع خبر در قبال روابط ایران و آمریکا و دوره سیاسی وجود دارد؟

بر اساس جدول شماره 1-2، درباره متغیر «موضوع خبر خارجی»، نتایج این بررسی نشان داد اخبار مربوط به تحولات آمریکا و انگلیس با دیگر کشورها (به غیر از ایران) بیشترین پوشش خبری را با فراوانی (49/6) درصد نسبت به اخبار مربوط به تحولات ایران با آمریکا (12 درصد) و ایران با انگلیس (1/7 درصد) در مقایسه با ایران با آلمان (1/4 درصد) و ایران با فرانسه (1/4 درصد) داشته است. یافته‌ها همچنین نشان داد اخبار مربوط به تحولات میان ایران و آمریکا با فراوانی 12 درصد بیشتر از اخبار مربوط به تحولات ایران و انگلیس با فراوانی 1/7 درصد در مطبوعات شاخص مورد توجه قرار گرفتند. این یافته‌ها اثبات می‌کند موضوعات دوجانبه میان ایران و آمریکا بیش از سایر موضوعات به دلیل اهمیت ارتباط میان این دو کشور توسط مطبوعات شاخص برجسته شده‌اند.

جدول 1-1. موضوع خبر خارجی برجسته شده در خبر

درصد انباشتگی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	
10/2	10/2	10/2	218	رابطه ایران و غرب
22/2	12/0	12/0	257	رابطه ایران و آمریکا
23/9	1/7	1/7	37	رابطه ایران و انگلیس
25/4	1/4	1/4	30	رابطه ایران و فرانسه
26/7	1/4	1/4	29	رابطه ایران و آلمان
73/6	49/6	49/6	1003	رابطه غرب و دیگر کشورها
74/0	0/4	0/4	8	رابطه ایران و سازمان‌ها بین‌المللی
74/3	0/3	0/3	6	رابطه غرب و سازمان‌ها بین‌المللی
100/0	25/7	25/7	550	نامربوط

در خصوص رابطه میان موضع خبر در قبال روابط ایران و آمریکا و دوره سیاسی، نتیجه آزمون کای اسکوتر نشان داد که رابطه آماری معناداری میان موضع خبر در قبال روابط ایران و آمریکا و دوره سیاسی حاکم وجود ندارد. بدین ترتیب، در دوره اصلاح‌طلبی، 8/9 درصد و در دوره اصول‌گرایی 8/5 درصد اخبار عنصر برخورد را در این روابط اشاعه دادند.

البته نتایج نشان می‌دهد مطبوعات ایران در دوره اصلاح‌طلبی دیدگاه مثبت‌تری نسبت به تحولات میان آمریکا و ایران در مقایسه با دوره اصول‌گرایی اتخاذ کرده‌اند. این نتیجه، یافته قبلی (مربوط به جدول 1) را حمایت می‌کند و نشان می‌دهد سیاست خارجی دولت نسبت به آمریکا بر نحوه بازنمایی آمریکا در مطبوعات تأثیرگذار بوده است.

جدول 1-2. رابطه میان موضع خبر در قبال رابطه ایران و آمریکا* دوره سیاسی

کل	دوره انتشار		شمارش	مثبت (همکاری)	موضع خبر در قبال رابطه ایران و آمریکا
	اصول‌گرایی	اصلاح‌طلبی			
91	58	33	شمارش		
%4/3	%4/2	%4/4	% در دوره انتشار		
%4/3	%2/7	%1/5	% کل		
192	118	74	شمارش	منفی	
%9/0	%8/5	%9/8	% در دوره انتشار		
%9/0	%5/5	%3/5	% کل		
74	54	20	شمارش	خنثی	
%3/5	%3/9	%2/7	% در دوره انتشار		
%3/5	%2/5	%0/9	% کل		
1781	1155	626	شمارش	نامربوط	
%83/3	%83/4	%83/1	% در دوره انتشار		
%83/3	%54/0	%29/3	% کل		
2138	1385	753	شمارش	کل	
%100/0	%100/0	%100/0	% در دوره انتشار		
%100/0		%64/358/2	% کل		
X ² = 0/369		df=3		P>0.05	
* 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 26.06.					

بر اساس جدول بالا، کای اسکوئر محاسبه شده برای رابطه میان دو متغیر «دوره سیاسی» و «موضع خبر در قبال روابط ایران و آمریکا» به میزان 3/153 با درجه آزادی 3 و احتمال خطای 0/369 است. بنابراین، بر اساس این داده‌ها، رابطه معناداری میان دو متغیر «دوره سیاسی» و «موضع خبر در قبال روابط ایران و آمریکا» در جمعیت آماری نمونه وجود ندارد. 3. مطبوعات مورد بررسی هنگام بازنمایی دولت آمریکا در دوره اصول‌گرایی و اصلاح‌طلبی، چه تصویری (مثبت یا منفی) از آن ارائه دادند؟ آیا رابطه آماری معناداری میان تصویر دولت آمریکا در خبر و دوره سیاسی وجود دارد؟

بر اساس جدول شماره 3، درباره متغیر «تصویر دولت آمریکا در خبر»، نتایج این بررسی نشان داد روزنامه‌های شاخص در پوشش اخبار آمریکا، تصویری منفی از آن کشور نمایش می‌دهند. به این ترتیب، در طول کل دوره پژوهش، تصویر دولت آمریکا در 36/1 درصد اخبار، منفی بوده است. این در حالی است که این تصویر در دوره اصول‌گرایی،

منفی (با بیشترین فراوانی 40/1 درصد) اما در دوره اصلاح طلبی، خنثی (با بیشترین فراوانی 29/5 درصد) بوده است. به بیان دیگر، مطبوعات شاخص در دوره اصلاح طلبی، موضع نرم تری نسبت به آمریکا در مقایسه با دوره اصول گرایی اتخاذ کرده‌اند.

جدول 2. رابطه میان تصویر دولت آمریکا در خبر و دوره انتشار

کل	دوره انتشار				
	اصلاح طلبی	اصول گرایی			
31	18	13	شمارش	مثبت	تصویر دولت آمریکا در خبر
%1/4	%1/3	%1/7	% در دوره انتشار		
%1/4	%0/8	%0/6	% کل		
771	556	215	شمارش	منفی	
%36/1	%40/1	%28/6	% در دوره انتشار		
%36/1	%26/0	%10/1	% کل		
530	308	222	شمارش	خنثی	
24/8	%22/2	%29/5	% در دوره انتشار		
24/8	%14/4	10/4	% کل		
2	1	1	شمارش	کلیشه‌ای ¹	
%0/1	%0/1	%0/1	% در دوره انتشار		
%0/1	%0/0	%0/0	% کل		

1. عبارت «کلیشه» اولین بار توسط والتر لیمین در سال 1922 در خصوص مطبوعات به کار گرفته شد. منظور از کلیشه همان تصاویر و ادراکاتی است که افراد در ذهن خود نسبت به محیط اطراف می‌سازند. در واقع افراد نه با واقعیت عینی بلکه با بازنمایی‌هایی که آنها در خصوص واقعیت عینی در ذهن خود می‌سازند با محیط ارتباط برقرار می‌کنند. دانیل کتز و کنت برالی در سال 1933 تعریفی علم‌یاتی از کلیشه در چارچوب مطالعات مطبوعاتی و ارتباطی ارائه دادند. آنها کلیشه را به صورت تصویری تعریف کردند که انعکاس دهنده نگرش فرد نسبت به فرد یا شئی دیگر است، به طوری که اعضای یک گروه بر پایه کلیشه‌های مشترک با اعضای گروه دیگر تعامل می‌کنند. کلیشه در واقع همان تصویر یا مجموعه‌ای از ویژگی‌های ثابتی است که نمایانگر فرد یا شئی مورد بحث است. کلیشه بر اساس این تعریف گاهی اوقات می‌تواند به عنوان «یک باور اغراق شده» تلقی شود (Allport, 1954: 191). بر اساس آنچه گفته شد، کلیشه می‌تواند مثبت یا منفی باشد. برای مثال، مردم یک منطقه خاص کشوری را با ویژگی «خساست» و یا «مهربانی» می‌شناسند و این ویژگی در طول زمان به کلیشه تبدیل می‌شود (در این مثال، خساست کلیشه منفی و مهربانی کلیشه مثبت تلقی می‌شود). در تحقیق حاضر، برای مثال، عبارت «مستکبر» یا «مستعمر» توسط مطبوعات ایران به عنوان کلیشه برای اشاره به دولت آمریکا مورد استفاده قرار گرفته است. نمونه دیگر استفاده از «کلیشه» در تیتیر «رئیس مجلس: مردم ایران در راهپیمایی روز 22 بهمن مشت محکمی بر دهان استکبار جهانی می‌کوبند» مشاهده می‌شود. در این تیتیر، عبارت «استکبار جهانی» به عنوان کلیشه‌ای منفی برای اشاره به دولت آمریکا به کار گرفته شده است. به همین طریق، در تیتیر «رئیس جمهور پاکستان در بیانیه‌ای از مردم مهمان‌نواز گیلان تشکر کرد»، صفت «مهمان‌نواز» به عنوان کلیشه‌ای مثبت برای اشاره به مردم گیلان به کار رفته است.

ادامه جدول 2. رابطه میان تصویر دولت آمریکا در خبر و دوره انتشار

323	171	152	شمارش	کلیشه‌ای منفی	کل
%15/1	%12/3	%20/2	% در دوره انتشار		
%15/1	%8/0	%7/1	% کل		
481	331	150	شمارش	نامربوط	
%22/5	%23/9	%19/9	% در دوره انتشار		
%22/5	%15/5	7/0	% کل		
2138	1385	753	شمارش	کل	
%100/0	%100/0	%100/0	% در دوره انتشار		
%100/0	%64/8	%35/2	% کل		
X ² =0/000		df= 5		P<0.001	
* 2 cells (16.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is.70.					

بر اساس جدول بالا، کای اسکوئر محاسبه شده برای رابطه میان دو متغیر «دوره سیاسی» و «تصویر دولت آمریکا در خبر» به میزان 52/581 با درجه آزادی 5 و احتمال خطای 0/000 است. بنابراین، بر اساس این داده‌ها، رابطه معنادار آماری میان دو متغیر «دوره سیاسی» و «تصویر دولت آمریکا در خبر» در جمعیت آماری که این نمونه از آن گرفته شد، وجود دارد. نتیجه آزمون کای اسکوئر نشان داد که رابطه آماری معناداری میان تصویر دولت آمریکا در خبر و دوره سیاسی حاکم وجود دارد به طوری که در دوره اصلاح طلبی مطبوعات شاخص، تصویری مثبت از آمریکا و در دوره اصول‌گرایی تصویری منفی از آن کشور ارائه دادند و این بازنمایی به دلیل سیاستی است که در دوره سیاسی مربوطه در قبال آمریکا اتخاذ شده بود.

نتایج جدول 3 نیز این فرضیه را تأیید می‌کند که دولت اصلاح طلب سیاست خارجی نرم‌تری را نسبت به دولت اصول‌گرا در قبال آمریکا اتخاذ کرد که این سیاست بر بازنمایی آمریکا در مطبوعات تأثیر گذار بوده است.

4. مطبوعات مورد بررسی هنگام بازنمایی دولت انگلیس در دوره اصول‌گرایی و اصلاح طلبی، چه تصویری (مثبت یا منفی) از آن ارائه دادند؟ آیا رابطه آماری معناداری میان تصویر دولت انگلیس در خبر و دوره سیاسی وجود دارد؟

بر اساس جدول شماره 4، درباره متغیر «تصویر دولت انگلیس در خبر»، نتایج این بررسی نشان داد روزنامه‌های شاخص در پوشش اخبار انگلیس، تصویری منفی از آن کشور

نمایش می‌دهند. به این ترتیب، در طول کل دوره پژوهش، تصویر دولت انگلیس در 6/1 درصد اخبار، منفی بوده است. این در حالی است که این تصویر در دوره اصول‌گرایی، منفی (با بیشترین فراوانی 7/4 درصد) اما در دوره اصلاح‌طلبی، خنثی (با بیشترین فراوانی 7/2 درصد) بوده است. به بیان دیگر، مطبوعات شاخص در دوره اصلاح‌طلبی، موضع نرم‌تری نسبت به انگلیس در مقایسه با دوره اصول‌گرایی اتخاذ کرده‌اند.

جدول 3. رابطه میان تصویر دولت انگلیس در خبر و دوره انتشار

کل	دوره انتشار				
	اصول‌گرایی	اصلاح‌طلبی			
16	3	13	شمارش	مثبت	تصویر دولت انگلیس در خبر
%0/7	%0/2	%1/7	% در دوره انتشار		
%0/7	%0/1	%0/6	% کل		
130	103	27	شمارش	منفی	
%6/1	%7/4	%3/6	% در دوره انتشار		
%6/1	%4/8	%1/3	% کل		
124	70	54	شمارش	خنثی	
%5/8	%5/1	%7/2	% در دوره انتشار		
%5/8	%3/3	%2/5	% کل		
2	1	1	شمارش	کلشه‌ای	
%0/1	%0/1	%0/1	% در دوره انتشار		
%0/1	%0/0	%0/0	% کل		
47	25	2/9	شمارش	کلشه‌ای منفی	
%2/2	%1/8	%2/9	% در دوره انتشار		
%2/2	%1/2	%1/0	% کل		
1819	1183	636	شمارش	نامربوط	
%85/1	%85/4	%84/5	% در دوره انتشار		
%85/1	%55/3	%29/7	% کل		
2138	1385	753	شمارش	کل	کل
%100/0	%100/0	%100/0	%100/0		
%100/0	%64/8	%35/2	% کل		
X ² = 0/000		df= 5		P< 0/001	
* 2 cells (16.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is.70.					

بر اساس جدول بالا، کای اسکوتر محاسبه شده برای رابطه میان دو متغیر «دوره سیاسی» و «تصویر دولت انگلیس در خبر» به میزان $33/537$ با درجه آزادی 5 و احتمال خطای 0/000 است. بنابراین، بر اساس این داده‌ها، رابطه معنادار آماری میان دو متغیر «دوره سیاسی» و «تصویر دولت انگلیس در خبر» در جمعیت آماری که این نمونه از آن گرفته شد، وجود دارد.

نتیجه آزمون کای اسکوتر نشان داد که رابطه آماری معناداری میان تصویر دولت انگلیس در خبر و دوره سیاسی حاکم وجود دارد؛ به طوری که در دوره اصلاح طلبی، مطبوعات شاخص تصویری مثبت از انگلیس و در دوره اصول گرایی تصویری منفی از آن کشور ارائه داده‌اند و این بازنمایی به دلیل سیاستی است که در دوره سیاسی مربوطه در قبال انگلیس اتخاذ شده بود.

نتایج جدول 4 نیز این فرضیه را تأیید می‌کند که دولت اصلاح طلب سیاست خارجی نرم‌تری را نسبت به دولت اصول‌گرا در قبال انگلیس اتخاذ کرد که این سیاست بر بازنمایی انگلیس در مطبوعات تأثیر گذار بوده است.

5. مطبوعات مورد بررسی هنگام بازنمایی اخبار مربوط به روابط ایران با آمریکا در دوره اصول‌گرایی و اصلاح طلبی، عنصر برخورد یا همکاری را چگونه برجسته کرده‌اند؟ بر اساس جدول شماره 5، درباره متغیر «موضع خبر خارجی در قبال روابط ایران و آمریکا» نتایج این بررسی نشان داد روزنامه‌های شاخص هنگامی که تحولات مربوط به روابط ایران و آمریکا را پوشش می‌دهند، تمایل دارند عنصر «برخورد» را برجسته‌سازی کنند. این نشان می‌دهد جنس ارتباطات میان ایران و آمریکا از نوع تنش‌آمیز است. به این ترتیب، در طول کل دوره پژوهش، در حالی که $83/3$ درصد اخبار فاقد موضعی در قبال روابط ایران و آمریکا بودند، 9 درصد اخبار مخالف همکاری ایران و آمریکا و $4/3$ درصد اخبار موافق همکاری این دو کشور بودند. به عبارت دیگر، در طول کل دوره پژوهش، اکثر اخبار منتشر شده درباره آمریکا در مطبوعات شاخص ایران، مخالف سیاست تنش‌زدایی با آمریکا بودند. جدول شماره 2 نیز نشان داد متغیر دوره سیاسی (اصول‌گرایی و اصلاح طلبی) تأثیری در این نحوه پوشش خبری نداشته است.

جدول 4. موضع خبر خارجی در قبال رابطه ایران و آمریکا و دوره سیاسی

کل	دوره انتشار				
	اصول‌گرایی	اصلاح‌طلبی			
91	58	33	شمارش	رویکرد مثبت (همکاری) ¹	موضع خبر در قبال روابط ایران و آمریکا
%4/3	%4/2	%4/4	% در دوره انتشار		
%4/3	%2/7	%1/5	% کل		
192	118	74	شمارش	رویکرد منفی (برخورد)	
%9/0	%8/5	%9/8	% در دوره انتشار		
%9/0	%5/5	%3/5	% کل		
74	54	20	شمارش	رویکرد خنثی	
%3/5	3/9	%2/7	% در دوره انتشار		
%3/5	%2/5	%0/9	% کل		
1781	1155	626	شمارش	نامربوط	
%83/3	%83/4	%83/1	% در دوره انتشار		
%83/3	%54/0	%29/3	% کل		
2138	1385	753	شمارش	کل	کل
%100/0	%100/0	%100/0	% در دوره انتشار		
%100/0	%64/8	%35/2	% کل		

6. مطبوعات مورد بررسی هنگام بازنمایی اخبار مربوط به روابط ایران با انگلیس در دوره اصول‌گرایی و اصلاح‌طلبی، عنصر برخورد یا همکاری را چگونه برجسته کرده‌اند؟
بر اساس جدول شماره 6، درباره متغیر «موضع خبر در قبال روابط ایران و انگلیس»

1. اخبار خارجی می‌توانند در قبال رابطه ایران و آمریکا رویکردی منفی، مثبت، خنثی و یا نامرتب استفاده کنند. اگر در خبر فضای روابط دوستانه و همکاری میان ایران و آمریکا حاکم باشد و تنش‌زدایی ترویج شود، رویکرد خبر در قبال رابطه ایران و آمریکا مثبت است و اگر فضای تنش‌آلود، خصمانه و تضاد حاکم باشد، رویکرد خبر منفی خواهد بود. اگر در خبر نه تنش (تضاد و برخورد) و نه آشتی (همکاری و تعامل) در قبال رابطه ایران و آمریکا ترویج شود، رویکرد خبر خنثی است و اگر خبر مربوط به رابطه ایران و آمریکا نباشد، خبر نامربوط است. برای مثال، در جمله «آمریکا به مدت سه دهه تحریم‌های ظالمانه علیه جمهوری اسلامی ایران اعمال کرد و خصومت خود را در برهه‌های مختلف به ملت ایران نشان داد» رویکردی منفی ترویج شده است. اما در جمله «رئیس‌جمهور آمریکا در نطق سالانه خود از ایران به عنوان یک کشور متمدن با سابقه کهن تاریخی اشاره کرد و خواستار آشتی با ملت و دولت ایران شد» رویکرد مثبتی در قبال روابط ایران و آمریکا اتخاذ شده است. رویکرد جمله «مقامات ایرانی و آمریکایی در مجامع بین‌المللی هیچ‌گونه تعاملی ندارند» خنثی است. جمله «دولت انگلیس روز پنج‌شنبه اعلام کرد تحریم‌های بانکی یک‌جانبه علیه ایران را افزایش خواهد داد» نسبت به رابطه ایران و آمریکا نامربوط است.

نتایج این بررسی نشان داد روزنامه‌های شاخص هنگامی که تحولات مربوط به روابط ایران و انگلیس را پوشش می‌دهند، تمایل دارند عنصر «برخورد» را برجسته‌سازی کنند. به این ترتیب، در طول کل دوره پژوهش، در حالی که 96/6 درصد اخبار فاقد موضعی در قبال روابط ایران و انگلیس بودند، 1/4 درصد اخبار مخالف همکاری ایران و انگلیس و یک درصد اخبار موافق همکاری این دو کشور بودند. به عبارت دیگر، در طول کل دوره پژوهش، اکثر اخبار منتشر شده درباره انگلیس در مطبوعات شاخص ایران، مخالف سیاست تنش‌زدایی با آن کشور بودند. اما در دوره اصلاح‌طلبی، بر اساس جدول شماره 6، مطبوعات شاخص موضع نرم‌تری نسبت به انگلیس در مقایسه با دوره اصول‌گرایی اتخاذ کردند؛ به طوری که در دو درصد اخبار منتشر شده در دوره اصلاح‌طلبی، رویکردی مثبت به روابط ایران و انگلیس در مقایسه با نیم درصد دوره اصول‌گرایی ارائه شد. این رویکرد اما در دوره اصول‌گرایی با فراوانی 1/6 درصد، منفی بود. بنابراین یافته‌ها اثبات می‌کند مطبوعات در بازنمایی انگلیس دنباله‌رو گفتمان سیاست خارجی حاکم بر جامعه هستند.

جدول 5. موضع خبر خارجی در قبال رابطه ایران و انگلیس و دوره سیاسی

کل	دوره انتشار				
	اصلاح‌طلبی	اصول‌گرایی			
22	7	15	شمارش	رویکرد مثبت (همکاری)	موضع خبر در قبال روابط ایران و انگلیس
%1/0	%0/5	%2/0	% در دوره انتشار		
%1/0	%0/3	%0/7	% کل		
29	22	7	شمارش	رویکرد منفی (برخورد)	
%1/4	%1/6	%0/9	% در دوره انتشار		
%1/4	%1/0	%0/3	% کل		
21	12	9	شمارش	رویکرد خنثی	
%1/0	%0/9	%1/2	% در دوره انتشار		
%1/0	%0/6	%0/4	% کل		
2066	1344	722	شمارش	نامربوط	
%96/6	%97/0	%95/9	% در دوره انتشار		
%96/6	%62/9	%33/8	% کل		
2138	1385	753	شمارش	کل	کل
%100/0	%100/0	%100/0	% در دوره انتشار		
%100/0	%64/8	%35/2	% کل		

4. نتیجه گیری

این پژوهش چگونگی بازنمایی آمریکا و انگلیس در مطبوعات شاخص ایران طی دوره اصول‌گرایی و اصلاح‌طلبی را بررسی کرد. یافته‌های پژوهش اثبات کرد آمریکا از میان دیگر کشورهای غربی بیشترین پوشش خبری را در مطبوعات شاخص ایران به خود اختصاص داده است. این نشان می‌دهد بیشتر تحولات ایران با غرب مربوط به آمریکاست. همچنین موضعی که در بازنمایی آمریکا در مطبوعات شاخص نسبت به روابط ایران و آمریکا اتخاذ می‌شود، عنصر «برخورد» را به همراه دارد و این بازنمایی «مثبت» نیست. از طرف دیگر، رابطه معناداری میان دوره سیاسی و کشور غربی برجسته شده و نیز دوره سیاسی و تصویر دولت آمریکا و انگلیس در خبر وجود دارد.

نتیجه این یافته‌ها نشان از آن دارد که مطبوعات شاخص در ایران، همانند مطبوعات شاخص در بسیاری از دیگر کشورها همچون آمریکا، هنگامی که به پوشش اخبار خارجی می‌رسد، تمایل دارند از موضع و سیاست خارجی که توسط دولت ایران اتخاذ می‌شود در بازنمایی کشور خارجی مربوطه پیروی کنند.

در مورد آمریکا و انگلیس، مطبوعات شاخص ایران به‌رغم وجود تحولات مثبت تمایل دارند تصویری منفی از این دو کشور ارائه دهند. مطبوعات ایران با انتشار اخباری که چهره آمریکا را به‌عنوان «مستکبر» و انگلیس را به‌عنوان «استعمارگر» معرفی می‌کند سعی می‌کنند «زخم کهنه» ارتباطات میان ایران و آمریکا و انگلیس را بازنمایی کنند. بر کسی پوشیده نیست که آمریکا و انگلیس سابقه‌ای منفی در روابط خود با ایران در طول قرن‌ها و دهه‌ها داشته‌اند و این موضوع در پوشش اخبار مربوط به این دو کشور در مطبوعات شاخص ایران خود را نشان می‌دهد.

همان‌گونه که پژوهش‌های مرتبط در دیگر کشورها رابطه مستقیم میان بازنمایی تحولات خارجی در مطبوعات یک کشور با سیاست خارجی رسمی همان کشور را نشان داد، این پژوهش نیز اثبات کرد رابطه معناداری میان بازنمایی آمریکا و انگلیس و دوره سیاسی حاکم وجود دارد¹. بنابراین مطبوعات شاخص ایران در بازنمایی آمریکا و انگلیس تحت تأثیر دوره (گفتمان) سیاسی حاکم که خود تابعی از سیاست خارجی دولت حاکم

1. در حالی که پژوهش‌های قبلی نشان می‌دهند رسانه‌ها (به‌ویژه در غرب) بر سیاست خارجی کشورشان تأثیر گذارند، این پژوهش نشان داد در ایران این سیاست خارجی دولت حاکم است که بر پوشش رسانه‌ها از تحولات بین‌الملل تأثیر گذار است.

(چه اصول گرا و چه اصلاح طلب) است قرار می گیرند. البته سیاست خارجی رسمی ایران بر گرفته از اصولی است که در طول تاریخ و تحت تأثیر روابط خارجی ایران با آمریکا و انگلیس تدوین و تثبیت شده‌اند و این اصل همان گونه که در مرور اجمالی تاریخچه روابط ایران با آمریکا و انگلیس مشخص شد، بر استکبارستیزی (غرب ستیزی و آمریکاستیزی) استوار است. بنابراین می توان نتیجه گرفت که رسانه‌ها در پیشبرد سیاست خارجی کشورها هم نقش بسزایی ایفا می کنند.

در این زمینه، نیزبت و دیگران (2004) بعد چهارمی به ریشه‌های آمریکاستیزی در خاورمیانه اضافه کرده‌اند و آن «نحوه پوشش خبری آمریکا در رسانه‌های هدف» و آن چیزی است که آنها آن را «اطلاع‌رسانی نامؤثر توسط دولت آمریکا» می خوانند (Nisbet et al, 2004: 12). نقش حیاتی رسانه‌ها در ایجاد احساسات ضدآمریکایی در خاورمیانه را با کستر و اکبرزاده (2008) هم نشان داده‌اند. آنها با بررسی نحوه پوشش اخبار مربوط به زندان ابوغریب در رسانه‌های محلی به این نتیجه رسیدند که این پوشش رسانه‌ای در خلق این گونه احساسات مؤثرند (Baxter & Akbarzadeh, 2008:172). تفاوتی که یافته پژوهش‌های گذشته با یافته پژوهش حاضر دارد شاید مربوط به ریشه‌های بازنمایی منفی آمریکا و انگلیس در ایران است.

فهرست منابع

الف) منابع فارسی

1. خرازی، صادق (1379). سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران در دوره ریاست جمهوری آقای خاتمی، بازیابی شده در تاریخ 1393/07/01 از: <http://kharazi.ir>
2. دهقانی فیروزآبادی، سید جلال (1384). تحول گفتمانی در سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران، تهران: مؤسسه انتشاراتی روزنامه ایران.
3. رونق، یوسف (1389). قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران و الحاقیه‌های اجرایی، انتشارات فرمش.
4. عیوضی، محمدرحیم (1387). تحلیلی بر سیاست خارجی آقای دکتر محمود احمدی نژاد، راهبرد یاس، شماره 14، تابستان 1387، بازیابی شده در تاریخ 1393/07/01 از <http://www.ensani.ir/storage/Files/20101211084910-179.pdf>
5. فرقانی محمد مهدی و علیرضا نیکخواه ایبانه (1392). پوشش خبری رویدادهای دو کشور بحرین و سوریه در سایت فارسی شبکه العالم، فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات فرهنگ - ارتباطات، سال 14، شماره مسلسل 54، تابستان 1392.
6. مولانا، حمید و منوچهر محمدی (1388). سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران در دولت احمدی نژاد، تهران: نشر دادگستر.
7. مهدی‌زاده، سیدمحمد (1387). رسانه‌ها و بازنمایی، تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

ب) منابع لاتین

1. Auerbach, Yehudith and Yaeli Bloch-Elkon (2005). 'Media framing and foreign policy: the elite press vis-à-vis US policy in Bosnia, 1992-95', *Journal of Peace Research* 42/1: 83-99. Available at: <http://jpr.sagepub.com/cgi/content/abstract/42/1/83> (accessed 9 October 2012).
2. Baxter, Kylie and Shahram Akbarzadeh (2008). *US Foreign Policy in the Middle East: The Roots of Anti-Americanism*, New York: Routledge.
3. Berelson, Bernard (1952). *Content Analysis in Communication Research*, New York: Free Press.
4. Borger, Julian (2009). 'British Council suspends operations in Iran after local staff "intimidated"', *The Guardian*, 5 February 2009. Available at: <http://www.theguardian.com/world/2009/feb/05/british-council-iran> (accessed 16 August 2014).
5. Chan, Sophia (2004). State-press relationship revisited: A comparison of foreign policy coverage on the Hong Kong 1997 issue by three newspapers. *International Communication Gazette*, 53: 135 Available at: <http://gaz.sagepub.com/cgi/content/abstract/53/1-2/135> [Accessed: 05/05/2010]

6. Cole, Juan R.I (1992). 'Invisible Occidentalism: eighteenth-century Indo-Persian constructions of the West', *Iranian Studies* 25/3 and 4: 3–16.
7. Criss, Nurbil (2002). 'A short history of anti-Americanism and terrorism: the Turkish', *The Journal of American History, History and September* 11: A Special Issue 89/2 (September 2002): 472–84. Available at: <http://www.jstor.org/stable/3092168> (accessed 30 October 2009).
8. D'Haenens, Leen and Susan Bink (2007). Islam in the Dutch press: with special attention to the *Algemeen Dagblad*. *Media, Culture, Society* 2007, 29: 135 Available at: <http://mcs.sagepub.com> [Accessed: 09/10/2012].
9. D'Haenens, Leen and Chantal Verelst (2002). Portrayal of Indonesia's Reform in the Dutch Print Media. *International Communication Gazette* 2002, 64: 183 Available at [<http://gaz.sagepub.com/cgi/content/abstract/64/2/183>]
10. Dearing W. James and Everett M. Rogers (1996). *Agenda-setting. USA*: Sage.
11. Dimitrova, Daniela V. and Jesper Strömbäck (2005). Mission Accomplished? Framing of the Iraq War in the Elite Newspapers in Sweden and the United States. *Gazette* 2005, 67: 399 Available at: <http://gaz.sagepub.com/cgi/content/abstract/67/5/399> [Accessed: 09/10/2012].
12. Dyer, Richard (1993). 'The Matter of Images: Essays on Representation'. London: Routledge.
13. el-Affendi, A (1993). Eclipse of Reason: The Media in the Muslim World, *Journal of International Affairs* 47 (1):163–93 .
14. Entman, Robert M (1991). 'Framing US coverage of international news: contrasts in narrative of the KAL and Iran air incidents', *Journal of Communication* 41/4: 6–27.
15. Gasiorowski, Mark J (1987). 'The 1953 coup d'etat in Iran', *International Journal of Middle East Studies* 19/3:86- 261.
16. Gerges, Fawaz A (2003). Islam and Muslims in the Mind of America. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 588: 73 Available at: <http://ann.sagepub.com/cgi/content/abstract/588/1/73> [Accessed: 05-05-2010].
17. Gunter, Barrie (2000). *Media research methods*. India: Sage Publications Ltd.
18. Hall, Stuart (1997). 'The Work of Representation' in *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: 1-74.
19. Hjarvard, Stig (2002). "The study of international news". In Klaus Bruhn Jensen, *A handbook of media and communication research; qualitative and quantitative methodologies* (ed.). UK: Routledge.
20. Katouzian, Homa (1998). *Nine Essays on the Historical Sociology of Iran*, trans. Alireza Tayyeb, Tehran: Nashr-e Markaz.
21. Nisbet Erik C., Matthew C. Nisbet, Dietram A. Scheufele and James E. Shanahan (2004). *Public Diplomacy, Television News, and Muslim Opinion*.

- The Harvard International Journal of Press/Politics, 9: 11. Available at: <http://hij.sagepub.com/cgi/content/abstract/9/2/11> [Accessed: 05/05/2010].
22. Loschky, Jay (2013). 'Most Iranians Say Sanctions Hurting Their Livelihoods', Gallup, 06 November 2013. Available at: <http://www.gallup.com/poll/165743/iranians-say-sanctions-hurting-livelihoods.aspx> (accessed 01 February 2014).
23. Lytle, Mark Hamilton (1987). *The Origins of the Iranian-American Alliance, 1941–1953*, New York: Holmes & Meier.
24. Makdisi, Ussama (2002). "Anti-Americanism" in the Arab world: an interpretation of a brief history', *The Journal of American History*, History and September 11: A Special Issue 89/2: 538–57. Available at: <http://www.jstor.org/stable/3092172> (accessed: 30 October 2009).
25. McCombs Maxwell and Donald L. Shaw Source (1972). *The Agenda-Setting Function of Mass Media*. *The Public Opinion Quarterly*, Vol. 36, No. 2: 176-187 Published Available at: <http://www.jstor.org/stable/2747787> [Accessed: 22/07/2010 12:46].
26. McQuail, Denis (2000). *McQuail's Mass Communication Theory*, 6th Edition, Sage: USA.
27. Mishra, Smeeta (2008). *Islam and Democracy: Comparing Post-9/11 Representations in the U.S. Prestige Press in the Turkish, Iraqi, and Iranian Contexts*. *Journal of Communication Inquiry*, 32: 155-178.
28. Morales, Lymari and Julie Ray (2011). 'Few Iranians approve of UK, US, EU leadership', Gallup, 2 December 2011. Available at: <http://www.gallup.com/poll/151304/Few-Iranians-Approve-Leadership.aspx>.
29. Neuendorf, Kimberly A (2002). *The Content Analysis Guidebook*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications .
30. Peh, D. and S. Melkote (1991). *Bias in Newspaper Reporting: A Content Analysis of the Coverage of Korean Airlines and Iran Airbus Shootings in the U.S. Elite Press*. *Gazette*, 47: 2.
31. Ray, Julie, (2009). "Opinion briefing: US image in Middle East/North Africa", Gallup, 27 January 2009. Available at: <http://www.gallup.com/poll/114007/Opinion-Briefing-Image-Middle-East-North-Africa.aspx>.
32. Snyder, Robert S (1999). "The US and Third World revolutionary states: understanding the breakdown in relations", *International Studies Quarterly* 43/2: 265–90. Available at: <http://www.jstor.org/stable/2600756> (accessed 30 October 2009).
33. Watson, James and Hill, Anne (2006). "Dictionary of Media and Communication Studies". 7th Edition, UK: Hodder Arnold Publication.
34. Weber, Robert Philip (1990). *Basic content analysis*, 2nd Edition, USA: Sage.
35. Wright, Denis (1985). *The Persians amongst the English: Episodes in Anglo-Persian History*, London: I.B.Tauris.

36. Yang, Jin (2003). Framing the NATO Air Strikes on Kosovo Across Countries: Comparison of Chinese and US Newspaper Coverage. *Gazette* 2003, 65: 231
Available at: <http://gaz.sagepub.com/cgi/content/abstract/65/3/231> [Accessed: 09/10/2012].

