

چگونگی بازتاب تحولات سیاسی کشورهای عربی خاورمیانه و شمال آفریقا در رسانه‌ها: بررسی تطبیقی سایت بی.بی.سی فارسی و ایرنا

دکتر علیرضا حسینی پاکدهی*، علی کرم‌پورمیرزا[□]

چکیده

در این مقاله، به بررسی تطبیقی تحولات سیاسی کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا، در دو سایت بی.بی.سی فارسی و ایرنا پرداخته شده است. مسأله اصلی مقاله این است که سایت بی.بی.سی فارسی و سایت خبرگزاری جمهوری اسلامی ایران (ایرنا) چگونه اخبار مربوط به تحولات سیاسی کشورهای عربی و شمال آفریقا را پوشش می‌دهند؟ چه تفاوتی بین نحوه بازتاب اخبار در این دو سایت وجود دارد؟ جامعه آماری این تحقیق کلیه اخبار مربوط به این تحولات در این دو سایت مورد بررسی در سال ۲۰۱۱ می‌باشد و از روش تحلیل محتوا استفاده نموده است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که تفاوت معناداری بین سایت‌های مورد بررسی، از نظر تحولات کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا وجود ندارد؛ یعنی سایت‌های ایرنا و بی.بی.سی فارسی، این کشورها را به یک نسبت، پوشش خبری داده‌اند و تفاوتی در بین آنها نیست. همچنین هر دو سایت مورد بررسی، بیشتر مطالب خود را به صورت خبر ارائه کرده‌اند. سایت بی.بی.سی فارسی بیشتر از سایت ایرنا از گزارش، تحلیل و تفسیر استفاده کرده است. سایت ایرنا در ارائه مطالب خود، بیشتر از عنصر خبری «که» و ارزش خبری «شهرت» استفاده کرده، اما سایت بی.بی.سی از عنصر خبری «چه» و ارزش خبری «برخورد» بیشتر استفاده کرده است. بیشتر مطالب دو سایت نسبت به دولت، جهت‌گیری منفی داشته‌اند. در جهت‌گیری نسبت به مردم، دو سایت در بیشتر مطالب خود، نسبت به مردم جهت‌گیری خنثی داشته‌اند. هم سایت ایرنا و هم سایت بی.بی.سی فارسی در بیشتر مطالب خود، در ارائه مطالب مربوط به رویدادهای کشورهای مورد بررسی از قاب‌بندی خاصی استفاده نکرده‌اند.

کلیدواژه‌ها: تحولات سیاسی، کشورهای عربی خاورمیانه و شمال آفریقا، سایت بی.بی.سی فارسی، سایت خبرگزاری جمهوری اسلامی ایران (ایرنا).

* استادیار دانشگاه علامه طباطبایی

[□] کارشناسی ارشد ارتباطات دانشکده صداوسیما

مقدمه

با ورود به جامعه اطلاعاتی و گسترش تکنولوژی‌های نوین ارتباطی همچون اینترنت، سایت‌های خبری به مانند خلف خود- اخبار رادیویی و تلویزیونی- توانسته‌اند تأثیر خود را بر مخاطبان داشته باشند و امروزه، یکی از منابع اصلی کسب اخبار برای مخاطبان می‌باشند. شبکه جهانی وب و قابلیت‌های بی‌نظیر آن، وضعیت تازه‌ای را فراروی رسانه‌های نوین گشوده است، به طوری که برخی اندیشمندان، به سبب ویژگی‌های خاص این دوران از آن با عنوان «عصر دوم رسانه‌ها» یاد می‌کنند. شبکه جهانی تارنماها تحولی شگرف در نحوه دسترسی میلیون‌ها نفر از مردم جهان به اخبار و اطلاعات به وجود آورده است. با ایجاد پیوندهای گوناگون، امروزه افراد می‌توانند بدون آن که از منزل خارج شوند، به دریایی از اخبار و اطلاعات که تارنماها ارائه می‌دهند، دسترسی داشته باشند. در واقع، با پیشرفت روزافزون فناوری‌های نوین ارتباطی و پیدایی اینترنت و به تبع آن، رشد و تکامل روزنامه‌های الکترونیکی و تارنماهای خبری، تحولی شگرف در شیوه جست و جو، کسب خبر، مطالعه و نحوه آگاهی مردم از رویدادها به وجود آمده است. اینترنت «جهانی‌سازی» فرهنگ و ارتباطات را به مثابه مهم‌ترین ویژگی عصر حاضر با خود همراه آورده و مرزهای رسانه‌های مکتوب، دیداری و شنیداری را نیز به هم پیوند داده است (سورین و تانکار، ۱۳۸۱، ص ۲۷). واضح است که بخش وسیعی از اخبار رسانه‌ها از جمله سایت‌ها را اخبار خارجی و بین‌المللی با عنوان پوشش بین‌المللی اخبار، تشکیل می‌دهد. یک بعد پوشش بین‌المللی اخبار این است که چگونه هریک از رسانه‌ها، اخبار مربوط به کشورهای دیگر یا به طور کلی جهان را پوشش می‌دهند. طی سال‌های اخیر، منطقه خاورمیانه همواره منطقه‌ای پرتنش و خبرساز بوده است. به خصوص مدتی که از تحولات سیاسی این منطقه می‌گذرد، سهم قابل توجهی از اخبار بین‌المللی و منطقه‌ای را به خود اختصاص داده است، به طوری که حجم فراوانی از تولیدات متنوع رسانه‌ای شبکه‌های پرمخاطب بین‌المللی به این تحولات اختصاص یافته است. با توجه به گفته مک‌لوهان، جهان امروزه به مثابه یک دهکده است. پس نمی‌توان گفت که این تحولات به کشور

بازتاب تحولات سیاسی کشورهای عربی خاورمیانه و شمال آفریقا در رسانه‌ها ۱۵۳/

یا کشورهای خاصی محدود می‌شود. در این بین، رسانه‌های هر کشور با توجه به سیاست‌ها و ایدئولوژی‌های حاکم بر آن رسانه سعی کرده‌اند که اخبار مربوط به این تحولات را منعکس کنند. در دوران رسانه‌های جدید، سایت بی.بی.سی فارسی در کنار ایستگاه‌های رادیویی و تلویزیونی آن، سعی در گسترش بیش از پیش دامنه نفوذ خود در خاورمیانه دارد. این سایت خبری که در ماه مه ۲۰۰۱ راه‌اندازی شده است، به عنوان یکی از رسانه‌های غربی پرمخاطب که برای کشورهای در حال توسعه، بر آن است تا مخاطبان خود را به سمت سیاست‌های مطابق با صاحبان این رسانه‌ها، سوق دهد. سایت خبرگزاری جمهوری اسلامی ایران (ایرنا) نیز به عنوان یک سایت ملی، برای مردم ایران، هر روزه اخبار مربوط به تحولات خاورمیانه و کشورهای شمال آفریقا را بازتاب داده است. بنابراین تلاش می‌شود در این پژوهش با تجزیه و تحلیل یکی از این سایت‌های غربی که برای کشورهای در حال توسعه راه‌اندازی شده است، نظام ایدئولوژیک و سیاسی حاکم بر این رسانه غربی را نسبت به حوادث و تحولات اخیر، بازکاوی کرد. نتیجه چنین بازکاوی و شناختی، به طور طبیعی، می‌تواند نوع مواجهه، برخورد و عکس‌العمل در مقابل سیاست‌های رسانه‌ای رقیبان رسانه‌ای را، به روشنی مشخص سازد. برای نیل به این مهم، تحقیق حاضر به تحلیل محتوای اخبار سایت بی.بی.سی فارسی و مقایسه آن با وب سایت خبرگزاری جمهوری اسلامی ایران (ایرنا) پرداخته است. بنابراین سؤالات این تحقیق عبارتند از:

۱- سایت بی.بی.سی فارسی و سایت خبرگزاری جمهوری اسلامی (ایرنا) چگونه و به چه میزانی، اخبار مربوط به تحولات سیاسی کشورهای عربی و شمال آفریقا را پوشش می‌دهند؟

۲- چه تفاوتی بین نحوه بازتاب اخبار این کشورها در این دو سایت وجود دارد؟

۳- ارزش‌های خبری برجسته شده در اخبار مربوط به تحولات سیاسی کشورهای مورد بررسی این دو سایت خبری کدامند؟ آیا تفاوت معنی‌داری میان آنها وجود دارد؟

۴- عناصر خبری برجسته شده در اخبار مذکور این دو سایت خبری کدامند؟ آیا

تفاوت معنی‌داری میان آنها وجود دارد؟

- ۵- سبک ارائه مطلب (گزارش، تحلیل و تفسیر و ...) در مطالب مربوط به تحولات سیاسی کشورهای مورد بررسی این دو سایت خبری چگونه است؟
- ۶- جهت‌گیری این دو سایت نسبت به مردم و دولت‌ها چگونه است؟ آیا تفاوت معنی‌داری بین آنها وجود دارد؟
- ۷- دو سایت مورد بررسی، در مورد تحولات سیاسی کشورهای مورد بررسی از چه قاب‌بندی استفاده کرده‌اند؟

چارچوب نظری

در این مقاله، نظریه‌های برجسته‌سازی و چارچوب‌سازی به عنوان چارچوب نظری انتخاب شده‌اند. منظور از برجسته‌سازی رسانه‌ها، این است که رسانه‌ها، به‌ویژه در اخبار و گزارش‌های خبری و برنامه‌های مستند، این قدرت را دارند که توجه عموم را به مجموعه‌ای از مسائل و موضوعات معین و محدود معطوف سازند و از مسائل و موضوعات دیگر چشم‌پوشی کنند. حاصل کار این می‌شود که بعضی از مسائل خاص، توسط بسیاری از مردم در سپهر عمومی و خارج از قلمرو رسانه‌ها به بحث گذاشته می‌شود، درحالی‌که به مسائل و موضوعات دیگر توجه نمی‌شود (سولیوان، و همکاران، به نقل از مهدی‌زاده، محمد، ۱۳۸۹، ص ۵۹).

برجسته‌سازی فرآیندی است که در آن رسانه‌های جمعی تعیین می‌کنند که ما درباره چه بیندیشیم و نگران باشیم. اولین کسی که در این باره شروع به اظهارنظر کرد والتر لیپمن بود که در سال ۱۹۲۰ متوجه این مطلب شد. لیپمن بعداً اظهار داشت که رسانه باعث ایجاد یک سری تصویر در اذهان همه ما می‌شود. او معتقد بود که عموم مردم درباره حوادث واقعی عکس‌العملی از خود نشان نمی‌دهند، بلکه نسبت به تصاویری که در ذهنشان از مسائل و واقعیت نقش بسته، عکس‌العمل نشان می‌دهند. به همین دلیل فرآیند برجسته‌سازی برای تغییر دادن تمامی وقایعی که در محیط اطراف

ما روی می‌دهند به یک مدل ساده‌تر که قابل بحث برای ما باشد عمل می‌کند» (ویلسون و ویلسون^۱، ۲۰۰۱، ص ۱۱۲). رسانه‌ها با برجسته کردن اخبار تحولات این کشورها، باعث شدند که از بین همه رخدادها و اتفاقاتی که در جهان هر روزه در حال رخ دادن است، اخبار مربوط به این تحولات، به عنوان اولویت فکری و خبری مردم قرار گیرد.

نظریه برجسته‌سازی، مدعی تأثیر رسانه‌ها بر شناخت و نگرش مردم و تعیین اولویت‌های ذهنی آنان از طریق انتخاب و برجسته‌سازی بعضی از موضوع‌ها و رویدادها، در قالب خبر و گزارش خبری است؛ به این معنا که رسانه‌ها به برجسته ساختن بعضی از موضوع‌ها و رویدادها، بر آگاهی و اطلاعات مردم تأثیر می‌گذارند، گرچه نمی‌توانند تعیین کنند که مردم «چگونه» ببینند، اما می‌توانند تعیین کنند که «درباره چه» ببینند. به لحاظ رسانه‌ای، برجسته‌سازی فرآیندی است که طی آن رسانه‌ها سعی می‌کنند تا بر ذهنیت مخاطبان به نحو دل‌خواه تأثیر بگذارند و تصاویر ذهنی مردم را براساس اهداف و سیاست‌های رسانه‌ای خود شکل دهند. این امر از طریق دروازه‌بانی و رده‌بندی اهمیت رویدادها، صورت عملی به خود می‌گیرد. در واقع در این فرآیند اولویت‌های رسانه، میزان نوع رویدادها را در بخش‌های خبری مشخص می‌سازد. نظریه برجسته‌سازی بر این دیدگاه تکیه می‌کند که رسانه‌ها تعیین می‌کنند چه رویدادهایی باید مهم و برجسته گردد و «از منظر خرد، برجسته‌سازی به این جهت روی می‌دهد که رسانه‌ها باید دست به گزینش بزنند، خصلت دروازه‌بانی، گزارش‌گران و نویسندگان رسانه‌ها عوامل مهمی در برجسته‌سازی هستند. این رسانه‌ها هستند که تصمیم می‌گیرند چه چیزی، در چه زمانی و چگونه منتشر می‌شود» (دهقان، عبداللهیان و رضوی‌زاده، ۱۳۷۸، ص ۲۲).

از دیگر سو، براساس نظریه چارچوب‌سازی، می‌توان گفت که رسانه‌ها افکار عمومی را به سمت و سوی موضوعی که دلخواه است می‌کشاند و آن را در قاب و قالبی خاص ارایه و برجسته می‌کنند. صاحبان رسانه، رویدادها و موضوعات مورد پردازش را به شکل مطلوب و دلخواه خود سازماندهی و ارائه می‌کنند و در این بین،

^۱ Wilson & Wilson

نحوه بیان، انتخاب واژه و لحن و... که همراه پیام است به مدد چارچوب‌های پیش‌ساخته می‌آیند و سرانجام، این مخاطب است که بسته‌ای آماده را دریافت می‌کند و با تصورات قالبی از پیش موجود خود، به تفسیر و درک پیام دریافتی می‌پردازد. به بیانی ساده‌تر، ما مخاطبان رسانه‌ها، مجموعه رویدادها و پدیده‌ها را در چارچوبی خاص می‌بینیم که رسانه‌ها از پیش برایمان تدارک دیده‌اند. در واقع دو سایت مورد مطالعه در این پژوهش، با بهره‌گیری از قالب‌های مختلف و منطبق بر اهداف خود، ایدئولوژی خاص خود نسبت به تحولات منطقه را برجسته می‌کنند و مخاطب را به دام خود می‌کشانند. رسانه‌ها برای چارچوب‌سازی رویدادها و تولید معنایی برای مخاطبان، از رویه‌ها و شگردهایی چون انتخاب واژگان، استعاره‌ها، کنایه‌ها، تمثیل‌ها و... استفاده می‌کنند تا داستان و روایتی معنادار از آنچه می‌خواهند بسازند و نظم معنایی خاصی برای مخاطبان خلق کنند. فرایند چارچوب‌سازی رسانه‌ها، شبیه ساخت چارچوب برای خانه است که متناسب با اشیایی که در آن قرار می‌گیرد، برای آن چارچوبی تهیه می‌شود؛ ارتباط‌گر نیز متناسب با محتوای پیام خود، قالب و ساختاری را برای آن انتخاب می‌کند (مهدی زاده، ۱۳۸۹، ص ۸۳).

اگر بخواهیم ارتباط این دو نظریه (برجسته‌سازی و چارچوب‌سازی) را با موضوع تحولات خاورمیانه و شمال آفریقا بدانیم، باید به این نکته توجه کرد که با توجه به فراگیری و همه‌گیر شدن اینترنت و مزایای قابل‌توجه‌تری که نسبت به سایر وسایل ارتباط جمعی دارد (از قبیل تعاملی بودن، بروزرسانی سریع و تنوع موضوعات و دیدگاه‌ها)، امروزه نسبت به قبل، دارای مخاطبان بیشتری هستند و می‌توانند اولویت مخاطبان را تا حدودی شکل دهند، در نتیجه سایت‌های خبری اینترنت دست به گزینش‌گری می‌زنند و از میان حوادث و تحولات بسیار زیادی که روزانه در جهان در حال ظهور است اخبار مربوط به این تحولات را انتخاب، پردازش و آن را در قالب و قالبی خاص ارایه و برجسته می‌کنند. فراگردی که بوسیله آن رسانه‌های جمعی، اهمیت نسبی موضوعات و تأثیرات گوناگون را به مخاطب منتقل می‌کنند. در واقع فرآیند

برجسته‌سازی با بزرگ و کوچک‌نمایی رویدادها و درجه‌بندی موضوعات در رسانه‌ها، سعی در برجسته نمودن رویداد در ذهن مخاطب دارد که این امر در راستای القای دیدگاه رسانه به مخاطب نیز می‌باشد. به این معنا که سایت‌های بی‌بی‌سی فارسی و ایرنا با برجسته‌کردن و چارچوب‌سازی موضوع تحولات خاورمیانه و شمال آفریقا، آن را تبدیل به یکی از مهم‌ترین موضوع‌های خاورمیانه و کشورهای مجاور می‌کنند، بعد با استفاده از عواملی چون وسعت و دربرگیری، ایدئولوژی‌های سیاسی گردانندگان این دو سایت، عوامل برون سازمانی و درون سازمانی و ... سعی در افزایش آگاهی مخاطبان و هم‌سو کردن کاربران با منافع خود دارند. این مسئله، هنگامی که اشخاص معروف و معتبر راجع به تحولات مذکور و اهمیت و ضرورت آن، برای کاربران ایرانی صحبت کنند، تأثیرگذارتر می‌شود و فرآیند برجسته‌سازی شتاب پیدا می‌کند.

روش شناسی

در پژوهش حاضر از روش تحلیل محتوا استفاده شده است. تحلیل محتوا، یکی از روش‌های شناخته شده در مطالعات مربوط به محتوای پیام‌های ارتباطی است. تحلیل محتوای کمی، آزمون نظام‌مند (سیستماتیک) و تکرارپذیر نمادهای ارتباطی است که طی آن، ارزش‌های عددی براساس قوانین معتبر اندازه‌گیری، به متن نسبت داده می‌شود و سپس با استفاده از روش‌های آماری، روابط بین آن ارزش‌ها تحلیل می‌شود. این عمل به منظور توصیف محتوای ارتباطات، استخراج نتیجه درباره معنی آن یا پی بردن به بافت و زمینه ارتباط، هم در مرحله تولید و هم در مرحله مصرف صورت می‌گیرد (رایف و همکاران، ۱۳۸۸، ص ۲۵). «از طریق روش تحلیل محتوا، می‌توان انواع مسائل و موضوع‌ها مورد بحث در رسانه‌ها را هم از لحاظ کمیت (فراوانی و تکرار) و هم از لحاظ کیفیت (اهمیت و ارزش) مورد مطالعه و بررسی قرار داد و به جهت‌گیری‌ها و کانون‌های توجه رسانه‌ها پی برد» (معمدنژاد، ۱۳۷۹، ص ۶۶).

جامعه آماری مورد نظر در این تحقیق، همه خبرهای سایت بی.بی.سی فارسی و سایت ایرنا در مورد تحولات سیاسی کشورهای عربی خاورمیانه و شمال آفریقا (تونس، مصر، لیبی و بحرین) از تاریخ ۱۱ دی ۱۳۸۹ تا ۱۱ دی ۱۳۹۰ می‌باشد. در این پژوهش، از نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای استفاده شده است. بر این اساس، شنبه‌های هر ماه را جدا کرده و از این بین یکی را به طور تصادفی انتخاب شده است. یکشنبه‌ها هم به همین روال انتخاب و تا آخرین روز هفته که جمعه می‌باشد، به همین صورت یک هفته از هر ماه را انتخاب شده است. هر دوازده ماه سال را به همین صورت، انتخاب و در نهایت دوازده هفته آماری انتخاب شده است. در این تحقیق، خبر به عنوان واحد تحلیل، تعداد خبرها به عنوان واحد شمارش و مقوله‌ها و زیرمقوله‌ها به عنوان واحد ثبت، مورد نظر است. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از طریق برگه‌های کدگذاری و طبق دستورالعمل، کدها استخراج شده و داده‌ها از طریق نرم‌افزار SPSS پردازش شده است. در نهایت با توجه به آمار توصیفی و استنباطی و آزمون‌های دو اطلاعات توصیف و تبیین شده است. برای به دست آوردن اعتبار تحقیق، از اعتبار صوری استفاده شده است. برای محاسبه ضریب قابلیت اعتماد از فرمول ویلیام اسکات که تعداد زیرمقوله‌ها را در محاسبه مدنظر قرار می‌دهد، استفاده شده است. برای این منظور، درصدی از تعداد کل خبرهای مورد بررسی، به صورت تصادفی انتخاب شده و در اختیار کدگذار دوم قرار داده و کدگذار دوم، بعد از مطالعه تعاریف عملیاتی متغیرها و زیرمقوله‌ها نسبت به کدگذاری اقدام نموده است.

تعریف مفاهیم

تحولات سیاسی کشورهای عربی خاورمیانه و شمال آفریقا: منظور از این تحولات سیاسی، اتفاقاتی است که از اواخر آذر ماه ۱۳۸۹ با اقدام به خودسوزی یک جوان تونسی در اعتراض به وضع سیاسی و اجتماعی تونس آغاز شد و موجی از اعتراض مردمی علیه حاکمان در کشورهای عرب خاورمیانه نظیر تونس، مصر، لیبی،

بحرین، و... ایجاد کرد و این اعتراض‌ها باعث سرنگونی حکومت‌های دیکتاتوری در کشورهای تونس، مصر و لیبی شد و در دیگر کشورها همچون بحرین، یمن، اردن با اعتراض‌های مردمی ادامه پیدا کرد.

خبرگزاری جمهوری اسلامی ایران: سازمان خبرگزاری جمهوری اسلامی ایران در شهریور ماه سال ۱۳۱۳ و در وزارت امور خارجه به عنوان اداره‌ای به نام آژانس پارس به وجود آمد تا اخبار کشور را گردآوری کند و آن را در اختیار مطبوعات و مردم قرار دهد از بزرگترین و قدیمی‌ترین خبرگزاری‌های داخلی است که به طور روزانه خبرهای داخلی و خارجی در زمینه‌های سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و... را پوشش می‌دهد و از طریق آدرس اینترنتی irna.ir قابل دسترسی می‌باشد.

سایت بی.بی.سی فارسی: این سایت در ماه مه ۲۰۰۱ راه‌اندازی شد و در چندین صفحه جداگانه مانند صفحه نخست (خبرهای جهان، ایران و منطقه)، صفحه ایران، افغانستان، تاجیکستان، جهان، فرهنگ و هنر، دانش و فن، اقتصاد و بازرگانی، نگاه ژرف، جدیدترین اخبار، عکس و ویدئو، گزارش‌ها و تحلیل‌ها را در این زمینه‌ها به کاربران ارائه می‌دهد.

ارزش‌های خبری: ارزش‌های خبری، معیار گزینش اخبار از میان رویدادها هستند. «بدیعی و وارد» هفت ارزش خبری زیر را بیان می‌کنند:

- ۱- دربرگیری: رویداد هنگامی دارای ارزش دربرگیری است که بر تعداد زیادی از افراد جامعه تأثیری در زمان حال یا آینده داشته باشد.
- ۲- شهرت: اشخاص حقیقی و حقوقی و حتی برخی از اشیاء هر گاه به خاطر فعالیت‌ها و معروف بودن در جامعه ملی و فراملی شناخته شده باشند، ارزش خبری دارند. شهرت ممکن است، بار معنایی مثبت یا منفی داشته باشد.
- ۳- برخورد، اختلاف و درگیری: این‌گونه رویدادها حاوی برخورد (اختلاف، کشمکش یا درگیری) میان افراد، گروه‌ها، ملت‌ها، حیوانات یا یکدیگر در طبیعت است. برخورد ممکن است به صورت جسمانی (فیزیکی) یا فکری و ایدئولوژیکی باشد.

- ۴- استثنا و شگفتی: رویدادهای غیر عادی، استثنایی، عجیب یا نادر است. در برخی موارد، این رویدادها برخلاف پیش‌بینی یا انتظار اتفاق می‌افتد.
- ۵- بزرگی و فراوانی تعداد و مقدار: این ارزش خبری به اعداد و آمار مربوط است. ارقام ممکن است تعداد نفرات یا میزان خسارتهای جانی و مالی باشد.
- ۶- مجاورت: مجاورت به دو صورت می‌تواند برای مخاطبان ارزش خبری داشته باشد: مجاورت جغرافیایی و مجاورت معنوی.
- ۷- زمان یا تازگی رویداد: رویدادهایی دارای این ارزش هستند که زمان وقوع آنها معمولاً حداکثر تا ۲۴ ساعت گذشته است و تازگی باید آن‌قدر اهمیت داشته باشد که در خبر ذکر شود (بدیعی و قندی، ۱۳۸۷، صص ۲۶-۲۱).
- عناصر خبری برجسته شده:** منظور یکی از عناصر خبری «چه کسی؟ چه چیزی؟ چه وقت؟ کجا؟ چرا؟ چگونه؟» است که توسط سردبیر خبر تلویزیونی یا خبرنگار شبکه، در آغاز لید خبر، قرار گرفته است.
- سبک ارائه خبر:** منظور از سبک خبر، قالب ارائه خبر است که می‌تواند به یکی از اشکال ذیل باشد:
- الف) خبر: گزارشی از رویدادهای واقعی، که جنبه تازگی داشته و نظرات خبرنگار در آن دخالت ندارد. معمولاً از ابتدا تا به انتهای آن را یک نفر بیان می‌کند.
- ب) گزارش خبری: مطالبی که با استفاده از منابع گوناگون، به منظور روشن شدن و تفهیم بیشتر وقایع منتشر می‌شود. به عبارتی، گزارش خبری، شرح جزئیات خبر است که نظرات گزارشگر، در آن راه ندارد (روغنی‌ها، ۱۳۸۲، ص ۵۸).
- ج) تحلیل و تفسیر: تحلیل و توصیف حقیقی رویداد، بدون اظهارنظر نویسنده یا گزارشگر است. در تحلیل، معمولاً اطلاعات جمع‌آوری شده از منابع مختلف و سابقه تاریخی رویداد به هم مرتبط شده، کوشش در شناساندن علت و انگیزه و همچنین نحوه وقوع رویداد می‌شود. در واقع به عناصر چرا و چگونه توأمان پاسخ داده می‌شود، ولی تفسیر، گزارش اخبار و وقایع، ارائه عقیده و نظر نویسنده یا گزارشگر شبکه و پاسخ به

بازتاب تحولات سیاسی کشورهای عربی خاورمیانه و شمال آفریقا در رسانه‌ها / ۱۶۱

عنصر خبری چرا نامیده می‌شود. مفسر، استنباط، قضاوت شخصی و استدلال خود را بیان می‌کند و اگر از نظریه‌های دیگران هم استفاده کند، از آنهایی که مورد قبول اوست، بهره‌گیری می‌کند (بدیعی و قندی، ۱۳۷۸، صص ۱۰۵-۱۰۳).

جهت‌گیری: دست‌کاری در خبر و تفسیر دادن مفهوم خبر از طریق پیش‌داوری و اغراض شخصی است. منظور، رعایت یا عدم رعایت بی‌طرفی در ارائه اخبار و مطالب است که مشخص می‌کند محتوا یا عقایدی بر ضد یا موافق شخص یا فعالیت‌های ابراز شده است. پیام‌های یک‌سویه، نزد موافقان پیام از قدرت تهییجی بالاتری برخوردار است و در مخالفان انزجار ایجاد می‌کند. اما پیام‌های دو طرفه، با ذکر چند دیدگاه و رعایت بی‌طرفی، از لحاظ اختصاص زمان مساوی در میان افراد بی‌طرف، قدرت اقناعی بالاتری داشته، فضای اعتماد را جلوه‌گر می‌سازد (روغنی‌ها، ۱۳۸۲، ص ۶۲).

الف) جهت‌گیری مثبت: در جانب‌داری مثبت، با برجسب‌های مثبت، از رویداد و عوامل آن حمایت می‌شود.

ب) جهت‌گیری منفی (مخالف): انتشار خبر و تفسیر، تنها از یک زاویه به قصد محکومیت و مخالفت با رویداد یا شخص است که ممکن است از طریق برجسب زدنی منفی یا انتشار نقل‌قول‌ها و حرف‌های یک طرف قضیه، به قصد مخالفت باشد.

ج) بی‌طرف: منظور، مطالبی است که فاقد موارد ذکر شده است.

د) غیرقابل تشخیص: اگر نتوان جهت‌گیری مثبت، منفی و خنثی در خبر را تشخیص داد، خبر دارای جهت‌گیری غیر قابل تشخیص است.

حجم اخبار: منظور تعداد خبرهای مربوط به هر کدام از چهار کشور تونس، مصر، لیبی و بحرین می‌باشد که در دو سایت مورد بررسی در نمونه انتخاب شده وجود دارد.

نحوه بازتاب: به این معنی که این دو سایت مورد بررسی اخبار مربوط به این تحولات را از لحاظ جهت‌گیری، عناصر و ارزش‌های خبری و... چگونه منعکس کرده‌اند.

قاب‌بندی: قاب‌بندی، کیفیتی از ارتباط است که دیگران را وامی‌دارد که یک معنی

را بر دیگری ترجیح دهند: مهارت یا فنی با تأثیرات عمیق بر چگونگی درک و واکنش نسبت به جهانی که در آن زندگی می‌کنند. این مهارتی است که اغلب رهبران موفق از آن برخوردارند و با این وجود اغلب از توجه به آن غفلت شده است (علمداری، ۱۳۸۸، ص ۱۱۱). در این مقاله قاب‌بندی با اصطلاحاتی همچون «بهار عربی»، «تحولات»، «بیداری اسلامی»، «خیزش مردمی»، «انقلاب»، «ناآرامی» اندازه‌گیری می‌شود.

یافته‌های تحقیق

این قسمت به ارائه یافته‌های مربوط به این تحقیق پرداخته شده است. یافته‌ها در دو بخش ارائه می‌گردد؛ جداول و نمودارهای توصیفی و جداول استنباطی همراه با آزمون‌های آماری. در بخش جداول توصیفی، اطلاعات آماری هر کدام از مقوله‌های طراحی شده به صورت تعداد و درصد، مشخص می‌شود. اطلاعات مربوط به هر کدام از متغیرهای تحقیق به صورت جداول توصیفی ارائه می‌شود. در بخش جداول استنباطی، داده‌های تحقیق به صورت جداول دو بعدی ارائه می‌شوند.

یافته‌های توصیفی

همان‌طور که جدول ۱ نشان می‌دهد، از میان ۹۰۹ مطلب کدگذاری شده در سایت‌های مورد بررسی (ایرنا و بی.بی.سی فارسی)، ۸۴/۵ درصد مطالب مربوط به سایت ایرنا و ۱۵/۵ درصد مطالب مربوط به سایت بی.بی.سی فارسی است. یعنی سایت ایرنا بیشتر از سایت بی.بی.سی به این رویدادها پرداخته است.

جدول ۱: توزیع مطالب برحسب «نام سایت»

ردیف	نام سایت	فراوانی	درصد
۱	ایرنا	۷۶۸	۸۴/۵
۲	بی.بی.سی فارسی	۱۴۱	۱۵/۵
جمع		۹۰۹	۱۰۰

بازتاب تحولات سیاسی کشورهای عربی خاورمیانه و شمال آفریقا در رسانه‌ها ۱۶۳/

از میان ۹۰۹ مطلب کدگذاری شده در سایت‌های مورد بررسی (ایرنا و بی.بی.سی. فارسی)، مطابق جدول ۲، بیشترین مطلب مربوط به کشور لیبی است (۴۰/۶ درصد). کشورهای مصر (۳۴/۷ درصد)، تونس (۱۳/۶ درصد) و بحرین (۱۱/۱ درصد) در رتبه‌های بعدی از نظر تعداد مطلب قرار دارند.

جدول ۲: توزیع مطالب برحسب «کشورهای مورد بررسی»

ردیف	کشور مورد بررسی	فراوانی	درصد
۱	تونس	۱۲۴	۱۳/۶
۲	مصر	۳۱۵	۳۴/۷
۳	لیبی	۳۶۹	۴۰/۶
۴	بحرین	۱۰۱	۱۱/۱
جمع		۹۰۹	۱۰۰

همان‌طور که جدول ۳ نشان می‌دهد، از میان ۹۰۹ مطلب کدگذاری شده در سایت‌های مورد بررسی (ایرنا و بی.بی.سی. فارسی)، ۸۱/۴ درصد مطالب خبری، ۱۰/۱ درصد مطالب گزارش و ۸/۵ درصد مطالب تحلیل و تفسیر است.

جدول ۳: توزیع مطالب برحسب «سبک مطلب»

ردیف	سبک مطلب	فراوانی	درصد
۱	خبر	۷۴۰	۸۱/۴
۲	گزارش	۹۲	۱۰/۱
۳	تحلیل و تفسیر	۷۷	۸/۵
جمع		۹۰۹	۱۰۰

همان‌طور که جدول ۴ نشان می‌دهد، از میان ۹۰۹ مطلب کدگذاری شده در سایت‌های مورد بررسی (ایرنا و بی.بی.سی. فارسی)، بیشترین درصد مربوط به عنصر خبری «چه کسی» (۴۶ درصد) و کم‌ترین درصد مربوط به عنصر خبری «چرا» و

چگونه» (۱/۲ درصد) است.

جدول ۴: توزیع مطالب برحسب «عنصر خبری برجسته شده در لید یا پاراگراف اول مطلب»

ردیف	عنصر خبری برجسته	فراوانی	درصد
۱	کد؟	۴۱۸	۴۶
۲	چه؟	۳۲۴	۳۵/۶
۳	کجا؟	۱۲۰	۱۳/۲
۴	کی؟	۲۵	۲/۸
۵	چرا؟	۱۱	۱/۲
۶	چگونه؟	۱۱	۱/۲
جمع		۹۰۹	۱۰۰

طبق جدول ۵، از میان ۹۰۹ مطلب کدگذاری شده در سایت‌های مورد بررسی (ایرنا و بی.بی.سی. فارسی)، بیشترین درصد مربوط به ارزش خبری «شهرت» (۴۹/۶ درصد) و کمترین درصد مربوط به ارزش خبری «درب‌گیری» (۳/۴ درصد) است.

جدول ۵: توزیع مطالب برحسب «ارزش خبری برجسته در لید»

ردیف	ارزش خبری برجسته در لید	فراوانی	درصد
۱	برخورد	۳۱۲	۳۴/۳
۲	فراوانی تعداد و مقدار	۷۴	۸/۱
۳	شهرت	۴۵۱	۴۹/۶
۴	درب‌گیری	۳۱	۳/۴
۵	سایر	۴۱	۴/۵
جمع		۹۰۹	۱۰۰

از میان ۹۰۹ مطلب کدگذاری شده در سایت‌های ایرنا و بی.بی.سی. فارسی، بیشتر درصد ارائه شده توسط این دو سایت دارای جهت‌گیری منفی نسبت به دولت‌ها (۵۶/۲)

بازتاب تحولات سیاسی کشورهای عربی خاورمیانه و شمال آفریقا در رسانه‌ها ۱۶۵/

درصد) است، جهت‌گیری خنثی (۲۸/۹ درصد)، غیرقابل پیش‌بینی (۱۱/۹ درصد)، جهت‌گیری مثبت (۳ درصد) در رتبه بعدی قرار دارند که در جدول ۶ مشخص است.

جدول ۶: توزیع مطالب بر حسب «جهت‌گیری نسبت به دولت‌ها»

ردیف	جهت‌گیری نسبت به دولت‌ها	فراوانی	درصد
۱	مثبت	۲۷	۳
۲	منفی	۵۱۱	۵۶/۲
۳	خنثی	۳۷۱	۴۰/۸
جمع		۹۰۹	۱۰۰

همان‌طور که جدول ۷ نشان می‌دهد، از میان ۹۰۹ مطلب کدگذاری شده در سایت‌های مورد بررسی (ایرنا و بی.بی.سی. فارسی)، بیشتر درصد ارائه شده توسط این دو سایت دارای «جهت‌گیری خنثی» نسبت به مردم (۶۰ درصد) است، «جهت‌گیری مثبت» (۳۶ درصد)، «جهت‌گیری منفی» (۲/۴ درصد)، «غیرقابل پیش‌بینی» (۱/۷ درصد) در رتبه بعدی قرار دارند.

جدول ۷: توزیع مطالب بر حسب «جهت‌گیری نسبت به مردم کشورها»

ردیف	جهت‌گیری نسبت به مردم	فراوانی	درصد
۱	مثبت	۳۲۷	۳۶
۲	منفی	۲۲	۲/۴
۳	خنثی	۵۶۰	۶۱/۶
جمع		۹۰۹	۱۰۰

مطابق جدول ۸، از میان ۹۰۹ مطلب کدگذاری شده در سایت‌های مورد بررسی (ایرنا و بی.بی.سی. فارسی)، این دو سایت ۳۸/۲ درصد مطالب خود را «بدون قاب‌بندی»، (۳۲/۳ درصد) را با عنوان «تحولات»، (۱۴/۵ درصد) را با عنوان «ناآرامی»، (۱۲/۸ درصد) را با عنوان «انقلاب»، (۱/۱ درصد) را با عنوان «بیداری اسلامی»، (۰/۷

درصد) را با عنوان «خیزش مردمی»، (۰/۴ درصد) را با عنوان «بهار عربی» ارائه کرده‌اند.

جدول ۸: توزیع فراوانی مطالب برحسب «نوع قاب بندی مورد استفاده»

ردیف	نوع قاب بندی مورد استفاده	فراوانی	درصد
۱	بهار عربی	۴	۰/۴
۲	تحولات	۲۹۴	۳۲/۳
۳	بیداری اسلامی	۱۰	۱/۱
۴	خیزش مردمی	۶	۰/۷
۵	انقلاب	۱۱۶	۱۲/۸
۶	ناآرامی	۱۳۲	۱۴/۵
۷	بدون قاب بندی	۳۴۷	۳۸/۲
	جمع	۹۰۹	۱۰۰

یافته‌های تبیینی

❖ سال تحقیق: اخبار مربوط به تحولات سیاسی هرکدام از کشورهای مورد بررسی در این دو سایت چقدر است و آیا تفاوتی بین آنها وجود دارد؟

جدول ۹: مقایسه سایت‌ها از نظر «کشورهای مورد بررسی»

کشور مورد بررسی	نام سایت	تونس	مصر	لیبی	بحرین	جمع
ایرنا (تعداد)	۱۰۹	۲۷۲	۲۹۹	۸۸	۷۶۸	
درصد سطری	۱۴/۲	۳۵/۴	۳۸/۹	۱۱/۵	۱۰۰	
درصد ستونی	۸۷/۹	۸۶/۳	۸۱	۸۷/۱		
بی.بی.سی (تعداد)	۱۵	۴۳	۷۰	۱۳	۱۴۱	
درصد سطری	۱۰/۶	۳۰/۵	۴۹/۶	۹/۲	۱۰۰	
درصد ستونی	۱۲/۱	۱۳/۷	۱۹	۱۲/۹		
جمع	۱۲۴	۳۱۵	۳۶۹	۱۰۱	۹۰۹	
	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	

Sig: ۰/۱۲۰ X²= ۵/۴۱ Df= ۳

بازتاب تحولات سیاسی کشورهای عربی خاورمیانه و شمال آفریقا در رسانه‌ها ۱۶۷/

مطابق جدول ۹، بیشترین مطلب سایت ایرنا مربوط به کشور لیبی (۳۸/۹ درصد) و کم‌ترین مطلب مربوط به کشور بحرین (۱۱/۵ درصد) می‌باشد. همچنین بیشترین مطلب سایت بی.بی.سی فارسی مربوط به کشور لیبی (۴۹/۶ درصد) و کم‌ترین مطلب مربوط به کشور بحرین (۹/۲ درصد) است. می‌توان گفت که به دلیل طولانی شدن تحولات در لیبی باعث شده اخبار مربوط به تحولات این کشور از سایر کشورها بیشتر باشد. با توجه به نتیجه آزمون کای اسکویر به دست آمده (۵/۸۴۱) با درجه آزادی ۳ و سطح معنی‌داری ۹۵ درصد، می‌توان گفت که تفاوت معناداری بین سایت‌های مورد بررسی از نظر کشورهای مورد بررسی وجود ندارد. یعنی سایت‌های ایرنا و بی.بی.سی فارسی این کشورها را به یک نسبت پوشش خبری داده‌اند و تفاوت معنی‌داری بین آنها نیست.

❖ سؤال تحقیق: سبک ارائه مطلب (گزارش، تحلیل و تفسیر و ...) در مطالب مربوط به تحولات سیاسی کشورهای مورد بررسی این دو سایت خبری چگونه است؟

جدول ۱۰: مقایسه سایت‌ها از نظر «سبک ارائه مطلب»

نام سایت	سبک ارائه مطلب	خبر	گزارش	تحلیل و تفسیر	جمع
ایرنا (تعداد)	۶۶۴	۴۶	۵۸	۷۶۸	
درصد سطری	۸۶/۵	۶	۷/۶	۱۰۰	
درصد ستونی	۸۹/۷	۵۰	۷۵/۳		
بی.بی.سی (تعداد)	۷۶	۴۶	۱۹	۱۴۱	
درصد سطری	۵۳/۹	۳۲/۶	۱۳/۵	۱۰۰	
درصد ستونی	۱۰/۳	۵۰	۲۴/۷		
جمع	۷۴۰	۹۲	۷۷	۹۰۹	
	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰		

Sig: ۰/۰۰۰ $X^2 = ۱۰۳/۹۴۵$ Df= ۲

همان‌طور که جدول ۱۰ نشان می‌دهد، ۸۶/۵ درصد از مطالب سایت ایرنا به سبک «خبر» ارائه شده است، در حالی که ۵۳/۹ درصد از مطالب سایت بی.بی.سی فارسی با این سبک ارائه شده‌اند. از طرف دیگر ۳۲/۶ درصد از مطالب سایت بی.بی.سی فارسی به سبک «گزارش» ارائه شده‌اند و تنها ۶ درصد از مطالب سایت ایرنا به این سبک ارائه شده است. همچنین ۱۳/۵ درصد از مطالب سایت بی.بی.سی فارسی به سبک «تحلیل و تفسیر» تهیه شده است، در حالی که این سبک در سایت ایرنا ۷/۶ درصد بوده است. در نتیجه‌گیری کلی سایت بی.بی.سی فارسی در مقایسه با سایت ایرنا، مطالب بیشتری را به صورت «گزارش» و «تحلیل و تفسیر» ارائه می‌کند و سایت ایرنا بیشتر مطالب آن «خبر» است. با توجه به نتیجه آزمون کای اسکور (۱۰۳/۹۴۵)، با درجه آزادی ۲ و سطح معنی‌داری ۹۵ درصد، می‌توان گفت که تفاوت معناداری بین سایت‌های مورد بررسی از نظر سبک ارائه مطلب وجود دارد. یعنی سایت‌های ایرنا و بی.بی.سی فارسی از سبک‌های متفاوتی برای بیان مطالب و اخبار مربوط به کشورهای مورد بررسی استفاده کرده‌اند. ❖ سؤال تحقیق: عناصر خبری برجسته شده در اخبار مذکور این دوسایت خبری کدامند و آیا تفاوت معنی‌داری میان آنها وجود دارد؟

جدول ۱۱: مقایسه سایت‌ها از نظر «عناصر خبری برجسته در لید یا پاراگراف اول مطلب»

نام سایت	عناصر خبری برجسته	چه؟	که؟	کی؟	کجا؟	چرا؟	چگونه؟	جمع
ایرنا (تعداد)	۲۶۴	۳۷۱	۲۳	۱۰۰	۳	۷	۷۶۸	
درصد سطری	۳۴/۴	۴۸/۳	۳	۱۳	۰/۴	۰/۹	۱۰۰	
درصد ستونی	۸۱/۵	۸۸/۸	۹۲	۸۳/۳	۲۷/۳	۶۳/۶	۸۴/۵	
بی.بی.سی (تعداد)	۶۰	۴۷	۲	۲۰	۸	۴	۱۴۱	
درصد سطری	۴۲/۶	۳۲/۳	۱/۴	۱۴/۲	۵/۷	۲/۸	۱۰۰	
درصد ستونی	۱۸/۵	۱۱/۲	۸	۱۶/۷	۷۲/۷	۳۶/۴	۱۵/۵	
جمع	۴۱۸	۲۵	۱۲۰	۱۱	۱۱	۹۰۹	۳۲۴	

Sig: ۰/۰۰۰ $X^2 = ۴۰/۳۶۹$ Df = ۵

همان‌طور که جدول ۱۱ نشان می‌دهد، عناصر خبری برجسته شده در لید یا

بازتاب تحولات سیاسی کشورهای عربی خاورمیانه و شمال آفریقا در رسانه‌ها ۱۶۹/

پاراگراف اول مطلب، در سایت ایرنا مربوط به عنصر خبری «که» (۴۸/۳ درصد) است. و کم‌ترین مطلب ارائه شده در این سایت مربوط به عنصر خبری «چرا» (۰/۴ درصد) می‌باشد. در سایت بی.بی.سی فارسی هم بیشترین مطلب ارائه شده آن مربوط به عنصر خبری «چه» (۴۲/۶ درصد) است و کم‌ترین مطلب، مربوط به عنصر خبری «کی» (۱/۴ درصد) می‌باشد. با توجه به نتیجه آزمون کای اسکویر به دست آمده (۴۰/۳۶۹)، با درجه آزادی ۵ و سطح معنی‌داری ۹۵ درصد، می‌توان گفت که تفاوت معناداری بین سایت‌های مورد بررسی از نظر عنصر خبری برجسته وجود دارد. یعنی سایت‌های ایرنا و بی.بی.سی فارسی از عناصر خبری برجسته متفاوتی برای بیان مطالب و اخبار مربوط به کشورهای مورد بررسی استفاده کرده‌اند.

❖ سؤال تحقیق: ارزش‌های خبری برجسته‌شده در اخبار تحولات سیاسی کشورهای مورد نظر این دو سایت خبری کدامند، آیا تفاوت معنی‌داری بین آنها وجود دارد؟

جدول ۱۲: مقایسه سایت‌ها از نظر «ارزش خبری برجسته لید یا پاراگراف اول مطلب»

نام سایت	ارزش خبری برجسته	برخورد	فراوانی تعداد و مقدار	درب‌گیری	شهرت	سایر	جمع
ایرنا (تعداد)	۲۴۴	۶۲	۲۷	۴۰۱	۳۴	۷۶۸	
درصد سطری	۳۱/۸	۸/۱	۳/۵	۵۲/۲	۴/۴	۱۰۰	
درصد ستونی	۷۸/۲	۸۳/۸	۸۷/۱	۸۸/۹	۸۲/۹	۸۴/۵	
بی.بی.سی (تعداد)	۶۸	۱۲	۴	۵۰	۷	۱۴۱	
درصد سطری	۴۸/۲	۸/۵	۲/۸	۳۵/۵	۵	۱۰۰	
درصد ستونی	۲۱/۸	۱۶/۲	۱۲/۹	۱۱/۱	۱۷/۱	۱۵/۵	
جمع	۳۱۲	۷۴	۳۱	۴۵۱	۴۱	۹۰۹	
Sig: ۰/۰۰۳ X ² = ۱۶/۴۰۳ Df= ۴							

همان‌طور که جدول ۱۲ نشان می‌دهد، ارزش خبری برجسته‌شده در لید یا پاراگراف اول مطالب در سایت ایرنا مربوط به ارزش خبری «شهرت» (۵۲/۲ درصد)

است و همچنین در بین مطالب این سایت، ارزش خبری «دربگیری» با ۳/۵ درصد، کمترین درصد فراوانی را دارد. سایت بی.بی.سی فارسی در ارائه مطالب خود بیشتر از ارزش خبری «برخورد» (۴۸/۲ درصد) استفاده کرده، و ارزش خبری «دربگیری» با ۳/۴ درصد نیز دارای کمترین مقدار درصد فراوانی است. با توجه به نتیجه آزمون کای اسکویر به دست آمده (۱۶/۴۰۳)، با درجه آزادی ۴ و سطح معنی داری ۹۵ درصد، تفاوت معناداری بین سایت‌های مورد بررسی از نظر ارزش خبری برجسته وجود دارد. یعنی سایت‌های ایرنا و بی.بی.سی فارسی از ارزش‌های خبری برجسته متفاوتی برای بیان مطالب و اخبار مربوط به کشورهای مورد بررسی استفاده کرده‌اند.

❖ سؤال تحقیق: جهت‌گیری این دو سایت نسبت به دولت‌های این کشورها چگونه است، آیا تفاوت معنی داری بین آنها وجود دارد؟

جدول ۱۳: مقایسه سایت‌ها از نظر «جهت‌گیری نسبت به دولت‌ها»

جمع	خنثی	منفی	مثبت	جهت‌گیری نسبت به دولت نام سایت
۷۶۸	۲۸۶	۴۵۷	۲۵	ایرنا (تعداد)
۱۰۰	۳۷/۲	۹۵/۵	۳/۳	درصد سطری
	۷۷/۱	۸۹/۴	۹۲/۶	درصد ستونی
۱۴۱	۸۵	۵۴	۲	بی.بی.سی (تعداد)
۱۰۰	۶۰/۳	۳۸/۳	۱/۴	درصد سطری
	۲۲/۹	۱۰/۶	۷/۴	درصد ستونی
۹۰۹	۳۷۱	۵۱۱	۲۷	جمع
	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	
Sig: ۰/۰۰۰ $X^2 = ۳۱/۶۳۱$ Df= ۳				

همان‌طور که جدول ۱۳ نشان می‌دهد، ۵۹/۵ درصد از مطالب سایت ایرنا نسبت به دولت‌ها جهت‌گیری منفی داشته است. همچنین جهت‌گیری خنثی با ۳۷/۲ درصد و

بازتاب تحولات سیاسی کشورهای عربی خاورمیانه و شمال آفریقا در رسانه‌ها / ۱۷۱

جهت‌گیری مثبت با ۳/۳ درصد در رتبه‌های بعدی قرار دارند. سایت بی.بی.سی فارسی نیز در ۳۸/۳ درصد مطالب خود نسبت به دولت جهت‌گیری منفی داشته است. همچنین جهت‌گیری خنثی با ۶۰/۳ درصد و جهت‌گیری مثبت با ۱/۴ درصد در رتبه‌های بعدی قرار دارند. با توجه به نتیجه آزمون کای اسکویر به دست آمده (۳۱/۶۳۱)، با و درجه آزادی ۳ و سطح معنی‌داری ۹۵ درصد، می‌توان گفت که تفاوت معناداری بین سایت‌های مورد بررسی از نظر متغیر «جهت‌گیری نسبت به دولت» وجود دارد. یعنی، این که مطلب مربوط به سایت بی.بی.سی فارسی یا ایرنا باشد می‌تواند بر جهت‌گیری آن نسبت به دولت تأثیرگذار باشد.

❖ سؤال تحقیق: جهت‌گیری این دو سایت نسبت به مردم کشورها چگونه است، آیا تفاوت معنی‌داری بین آنها وجود دارد؟

جدول ۱۴: مقایسه سایت‌ها از نظر «جهت‌گیری نسبت به مردم کشورها»

نام سایت	جهت‌گیری نسبت به مردم	مثبت	منفی	خنثی	جمع
ایرنا (تعداد)	۳۰۳	۱۱	۴۵۴	۷۶۸	
درصد سطری	۳۹/۵	۱/۴	۵۹/۱	۱۰۰	
درصد ستونی	۹۲/۷	۵۰	۸۱/۱		
بی.بی.سی (تعداد)	۲۴	۱۱	۱۰۶	۱۴۱	
درصد سطری	۱۷	۷/۸	۷۵/۲	۱۰۰	
درصد ستونی	۷/۳	۵۰	۱۸/۹		
جمع	۳۲۷	۲۲	۵۶۰	۹۰۹	
	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰		

Sig: ۰/۰۰۰ X²= ۴۴/۰۶۰ Df= ۳

طبق جدول ۱۴، ۵۹/۱ درصد مطالب ایرنا نسبت به مردم، جهت‌گیری خنثی داشته است.

جهت‌گیری مثبت با ۳۹/۵ درصد و جهت‌گیری منفی با ۱/۴ درصد در رتبه بعد هستند. سایت بی.بی.سی فارسی نیز در اکثر مطالب (۷۵/۲ درصد) نسبت به مردم جهت‌گیری خنثی داشته است. همچنین جهت‌گیری مثبت با ۱۷ و جهت‌گیری منفی با ۷/۸ درصد در رتبه بعدی قرار دارند. با توجه به نتیجه آزمون کای اسکویر (۴۴/۰۶)، با درجه آزادی ۳ و سطح معنی‌داری ۹۵ درصد، می‌توان گفت تفاوت معنادار بین این سایت‌ها از نظر متغیر «جهت‌گیری نسبت به مردم» وجود دارد. یعنی، این‌که مطلب مربوط به سایت بی.بی.سی فارسی یا ایرنا باشد، می‌تواند بر جهت‌گیری آن نسبت به مردم تأثیرگذار باشد.

❖ سؤال تحقیق: دو سایت مورد بررسی در مورد تحولات سیاسی کشورهای مورد بررسی از چه قاب‌بندی استفاده کرده‌اند؟ آیا تفاوت معنی‌داری بین آنها وجود دارد؟

جدول ۱۵: مقایسه سایت‌ها از نظر «قاب‌بندی مورد استفاده»

قاب‌بندی مورد استفاده / نام سایت	بهار عربی	تحولات	بیداری اسلامی	خیزش مردم	انقلاب	نا آرامی	بدون قاب‌بندی	جمع
ایرنا (تعداد)	۰	۲۶۷	۹	۶	۱۱۱	۱۰۵	۲۷۰	۷۶۸
درصد سطری	۰	۳۴/۸	۱/۲	۰/۸	۱۴/۵	۱۳/۷	۳۵/۵	۱۰۰
درصد ستونی	۰	۹۰/۸	۹۰	۱۰۰	۹۵/۷	۷۹/۵	۷۷/۸	
بی.بی.سی (تعداد)	۴	۲۷	۱	۰	۵	۲۷	۷۷	۱۴۱
درصد سطری	۲/۸	۱۹/۱	۰/۷	۰	۳/۵	۱۹/۱	۵۴/۶	۱۰۰
درصد ستونی	۱۰۰	۹/۲	۱۰	۰	۴/۳	۲۰/۵	۲۲/۲	
جمع	۴	۲۹۴	۱۰	۶	۱۱۶	۱۳۲	۳۴۷	۹۰۹
	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	
Sig: ۰/۰۰۰ X ² = ۵۷/۴۸۰ Df= ۶								

همان‌طور که جدول ۱۵ نشان می‌دهد، هم سایت ایرنا (۳۵/۲ درصد) و هم سایت بی.بی.سی فارسی (۵۴/۶ درصد) در بیشتر مطالب خود در ارائه مطالب مربوط به رویدادهای کشورهای مورد بررسی از قاب‌بندی خاصی استفاده نکرده‌اند. در سایت

بازتاب تحولات سیاسی کشورهای عربی خاورمیانه و شمال آفریقا در رسانه‌ها ۱۷۳/

ایرنا اصطلاح «بهار عربی» اصلاً به کار نرفته است. همچنین در سایت بی.بی.سی فارسی اصطلاح «خیزش مردمی» اصلاً به کار نرفته است. با توجه به نتیجه آزمون کای اسکویپر به دست آمده (۵۷/۴۸)، با درجه آزادی ۶ و سطح معنی‌داری ۹۵ درصد، می‌توان گفت که تفاوت معناداری بین سایت‌های مورد بررسی از نظر متغیر «استفاده از قاب‌بندی» وجود دارد. یعنی، این‌که مطلب مربوط به سایت بی.بی.سی فارسی یا ایرنا باشد می‌تواند بر استفاده از قاب‌بندی تأثیرگذار باشد.

بحث و نتیجه‌گیری

۱- در بین سایت‌های ایرنا و بی.بی.سی فارسی، تفاوت معناداری از نظر پوشش خبری کشورهای مورد بررسی وجود ندارد. یعنی سایت‌های ایرنا و بی.بی.سی فارسی، اخبار این کشورها را به یک نسبت پوشش داده‌اند و تفاوتی بین آنها نیست. بیشترین مطلب سایت ایرنا مربوط به کشور لیبی (۳۸/۹ درصد) و کم‌ترین مطلب مربوط به کشور بحرین (۱۱/۵ درصد) می‌باشد. کشورهای مصر با ۳۵/۴ درصد و تونس با ۱۴/۲ درصد در رتبه‌های بعدی قرار دارند. همچنین بیشترین مطلب سایت بی.بی.سی فارسی مربوط به کشور لیبی (۴۹/۶ درصد) و کم‌ترین مطلب مربوط به کشور بحرین (۹/۲ درصد) است. کشورهای مصر با ۳۰/۵ درصد و تونس با ۱۰/۶ درصد در رتبه‌های بعدی قرار دارند.

۲- با توجه به یافته‌های تحقیق، تفاوت معناداری بین سایت‌های مورد بررسی از نظر سبک ارائه مطلب وجود دارد، یعنی سایت‌های ایرنا و بی.بی.سی فارسی از سبک‌های متفاوتی برای بیان مطالب و اخبار مربوط به کشورهای مورد بررسی استفاده کرده‌اند. ۸۶/۵ درصد از مطالب سایت ایرنا به سبک خبر ارائه شده است، در حالی که ۵۳/۹ درصد از مطالب سایت بی.بی.سی فارسی با این سبک ارائه شده‌اند. از طرف دیگر ۳۲/۶ درصد از مطالب سایت بی.بی.سی فارسی به سبک گزارش ارائه شده‌اند، در حالی که تنها ۶ درصد از مطالب سایت ایرنا به این سبک ارائه شده است. همچنین ۱۳/۵ درصد از مطالب سایت بی.بی.سی فارسی به سبک تحلیل و تفسیر تهیه شده

است، در حالی که در سایت ایرنا ۷/۶ درصد مطالب به این سبک تهیه شده است. در نتیجه گیری کلی می توان گفت سایت بی.بی.سی فارسی در مقایسه با سایت ایرنا، مطالب بیشتری را به صورت «گزارش» و «تحلیل و تفسیر» ارائه می کند. این نتیجه از آنجا ناشی می شود که سایت بی.بی.سی فارسی یک سایت تحلیلی و تفسیری می باشد و از تمامی ظرفیت ها و تاکتیک های پوشش خبری تحولات بهره گرفته است و سایت ایرنا یک خبرگزاری است و بیشتر مطالب خود را به صورت «خبر» صرف ارائه می دهد.

۳- براساس یافته های تحقیق می توان گفت که تفاوت معناداری بین سایت های ایرنا و بی.بی.سی فارسی از نظر عنصر خبری برجسته وجود دارد. یعنی سایت های ایرنا و بی.بی.سی فارسی از عناصر خبری برجسته متفاوتی برای بیان مطالب و اخبار مربوط به کشورهای مورد بررسی استفاده کرده اند. بیشتر مطالب ارائه شده در سایت ایرنا مربوط به عنصر خبری «چه کسی» (۴/۸ درصد) است. یعنی سایت ایرنا بیشتر از سایت بی.بی.سی فارسی نگاه شهرت محور داشته است و کم ترین مطلب ارائه شده در این سایت مربوط به عنصر خبری «چرا» (۴/۰ درصد) می باشد. در سایت بی.بی.سی فارسی هم بیشترین مطلب ارائه شده آن مربوط به عنصر خبری «چه» (۶/۴۲ درصد) است، یعنی این سایت بیشتر از سایت ایرنا به «ماهیت و فعلیت» رویداد پرداخته است و کم ترین مطلب ارائه شده این سایت مربوط به عنصر خبری «چه وقت» (۴/۱ درصد) می باشد. سایت بی.بی.سی فارسی از عناصر خبری «چرا» و «چگونه» بیشتر از سایت ایرنا استفاده کرده است. پس می توان نتیجه گرفت که سایت بی.بی.سی فارسی بیشتر از لیدهای تشریحی و تحلیلی استفاده کرده است.

۴- با توجه به یافته های تحقیق، می توان گفت که تفاوت معناداری بین سایت های مورد بررسی از نظر ارزش خبری برجسته وجود دارد، یعنی سایت های ایرنا و بی.بی.سی فارسی از ارزش های خبری برجسته متفاوتی برای بیان مطالب و اخبار مربوط به کشورهای مورد بررسی استفاده کرده اند. سایت ایرنا برای ارائه مطالب خود بیشتر از ارزش خبری «شهرت» (۲/۵۲ درصد) استفاده کرده است. می توان گفت که

سایت ایرنا با توجه به برجسته کردن این ارزش خبری سعی کرده که از مطالبی را ارائه کند که برای مخاطب خود شناخته شده باشد. در بین مطالب ارائه شده توسط این سایت، ارزش خبری «دربگیری» با ۳/۵ درصد دارای کم‌ترین فراوانی است. سایت بی.بی.سی فارسی هم در ارائه مطالب، بیشتر از ارزش خبری «برخورد» (۴۸/۲ درصد) استفاده کرده، بنابراین می‌توان گفت که سایت بی.بی.سی فارسی با برجسته کردن این ارزش خبری قصد ناآرام نشان دادن این رویدادها را داشته است. ارزش خبری «دربگیری» با ۳/۴ درصد نیز دارای کم‌ترین مقدار درصد فراوانی است.

۵- یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که تفاوت معناداری بین سایت‌های مورد بررسی از نظر متغیر «جهت‌گیری نسبت به دولت‌ها» وجود دارد؛ به این معنا که اگر مطلب مربوط به سایت بی.بی.سی فارسی یا ایرنا باشد، می‌تواند بر جهت‌گیری آن نسبت به دولت‌ها تأثیرگذار باشد. ۵۹/۵ درصد از مطالب سایت ایرنا نسبت به دولت‌ها جهت‌گیری منفی داشته است و همچنین سایت بی.بی.سی فارسی در اکثریت مطالب خود (۳۸/۳ درصد) نسبت به دولت‌ها جهت‌گیری منفی داشته است. البته در نسبتی تقریباً مشابه (۳۷/۶ درصد) مطالب بی.بی.سی جهت‌گیری خنثی نسبت به دولت‌ها داشته است. این امر بیانگر این دیدگاه می‌باشد که بی.بی.سی در ارئه گزارشات و خبر رسانه‌ای، بی‌طرف و عینی و عاری از ایدئولوژی می‌باشد. از سوی دیگر بی.بی.سی، برخلاف ایرنا در همان شروع تحولات، بی‌محابا به ضدیت و یا جانبداری از دولت‌ها نپرداخته است و فقط زمانی که سرانجام تحولات، مشهود شده است شروع به موضع‌گیری کرده است. درصدهای جهت‌گیری ایرنا و بی.بی.سی نسبت به دولت‌ها، بیانگر همین مطلب می‌باشد. با توجه به درصدهای این دو سایت نسبت به جهت‌گیری منفی به دولت‌ها، می‌توان گفت که سایت ایرنا بیشتر از سایت بی.بی.سی فارسی به دولت‌ها، جهت‌گیری منفی داشته است. در سایت ایرنا ۳/۳ درصد از مطالب، نسبت به دولت‌ها، جهت‌گیری مثبت داشته است. این نوع جهت‌گیری، مربوط به دولت‌های موقت بوده که بعد از براندازی حکومت‌های حاکم در کشورهای مورد بررسی زمام

امور را در دست گرفتند.

۶- براساس یافته‌های تحقیق، می‌توان گفت که تفاوت معناداری بین سایت‌های مورد بررسی، از نظر متغیر «جهت‌گیری نسبت به مردم کشورها» وجود دارد، یعنی، این‌که مطلب مربوط به سایت بی.بی.سی فارسی یا ایرنا باشد، می‌تواند بر جهت‌گیری آن نسبت به مردم تأثیرگذار باشد. ۵۷/۸ درصد از مطالب سایت ایرنا، نسبت به مردم جهت‌گیری خنثی داشته است، در حالی‌که سایت بی.بی.سی فارسی در اکثریت مطالب خود (۷۱/۶ درصد) نسبت به مردم جهت‌گیری خنثی داشته است. با توجه به یافته‌ها، سایت ایرنا در ۳۹/۵ درصد از مطالب خود نسبت به مردم جهت‌گیری مثبت داشته است، از آنجا که در نتایج، جهت‌گیری نسبت به دولت‌ها، ایرنا بیشتر از بی.بی.سی فارسی جهت‌گیری منفی داشته، می‌توان گفت که سایت ایرنا در این رویدادها بیشتر طرفدار مردم بوده است. این درصد در سایت بی.بی.سی فارسی ۱۷ درصد بوده است. در واقع می‌توان گفت که بی.بی.سی در راستای ایدئولوژی بی‌طرفی و عینیت در ارائه اخبار، در ظاهر نسبت به تحولات ادعای بی‌طرفی نموده است، درحالی‌که ایرنا کاملاً جهت‌دار و آشکارا و بر طبق ایدئولوژی خاص خود، موضع‌گیری نموده و تحولات را به نفع مردم برجسته کرده است. نکته‌ای دیگری که می‌توان به آن اشاره کرد میزان جهت‌گیری منفی ایرنا نسبت به مردم می‌باشد (۴/۱ درصد). این امر بیانگر بخشی از تحولات است که کشورهای غربی با هدف نجات مردم، وارد جنگ مسلحانه با حاکم کشورها شده‌اند (نمونه لیبی) و مردم در راستای اهداف کشورهای غربی و ناتو دست به اسلحه و براندازی نمودند. همچنین در کشور تونس در مواردی، بعضی از مردم توسط عوامل خارجی تحریک می‌شدند و به کلیساها و مکان‌های مذهبی و... حمله می‌کردند.

۷- با توجه به یافته‌های تحقیق، تفاوت معناداری بین سایت‌های مورد بررسی از نظر متغیر «استفاده از قاب‌بندی» وجود دارد، یعنی، این‌که مطلب مربوط به سایت بی.بی.سی فارسی یا ایرنا باشد می‌تواند بر استفاده از قاب‌بندی تأثیرگذار باشد. هم

بازتاب تحولات سیاسی کشورهای عربی خاورمیانه و شمال آفریقا در رسانه‌ها ۱۷۷/

سایت ایرنا (۳۵/۲ درصد) و هم سایت بی.بی.سی. فارسی (۵۴/۶ درصد) در بیشتر مطالب خود، در ارائه مطالب مربوط به رویدادهای کشورهای مورد بررسی از قاب‌بندی خاصی استفاده نکرده‌اند. سایت بی.بی.سی. فارسی در ۲/۸ درصد مطالب خود این رویدادها را به «بهار عربی» تشبیه کرده است که این برگرفته از سیاست کشورهای غربی در تفسیر این رویدادها بوده است. درحالی‌که ایرنا در هیچ‌کدام از مطالب خود از این اصطلاح استفاده نکرده است. سایت ایرنا در ۱۴/۵ درصد از مطالب خود این رویدادها را به «انقلاب» تشبیه کرده است و برجسته کردن انقلاب بیشتر یادآور انقلاب اسلامی ایران در ذهن مخاطب ایرانی است؛ در صورتی که سایت بی.بی.سی. فارسی تنها در ۳/۵ درصد مطالب خود از اصطلاح انقلاب استفاده کرده است. سایت ایرنا در ۱/۲ درصد مطالب خود این رویدادها را به «بیداری اسلامی» تشبیه کرده است که بیشتر برآمده از گفتمان جمهوری اسلامی، در قبال این رویدادها است که آن را به بیداری اسلامی در منطقه تشبیه کرده‌اند. در صورتی که در سایت بی.بی.سی. فارسی، تنها ۰/۷ درصد مطالب خود این رویدادها را به «بیداری اسلامی» تشبیه کرده است که این هم مربوط به مطالب و اظهارنظر «سران ایران» یا دیگر کشورهای اسلامی بود که بی.بی.سی. آنها را مخابره کرده است. سایت ایرنا در ۳۴/۸ درصد مطالب خود این رویدادها را با اصطلاح «تحولات» بیان کرده است و سایت بی.بی.سی. فارسی در ۱۹/۱ درصد مطالب خود از اصطلاح «تحولات» استفاده نموده است.

منابع

- بدیعی، نعیم؛ قندی، حسین (۱۳۸۷). روزنامه‌نگاری نوین. تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی.
- دهقان، علیرضا؛ عبداللهیان، حمید و رضوی‌زاده، نورالدین (۱۳۷۸). بررسی رابطه میان افکار عمومی و رسانه، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.

- رایف، دانیل؛ لسی، استفن؛ فیکو، فردریک جی (۱۳۸۸). تحلیل پیامهای رسانه‌ای؛ کاربرد تحلیل محتوای کمی در تحقیق (مهدخت بروجردی علوی، مترجم). تهران: انتشارات سروش.
- روغنی‌ها، محمدتقی (۱۳۸۲). گزارشگری کاربردی برای رسانه‌های جمعی. تهران: انتشارات روزنامه ایران.
- سورین، ورنر؛ تانکارد، جیمز (۱۳۸۸). نظریه‌های ارتباطات، (علیرضا دهقان، مترجم). تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- معتمدنژاد، کاظم (۱۳۷۹). وسایل ارتباط جمعی. تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی.
- مهدی‌زاده، محمد. (۱۳۸۹). نظریه‌های رسانه، چاپ اول، تهران: انتشارات همشهری.
- نصراللهی، اکبر (۱۳۸۹). اصول خبرنگاری؛ شناخت، جمع‌آوری و انتشار اخبار. تهران: انتشارات سروش.
- Wilson, James R. and Rosy, Wilson (2001). **Mass Media, Mass culture, fifth Edition**, Boston. McGraw Hill.