

بررسی تطبیقی بازنمایی ایدئولوژی در رسانه‌های ایرانی و آمریکایی در چهارچوب نظریه ایدئولوژی وندایک؛

مطالعه موردی برجام

ازاده کشور دوست*

فردوس اقا گل‌زاده**

چکیده

این پژوهش با روش تحلیلی-توصیفی به شیوه کتابخانه‌ای و استناد به متون ۳۶ روزنامه، مجله و خبرگزاری داخلی و آمریکایی صورت گرفته است. چهارچوب نظری این پژوهش، نظریه ایدئولوژی وندایک (Van Dijk's Theory of Ideology) (۲۰۰۶) و مدل عملیاتی کاستلز (Castells) است. در همین راستا بسامد کاربرد استراتژی‌های وندایک در رسانه‌های ایرانی و آمریکایی مورد بررسی و مقایسه قرار گرفته و نتایج آن در چهارچوب مدل عملیاتی کاستلز تحلیل و تبیین شده است. در این پژوهش فرض می‌شود که رسانه‌های ایرانی و آمریکایی در پوشش مربوط به برنامه هسته‌ای ایران رویکردی خنثی نداشته و به دنبال القای ایدئولوژی مورد نظر خود هستند. بررسی داده‌ها حاکی از آن است که بسامد استفاده از استراتژی‌های وندایک در رسانه‌های آمریکایی ۴۲۴۸ مورد و در رسانه‌های ایرانی، ۱۴۱۴ مورد بوده است. در هر دو گروه رسانه‌ها استفاده از استراتژی واژگان‌گرایی در مقایسه با سایر استراتژی‌ها بسامد بیشتری داشته است که دلیل این مساله را می‌توان

* دانشجوی دکتری زبان‌شناسی، دانشگاه تربیت مدرس (نویسنده مسئول)،

azadeh.keshvaridoost@gmail.com

** استاد زبان‌شناسی دانشگاه تربیت مدرس

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۲/۱۲، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۰۵/۱۱

Copyright © 2018, IHCS (Institute for Humanities and Cultural Studies). This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International, which permits others to download this work, share it with others and Adapt the material for any purpose

بازنمایی آسان‌تر آن در ذهن مخاطب به لحاظ شناختی دانست. به عبارت دیگر رسانه‌های آمریکایی با استفاده از راهبردهای ذکر شده درصدد تهدید نشان برنامه هسته‌ای ایران و خطرناک نشان دادن این کشور هستند. هرچند این رسانه‌ها بطور محدود اقدام به انتشار برخی پادروایت‌ها درباره برنامه هسته‌ای ایران نیز می‌کنند اما از آنجا که مخاطبان رسانه‌ها پس از تصمیم‌گیری تمایل دارند اطلاعاتی را به یاد آورند یا دنبال کنند که با تصورات و نتایج مورد انتظارشان انطباق داشته باشد، بنابراین ارائه پادروایت‌ها در وهله بعدی تاثیری بر موضع آنها نخواهد داشت.

کلیدواژه‌ها: نظریه ایدئولوژیک وندایک، رسانه‌های آمریکایی، رسانه‌های ایرانی، برنامه هسته‌ای ایران

۱. مقدمه

از نیمه دوم قرن بیستم و به ویژه بعد از دهه ۷۰ میلادی، هم‌زمان با گسترش رویکرد تحلیل گفتمان انتقادی، توجه به متون خبری و تجزیه و تحلیل آنها جایگاه ویژه‌ای پیدا کرد و رابطه میان زبان و حوزه ارتباطات، پررنگ‌تر شد. در همین راستا حوزه‌هایی مانند زبان ژورنالیستی، گفتمان رسانه‌ها، ارزش‌های خبری و غیره روز به روز بیشتر مورد توجه قرار گرفتند. با این وجود اکثر پژوهش‌هایی که در این حوزه انجام شده است، در سطح توصیف و تحلیل باقی‌مانده است و خلاء پژوهش‌هایی که متمرکز بر رابطه زبان و رسانه بوده و نتایج بررسی داده‌ها را مورد تبیین قرار دهد، کاملاً حس می‌شود. از طرف دیگر، هجوم اطلاعات به افراد در جهان امروز کاملاً اجتناب‌ناپذیر است و از آنجا که رسانه‌ها عمدتاً ابزاری برای انتقال ایدئولوژی‌های طرف معینی به مخاطب هستند، افزایش آگاهی افراد برای عدم تاثیرپذیری منفعلانه از اطلاعاتی که توسط رسانه‌ها ارائه می‌شود، ضروری به نظر می‌رسد.

۲. بیان مساله

این پژوهش، در صدد مطالعه القای ایدئولوژی رسانه در مخاطب و مقایسه آن در رسانه‌های ایرانی و آمریکا با بررسی موردی برجام است. نتایج تحلیل محتوای متون خبری که با استفاده از راهبردهای وندایک صورت گرفته است، توسط مدل عملیاتی کاستلز مورد بررسی و مطالعه قرار می‌گیرد. در این پژوهش همچنین تلاش می‌شود فرایند برنامه‌ریزی

رسانه‌های آمریکایی برای تهدید نشان دادن برنامه هسته‌ای ایران که از ایدئولوژی‌های صاحبان قدرت نشأت گرفته و سپس با استفاده از رسانه‌ها و کاربست استراتژی‌های وندایک به مخاطب منتقل می‌شود تا چگونگی تاثیر آن در ذهن مخاطب و توسل به برخی ویژگی‌های شناختی ذهن که از طریق مدل عملیاتی مانوئل کاستلز صورت می‌گیرد، مورد بررسی و مطالعه قرار گیرد.

۳. پیشینه پژوهش

۱.۳ پژوهش‌های ایرانی

کوشا و شمس (۱۳۸۴) به بررسی تصویر ارائه شده از برنامه اتمی ایران در سرخط‌های تعدادی از روزنامه‌های کشور انگلیس پرداخته‌اند. نتایج بدست آمده همچنین موید این مطلب است که تصویر ارایه شده از وقایع جهان در رسانه‌های خبری عمدتاً تصویری غیر واقعی و در بر گیرنده بینش و نگرش فکری صاحبان این رسانه‌ها نسبت به این وقایع می‌باشد.

عطاران (۱۳۸۶) ترجمه متون خبری در پایگاه اینترنتی «تابناک» را در چارچوب مدل ارائه شده توسط وندایک (۱۹۹۸) مورد بررسی قرار دارد تا به الگوهای ترجمانی-ایدئولوژیکی که در این پایگاه خبری مورد استفاده قرار گرفته است؛ دست یابد. نتیجه این پژوهش حاکی از آن است که عقاید و ایدئولوژی در مطبوعات و ترجمه آنها نقشی اساسی دارد.

مهدی‌زاده (۱۳۸۷) در رساله دکتری خود با عنوان «بازنمایی ایران در مطبوعات غرب» با استفاده از روش تحلیل گفتمان، هشت مقاله از روزنامه‌های نیویورک‌تایمز، گاردین، لوموند و دی‌ولت را در بازه زمانی سال‌های ۱۹۹۷ تا ۲۰۰۲ بررسی کرده و تلاش کرده است ایدئولوژی و گفتمان موثر بر این رسانه‌ها را در چارچوب معرفی «خود» و بازنمایی «دیگری» نشان دهد. نتیجه این پژوهش نشان می‌دهد که این روزنامه‌ها، ایران را به عنوان کشوری تروریست و بنیادگرا معرفی می‌کنند که عمده این امر با استفاده از مفاهیم واژگانی با بار معنایی منفی مانند تروریسم، بنیادگرایی، دیکتاتوری و سرکوب صورت گرفته است.

وی همچنین در پژوهشی دیگر (۱۳۹۴) سکولاریسم و خشونت نمادین در گفتمان تلویزیونی را مورد مطالعه قرار داده و به طور موردی به تحلیل گفتمانی برنامه «پرگار» در تلویزیون بی‌بی‌سی فارسی پرداخته است.

فرقانی و رحیمی (۱۳۸۹) در مقاله‌ای با عنوان «تصویر ایران در مطبوعات آمریکا؛ تحلیل محتوای مجله‌های تایم و نیوزویک در دوره‌های هفتم و نهم ریاست جمهوری ایران» به تحلیل محتوای متون خبری پرداخته‌اند. در این پژوهش ۴۳۹ مطلب مربوط به ایران، از این دو مجله گردآوری شده و مورد بررسی قرار گرفتند. نتیجه این پژوهش نشان می‌دهد که تصویر ایران در دوره هفتم، تصویر کشوری است که خواهان دوستی با کشورهای دیگر و به دنبال تغییرات در ساختار سیاسی و اجتماعی خود است. در حالی که ایران در دوره نهم به عنوان کشوری ترسیم شده که به دنبال ساخت سلاح هسته‌ای و از بین بردن اسرائیل است اما راه مقابله با آن جنگ نیست بلکه دوستی و مذاکره است. دسته‌بندی «خود» و «دیگری» در مطالب مربوط به ایران در دوره نهم نزدیک به دو برابر، بیشتر صورت گرفته است.

تخشید و علوی (۱۳۹۳) در پژوهشی به مطالعه شبکه‌های ذهن و قدرت در رسانه‌ها در بازنمایی غیرواقعی برنامه هسته‌ای ایران پرداخته‌اند.

این پژوهش قصد دارد با استفاده از مدل عملیاتی مانوئل کاستلز در کتاب خود، «قدرت ارتباطات» تحت عنوان شبکه‌های ذهن و قدرت که با استفاده از فرضیه نشانگرهای بدنی و پژوهش‌های علم اعصاب آنتونیو داماسیو و همچنین مدل برانگیختگی شبکه‌ای آبشاری رابرت انتمن توانسته به تحلیل چگونگی همگامی عمومی مردم آمریکا در حمایت از حمله آمریکا به عراق در فقدان دلایل لازم و منطقی برای این جنگ بپردازد، به تبیین چگونگی بهره‌گیری آمریکا از مباحث هسته‌ای ایران در راستای دستیابی به همین هدف، بپردازد.

سپهری (۱۳۹۷) به بازنمایی ایران در اخبار شبکه‌های تلویزیونی آمریکا پرداخته و اخبار شبکه‌های سی‌ان‌ان و ان‌بی‌سی در ارتباط با توافق هسته‌ای ایران و گروه ۱+۵ را با استفاده از رویکرد تحلیل گفتمان انتقادی مورد مطالعه قرار داده است. این پژوهش جامعه آماری ۵۲ خبر و حجم نمونه ۱۲ خبر سی‌ان‌ان و ان‌بی‌سی طی تیر ماه ۹۵ را در بر می‌گیرد. نتیجه این مطالعه نشان می‌دهد که این شبکه‌ها با برجسته کردن نقش آمریکا به عنوان ناجی جهان و ارائه چهره‌ای منفی از ایران در چارچوب دستیابی به بمب اتمی، دخالت در منطقه و حمایت از تروریسم، سعی در ایجاد ایران هراسی دارند.

اکوانی (۱۳۹۱)، کسایی (۱۳۹۱)، استاجی و شیروان (۱۳۹۳)، جمال‌زاده و خواجه‌علی (۱۳۹۵)، فیروزیان پوراصفهان‌ی و آقاگل‌زاده (۱۳۹۵)، حلاج‌زاده بناب و همکاران (۱۳۹۷) و خان‌جان و همکاران (۲۰۱۳) از دیگر پژوهشگرانی هستند که در این حوزه مطالعاتی را انجام داده‌اند.

۲.۳ پژوهش‌های خارجی

بارنارد (۲۰۱۰) در پژوهشی با عنوان «گفتمان رسانه، «حقایق» جنیست، فرهنگ و خشونت به تحلیل متون رسانه‌ای پرداخته و برای این منظور از نظریه وندایک استفاده کرده است. وی ۴۸ گزارش مطبوعاتی را با چهار آزمون تحلیل گفتمان انتقادی مورد بررسی قرار داد تا تاثیر «حقایق» رسانه‌ای بر جریان موسوم به «دانش اجتماعی» را بررسی کند. نتایج این پژوهش نشان داد که هر چه گزارش‌های رسانه‌ها بیشتر به مسائل اقلیت‌ها پردازند، در مقایسه با شرایطی که در این زمینه راهبرد سکوت را انتخاب می‌کنند، جامعه وضعیتی آرام‌تر و کم‌تنش‌تر خواهد داشت.

المغلوث (۲۰۱۷) در رساله دکتری خود به تحلیل گفتمان انتقادی تغییرات اجتماعی در پست‌های مربوط به زنان در وبلاگ‌های انگلیسی‌زبان سعودی در فاصله سال‌های ۲۰۰۹ تا ۲۰۱۲ پرداخته و براین منظور از نظریه وندایک بهره برده است. نتایج این پژوهش حاکی از آن است که بازنمایی درگیری میان هواداران و مخالفان تغییر، در کانون توجه قرار دارد و این امر حتی به بهای قربانی کردن زنان و نموده‌های آن در گفتمان صورت می‌گیرد.

کیشنیک (۲۰۱۱) به بررسی شبکه اجتماعی فیس‌بوک بر اساس مدل شبکه ارتباطاتی مانوئل کاستلز پرداخته است. بر اساس این پژوهش، شبکه اجتماعی فیس‌بوک، قدرت چشمگیری به عنوان صورتی از سازمان اجتماعی در ایجاد نرم‌ها، رفتارها و روابط قدرت دارد.

۴. چارچوب نظری و روش جمع‌آوری داده‌ها

این پژوهش به شیوه کتابخانه‌ای و استناد به متون ۶ روزنامه داخلی (کیهان، شرق، اعتماد، وطن امروز، ایران، همشهری) ۶ خبرگزاری و پایگاه خبری (فارس، تسنیم، ایسنا، ایلنا، اصلاحات نیوز، ایرنا)، ۶ مجله داخلی (مثلث، مهرنامه، صدا، پنجره، همشهری دیپلماتیک،

تجارت فردا)، ۶ پایگاه خبری (هافینگتن پست، ان بی سی، سی بی اس، ای بی سی، فاکس نیوز، ورلدنت دیلی)، ۶ روزنامه (واشنگتن پست، نیویورک تایمز، وال استریت ژورنال، کریستین ساینس مانیتور، بوستون گلوب، واشنگتن تایمز) و ۶ مجله خارجی (نیوزویک، فارین پالسی، ویکلی استاندارد، امریکن ایترست، نیورپابلیک، پروگرسو) در بازه زمانی اول تیر ماه ۱۳۹۴ تا اول تیرماه ۱۳۹۷ (۲۲ ژوئن ۲۰۱۵ تا ۲۲ ژوئن ۲۰۱۸) و با انتخاب تصادفی ۱۰ خبر و گزارش از هر کدام از این منابع صورت می‌گیرد. در هریک از این رسانه‌ها راهبردهای وندایک مورد بررسی و مقایسه قرار می‌گیرد تا بسامد استفاده از این استراتژی‌ها در میان رسانه‌های ایرانی و آمریکایی مشخص شود. پس از آن نتایج به دست آمده در چارچوب مدل عملیاتی کاستلز تحلیل می‌شود.

۱.۴ نظریه ایدئولوژیک وندایک (۲۰۰۶)

الگوی وندایک (۲۰۰۶) درباره زبان، ایدئولوژی و گفتمان یک الگوی سه‌وجهی شامل گفتمان، شناخت و اجتماع است. شناخت به مثابه واسطه بین جامعه و گفتمان است و شناخت اجتماعی، نظام بازنمایی ذهنی و فرایندهای اجتماعی اعضای گروه یا گفتمان است و در این الگو، گفتمان صرفاً ساخت متنی با بافت ایدئولوژیک صرف نیست بلکه آن رخداد پیچیده ارتباطی است که با بافت اجتماعی گره خورده است. ایدئولوژی نیز مانند گفتمان، بخش اصلی تحلیل گفتمان انتقادی را شکل می‌دهد و خود با قدرت و سلطه مرتبط است. ایدئولوژی‌ها نظام‌های اجتماعی یا سیاسی و ارزش‌های گروه‌های سیاسی - اجتماعی (گفتمان‌های رقیب) می‌باشند که در ساماندهی و هویت‌بخشی و مشروعیت‌بخشی کنش‌های آن گروه یا گفتمان نقش اساسی به عهده دارند و در این نگاه، زبان در ساختارهای فرایندهای جامعه‌شناختی، سیاسی و ایدئولوژیک نهفته است و متن محصول فرایند گفتمان است. برای آشکارسازی ساخت‌های ایدئولوژیک باید از متن زبانی شروع کرد و به متن اجتماع رسید و با مراکز قدرت و ایدئولوژی آن گروه و استفاده از ساخت‌های استعاره و برجسته‌سازی، سبک خاصی از متن را تولید نمود. وندایک برای این منظور اقدام به معرفی مربع ایدئولوژیک به شرح زیر کرده است.

بزرگ نمایی ویژگی‌ها/

بزرگ نمایی ویژگی‌ها/ اعمال مثبت خودی

اعمال منفی غیرخودی

- کوچک‌نمایی ویژگی‌ها/ اعمال منفی خودی
کوچک‌نمایی ویژگی‌ها/ اعمال منفی خودی
- اعمال منفی غیرخودی
- وندایک در نظریه ایدئولوژیک (۲۰۰۶) بیش از ۴۰ راهبرد معرفی کرده است که در این پژوهش به ۲۰ مورد از آنها پرداخته می‌شود. این استراتژی‌ها به شرح زیر است:
- توصیف کنشگر (Actor description): تمام گفتمان‌ها درباره افراد و کنش‌ها، شامل انواع مختلف توصیف کنشگر هستند و کنشگرها به مثابه اعضای گروه یا به صورت فردی از طریق نام یا نام خانوادگی، کارکرد و نقش، توصیف می‌شوند.
 - تمسک به صاحبان قدرت (Authority): بسیاری از افراد در بحث‌های پارلمانی، برای اثبات ادعای خود از صاحبان قدرت استفاده می‌کنند. سازمان‌های بین‌المللی، اندیشمندان، رسانه‌ها و کلیسا دارای چنین نقشی هستند.
 - مقوله‌بندی (Categorization): بر اساس روان‌شناسی اجتماعی، انسان‌ها سعی می‌کنند افراد را مقوله‌بندی کنند و بعد از این مقوله‌بندی، گروه‌ها دارای ویژگی‌های مثبت یا منفی می‌شوند.
 - اجماع (Consensus): یکی از راهبردهای سیاسی مورد استفاده در مناظره‌ها، نمایش اجماع است. مثلاً ایدئولوژی‌های نژادپرستی با ایدئولوژی‌های ملی‌گرایی ترکیب می‌شوند و وحدت و منافع ملت بر دسته‌بندی‌های سیاسی درون‌گروهی مقدم است. به عبارت دیگر، وحدت عبارت از انسجام و همبستگی خودی‌ها در مقابل غیرخودی‌ها است.
 - بزرگ‌نمایی (Dramatization): بزرگ‌نمایی همراه با اغراق، روشی برای مبالغه در واقعیت‌ها به نفع فردی خاص است. مثلاً ورود هزاران پناهنده به کشور، فاجعه‌ای ملی است که ما قربانی‌اش هستیم.
 - به‌گویی (Euphemism): به‌گویی راهبری بلاغی و معنایی برای تلطیف معنایی است که در گفت‌وگو درباره مهاجران نقشی مهم دارد.
 - گواه‌نمایی (Evidentiality) ادعاها و دیدگاه‌های افراد زمانی که دلایل و اسنادی برای اثبات آنها ارائه می‌دهند، بهتر درک می‌شود.
 - تلویحات: گویندگان به دلایل کاربردشناختی، به گفتن هر چیزی نیاز ندارند و بدین صورت، بخشی عمده از گفتمان، به شکل ضمنی باقی می‌ماند. این اطلاعات ضمنی،

- از سوی مخاطبان، با استفاده از دانش یا نگرش‌های مشترک، استنباط می‌شود و الگوهای ذهنی رخداد یا کنش بازنمایی شده افراد در گفتمان تلقی می‌شود. علاوه بر قواعد شناختی و کاربردشناختی عمومی، برای تلویحات، وضعیت تعاملی، اجتماعی-سیاسی و فرهنگی از جمله ادب و هنجارهای فرهنگی نیز وجود دارد.
- خود بزرگ‌منشی ملی: برجسته‌سازی نقاط قوت خود، به‌ویژه در سخنرانی‌های پارلمانی درباره مهاجرت، با استفاده از شکل‌های مختلف خودبزرگ‌منشی ملی، صورت می‌گیرد و از جمله مصداق‌های آن می‌توان ارجاع مثبت یا تحسین کشور، اصول، تاریخ و سنت‌های کشور خود را نام برد.
 - قطبی‌سازی و مقوله‌سازی خودی/غیر خودی: این مقوله بدین صورت است که عبارت‌های شناختی، قطبی می‌شوند و تفکیک خودی و غیرخودی به عنوان راه‌برد معنایی بسیار رایج در مناظره‌ها درباره غیرخودی‌ها محسوب می‌شود.
 - برجسته‌سازی نقاط قوت خود: در بافت مناظره درباره مهاجران، برجسته‌سازی نقاط قوت خود به صورت تاکید بر مهمان‌نوازی، تحمل، متعصب نبودن، ابراز همدردی، حمایت از حقوق بشر و همسویی با قانون یا توافق‌های بین‌المللی، نمود می‌یابد. برجسته‌سازی نقاط قوت خودها اساساً مقوله‌ای ایدئولوژیک است؛ زیرا بر مبنای طرحواره‌های مثبت خودی‌ها، ایدئولوژی یک گروه تعریف می‌شود.
 - ابهام‌ها: ممکن است گویندگان در سخنانشان از عبارت‌هایی مبهم استفاده کنند؛ یعنی عبارت‌هایی را به کار برند که مصداق‌های مشخصی ندارند یا به مجموعه‌های فازی اشاره می‌کنند؛ مانند: کمیت‌نماهای مبهم یک کمی و زیاد، و قیده‌های خیلی و ...
 - برجسته‌سازی نقاط ضعف غیرخودی‌ها: مقوله‌سازی افراد به صورت درون‌گروهي و برون‌گروهي، بدون وجود ارزش و معیار، صورت نمی‌گیرد؛ بلکه هنجارها و ارزش‌ها، کاربردهای ایدئولوژیک دارند. در واقع، در این مقوله، گروه‌های خودی به گونه‌ای منفی، در محتوای گفتمان، نمود می‌یابند.
 - توصیف موقعیت: یکی از راهبردهای معنایی، توصیف موقعیت است. مناظره درباره پناهندگان، به توصیف غیرخودی‌ها در رابطه با خودها محدود نمی‌شود؛ بلکه در این مقوله، کنش‌ها، تجربه‌ها و همه موقعیت‌های مورد نیاز، توصیف می‌شوند و ممکن است موقعیت‌ها درباره علت‌ها، پیامدها و ارزیابی‌ها توضیح دهند.

- تاریخ به مثابه درس عبرت: موقعیت فعلی را می‌توان با رخ داده‌های مثبت یا منفی ثبت شده در تاریخ، مقایسه کرد و این گونه مقایسه‌ها را می‌توان به موضوع‌های کلی درس‌های تاریخ، تعمیم داد.
- همدردی: یکی از راهبردهای معنایی، همدردی است. در گفتمان‌های نژادپرستی، بسته به جنبه‌های سیاسی یا ایدئولوژیک، ممکن است انسان‌ها در پی آگاهی از مشکلات مهاجران و یا افراد خودی (مانند مالیات‌دهندگان)، با آنها ابراز همدردی کنند.
- استدلال منطقی: استدلال علیه مهاجران، براساس استانداردهایی مختلف صورت می‌گیرد که قضایای بدیهی و مستند، و دلایل کافی برای پذیرش نتیجه را بازنمایی می‌کنند.
- تکرار: یکی از راهبردهای بلاغت، تکرار است و این شگرد، به مثابه ابزار بلاغی، تنها به مناظره‌های مربوط به مهاجرت، اختصاص ندارد؛ بلکه در راهبرد کلی برجسته-سازای نقاط قوت خودی‌ها و نقاط منفی غیرخودی‌ها نیز نقش مهم دارد. در مناظره-ها، تکرارهایی لفظی یا معنایی درباره مهاجران روی می‌دهد؛ بدین صورت که مثلاً مهاجران، افرادی غیرقابل اعتماد و هنجارشکن به‌شمار می‌روند. گاه نیز تکرارها صورت هنری به خود می‌گیرند.
- واژگان گزافی: یکی از راهبردهای سبکی، واژگان‌گزایی است. در سطح خرد تحلیل در مناظره‌ها، به بیان مفاهیم و باورهای زیربنایی از طریق عناصر واژگانی خاص، نیاز هست و معانی مشابه از طریق واژه‌های مختلف، بسته به جایگاه، نقش، هدف‌ها و دیدگاه‌های گوینده، یعنی به مثابه کاربرد مشخصه‌های بافتی، بیان می‌شوند
- مثال/تشریح: یکی از راهبردهای خاص در استدلال، ذکر مثال‌های عینی به‌شکل داستان کوتاه و تشریح نکته‌های کلی است. مثال‌های عینی و ملموس، برخلاف حقایق کلی، نه تنها به سادگی قابل درک هستند؛ بلکه دلایل و اسناد تجربی را نیز عرضه می‌کنند.

۲.۴ مدل عملیاتی کاستلز

مانوئل کاستلز در چارچوب مدل عملیاتی که تحت عنوان «شبکه‌های ذهن و قدرت» معرفی کرده و برگرفته از فرضیه نشانگرهای بدنی و پژوهش‌های علم اعصاب آنتونیو

داماسیو و همچنین مدل برانگیختگی شبکه آبخاری رابرت اتمن است، به تحلیل چگونگی حمایت شهروندان عادی آمریکا از جنگ عراق در فقدان دلایل لازم و منطقی پرداخته است. در این پژوهش با به کارگیری مدل عملیاتی کاستلز تلاش می‌شود استفاده از روابط قدرت در رسانه‌های ایرانی و آمریکایی مورد بررسی و مقایسه قرار گیرد.

۳.۴ فرضیه نشانگرهای بدنی داماسیو

فرضیه نشانگرهای بدنی آنتونیو داماسیو، استاد دانشگاه کالیفرنیا جنوبی تلاش می‌کند نشان دهد فرآیندهای احساسی می‌توانند رفتار و به خصوص تصمیم‌گیری را تحت تاثیر قرار دهند. بر اساس این فرضیه، ارتباط مهمی میان هیجان (emotion) و احساس (feeling) با تصمیم‌گیری فرد وجود دارد (بکارا، ۲۰۰۴: ۳۰). تصاویر در مغز ما توسط اشیا و رویدادهای پیرامون تحریک می‌شوند. ما رویدادها را بازتولید نمی‌کنیم بلکه آنها را پردازش می‌کنیم. مغز ما رویدادها را بر اساس الگوهای عصبی خود پردازش می‌کند که منجر به «تصویرسازی ذهنی» می‌شود. در واقع، ما در مغز خود برخی از تصاویر بایگانی تصویر حاصل شده از تلفیق فرآیندهای ذهنی ناشی از احساسات و هیجانات، به تقویت جهت‌گیری‌های ذهنی در مغز کمک می‌کند و در نهایت منجر به تصمیم‌گیری در قالب این فرآیند می‌شود (کاستلز، ۱۳۹۳: ۲۹۵). در واقع، مغز ما با تلفیق تجربه و واقعیت جدیدی که مورد مواجهه قرار گرفته و آن را پردازش کرده است، به بازسازی ظرفیت شناختی خود اقدام می‌کند که این بازسازی به نوعی تقویت سطحی از هشیاری و بالابردن توان ذهن در جهت حل مسئله پیش رو می‌باشد. این فرآیند، زمانی تکمیل می‌شود که با پیوند میان هیجانات و احساسات در ذهن آدمی، «خویشتن» فرد تسیم شود تا بتواند از این ره‌گذر به مدیریت رفتار اجتماعی خود بپردازد. این خویشتن را می‌توان به نوعی الگوی پیوسته در حال تحولی در نظر گرفت که موجب تصمیم‌گیری برای شرایط پیش رو و آمادگی برای مواجهه با شرایط آینده می‌شود. از این منظر، تصمیم‌گیری به شکل قابل توجهی تحت تاثیر هم‌پوشانی میان احساسات و هیجانات قرار دارد. بایستی به این نکته توجه داشت که از منظر داماسیو، «هیجانات» و «احساسات» دو مقوله متفاوت هستند. «هیجانات» پاسخ‌های به نسبت ساده‌ای هستند که بدن ما به محرک‌های درونی و بیرونی نشان می‌دهد، در حالی که «احساسات» پاسخ مغز به این هیجانات است (داماسیو، ۲۰۰۰: ۴۶).

- تعیین چارچوب ذهن از ره‌گذر مدل برانگیختگی آبخاری

تعیین چارچوب به فرآیند «گزینش و تاکید برخی جنبه‌های خاص رویدادها یا موضوع-ها و همچنین مرتبط ساختن آنها به گونه‌ای که ترویج‌دهنده تفسیر، ارزیابی یا راه حلی خاص باشند»، اشاره دارد (کاستلز، ۱۳۹۳: ۳۲۸). از نظر کاستلز، چون رسانه منبع اصلی ارتباطات اجتماعی شده محسوب می‌شود، تعیین چارچوب اذهان عمومی به طور عمده از طریق فرآیندهایی شکل می‌گیرد که در رسانه اتفاق می‌افتد. رسانه‌ها با تمرکز بر قالب‌بندی و ارائه چارچوب‌بندی شده اخبار و رویدادها تلاش می‌کنند قضاوت‌ها و دیدگاه‌های سیاسی افراد را مدیریت کرده و تحت تاثیر هدف خود قرار دهند. رسانه‌ها با بهره‌گیری از ارائه گزینشی و قالب‌بندی شده موضوع یا محتوا تلاش می‌کنند تصاویر شکل‌یافته در شبکه‌های عصبی مخاطبان خود را به نوعی مدیریت کنند. از این ره‌گذر، رسانه‌ها پیام مورد نظر خود را در چارچوبی معین به مخاطب انتقال می‌دهند و فضایی را تعریف می‌کنند که در آن، مخاطب «خوشتن» خود را شناسایی کرده، قضاوت، برداشت و تصمیم خود را در حیطه همین فضا و چارچوب بسط دهد.

فرآیند تعیین چارچوب توسط رسانه‌ها بر این اساس تقویت می‌شود که رسانه‌ها در مورد موضوعی خاص، یکسری چیزهای مشخصی را می‌گویند و چیز دیگری از آن موضوع نمی‌گویند تا اقدام به ممیزی اخبار و رویدادها کنند. از این ره‌گذر، در فضای دامنه‌دار اطلاعات، رسانه‌ها با گزینش و تکرار برخی از جنبه‌های مشخص یک رویداد به برانگیختن واکنش مورد نظر از مخاطب دست پیدا می‌کنند. با ارائه الگویی مشخص، تصمیم و واکنشی مشخص از مخاطب دریافت کنند. البته این فرآیند حاکی از پروسه‌ای چندلایه است که پیش از تسخیر اذهان شهروندان با گذر از مسیر هم‌اندیشی و گفتگوی میان بازیگران سیاسی عمده، نخبگان و رسانه‌ها آغاز شده است. رابرت انتمن، استاد رسانه و دیپلماسی عمومی دانشگاه جرج واشنگتن در همین راستا مدلی تحت عنوان «برانگیختگی شبکه‌ای آبشاری» مطرح می‌کند. بر اساس این مدل، میان تعیین چارچوب اخبار و هم‌اندیشی افکار عمومی رابطه‌ای برقرار است که در جریان آن ذهن افراد هم‌راستای با چارچوب مورد نظر به قضاوت و اندیشه می‌پردازد.

کاستلز در کتاب خود مطابق با نمودار مذکور به تبیین مدل انتمن می‌پردازد. از این منظر، گزارش‌ها و اظهار نظرهای مطرح شده در بالاترین سطح ساختار سلسله‌مراتب سیاسی این مدل (صاحب‌منصبان اجرایی سطوح بالا) در بیشتر مواقع آغازگر شکل‌گیری جریان گزارش‌های خبری سیاسی در بعد ملی و بین‌المللی نیستند، بلکه غالباً در فرآیند تعیین

دستور کار توسط نخبگان [سیاسی ردیف دوم] دچار جرح و تعدیل شده و در اختیار رسانه‌های جمعی قرار می‌گیرد. چارچوب‌ها در بطن رسانه‌ها و شبکه‌های میان فردی بسط یافته، به عموم مردم منتقل شده و در اذهان مردم فعال‌سازی می‌شوند. پس از آن، بازخوردهای مرتبط با چارچوب اخبار، به نخبگان سیاسی انتقال می‌یابند (کاستلز، ۱۳۹۳: ۳۳۴). در این مدل، عامه مردم به منزله کل همسان و به عنوان مصرف‌کنندگان اطلاعات سیاسی در مقام مخاطبانی انفعالی در نظر گرفته می‌شوند که کاستلز به این نکته ضمن نقد مدل مذکور اشاره دارد. چیزی که در این مدل قابل تامل است اینکه «نخبگان چارچوب-هایی را برمی‌گزینند که نیت‌های سیاسی‌شان را به پیش برانند؛ متخصصان رسانه اخباری را بر می‌گزینند که بتوانند بیشترین جاذبه را برای مخاطبان ایجاد نمایند، افراد تمایل دارند از ناهماهنگی‌های هیجانی پرهیز کنند؛ بنابراین، در جستجوی رسانه‌هایی هستند که از دیدگاه-هایشان پشتیبانی نمایند» (کاستلز، ۱۳۹۳: ۳۴۳). افراد پس از تصمیم‌گیری تمایل دارند اطلاعاتی را به یاد آورند یا دنبال کنند که با تصور و نتایج مورد انتظارشان هم‌خوانی بیشتری داشته باشد. این تمایل در واقع همان «انگیزه» است که «نقشی اساسی در فرآیند اثربخشی تعیین چارچوب - در هر سطح از آبشار - ایفا می‌کند. با توجه به ساختار مدل برانگیختگی آبشاری، نقش اصلی در تعیین چارچوب خبری بیشتر متوجه نخبگان سیاسی است.

فرضیه‌های پژوهش: در این پژوهش فرض می‌شود که رسانه‌های ایرانی و آمریکایی در پوشش مربوط به برنامه هسته‌ای ایران رویکردی خشی نداشته و به دنبال القای ایدئولوژی مورد نظر خود هستند.

همچنین فرض می‌شود که رسانه‌ها برای انتقال ایدئولوژی مورد نظر صاحبان قدرت، به عنوان یکی از ابزارهای زبانی از راهبردهای استراتژیک و ندادیک استفاده می‌کنند.

۵. تجزیه و تحلیل داده‌ها

در این بخش صرفاً اخباری که به پوشش برنامه هسته‌ای ایران پرداخته‌اند، در رسانه‌های آمریکایی و ایرانی که پیش از این معرفی شدند، مورد بررسی و مقایسه قرار گرفته‌اند. در این راستا، از هر یک از این رسانه‌ها یک خبر مربوط به برنامه هسته‌ای ایران به طور تصادفی انتخاب شده و در چارچوب نظریه و ندادیک مورد بررسی قرار گرفته است. (برای رعایت اختصار در مقاله، به ذکر چند نمونه بسنده شده است).

مدیر کل سیاسی وزارت کشور: توافق هسته‌ای اثبات برتری گفتمان ایران اسلامی بر غرب بود (ایسنا)

دیر کل سیاسی وزارت کشور گفت: توافق هسته‌ای اثبات برتری گفتمان ایران اسلامی بر غرب بود.

به گزارش گروه دریافت خبر خبرگزاری دانشجویان ایران (ایسنا) منطقه آذربایجان شرقی، محمدمین رضازاده طی سخنانی در همایش فرمانداران استان آذربایجان شرقی با عنوان الزامات سیاست داخلی پس از توافق ایران با کشورهای ۵+۱ گفت: توافق هسته‌ای برای اولین بار در تاریخ برتری گفتمان ایران اسلامی بر غرب را به منصفه ظهور رساند. وی افزود: غرب به طور عام و آمریکا به طور خاص معمولاً در عرصه سیاست خارجی همیشه خواسته‌اند نظرشان را به وسیله ابزارهای در اختیار خود، در فضا و افکار عمومی جهان تحمیل و اقدام به حذف کشورهای مورد نظر خود کنند، اما جمهوری اسلامی با به نتیجه رساندن مذاکرات هسته‌ای، نشان داد که اگر در یک کار، از عقلانیت، تدبیر، تیم مذاکره‌کننده متخصص و متعهد و دیپلماسی موفق استفاده شود، یک کشور جهان سوم نیز می‌تواند مشکلات بزرگی را با منطق و سیاست خارجی حل کند.

مدیر کل سیاسی وزارت کشور با اشاره به اینکه چالش هسته‌ای ایران صرفاً بحث هسته‌ای نبوده، بلکه در آن مباحث ژئوپلیتیک و ژئواکونومیک نهفته بود، ادامه داد: اقتصاد و امنیت بیشتر کشورهای منطقه با این بحث پیوند داشت به طوری که غرب و آمریکا در صدد بود با تحکیم هژمونی، افکار عمومی جهان را از فروش تسلیحات خود و مساله رژیم صهیونیستی منحرف و حضور نظامی و سیاسی خود در منطقه را تقویت کند.

- تاکید بر این که «توافق هسته‌ای اثبات برتری گفتمان ایران اسلامی بر غرب بود» استفاده از استراتژی قطبی‌سازی (ایران در برابر غرب) و همچنین بزرگنمایی نقاط مثبت خودی است.

- بیان این که این توافق «برای اولین بار در تاریخ برتری گفتمان ایران اسلامی بر غرب را به منصفه ظهور رساند» کاربرد راهبرد تاریخ به مثابه درس عبرت است.

- بیان این که آمریکا و غرب به دنبال اعمال زور و تحمیل نظر خود به افکار عمومی جهان هستند، بزرگنمایی نقاط منفی غیرخودی است.

- استفاده از واژه «کشور جهان سوم» کاربرد راهبرد واژگان‌گرایی است.

- تاکید بر این که رژیم صهیونیستی در صدد تحکیم هژمونی و تقویت حضور نظامی و سیاسی خود در منطقه است، بزرگنمایی نقاط منفی غیرخودی است.

هند از توافق تاریخی ایران استقبال کرد (ایرنا)

سخنگوی وزارت امور خارجه هند از تفاهمنامه ایران و دولت‌های عضو گروه پنج بعلاوه یک که سبب لغو تحریم‌های ایران می‌شود، استقبال کرد

به گزارش ایرنا ویکاس سواراپ سه شنبه شب در گفت‌وگویی افزود: توافق هسته‌ای ایران یک رویداد خوشایند است و هند همیشه اعلام کرده بود که مسأله هسته‌ای ایران باید به صورت صلح‌آمیز و از طریق مذاکره حل شود. وی تصریح کرد: ما منتظر انتشار متن تفاهم هسته‌ای میان ایران و گروه پنج بعلاوه یک هستیم و از پایان موفقیت‌آمیز مذاکرات در مورد برنامه هسته‌ای ایران استقبال می‌کنیم. سخنگوی وزارت امور خارجه هند ادامه داد: هند همیشه اعلام کرده است که مسأله هسته‌ای ایران باید به صورت صلح‌آمیز و از طریق مذاکره حل شود و باید حق ایران در استفاده صلح‌آمیز انرژی هسته‌ای محترم شمرده شود. وی با بیان اینکه سازمان بین‌المللی انرژی اتمی نقش مهمی در رسیدن توافق با ایران ایفا کرده است، افزود: حل مسأله هسته‌ای ایران از طریق مذاکره یک دستاورد خوشایند است. سخنگوی وزارت خارجه هند با اشاره به دیدار نارندرا مودی نخست‌وزیر هند و دکتر حسن روحانی رئیس‌جمهوری ایران در روسیه، اظهار کرد: در این دیدار در خصوص مسایل و همکاری‌های انرژی بحث و تبادل نظر شد. ایران و دولت‌های عضو گروه پنج بعلاوه یک پس از ۲۲ ماه مذاکره فشرده سرانجام در روز ۲۳ تیر ۱۳۹۴ برای رفع سوء تفاهم‌ها در مورد برنامه صلح‌آمیز هسته‌ای جمهوری اسلامی همزمان با لغو تحریم‌های ظالمانه علیه ملت ایران بر سر اجرای برنامه اقدام جامع توافق کردند.

- استفاده از واژه «تاریخی» در عبارت «توافق تاریخی»، واژه «خوشایند» در عبارت‌های «رویداد خوشایند» و «دستاورد خوشایند» و «موفقیت‌آمیز» در عبارت «پایان موفقیت‌آمیز» کاربرد راهبردی واژگان‌گرای است.

- اشاره به ایران و دولت‌های عضو گروه ۱+۵ استفاده از استراتژی توصیف‌کنشگر است.

- اشاره به این‌که «سازمان بین‌المللی انرژی اتمی نقش مهمی در رسیدن توافق با ایران ایفا کرده است» کاربرد راهبردی توصیف‌کنشگر است.

بررسی تطبیقی بازنمایی ایدئولوژی در رسانه‌های ایرانی و آمریکایی ... ۲۰۵

- قرار دادن «ظالمان» در برابر «ملت ایران» استفاده از استراتژی قطبی‌سازی است. همچنین اشاره به واژه «ظالمان» که یک واژه نشاندار است، کاربرد استراتژی واژگان‌گرایی است.

U.S., world powers reach historic deal with Iran (Foreign Policy)

- کاربرد واژه powers و قدرت خطاب کردن غیرخودی ایران، استفاده از استراتژی واژگان‌گرایی برجسته‌سازی نقاط قوت خود و همچنین مقوله‌بندی است. - کاربرد واژه historic استفاده از استراتژی واژگان‌گرایی است.

The United States and five other world powers have reached a deal with Iran that would place strict limits on Tehran's nuclear program in return for ending sanctions on its economy, the culmination of years of delicate diplomacy pursued by President Barack Obama despite warnings the agreement could strengthen Iran's Islamist regime and leave it dangerously close to a nuclear bomb.

The United States and five other world powers: قرار دادن نام آمریکا در کنار پنج کشور دیگر و بیان این‌که همگی آنها به توافق دست یافته‌اند، استفاده از استراتژی اجماع است.

- کاربرد واژه powers و قدرت خطاب کردن غیرخودی ایران، استفاده از استراتژی واژگان‌گرایی و همچنین مقوله‌بندی است. - کاربرد واژه strict استفاده از استراتژی واژگان‌گرایی است. - کاربرد واژه delicate استفاده از استراتژی واژگان‌گرایی است. - کاربرد عبارت Islamist regime استفاده از استراتژی‌هایی واژگان‌گرایی، مقوله‌بندی و توصیف کنشگر است. - کاربرد واژه dangerously استفاده از استراتژی واژگان‌گرایی است. - کاربرد واژه nuclear bomb استفاده از استراتژی واژگان‌گرایی است.

The historic accord, reached by Secretary of State John Kerry and his international counterparts in Vienna on Tuesday after 18 days of intense negotiations, now faces review from a hostile Republican-led Congress, opposition from every GOP presidential

candidate, from Israel's government and from Sunni Arab monarchs. The deal's long and complex implementation process also leaves it vulnerable to unraveling.

- کاربرد واژه historic استفاده از استراتژی واژگان‌گرایی است.
- Secretary of State John Kerry and his international counterparts تاکید بر این‌که توافق توسط «جان کری» وزیر خارجه آمریکا و هم‌تایان بین‌المللی وی حاصل شده است، استفاده از استراتژی توصیف‌کنشگر است.
- in Vienna on Tuesday after 18 days of intense negotiations بیان این‌که توافق در وین و بعد از ۱۸ روز مذاکرات فشرده حاصل شد، استفاده از استراتژی توصیف‌موقعیت است.

- کاربرد واژه intense استفاده از استراتژی واژگان‌گرایی است.
 - faces review from a hostile Republican-led Congress, opposition from every GOP presidential candidate, from Israel's government and from Sunni Arab monarchs.
- تاکید بر این‌که توافق هسته‌ای مستلزم تایید کنگره به رهبری جمهوری خواهان، مخالفت تمامی کاندیداهای جمهوری خواه ریاست جمهوری، دولت اسرائیل و پادشاهان سنی عرب است، از استراتژی تمسک به صاحبان قدرت استفاده کرده است.

Speaking from the White House Tuesday morning, Obama called the deal a victory for diplomacy that would prevent a nuclear arms race in the Middle East and avert a possible conflict with Iran.

“No deal means a greater chance of more war in the Middle East,” Obama said. He reaffirmed America's commitment to Israel's security and Gulf Arab states like Saudi Arabia, while adding that the U.S. is “open to engagement on the basis of mutual interests and mutual respect.”

- کاربرد مکرر واژه mutual استفاده از استراتژی تکرار است.

DEAL NOW SET TO BE REVIEWED BY SKEPTICAL CONGRESS

The U.S. Congress will begin its scrutiny of the international nuclear agreement with Iran amid heavy skepticism among Republicans, many of whom said in advance that they're prepared to reject a deal that's weak and gives too much leeway to Tehran. Under

legislation passed in May, Congress will have 60 days for public debate and hearings by as many as eight Senate and House committees. Lawmakers then could vote on a joint resolution to approve or reject the nuclear deal, though they also may not act at all. The Iran deal is “going to be a hard sell” in Congress, Senate Majority Leader Mitch McConnell said on “Fox News Sunday.” He said President Barack Obama “knows that the resolution of disapproval is likely to be introduced, is very likely to pass and very likely to get over 60 votes.””

- کاربرد واژه skeptical استفاده از استراتژی واژگان‌گرایی است.
- کاربرد عبارت TO BE REVIEWED BY SKEPTICAL CONGRESS استفاده از استراتژی تمسک به صاحبان قدرت است.
- کاربرد عبارت hard sell استفاده از استراتژی واژگان‌گرایی است.
- بیان این که رهبر اکثریت سنا این مطلب را به «فاکس نیوز» گفته است، استفاده از استراتژی تمسک به صاحبان قدرت است.

Netanyahu blasts Iran deal as terrorist 'bonanza'

Israeli Prime Minister Benjamin Netanyahu wasted little time denouncing the nuclear deal with Iran on Tuesday, deeming it a “historic mistake” with far-reaching repercussions for the entire planet.

- کاربرد واژه blast استفاده از استراتژی واژگان‌گرایی است.
- کاربرد واژه terrorist استفاده از استراتژی واژگان‌گرایی است.
- کاربرد واژه bonanza استفاده از استراتژی واژگان‌گرایی است.
- کاربرد عبارت historic mistake استفاده از استراتژی واژگان‌گرایی است.

“The world is a much more dangerous place today than it was yesterday,” Netanyahu said in a statement to reporters. “The leading international powers have bet our collective future on a deal with a formal sponsor of international terrorism. They’ve gambled that in 10 years’ time, Iran’s terrorist regime will change, while removing any incentive for it to do so. In fact, the deal gives Iran every incentive not to change.”

- کاربرد واژه terrorist استفاده از استراتژی واژگان‌گرایی است.
- کاربرد عبارت The leading international powers استفاده از استراتژی توصیف کنش‌گروبرجسته‌سازی نقاط قوت خود است.
- کاربرد واژه powers و قدرت خطاب کردن غیرخودی ایران، استفاده از استراتژی واژگان‌گرایی‌گرایی، برجسته‌سازی نقاط قوت خود و همچنین مقوله‌بندی است.
- کاربرد عبارت a formal sponsor of international terrorism برای ایران، استفاده از استراتژی واژگان‌گرایی، مقوله‌بندی و توصیف کنشگر است.
- کاربرد عبارت terrorist regime برای ایران، استفاده از استراتژی واژگان‌گرایی و مقوله‌بندی است.

“In the coming decade, the deal will reward Iran, the terrorist regime in Tehran, with hundreds of billions of dollars. This cash bonanza will fuel Iran’s terrorism worldwide, its aggression in the region, and its efforts to destroy Israel, which are ongoing,” Netanyahu added.

Earlier Tuesday, Netanyahu called the agreement a “historic mistake.”

- کاربرد عبارت terrorist regime in Tehran برای ایران، استفاده از استراتژی واژگان‌گرایی، مقوله‌بندی و توصیف کنشگر است.
- کاربرد واژه terrorism استفاده از استراتژی واژگان‌گرایی است.
- کاربرد واژه aggression استفاده از استراتژی واژگان‌گرایی است.
- کاربرد عبارت historic mistake استفاده از استراتژی واژگان‌گرایی است.

“Far-reaching concessions have been made in all areas that were supposed to prevent Iran from obtaining nuclear weapons capability. In addition, Iran will receive hundreds of billions of dollars with which it can fuel its terror machine and its expansion and aggression throughout the Middle East and across the globe,” he said. “One cannot prevent an agreement when the negotiators are willing to make more and more concessions to those who, even during the talks, keep chanting: ‘Death to America.’”

- کاربرد واژه concessions استفاده از استراتژی واژگان‌گرایی است.
- کاربرد عبارت nuclear weapons استفاده از استراتژی واژگان‌گرایی است.

بررسی تطبیقی بازنمایی ایدئولوژی در رسانه‌های ایرانی و آمریکایی ... ۲۰۹

- کاربرد عبارت terror machine استفاده از استراتژی واژگان‌گرایی است.
- کاربرد واژه aggression استفاده از استراتژی واژگان‌گرایی است.

The United States and five other world powers reached the deal early Tuesday after 18 days of final negotiations in Vienna.

The United States and five other world powers بیان این‌که آمریکا و پنج قدرت دیگر بر سر این معاهده به توافق رسیده‌اند، استفاده از استراتژی اجماع است. استفاده از واژه Powers برای غیرخودی ایران استفاده از استراتژی واژگان‌گرایی، مقوله‌بندی، توصیف کنشگر و برجسته‌سازی نقاط قوت خود است.

The desire to sign an agreement, Netanyahu said, was “stronger than anything.”

“We did commit to preventing Iran from acquiring nuclear weapons, and this commitment still stands,” he said, urging Israeli leaders to “put petty politics aside and unite behind this most fateful issue to the future and security of the State of Israel.”

- کاربرد عبارت nuclear weapons استفاده از استراتژی واژگان‌گرایی است.
- در جداول زیر، بسامد استفاده از هر یک از استراتژی‌های وندایک در رسانه‌های ایرانی و آمریکایی در پوشش اخبار هسته‌ای ایران ارائه شده است:

۱.۵ بسامد استفاده از استراتژی‌های وندایک در پوشش اخبار برجام در

رسانه‌های آمریکایی

نوع استراتژی	بسامد استفاده
واژگان‌گرایی	۱۲۱۱
توصیف کنشگر	۸۰۳
توصیف موقعیت	۵۶۶
مقوله‌بندی	۸۲۰
بزرگنمایی نقاط مثبت خودی	۹۴
بزرگنمایی نقاط منفی غیرخودی	۳۸۲
ابهام	۱۷۰
تکرار	۱
گواه‌نمایی	۵۲
تمسک به صاحبان قدرت	۱۱۶

خودبزرگ‌منشی ملی	۱۲
همدردی	۶
مثال	۳
تاریخ به مثابه درس عبرت	۲
تلویح	-

مجموع: ۴۲۴۸

۲.۵ بسامد استفاده از استراتژی‌های وندایک در پوشش اخبار برجام در رسانه‌های ایرانی

نوع استراتژی	بسامد استفاده
واژگان‌گرایی	۹۲۱
توصیف کنشگر	۱۸۷
توصیف موقعیت	۹۰
مقوله‌بندی	۳۱
بزرگنمایی نقاط مثبت خودی	۴۱
بزرگنمایی نقاط منفی غیرخودی	۷۲
ابهام	۱۶
تکرار	۴
گواه‌نمایی	۱۲
تمسک به صاحبان قدرت	۲۳
خودبزرگ‌منشی ملی	۹
همدردی	۲
مثال	۲
تاریخ به مثابه درس عبرت	۳
تلویح	۱

مجموع: ۱۴۱۴

داده‌ها نشان می‌دهد که رسانه‌های ایرانی و آمریکایی در پوشش برنامه هسته‌ای ایران رویکردی خنثی ندارند، بلکه برای القای ایدئولوژی مورد نظر خود از استراتژی‌های وندایک استفاده می‌کنند. بسامد استفاده از استراتژی‌های وندایک در رسانه‌های آمریکایی ۴۲۴۸ مورد و در رسانه‌های ایرانی، ۱۴۱۴ مورد بوده است. در هر دو گروه رسانه‌ها استفاده از استراتژی واژگان‌گرایی در مقایسه با سایر استراتژی‌ها بسامد بیشتری داشته است. (در

رسانه‌های آمریکایی ۲۸ درصد و در رسانه‌های ایرانی ۶۵ درصد). دلیل این مساله را می‌توان بازنمایی آسان‌تر آن در ذهن مخاطب به لحاظ شناختی دانست. دلیل دیگر این مساله را می‌توان بحث اقتصاد زبانی دانست که با کمترین حجم به دنبال انتقال بیشترین مفهوم است.

به عبارت دیگر رسانه‌های آمریکایی با استفاده از راهبردهای ذکر شده در صدد تهدید نشان برنامه هسته‌ای ایران و خطرناک نشان دادن این کشور هستند که بر اساس مدل عملیاتی کاستلز، روایت‌های غالب نامیده می‌شوند.

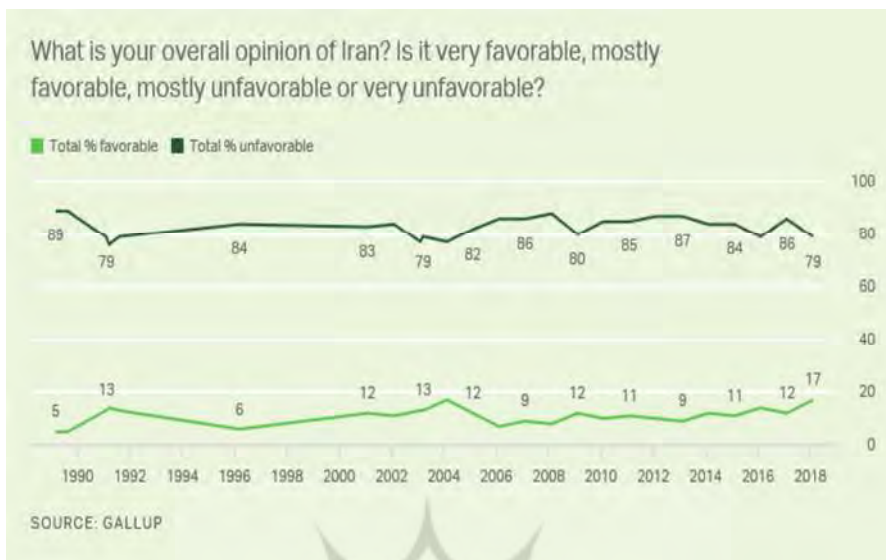
در همین حال، این رسانه‌ها به صورت بسیار محدود اقدام به انتشار برخی اخبار خشتی یا مثبت درباره برنامه هسته‌ای ایران نیز کرده‌اند.

بسامد استفاده از روایت‌های غالب و پادروایت‌ها درباره برنامه هسته‌ای ایران توسط رسانه‌های آمریکایی در جدول زیر آمده است:

۳.۵ بسامد استفاده رسانه‌های آمریکایی از روایت‌های غالب و پادروایت‌ها درباره برنامه هسته‌ای ایران

مقطع زمانی	میانگین روایت‌های غالب (درصد)	میانگین پادروایت‌ها (درصد)
۲۰۱۵	۴۰/۵۳	۰۲/۸
۲۰۱۶	۲۰/۳۴	۵/۱۱
۲۰۱۷	۰۴/۴۵	۵۴/۹
۲۰۱۸	۰۱/۶۲	۸۶/۱۴

برای مقایسه تاثیر روایت‌ها و پادروایت‌ها در اذهان شهروندان آمریکایی، نمونه‌هایی از نظرسنجی‌هایی که توسط معتبرترین موسسات نظرسنجی جهان انجام شده است، ارائه می‌شود.



نظرسنجی ۱- دیدگاه کلی شهروندان آمریکایی درباره ایران

Next, I'd like your overall opinion of some foreign countries. What is your overall opinion of Iran? Is it very favorable, mostly favorable, mostly unfavorable or very unfavorable?

	Very favorable	Mostly favorable	Mostly unfavorable	Very unfavorable	No opinion
	%	%	%	%	%
2018 Feb 1-10	2	15	43	36	4
2017 Feb 1-5	2	10	47	39	3
2016 Feb 3-7	3	11	39	40	7
2015 Feb 8-11	2	9	44	40	6

نظرسنجی ۲- میزان محبوبیت ایران در بین شهروندان آمریکایی

Please say whether you consider Iran an ally of the United States, friendly, but not an ally, unfriendly, or an enemy of the United States.

	Ally	Friendly, but not an ally	Unfriendly	Enemy	No opinion
	%	%	%	%	%
2018 Jul 2-8 *	3	14	41	39	3
2014 Mar 22-23 *	2	10	41	41	6
2013 Sep 15-16 *	2	8	38	45	8
2013 Jun 1-4	2	8	34	51	5
2000 May 18-21	3	14	44	34	5

* Asked on Gallup Daily tracking survey

GALLUP

نظرسنجی ۳- دیدگاه شهروندان آمریکایی درباره رابطه ایالات متحده و ایران

Next, I am going to read you a list of possible threats to the vital interests of the United States in the next 10 years. For each one, please tell me if you see this as a critical threat, an important but not critical threat, or not an important threat at all. Development of nuclear weapons by Iran

	Critical	Important	Not important	No opinion
	%	%	%	%
2016 Feb 3-7	75	19	5	1
2015 Feb 8-11	77	16	5	2
2014 Feb 6-9	76	18	4	2
2013 Feb 7-10	83	16	1	+

* Less than 0.5%

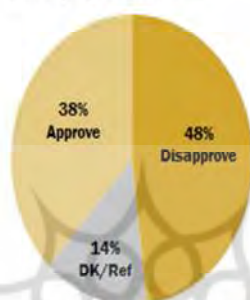
GALLUP

نظرسنجی ۴- نظر شهروندان آمریکایی درباره تهدید برنامه هسته‌ای ایران برای ایالات متحده

Negative Views of Iran Agreement Among Those Aware of Deal

Negative Views of Iran Agreement Among Those Aware of Deal

Among the 79% who have heard about recent agreement on Iran's nuclear program, % who ...



Scant Confidence in Iran's Leaders More Confidence in Int'l Monitors

How much confidence do you have in each ... (%)



Survey conducted July 14-20, 2015. Based on those who have heard about the agreement (N=1,672). Don't know responses not shown on confidence measure.

PEW RESEARCH CENTER

نظرسنجی ۵ - دیدگاه منفی شهروندان آمریکایی مطلع از برجام درباره توافق هسته‌ای

Wide Partisan and Ideological Gaps in Views of Future U.S.-Iran Relationship

If agreement is implemented, do you think the relationship between U.S. and Iran will ... (%)

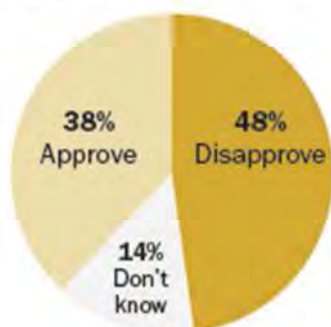
	Improve %	Stay about the same %	Get worse %	Don't know %
Total	25	42	28	5=100
Post-grad	35	43	16	5=100
College grad	25	43	26	6=100
Some college	23	43	29	5=100
HS or less	22	41	33	5=100
Republican	10	40	46	4=100
Conservative	9	39	48	4=100
Mod/Liberal	13	44	39	4=100
Independent	21	45	29	5=100
Democrat	40	40	14	6=100
Conserv/Mod	29	47	19	5=100
Liberal	53	32	7	7=100
Views of agreement ...				
Approve (38%)	49	42	6	4=100
Disapprove (48%)	6	42	50	2=100

Survey conducted July 14-20, 2015. Based on those who have heard about the agreement (N=1,672).

PEW RESEARCH CENTER

نظرسنجی ۶- دیدگاه افشار مختلف جامعه آمریکا درباره آینده روابط ایران و ایالات متحده

% who say they _____ of agreement
on Iran's nuclear program between
Iran, U.S. and other nations



Based on the 79% who have heard of agreement.

نظرسنجی ۷- ارزیابی شهروندان آمریکایی درباره توافق هسته‌ای با ایران

نتایج این نظرسنجی‌ها نشان‌دهنده دیدگاه منفی شهروندان آمریکایی به توافق هسته‌ای با ایران و رابطه با این کشور است. همچنین به‌رغم انتشار برخی یافته‌های جدید درباره ماهیت برنامه هسته‌ای ایران در قالب پادروایت‌ها، آمریکایی‌ها همچنان نسبت به فعالیت‌های هسته‌ای ایران موضعی منفی دارند. با توجه به مدل عملیاتی مانوئل کاستلز، بر اساس مدل برانگیختگی شبکه‌ای آبخاری، ایدئولوژی‌هایی که توسط صاحبان قدرت در آمریکا وجود دارد، بعد از تایید نخبگان، توسط رسانه‌ها چارچوب‌بندی شده و پس از آن با استفاده از راهکارهای مختلف از جمله کاربست استراتژی‌های وندایک به مخاطب القا می‌شود. بر اساس فرضیه داماسیو، افرادی که در معرض این اطلاعاتی که با استراتژی‌های خاص چارچوب‌بندی شده‌اند قرار می‌گیرند، آنها را دریافت کرده و اقدام به پذیرش آن می‌کنند. این افراد پس از تصمیم‌گیری تمایل دارند اطلاعاتی را به یاد آورند یا دنبال کنند که با تصورات و نتایج مورد انتظارشان انطباق داشته باشد، بنابراین ارائه پادروایت‌ها در وهله بعدی نیز تأثیری بر موضع آنها نخواهد داشت.

کتابنامه

استاجی، اعظم و شیروان. (۱۳۹۳). «بررسی تأثیر دو مولفه نحوی وجهیت و تعدلی در بازنمود خود و دیگری در متون مطبوعاتی». مطالعات فرهنگی و ارتباطات. دوره ۶. شماره ۱۹. صفحه ۱۰۷-۸۵.

بررسی تطبیقی بازنمایی ایدئولوژی در رسانه‌های ایرانی و آمریکایی ... ۲۱۷

اکوانی، سیدمحمدالله، (۱۳۹۱). «زبان و هویت در میدان رسانه ای غرب: ایران به مثابه دیگری». فصلنامه مطالعات ملی. دوره ۱۳. شماره ۳. صفحه ۵۲-۲۹.

تخشید، محمدرضا و علوی، سید محمد علی. (۱۳۹۳). «شبکه‌های ذهن و قدرت رسانه‌ها در بازنمایی غیر واقعی برنامه هسته‌ای ایران». فصلنامه مطالعات راهبردی. دوره ۱۷. شماره ۶۶. ۱۰۲-۶۷.

جمالزاده، ناصر و خواجه‌علی، محمد. (۱۳۹۵). «تبیین فرایند پیروزی انقلاب اسلامی ایران بر اساس مدل قدرت شبکه‌ای مانوئل کاستلز». پژوهشنامه انقلاب اسلامی. دوره ۶. شماره ۱. ۱۱۸-۹۹.

حلاج زاده بناب، حسین و دیگران (۱۳۹۷). «توصیف و تحلیل ساخت‌های ایدئولوژیک در گفتمان دادگاه خانواده، زنان خواستار طلاق بر پایه‌ی رویکرد ون‌دایک (۲۰۰۶): رویکرد زبان‌شناسی حقوقی». زبان پژوهی، دوره ۱۰. شماره ۲۸. صفحه ۳۰-۳.

خان‌جان، علیرضا. (۱۳۹۲). «اثر ایدئولوژی بر ترجمه خبر: یک مطالعه موردی». مطالعات زبان و ترجمه. دوره ۴۶. شماره ۳. صفحه ۴۷-۱.

سپهری، محمدباقر. (۱۳۹۷). «بازنمایی ایران در اخبار شبکه‌های تلویزیونی آمریکا (تحلیل گفتمان انتقادی اخبار سی‌ان‌ان و ان‌بی‌سی در ارتباط با توافق هسته‌ای ایران و کشورهای ۱+۵)». فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی. دوره ۲۵. شماره ۳ (پیاپی ۹۵). ۲۲۰-۱۹۱.

فرقانی، محمدمهدی و رحیمی، مهرناز. (۱۳۸۹). «تصویر ایران در مطبوعات آمریکا: تحلیل محتوای مجله‌های تایم و نیوزویک در دوره‌های هفتم و نهم ریاست جمهوری ایران». مطالعات فرهنگی و ارتباطات. دوره ۶. شماره ۱۹. صفحه ۱۳۷-۱۶.

فیروزیان پوراصفهانی، آیلین و آقاگلزاده، فردوس. (۱۳۹۵). «بررسی بازنمایی ایدئولوژی در متون ترجمه‌شده سیاسی انگلیسی در چارچوب تحلیل گفتمان انتقادی: محورهای سبک و بلاغت». مجله زبان‌شناسی و گویش‌های خراسان. دوره ۸. شماره ۱۴. صفحه ۲۵-۱.

کاستلز، مانوئل. (۱۳۹۳). قدرت ارتباطات، ترجمه: حسین بصیریان جهرمی، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.

کسایی، غلامرضا. (۱۳۹۱). «بررسی کتاب اندیشه ۱ و ۲ از دید تحلیل گفتمان». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران.

کوشا منصوره شمس محمدرضا. (۱۳۸۴). «مسئله انرژی هسته‌ای ایران در خبرهای بریتانیا، بررسی نقادانه خبرها». زبان‌شناسی کاربردی. دوره ۸. شماره ۲. صفحه ۱۴۱-۱۰۷.

Al Maghlout, S. (2017). A Critical Discourse Analysis of Social Change in Women –related Posts on Saudi English –Language Blogs Posted between 2009 and 2012, Lancaster University

Barnard, M. (2010). Media Discourse and the “Truth” of Gender, Culture and Violence. University of Sydney.

Damasio, A R. (2000), The Feeling of What Happens: Body, Emotion and the Making of Consciousness, Vintage.

- Khanjan, A., Amouzandeh, M., Eslami, A and Tavangar, M. (2013). "Ideological aspects of translating news: Headlines from English to Persian". *Erudit*. 58 (1), 87-102.
- Kieschnick, Hannah. (2011). *Facebook and the Network Society- Applying Manuel Castells*. Syddansk University.
- Van Dijk, T.A., & Kintsch, W., (1983). *Strategies of Discourse Comprehension*. New York and London: academic press.
- Van Dijk, T.A., (1988) a. *News as Discourse*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Van Dijk, T.A., (2006). 'Ideology and Discourse analysis'. *Journal of political Ideologies*, June 2006: 112, 115 -114.

