

بررسی تطبیقی ساختار مطالب نشریه‌های ایران و آمریکا درباره جنگ دوم نیروهای ائتلاف علیه عراق

دکتر علی اصغر کیا*

حسین زارعی**

تاریخ دریافت: ۸۶/۲/۲۵

تاریخ پذیرش: ۸۶/۹/۲۵

چکیده

مقاله حاضر، خلاصه‌ای از پایان نامه کارشناسی ارشد است^(۱) که در آن، نشریه‌های ایران و آمریکا به روش تحلیل محتوا مورد بررسی قرار گرفته است. هدف اصلی پژوهش، شناخت ساختار و شیوه انعکاس رویدادهای عراق به لحاظ بی طرفی یا جانبداری در اوایه اخبار و بررسی هم‌سویی یا عدم هم‌سویی این نشریه‌ها با دیدگاه سیاسی حاکم در کشور متبوع خود است.

* استادیار و مدیر گروه ارتباطات اجتماعی ** کارشناس ارشد ارتباطات اجتماعی

۱- بررسی تطبیقی ساختار مطالب نشریه‌های ایران و آمریکا درباره وقایع عراق: تحلیل محتوای کیهان، شرق، تایم و نیوزویک. تهران: دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی، ۱۳۸۴ (استاد راهنما: دکتر علی اصغر کیا)

بدین منظور، تمام مطالب مربوط به حوادث عراق از زمان انتقال قدرت به دولت موقت در طول دو ماه، یعنی از ۱۱ تیر ۱۳۸۳ تا ۱۱ شهریور ۱۳۸۳ (اول جولای ۲۰۰۴ تا اول سپتامبر ۲۰۰۴) در کلیه شماره‌های تایم و نیوزویک (از آمریکا) و کیهان و شرق (از ایران) مورد بررسی قرار گرفته است.

حوادث ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ در آمریکا و حمله این کشور به افغانستان و عراق، نقش رسانه‌ها و از جمله مطبوعات را در انعکاس وقایع و ارایه اطلاعات، از یک سو و کنترل افکار عمومی، یا به گفته "ادوارد ال برنیز"، «مهندسی رضایت»، در هم سویی با اقدامات سیاسی و نظامی دولت‌ها را از سوی دیگر، مشخص تر نمود.

مطبوعات دو کشور ایران و آمریکا نیز هر کدام از دیدگاه خود به ارایه اطلاعات در مورد وقایع مذکور پرداختند. حمله نیروهای ائتلاف به عراق در ۲۰ مارس ۲۰۰۳ و سرنگونی حکومت صدام حسین، یکی از این حوادث بود که در مطبوعات دو کشور بازتاب‌های مختلفی داشت.

نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که روزنامه کیهان و هفته نامه نیوزویک، در موارد مختلفی نزدیک به هم عمل کرده‌اند. به عنوان مثال، در مواردی مانند جهت‌گیری منفی در تیترو لید، استفاده از تیترهای افشایی، استفاده از صفات ارزشی در تیترو گرایش به تنش‌زایی و ارایه رویکردی معیوس‌کننده و بدبینانه، درصدهای بالاتری در مقایسه با شرق و تایم داشته‌اند. اگر چه میزان هماهنگی یا هم سویی کیهان با دیدگاه سیاسی حاکم در ایران، به مراتب بیش‌تر از هماهنگی یا هم سویی نیوزویک با دیدگاه سیاسی حاکم در آمریکا بوده است.

واژه‌های کلیدی: جنگ، عراق، آمریکا، ایران، کیهان، شرق، تایم، نیوزویک

اهمیت و ضرورت تحقیق

این تحقیق می‌تواند از سه جنبه دارای اهمیت باشد:

- ۱) آگاهی یافتن نسبت به جهت‌گیری‌های خاص مطبوعات ایران و آمریکا و هماهنگی یا عدم هماهنگی آنان با سیاست خارجی کشور متبوع خود.
- باید گفت که رابطه بین سیاست و رسانه‌ها، رابطه‌ای دوسویه است. یک موضوع سیاسی،

بدون حضور رسانه‌ها ممکن است اصلاً مطرح نشود. در هر بحران سیاسی بین‌المللی، تا زمانی که رسانه‌های خبری آن را به تصویر نکشند، دیپلمات‌ها چندان بدان نمی‌پردازند. از این رو، بررسی چگونگی هماهنگی مطبوعات دو کشور ایران و آمریکا با سیاست خارجی کشور متبوع خود، می‌تواند روشن‌کننده بسیاری از مطالب در مورد شیوه عمل مطبوعات باشد.

۲) بررسی تطبیقی الگوهای خبری متفاوت در جهان.

به نظر می‌رسد لازم است در قالب یک تحقیق علمی، عملکرد نشریه‌های آمریکایی به عنوان غول‌های رسانه‌ای بین‌المللی و مطبوعات ایران به عنوان رسانه‌های یک کشور جهان‌سومی و در نتیجه «الگوی خبری غرب»^(۱) با پس‌زمینه «جریان آزاد اطلاعات» از یک سو و «الگوی روزنامه‌نگاری توسعه» یا ذهنیت ارایه «اخبار مثبت داخلی» و «اخبار منفی خارجی» از سوی دیگر، به صورت تطبیقی مورد بررسی قرار گیرد.

۳) فزاینده‌تر شدن شیوه‌های تحقیقاتی موجود در ایران پیرامون رسانه‌ها و تلاش برای شناخت هر چه بیشتر رسانه‌های بین‌المللی، فارغ از نوع نگاه بدبینانه غالب نسبت به رسانه‌های خارجی و به ویژه آمریکایی در داخل ایران.

واقعیت این است که در داخل ایران، چندان رغبتی به شناخت رسانه‌های آمریکایی وجود ندارد و اگر هم چنین اراده‌ای باشد، پیشاپیش مبتنی بر دیدگاهی منفی و بدبینانه است. از این رو، شناخت رسانه‌های این کشور و بررسی تطبیقی عملکرد آن‌ها نسبت به رسانه‌های ایران در ارایه رویدادهای واحد، می‌تواند افق‌های گسترده‌ای را پیش روی پژوهشگران و دانشگاهیان بگشاید.

طرح مسأله

حمله آمریکا و متحدانش به عراق و تغییر حکومت این کشور، یکی از وقایع مهم سال‌های آغازین قرن بیست و یکم بود. رژیم دیکتاتوری صدام حسین در عراق که زمانی در اوج قدرت نظامی و اقتصادی بود، با حمله به کویت و اعمال تحریم‌های اقتصادی بر علیه آن، به کشوری

ضعیف تبدیل شد. در داخل عراق، مشکلات اقتصادی و اجتماعی به دلیل تحریم‌ها از یک سو و اقدامات سرکوب‌کننده دولت صدام حسین از سوی دیگر، مردم عراق را به شدت از حاکمیت متنفر کرده بود و امید آنان به دلیل خفقان داخلی،؟؟؟ به؟ منجی خارجی بود. در خارج از عراق، کشورهای بزرگ غربی از جمله آمریکا، حکومت عراق را یکی از دشمنان خود می‌دیدند که لازم بود تغییر کند.

حکومت عراق با حمله نیروهای ائتلاف، در مدت بسیار کوتاهی، سرنگون و همانند افغانستان، به دست دولت موقت سپرده شد. در این میان، رسانه‌های جمعی کشورهای مختلف جهان، از جمله رسانه‌های ایران و آمریکا، از همان آغاز حمله به عراق و برخورد اولین موشک به بغداد در ساعت ۵:۳۰ بامداد روز ۲۰ مارس سال ۲۰۰۳، موضع‌گیری‌های متفاوتی را در قبال این جریان اعمال کردند که به نوعی بیانگر دیدگاه سیاسی حاکم بود. سیاستی که در آمریکا بر مبنای دکترین «دفاع پیش‌گیرانه» و مبارزه با تروریسم اسلامی دنبال می‌شد، نمایان‌گر رویکرد بین‌المللی‌گرایی نومحافظه‌کاران جمهوری خواه حاکم بر کاخ سفید بود و در ایران، سیاست خارجی حاکم در قبال تحولات عراق، از طرف اصلاح‌طلبان وزارت امور خارجه، تحت عنوان «بی‌طرفی فعال» اعلام شده بود؛ اگر چه این سیاست، در عمل اتفاق نیفتاد.

شناخت چگونگی عملکرد مطبوعات دو کشور ایران و آمریکا در ارتباط با سیر تحولات عراق، چگونگی تأثیرپذیری آنان از دولت مردان خود را مشخص‌تر خواهد نمود.

از زمان انقلاب اسلامی سال ۱۳۵۷ در ایران که روابط این کشور با ایالات متحده آمریکا به طور کامل قطع شد، همواره رسانه‌های دو کشور، سیاست‌های دولت‌های یکدیگر را مورد انتقاد قرار داده‌اند و با دیدی منفی، منعکس کرده‌اند. حمله آمریکا و متحدانش به عراق نیز یکی از این موارد بود که در رسانه‌های ایران به عنوان اقدامی غیرقانونی و اشغال‌گرانه بازتاب یافت؛ در حالی که اکثر رسانه‌های آمریکایی، آن را اقدامی در جهت مبارزه با تروریسم و افزایش امنیت بین‌المللی می‌دانستند.

درگیری آمریکا در جریان تحولات عراق و تأثیر آن در داخل آمریکا، چه به لحاظ اقتصادی و اجتماعی و چه از بعد امنیتی، باعث شده است تا مطبوعات و دیگر رسانه‌های این کشور به شدت به پوشش خبری این حوادث و پی‌گیری آن بپردازند. بررسی نشریه‌های آمریکا در جریان این حوادث می‌تواند کارکرد رسانه‌ای آن‌ها را مشخص سازد. در پژوهش حاضر، سعی شده

است تا ساختار محتوایی و مطالب هفته نامه‌های «تایم» و «نیوزویک» از آمریکا و روزنامه‌های «کیهان» و «شرق» از ایران در قبال حوادث عراق، پس از حمله نیروهای ائتلاف به این کشور و سرنگونی حکومت صدام حسین، با روش تحلیل محتوا مورد بررسی قرار گیرد.

در این جا به دنبال یافتن پاسخ برای چندین پرسش مهم و از جمله این پرسش کلیدی خواهیم بود که آیا نشریه‌های ایران و آمریکا، با توجه به روابط تیره بین دو کشور، در انعکاس حوادث عراق پس از حمله نیروهای ائتلاف و سرنگونی حکومت صدام حسین، به ویژه از مقطع زمانی اعلام شده توسط مقامات امریکایی برای انتقال قدرت به عراقی‌ها (اول جولای ۲۰۰۴) به بعد، در جهت هدایت افکار عمومی با اعمال شیوه‌های تبلیغاتی یا پروپاگاندا، هم‌سو با سیاست‌های دولت متبوع خود عمل کرده‌اند یا به اصل بی طرفی، پای‌بند بوده‌اند؟

چارچوب نظری

انتقال پیام در وسایل ارتباط جمعی، به شدت تحت تأثیر فرایندی با نام «دروازه‌بانی»^(۱) (دروازه‌بانی خبر) است. هر رویداد در طول مسیر تبدیل شدن به خبر، از دروازه‌های متعددی می‌گذرد تا سرانجام به دست دروازه‌بان یا گزینش‌گر نهایی برسد. دروازه‌بانان درون رسانه، یعنی خبرنگاران، دبیران سرویس‌ها، سردبیران، نسخه‌خوانان، مترجمان، نویسندگان و بسیاری عوامل دیگر، هر کدام به نوبه خود اقدام به گزینش‌گری می‌کنند و سرانجام آن چه در دسترس مخاطب قرار می‌گیرد، خبر و پیامی است که با گذر از فیلترهای متعدد به صورت تصویری از رویداد - و نه خود رویداد - منعکس شده است.

موضوع دروازه‌بانی خبر، از همان آغاز ایجاد خبر و پایه‌پای آن، مطرح بوده است. اما «کورت لوین»^(۲) اولین کسی بود که این مقوله را تدوین کرد و به آن وجه علمی بخشید. او در مقاله‌ای تحت عنوان «مجارای زندگی گروهی»^(۳) به بررسی تصمیم‌های خانم‌های خانه‌دار در مورد خرید مواد غذایی پرداخت و آن را با جریان خبر در وسایل ارتباط جمعی، مقایسه کرد و این نکته را مطرح ساخت که «مناطق دروازه»^(۴) است که تصمیم برای عبور اطلاعات گرفته

1- Gatekeeping

3- Channels of Group life

2- Kurt Lewin

4- Gate Areas

است» (شکرخواه، ۱۳۷۴: ۹۰).

در مورد مفاهیم دوره‌بانی و دوره‌بانی، تعاریف متعددی ارائه شده است. دکتر نعیم بدیعی، «دوره‌بان» را چنین تعریف می‌کند: «... کسانی که در تحریریه رسانه‌های خبری در فرایند تهیه، گزینش و ارائه پیام‌های خبری فعالیت دارند...». (بدیعی و قندی، ۱۳۷۸: ۳۹) و یونس شکرخواه، ضمن بررسی مدل دوره‌بانی وستلی و مک لین می‌گوید: «واژه دوره‌بان به کسانی اطلاق می‌شود که عملاً در مورد درج و پخش خبرها و یا کنار گذاشتن آن‌ها تصمیم می‌گیرند». (شکرخواه، ۱۳۷۴: ۹۴) در مجموع نمی‌توان نقش هر رسانه و یکایک دست‌اندرکاران آن را در فرایند دوره‌بانی خبر انکار کرد. همیشه افرادی هستند که آگاهانه و با راهبردها و سیاست‌های مدون، تحت تأثیر عوامل درون سازمانی و برون سازمانی، امکان یا عدم امکان انتشار و درج خبر یک رویداد و کمیت و کیفیت آن را در رسانه‌های نوشتاری، دیداری و شنیداری تعیین می‌کنند.

همچنین باید به فرضیه «برجسته‌سازی»^(۱) اشاره کرد که از اوایل دهه ۱۹۷۰، به دنبال تحقیقات پژوهشگران و عدم موافقت آن‌ها با الگوی تأثیرات محدود رسانه‌ها و نظریه مسلط مطرح شد و از آن زمان به عنوان یکی از مفاهیم اصلی در ارتباطات مورد توجه قرار گرفت. اگر چه تا قبل از این زمان نیز برخی از دانشمندان مانند «نورتن لانگ»، «کورت لنگ»، «اینگل لنگ» و «برنارد کوهن» اندیشه‌هایی شبیه به فرضیه برجسته‌سازی ارائه کرده بودند، اما اولین مطالعه میدانی در این زمینه، در سال ۱۹۷۲ توسط «ماکسول مک کومز»^(۲) «دونالد شاو»^(۳) در مورد تأثیر رسانه‌ها بر روند انتخابات ریاست جمهوری آمریکا انجام شد. «آنان در این پژوهش ضمن مصاحبه با ۱۰۰ نفر از رأی‌دهندگان بازنده مرکز کارولینای شمالی در رابطه با ماهیت تصوراتشان راجع به مسایل برجسته در انتخابات و با رجوع به مسایل پوشش خبری، همزمان کار تحلیل محتوای مصاحبه‌ها را انجام دادند. حاصل کار وجود یک رابطه معنی‌دار بین برجسته‌سازی عقاید مردم توسط رسانه‌ها و عملکرد رأی‌دهی آن‌ها بود.» (شرام، ۱۳۸۱: ۳۰۲)

1- Agenda Setting

2- Maxwell McCombs

3- Donald Shaw

در سال ۱۹۸۸ دو پژوهشگر دیگر با نام‌های «راجرز»^(۱) و «دیرینگ»^(۲) تحت تأثیر دیدگاه «مانهایم» در مورد وجود سه اولویت رسانه‌ها، عموم و سیاسی در فرایند برجسته‌سازی، الگویی ارائه کردند که بر اساس آن به ترتیب اولویت رسانه‌ها، اولویت عموم را تعیین می‌کند و اولویت عموم نیز، اولویت سیاسی را تحت تأثیر قرار می‌دهد؛ ضمن این که پارامترهایی مانند تجارب افراد، ارتباطات میان فردی و شاخص‌های جهان واقعی، بر هر سه اولویت اثر می‌گذارند. آن‌ها همچنین تعریفی کامل از برجسته‌سازی مطرح کردند: «برجسته‌سازی فراگردی است که بواسطه آن، رسانه‌های جمعی، اهمیت نسبی موضوعات و تأثیرات گوناگون را به مخاطب منتقل می‌کنند» (سورین و تانکارد، ۱۳۸۱: ۳۵۳).

روش شناسی پژوهش

روش تحقیق و واحد تحلیل

این پژوهش به روش تحلیل محتوا انجام شده است و واحد تحلیل عبارت است از تمام مطالب مربوط به عراق و حوادث این کشور، اعم از خبر، گزارش، عکس، مقاله، تفسیر و غیره از رو تیترو تا پاراگراف آخر.

جامعه آماری و روش نمونه‌گیری

در پژوهش حاضر، جامعه آماری کلیه شماره‌های نشریه‌های تایم، نیوزویک، کیهان و شرق است که تمام مطالب مربوط به حوادث عراق از زمان انتقال قدرت به دولت موقت در طول دو ماه، یعنی از ۱۱ تیر ۱۳۸۳ تا ۱۱ شهریور ۱۳۸۳ (اول جولای ۲۰۰۴ تا اول سپتامبر ۲۰۰۴) مورد بررسی قرار گرفته است و برای به حد نصاب رسیدن تعداد واحدهای تحلیل، از کل شماری استفاده شده و نمونه‌گیری به عمل نیامده است.

جمع‌آوری داده‌ها و آزمون آماری

مطالب مربوطه در نشریه‌های هدف بر اساس دستورالعمل مورد نظر، کد گذاری شد و پس از ثبت داده‌ها در برگه‌های مخصوص، اطلاعات حاصله وارد کامپیوتر گردید و با استفاده از نرم‌افزار SPSS که ویژه آزمون‌های آماری در حوزه علوم اجتماعی است، مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

تعاریف عملیاتی متغیرها

متغیر وابسته، ساختار مطالب مربوط به حوادث عراق در نشریه‌های ایران و آمریکا در طول دو ماه پس از انتقال قدرت به عراقی‌هاست که متغیرهای مستقل مربوطه نیز به شرح زیر است:

الف) نوع جهت‌گیری در تیترو لید: این متغیر در برگیرنده کلمات یا صفات دارای بار ارزشی در تیترو لید است که به سه شکل اندازه‌گیری شده است:

۱- مثبت: زمانی که از کلمات یا صفات ارزشی مثبت استفاده شده است.

۲- منفی: زمانی که از کلمات یا صفات ارزشی منفی استفاده شده است.

۳- خنثی: مواردی که از کلمات و صفات ارزشی استفاده نشده است.

ب) ارزش خبری مورد استفاده در لید: این متغیر با استفاده از ۷ معیار شناخته شده ارزش خبری در روزنامه‌نگاری، اندازه‌گیری شده است:

۱- دربرگیری: وقتی رویدادی دارای ارزش خبری مذکور است که بر شمار زیادی از افراد جامعه در زمان حال و آینده، به صورت مثبت یا منفی تأثیرگذار باشد.

۲- شهرت: اشخاص حقیقی، حقوقی، اشیاء و نهادهای شناخته شده، دارای ارزش خبری شهرت هستند.

۳- تازگی: رویدادی دارای ارزش خبری تازگی است که خبر آن با فاصله اندکی از وقوع حادثه، منتشر شده و در اختیار مخاطب قرار گرفته باشد.

۴- استثناء و شگفتی: این ارزش خبری، غیرعادی، عجیب یا استثنایی بودن رخدادی را بیان می‌کند.

۵- برخورد، اختلاف و درگیری: این گونه رویدادها حاوی اختلاف، درگیری و برخوردهای فیزیکی یا ایدئولوژیکی میان افراد، گروه‌ها و ملت‌ها و حوادث مختلف طبیعی و غیرطبیعی در

جهان است.

۶- مجاورت: ارزش خبری مجاورت در بردارنده دو شکل جغرافیایی و معنوی است و می‌توان گفت که میان بعد مسافت و ارزش خبری، رابطه معکوس وجود دارد.

۷- بزرگی و فراوانی: این ارزش خبری که بر فراوانی و بزرگی تعداد و مقدار دلالت دارد، عمدتاً در قالب اعداد و ارقام بیان می‌شود.

ج) نوع تصویر ارایه شده از وضعیت عراق: این متغیر در برگرنده نوع تصویری است که از شرایط و اوضاع حاکم بر عراق از جنبه‌های مختلف اجتماعی، سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و... توسط نشریه ارایه شده است و به سه شکل اندازه‌گیری می‌شود:

۱- باثبات: هنگامی که مطلب، عراق را کشوری آرام، قانونمند و بدون مشکلات بزرگ و فزاینده ترسیم و تصویر می‌کند.

۲- بی‌ثبات: هنگامی که مطلب، عراق را همراه با تنش، اغتشاش و برخورد معرفی می‌کند و اوضاع آن را ناپایدار و بی‌ثبات ترسیم می‌کند.

۳- خنثی: مطلبی که در هیچ یک از موارد فوق نمی‌گنجد.

د) هماهنگی یا هم‌سوئی مطلب با دیدگاه سیاسی حاکم: این متغیر در برگرنده هماهنگی، هم‌سوئی، جانب‌داری و یا مخالفت و عدم هم‌سوئی مطلب نشریه با دیدگاه دولت حاکم در کشور محل انتشار نشریه است. دیدگاه سیاسی حاکم، بر اساس بیانیه‌ها، اطلاعیه‌ها و مواضع رسمی اتخاذ شده دولت در دو کشور ایران و آمریکا مورد توجه است. سیاست دولت ایران در قبال تحولات عراق و حمله نیروهای ائتلاف به این کشور، از طرف وزارت امور خارجه، «بی‌طرفی فعال» اعلام شد و سیاست خارجی آمریکا بر مبنای دکترین «دفاع پیش‌گیرانه» مورد نظر نومحافظه‌کاران جمهوری خواه حاکم بر کاخ سفید، سیاست بین‌المللی‌گرایی بود.

یافته‌های پژوهش

بر اساس جدول ۱، روزنامه شرق با ۳۰/۸ درصد، بیش‌ترین درصد فراوانی را به خود اختصاص داده است. پس از آن، کیهان با ۲۶/۹ درصد، نیوزویک با ۲۱/۹ درصد و تایم با ۲۰/۴ درصد به ترتیب در مراحل بعدی قرار دارند.

جدول ۱- تعداد و درصد نشریه‌ها

نام نشریه	تعداد	درصد
کیهان	۱۱۲	۲۶/۹
شرق	۱۲۸	۳۰/۸
تایم	۸۵	۲۰/۴
نیوزویک	۹۱	۲۱/۹
جمع	۴۱۶	۱۰۰

با توجه به آزمون کای اسکویر محاسبه شده با یک درصد خطا و ۹۹ درصد اطمینان بین نوع نشریه و جهت گیری در تیترو لید، تفاوت معنی داری وجود دارد. جدول ۲ نشان می‌دهد که بیش‌ترین جهت‌گیری در تیترو لید، در روزنامه شرق با زیرمقوله «خنثی» به میزان ۷۴/۲ درصد مشخص شده‌است و جهت‌گیری «منفی» با ۲۱/۹ درصد در رتبه دوم قرار دارد. در ۵۰/۹ درصد از مطالب روزنامه کیهان، جهت‌گیری «خنثی» مشاهده می‌شود و جهت‌گیری «منفی» در این روزنامه با ۴۷/۳ درصد در جایگاه دوم است. در ۴۳/۵ درصد از مطالب تایم، جهت‌گیری «خنثی» وجود دارد و ۳۵/۳ درصد از مطالب دارای جهت‌گیری «منفی» است. نیوزویک ۶۱/۵ درصد از مطالب خود را با جهت‌گیری «منفی» منعکس کرده‌است و در ۲۰/۹ درصد از مطالب، جهت‌گیری «مثبت» وجود دارد. بیش‌ترین جهت‌گیری در تیترو لید، به میزان ۴۹/۳ درصد «خنثی» است و جهت‌گیرهای «منفی» و «مثبت» به ترتیب با ۴۰/۱ درصد و ۱۰/۶ درصد در مراحل بعد قرار دارند.

جدول ۲- نوع نشریه و جهت‌گیری در تیترو لید

جمع	نیوزویک	تایم	شرق	کیهان	نوع نشریه	
					جهت‌گیری در تیترو لید	تعداد
۴۴	۱۹	۱۸	۵	۲	مثبت	درصد سطری
۱۰۰	۴۳/۲	۴۰/۹	۱۱/۴	۴/۵	مثبت	درصد ستونی
۱۰/۶	۲۰/۹	۲۱/۲	۳/۹	۱/۸	مثبت	درصد ستونی

۱۶۷	۵۶	۳۰	۲۸	۵۳	تعداد	منفی
۱۰۰	۳۳/۵	۱۸	۱۶/۸	۳۱/۷	درصد سطری	
۴۰/۱	۶۱/۵	۳۵/۳	۲۱/۹	۴۷/۳	درصد ستونی	
۲۰۵	۱۶	۳۷	۹۵	۵۷	تعداد	خنثی
۱۰۰	۷/۸	۱۸	۴۶/۳	۲۷/۸	درصد سطری	
۴۹/۳	۱۷/۶	۴۳/۵	۷۴/۲	۵۰/۹	درصد ستونی	
۴۱۶	۹۱	۸۵	۱۲۸	۱۱۲	تعداد	جمع
۱۰۰	۲۱/۹	۲۰/۴	۳۰/۸	۲۶/۹	درصد سطری	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	درصد ستونی	

$$p < ۰/۰۱$$

$$df = ۶$$

$$\chi^2 = ۹۰/۰۲۰$$

در مورد ارزش خبری باید گفت که با توجه به آزمون کای اسکویر محاسبه شده در جدول ۳ با یک درصد خطا و ۹۹ درصد اطمینان، بین نوع نشریه و ارزش خبری مورد استفاده در لید، تفاوت معنی داری وجود دارد؛ به طوری که روزنامه شرق، بیشترین ارزش خبری مورد استفاده خود در لید را به «برخورد، اختلاف و درگیری» به میزان ۳۹/۸ درصد اختصاص داده است و پس از آن، ارزش «تازگی» با ۲۵/۸ درصد، در رتبه دوم قرار دارد. کیهان، ۵۸/۹ درصد از ارزش خبری مورد استفاده خود در لید را به «برخورد، اختلاف و درگیری» اختصاص داده است و «تازگی» با ۲۳ درصد، در جایگاه دوم قرار دارد. در تایم، بیشترین ارزش خبری، «برخورد، اختلاف و درگیری» به میزان ۵۵ درصد است و به دنبال آن، «شهرت» با ۲۴/۷ درصد، در رتبه دوم است. بیشترین نسبت ارزش خبری در نیوزویک، «برخورد، اختلاف و درگیری» به میزان ۳۷ درصد است و ارزش خبری «شهرت» با ۲۸/۶ درصد، در جایگاه بعدی قرار دارد. در مجموع، با توجه به جدول ۳، بیشترین ارزش خبری مورد استفاده در نشریه‌های مذکور، «برخورد، اختلاف و درگیری» با ۱۹۶ مورد و ۴۸ درصد است و ارزش خبری «تازگی» با ۸۷ مورد، یعنی ۲۲/۴ درصد، در رتبه دوم قرار دارد.

جدول ۳- نوع نشریه و ارزش خبری مورد استفاده در لید

جمع	نیوزویک	تایم	شرق	کیهان	نوع نشریه	
					ارزش خبری مورد استفاده در لید	
۸	۱	۳	۳	۱	تعداد	دربرگیری
۱۰۰	۱۲/۵	۳۷/۵	۳۷/۵	۱۲/۵	درصد سطری	
۱/۹	۱/۱	۳/۵	۲/۳	۰/۹	درصد ستونی	
۶۵	۲۶	۲۱	۱۴	۴	تعداد	شهرت
۱۰۰	۴۰	۳۲/۳	۲۱/۵	۶/۲	درصد سطری	
۱۵/۶	۲۸/۶	۲۴/۷	۱۰/۹	۳/۶	درصد ستونی	
۸۷	۱۹	۹	۳۳	۲۶	تعداد	تازگی
۱۰۰	۲۰/۴	۱۴	۳۵/۵	۳۰/۱	درصد سطری	
۲۲/۴	۲۰/۹	۱۳	۲۵/۸	۲۳	درصد ستونی	
۸		۴	۲	۲	تعداد	استثنا و شگفتی
۱۰۰		۵۰	۲۵	۲۵	درصد سطری	
۰/۵		۲/۳	۱/۶	۲	درصد ستونی	
۱۹۶	۳۳	۴۶	۵۱	۶۶	تعداد	برخورد، اختلاف و درگیری
۱۰۰	۱۷/۵	۲۴	۲۵/۵	۳۳	درصد سطری	
۴۸	۳۷	۵۵	۳۹/۸	۵۸/۹	درصد ستونی	
۴۲	۱۰		۲۱	۱۱	تعداد	مجاورت
۱۰۰	۲۱/۷		۵۴/۳	۲۳/۹	درصد سطری	
۱۱/۱	۱۱		۱۷	۹/۸	درصد ستونی	
۱۰	۲	۲	۴	۲	تعداد	بزرگی و فراوانی
۱۰۰	۲۰	۲۰	۴۰	۲۰	درصد سطری	
۰/۵	۱/۵	۱/۵	۲/۵	۱/۸	درصد ستونی	
۴۱۶	۹۱	۸۵	۱۲۸	۱۱۲	تعداد	جمع
۱۰۰	۲۱/۹	۲۰/۴	۳۰/۸	۲۶/۹	درصد سطری	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	درصد ستونی	

$p < ۰/۰۱$

$df = ۱۸$

$\chi^2 = ۶۷/۰۰۴$

با توجه به جدول ۴، روزنامه شرق در ۵۹/۴ درصد از مطالب خود، تصویر ارایه شده از وضعیت عراق را «بی‌ثبات» نشان داده‌است و زیرمقوله «خنثی» با ۳۶/۷ درصد، در رتبه دوم قرار دارد. این متغیر در روزنامه کیهان با ۶۴/۳ درصد، به صورت «بی‌ثبات» مشخص شده‌است و ۳۵/۷ درصد باقی مانده مطالب «خنثی» است. در نشریه تایم، بیش‌ترین زیرمقوله مورد نظر، «خنثی» به میزان ۵۴/۱ درصد است و «بی‌ثبات» با ۳۶/۵ درصد در جایگاه بعدی قرار دارد. در ۴۶/۲ درصد از مطالب نیوزویک، نوع تصویر ارایه شده از وضعیت عراق، «خنثی» بوده‌است و زیرمقوله «بی‌ثبات»، ۴۵/۱ درصد را به خود اختصاص داده‌است. در مجموع، بیش‌ترین نوع تصویر ارایه شده از وضعیت عراق در نشریه‌های مذکور، «بی‌ثبات» با ۲۲۰ مورد و ۵۲/۹ درصد است و تنها ۲۱ مورد، یعنی ۵ درصد به زیرمقوله «باثبات» اختصاص دارد. ۱۷۵ مورد، یعنی ۴۲/۱ درصد نیز «خنثی» بوده‌است.

جدول ۴- نوع نشریه و نوع تصویر ارایه شده از وضعیت عراق

جمع	نیوزویک	تایم	شرق	کیهان	نوع نشریه	
					نوع تصویر ارایه شده از وضعیت عراق	
۲۱	۸	۸	۵		تعداد	باثبات
					درصد سطری	
					درصد ستونی	
۱۰۰	۳۸/۱	۳۸/۱	۲۳/۸			
۵	۸/۸	۹/۴	۳/۹			
۲۲۰	۴۱	۳۱	۷۶	۷۲	تعداد	بی‌ثبات
					درصد سطری	
					درصد ستونی	
۱۰۰	۱۸/۶	۱۴/۱	۳۴/۵	۳۲/۷		
۵۲/۹	۴۵/۱	۳۶/۵	۵۹/۴	۶۴/۳		
۱۷۵	۴۲	۴۶	۴۷	۴۰	تعداد	خنثی
					درصد سطری	
					درصد ستونی	
۱۰۰	۲۴	۲۶/۳	۲۶/۹	۲۲/۹		
۴۲/۱	۴۶/۲	۵۴/۱	۳۶/۷	۳۵/۷		
۴۱۶	۹۱	۸۵	۱۲۸	۱۱۲	تعداد	جمع
					درصد سطری	
					درصد ستونی	
۱۰۰	۲۱/۹	۲۰/۴	۳۰/۸	۲۶/۹		
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰		

$p < 0.01$

$df = 6$

$\chi^2 = 26/114$

در مورد هماهنگی یا هم سوئی مطالب با دیدگاه سیاسی حاکم، جدول ۵ نشان می‌دهد که روزنامه شرق در ۷۶/۶ درصد از مطالب خود با دیدگاه سیاسی حاکم، هم سوئی و هماهنگی دارد. میزان هماهنگی یا هم سوئی مطالب روزنامه کیهان با دیدگاه سیاسی حاکم، ۹۳/۸ درصد است. این هم سوئی در نشریه تایم ۶۸/۲ و در نیوزویک، ۳۶/۳ درصد است. در مجموع، اکثریت مطالب نشریه‌های مذکور به تعداد ۲۹۴ مورد، یعنی ۷۰/۷ درصد با دیدگاه سیاسی حاکم در کشور متبوع خود هماهنگی یا هم سوئی دارند.

جدول ۵- نوع نشریه و هماهنگی یا هم سوئی مطلب با دیدگاه سیاسی حاکم

جمع	نیوزویک	تایم	شرق	کیهان	نوع نشریه	
					هماهنگی یا هم سوئی مطلب با دیدگاه سیاسی حاکم	
۲۹۴	۳۳	۵۸	۹۸	۱۰۵	تعداد	دارد
۱۰۰	۱۱/۲	۱۹/۷	۳/۳	۳۵/۷	درصد سطری	
۷۰/۷	۳۶/۳	۶۸/۲	۷۶/۶	۹۳/۸	درصد ستونی	
۱۲۲	۵۸	۲۷	۳۰	۷	تعداد	ندارد
۱۰۰	۴۷/۵	۲۲/۱	۲۴/۶	۵/۷	درصد سطری	
۲۹/۳	۶۳/۷	۳۱/۸	۲۳/۴	۶/۳	درصد ستونی	
۴۱۶	۹۱	۸۵	۱۲۸	۱۱۲	تعداد	جمع
۱۰۰	۲۱/۹	۲۰/۴	۳۰/۸	۲۶/۹	درصد سطری	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	درصد ستونی	

$$p < ۰/۰۱ \quad df = ۳ \quad \chi^2 = ۸۳/۱۴۸$$

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

جنگ در عراق، قبل از آن که نمایی از جنگ به معنای متعارف و سنتی آن باشد، عرصه ظهور دیدگاه‌ها، رویکردها، سیاست‌ها و فناوری‌های برتر و قدرت‌مند آمریکا و متحدانش در دنیا بود. اگر چه سرنگونی حکومت صدام، آن هم در مدتی بسیار کوتاه، برای سیاست‌مداران آمریکا

چندان دشوار نبود، اما جلب حمایت و رضایت افکار عمومی از این اقدام و حوادث و پیامدهای آن، به مراتب دشوارتر بود. بار سنگینی که رسانه‌های پرنفوذ آمریکا با وجود همه واقعیات مشکل‌آفرین آشکار و پنهان، از عهده آن برآمدند و مردم آمریکا را متقاعد کردند تا حضور هشت ساله «جرج دبلیو بوش» را در کاخ سفید تأیید کنند.

در این میان، بررسی عملکرد رسانه‌های آمریکا در پوشش اخبار حوادث، عراق که در پژوهش حاضر دو نشریه قدرت‌مند تایم و نیوزویک مورد توجه قرار گرفت، ابعاد تازه‌ای از چگونگی عملکرد آن‌ها را نمایان می‌سازد.

از طرف دیگر، سیاست‌مداران جمهوری اسلامی ایران با توجه به خصومت دیرینه متقابل بین این کشور و آمریکا، رویکرد مخالفت جویانه‌ای در قبال اقدامات آمریکا داشته‌اند و عملکرد رسانه‌های این کشور با توجه به دولتی بودن یا وابستگی آن‌ها به دولت، متأثر از همین دیدگاه بوده است. در پژوهش حاضر از دو روزنامه ایرانی کیهان و شرق استفاده شد و با هدف بررسی تطبیقی مطالب و محتوای آن‌ها با نشریه‌های امریکایی تایم و نیوزویک، نتایج زیر حاصل شد:

از میان ۴۱۶ مطلب استخراج شده از چهار نشریه مورد بررسی، روزنامه شرق با ۱۲۸ مورد، بیش‌ترین و هفته‌نامه تایم با ۸۵ مورد، کم‌ترین فراوانی مطالب را به خود اختصاص داده‌اند. روزنامه کیهان با ۱۱۲ مطلب و نیوزویک با ۹۱ مطلب، پس از «شرق» در رتبه‌های بعدی قرار دارند. طبیعی است که تعداد مطالب در روزنامه‌های کیهان و شرق در مقایسه با هفته‌نامه‌های تایم و نیوزویک با توجه به روزانه و هفته‌ای بودن زمان انتشار هر کدام متفاوت است. از طرف دیگر به دلیل آنکه حوادث عراق، غالباً رویدادهایی منفی بوده‌اند، تایم در مقایسه با نیوزویک، کم‌تر به عراق پرداخته است.

روزنامه کیهان و هفته‌نامه نیوزویک در موارد مختلفی نزدیک به هم عمل کرده‌اند. به عنوان مثال، این دو نشریه در مواردی مانند جهت‌گیری منفی در تیترو لید، استفاده از تیترهای اقتاعی، استفاده از صفات ارزشی در تیترو، گرایش به تنش‌زایی و ارایه رویکردی معیوس‌کننده و بدبینانه، درصد‌های بالاتری در مقایسه با شرق و تایم داشته‌اند. اگر چه میزان هماهنگی یا هم‌سوئی کیهان با دیدگاه سیاسی حاکم در ایران، به مراتب بیش‌تر از هماهنگی یا هم‌سوئی نیوزویک با دیدگاه سیاسی حاکم در آمریکا بوده است (۹۳/۸ درصد در برابر ۳۶/۳ درصد).

دو نشریه آمریکایی تایم و نیوزویک در مقایسه با روزنامه‌های ایرانی کیهان و شرق، مطالب مثبت و خوش‌بینانه در مورد حوادث عراق را بیش‌تر از مطالب منفی و بدبینانه منعکس کرده‌اند.

براساس یافته‌های به دست آمده در جدول ۴، نشریه‌های هر کشور با توجه به نوع تصویر مورد نظر خود از وضعیت عراق، محتوای مطالب خود را انتخاب کرده‌اند، به طوری که دیدگاه روزنامه‌های ایران همراه با تصویری بی‌ثبات و پر تنش است؛ در حالی که نشریه‌های آمریکا، عراق را نه با ثبات و نه بی‌ثبات، بلکه خنثی به تصویر کشیده‌اند و محتوای مطالبشان نیز با این رویکرد متناسب است.

با توجه به نتایج به دست آمده، نوع تصویر ارایه شده از وضعیت عراق در اکثر مطالب دو روزنامه ایرانی کیهان و شرق، «بی‌ثبات» است (به ترتیب ۶۴/۳ و ۵۹/۴ درصد)، در حالی که این تصویر از نگاه دو نشریه آمریکایی تایم و نیوزویک، غالباً «خنثی» است (به ترتیب ۵۴/۱ و ۴۶/۲ درصد).

از سوی دیگر، با توجه به داده‌های جدول ۵، میزان هماهنگی روزنامه‌های ایرانی کیهان و شرق، با دیدگاه سیاسی حاکم در ایران در قبال تحولات عراق، به مراتب بیش‌تر از میزان هم‌سوئی نشریات تایم و نیوزویک با دیدگاه سیاسی حاکم در آمریکا است (کیهان ۹۳/۸، شرق ۷۶/۶، تایم ۶۸/۲ و نیوزویک ۳۶/۳ درصد).

پیشنهادها

با توجه به نتایج حاصل از این پژوهش، راه‌کارها و پیشنهادهای زیر قابل ذکر است:

- هر چند رسانه‌های یک کشور باید همگام با منافع ملی کشور متبوع خود عمل کنند و در جهت کمک به آرمان‌های ملت خود گام بردارند، اما این امر به معنای پیروی از سیاست‌مداران و دیدگاه‌های حاکمان نیست. رسانه‌ها باید با ابتکار عمل و فعالانه به نقد و بررسی آن دسته از سیاست‌های دولت خود که در جهت منافع ملی نیست، مبادرت ورزند و آن را جایگزین عملکرد منفعلانه در قبال موضع‌گیری‌های سیاست‌مداران نمایند.

- از آن جا که تحقیقات در زمینه چگونگی عملکرد رسانه‌های ایران در مقایسه با کشورهای دیگر، بسیار اندک است، انجام پژوهش‌هایی در مورد نوع کارکرد رسانه‌های دیداری یا

شنیداری ایران و بررسی تطبیقی آن‌ها با رسانه‌های کشورهای دیگر از جمله کشورهای پیشرفته می‌تواند زمینه‌ساز تحولات عمیق در رسانه‌های کشور باشد.

بع

- بدیعی، نعیم و حسین قندی. روزنامه‌نگاری نوین، تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی، ۱۳۷۸.

- سورین، ورنر و جیمز تانکارد. نظریه‌های ارتباطات، ترجمه علیرضا دهقان، تهران: انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۸۱.

- شرام، ویلبر. زندگی و اندیشه پیشتازان علم ارتباطات، ترجمه غلامرضا آذری و زهرا آذری، تهران: مؤسسه خدمات فرهنگی رسا، ۱۳۸۱.

- شکرخواه، یونس. خبر، تهران: مرکز گسترش آموزش رسانه‌ها، ۱۳۷۴.

