

ارائه الگو برای پوشش خبری در شبکه پرس تی وی: مطالعه ادبیات نظری رسانه و رویکرد شبکه های بی بی سی ورلد و سی ان ان اینتر نشنال به اخبار ایران

نوشته

مجید سرابی*

اکبر نصر الهی کاسمانی**

نسیم مجیدی قهردوی***

پیمان جبلی****

تاریخ دریافت: ۹۹/۱۲/۱۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۴/۲۰

چکیده

تلویزیون و شبکه های ملی و فراملی، می کوشند با متقاعد کردن مردم جهت همسویی فکری با خود، در جذب مخاطب و تغییر افکار عمومی، به ویژه در کشورهای جهان سوم تأثیرگذار باشند. کشورهای پیشرفته از رسانه ها، به عنوان ابزاری برای در دست گرفتن اذهان عمومی استفاده، و تلاش می کنند با برنامه های خود آن ها را همراهی کنند. این موضوع در کشور ما نیز صدق می کند. در سال های اخیر شبکه های خارجی توانسته اند به سرعت میان افراد جامعه نفوذ و جایگاه مناسبی برای خود پیدا کنند. اما این اثرگذاری و ایجاد تغییر و تأثیر همه جانبه بر ذهنیت افکار عمومی، زمانی می تواند کارا باشد که مخاطبان درک درستی از شیوه های پیام رسانی مؤثر داشته باشند. مقاله حاضر، با هدف ارائه الگو، به تعیین مفاهیم کلیدی در ادبیات نظری حوزه رسانه، به منزله دانش زمینه ای، و نیز به تحلیل پوشش اخبار ایران در شبکه های تلویزیونی بی بی سی ورلد و سی ان ان اینتر نشنال به مثابه شاخص فعالیت های رسانه ای در غرب می پردازد. این پژوهش، با استفاده از روش اسنادی انجام شده و بازه زمانی آن از خرداد تا آذر سال ۱۳۹۸ است و بر نظریه های چارچوب سازی، برجسته سازی، مدل دروازه بانی و مدل مرکز- پیرامون متمرکز شده و با تلفیقی از این نظریه ها، زیرمقوله هایی را که در مضمون آن ها وجود داشت، استخراج کرده و سپس کدهای محوری انتخاب شد. در نهایت، ضمن بررسی ادبیات نظری رسانه و خبر، بر اساس پنج اصل کلیدی که هر کدام طیف وسیعی از مفاهیم (کدها) را در بر می گیرد، مدل مناسب برای پوشش اخبار ایران در شبکه پرس تی وی ترسیم شد. کلیدواژه: پوشش خبری، رسانه، بی بی سی ورلد، سی ان ان اینتر نشنال، پرس تی وی.

* دانشجوی دکتری علوم ارتباطات، گروه ارتباطات و رسانه، دانشکده علوم اجتماعی، ارتباطات و رسانه، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، تهران، ایران
Sarabi135@gmail.com
** استادیار گروه ارتباطات و رسانه، دانشکده علوم اجتماعی، ارتباطات و رسانه، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی (نویسنده مسئول)، تهران، ایران
akbar.nasrollahi@gmail.com
*** استادیار گروه ارتباطات و رسانه، دانشکده علوم اجتماعی، ارتباطات و رسانه، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، تهران، ایران
Nassim_majidi2002@yahoo.com
**** استادیار گروه ارتباطات، دانشکده ارتباطات و رسانه، دانشگاه صداوسیما، تهران، ایران
jebelli@ws.trib.ir

مقدمه

تی سیلپونیس^۱ و همکاران اذعان می‌کنند که پوشش خبری در ماهیت درون‌زا است، زیرا گزارشگری، به احتمال با وقایع اساسی ارتباط دارد (تی سیلپونیس و همکاران، ۲۰۲۰). محققان شبکه‌های حمایت فراملی^۲ اغلب، پوشش خبری را به‌مثابه یک فرایند یا حتی متغیر مداخله‌گر در یک زنجیره تصادفی پیچیده‌تر، به خودی خود یک هدف سیاسی تلقی می‌کنند (آدای و لیوینگستون^۳، ۲۰۰۹). پوشش خبری در مراحل اولیه یک رویداد، می‌تواند چارچوب برجسته‌ای از آن رویداد را، برای مدت زمان به‌نسبت طولانی ایجاد کند (لی و دانگ^۴، ۲۰۱۶). چنانچه فریور^۵ اظهار داشت، پوشش رسانه‌ای در ده روز نخست، دیدگاه غالب درباره یک رویداد را تثبیت و پس از روز دهم، تصورات تثبیت‌شده عمومی را تقویت می‌کند (فریور ۱۹۹۹؛ به نقل از لی و دانگ^۴، ۲۰۱۶). این در حالی است که، اگر شاخص‌های پوشش خبری رویداد زیاد باشد، سطح بالایی از پوشش رسانه را تولید خواهد کرد و ممکن است در مدت کوتاهی اطلاعات زیادی جریان یابد. این امر می‌تواند در ابتدای فرایند ارتباطات، فشار روی رسانه‌ها را افزایش دهد. چالش اصلی در این وضع، کمبود اطلاعات نیست، بلکه منابع زیاد و اطلاعات بیش از حد، ممکن است ظرفیت شبکه‌های ارتباطی و مدیریتی را ناکارآمد کند. حتی اگر انتشار زود هنگام اطلاعات، به افزایش اعتبار منبع اطلاعات، و افزایش کنترل منبع به پوشش اخبار رسانه‌ها منجر شود، با میزان قابل توجهی از عدم اطمینان مواجه می‌شود (لی و دانگ، ۲۰۱۶).

در یک دهه اخیر، مخاطبان اخبار به طور فزاینده، امکان دسترسی سریع‌تر به زیرساخت‌های مختلف چاپی، تلویزیونی و رایانه‌ای را از طریق "تلفن هوشمند"، به‌مثابه یک بستر تسهیل‌کننده فناوری، به دست آورده‌اند (حسن و المسری^۶، ۲۰۱۸: ۱). از سوی دیگر، بیشتر سازمان‌های رسانه‌ای در دنیای امروز از سوی گروه‌هایی از متخصصان این حوزه ساماندهی می‌شوند. در سازمان‌های خبری بزرگ از جمله بی‌بی‌سی ورلد و سی‌ان‌ان ایترنشنال حتی صفحه‌ها و حساب‌های ویژه و تخصصی‌تری برای پوشش اخبار فوری^۷ و اخبار تخصصی^۸ در نظر گرفته شده است (برانز^۹، ۲۰۱۸: ۱۸۶).

1. Tsileponis
2. Transnational Advocacy Networks (TANs)
3. Aday & Livingston
4. Li & Dong
5. Frewer
6. Hassan & Elmasry
7. @BBCBreaking, @CNNbrk
8. @BBCSport, @CNNbusiness
9. Bruns

شبکه‌های تلویزیونی بی‌بی‌سی ورلد^۱ و سی‌ان‌ان اینترنشنال^۲ را می‌توان از مهم‌ترین نمودهای دیپلماسی رسانه‌ای به شمار آورد. شبکه تلویزیونی بی‌بی‌سی ورلد از زمان شکل‌گیری تاکنون، در راستای منافع بریتانیا در سراسر جهان فعالیت می‌کند. این شبکه، همواره در مخالفت با نظام جمهوری اسلامی ایران، اما با ادعای بی‌طرفی، به پخش و اشاعه برنامه‌های خود پرداخته است. شبکه سی‌ان‌ان اینترنشنال، نخستین شبکه خبری ۲۴ ساعته آمریکا است که در سال ۱۹۸۰ با تدبیر تد ترنر^۳ تأسیس شد. به اعتقاد کارشناسان رسانه، سی‌ان‌ان اینترنشنال، یکی از پنج شبکه تلویزیونی اصلی فعال در آمریکا است که تا حد قابل توجهی، بر شکل‌گیری اذهان عمومی تأثیر می‌گذارد.

با کنکاش درباره نظام مدیریت کلان و عملکرد دو شبکه مذکور، درمی‌یابیم که تفکر واحدی بر این مجموعه‌ها (شبکه‌های بی‌بی‌سی و سی‌ان‌ان) حاکم است. این تفکر واحد، سبب می‌شود که با ظرافت و کیفیتی مثال‌زدنی، مفاهیم مورد نظر برای القا به مخاطب، به صورت جزء به جزء درآمده و با شکل‌های گوناگون، به وسیله این شبکه‌ها بر ذهن مخاطب بنشینند. به نوعی، عملکرد این شبکه‌ها را در این باره، میتوان به کنار هم گذاردن قطعه‌های یک پازل تشبیه کرد. به طور خلاصه، برخی رسانه‌های خبری در سطح جهان، به رسانه‌های نخبه^۴ معروف هستند. این رسانه‌ها نزد افکار عمومی، ارزش و اهمیت بیشتری یافته‌اند که در کشورهای انگلیسی زبان، شبکه‌های خبری بی‌بی‌سی ورلد و سی‌ان‌ان اینترنشنال را می‌توان از آن جمله دانست.

نقطه تمرکز این مقاله، بر رویکردهای پوشش خبری در شبکه‌های بی‌بی‌سی ورلد و سی‌ان‌ان اینترنشنال، درباره موضوع‌ها و مسائل ایران است که بر اساس مطالعه‌های نظری حوزه پوشش خبری رسانه‌ها، می‌خواهیم به مفاهیم برجسته پوشش خبری دست یابیم تا بتوانیم الگویی برای پوشش اخبار ایران، در شبکه پرس تی وی ارائه دهیم. پوشش خبری مربوط به نحوه بازنمایی^۵ رخدادها و وقایع در رسانه‌های جمعی است. در واقع، پوشش خبری، یکی از مقوله‌های فوق‌العاده پیچیده در عرصه مطالعه‌های خبری است و عوامل بسیاری اعم از درون‌سازمانی و برون‌سازمانی بر آن تأثیرگذار است که شناسایی این عناصر و یا میزان تأثیر آن، به راحتی قابل حصول نیست و برای شناسایی عوامل تأثیرگذار، علاوه بر ابزارهای علمی، تجربه فعالیت رسانه‌ای و تحقیقات رسانه‌ای نیز ضروری است. با توجه به اینکه در شبکه‌های تلویزیونی غربی سیاست‌های خبری و سیاستگذاری رسانه‌ها بر ضد ایران پررنگ‌تر نمود و بروز می‌یابد، محقق در کنار مطالعه‌های نظری مرتبط با موضوع، با انتخاب شبکه‌های بی‌بی‌سی ورلد و

1. British Broadcasting Corporation World
2. Cable News Network International
3. Ted Turner
4. Elite Media
5. Representation

سی‌ان‌ان ایترنشنال، در تلاش است با بررسی محتوای اخبار مربوط به ایران، در دوره‌ای شش ماهه، به الگوی مناسبی برای شبکه پرس تی وی دست یابد.

طرح مسئله

در زمینه مطالعه‌های سازمان‌های خبری، پوشش خبری مفهومی است که هم شامل موضوع خبری و هم شامل جریان‌های خبری می‌شود. در واقع، پوشش خبری همه وقایع، فراتر از پوشش جریان‌های خبری است. رسانه‌های خبری، یکی از ارکان مهم قدرت، در گستره جهانی هستند. از سوی دیگر، فناوری اطلاعات و ارتباطات نیز، موجب وقوع انقلاب بزرگی در شیوه فعالیت رسانه‌ها شده است. به گونه‌ای که در دنیای رسانه‌ای امروز، نقش خبر و سازمان‌های خبری در شکل دادن به روابط و مناسبات افراد و کشورها، غیر قابل انکار شده است (روشندل اربطانی و همکاران، ۱۳۹۰).

با توجه به قدرت، محبوبیت، فراگیری، و مخاطب‌پسند بودن رسانه تلویزیون، چند سالی است جبهه مخالف نظام جمهوری اسلامی ایران، شبکه‌های تلویزیونی متعددی را، برای فعالیت در عرصه جنگ روانی بر ضد ایران تأسیس کرده‌اند؛ برای مثال، راه‌اندازی شبکه فارسی‌زبان بی‌بی‌سی، شبکه بریتانیایی "من و تو" و شبکه تازه تأسیس "ایران ایترنشنال" به پیشنهاد آمریکا و حمایت‌ها و دلارهای آل سعود. به نظر می‌رسد اهداف راهبردی رسانه‌های غربی بر ضد ایران را می‌توان چنین بیان کرد: ۱. ارائه چهره مخوف از اسلام و جمهوری اسلامی نزد افکار عمومی جهان به‌ویژه غرب؛ ۲. ترسیم ایران به عنوان محور شرارت در منطقه و جهان؛ ۳. ناکارآمدی دین در اداره جامعه و چالش مشروعیت؛ ۴. ارائه تصویر آرمانی از ارزش‌های آمریکایی و لیبرال دموکراسی آمریکا؛ ۵. تلقین به‌روز اجماع جهانی بر ضد ایران. تحقیق‌های تجربی انجام‌شده داخل کشور، در زمینه پوشش خبری شبکه‌های بین‌المللی درباره ایران، هر چند محدود است، اما نتایج آن‌ها به وضوح، غرض‌ورزی و سوگیری و همچنین عدم عینیت‌گرایی خبری، در این نوع شبکه‌ها را نشان می‌دهد. در واقع، این نوع پوشش خبری، به طور کامل سیاسی و همراه با تبعیض و جانبداری از عملکرد کشورهای مخالف جمهوری اسلامی ایران بوده است. در تأیید این مطلب، می‌توان به رساله کارشناسی ارشد احمد امید (۱۳۹۸) با عنوان تحلیل محتوای ساختار و نحوه پوشش مطالب خبری تارنمای‌های سی‌ان‌ان، فاکس نیوز، الجزیره و پرس تی وی در سال ۲۰۱۹ اشاره کرد. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که تارنمای سی‌ان‌ان با ۷۲/۱ درصد، بیشترین میزان جهت‌گیری منفی را، نسبت به اخبار مرتبط با روابط و مناسبات ایران و آمریکا داشته است؛ دو کشوری که روزی متحد راهبردی لقب گرفته بودند، امروز به دشمنان یکدیگر بدل شده‌اند. همچنین آدای و لیوینگستون^۱ (۲۰۰۹) در مطالعه‌ای بیان می‌کنند، نقش سی‌ان‌ان در افشای برنامه هسته‌ای

1. Aday & Livingston

ایران، به ما کمک می‌کند تا نقش رسانه را روشن کنیم. رسانه‌ها، برخی مواقع، بیش از مجاری اطلاعاتی هستند که توسط دیگران تولید می‌شوند. گاهی آن‌ها، عناصر اصلی در تأیید اکتشافات و ادعاهای خارج از گفتمان دولت هستند. سی‌ان‌ان اذعان می‌کند، آمریکا شواهدی دارد که ایران در حال ساخت تأسیسات هسته‌ای بزرگی است و تاکنون مخفی نگه داشته شده است. مقام‌های ارشد آمریکایی، به سی‌ان‌ان می‌گویند عکس‌های ماهواره‌ای تجاری که در سپتامبر سال ۲۰۲۰ گرفته شده، یک تأسیسات هسته‌ای در نزدیکی شهر نطنز و دیگری در نزدیکی عراق را نشان می‌دهد که هیچ بازرسی از آژانس بین‌المللی انرژی اتمی نتوانسته از آن بازدید کند.

پژوهش حاضر، به بررسی این مسئله می‌پردازد که رسانه‌های خبری، چارچوب‌های متفاوتی را، درباره‌ی یک رویداد به کار می‌برند، در نتیجه معنای متفاوتی را تولید می‌کنند؛ این تولید معنای متفاوت از رویدادها، درباره‌ی مسائل مهم و سیاسی مشهودتر است. در همین راستا نیز، به شیوه‌ی برخورد دو شبکه‌ی یادشده در این مقاله، در مواجهه با اخبار ایران و رویدادهای مربوط به آن، در دوره‌ی زمانی ۶ ماهه سال ۱۳۹۸ پرداخته شده تا مشخص شود، رسانه‌های مورد بررسی از کدام چارچوب‌های خبری استفاده کرده‌اند. در این پژوهش، تلاش بر آن است که با تکیه بر مباحث نظری و ادبیات مربوط به پوشش خبری، مشخص شود تصویری که شبکه‌های خبری مورد بررسی، در تلویزیون خود از رویدادهای ایران منتشر می‌کنند، چگونه است. دلیل انتخاب تلویزیون برای بررسی، اهمیت دیرینه و روزافزون این نوع رسانه، به‌ویژه بخش خبری آن، در زندگی مردم و شکل‌گیری افکار عمومی بوده است؛ زیرا شبکه‌های خبری، به یکی از مهم‌ترین و معتبرترین منابع اطلاعاتی توده‌ی مردم تبدیل شده است. به همین علت دو شبکه‌ی غربی انتخاب شد: شبکه بی‌بی‌سی ورلد (منسوب به بریتانیا) و سی‌ان‌ان اینترنشنال (منسوب به ایالات متحده آمریکا) که از نظر جهت‌گیری سیاسی و پوشش خبری کشورهای جهان سوم و در حال توسعه، تقریباً مشابه هم عمل می‌کنند؛ مثل پوشش اخبار ایران، عراق، سوریه و... که نشان می‌دهند محور شرارت‌ها در منطقه، بیشتر مسلمان‌ها هستند.

در این پژوهش، به ارائه‌ی الگوی پوشش خبری در شبکه‌ی پرس تی وی، با توجه به شبکه‌های تلویزیونی بی‌بی‌سی ورلد و سی‌ان‌ان اینترنشنال، به عنوان شبکه‌های غالب در جنگ رسانه‌ای دولت‌های انگلیس و آمریکا بر ضد ایران می‌پردازیم. به عبارت دیگر، دو پرسش را می‌توان بدین‌گونه مطرح کرد: کدهای (مفاهیم) پوشش خبری استفاده‌شده بر ضد ایران در شبکه‌های تلویزیونی بی‌بی‌سی ورلد و سی‌ان‌ان اینترنشنال کدام‌اند؟ و پوشش خبری مناسب برای شبکه‌ی تلویزیونی پرس تی وی چگونه است؟

در پاسخ به این دو پرسش، ابتدا مؤلفه‌های پوشش خبری موجود در ادبیات نظری موضوع استخراج شده و در ادامه مؤلفه‌های اصلی پوشش اخبار ایران در این شبکه‌ها از طریق تحلیل محتوا توصیف می‌شود؛ در پایان، بر اساس برخی نتایج تحلیل محتوا و از طریق تهیه‌ی پرسشنامه و سؤال از نخبگان، الگویی برای شبکه‌ی پرس تی وی مشخص و ارائه می‌شود.

بنابراین، مسئله اصلی این است که چارچوب پوشش خبری تلویزیون خبری غرب، درباره مسائل و موضوع‌های ایران بر مبنای تئوری‌های مبتنی بر پوشش خبری چیست؟

اهمیت و ضرورت موضوع

در جهان رسانه‌ای شده امروز، به نظر می‌رسد کشورها، در اعمال قدرت خود در سطح بین‌الملل، چرخشی رسانه‌ای دارند؛ اعمال قدرت نرمی که رسانه‌ها، به‌ویژه رسانه‌هایی چون شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای، در کانون آن قرار دارند. نقش و اهمیت رسانه‌ها، در چنین فضایی، عبارت از فراهم آوردن بستری برای پیشبرد اهداف است. در این میان، اهمیت بیش از پیش مقوله خبر و خبررسانی در عصر کنونی و ظهور و گسترش فناوری‌های نوین ارتباطی، اتاق‌های خبر را به قلب تپنده نگاه‌های خبری مبدل و کارکنان آن را با تحول‌هایی ناگزیر مواجه کرده است. طبیعت کار خبر، به طور مستمر در حال تغییر است. از سوی دیگر، فناوری رسانه‌ای روزبه‌روز تحول‌های تازه‌ای را رقم می‌زند و پیش‌بینی رفتارهای عوامل محیطی در صنعت رسانه نیز امر خطیر و دشواری است. به عبارتی، سازمان‌های رسانه‌ای در محیط نامطمئن به سر می‌برند (روشندل اربطانی و همکاران، ۱۳۹۰). به رغم این امر، نقش دوگانه رسانه‌ها در بحران‌زایی و بحران‌زدایی، برجسته‌سازی و کوچک‌نمایی، امیدزایی و امیدزدایی، واقع‌نمایی و وارونه‌نمایی و ... بر صاحب‌نظران عرصه ارتباطات پوشیده نیست (نصرالهی، ۱۳۹۱: ۱۴۹-۱۶۴).

این واقعیت رسانه، در حالی است که یکی از نیازهای مخاطبان رسانه‌ها، که دلیل استفاده آن‌ها از منابع متعدد است، نیاز خبری و مطلع شدن از رویدادهای مختلف است. بنابراین، موفقیت رسانه‌ها در ادای وظایف، به محتوا، کیفیت پیام و تجانس آن با وسیله ارسال پیام و محیط (مکان، زمان و پیام‌گیران) بستگی دارد. باید اذعان داشت که کارکرد خبری رسانه‌ای چون تلویزیون، باید طبق اصولی پی‌ریزی و مدیریت شود تا ضمن اطلاع‌رسانی به موقع و پاسخگویی به انتظارات مخاطبان از بروز خطاهای مختلف، در جریان ساختار بندی پیام جلوگیری شود تا رسانه به منبع اصلی تبیین واقعیت‌های اجتماعی برای مردم بدل شود. کانال‌های خبری ماهواره‌ای که در حال شکل‌گیری و فعالیت هستند، در پی تمرکز بر مخاطبانی هستند تا آنها را به عنوان منبع اصلی اطلاعات بپذیرند (رائی و کاتل^۱، ۲۰۰۷). چنانچه شواهد تجربی، نقش سوداگرانه‌تری را برای رسانه‌ها شناسایی کرده‌اند که با انگیزه‌هایی برای انتشار اخبار هیجان‌انگیز روبه‌رو می‌شود و مورد توجه خوانندگان قرار می‌گیرد (جنسن^۲، ۱۹۷۹؛ کوری^۳ و همکاران، ۲۰۰۸؛ آرن و سوسیارا^۴، ۲۰۱۵).

1. Rai & Cottle
2. Jensen
3. Core
4. Ahern & Sosyura

به نظر کارشناسان حوزه ارتباطات، در رویدادهای عمومی، اخبار سیاسی در تأثیرگذاری بر عقاید و آراء مردم، نقش بسزایی دارند و برداشت آنها را نسبت به مناسبات جهانی شکل می دهند. بر همین اساس، مدیریت و تولید معنا و محتوای خبری در خبرگزاری های مختلف، متفاوت است؛ بدین گونه که خبرگزاری ها معمولاً در راستای اهداف خود، رویدادهای خبری را تغییر می دهند و واقعیت ها را به نحو دیگری باز تولید می کنند؛ به این وسیله تلاش می کنند به افکار عمومی جهت بدهند. از این رو، عینیت مطلق در تنظیم اخبار، در عمل امکان پذیر نیست، تا جایی که برخی اخبار را "بازتاب علایق صاحبان رسانه" می دانند (افخمی و زابلسی زاده، ۱۳۹۲: ۸). بنابراین، تصمیم گیرندگان اصلی رسانه های خبری، از جمله مدیران ارشد، غیرمستقیم در تغییر معنای واقعیت و تولید خبر تأثیرگذار هستند (برگر^۱، ۱۹۸۷: ۸). در همین راستا، دایک و زینگالس^۲ (۲۰۰۲) و میلر^۳ (۲۰۰۶) ادعا می کنند که رسانه ها نقش گزارشگری تحقیقاتی دارند و جدا از پخش دوباره اطلاعات، تحلیل اصلی را انجام می دهند. امروزه به جای انحصارات خبری، نوع پوشش اخبار و رویدادها اهمیت پیدا کرده است. به مفهوم دیگر "پخش نشدن خبر مطرح نیست، بلکه چگونگی پخش رویدادها و خبرها اولویت دارد" و این نوع و نحوه پوشش خبری رویدادها، باعث شکل گیری نوع خاصی از نگرش و برداشت مخاطبان نسبت به رویدادها می شود و مخاطبان، بر اساس همین پوشش های خبری درباره رویدادها، موضع گیری منفی یا مثبت می کنند. به تعبیر دیگر، مصالح فکری مخاطبان درباره موضوع ها [به خصوص موضوع های خارجی] پوشش خبری آن موضوع ها از سوی رسانه ها است.

بدیهی است، هر نوع پوشش خبری، افکار عمومی جهانی را به یک شکل تحت تأثیر قرار نمی دهد، بلکه میزان و نوع تأثیر آن متفاوت است. تأثیر پوشش خبری بر دانش، ادراک و نگرش مردم از دو منظر قابل تحلیل است: قدرت بزرگ آن در انتشار اطلاعات و شکل گیری افکار عمومی و احتمال تحریف از اطلاعات بی فایده یا نادرست (کاردوچی^۴ و همکاران، ۲۰۱۱). بنابراین امروزه، در پوشش خبری تنها از اخبار استفاده نمی شود، بلکه در رسانه هایی همچون مطبوعات، علاوه بر اصل خبر، تحلیل و تفسیر، سرمقاله، یادداشت، مقاله، عکس، کاریکاتور، مصاحبه، تلفن های مردمی، اظهارات مسئولان و غیره نیز مشاهده می شود که در یک جریان خبری، تحلیل جمیع این موارد معنادار خواهد بود و بررسی تک تک آن ها به صورت مجزا، فاقد معنا خواهد شد. برای واکنش مناسب به شبکه های خبری بی بی سی ورلد و سی ان ان اینترنشنال، به عنوان جریان مسلط رسانه ای غرب، شناخت خطوط کلی، محتوا و تأثیرهای احتمالی این دو شبکه،

1. Berger
2. Dyck & Zingales
3. Miller
4. Carducci

امری ضروری به نظر می‌رسد. از سوی دیگر، گاهی ممکن است در میزان تأثیرگذاری این شبکه‌ها اغراق شود، در این صورت، داشتن تصویر دقیقی از عملکرد آن‌ها، می‌تواند به قضاوت صحیح‌تر کمک کند. از نگاهی دیگر، در کنار تفاوت‌های ایدئولوژیک در ارائه خبر، سازوکارهایی کلی و جهانشمول نیز وجود دارند که به القای بی‌طرفی و عدم سوگیری کمک می‌کنند. شناخت این الگوها، مفید و راهگشاست، با این اوصاف، بررسی دقیق و عینی عملکرد این دو شبکه، فارغ از هرگونه جهت‌گیری سیاسی و ارزش‌گذاری غیر علمی، جهت ارائه الگویی برای پوشش اخبار ایران در شبکه‌های برون‌مرزی، ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است.

با توجه به ضرورت شناسایی الگوها و استانداردهای پوشش خبری در شبکه برون‌مرزی پرس تی وی، به عنوان یک شبکه تأثیرگذار، می‌توان با انجام تحقیق حاضر و تحقیق‌های مشابه آن، تا حد زیادی به ساختار و نحوه پوشش اخبار در شبکه‌های تأثیرگذار بین‌المللی، به‌ویژه شبکه‌های فعال در جهت مخالف جمهوری اسلامی ایران، پی برد؛ همچنین شناختی نسبی از سیاست‌های خبری دو شبکه بی‌بی‌سی ورلد و سی‌ان‌ان اینترنت‌نشال و موضع‌گیری‌های آن‌ها در قبال ایران به‌دست آورد. به منظور ارائه الگویی مناسب برای پوشش خبری، رویکردهای رسانه را در زمینه مطالعات خبری مورد مطالعه قرار می‌دهیم.

کمبود مطالعه‌های تجربی، درباره پوشش اخبار ایران در شبکه‌های برون‌مرزی، با توجه به شبکه‌های بین‌المللی غربی در داخل کشور نیز، یکی دیگر از ضرورت‌های انجام موضوع تحقیق حاضر را نشان می‌دهد. در واقع، می‌توان گفت نتایج تحقیق‌های انجام‌شده نیز، با وجود نقش ساماندهی نظام رسانه‌ای در کشور، چندان مورد توجه نبوده و دیگر اینکه، این تحقیق‌ها الگویی را به همراه نداشته که صاحبان رسانه آن را مورد توجه قرار دهند. به همین علت، نتایج این مطالعه، اگر مورد توجه دست‌اندرکاران خبر شبکه‌های برون‌مرزی، به‌ویژه شبکه پرس تی وی قرار گیرد، موجب بازنگری در نحوه مدیریت خبر در میدان رقابت‌های خبری در سطح بین‌المللی خواهد شد.

اهداف و پرسش پژوهش

هدف اصلی این پژوهش، ارائه الگویی برای پوشش اخبار ایران در شبکه پرس تی وی است. در واقع، محقق بر آن است تا با تأکید بر ادبیات نظری و نیز بهره‌گیری از رویکرد دو شبکه بی‌بی‌سی ورلد و سی‌ان‌ان اینترنت‌نشال، شناخت چارچوب خبری رویدادهای ایران در بازه زمانی ۶ ماهه در سال ۱۳۹۸، به الگویی کاربردی و عملیاتی برای پوشش اخبار ایران در شبکه پرس تی وی دست یابد. بنابراین، در پژوهش حاضر، مرور ادبیات نظری در حوزه رسانه و خبر، در پاسخ به این سؤال یاری خواهد رساند.

- الگوی پوشش اخبار ایران در شبکه پرس تی وی چگونه است؟

پوشش خبری

پوشش خبری^۱ مجموعه‌ای از فعالیت‌هایی است، که روی خبر انجام می‌شود تا ارزش یک خبر و جایگاه آن از وضع واقعی آن، بالاتر یا پایین‌تر مطرح شود و ارزش آن خبر، در مجاورت با مطالب دیگر، دارای ارزش بیشتر، کمتر یا در حد صفر شود (سلطانی فر و هاشمی، ۱۳۸۲: ۱۴). در واقع، پوشش خبری، فراگرد بازنمایی وقایع و رخدادها از طریق وسایل ارتباطی است (سبیان اردستانی، ۱۳۸۲).

در این تعریف سه رکن عمده وجود دارد:

۱. بازنمایی، توجه ما را به تولیدات رسانه‌ای جلب می‌کند. و این زمینه‌ها را شامل می‌شود: مطالبی که رسانه‌ها عرضه می‌کنند، نحوه انعکاس موضوع‌ها، انواع گفتمان‌های مطرح و ماهیت مباحث و مناظره‌های ارائه‌شده. بازنمایی، به ابعاد اطلاعاتی تولیدات رسانه‌ای، از جمله ابعاد نمادین و بدیع آن آثار اشاره دارد. بازنمایی در گستره عمومی، به پرسش‌هایی اساسی اشاره دارد از جمله "چه مطلبی" باید برای انعکاس انتخاب شوند و "چگونه" به مخاطبان عرضه شوند. لذا مشاهده می‌شود، بازنمایی متمایز از انعکاس محض واقعیت‌ها و رخدادهاست؛ یعنی در بازنمایی، وقایع و رخدادها از حالت اصلی خود خارج می‌شوند. حال هر چقدر رسانه‌ها و خبرنگاران، معتقد به عینیت‌گرایی در انعکاس خبرها باشند، بازنمایی‌ها به واقعیت نزدیک‌تر است و هر مقدار که رسانه‌ها از عینیت‌گرایی دور باشند، بازنمایی‌های آن‌ها نیز، دور از واقع خواهد بود.

۲. وقایع و رخدادها، دومین رکن در تعریف پوشش خبری هستند. رخدادها اتفاق‌هایی هستند که در زمان کنونی به وقوع می‌پیوندند و بیشتر حالت خبری به خود می‌گیرند، اما وقایع موضوع‌هایی هستند که از قبل وجود داشته‌اند و منوط به شرایط کنونی زمان نیستند. در اصل، در پوشش‌های خبری، ابتدا رخدادها مطرح می‌شوند و وقایع مرتبط با آن در حواشی رخداد قرار می‌گیرد. به این ترتیب، وقایع زمینه رخداد محسوب شده و رخداد معنای خود را از آن حوزه می‌گیرد.

۳. سومین رکن، وسایل ارتباطی است. پوشش خبری، مختص وسایل ارتباط جمعی همچون مطبوعات، رادیو و تلویزیون نیست. رسانه‌های همگانی، به علت تأثیر آنی و فوری بر مخاطبان، ابزارهای اصلی پوشش خبری محسوب می‌شوند؛ در صورتی‌که، وسایل ارتباطی، علاوه بر رسانه‌های همگانی، شامل خبرگزاری‌ها و شبکه‌های اطلاعاتی نیز می‌شود (نصراللهی، ۱۳۹۷: ۳۵).

فانکاورز به شناخت رابطه میان پوشش خبری و درک عموم از اهمیت موضوع‌ها پرداخت. او

مطالعه خود را بر دهه ۱۹۶۰، زمانی که موضوع‌های برجسته زیاد بود، متمرکز ساخت و برای سنجش افکار عمومی، درباره موضوع‌های بااهمیت، از نتایج سنجش افکار موسسه "گالوپ" استفاده کرد. در آن نظرسنجی‌ها از افراد، درباره مهم‌ترین مشکلاتی می‌پرسیدند که در آمریکا با آن مواجه هستند؛ فانکاورز سنجش محتوای رسانه‌ها را، با شمارش تعداد مقاله‌هایی که راجع به هر موضوع در تعدادی از رسانه‌ها ارائه می‌شد و نیز از طریق توجه به رابطه میان محتوای رسانه‌ها و واقعیت انجام داد. نتایج این مطالعه، حاکی از آن بود که ارتباطی قوی بین رتبه‌بندی عمومی از یک موضوع، به عنوان موضوع مهم و میزان پوشش رسانه‌ای وجود دارد. موضوع‌هایی که عموم مردم رتبه بالایی به آن‌ها داده بودند، همان موضوع‌هایی بودند که رسانه‌های جمعی، پوشش بیشتری به آن‌ها می‌دادند. این نتایج، توافق زیادی با فرضیه برجسته‌سازی دارد. فانکاورز، در بخش دوم مطالعه خود، رابطه میان پوشش رسانه‌ای و واقعیت را بررسی کرد و به این نتیجه رسید که پوشش رسانه‌ها، ارتباط زیادی با حقایق امور ندارد (سورین و تانکارد، ۱۳۹۷: ۳۳۸).

برای تسهیل در پوشش خبری، تقسیم آن‌ها به دو دسته رویدادمدار و فرایندمدار ضروری است. یونس شکرخواه درباره آن دو نوع خبر می‌گوید:

خبرهای رویدادمدار، خبرهای مربوط به رویدادهای مشخص و معین [یعنی ارتجالی] با موضوعاتی چون نشست‌ها، و آتش‌سوزی‌ها هستند که نقطه مقابل آن خبرهای فرایندمدار هستند. اما خبرهای فرایندمدار، خبرهای پیچیده‌ای هستند که از یک گزارش یا مسئله مجرد و منفک، فراتر می‌روند تا درکی منظم، قاعده‌مند و جامع را منتقل سازند. نظیر گزارش‌های مربوط به پیامدهای عملکردهای یک دولت. (شکرخواه، ۱۳۸۸: ۱۱۲).

تاکتیک‌های پوشش خبری

این تاکتیک‌ها در واقع، روش‌هایی است که مؤسسه خبری، برای موفقیت یک جزء به خدمت می‌گیرد تا بیشترین حجم مخاطب را با خود همراه سازد؛ این تاکتیک‌ها نقشی اساسی در قابلیت‌های فنی، هنری و تأثیرگذاری رسانه‌های جمعی ایفا می‌کنند. از مهم‌ترین این تاکتیک‌ها می‌توان به پیشینه‌نویسی^۲، اطلاعات سرّی^۳، کلی بافی^۴، نقل خبر از منابع ناشناخته و مهم، استناد پیام به منبع مورد وثوق گیرنده پیام، استفاده از نخبگان برجسته در رسانه‌ها، نزدیکی منبع پیام به مخاطبان، استفاده از عاطفه و علایق انسانی، استفاده از کنایه و اشاره، قاطعیت بیان در ارائه اخبار و ... اشاره کرد (شمس و همکاران، ۱۳۹۸).

1. Gallup
2. Background
3. Secret Information
4. Generality Tactic

نحوه بازنمایی وقایع در پوشش خبری

تحلیل پوشش‌های خبری، مربوط به نحوه بازنمایی رخدادها در رسانه‌های همگانی است. نخستین اصل، در بازنمایی چینش خبری است. از نظر مخاطبان هر رسانه‌ای، خبرهایی که در اولویت‌های خبری قرار می‌گیرند، نسبت به خبرهای دیگر بار ارزشی و اهمیت بیشتری دارند؛ به این ترتیب، بعضی از خبرها نسبت به خبرهای دیگر، اهمیت بیشتری می‌یابند و در دستور تفکر و گفت‌وگوی مردم قرار می‌گیرد.

دومین اصل، فضا و زمان اختصاص یافته در خبر است، خبری که چند ثانیه را به خود اختصاص داده با خبری که چند دقیقه از وقت را گرفته است، حتماً از لحاظ تفهیم مفاهیم و تأثیرگذاری بر مخاطبان نیز متفاوت خواهد بود. در یک خبر کوتاه، تنها می‌توان به چند ارزش خبری که، چه، کجا و کی پرداخت؛ ولی در خبرهای بلند، احتمال پرداختن به ارزش‌های خبری چرا و چگونه نیز خواهد بود.

سومین اصل، میزان حشو در خبرها است. حشو از مواردی است که فقدان آن در خبر و مطلب هیچ ضرر و زیانی برای اصل خبر و رویداد ندارد و تنها فهم و درک مطلب را افزایش می‌دهد. در بررسی خبرها مشاهده می‌شود که نکات اصلی مورد نیاز در فهم خبرها، در شیوه‌های تبلیغی کمتر استفاده می‌شود.

تعیین چارچوب در پوشش خبری

بر اساس تئوری چارچوب^۱، رسانه‌ها در نقش خبری خود، آیینۀ انعکاس رویدادها و واقعیت دنیای اجتماعی و سیاسی نیستند، برعکس، آفریننده واقعیت‌های اجتماعی و سیاسی هستند و به برداشت افراد از دنیای اطرافشان هستی می‌بخشند. آن‌ها در تهیه خبر، علاوه بر انتخاب داده‌ها، آن‌ها را بر اساس فرمول‌ها و قالب‌های جاافتاده به هم ربط می‌دهند و معنی‌دار می‌سازند؛ از این رو، این رویداد نیست که قالب را تعیین می‌کند، بلکه این قالب است که داده‌ها را برمی‌گزیند و روابط آن‌ها را شکل می‌بخشد (سبیلان اردستانی، ۱۳۸۲: ۴۸).

نظریه امپریالیسم رسانه‌ای

امپریالیسم رسانه‌ای از نگاه یک چارچوب مفهومی، زیر چتر بزرگ امپریالیسم فرهنگی قرار می‌گیرد. از دیدگاه وایت (۲۰۰۱) امپریالیسم فرهنگی، از سوی محققان با اهداف و پس‌زمینه‌های مختلف مطالعاتی، به منظور توضیح پدیده‌ها در فضای ارتباطات بین‌الملل، انسان‌شناسی، آموزش، علوم، تاریخ، ادبیات و ورزش به عنوان چارچوب مورد استفاده قرار گرفته است (اوساکوئه و ایباگر، ۲۰۱۰: ۲).

1. Frame
2. Osakue & Ibagere

واژه امپریالیسم رسانه‌ای، شرایطی را تشریح می‌کند که در آن، نظام رسانه‌ای منطقه‌ای خاص، بر نظام رسانه‌ای منطقه‌ای دیگر تمرکز کرده باشد. بر اساس تعریف "بوید-بارت"^۱ (۱۹۷۷) از امپریالیسم رسانه‌ای، این نظریه به فرایندی اشاره می‌کند که به وسیله آن مالکیت، ساختار، پخش و یا محتوای رسانه در هر کشوری، تحت تأثیر تمایل‌های رسانه‌ای کشور یا کشورهای دیگر قرار می‌گیرد (اوساکوئه و ایباگر، ۲۰۱۰: ۵). می‌توان گفت که نظریه‌های امپریالیسم رسانه‌ای، امپریالیسم ارتباطی و سلطه فرهنگی ناظر بر سلطه شرکت‌های بزرگ غربی بر سپهر اطلاعاتی هستند (فوجس^۲، ۲۰۱۰: ۵۰).

مدل دروازه‌بانی^۳

کورت لوین^۴ نخستین بار، اصطلاح "دروازه‌بان"^۵ را مطرح کرد. گزینش یا دروازه‌بانی خبر، بیش از سایر بخش‌های فرایند ارتباطات، مورد توجه نظریه پردازان قرار گرفته است. از الگوی دروازه‌بانی وایت تا الگوی دروازه‌بانی ویندال^۶ و مک‌کوایل^۷، روندی از الگوهای متنوع برای دروازه‌بانی خبر را شاهد هستیم. وایت که نخستین الگوی دروازه‌بانی خبر را ارائه داد، الگویی عرضه کرده است که از لحاظ ساختاری، تفاوت چندانی با الگوی ویندال و مک‌کوایل ندارد. در الگوی وایت، منابع خبری، اخبار متنوع و متعدد را به سوی مخاطب ارسال می‌کنند، اما دروازه‌بان خبر، دست به گزینش و انتخاب آن‌ها می‌زند و شمار کمی از آن‌ها را از دروازه عبور می‌دهد. الگوی دروازه‌بانی ویندال و مک‌کوایل، که از آخرین الگوها در این زمینه محسوب می‌شود، شباهت بسیاری به الگوی وایت دارد (سورین و تانکارد، ۱۳۹۷: ۲۱۹).

بر اساس تعریف جدید شومیکر (۲۰۰۱) درباره دروازه‌بانی، که بر اساس یک دهه پژوهش‌های خود ارائه می‌دهد:

فرایند دروازه‌بانی تفکری است که بیش از گزینش‌گری ساده را شامل می‌شود. در واقع، دروازه‌بانی در رسانه‌های جمعی تنها شامل مجموعه تصمیم‌های "رد" یا "قبول" نمی‌شود، بلکه فرایندی کلی است که از طریق آن واقعیت اجتماعی توسط رسانه‌های خبری ساخته می‌شود (برزیلای-ناهن^۸، ۲۰۰۸).

1. Boyd Barrett
2. Fuchs
3. Gatekeeping Model
4. Kurt Lewin
5. Gatekeeper
6. Windhal
7. McQuail
8. Barzilai-Nahon

نظریه برجسته‌سازی^۱

در سال‌های اخیر، مفهوم "شکل‌گیری واقعیت‌های اجتماعی"، یکی از مهم‌ترین آثار اجتماعی پیام‌های ارتباطی است که مورد توجه جدی پژوهشگران علوم ارتباطات قرار گرفته است. لاسول دو کارکرد اصلی رسانه‌های جمعی را "نظارت" و "هماهنگی" می‌داند. از نظر لاسول، کارکرد نظارت، همان دروازه‌بانی و کارکرد هماهنگی، همان برجسته‌سازی است (دیرینگ و راجرز، ۱۹۲۲: ۱۱).

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 موضوع‌های معین و محدود معطوف سازند و از مسائل و موضوع‌های دیگر چشم‌پوشی کنند. حاصل کار این می‌شود که بعضی از مسائل خاص از سوی بسیاری از مردم در سپهر عمومی و خارج از قلمرو رسانه‌ها به بحث گذاشته می‌شود، در حالی که به مسائل و موضوع‌های دیگر توجه نمی‌شود (سولیوان و همکاران، ۱۳۸۵: ۲۶).

راجرز و دیرینگ در تعریف برجسته‌سازی می‌گویند: «برجسته‌سازی فرایندی است که به وسیله آن رسانه‌های جمعی اهمیت برخی موضوع‌ها و تأثیرهای مختلف آن‌ها را به مخاطب انتقال می‌دهد» (راجرز و دیرینگ، ۱۹۸۸: ۵۵۶).

نظریه چارچوب‌سازی

در حوزه ارتباطات، مفهوم چارچوب را، نخستین بار گیتلین^۳ (۱۹۷۷، ۱۹۸۰) و تاچمن^۴ (۱۹۷۸)، برای بررسی چگونگی بسته‌بندی و ارائه کارآمد اخبار رسانه‌ای از سوی روزنامه‌نگاران به کار بردند. آنها چارچوب‌های رسانه‌ای خاصی را، در زمینه چگونگی ارسال و انتشار اطلاعات خبری به مخاطبان و چگونگی تفسیر این گزارش‌های خبری از سوی کاربران بررسی کردند (رویگروک و آتوهولد، ۲۰۰۷: ۷۱).

چارچوب‌ها، ساختارهای اساسی و بنیادی از شناخت هستند که نحوه ارائه و ادراک واقعیت را تعیین و به فرد در تفسیر دنیای اطراف خود کمک می‌کنند. برجسته‌سازی "درباره چه چیزی اندیشیدن" را به مردم معرفی می‌کند، اما چارچوب‌سازی بر "چگونه اندیشیدن و تعمیق ادراک مردم" مؤثر است. رسانه در ابتدا، موضوع‌ها و رویدادهای خاصی را برجسته می‌کند، سپس آن موضوع‌ها را در چارچوب معنایی خاص قرار می‌دهد؛ برجسته‌سازی، کمی

1. genda-setting Theory
2. Dearing & Rogers
3. Gitlin
4. Tuchman
5. Ruigrok & Atteveldt

و انتخابی، اما چارچوب‌سازی کیفی است. چارچوب‌سازی، بر این فرض مبتنی است که نحوه توصیف یک موضوع و رویداد در گزارش‌های خبری، بر چگونگی درک مخاطب از آن موضوع و رویداد تأثیر می‌گذارد (شیوفل و توکسبری، ۲۰۰۶: ۹-۲۰).

بنابراین، رسانه‌های خبری با چارچوب‌سازی رویدادها، ساختار شناختی مشخص و تعریف‌شده‌ای را، برای مخاطبان فراهم می‌کنند، به گونه‌ای که مفهوم‌سازی مردم از واقعیت، به نوعی بر اساس چارچوب‌های رسانه‌ای شکل می‌گیرد (مهدی‌زاده، ۱۳۹۳: ۳۷). چراکه در چارچوب‌سازی، با توجه به جهت‌گیری درک عمومی از موضوع‌ها، بر این موضوع تأکید می‌شود که "مردم درباره چه و چگونه فکر کنند"؛ به این صورت‌که، چارچوب‌های خبری پارامترهایی را تعیین می‌کنند که شهروندان در یک مسیر جهت‌دار، به بحث درباره رخداد‌های عمومی می‌پردازند (زابلی‌زاده، ۱۳۹۳: ۱۴).

مدل‌های حرکت یا جریان خبر

نظریه‌های انتقادی زیادی، علیه جریان یک سویه اخبار و ذات پنهان تجاری آن وجود دارد، یعنی جریانی که با تبعیض آشکار، خبرهای مفید را در مسلخ خبرهای قابل فروش و هماهنگ با فضای تحت سلطه خبرگزاری‌های بین‌المللی قربانی می‌کند. طرح این نظریه‌های انتقادی تاکنون به کشف "سه مدل جریان یا حرکت خبر" انجامیده است:

الف. مدل مرکز - پیرامون

یوهان گالتونگ در دهه ۱۹۷۰، مدل مرکز - پیرامون را ارائه داد که در تئوری "ساختاری امپریالیسم" نمود یافته است. در این تئوری، جهان به دو بخش تقسیم شده است: ۱. مرکز یا جوامع حاکم؛ ۲. پیرامون، که به مناطق وابسته اطلاق می‌شود. این فرضیه را می‌توان در چهار محور خلاصه کرد، که وضع خبرهای بین‌المللی را مشخص می‌کند:

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

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

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

۴. تقریباً جریان خبر میان ملل پیرامون بسیار ناچیز است و یا اصلاً وجود ندارد. این امر به ویژه در طول مرزهای به وجودآمده از سوی استعمار، بیشتر صدق می‌کند (مولانا، ۱۳۷۱: ۱۷-۲۲).

در مدل گالتونگ، اثبات این نکته مورد نظر است که بسیاری از رسانه‌ها در کشورهای پیرامون (جنوب) از جهت نحوه پوشش رویدادهای جهانی، شبیه به یکدیگر هستند و همه، کمابیش به یک میزان تحت تأثیر جریان‌های خبری کشورهای مرکز (شمال) قرار دارند. گالتونگ معتقد است، کشورهای رو به توسعه از این لحاظ به خبرگزاری‌های فراملی وابسته‌اند. در حالی که همه می‌دانیم، این خبرگزاری‌ها در عمل بر بحران‌ها، کشش‌ها و جرایم - هنگام مخابره خبر از پیرامون به مرکز - تأکید می‌کنند و در مقابل، هنگامی که ملل پیرامون به خاطر وابستگی خبری، به انعکاس خبرهای مرکز در نشریه‌های خود می‌پردازند، خواسته و ناخواسته ذهنیت و سبیل ارتباط جمعی غرب را، برای مخاطبان خود به ارمغان می‌آورند؛ و این امر به ایجاد یک امپریالیسم فرهنگی می‌انجامد زیرا ادامه این روند، در عمل سبب می‌شود که به تدریج تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان خبر در جنوب نظیر هم‌تایان خود در مرکز بیندیشند و این یعنی از چشم غرب به جهان نگریستن. به اعتقاد گالتونگ، امپریالیسم ارتباطی به امپریالیسم فرهنگی می‌انجامد. گالتونگ در نظریه ساختاری امپریالیسم (۱۹۷۱) مهم‌ترین وجوه ساختار بنیادین جامعه بین‌المللی را، امپریالیسم فرهنگی و ارتباطی، امپریالیسم اقتصادی، امپریالیسم سیاسی و نظامی برمی‌شمارد (شکرخواه، ۱۳۸۸: ۶۶ - ۶۷).

ب. مدل شمال - جنوب

اصطلاح شمال - جنوب را نخستین بار، کارل هاوس هوفر آلمانی، در برابر "تئوری سه جهان" مائو تسه تونگ به کار برد. مدل شمال - جنوب بر این فرضیه مبتنی است که جریان خبر یک جریان عمومی است. این فرضیه می‌گوید، جریان خبرها از سوی کشورهای توسعه‌یافته (شمال) به سوی کشورهای رو به توسعه (جنوب) است و جریان‌های افقی درون شمال و درون جنوب - که حجم دومی از اولی کمتر است - مکمل آن محسوب می‌شود. در حالی که جریان خبرها از جنوب به سوی شمال، در حد مطلوبی وجود دارد، اما به طرز چشمگیری، در مقایسه با حجم جریان خبرها از طرف شمال به سوی جنوب، حجم کمتری دارد. علاوه بر این، در مدل شمال - جنوب، جهتی وجود دارد که به آن "جریان مدور" می‌گویند. در این جریان، خبرهایی که خبرنگاران شمال در جنوب گردآوری کرده‌اند، قبل از بازگشت نهایی به رسانه‌های جنوب، برای پردازش و ویراستاری به شمال فرستاده می‌شوند (مولانا، ۱۳۷۱: ۱۹).

پیشینه پژوهش

یافته‌های تحقیق مهدی‌زاده و همکاران (۱۳۹۸) که درباره تحلیل چارچوب خبری سخنرانی رؤسای جمهور ایران و آمریکا، درباره برجام انجام شده، حاکی از آن است که در سخنرانی ترامپ و روحانی، شیوه انتشار اخبار در خبرگزاری ایسنا، فارس و بی‌بی‌سی فارسی، به نسبت

مشابه یکدیگر بوده است و این رسانه‌های خبری و تا حدودی بی‌بی‌سی فارسی علیه سخنرانی ترامپ مطالب خود را منتشر کرده‌اند. در حالی که بیشتر اخبار صدای آمریکا، علیه سخنرانی روحانی پوشش داده شده بود.

زابلی‌زاده (۱۳۹۴) در بررسی رویکرد شبکه تلویزیونی بی‌بی‌سی فارسی، درباره دهمین انتخابات ریاست جمهوری ایران نشان می‌دهد، تلویزیون بی‌بی‌سی فارسی در بیشتر موارد تلاش کرده، رویکردی خنثی در قبال انتخابات ریاست جمهوری ۱۳۸۸ ایران اتخاذ کند و این رویکرد را، با افزایش حجم پوشش خبری صرف و کاهش حجم تفسیرها و تحلیل‌های خود شبکه، در دوره پس از انتخابات تقویت کرده است. در همین زمان، شبکه به طور محسوسی از کارشناسان خود برای اظهار نظر در زمینه انتخابات ایران کاسته و بر کارشناسان مهمان افزوده است. همچنین، استفاده از شهروندخبرنگاران را در دوره پس از انتخابات بسیار جدی‌تر دنبال کرده است. در حقیقت، این شبکه با توسل به این روش‌ها، بدون آنکه با جبهه‌گیری علنی درباره رویدادهای ایران چهره خود را به عنوان یک رسانه مدعی بی‌طرفی خدشه‌دار کند، مواضع خود را با گزینش حرف‌هایی از اظهار نظرهای مخاطبان، شهروند خبرنگاران و کارشناسان دعوت‌شده به برنامه از زبان آنها بیان کرده است.

بر اساس یافته‌های تحقیق رضی و خلیلی (۱۳۹۲)، تارنمای الجزیره در تلاش بوده، در یک چارچوب دفاع از مخالفان دولت اسد و حامیان غربی و منطقه‌ای آنها و مقابله با دولت اسد و حامیان او (به ویژه ایران)، از دولت بشار اسد و حامیانش تصویر منفی و از مخالفان و حامیانشان تصویر مثبت ارائه دهد. این تارنما تلاش کرده، ایران و حزب الله را عامل ناآرامی‌ها و مانع برقراری صلح در منطقه معرفی کند و از اهمیت و اقتدار ایران در حل بحران‌های منطقه‌ای بکاهد. در مقابل، تارنمای پرس تی وی در تلاش بوده، در یک چارچوب دفاع از دولت اسد و مقابله با مخالفان و حامیان غربی و منطقه‌ای آنها، تصویری مثبت از دولت بشار اسد و حامیانش (به ویژه ایران) و تصویری منفی از مخالفان و کشورهای حامی آنها (به ویژه اسرائیل، آمریکا، عربستان و قطر) نشان دهد. این تارنما همواره، بر سیاست‌های اشتباه آمریکا در قبال ایران و برخی کشورهای منطقه مانند عراق و سوریه تأکید داشته و اسرائیل، عربستان و قطر را عاملان اصلی ناآرامی‌ها در سوریه معرفی می‌کند.

بیدگلی (۱۳۹۲) به این نتایج دست یافت که محورهای گفتمانی مربوط به متن اخبار سه تارنمای بی‌بی‌سی فارسی، پرس تی وی و صدای آمریکا درباره وقایع جنبش اشغال وال استریت طی سه ماه مهر، آبان و آذر سال ۱۳۹۰، گویای آن است که متون تارنمای پرس تی وی، آشکارا در تقابل با متون دو تارنمای بی‌بی‌سی فارسی و صدای آمریکا است. به عبارت دیگر، هیچ محور گفتمانی مشترکی بین پرس تی وی و صدای آمریکا و بی‌بی‌سی فارسی دیده نمی‌شود. اما بررسی محورهای گفتمانی بی‌بی‌سی فارسی و صدای آمریکا نشان می‌دهد که محورهای

گفتمانی این دو تارنما شباهت‌های زیادی به یکدیگر دارند. نتایج این تحقیق حاکی است که بی‌بی‌سی فارسی، دیپلماسی رسانه‌ای "ابهام و تحریف"، صدای آمریکا دیپلماسی رسانه‌ای "تقابل و تهاجم" و پرس تی وی، دیپلماسی رسانه‌ای "بحران‌سازی" را در قبال وقایع مورد بررسی در پیش گرفته‌اند.

افخمی و عبدالله (۱۳۸۸) در بررسی نحوه پوشش رویدادهای سیاسی ایران، در سه تارنمای ایرنا، بی‌بی‌سی فارسی و صدای فارسی آمریکا، نشان دادند که هر سه تارنما، مولفه "کی؟ یا چه کسی؟" و ارزش خبری "شهرت" را با برجستگی خاصی مورد تأکید قرار داده‌اند و این مسئله بیانگر "شخص‌گرا" بودن آن‌هاست. همچنین، بیشتر اخبار این سه تارنما، غیر تولیدی است. از نظر موضوعی، مسئله هسته‌ای ایران، کانون توجه اصلی سه تارنمای مورد بررسی بوده است. کولی و هینک^۱ (۲۰۱۸) در تحلیل روایت اخبار ایران، روسیه و چین از آینده افغانستان، با تحلیل الگوهای دائمی نشان دادند: رسانه‌های چینی، روسی و ایرانی به منافع خود در افغانستان، به معنای واقعی سیاسی توجه و بیان می‌کنند که ثبات در افغانستان به حدی است که موجب افزایش نفوذ، وابستگی و تأثیر خودشان، در منطقه می‌شود. سیاست افغانستان، هم از لحاظ تاریخی و هم از نظر دولت ترامپ، بی‌تأثیر نشان داده می‌شود؛ نبود چشم‌انداز بلندمدت یک دولت مستقل و توانمند در افغانستان. ایران بیشتر علاقه‌مند به سرمایه‌گذاری در افغانستان، برای افزایش نفوذ خود و مقابله با منافع ایالات متحده است.

جانستون^۲ (۲۰۱۶) استفاده شبکه بی‌بی‌سی از محتوای کاربر محور در جریان پوشش تحولات جنگ سوریه را تحلیل کرده است. در این پژوهش که از روش‌های کمی و کیفی به صورت همزمان استفاده شده، ۲۷۳ خبر مرتبط با سوریه، که شبکه تلویزیونی بی‌بی‌سی جهانی از سال‌های ۲۰۱۱ تا ۲۰۱۴ منتشر کرده انتخاب و تحلیل شده است. نتایج نشان داد که بی‌بی‌سی در این بازه زمانی، به تناوب از محتوای کاربر محور، در اخبار و گزارش‌های مربوط به سوریه استفاده کرده است، زیرا در این زمان، دسترسی به خبرنگاران حرفه‌ای مقدور نبوده و یا خبرنگاران حاضر در منطقه، به دلایلی امکان برقراری ارتباط و پوشش رویدادها را نداشتند. دغدغه‌های مربوط به صحت محتوای کاربر محور و تحولات نقش خبرنگاران هم از موضوع‌های مورد توجه این پژوهش بوده است.

استلتر^۳ (۲۰۰۹) در پژوهشی که به ارائه قوانین روزنامه‌نگاری در پوشش اخبار ایران پرداخت، اظهار داشت که "بررسی منبع" ممکن است نخستین قانون روزنامه‌نگاری باشد؛ اما در پوشش اعتراض‌های ایران در دوران انتخابات ریاست جمهوری سال ۸۸، برخی سازمان‌های خبری موضع متفاوتی را اتخاذ کرده‌اند: "ابتدا منتشر کنید، بعداً سؤال کنید". اگر هنوز جواب

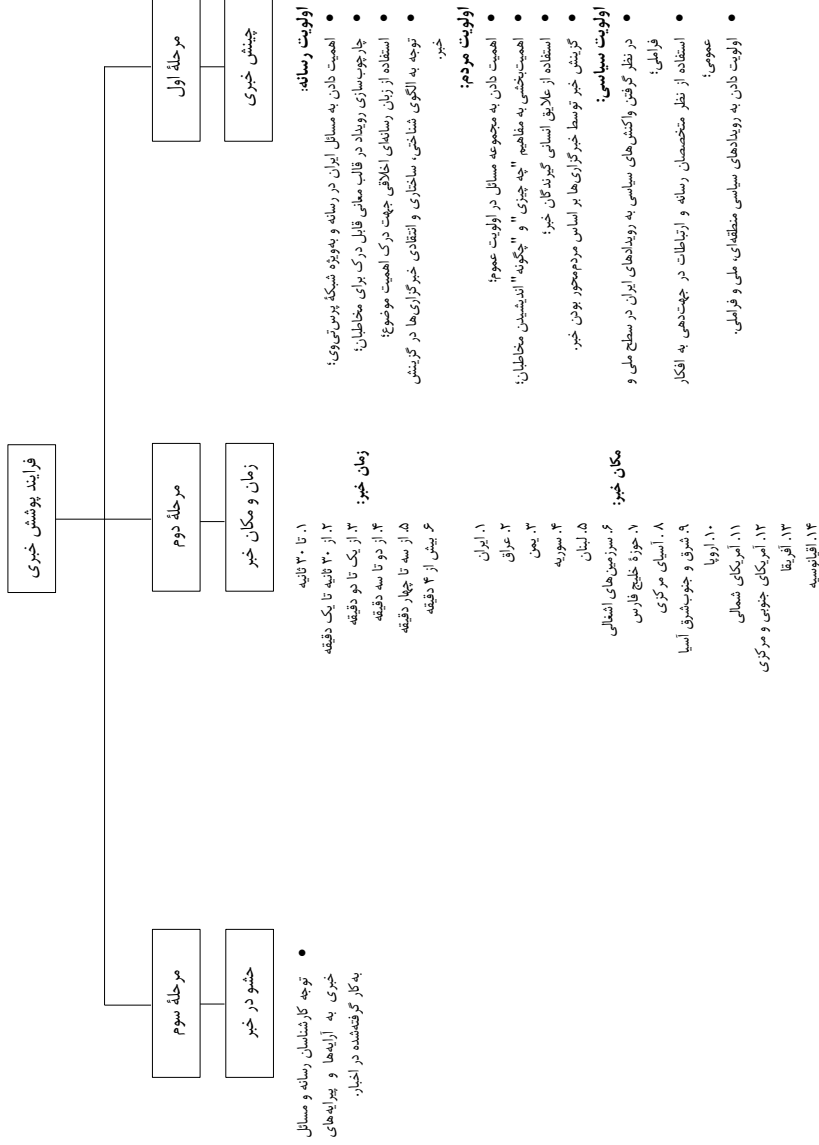
1. Cooley & Hinck
2. Johnston
3. Stelter

را نمی دانید، از خوانندگان خود پرسید. سی ان ان، تعداد زیادی از فیلم های ارسالی ایرانیان را نشان داد، که بیشتر آن ها، به احتمال از معترضانی بود که برای مخالفت با انتخاب دوباره محمود احمدی نژاد در خرداد سال ۸۸ به خیابان ها آمدند. تارنمای های نیویورک تایمز، هافینگتون پست، روزنامه گاردین در لندن و دیگران، وبلاگ های دقیقه به دقیقه با ترکیبی از فیلم های تأیید نشده، پیام های بی نام توئیتر و حساب های متعارف را از تهران منتشر کردند.

و^۱ (۲۰۰۶) در بررسی عوامل تعیین کننده سیستمی در پوشش اخبار بین المللی که به صورت مقایسه ۳۸ کشور انجام شد، نشان داد که عوامل سیستمی شامل صفات ملت ها، میزان تعامل و ارتباط بین ملت ها و تدارکات جمع آوری اخبار است. رگرسیون چندگانه، برای ارزیابی ۹ تعیین کننده سیستماتیک، در هر کشور خاص اجرا شده است. یافته ها نشان داد، ایالات متحده تحت پوشش ترین کشور در جهان بوده است. به رغم برخی تغییرها، حجم تجارت و حضور آژانس های خبری بین المللی، به عنوان پیش بینی کننده های اصلی میزان پوشش خبری شناخته شدند. این مطالعه نتیجه می گیرد که چارچوب پیش بینی پوشش خبری بین المللی، به احتمال در دوران پس از جنگ سرد تغییر کرده است و بنابراین، مشکلات مربوطه باید دوباره بازنگری شوند.

الگوی تئوریک از فرایند پوشش خبری

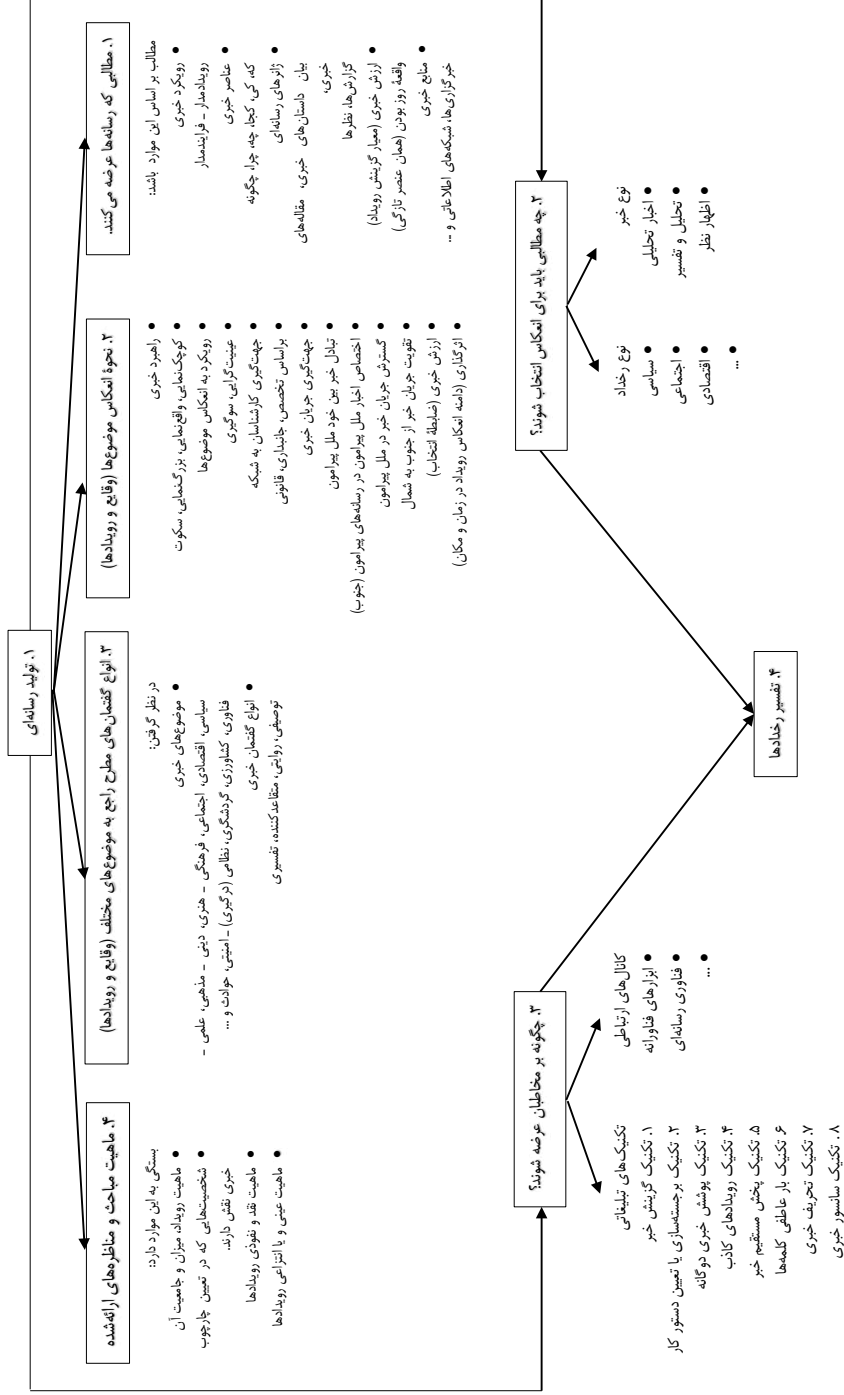
این پژوهش فعالیت های شبکه تلویزیونی بی بی سی ورلد و سی ان ان اینترنشنال را در قالب جنگ نرم می بیند و برای تبیین آن ها با استفاده از تلفیق نظریه های امپریالیسم خبری، برجسته سازی، چارچوب سازی، دروازه بانی خبر، مدل مرکز - پیرامون، و بر اساس مبانی نظری حوزه پوشش خبری، مقوله ها (کدها)ی مربوط به پوشش خبری را استخراج کرده و با استفاده از رویکرد رسانه ای و نیز با بهره گیری از رویکرد شبکه های بی بی سی ورلد و سی ان ان اینترنشنال به اخبار ایران، الگویی مفهومی ارائه می دهد که می تواند مناسب برنامه ریزی رسانه ای در بُعد خبری باشد.



شکل ۱. فرایند پوشش خبری

جدول ۱. مدل تئوریک تحلیلی برای پوشش خبری

مقدمه و هدف	ماهیت رویداد، میزان و جامعیت آن بر پوشش خبری تأثیر می‌گذارد.
ساختار و زمینه	سازمان پوشش اخبار، متخصصان درگیر و زیرساخت‌های موجود، نحوه برنامه‌ریزی و اجرای خبر را به تصویر می‌کشد.
رویکرد خبر	۱. رویداد مدار ۲. فرایند مدار
راهبرد خبر	۱. کوچک‌نمایی ۲. واقع‌نمایی ۳. بزرگ‌نمایی ۴. سکوت
داستان‌گویی اخبار	پوشش خبری رویداد شامل داستان‌های اولیه و موازی است.
جهان‌سازی	دنیای داستانی که اخبار در آن قرار می‌گیرد، باید آنقدر قوی باشد که بتواند از گسترش چند پلتفرم پشتیبانی کند.
محتواسازی	انتخاب خبر چگونه صورت می‌گیرد، محتوا چگونه شکل می‌گیرد، مکان و زمان محتوا چگونه مشخص می‌شود.
شخصیت‌ها	شخصیت‌های دخیل در خبر می‌توانند روزنامه‌نگار، شخصیت اخبار به خودی خود، منابع اطلاعاتی برای گزارش و مخاطبان به عنوان همکار باشند.
جهت‌گیری جریان خبری	حجم تبادل خبر بین مرکز - پیرامون < حجم تبادل خبر بین خود ملل مرکز رویدادهای خبری مرکز < رویدادهای خبری پیرامون خبرهای ملل مرکز سهم عمده‌ای از رویدادهای خارجی را در رسانه‌های پیرامون دارند، اما، خبرهای پیرامون در رسانه‌های مرکز سهم کمتری دارند. جریان خبر در ملل پیرامون ناچیز است یا وجود ندارد. جریان خبر از شمال به جنوب قوی است، اما، جریان خبر از جنوب به شمال ضعیف است.
برنامه‌های افزودنی	اخبار منتشر شده در چندین سیستم عامل رسانه‌ای نباید به‌سادگی محتوای مورد نظر را از رسانه‌ای به رسانه دیگر منتقل یا استفاده دوباره کنند، بلکه باید با بهره‌گیری از بسترهای رسانه‌ای موجود، اخبار را گسترش دهند.
سیستم عامل‌ها و ژانرهای رسانه‌ای	علاوه بر بیان داستان‌های خبری با بیش از یک رسانه، پوشش خبری می‌تواند چندین سبک روزنامه‌نگاری مانند مقاله‌های خبری، گزارش‌ها و نظرها را در بر گیرد.
مخاطب و شبکه (خبر)	محدوده‌سنجی مخاطب برای ارائه مناسب‌تر پوشش خبری بسیار اساسی است.
ارتباطات	رابطه بین خبر و افراد علاقه‌مند به آن، یکی از جنبه‌های اساسی راهبردهای رسانه‌ای است.
زیبایی‌شناسی	عناصر دیداری و شنیداری به پوشش خبری کمک می‌کنند و تجربه کلی رسانه‌های مختلف را که در چندین سیستم عامل رسانه‌ای گسترش یافته، افزایش می‌دهند.
متغیرهای تأثیرگذار بر پوشش خبری	۱. عوامل درون‌رسانه‌ای ۲. عوامل برون‌رسانه‌ای
ارزش خبری	درب‌گیری، شهرت، برخورد، اختلاف و درگیری، استننا و شگفتی، بزرگی و فراوانی تعداد و مقدار
قالب‌های انتشار	۱. خبر ۲. گزارش ۳. مصاحبه ۴. گفت‌وگو یا ارتباط زنده ۵. تلفیقی
عناصر خبری	۱. که ۲. کی ۳. کجا ۴. چه ۵. چرا ۶. چگونه



شکل ۲. مدل تئوریک برای پوشش خبری

روش‌شناسی

این پژوهش از حیث هدف، توصیفی و از نوع پژوهش‌های کاربردی محسوب می‌شود. روش پژوهش با توجه به مفاهیم و مبانی نظری آن، در حوزه رسانه و خبر به صورت اسنادی، به منظور مطالعه نحوه پوشش خبری است. واحد تحلیل، همه بخش‌های خبری، اعم از خبر، گزارش، گفت‌وگو، ارتباط زنده و مصاحبه، و جامعه مورد مطالعه، اخبار پخش شده درباره ایران در سه شبکه پرس تی وی، سی‌ان‌ان اینترنشنال و بی‌بی‌سی ورلد بوده است.

این پژوهش، امپریالیسم رسانه‌ای و نظریه‌هایی را تشریح می‌کند که موضوع نحوه پوشش اخبار کشورهای جهان سوم را تبیین می‌کند. دومین دسته از نظریه‌ها، به نظریه‌های برجسته‌سازی، چارچوب‌سازی، مدل دروازه‌بانی و مدل مرکز-پیرامون مربوط می‌شود که تصویری از نحوه شکل‌گیری پوشش اخبار را، میان گروه‌های مختلف رسانه‌ای نشان می‌دهد. این اطلاعات، چارچوب نظری را برای مفهوم‌پردازی در پژوهش حاضر فراهم آورده است. سپس مفاهیم و کدهای استخراج‌شده از متون مربوط به پوشش اخبار، به نرم‌افزار SPSS منتقل و با توجه به متون نظری دوباره کدگذاری شدند تا مفاهیمی که دامنه پوشش محدودتری دارند، با مفاهیم اصلی‌تر، مرتبط و یکپارچه شوند.

پس از انتخاب کدها یا مقوله‌های محوری، بر اساس سؤال‌های پژوهش، از میان متون به جست‌وجوی شواهد برای آن‌ها پرداخته شد. در این پژوهش، در کنار شبکه پرس تی وی، پوشش اخبار ایران در دو شبکه تلویزیونی بی‌بی‌سی ورلد و سی‌ان‌ان اینترنشنال هم، به عنوان شبکه‌های خبری مطرح از دو کشور انگلیس و آمریکا، انتخاب شده است. محقق بدین منظور، پوشش اخبار ایران را در این سه شبکه در بازه‌ای شش ماهه رصد کرد تا مشخص شود این شبکه‌ها، چه اخباری را از ایران انتخاب، و چگونه و به چه میزان منتشر می‌کنند. پژوهشگر با توجه به ادبیات نظری مربوطه و رویکرد این دو شبکه غربی، و پاسخ‌نخبگان به پرسشنامه، الگویی مناسب برای شبکه پرس تی وی، به منظور مواجهه با خط خبری شبکه‌های مسلط غربی ارائه می‌کند. جدول‌کدنامه نیز با بررسی مطالعه‌های مشابه که از طریق تحلیل محتوا انجام شده بود و همچنین نسبت به سؤال‌های پژوهش حاضر، تهیه شد.

جدول ۲. مفاهیم یا مقوله‌های پژوهش

کد	زیر مقوله	مقوله	عناوین
۱ ۲ ۳ ۱ ۲ ۳ ۴ ۵ ۶	پرس‌تی‌وی بی‌بی‌سی ورلد سی‌ان‌ان اینترنشنال اول دوم سوم چهارم پنجم ششم	چندمین خبر هدلاین	شبکه خبری
۱ ۲	وجود دارد وجود ندارد	اعلام خبر در سرخط بخش خبری	برجسته‌سازی خبر
۱ ۲ ۳	اولویت رسانه اولویت عموم اولویت سیاسی	اولویت در چینش اخبار	
۱ ۲ ۳ ۴ ۵ ۶	تا ۳۰ ثانیه از ۳۰ ثانیه تا یک دقیقه از یک تا دو دقیقه از دو تا سه دقیقه از سه تا چهار دقیقه بیش از ۴ دقیقه	مدت خبر	
۱ ۲ ۳ ۴	محلی ملی منطقه‌ای جهانی	حوزه در برگیری خبر	قالب ارائه خبر
۱ ۲ ۳ ۴ ۵	خبر کوتاه گزارش زنده بسته خبری قطعه سرد صدای گوینده روی تصویر	شيوه ارائه اخبار	
۱ ۲	ساده و صریح پیچیده و مبهم	نحوه ارائه خبر	
۱ ۲ ۳ ۴ ۵ ۶ ۷ ۸ ۹ ۱۰	سابقه یا پیشینه‌نویسی کلی‌بافی اطلاعات سری نقل خبر از منابع مبهم و ناشناخته استناد پیام به منبع مورد وثوق گیرنده پیام استفاده از نخبگان برجسته در رسانه‌ها نزدیکی منبع پیام به مخاطب استفاده از کنایه و اشاره قاطعیت بیان در ارائه اخبار استفاده از علایق انسانی گیرندگان پیام و ...	تاکتیک‌های پوشش خبری	

۱ ۲ ۳ ۴ ۵ ۶	درب‌گیری برخورد شهرت تازگی مجاورت جغرافیایی یا معنوی استثنا و شگفتی	ارزش خبری	جهت‌گیری و ویژگی‌های ساختاری اخبار
۱ ۲ ۳ ۴ ۵ ۶	که کجا کی چه چرا چگونه	عناصر خبری	
۱ ۲	نرم سخت	جنس خبر	
۱ ۲	رویدادمدار فرایندمدار	رویکرد خبری	
۱ ۲ ۳ ۴	کوچک‌نمایی واقع‌نمایی بزرگ‌نمایی سکوت	راهبرد خبری	
۱ ۲ ۳ ۴ ۵	سیاسی فرهنگی فناوری نظامی و امنیتی رخدادی	موضوع خبر	
۱ ۲ ۳ ۴	مثبت منفی خنثی نامشخص	جهت‌گیری خبر	

جدول ۳. مضامین خبری شبکه‌های بی‌بی‌سی ورلد و سی‌ان‌ان اینترنشنال درباره پوشش اخبار ایران از خرداد ۱۳۹۸ تا کنون

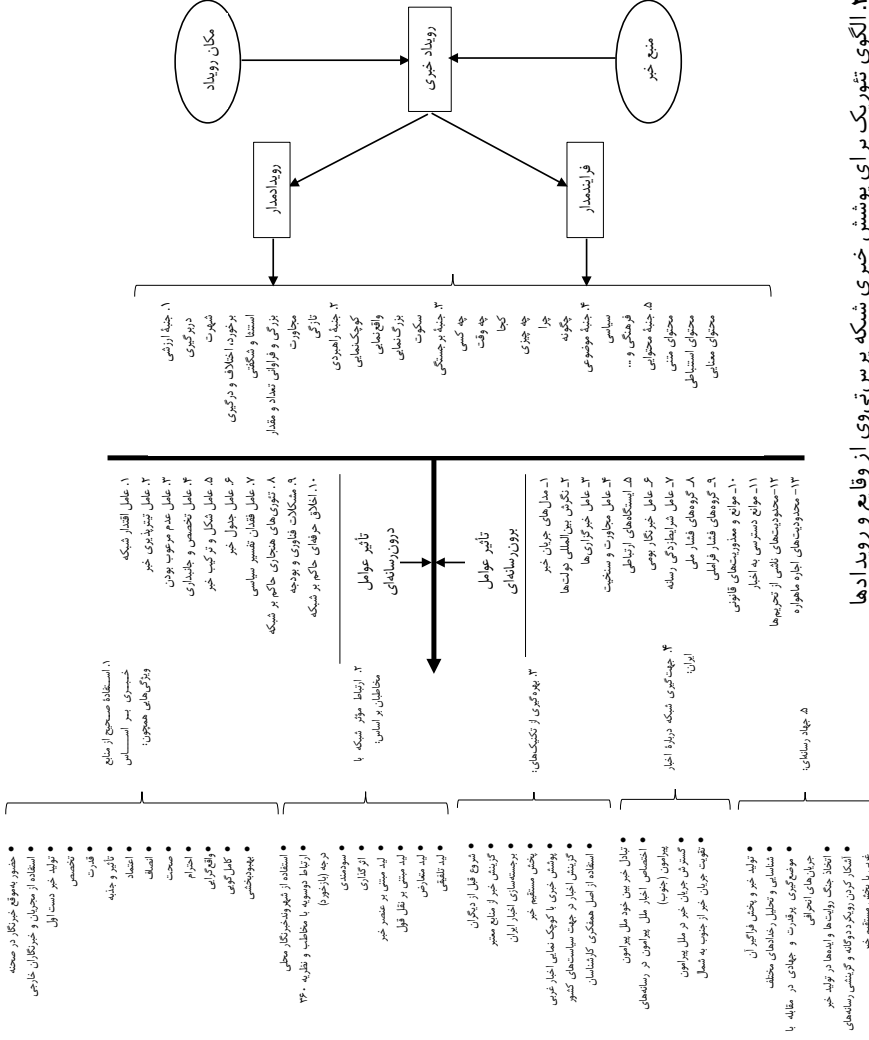
مهم‌ترین رویدادهای مرتبط با ایران از خرداد ۱۳۹۸ تا کنون که شبکه‌های بی‌بی‌سی ورلد، سی‌ان‌ان اینترنشنال آن‌ها را پوشش دادند:	مهم‌ترین رویدادهای مرتبط با ایران از خرداد ۱۳۹۸ تا کنون که شبکه‌های بی‌بی‌سی ورلد، سی‌ان‌ان اینترنشنال آن‌ها را پوشش ندادند:
گفت‌وگوی آمریکا با اعضای ۱+۴ برای اجبار ایران به کاستن فعالیت‌های هسته‌ای	گفت‌وگوی ایران با اعضای ۱+۴ برای بازگشت آمریکا به برجام
تولید واکسن کرونا به وسیله شرکت‌های آمریکایی، چینی و چند شرکت اروپایی	تولید واکسن کرونا از سوی چند شرکت ایرانی
مهاجرت نخبگان ایرانی به خارج از کشور	ساخت ابررایانه سیمرغ به همت نخبگان دانشگاه صنعتی امیرکبیر
شکست پرتاب ماهواره ظفر	تولید ماهواره بر بومی سیمرغ
تخلف ایران در افزایش سطح غنی‌سازی اورانیوم	بهره‌برداری از نسل جدید سانتریفیوژها در نطنز
پوشش معنادار معرفی اسامی نهایی نامزدهای ریاست جمهوری ایران از سوی شورای نگهبان	عدم پابندی بایدن به وعده انتخاباتی اش مبنی بر بازگشت به برجام در صورت پیروز شدن در انتخابات ریاست جمهوری آمریکا
حملات موشکی ایران به پایگاه نظامیان آمریکا (عین الاسد) در عراق	تبعات و آثار حملات موشکی ایران به پایگاه نظامیان آمریکا (عین الاسد) در عراق
سی‌ان‌ان: ایران یک پهباد آمریکایی را بر فراز دریای عمان هدف قرار داده است.	عدم پابندی اروپایی‌ها به تعهدات برجامی‌شان پس از خروج آمریکا از این توافقنامه
سی‌ان‌ان: ایران تهدید کرد از تعهداتش در قبال توافقنامه هسته‌ای بین‌المللی که آمریکا قبلاً از آن خارج شده است، می‌کاهد.	اقدام متقابل ایران در کاهش تعهدات برجامی خود (گام‌های ۶گانه)
سی‌ان‌ان: در گزارشی به بررسی افزایش تنش میان ایران و آمریکا در پی حمله به نفتکش‌ها در خلیج عمان پرداخت.	آغاز تحریم‌های آمریکا علیه ایران (اعمال فشار حداکثری)
سی‌ان‌ان: اعلام کرد ایران تلاش می‌کند با تهدید به کاهش تعهداتش در برجام کشورهای اروپایی، روسیه و چین را تحت فشار قرار دهد تا امتیازات اقتصادی توافق هسته‌ای را برای تهران تضمین کند.	توقیف نفتکش ایرانی در جبل الطارق
ادعای سی‌ان‌ان: تصویربرداری جنگنده آمریکایی از نزدیک شدن قایق‌های ایرانی به نفتکش انگلیسی	توقیف نفتکش انگلیسی در خلیج فارس توسط ایران
عضو دفاع از دموکراسی‌ها در بی‌بی‌سی: ایران از تاکتیک جنگ نیابتی استفاده می‌کند.	میانجی‌گری رئیس‌جمهور فرانسه بین ایران و آمریکا (گفت‌وگوهای چندباره مکرون با سران کشورمان)
ظریف در گفت‌وگو با سی‌ان‌ان: ایران از حملات به تأسیسات نفتی عربستان سودی نمی‌برد.	انتصاب رئیس جدید آژانس بین‌المللی اتمی پس از فوت آمانو

برگزاری مراسم پرشور محرم در کشورهای اسلامی	خبرنگار بی بی سی: ایران در روز قدس قدرت گسترده خود را در بغداد به نمایش گذاشت.
اتهام زدن به ایران درباره حمله به تأسیسات نفتی آرامکو عربستان	بی بی سی: چرمی هانت وزیر خارجه انگلیس می گوید: ایران «تقریباً به طور قطع» عامل حمله به نفتکش هاست.
بزرگترین گردهمایی جهان اسلام در پیاده روی اربعین	بی بی سی: ایران به نیروهای خارجی درباره ورود به منطقه خلیج فارس هشدار داد.
هدف قرار دادن پهپاد آمریکایی توسط سپاه پاسداران	بی بی سی: ایران پرنفوذترین نقش آفرین در خاورمیانه است.
نشست سه جانبه ایران، روسیه و ترکیه در آنکارا درباره تحولات سوریه	بی بی سی: ایران فعلاً نمی خواهد از کارت (گزینه) بستن تنگه هرمز استفاده کند.

یافته های پژوهش

(ارائه الگوی نظری برای پوشش اخبار ایران در شبکه پرس تی وی)

با توجه به نتایج حاصل از بررسی همه آیت های پخش شده درباره ایران در این سه شبکه و جمع آوری نظرهای نخبگان و کارشناسانی که به طور مستمر بیننده شبکه پرس تی وی بودند، الگوی نظری برای پوشش اخبار ایران در شبکه پرس تی وی به صورت این مدل طراحی شده است:



شکل ۳. الگوی تئوریک برای پوشش خبری شبکه پرس تی وی از واقع و رویدادها

نتیجه گیری

اساسی ترین سؤالی که در این پژوهش مطرح شد این است که الگوی مناسب، به منظور پوشش اخبار ایران در شبکه پرس تی وی، به عنوان یک شبکه برون مرزی، چگونه باید باشد؟

چارچوبی که تلویزیون بی بی سی ورلد و سی ان ان اینترنشنال در آن، رویدادهای ایران را، طی خرداد تا آذر سال ۹۸ روایت کرده اند، چارچوب بحران است که می توان آن را با مؤلفه هایی چون اعتراض، عدم پذیرش، سرکوب، خشونت و ... باز شناخت. با این چارچوب و در غیاب رسانه های داخلی منتقد، تلویزیون بی بی سی ورلد و سی ان ان اینترنشنال، در مقطعی از زمان، به ویژه پس از اعتراضات آبان ۹۸، تبدیل به تریبون مخالفان می شود. نکته قابل توجه آن است که شبکه تلویزیونی بی بی سی ورلد در عین حال، سعی در القای بی طرفی و کسب اعتبار برای خود، به عنوان یک شبکه تلویزیونی مستقل دارد. با این رویکرد، این دو شبکه کمتر به مخالفت مستقیم با مواضع نظام جمهوری اسلامی ایران پرداخته و با پخش گزینشی مواضع موافق و مخالف مخاطبان یا کارشناسان دعوت شده به برنامه های خود، وزن دهی بیشتر به اظهارات مخالفان و جهت دهی غیر مستقیم به نفع مخالفان در مجموع محتوای برنامه ها، سعی کرده اند مواضع خود را از زبان کارشناسان و مخاطبان، در قالبی منطقی و باورپذیر انعکاس دهند.

بررسی محتوای اخبار پخش شده درباره ایران از این دو شبکه، در این بازه زمانی، حاکی از آن است که موضع ایران، در برنامه های آنها، به حدی پررنگ می شود که در عمل، خود رویدادها به حاشیه می روند و نوع گفتمان ها به مسئله محوری پوشش خبری این شبکه ها تبدیل می شود. سوال مطرح در این راستا این خواهد بود که آیا این تغییر، اولویت عموم (مردم) است که به اولویت این دو شبکه تبدیل شده، یا اولویت خود شبکه ها است که به مخاطبان القا می شود؟ برای پاسخ به این سؤال، توجه به این امر ضروری است که عینیت، مفهومی نسبی است و شبکه های مورد نظر در این پژوهش، می توانند در پوشش رویدادهای ایران ضمن القای رعایت اصل عینیت و بی طرفی، روایت مختص به خود را نیز از رویدادها ارائه کنند. مضمون اخبار پخش شده از این شبکه ها درباره رویدادهای مربوط به ایران، در جایی ایران را عامل سیاسی موثر در روابط بین المللی برجسته کرده است و در جای دیگر، موضع گیری خشمگینانه از ایران را به مخاطبان نشان می دهد.

در این پژوهش متناسب با موضوع، چارچوب عام، شناسایی و به کار گرفته شد. شاتو اینگار (۲۰۰۵) دو چارچوب رسانه ای عمده را بسط می دهد که آنها را چارچوب های اپیزودیک و تماتیک (رویدادمحور و فرایندمحور) می نامد. چارچوب های اپیزودیک، ارجاع هایی به رویدادهای خبری منفرد هستند، بدون آنکه زمینه و متن وسیع تری پدید بیاورند. در واقع، این نوع چارچوب، تنها نمایش رویدادهای خاص هستند، که بر ویژگی های زمان و مکان تأکید دارد و یک موضوع یا پدیده را از متن جدا می کند و ترجمه ای فردگرایانه را از رویداد، عاری

از هرگونه ارتباط با نظام اقتصادی، سیاسی و اجتماعی ارائه می‌دهد. چارچوب‌های تماتیک، زمینه و متنی اجتماعی برای موضوع‌های و رویدادها فراهم می‌آورند و تأثیرهای مختلفی بر مخاطبان دارند. چارچوب‌های اپیزودیک گرایش به واگذاری مسئولیت به گروه‌ها و یا افراد خاص دارند، در حالی که چارچوب‌های تماتیک، مسئولیت را به نیروهای سیاسی یا اجتماعی نسبت می‌دهند. در واقع، چارچوب‌های خبری تماتیک، بیشتر بر متن و زمینه اجتماعی یک رویداد یا پدیده تأکید دارند و شرایط و نتایج رویداد یا پدیده‌ای را در ارتباط با نظام‌های محیطی، اقتصادی، سیاسی و اجتماعی بیان می‌کنند. وجود چارچوب‌های عام که دستیابی به ویژگی‌های پوشش خبری را در رسانه‌های مختلف امکان‌پذیر ساخته است، می‌تواند به دسته‌بندی داده‌های به دست آمده از پژوهش‌های منفرد و ارائه برخی مفاهیم کلی کمک کند. در پژوهش حاضر، به طور کلی، مبنای اصلی حاکم بر الگوی پوشش اخبار ایران در شبکه پرس تی وی را در این موارد باید جست‌وجو کرد:

۱. شبکه پرس تی وی، در بسیاری از مواقع واکنشی عمل می‌کند؛ یعنی نخست رویدادی اتفاق می‌افتد، سپس این شبکه به زوایای آن حادثه می‌پردازد؛ حال آنکه، این شبکه در بسیاری مواقع باید فعالانه عمل کند و پیش از دیگر رسانه‌ها، به استقبال سوژه‌ها برود. مثل حوادث آبان ۹۸ که رویکرد این شبکه، به جای رویکرد فعالانه، واکنشی بود.

۲. به منظور سرعت بخشیدن به پوشش اخبار، پرس تی وی باید از حضور به موقع خبرنگار خود در صحنه برخوردار باشد و از مزایای خبر دست اول در تولید محتوا - که در جذب مخاطب، نقشی اساسی دارد - استفاده کند. در بسیاری از اخبار حوادث که در کشورمان روی می‌دهد، مثل انفجار در تأسیسات نطنز و ترور شهید فخری زاده، این شبکه، به موقع خبر را منتشر نکرد؛ در حالی که این دو رویداد در کشورمان رخ داد و انتظار می‌رفت، پرس تی وی آن را پیش از رقبای دیگر پوشش دهد. همین تعلل، کار را برای جمع کردن خبر و حواشی پس از آن، برای این رسانه سخت‌تر کرد.

۳. تاکتیک‌های پخش مستقیم خبر، اختصاصی‌سازی، میکروفون فعال، بمباران اطلاعات، شروع قبل از دیگران، موازی‌سازی، صدای مردم و کارشناسان، تقدم و تأخر، حساسیت‌زدایی، قرینه و مقایسه، پوشش دوگانه، عادی‌نمایی، دربانی، رفع تکلیف، نقل قول، محتوا و زمینه، هزینه از سرمایه، هزینه برای سرمایه، بالا بردن توقع، زمان ایمن به کار گرفته شوند.

۴. علل و ریشه‌های وقوع رخداد، نحوه بازنمایی رخداد و درنهایت انعکاس پیامدهای رخدادها و تفسیر رخدادها از سوی کارشناسان و متخصصان حوزه رسانه و خبر و اکاوی شود.

۵. شبکه پرس تی وی می‌تواند با ایجاد ارتباط دوسویه با مخاطب، گرفتن بازخورد از آنان و به کارگیری این نظرها در تکمیل خبر و بازپخش آن، به‌ویژه در پوشش اخبار فرایندمدار. فرایند خبر ۳۶۰ درجه را تکمیل کند که از مزایای رسانه‌های تعاملی است.

۶. با توجه به حضور در صحنه‌های بین‌المللی، شبکه پرس تی وی باید از ظرفیت تهیه‌کنندگان، دبیران، مجریان و خبرنگاران مجرب خارجی بیشتر استفاده کند.
۷. در پیش‌گرفتن رویکرد تلفیقی تحلیل و تفسیر، درباره وقایع و رویدادهایی که از سوی رسانه‌های غربی، به‌ویژه دو شبکه بی‌بی‌سی ورلد و سی‌ان‌ان اینترنت‌شنال مورد توجه قرار نگرفته‌اند.
۸. نواقص اخبار ارائه‌شده درباره ایران را، از این دو شبکه رفع و کامل کند.
۹. با استفاده از تبادل تجربه‌ها، هم‌آموزی، استفاده از تحقیق‌های رسانه‌ای، تسلط بر ابزارها و تاکتیک‌های خبری و آشنایی با علوم دیگر، می‌تواند خبر را مدیریت و تولیدات رسانه‌ای را تحلیل کند.

منابع

- افخمی، حسین و اردشیر زابلی‌زاده. ۱۳۹۲. "استفاده از نظریه چارچوب‌بندی در تبیین اثرات اخبار (مفاهیم و پژوهش‌ها)". فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی. دوره نوزدهم. شماره ۷۴: ۱۲۱ - ۱۴۴.
- افخمی، حسین و علیرضا عبدالله. ۱۳۸۸. "مطالعه تطبیقی ساختار و نحوه پوشش اخبار ایران در تارنما‌های ملی و بین‌المللی (تحلیل محتوای مطاب سیاسی تارنما‌های خبری ایرنا، بی‌بی‌سی فارسی و صدای فارسی آمریکا)". فصلنامه مجله جهانی رسانه. دوره ۴. شماره ۲: ۵۵ - ۷۹.
- امید، احمد. ۱۳۹۸. بازنامی تحولات مرتبط با مناسبات ایران و آمریکا در رسانه‌های بین‌المللی انگلیسی زبان؛ تحلیل محتوای ساختار و نحوه پوشش مطاب خبری و وبسایت‌های سی‌ان‌ان، فاکس نیوز، الجزیره و پرس تی وی در سال ۲۰۱۹. پایان‌نامه کارشناسی ارشد علوم ارتباطات. تهران: دانشگاه علامه طباطبایی.
- آذری، سیدحسین. ۱۳۹۱. "تحلیل گفتمان انتقادی پروپاگاندای بی‌بی‌سی فارسی و صدای آمریکا علیه ایران". فصلنامه مطالعات ماهواره و رسانه‌های جدید. سال اول. شماره ۱: ۸۷ - ۱۲۰.
- بیدگلی، فاضل. ۱۳۹۲. تحلیل گفتمان پوشش خبری وقایع جنبش اشغال وال استریت توسط تارنمای بی‌بی‌سی فارسی و بخش فارسی تارنمای‌های خبری پرس تی وی و صدای آمریکا طی سه ماه مهر، آبان و آذر سال ۱۳۹۰ (۲۰۱۱/۹/۲۳ الی ۲۰۱۱/۱۲/۲۲). پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده صداوسیما جمهوری اسلامی ایران: دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی.
- رضی، حسین و عابد خلیلی. ۱۳۹۲. "مقایسه گفتمان پایگاه‌های الجزیره انگلیسی و پرس تی وی در مورد پوشش خبری درگیری‌های سوریه". فصلنامه مطالعات ماهواره و رسانه‌های جدید، سال دوم. شماره ۴ و ۵: ۴۵ - ۶۹.
- روشندل اربطانی، طاهر؛ علی دیواندری و سارا جانه. ۱۳۹۰. "بررسی اثرات همگرایی بر مدیریت رسانه‌های خبری چاپی مورد مطالعه روزنامه همشهری". فصلنامه مدیریت دولتی، دوره سوم. شماره ۸: ۳۹ - ۵۶.
- زابلی‌زاده، اردشیر. ۱۳۹۳. چارچوب‌بندی، خبر و رسانه. تهران: دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها.
- زابلی‌زاده، اردشیر. ۱۳۹۴. "بررسی رویکرد شبکه تلویزیونی بی‌بی‌سی فارسی درباره دهمین انتخابات ریاست جمهوری ایران". فصلنامه جستارهای سیاسی معاصر، سال ششم. شماره ۴: ۱۲۳ - ۱۴۶.
- سیلیان اردستانی، حسن. ۱۳۸۲. شیوه‌های تحلیل پوشش خبری. اداره کل آموزش و پژوهش معاونت سیاسی، سازمان صداوسیما، شماره ۱۳۸۳.
- سلطانی‌فر، محمد و شهناز هاشمی. ۱۳۸۲. پوشش خبری. تهران: سیما شرق.

سورین، ورنر جوزف و جیمز تانکاردر. ۱۳۹۷. نظریه‌های ارتباطات. ترجمه علیرضا دهقان. چاپ ششم. تهران: دانشگاه تهران.

سولیوان، تام او؛ جان هارتلی؛ دانی ساندرز و جان فیسک. ۱۳۸۵. مفاهیم کلیدی ارتباطات. ترجمه میرحسن رئیس‌زاده. تهران: فصل نو.

شکرخواه، یونس. ۱۳۸۸. خبر. چاپ یازدهم. تهران: مرکز مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
شمس، مرتضی؛ محمدرضی میناوند و شهاب‌الدین صبوری. ۱۳۹۸. "نحوه پوشش خبری بحران در خبر تلویزیونی صداوسیما (مطالعه موردی: بحران پلاسکو در شبکه خبر)". فصلنامه رسانه. سال سی‌ام، شماره ۴: ۲۹-۴۸.
مک‌کوایل، دنیس. ۱۳۸۸. درآمدی بر نظریه‌های ارتباط جمعی. ترجمه: پرویز اجلالی. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.

مولانا، حمید. ۱۳۷۱. جریان بین‌المللی ارتباطات. ترجمه یونس شکرخواه. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.

مهدی‌زاده، سیدمحمد. ۱۳۹۳. نظریه‌های رسانه اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی. تهران: انتشارات همشهری.

مهدی‌زاده، سیدمحمد؛ مهدخت بروجردی علوی و سیدمحسن عسگرزاده. ۱۳۹۸. "چارچوب‌سازی رویدادهای خبری توسط خبرگزاری‌ها در پیام‌رسان تلگرام: تحلیل چارچوب خبری نطق روسای جمهور ایران و آمریکا در مورد برجام". فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین. سال پنجم. شماره ۱۹: ۳۵-۶۰.

نصراللهی کاسمانی، اکبر. ۱۳۹۷. راهنمای پوشش خبری در رسانه‌ها. چاپ دوم. تهران: موسسه خبرگزاری فارس.
نصراللهی کاسمانی، اکبر. ۱۳۹۱. "چگونگی مدیریت بحران به وسیله رسانه و عوامل مؤثر بر کارکرد آن". فصلنامه رسانه دوره بیست و سوم، شماره ۱: ۱۴۹-۱۶۴.

ویندال، سنون؛ بنو سیگنایزر و جین واولسون. ۱۳۹۷. کاربرد نظریه‌های ارتباطات. ترجمه علیرضا دهقان. تهران: شرکت انتشارات علمی و فرهنگی.

Aday, Sean & Livingston, Steven. 2009. "NGOs as intelligence agencies: The empowerment of transnational advocacy networks and the media by commercial remote sensing in the case of the Iranian nuclear program". *Geoforum*, 40: 514-522.

Ahern, K. R., & Sosyura, D. 2015. "Rumor has it: Sensationalism in financial media". *Review of Financial Studies*, 28: 2050-2093.

Barzilai-Nahon, Karine. 2008. "Toward a Theory of Network Gatekeeping: A Framework for Exploring Information Control". *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 59(9).

Berger, Chaffee. 1987. *Social Meanings of News. In Handbook of Communications Science. by James. Ettema, Charles Whitney & Daniel Wackman. Berkowitz.*

Bruns, A. 2018. *Gatewatching and News Curation: Journalism, Social Media, and the Public Sphere.* New York: Peter Lang.

Carducci, Annalaura., Alfani, Simona., Sassi, Manuela., Cinini, Alessandra., & Calamusa, Andrea. 2011. "Mass media health information: Quantitative and qualitative analysis of daily press coverage and its relation with public perceptions". *Patient Education and Counseling*, 82: 475-478.

Cooley, S.C. & Hinck, R.S. 2018. Media Narrative Analysis: Iranian, Russian, and Chinese News Coverage of the Future of Afghanistan. *NSI*.

Core, J.E., Guay, W., & Larcker, D.F. 2008. "The power of the pen and executive compensation". *Journal of Financial Economics*, 88: 1-25.

Dearing, L.W.A. & Rogers, M.E. 1992. *Communication Concepts: Agenda Setting.* Thousand Oaks, Sage.

Dyck, A., & Zingales, L. 2002. "The corporate governance role of the media. Working Paper". *Harvard*

- Business School*, University of Chicago.
- Fuchs, Christian. 2010. "New imperialism: Information and media imperialism?". *Global Media and Communication*, Vol.6(1).
- Hassan, Mohamed Morsy & Elmasry, Mohamad Hamas. 2018. "Convergence Between Platforms in the Newsroom: An applied study of Al-Jazeera Mubasher". *Journalism Practice*, (4), 476-492.
- Jensen, M. 1979. "Toward a theory of the press". In K. Brunner (Ed). *Economics social institutions*, Vol.1: 267-287.
- Johnston, Lisette May. 2016. Reporting the Syria conflict on television (2011-2014): How the use of user generated content (UGC) has shaped BBC World News TV coverage and affected journalistic practices. Doctoral Thesis. City University London, Department of Journalism.
- Li, Jiali., & Dong, Yu. 2016. *Ensuring Effective News Coverage in Disasters: A Study of News Coverage Capability in China*. Published online in Wiley Online Library.
- Miller, G.S. 2006. "The press as a watchdog for accounting fraud". *Journal of Accounting Research*, 44: 1001-1033.
- Osakue, Stevenson Omoera., & Ibagere, Elo. 2010. "Revisiting Media Imperialism: A Review of the Nigerian Television Experience". *The International Journal of Research and Review*, Vol.5.
- Rai, Mughda., & Cottle, Simon. 2007. "Global Mediations. On the Changing Ecology of Satellite Television News". *Global Media and Communication*, 3(1): 51-78.
- Ruigrok, N. & Atteveldt, W.V. 2007. "Global Angling with a Local Angle: How U.S., British, and Dutch newspapers / Frame Global and Local Terrorist Attacks". In *Press/Politics*. Vol.12, No.1:68-90.
- Scheufele, D. A. & Tewksbury, D. 2006. "Framing, agenda setting, and priming: The evolution of three media effects models". *Journal of communication*, 57(1).
- Scheufele, D.A. 1999. "Framing as a Theory of Media Effects". In *Journal of Communication*, Vol.49, No.1:103-122.
- Shoemaker, P. & Vos, T. 2009. *Gatekeeping Theory*. New York: Routledge.
- Stelter, Brian. 2009. "Journalism Rules Are Bent in News Coverage From Iran". *The Washington, D.C., Pro chapter of the Society of Professional Journalists*.
- Tsilieponis, Nikolaos., Stathopoulos, Konstantinos., & Walker, Martin. 2020. "Do corporate press releases drive media coverage?". *The British Accounting Review*, 52.
- Wu, HD. 2006. "Systemic determinants of international news coverage: a comparison of 38 countries". *Wiley Online Library, Journal of Communication*, Vol.50, Issue.2.