

نقش رسانه‌های جهانی در سیاست خارجی آمریکا پس از واقعه‌ی ۱۱ سپتامبر

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۲/۱۱/۰۶	سید عبدالرضا حسینی ^۱
تاریخ تأیید مقاله: ۱۳۹۳/۰۲/۱۴	حجت الله مرادی ^۲
صفحات مقاله: ۲۰۶ - ۱۷۱	سید محمد حامد حسینی ^۳

چکیده:

این پژوهش به مطالعه و بررسی رابطه‌ی رسانه‌ها و سیاست به‌طور کلی و رسانه‌ها و سیاست خارجی به‌صورت محوری پرداخته است. بحث اصلی بر رابطه‌ی رسانه‌ها و سیاست خارجی آمریکا پس از حادثه‌ی ۱۱ سپتامبر متمرکز بوده، به‌طور خاص عملکرد رسانه‌های خبری جهانی در حادثه‌ی ۱۱ سپتامبر و حوادث پس از آن هم‌چنین بررسی ابعاد رسانه‌ای حادثه‌ی ۱۱ سپتامبر را بررسی می‌کند. سؤال اصلی این‌گونه طرح می‌شود که "رسانه‌های بزرگ جهانی چگونه زمینه‌ی ذهنی مداخله‌ی آمریکا در خاورمیانه را فراهم کردند؟" در پاسخ به این سؤال فرضیه‌ی تحقیق این است که "عملکرد رسانه‌های خبری جهانی باعث زمینه‌سازی افکار عمومی جهانی برای مداخله‌ی مستقیم آمریکا در خاورمیانه شد. برای آزمون این فرضیه سه رسانه‌ی بین‌المللی شامل شبکه‌ی تلویزیونی سی‌ان‌ان، رادیو بی‌بی‌سی فارسی و روزنامه‌ی نیویورک‌تایمز به‌صورت مطالعه‌ی موردی برگزیده شدند؛ سپس اخبار منتشر شده از سوی آنها در چهار مقطع زمانی با روش تحلیل محتوای کمی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. بر این اساس، در نتیجه‌گیری تحقیق می‌توان گفت: نوعی رابطه‌ی معنادار بین عملکرد رسانه‌های خبری جهانی و سیاست خارجی آمریکا پس از ۱۱ سپتامبر (مداخله) در خاورمیانه برقرار است.

* * * * *

واژگان کلیدی

رسانه‌های جهانی، سیاست خارجی آمریکا، واقعه‌ی ۱۱ سپتامبر، افکار عمومی.

۱ - استادیار دانشگاه جامع امام حسین^(ع).

۲ - استادیار دانشگاه جامع امام حسین^(ع).

۳ - پژوهشگر دانشگاه جامع امام حسین^(ع) و مدرس مؤسسه آموزش عالی غیردولتی - غیر انتفاعی ایوانکی.

مقدمه

روابط رسانه‌ها تا اواخر دهه‌ی ۱۹۶۰ با سیاست خارجی از بسیاری جهات محدود بود و درباره‌ی آن تقریباً هیچ تحقیقی صورت نگرفته بود. تحقیقات پیشین نیز بیش‌تر بر نقش رسانه‌ها در امور داخلی متمرکز بود. این امر دلایلی داشت، از جمله دسترسی نداشتن رسانه‌ها به اطلاعات درباره‌ی سیاست خارجی و بی‌علاقگی عموم نسبت به امور خارجی، توسعه‌نیافتگی فناوری رسانه‌ها، عدم تخصص‌گرایی رسانه‌ها در امور خارجی و این‌که رسانه‌ها به‌عنوان نهادهای اجتماعی به اندازه‌ای که این رشته از امور بین‌الملل مورد توجه بودند، رشد نکرده بود؛ ولی امروزه اکثریت متخصصان موضوع بر این نکته واقفند که "ارتباطات بین‌المللی تمام سیاست بین‌الملل را دربر می‌گیرد." (دویچ و همکاران، ۱۳۷۵، ص ۸۷۳) در آن زمان تحقیق درباره‌ی روابط میان رسانه‌ها و سیاست خارجی بر دو موضوع مرتبط با هم متمرکز بود: یکی نفوذ رسانه‌ها بر افکار عمومی و دیگری مطالعه‌ی انقلاب الکترونیک در ارتباطات. تأثیر رسانه‌ها بر افکار عمومی در مورد سیاست خارجی یکی از ملاحظات اصلی محققان این رشته در طی آن سال‌ها بود. مطالعات زیادی از دهه‌ی ۱۹۶۰ به بعد درباره‌ی رسانه‌ها و سیاست خارجی انجام شد، در بسیاری از این تحقیقات به تأثیرات متقابل رسانه‌ها، دولت و ملت توجه شده است. در یک سو، طیف پژوهشگرانی معتقد بودند که رسانه‌ها هم‌چون نگهبان ناظر مستقل، شریک فعال یا سازمان‌دهنده می‌باشند، این تلقی توسط خود روزنامه‌نگاران و ارباب رسانه‌ها و محققانی که روش مطالعه‌ی آنها کاربردی بوده، ارائه شده است. بر این اساس، از رسانه‌های همگانی می‌توان به منظور ایجاد تغییرات مطلوب بهره برد. در این نوع نگرش رسانه‌ها به مثابه ابزار احکام مورد استفاده واقع نمی‌شوند، بلکه خود تأثیرگذاری عمیقی بر سیاست‌گذاران و افکار عمومی خواهند داشت. این برداشت درباره‌ی رسانه‌ها بیش‌تر فرستنده‌محور است. به این شکل رسانه‌ها خود کم‌ترین تأثیرپذیری را از سیاست‌گذاران داشته، نقش محرک را در بسیاری از زمینه‌ها ایفا می‌کنند.

از سوی دیگر، محققانی وجود دارند که رسانه‌ها را هم‌چون اسیران بازی سیاست می‌پندارند و معتقدند که قدرت سیاسی آنها را در اختیار دارند. در نگاه این پژوهشگران

رسانه‌ها به صورت ساختاری، ابزاری برای اجرای سیاست خارجی تلقی شده، متخصص و منتقم تصور می‌شوند. در این نگرش، گرایش رسانه‌ها به حمایت از طبقه‌ی حاکم و نخبگان سیاسی مقابل است. حتی برخی معتقدند رسانه‌ها بخشی از یک مدل تبلیغاتی به شمار می‌روند که وظیفه دارند قربانیان را به دو دسته تقسیم کنند. قربانیان با ارزش و قربانیان بی‌ارزش، قربانیان با ارزش از ظلم و جور که به آنها رفته، باید تقدیر شوند، باید پرده‌برداری شده، عامل یا عوامل قربانی شدن آنها را باید شناخت و مجازات کرد، قربانیان با ارزش را باید به گونه‌ای دراماتیک تبلیغ نمود تا اذهان عمومی جهان برای اتخاذ سیاست‌های سخت و آهنین علیه دشمنان آماده شود. این نوع تقسیم‌بندی بین قربانیان با ارزش و قربانیان بی‌ارزش به شکل چشم‌گیری از سوی رسانه‌های جمعی در جریان جنگ ویتنام به خوبی به نمایش گذاشته شد. والتر لپمن در سال‌های ۱۹۲۰ با این عقیده که کاربرد اصلی وسایل ارتباط جمعی این است که عقاید عمومی را شکل داده و یک نوع هم‌رأیی اجتماعی که برای هر نظامی الزامی است، پدید آورد و زمینه‌های چنین نگرشی را بیان کرد. در دهه‌های اخیر نیز نوام چامسکی، آلتشول، هالین، توچمن در این طیف قرار گرفته‌اند. آلتشول عنوان می‌کند که رسانه‌های خبری در حکم عوامل قدرت‌اند. چامسکی در اثر مشترک خود با دیگر نویسندگان با نام "فیلترهای خبری" به خط غالب و مطالب مندرج در صفحه‌ی اول و صفحات اساسی پرداخته تا آن پروپاگاندای نظام‌مند در جریان جنگ ویتنام را افشا کند. وی و همکارانش با بهره‌گیری از الگوی تبلیغات مدعی‌اند که "پوشش خبری رسانه‌ها و تفسیر آنها از جنگ مستحکم‌کننده‌ی دیدگاه آمریکا برای دخالت در منطقه، در جهت دفاع از ویتنام جنوبی در مقابل تعرض و تروریسم، برای حفظ دموکراسی و حق تصمیم‌گیری مردم ویتنام جنوبی است." (هرمان و همکاران، ۱۳۷۷، ص ۱۹۱) یکی از مهم‌ترین محققانی که رابطه‌ی رسانه‌ها و سیاست خارجی را مورد مطالعه قرار داده، برنارد کوهن است. وی در سال ۱۹۶۰ در یک تحقیق، یک نظریه‌ی دوجبه‌ی را مطرح کرد. به اعتقاد او روزنامه‌نگاران امور خارجی، همزمان دارای دو نقش کلی هستند: یکی اطلاع‌رسانی به عموم و تشریح سیاست خارجی و دیگری مشارکت در روند سیاست خارجی از طریق تأیید و ترویج یا زیر سؤال بردن و انتقاد از سیاست‌گذاران دولت.

مطلب کلیدی در موضع کوهن این است که مطبوعات به مفهوم عام، مهم‌ترین عامل برای اطلاع‌رسانی، تفسیر، مدافعه و انتقام در عرصه‌ی سیاست خارجی به‌شمار می‌روند. تجزیه و تحلیل برنارد کوهن در ۱۹۶۰ بخشی از واقعیات را دربر می‌گرفت، او خاطر نشان کرد این که کدام نهاد قوی‌تر است، چندان اهمیت ندارد؛ بلکه پذیرش این حقیقت که آنها بر یکدیگر اثر می‌گذارند، مهم است.

مارتین واکر اظهار می‌دارد: "بیش‌تر دولت‌های جهان، سفارتخانه‌ها و مقام‌های‌شان درک خود از دنیا را از صافی روزنامه‌های مهم می‌گیرند." (واکر، ۱۳۷۲، ص ۲۲). «بری» (۱۹۹۰) دیدگاه دیگری ارائه می‌کند، به این مضمون که رسانه‌ها نه مشارکت‌کننده هستند نه توسط دولت دستکاری می‌شوند، بلکه رسانه‌ها بیش‌تر یک استقلال حداقلی را در سیاست خارجی دارند و در حقیقت، دولت حداقل دستکاری را در رسانه‌ها انجام می‌دهد. وی هم‌چنین با این مسأله که رسانه‌ها کاملاً از تلاش دولت برای دستکاری در آنها آگاهند، مخالف است. وی در اثر خود تحت عنوان سیاست خارجی و رسانه‌ها مدعی است: «رسانه‌ها توان متحول کردن سیاست خارجی را در مراحل اولیه ندارند، زیرا جمع‌آوری اطلاعات ابتدایی و گوش دادن به مواضع مقامات دولتی در این مراحل مهم‌تر است.» هم‌چنین به اعتقاد بری اگر سیاست خارجی در میدان عمل موفق و پیروز باشد، دیگر اساساً نیازی به تغییر و دستکاری در رسانه‌ها نیست و دستکاری در مواقعی ضرورت دارد که سیاست خارجی در حالت ورشگستگی باشد.

اما فلیپ و گلدینگ پیرامون مشکلات نظام خبری بین‌المللی از زاویه‌ی دیگر معتقدند که: «۱- بررسی اخبار حاکی از آن است که مسیر آن بیشتر از سوی غرب به سوی کشورهای توسعه‌نیافته است؛ ۲- تحریف‌های متعددی در روند جمع‌آوری و توزیع اخبار ایجاد می‌شود.» (باربر و اسمیت، ۱۳۷۲، ص ۱۶۵)

آنها هم‌چنین درباره‌ی پوشش اخبار خارجی به چند قاعده توجه می‌کنند که عبارتند از:

- ۱) اخباری داخلی برای خارجی؛
- ۲) اخباری خارجی برای داخل؛
- ۳) گزارش‌های صرفاً خبری.

به‌طور کلی، در الگوی موردنظر فلیپ الیوت و پیتر گلدینگ اخبار را نمی‌توان به آسانی بدین‌گونه توصیف کرد که کم و بیش تصویری ناقص از واقعیات جهانی ارائه می‌دهند، این امکان وجود دارد که به عوامل گوناگونی در نقش روزنامه‌نگاران و در جهت تولید اخبار سازمان‌یافته که در ایجاد تحریفات و نواقص فوق شرکت دارند نیز اشاره کرد.

کی جی هالستی در بخشی از کتاب سیاست بین‌الملل معتقد است که «با گسترش سیاست‌های مردمی و افزایش تماس‌های شخصی بین ملیت‌های مختلف، بُعد روانی و افکار عمومی در سیاست خارجی اهمیت بیش‌تری یافت، زیرا یکی از جنبه‌های ویژه‌ی سیاسی بین‌المللی مدرن تلاش هدفمندی است که حکومت‌ها به‌وسیله‌ی دیپلمات‌ها و تبلیغات‌چی‌ها برای تحت تأثیر قراردادن نگرش و رفتار مردم خارجی یا گروه‌های قوی طبقاتی، مذهبی و اقتصادی انجام می‌دهند.» (حسینی، ۱۳۷۲، ص ۹۲) در واقع، تمام حکومت‌ها برنامه‌هایی برای هدایت و پخش اطلاعات به خارج دارند، همان‌گونه که قدرت‌های بزرگ تشکیلات گسترده‌ای در داخل و دفاتری در خارج دارند که کارشان ایجاد نگرش‌های مطلوب نسبت به سیاست دولشان است.

لوینگستن هم با ارائه‌ی یک نوع گونه‌شناسی از تأثیرات سی.ان.ان سه نوع تأثیر آن را این‌گونه برمی‌شمارد (لوینگستن، ۱۹۹۷، ص ۱۵):

- ۱) **نقش رسانه‌ها به‌عنوان تسریع‌کننده:** در این نقش رسانه‌ها برای کوتاه کردن زمان پاسخ‌گویی به مثابه یک نیروی افزاینده عمل می‌کنند و با فرستادن علامت‌ها برای دشمن، همانند یک عامل روانی و اثربخش در شرایط تهدیدات راهبردی و تاکتیکی عمل می‌کنند.
- ۲) **نقش مانع و مزاحم:** لوینگستن این نقش رسانه‌ها را با استناد به "سندروم ویتنام" تشریح می‌کند. برخی معتقدند پوشش رسانه‌ای جنگ ویتنام و فجایع آن باعث شد تا حمایت عمومی از جنگ کاهش یابد و نتیجه و فرجام جنگ نه در میدان نبرد بلکه در رسانه‌ها رقم خورد، ولی منتقدان معتقدند چنین اتفاقی هیچ‌گاه نیفتاد، بلکه به‌واسطه‌ی آثار ملموس جنگ بود که حمایت عمومی مردم از سیاست خارجی آمریکا در ویتنام از بین رفت و

تنها رسانه‌های منتقد آنگاه که این وضع را مشاهده کردند و دریافتند که حتی ممکن است از واقعیت‌ها عقب بمانند، اقدام به انتشار برخی مطالب نمودند.

۳) نقش سیاست‌گذاری رسانه‌ها: در این نقش رسانه‌ها با طرح موضوعاتی در دستور کار سیاست خارجی، عملیات مداخله در بحران‌هایی که به‌صورت انسانی تعریف می‌شوند، تسریع نموده، شتاب می‌بخشند.

از جمله تحقیقات جدی دیگر پیرامون موضوع رسانه‌ها و سیاست خارجی جوزف نای مربوط است به این‌که در ضمن تشریح منافع ملی در یک حکومت دموکراسی، منافع ملی را به‌صورت ساده به حق تقدم‌های مربوط به بقا تقسیم می‌کند. وی استدلال می‌کند که امروزه سیاست‌گذاری بسیار پیچیده است و این از پیچیدگی قدرت ناشی می‌شود. او با تصویر قدرت به‌صورت یک صفحه‌ی شطرنج، سه بُعد نظامی (که آمریکا رأس آن است)، اقتصادی (که چند قطبی است) و ارتباطات (که ساختاری متفرق دارد) معتقد است که آمریکا قدرت برتر است، اما قدرت مسلط نیست.

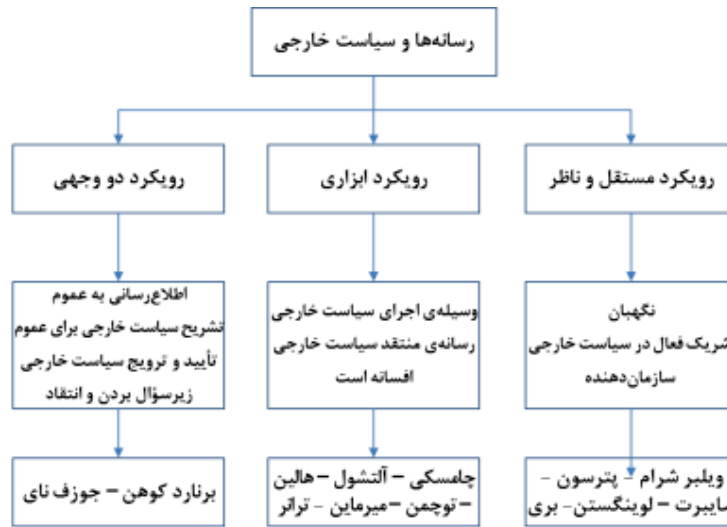
وی در ادامه برای تشریح سیاست‌های خارجی آمریکا سه نوع اولویت را استخراج می‌کند: اولویت (A) که مربوط به تهدید بقا آمریکاست؛ اولویت (B) که تهدیدات قریب‌الوقوع را در بر می‌گیرد؛ و اولویت (C) پیشامدهای احتمالی را که به‌صورت هدفمند و مستقیم، خطری را برای منافع آمریکا ایجاد نمی‌کند، در بر می‌گیرد، مانند بحران کوزوو، بوسنی، سومالی، رواندا و هائیتی.

نای استدلال می‌کند که در حال حاضر اولویت (C) صدر سیاست خارجی آمریکا را به خود اختصاص داده است و این ناشی می‌شود از: ۱- فقدان تهدید رقیبی مانند شوروی سابق؛ ۲- علاقه‌ی وافر رسانه‌ها به پوشش مسائلی که در اولویت (C) قرار دارند. هر چند او معتقد است که مسائل حقوق بشر به تنهایی سیاست خارجی را تشکیل نمی‌دهد، اما به هر جهت بخش مهمی از سیاست خارجی را فرا می‌گیرد؛ زیرا در عصر اطلاعات و ارتباطات، علایق انسانی در سطحی وسیع فراگیر شده است. وی معتقد است که ورود ناخوانده‌ی اولویت‌های (C) در دستور کار سیاست خارجی آمریکا محصول پوشش خبری است. (نای، ۱۹۹۹، ص ۴۳)

با توجه به حادثه‌ی ۱۱ سپتامبر یعنی عملیات علیه برج‌های مرکز تجارت جهانی و تخریب پایگاه اصلی پنتاگون در سال ۲۰۰۱، این حادثه «هم محل حوادث مهم سیاسی است و هم مبدأ تحولات مهم در آینده‌ی سیاسی جهان قرن ۲۱» (جامسکی، ۱۳۸۱، ص ۱۱) حال مسأله‌ی اصلی این است که چگونه خاورمیانه به‌عنوان مهد تروریسم معرفی شد و چگونه اسلام دین غالب در خاورمیانه به‌عنوان دین تروریستی زبانزد خاص و عام غربی شده و چگونه ذهنیت افکار عمومی جهان جهت مداخله‌ی آمریکا در خاورمیانه آماده و مهیا شد؟

در میان آثاری که به بحث سیاست خارجی و رسانه‌ها پرداخته‌اند، هیچ اثری به‌صورت مشخص به زبان فارسی مرتبط با موضوع مقاله‌ی حاضر یعنی "نقش رسانه‌های جهانی در سیاست خارجی آمریکا پس از واقعه‌ی ۱۱ سپتامبر" مشاهده نمی‌شود و همین مسأله نویسندگان را بر آن داشت تا با اصرار و علاقه‌ی بیش‌تر موضوع خود را پیگیری کنند.

در جمع‌بندی از ادبیات موجود در موضوع رسانه‌ها و سیاست خارجی می‌توان سه نوع رویکرد اصلی را مشخص و طبقه‌بندی کرد:



تصویر شماره‌ی ۱ - سه نوع رویکرد اصلی رسانه‌ها و سیاست خارجی

هر چند رویکردهای یادشده را می‌توان در عالم انتزاعی این‌گونه تقسیم‌بندی نموده، جدای از هم تحلیل کرد، اما باید توجه داشت که در واقع با توجه به شرایط محیطی، سیاسی و اجتماعی ممکن است هر کدام از آنها درصدی از کاربرد را داشته باشند و بخشی از واقعیت را پوشش دهند؛ بنابراین، در تعمیم هر کدام از رویکردها باید احتیاط لازم را در نظر داشت و تنها پس از ارائه‌ی داده‌ها و اطلاعات، نتیجه‌گیری محتاطانه را به عمل آورد.

این مقاله در صدد است تا موضوع را از لحاظ نوع انعکاس خبری آن در رسانه‌های جهانی مورد توجه قرار داده، در حد توان تحلیل و ارزیابی کند.

سؤال اصلی این پژوهش این است که رسانه‌های بزرگ جهانی چگونه زمینه‌ی ذهنی مداخله‌ی آمریکا در خاورمیانه را فراهم کردند؟

و سوال فرعی آن عبارت است از این‌که رسانه‌های بزرگ جهانی در نقش عامل ذهنیت‌ساز چه نقشی در مداخله‌ی آمریکا در خاورمیانه ایفا کردند؟

فرضیه‌ی اصلی در این پژوهش عبارت است از این‌که عملکرد رسانه‌های خبری جهانی باعث زمینه‌سازی افکار عمومی جهانی برای مداخله‌ی مستقیم آمریکا در خاورمیانه شدند.

و فرضیه‌ی فرعی آن عبارت است از این‌که رسانه‌های خبری جهانی با برجسته‌سازی اخبار ۱۱ سپتامبر زمینه‌ی حمایت افکار عمومی جهانی را از مداخله‌ی آمریکا در خاورمیانه فراهم کردند.

روش پژوهش و جامعه‌ی آماری

روش پژوهش در این نوشتار تحلیل محتوا می‌باشد که امروز یکی از مهم‌ترین روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی و ارتباطی شناخته شده است و اساساً "جایی که سایر روش‌های تحقیق سنتی خاتمه می‌یابند، تحلیل محتوا آغاز می‌شود."^۱ در این تحقیق جامعه‌ی آماری همه‌ی برنامه‌های خبری شبکه‌ی تلویزیونی سی.ان.ان، شبکه‌ی رادیویی بی.بی.سی فارسی و روزنامه‌ی نیویورک تایمز

1 - Content analysis should begin where trational models of re sereadh end

می‌باشد که در چهار مقطع زمانی دسته‌بندی شده است: الف) ۷ تا ۱۰ سپتامبر یعنی روزهای پیش از حادثه؛ ب) ۱۱ تا ۱۵ سپتامبر یعنی ۴ روز پس از حادثه‌ی ۱۱ سپتامبر؛ ج) ۳ اکتبر تا ۶ اکتبر یعنی مقطع زمانی پیش از حمله و در آستانه‌ی حمله به افغانستان؛ د) ۲۹ اکتبر تا ۲ نوامبر به‌عنوان مقطع زمانی که در آن حمله به افغانستان روزهای آغازین خود را پشت سر گذاشته و هم‌چنان ادامه دارد. البته باید یادآوری کرد که استمیل پس از تحقیقاتی جامع که انجام داده، عنوان نموده است که «افزایش حجم نمونه از ۱۲ شماره به بعد نتایج معنادار دقیق‌تری به بار نمی‌آورد.» (کرپیندورف، ۱۳۸۷، ص ۹۱)

نحوه‌ی جمع‌آوری اطلاعات

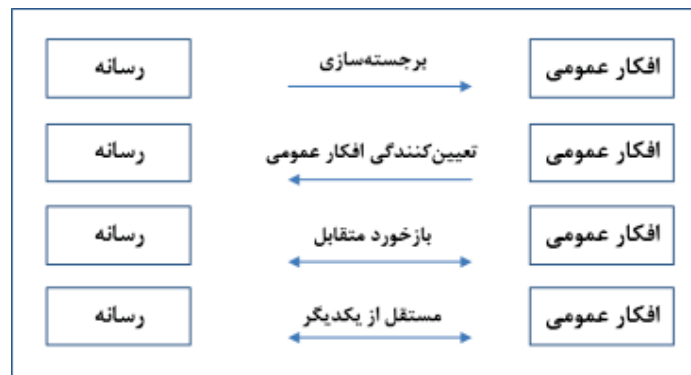
عناوین خبری یا محورهای موضوعی اخبار رسانه‌های مورد بررسی در تاریخ‌های مشخص شده به تفکیک روز پخش و چاپ از طریق آرشیو اینترنتی رسانه‌های موردنظر جمع‌آوری شده‌اند که پس از ترجمه‌ی برخی موارد، از آنها در این تحقیق استفاده شده است.

روش‌های مدیریت رسانه‌ای

تکنیک‌های مدیریت رسانه‌ای در سیاست خارجی متفاوت و گوناگون است. برخی رهبران از روش‌های «افشای اطلاعات استفاده می‌کنند.» (کوهن، ۱۹۶۵، ص ۵۳) آنها هم‌چنین می‌توانند از طریق تصمیم‌گیران، کنفرانس‌های مطبوعاتی تشکیل داده، با خبرنگاران و گزارش‌گران مصاحبه‌های اختصاصی داشته باشند و به خلق حوادث رسانه‌ای بپردازند. در واقع، رهبران و دولت‌ها، مدیریت رسانه‌ای را در مقابل تکنیک‌های «گردش» ایجاد کردند، تا با بهره‌گیری از گردش تصمیم‌گیران مهم در هر مرحله از فرایند رسانه‌ها، هم‌چنین با انتصاب گروه‌های روابط عمومی حرفه‌ای و سیاسی برای مدیریت رسانه‌ها حضور خود را اعلام کنند. (دبلیو، ۱۳۸۲) این موضوع بیش‌تر پیام‌ها و پخش آنها و طراحی پیام‌ها بر مبنای نیاز حوادث را نیز دربر می‌گیرد.

برجسته‌سازی

برجسته‌سازی به‌عنوان دیدگاهی فرستنده‌محور و مبتنی بر روان‌شناسی رفتارگرایی اسکینری (دهقان، ۱۳۷۸، ص ۱۰) در الگوی «دبلیوراس نیوتن» این‌گونه ترسیم شده است.



تصویر شماره‌ی ۲ - برجسته‌سازی به‌عنوان دیدگاهی فرستنده‌محور

نظریه‌ی برجسته‌سازی بر این اصل اساسی استوار است که آنچه در اخبار و گزارش‌های رسانه‌ها از اولویت بیش‌تری برخوردار است تا حدود نسبتاً زیادی با اولویت‌های موجود در نزد عامه‌ی مردم هم‌خوانی دارد. هر موضوعی که رسانه‌ها بر آن تأکید دارند، در مقابل توسط مخاطبان مورد تأکید قرار می‌گیرد.

این نظریه که نخستین بار توسط «مکسول مک کامب» مطرح شد، پیش‌تر نیز توسط پژوهش‌گرانی مطرح شده بود، از جمله مطالب نسبتاً مستقیم پیرامون این موضوع را می‌توان در مقاله‌ی «نورتن لانگ» در سال ۱۹۵۸ مشاهده کرد. هم‌چنین «کورت لنگ» و «گلادیز اینگل لنگ» نیز به نوعی فکر برجسته‌سازی را مطرح کرده‌اند: رسانه‌های جمعی توجه را به موضوعاتی خاص سوق می‌دهند، آنها از چهره‌های سیاسی تصاویر عمومی می‌سازند و پیوسته موضوعاتی را عرضه می‌کنند که نشان‌دهنده‌ی چیزهایی است که توده‌ی مردم باید درباره‌ی آن فکر کنند، بدانند و احساس داشته باشند. (دبلیو، ۱۳۸۲، ص ۳۲۸)

فرایند برجسته‌سازی

این نظریه که خود فراگردی است که طی آن رسانه‌های جمعی اهمیت نسبی موضوعات مختلف را به مخاطب منتقل می‌کنند، شامل شش مرحله است:

(۱) رسانه‌ها برخی از رویدادها را پراهمیت می‌دانند؛

- ۲) موضوعات متفاوت برای جلب توجه به نوع و میزان پوشش خبری ضروری است؛
- ۳) رویدادهای مورد توجه باید قالب‌دار باشد؛
- ۴) زبان مورد استفاده می‌تواند بر درک اهمیت اثرگذار باشد؛
- ۵) رسانه‌ها رویدادهای مورد توجه را به نمادهای ثانویه متصل می‌دانند؛
- ۶) هنگامی که شخصیت‌ها درباره‌ی رویدادی اظهارنظر می‌کنند، برجسته‌سازی شتاب می‌گیرد.
- از دیدگاه رسانه‌ای برجسته‌سازی فرایندی است که طی آن رسانه‌ها سعی می‌کنند تا بر ذهنیت مخاطبان به نحوه دلخواه اثر گذاشته، افکار عمومی را به سوی موردنظر سوق دهند. (مورگنتا، ۱۳۷۹، ص ۲۴) این امر از طریق دروازه‌بانی و رده‌بندی اهمیت رویدادها انجام می‌شود. از نظر محتوا، تکرار بیش از حد رویدادها برجسته‌سازی را مشخص می‌کند، و به لحاظ تأثیر بر مخاطب در فرایند برجسته‌سازی تصاویری که از رسانه‌ها ارائه می‌شود، با تصاویر واقعی هم‌خوانی چندانی ندارد، و از آنجا که مخاطب از طریق رسانه‌ها با جهان بیرون در ارتباط است، تصویر ذهنی وی متفاوت از واقعیت می‌شود. این جنبه از فرایند برجسته‌سازی نخستین بار توسط «والتر لپمن» ارائه شد، ولی سال‌ها بعد توسط «مک کامب» مدون و تئوریزه شد.

نگرش سیاستمداران درباره‌ی نقش رسانه‌ها

سیاست‌مداران اذعان دارند از جمله عواملی که بیش‌ترین تأثیر را بر تصمیم‌گیری آنها داشته است، رسانه‌های جهانی بوده‌اند. «لوید کانلر» مشاور حقوقی کارتر رئیس‌جمهور اسبق آمریکا در اوایل ۱۹۸۰ از میزان نفوذ اخبار بیش از نفوذ رئیس‌جمهور در زمان‌بندی و تعیین ماهیت تصمیمات سیاسی اظهار شگفتی کرد. (کاتلر، ۱۹۸۴، ص ۲۲۵) «جیمز بیکر سوم» وزیر خارجه‌ی اسبق آمریکا نوشته است که «تراژدی وحشتناک تیان آن من مثالی کلاسیک از این پدیده‌ی جدید و قدرتمند می‌باشد که عبارت است از توانایی انقلاب ارتباطات جهان برای پیش‌برد سیاست.» (بیکر، ۱۹۹۵، ص ۱۰۳) او می‌افزاید از آن زمان به بعد در عراق، بوسنی، سومالی، رواندا و چین، پوشش همزمان رویداد و گزارش توسط رسانه‌های الکترونیکی سبب ایجاد الزامی تازه برای واکنش سریع شد که تاکنون وجود نداشته است.

«مادلین آلبرایت» از وزرای پیشین خارجه‌ی آمریکا نیز به سنا گفت: «توانایی تلویزیون در آوردن تصاویر درد و خشونت به خانه‌های ما فشار برای ورود به بحران‌های بین‌المللی یا خروج از آن را افزایش داده است.» (نومان، ۱۹۹۶، صص ۱۵-۱۴)

«جان اشتاک» می‌نویسد که رسانه‌ها ما را به سومالی برده، سپس از آنجا خارج کردند. «پطروس غالی» دبیر کل پیشین سازمان ملل متحد نیز در بیانی شکوه‌آمیز می‌گوید: «سی.ان.ان شانزدهمین عضو شورای امنیت است» و «داگلاس هرد» وزیر خارجه‌ی اسبق انگلیس نیز خبرنگاران خارجی را به دلیل حمایت از مداخله‌ی نظامی در بحران بوسنی مورد سرزنش قرار داده، عنوان می‌کند که آنها بنیان‌گذاران مکتب "چه باید کرد"، (هورد، ۱۹۹۷، ص ۱۱) هستند.

سیاست خارجی آمریکا در عصر نوپولیتیک و قدرت نرم

برخی معتقدند "قوه‌ی قهریه در سیاست جهانی با اهمیت باقی می‌ماند، اما اقتناع مردم به خواستن آنچه شما می‌خواهید، بسیار مؤثرتر است"، زیرا اگر چه در گذشته محک و معیار قدرت بزرگ، «نیروی جنگاوری» بوده و جنگ اساسی‌ترین روش برای ورق زدن کارت‌های سیاست به‌شمار می‌رفته، اما امروزه بنیادهای قدرت از تأکید بر توان نظامی فاصله گرفته و جنگ آخرین گزینه به‌شمار می‌رود. از این‌رو، نمی‌توان گفت قوه‌ی قهریه اهمیت خود را از دست می‌دهد، ولی برای بسیج ائتلاف‌های بین‌المللی و افکار عمومی جهانی راه‌های غیرمستقیمی وجود دارد که یکی از مهم‌ترین آنها عبارت است از تنظیم دستور کار سیاست جهانی از طریق قدرت نرم می‌باشد که به تعبیر جوزف نای عبارت است: «توانایی به‌دست آوردن خواسته‌ها از طریق جذب و اقتناع دیگران به‌گونه‌ای که اهداف شما را بپذیرند.»

همان‌طوری که در پایان دهه‌ی ۱۹۳۰ حکومت روزولت متقاعد شد که "امنیت آمریکا، به توان این کشور در صحبت کردن و کسب حمایت مردم دیگر کشورها بستگی دارد"، امروزه نیز که نوپولیتیک (سیاست مبتنی بر اطلاعات و آگاهی: Noopolitik) مشی حاکم بر سیاست خارجی بوده، «بر برتری ایده‌ها، ارزش‌ها، هنجارها، قوانین و اصول اخلاقی تأکید دارد»

(آرکونیلا و رانفلدت، ۱۳۸۱، ص ۷۳) که باید از قدرت نرم به جای قدرت سخت استفاده کرد، و این روش در جایی که همه‌ی اشکال رسانه‌ای مسلط هستند، به مؤثرترین شیوه اجرا می‌شود.

به‌طور کلی، در انتخاب مقوله‌ها و مؤلفه‌ها برای تحلیل محتوای رسانه‌ها و رابطه‌ی آن با سیاست خارجی آمریکا این موضوع مدنظر بوده است که از دیدگاه آمریکا:

- ۱) تروریسم مهم‌ترین محور ناامنی در جهان است؛
- ۲) بنیادگرایی اسلامی یعنی تروریسم تفکیک بین اسلام به‌طور کلی و بنیادگرایی آن برای بسیاری روشن نیست؛
- ۳) خاستگاه بنیادگرایی اسلامی خاورمیانه است؛
- ۴) خاورمیانه آوردگاه اصلی مبارزه با تروریسم است.

به نظر جرج دبلیو بوش در مبارزه با تروریسم این دیدگاه باید در چارچوب راهبرد خردمندانه‌ای جهت شکل دادن به یک اجماع بین‌المللی برای آغاز حرکتی جهانی و جمعی به‌منظور مبارزه‌ی همه‌جانبه با تروریسم پیگیری شود.

جمع‌بندی روزنامه نیویورک تایمز

تحلیل و جمع‌بندی کلی حجم فراوانی‌ها و میزان پوشش خبری مقوله‌های مختلف مورد نظر در روزنامه‌ی نیویورک تایمز به شرح زیر است:

مقوله‌ی دین: شامل مؤلفه‌های اسلام، مسلمان، مسجد و بنیادگرایی، کم‌ترین فراوانی را در برهه‌ی نخست دارد. به عبارتی در این برهه تنها مؤلفه‌ای که پوشش رسانه‌ای داده شده اسلام بوده، بالاترین حجم فراوانی هم به برهه‌ی دوم مربوط است. در این برهه مؤلفه‌ی مسلمان بالاترین حجم فراوانی را دربر می‌گیرد. در برهه‌ی چهارم که نسبت به برهه‌ی سوم حجم فراوانی بیش‌تری ملاحظه می‌شود، اسلام بالاترین میزان را به خود اختصاص داده و در برهه‌ی سوم نیز مسلمان، مؤلفه‌ی برتر در پوشش رسانه‌ای است. در این مقوله در هر چهار برهه، اسلام با فراوانی ۳۷، بالاترین فراوانی را دارد و مسلمان نیز با فراوانی ۳۶، پس از اسلام

بالاترین فراوانی را دارد. نکته‌ی مهم در رسانه‌ی نیویورک تایمز نبود هیچ فراوانی مربوط به بنیادگرایی است.

در مقوله‌ی تهدید با مؤلفه‌های ترور، تروریسم، خشونت و تروریسم بین‌المللی، بالاترین حجم فراوانی در برهه‌ی دوم مشاهده می‌شود. در این برهه، مؤلفه‌ی تروریست بیش‌ترین حجم فراوانی را دارد. کم‌ترین حجم فراوانی هم شامل برهه‌ی نخست می‌شود. در این برهه تنها تروریسم و تروریست پوشش رسانه‌ای داده شده‌اند، آن هم با مجموع فراوانی ۳. خشونت بالاترین حجم فراوانی را در برهه‌ی دوم دارد که ۲۸ بار تکرار شده است، اما در برهه‌ی سوم و چهارم روندی یکنواخت دارد. تروریسم بین‌المللی به‌عنوان مؤلفه‌ای کلیدی و مهم در بین مؤلفه‌های تهدید در برهه‌ی نخست هیچ‌گونه پوشش خبری ندارد، اما در برهه‌ی دوم و سوم در روندی جهشی و افزایشی برجسته می‌شود که بالاترین میزان آن هم در برهه‌ی سوم مشاهده می‌شود، اما در برهه‌ی چهارم در یک سیر نزولی قرار گرفته، حجم آن تا فراوانی ۱۱ سقوط می‌کند.

منشأ تهدید جهانی شامل مؤلفه‌های خاورمیانه، افغانستان، پاکستان، ایران، عراق، فلسطین، عربستان، ازبکستان، تاجیکستان، ترکمنستان، آسیای میانه، کویت، ارمنستان، ترکیه، چین، قرقیزستان، سوریه، بحرین، قطر، امارات، عمان، رژیم صهیونیستی، لبنان و اردن در برهه‌ی نخست تنها فراوانی ۹ را در اخبار نیویورک تایمز به خود اختصاص داده است. در برهه‌ی دوم این حجم با افزایشی کاملاً محسوس یعنی ۹۶ برجستگی خاصی در اخبار نیویورک تایمز پیدا کرده است، اما در برهه‌ی سوم کاهشی نامحسوس داشته و در برهه‌ی چهارم بالاترین حجم فراوانی یعنی ۱۰۱ را اشغال می‌کند. در میان مؤلفه‌های مختلف خاورمیانه‌ی بزرگ، مؤلفه‌هایی چون قرقیزستان، ترکمنستان، اردن، لبنان، رژیم صهیونیستی، عمان، قطر و بحرین در هر چهار برهه هیچ‌گونه فراوانی ندارند، اما مؤلفه‌ی خاورمیانه در برهه‌ی نخست ۲، در برهه‌ی دوم ۲۴، در برهه‌ی سوم ۸، در برهه‌ی چهارم ۲۰ و در کل فراوانی ۷۴ را به خود اختصاص می‌دهد. از میان سایر مؤلفه‌های مهم دیگر، افغانستان که در برهه‌ی نخست حجم فراوانی آن صفر و در

برهه‌ی چهارم ۲۳ می‌باشد، در برهه‌ی دوم و سوم در هر کدام ۱۷ بار تکرار شده است. فلسطین نیز به‌عنوان مؤلفه‌ای مهم ۵۲ بار در این رسانه به‌کار رفته است که بالاترین آن مربوط به برهه‌ی چهارم و پایین‌ترین حجم نیز در برهه‌ی اول مشاهده می‌شود.

عربستان در برهه‌ی نخست فراوانی ندارد، اما در برهه‌ی دوم بالاترین فراوانی یعنی ۹ را به‌دست آورده است. ازبکستان که در برهه‌ی نخست، صفر است در برهه‌ی دوم ۱ و در برهه‌ی سوم حجم فراوانی آن به ۱۲ رسیده است.

نکته‌ی تأمل‌برانگیز گم شدن مؤلفه‌ی رژیم صهیونیستی در تمامی برهه‌هاست که هیچ‌گونه پوشش خبری را فرانگرفته است.

مقوله‌ی عوامل حادثه که دربرگیرنده‌ی مؤلفه‌های طالبان، القاعده، بن‌لادن و اسامی عرب می‌باشد، در مجموع در چهار برهه، ۲۸۲ بار از سوی نیویورک تایمز تحت پوشش رسانه‌ای قرار گرفته است که از این مجموع، برهه‌ی نخست عدد ۹ را نشان می‌دهد و ۸ مورد دیگر به اسامی عربی و ۱ مورد آن به طالبان مربوط است. در برهه‌ی دوم بیش‌ترین حجم با فراوانی ۴۳ مربوط به اسامی عربی است و پایین‌ترین حجم نیز با فراوانی ۱۷ به طالبان باز می‌گردد.

در برهه‌ی سوم، القاعده بالاترین حجم فراوانی را دارد که در مقایسه‌ی ۴ برهه، بالاترین حجم این مؤلفه به‌شمار می‌رود، اما در برهه‌ی چهارم بالاترین حجم به طالبان با فراوانی ۴۵ باز می‌گردد که بالاترین حجم در میان مؤلفه‌های مختلف را در برهه‌ی چهارم و بالاترین حجم را نسبت به برهه‌های دیگر نشان می‌دهد. در این برهه، بن‌لادن پایین‌ترین حجم یعنی ۱۴ را دارد که این حجم گرچه نسبت به برهه‌ی اول بالاست، اما نسبت به برهه‌ی دوم و سوم در رتبه‌ای پایین‌تر از تکرار قرار دارد. در این برهه، اسامی عربی و القاعده در نسبتی مساوی تحت پوشش رسانه‌ای بوده‌اند.

مقوله‌ی راهکار جهانی تنها با مؤلفه‌ی ائتلاف جهانی (بین‌المللی) در برهه‌ی اول صفر بوده و در برهه‌ی دوم به عدد ۲۹ ارتقا یافته است. این مؤلفه در برهه‌ی سوم بالاترین حجم

یعنی ۵۱ را در روزنامه‌ی نیویورک تایمز نشان می‌دهد، اما در برهه‌ی چهارم در یک روند نزولی کاهشی چشم‌گیری را به نمایش می‌گذارد و از فراوانی ۵۱ در برهه‌ی سوم به ۵ می‌رسد.

جمع‌بندی شبکه‌ی خبری سی.ان.ان

تحلیل و جمع‌بندی کلی حجم فراوانی‌ها و میزان پوشش خبری مؤلفه‌های مختلف در اخبار سی.ان.ان به این شرح است.

در مقوله‌ی دین و مؤلفه‌های آن، اسلام در برهه‌ی نخست هیچ فراوانی ندارد، اما در برهه‌ی دوم فراوانی ۳۲ را یافته و در برهه‌ی سوم با افزایشی محسوس ۳۴ بار تکرار شده است، البته در برهه‌ی چهارم با کاهشی محسوس پوشش فراوانی آن به ۱۲ رسیده است. مؤلفه‌ی مسلمان بالاترین حجم فراوانی خود را در برهه‌ی سوم به دست آورده است و پایین‌ترین حجم فراوانی را نیز در برهه‌ی نخست با مقدار صفر می‌باشد. این مؤلفه در برهه‌ی دوم فراوانی ۲۸ دارد و در برهه‌ی چهارم نیز ۲۲ بار تکرار شده است. مسجد به‌عنوان مؤلفه‌ی دیگر این مقوله در برهه‌ی نخست صفر است و بالاترین حجم فراوانی را با تکرار ۱۹ در برهه‌ی دوم نشان می‌دهد، اما در برهه‌ی سوم حجم فراوانی آن کاهشی محسوس یافته، به ۶ می‌رسد و بار دیگر در برهه‌ی چهارم افزایش می‌یابد و به فراوانی ۱۸ می‌رسد. بنیادگرایی، در برهه‌ی اول و چهارم وجود ندارد، اما برهه‌ی دوم شاهد فراوانی ۱۲ برای آن می‌باشیم. در برهه‌ی سوم نیز با کاهشی بیش از ۵۰ درصد نسبت به برهه‌ی دوم به فراوانی ۵ تنزل می‌یابد.

در مقوله‌ی تهدید که شامل مؤلفه‌های ترور، تروریست، تروریسم، خشونت و تروریسم بین‌الملل است، در برهه‌ی اول ترور حجم فراوانی ۴ را نشان می‌دهد و در برهه‌ی دوم فراوانی ۳۴، این حجم در برهه‌ی سوم کاهش یافته، به ۲۰ می‌رسد و در برهه‌ی چهارم باز هم کاهش یافته و به ۱۳ تنزل می‌یابد. در یک نگاه کلی، بالاترین حجم فراوانی به تروریسم بین‌الملل با حجم فراوانی ۱۳۹ اختصاص دارد و در تفکیک برهه‌ای، برهه‌ی دوم با فراوانی ۱۰۹ بالاترین فراوانی در این مقوله و مؤلفه است.

در بحث از منشأ خاورمیانه‌ی بزرگ شاهد هستیم که تمام مؤلفه‌ها در برهه‌ی نخست ۱۸ فراوانی را به خود اختصاص داده‌اند. در برهه‌ی دوم این فراوانی تا ۱۳۱ افزایش می‌یابد که حاکی از برجستگی این مقوله و مؤلفه‌های آن در سی.ان.ان می‌باشد. البته این برجستگی در برهه‌ی سوم با افزایش نامحسوس ادامه می‌یابد، ولی اوج برجستگی این موضوع در برهه‌ی چهارم است که به فراوانی ۱۵۰ می‌رسد.

از میان مؤلفه‌های این مقوله، بحرین، ارمنستان، گرجستان، رژیم صهیونیستی، عمان و قطر هیچ فراوانی ندارند، اما مؤلفه‌ی خاورمیانه در برهه‌ی نخست ۱ بار، در دوره‌ی دوم ۱۷ بار، در دوره‌ی سوم ۱۶ بار و در برهه‌ی چهارم ۹ بار تکرار شده است. افغانستان به‌عنوان مؤلفه‌ای مهم بالاترین حجم فراوانی خود را در برهه‌ی چهارم دارد، ولی در برهه‌ی نخست فراوانی آن صفر است. مؤلفه‌ی دیگر یعنی فلسطین در حالی که در برهه‌ی نخست و چهارم فراوانی آن صفر می‌باشد، در برهه‌ی دوم فراوانی ۷ و در برهه‌ی سوم فراوانی ۱۵ را به‌دست آورده است.

عربستان در مجموع فراوانی ۲۹ را به خود اختصاص داده که به تفکیک در برهه‌ی دوم ۱۳ بار، برهه‌ی سوم ۱۱ بار و در برهه‌ی چهارم ۵ بار تکرار شده است، اما در برهه‌ی نخست هیچ فراوانی ندارد.

فراوانی ۱۴ متعلق به ازبکستان است که در برهه‌ی اول ۱، برهه‌ی دوم صفر، برهه‌ی سوم ۱۳ و در برهه‌ی چهارم ۵ دست آورده است. مقوله‌ی عوامل حادثه که دربرگیرنده‌ی مؤلفه‌های طالبان، القاعده، بن‌لادن و اسامی عربی است، ۳۷۴ بار از سوی سی.ان.ان تکرار شده است که از این تعداد فراوانی، ۱۱۸ مورد متعلق به طالبان است که بالاترین فراوانی را در برهه‌ی چهارم با فراوانی ۶۰ کسب نموده، و پایین‌ترین آن در برهه‌ی نخست است. القاعده ۵۷ بار تکرار شده است و بالاترین میزان آن مربوط به برهه‌ی دوم است، بن‌لادن از سوی این رسانه، ۷۹ بار مورد پوشش رسانه‌ای واقع شده که بیش‌ترین تکرار آن در برهه‌ی سوم با فراوانی ۳۴ بوده است و اسامی عربی فراوانی ۱۲۰ را دارد که پایین‌ترین آن در برهه‌ی نخست با فراوانی یک است و بیش‌ترین آن مربوط است به برهه‌ی چهارم با فراوانی ۴۶، هم‌چنین راهکار جهانی به‌عنوان آخرین مقوله، ۹۵ بار از سوی این

رسانه در چهار برهه‌ی موردنظر تکرار شده است که در برهه‌ی نخست فراوانی آن صفر است و در برهه‌ی سوم با فراوانی ۵۵ بیش‌ترین حجم فراوانی را دربر می‌گیرد.

جمع‌بندی رادیو بی.بی.سی فارسی

مقوله‌ی دین و مؤلفه‌های آن در رادیو بی.بی.سی ۲۶۳ بار پوشش داده شده است که از مجموع کل اسلام فراوانی ۱۳۹، مسلمان ۷۵، مسجد ۱۷ و مؤلفه‌ی بنیادگرایی ۳۲ را به خود اختصاص داده‌اند. بیش‌ترین فراوانی هر کدام از این مؤلفه‌ها به این ترتیب است: اسلام بیش‌ترین فراوانی خود را در برهه‌ی چهارم، مسلمان در برهه‌ی سوم، مسجد در برهه‌ی چهارم، و بنیادگرایی در برهه‌ی چهارم و کم‌ترین پوشش فراوانی همه‌ی مؤلفه‌ها در برهه‌ی نخست است.

در مقوله‌ی تهدید، مؤلفه‌ی ترور ۵۷ بار تکرار شده که بیش‌ترین حجم آن به برهه‌ی سوم مربوط است. تروریست به‌عنوان مؤلفه‌ی دیگر، بیش‌ترین حجم فراوانی خود را در برهه‌ی دوم و پایین‌ترین حجم را در برهه‌ی نخست به‌دست آورده است. دیگر مؤلفه‌ی مقوله‌ی تهدید، تروریسم است که ۹۵ بار از سوی این رسانه پوشش داده شده است و بیش‌ترین حجم را در برهه‌ی دوم و کم‌ترین حجم را در برهه‌ی نخست دارد. آن دو در برهه‌های سوم و چهارم با یک نامتفاوت نامحسوس به ترتیب ۲۷ و ۲۹ بار مورد استفاده قرار گرفته‌اند.

۶۷ فراوانی از مجموع کل، مقوله‌ی تهدید را مؤلفه‌ی خشونت دربر می‌گیرد که بیش‌ترین حجم فراوانی آن یعنی رقم ۳۰ در برهه‌ی سوم قرار دارد، اما در برهه‌ی نخست با فراوانی ۱ کم‌ترین حجم را گرفته و در برهه‌ی سوم ۱۴ بار و در برهه‌ی چهارم ۲۲ بار پوشش رسانه‌ای داده شده است. در بحث از تروریسم بین‌الملل به‌عنوان دیگر مؤلفه‌ی مهم در مقوله‌ی تهدید شاهد هستیم که این مؤلفه نسبت به سایر مؤلفه‌ها در کل کم‌ترین حجم فراوانی را دارد و بیش‌ترین حجم هم به برهه‌ی چهارم مربوط است. هر چند از برهه‌ی نخست تا سه روند افزایشی مشاهده می‌شود، اما این روند شتابی خاص دارد؛ یعنی از فراوانی یک در برهه‌ی نخست به فراوانی ۱۳ در برهه‌ی دوم و از فراوانی ۱۳ به فراوانی ۲۰ در برهه‌ی سوم می‌رسد.

منشأ تهدید در سی.ان.ان ۸۵۷ بار پوشش داده شده است که ۴۹ فراوانی آن در برهه‌ی نخست است و ۲۰۸ فراوانی آن به برهه‌ی دوم و ۳۲۲ فراوانی نیز به دوره‌ی سوم تعلق دارد و در دوره‌ی چهارم فراوانی منشأ تهدید به ۲۷۸ می‌رسد. در میان مؤلفه‌های مربوط به منشأ تهدید، مؤلفه‌ی اردن، لبنان، عمان و قطر در هیچ‌کدام از مراحل فراوانی ندارند، اما خاورمیانه ۱۰۱ فراوانی دارد که بیش‌ترین حجم آن در برهه‌ی چهارم و کم‌ترین آن در برهه‌ی اول است. در این مقوله افغانستان بیش‌ترین حجم فراوانی را دارد و بالاترین میزان آن به نسبت برهه‌ها در برهه‌ی چهارم است، اما همین مؤلفه در برهه‌ی نخست هیچ فراوانی ندارد.

فلسطین مؤلفه‌ی مهم دیگری است که در این مقوله، بالاترین حجم آن در برهه‌ی سوم به چشم می‌خورد و کم‌ترین آن در برهه‌ی اول صفر است، هم‌چنین عربستان در برهه‌ی دوم و سوم در شرایطی مساوی پوشش داده شده است، ولی ازبکستان در برهه‌ی نخست فراوانی یک را دارد که پایین‌ترین رقم است و در برهه‌ی سوم با ۳۴ فراوانی بالاترین حجم را گرفته است. این مؤلفه در مجموع، ۴۸ فراوانی را به خود اختصاص داده است.

در مقوله‌ی عوامل حادثه، طالبان در حجم وسیعی پوشش داده شده که بیش‌ترین آن در برهه‌ی چهارم متمرکز است. این مؤلفه، ۱۰۵ بار تکرار شده است، در صورتی که در برهه‌ی نخست فراوانی ندارد و در برهه‌ی دوم و سوم با تفاوتی نامحسوس فراوانی ۵۴ و ۶۰ را نشان می‌دهد.

القاعده، بن‌لادن و اسامی عربی پایین‌ترین حجم فراوانی را در برهه‌ی نخست دارند با این تفاوت که حجم القاعده و بن‌لادن در برهه‌ی نخست صفر است و اسامی عربی ۱۲؛ در عین حال، بیش‌ترین حجم فراوانی بن‌لادن و اسامی عربی در برهه‌ی دوم است که به ترتیب ۵۲ و ۷۶ بار پوشش داده شده‌اند، ولی القاعده بالاترین حجم خود را در برهه‌ی سوم با فراوانی ۲۷ دارد.

اما مقوله‌ی پایانی یعنی راهکار جهانی که تنها شامل یک مؤلفه است، در سی.ان.ان ۷۹ بار پوشش داده شده و بیش‌ترین حجم آن در برهه‌ی سوم ۳۹ است، در حالی که در برهه‌ی دوم فراوانی ۱۰ و در برهه‌ی چهارم فراوانی ۳۰ و در برهه‌ی نخست فراوانی صفر را به خود اختصاص داده است.

تحلیل مقایسه‌ای فراوانی‌های این سه رسانه

پس از ارائه اطلاعات، آمار، ارقام، نمودارها و جداول مربوط به هر کدام از رسانه‌ها و نیز تحلیل جداگانه هر کدام از رسانه‌های مورد نظر در پایان فصل جمع‌بندی کلی و مقایسه‌ای از هر سه رسانه ارائه می‌شود.

مقوله‌ی دین

در رسانه‌ی نیویورک تایمز مجموع فراوانی‌های مربوط به مقوله‌ی دین ۸۶ فراوانی می‌باشد، در حالی که این مقوله در رادیو بی.بی.سی فارسی ۲۶۳ فراوانی است و در خبرهای سی.ان.ان ۲۲۸ فراوانی را به خود اختصاص داده است. در نیویورک تایمز مهم‌ترین مؤلفه‌ی دین، اسلام می‌باشد که در مجموع ۳۷ فراوانی را به خود اختصاص داده است، اما مؤلفه‌ای که کم‌ترین فراوانی را داشته بنیادگرایی که در هیچ‌کدام از چهار برهه فراوانی ندارد.

مهم‌ترین مؤلفه این مقوله در سی.ان.ان مسلمان است که فراوانی ۹۰ را دارد. در این رسانه، فراوانی هر چهار مؤلفه‌ی دین در برهه‌ی نخست صفر می‌باشد، هم‌چنین بنیادگرایی با فراوانی ۱۷ پایین‌ترین مؤلفه است.

مقوله‌ی دین در بی.بی.سی این‌گونه پوشش داده شده است که مهم‌ترین مؤلفه از نظر میزان فراوانی اسلام با فراوانی ۱۳۹ است و پایین‌ترین پوشش خبری نیز مربوط به مسجد است که تنها ۱۷ بار پوشش داده شده است. در رادیو بی.بی.سی تنها مؤلفه‌ای که در برهه‌ی نخست فراوانی دارد، اسلام با فراوانی ۱۵ بوده، فراوانی سایر مؤلفه‌ها صفر است.

جدول شماره‌ی ۱ - مقایسه‌ی مقوله‌ی دین

رسانه	مؤلفه	اسلام	مسلمان	مسجد	بنیادگرایی
نیویورک تایمز	۳۷	۳۹	۱۳	۰	
سی.ان.ان	۷۸	۹۰	۴۳	۱۷	
بی.بی.سی فارسی	۱۳۹	۷۵	۱۷	۳۲	

مقوله‌ی تهدید

مجموع فراوانی‌های این مقوله در نیویورک تایمز ۴۰۰ می‌باشد، در حالی که مجموع فراوانی‌های آن در سی.ان.ان ۴۶۴ و در بی.بی.سی ۴۰۷ است.

در نیویورک تایمز بیش‌ترین فراوانی در مقایسه‌ی مؤلفه‌ها مربوط به تروریست است که ۱۴۳ فراوانی داشته و بیش‌ترین حجم آن هم در برهه‌ی دوم است. از سوی دیگر، پایین‌ترین فراوانی را ترور با ۳۸ فراوانی دارد؛ البته مؤلفه‌ی تروریسم بین‌الملل نیز در این رسانه جایگاه دوم را با فراوانی ۹۶ اشغال کرده است.

سی.ان.ان از مجموع ۴۶۴ فراوانی بیش‌ترین حجم فراوانی خود را به تروریسم بین‌الملل با فراوانی ۱۳۹ اختصاص داده است و بیش‌ترین حجم آن در برهه‌ی دوم با ۱۰۹ بار تکرار است در این رسانه، پایین‌ترین فراوانی را خشونت با ۶۱ فراوانی دارد. هم‌چنین مؤلفه‌ی تروریست در این رسانه با فراوانی ۱۱۴ مقام دوم را از لحاظ تعداد تکرار به خود اختصاص داده است.

مقوله‌ی دین، ۴۰۷ فراوانی را در بی.بی.سی به خود اختصاص داده است. در این رسانه، تروریست ۱۳۰ بار تکرار شده و بیش‌ترین حجم از لحاظ مقایسه‌ی برهه‌ها به برهه‌ی دوم مربوط است. ترور با ۵۷ فراوانی پایین‌ترین حجم فراوانی را گرفته است. هم‌چنین تروریسم بین‌الملل با مجموع فراوانی ۵۸ بیش‌ترین تعداد تکرار را در برهه‌ی چهارم با ۲۴ فراوانی دارد.

جدول شماره ۲ - مقایسه‌ی مقوله‌ی تهدید

مؤلفه	ترور	تروریست	تروریسم	خشونت	تروریسم بین‌الملل
نیویورک تایمز	۳۸	۱۴۳	۷۳	۷۰	۹۶
سی.ان.ان	۷۱	۱۱۴	۷۹	۶۱	۱۳۹
بی.بی.سی فارسی	۵۷	۱۳۰	۹۵	۶۷	۵۸

منشأ تهدید

خاورمیانه به مثابه منشأ تهدید در نیویورک تایمز با فراوانی ۲۹۶ بار تکرار شده است، اما بی.بی.سی فارسی آن را ۸۵۷ بار به کار برده است. همین مقوله در سی.ان.ان ۴۳۴ فراوانی دارد، اما در نیویورک تایمز بالاترین حجم فراوانی در برهه‌ی چهارم با رقم ۱۰۱ و پایین‌ترین نیز در برهه‌ی نخست با فراوانی ۹ قرار دارد.

از مجموع فراوانی‌های این مقوله در سی.ان.ان فراوانی بیش‌تری در برهه‌ی چهارم با حجم ۱۵۰ مشاهده می‌شود و پایین‌ترین فراوانی با حجم ۱۸ در برهه‌ی نخست قرار دارد. هم‌چنین بی.بی.سی بالاترین حجم در مقوله‌ی منشأ تهدید را به خود اختصاص داده و ۸۵۷ بار مؤلفه‌های این مقوله را تکرار کرده است. در این رسانه بر خلاف سی.ان.ان و نیویورک تایمز که بیش‌ترین حجم فراوانی‌شان متعلق به برهه‌ی چهارم است، بالاترین میزان فراوانی در برهه‌ی سوم با حجم ۳۲۲ قرار دارد. در میان مؤلفه‌های منشأ تهدید، عمان و قطر در میان هیچ‌کدام از رسانه‌ها و در هیچ برهه‌ای فراوانی ندارند. هم‌چنین اردن و لبنان در بی.بی.سی و نیویورک تایمز فراوانی ندارند و قرقیزستان، ترکمنستان، رژیم صهیونیستی، بحرین، ارمنستان و گرجستان نیز در نیویورک تایمز و سی.ان.ان فراوانی ندارند، اما نکته‌ی حائز اهمیت این است که رژیم صهیونیستی در نیویورک تایمز و سی.ان.ان در هیچ‌کدام از برهه‌ها فراوانی ندارد و تنها ۴ فراوانی در بی.بی.سی به خود اختصاص داده که آن هم مربوط به برهه‌ی نخست یعنی پیش از حادثه‌ی ۱۱ سپتامبر است.

جدول شماره‌ی ۳ - مقایسه‌ی منشأ تهدید

مؤلفه / رسانه	خاورمیانه بزرگ	خاورمیانه	افغانستان	فلسطین	عربستان	ازبکستان
نیویورک تایمز	۲۹۶	۷۴	۵۶	۵۲	۱۴	۱۷
سی.ان.ان	۴۳۴	۴۳	۱۶۲	۲۲	۲۹	۱۴
بی.بی.سی فارسی	۸۵۷	۱۰۱	۲۶۳	۴۳	۲۴	۴۸

عوامل حادثه

موضوع عوامل حادثه شامل مؤلفه‌های طالبان، القاعده، بن‌لادن، اسامی عربی در نیویورک تایمز ۲۹۲ بار تکرار شده است، اما سی.ان.ان ۳۷۴ و بی.بی.سی ۴۸۲ بار آنها را به‌کار برده‌اند. هم‌چنین از مجموع فراوانی‌های نیویورک تایمز ۸۴ مورد آن را اسامی عربی اشغال نموده که بیش‌ترین آن نیز در برهه‌ی دوم تکرار شده است. از سوی دیگر، مؤلفه‌های القاعده و بن‌لادن در برهه‌ی نخست هیچ فراوانی ندارند، این در حالی است که طالبان در تطبیق برهه‌ها، در چهارمین دوره، بالاترین حجم مؤلفه‌ها را با ۴۵ فراوانی به خود اختصاص داده است. در سی.ان.ان نیز بالاترین حجم فراوانی را اسامی عربی دارند که در برهه‌ی چهارم ۴۶ بار به‌کار برده شده‌اند. در این رسانه هم مانند نیویورک تایمز، القاعده و بن‌لادن هیچ فراوانی ندارند، ضمن این‌که طالبان نیز در دوره‌ی نخست فراوانی ندارند. بر خلاف سی.ان.ان و نیویورک تایمز که بالاترین حجم فراوانی در آنها مربوط به اسامی عربی بود، در بی.بی.سی بالاترین حجم فراوانی را طالبان با رقم ۲۱۹ فراگرفته است که این مؤلفه هم در برهه‌ی نخست فراوانی ندارد، ولی در برهه‌ی چهارم ۱۰۵ پوشش رسانه‌ای از آن وجود دارد. در این رسانه هم مانند سی.ان.ان در برهه‌ی نخست طالبان، القاعده و بن‌لادن فراوانی ندارند و تنها اسامی عربی ۱۲ بار تکرار شده‌اند.

جدول شماره‌ی ۴ - مقایسه‌ی مقوله‌ی عوامل حادثه

رسانه	مؤلفه	طالبان	القاعده	بن لادن	اسامی عربی
نیویورک تایمز	۸۲	۶۳	۵۳	۸۴	
سی.ان.ان	۱۱۸	۵۷	۷۹	۱۲۰	
بی.بی.سی فارسی	۲۱۹	۵۰	۱۰۶	۱۷۰	

راهکار جهانی

به‌عنوان آخرین مقوله در این پژوهش که تنها یک مؤلفه داشته و آن هم ائتلاف بین‌المللی (ائتلاف جهانی) بوده، در نیویورک است.

جدول شماره‌ی ۵ - مؤلفه‌ی ائتلاف بین‌المللی جهان

مؤلفه	رتبه
نیویورک تایمز	۸۵
سی.ان.ان	۹۵
بی.بی.سی فارسی	۷۹

جدول شماره‌ی ۶ - مقایسه‌ی راهکار جهانی

نیویورک تایمز		سی.ان.ان		بی.بی.سی فارسی	
ائتلاف بین‌المللی (جهانی)	مؤلفه برهه	ائتلاف بین‌المللی (جهانی)	مؤلفه برهه	ائتلاف بین‌المللی (جهانی)	مؤلفه برهه
صفر	اول	صفر	اول	صفر	اول
۲۹	دوم	۱۷	دوم	۱۰	دوم
۵۱	سوم	۵۵	سوم	۳۹	سوم
۵	چهارم	۲۳	چهارم	۳۰	چهارم

پوشش خبری پیش از حادثه‌ی ۱۱ سپتامبر بر اساس فراوانی

در بررسی عملکرد رسانه‌های موردنظر پیش از حادثه‌ی ۱۱ سپتامبر یک نوع روند طبیعی حاکم بر نحوه‌ی پوشش خبری از مقوله‌های انتخابی مشاهده می‌شود. برای نمونه، در روزنامه‌ی نیویورک تایمز حجم فراوانی اختصاص یافته به مقوله‌ی دین تنها ۲ می‌باشد و این فراوانی هم به مؤلفه‌ی اسلام به‌عنوان دینی که در سراسر جهان پیروانی دارد، اختصاص یافته و اساساً شاید بتوان این سؤال را طرح کرد که آیا این حجم فراوانی برای اسلام طبیعی است؟ آیا مباحث مربوط به دین اسلام دچار نوعی سانسور خبری نشده است؟ وقتی که سایر رسانه‌های مورد بررسی را ملاحظه می‌کنیم، مشاهده می‌شود که در سی.ان.ان هم این روند حاکم است، اما این که چه انگیزه‌هایی باعث این نوع پوشش خبری است، چندان روشن نیست. از سوی دیگر، در بی.بی.سی فارسی مشاهده می‌شود که حجم پوشش خبری نسبت به مقوله‌ی دین از

دو رسانه‌ی دیگر بیش‌تر است که این‌اگر به‌صورت مستقل و بدون توجه به سایر برهه‌ها بررسی شود، ممکن است گمراه‌کننده باشد، ولی اگر این نحوه‌ی پوشش خبری با سایر برهه‌های موردنظر که بی.بی.سی فارسی مورد بررسی قرار گرفته، مقایسه گردد، این مسأله حل می‌شود؛ چون به‌طور کلی، در بی.بی.سی فارسی حجم فراوانی‌های مربوط دست‌کم در مقوله‌ی دین بیش از سایر رسانه‌هاست.

نکته‌ی اساسی و در‌خور توجه این است که این روند (معمولی و عادی) تنها شامل مقوله‌ی دین نیست، بلکه سایر مقوله‌ها نیز با این روند پوشش داده شده‌اند. در بی.بی.سی فارسی مقوله‌ی تهدید جهانی تنها یک‌بار آن هم در واژه‌ی کلی «خشونت» آمده است. در نیویورک تایمز نیز حجم فراوانی با اختصاص یافتن به تروریست و تروریسم عدد ۳ را نشان می‌دهد.

این مقوله در سی.ان.ان با حجم فراوانی ۷ شامل خشونت و ترور می‌گردد. در خصوص منشأ تهدید مشاهده می‌شود که در روزنامه‌ی نیویورک تایمز ۶ مورد خاورمیانه پوشش رسانه‌ای داده شده که در ۴ مورد فلسطین و در ۲ مورد هم مؤلفه‌ی خاورمیانه کاربرد داشته است.

در سی.ان.ان حجم فراوانی پوشش خبری خاورمیانه با ۱۳ مورد به تفکیک شامل ایران ۶ بار، ازبکستان ۱ بار، عراق ۵ بار و پاکستان ۱ بار است. این موضوع در بی.بی.سی فارسی ۴۴ بار پوشش داده شده است که ۲۴ مورد آن شامل ایران می‌شود؛ هم‌چنین بحرین با فراوانی ۳، رژیم صهیونیستی ۴، قرقیزستان ۱، ارمنستان ۱، تاجیکستان ۳، ازبکستان ۱، عربستان ۲ و عراق ۴ بار پوشش داده شده‌اند.

عوامل حادثه به‌عنوان مقوله‌ی مورد بررسی دیگر در برهه‌ی نخست از سوی بی.بی.سی فارسی ۱۲ بار پوشش رسانه‌ای داده شده است. این موضوع در سی.ان.ان ۱ بار در کاربرد اسامی عربی مشاهده می‌شود، ولی در نیویورک تایمز حجم فراوانی آن رقم ۹ است که ۸ مورد آن شامل اسامی عربی و ۱ مورد نیز طالبان را شامل می‌شود.

در شمارش آنچه به‌نام راهکار جهانی معرفی شده است (ائتلاف بین‌المللی)، در هیچ‌کدام از رسانه‌ها فراوانی مشاهده نمی‌شود.

در مقایسه و نتیجه‌گیری از نحوه‌ی پوشش رسانه‌ای مقوله‌های موردنظر در برهه‌ی نخست در هر سه رسانه مشاهده می‌شود که تنها یک روند عادی و معمولی حاکم بوده، هیچ برجستگی خاصی به نظر نمی‌رسد. تنها در مقایسه‌ی سه رسانه با یکدیگر درمی‌یابیم که در موضوع دین، منشأ تهدید و عوامل حادثه رادیو بی.بی.سی فارسی در جایگاه نخست قرار دارد و سی.ان.ان و نیویورک تایمز به‌طور متناوب در جایگاه دوم و سوم جابه‌جا می‌شوند، اما در موضوع تهدید جهانی سی.ان.ان از نظر حجم فراوانی در جایگاه نخست است و نیویورک تایمز و بی.بی.سی فارسی به ترتیب در جایگاه دوم و سوم قرار گرفته‌اند. این در حالی است که در موضوع راهکار جهانی هیچ‌کدام از رسانه‌ها پوشش خبری نداشته‌اند و در مجموع این نوع عملکرد، روندی است که انتظار می‌رود.

پوشش خبری پس از حادثه‌ی ۱۱ سپتامبر بر اساس فراوانی

برهه‌ی دوم (۱۱ تا ۱۵ سپتامبر)

در این برهه که بلافاصله پس از حادثه‌ی ۱۱ سپتامبر آغاز شده، نوعی برجستگی در حجم فراوانی‌های مقوله‌های انتخابی مشاهده می‌شود، به این ترتیب که حجم فراوانی کاربرد مقوله‌ی دین در نیویورک تایمز ۴۲ می‌باشد، در حالی که در برهه‌ی نخست فراوانی آن ۲ بوده است.

فراوانی این مقوله در بی.بی.سی فارسی نیز نسبت به برهه‌ی نخست بسیار بیش‌تر شده، از ۱۵ به ۴۸ افزایش یافته است. این موضوع در سی.ان.ان روند بسیار تندی دارد، به نحوی که در برهه‌ی نخست فراوانی آن صفر و در برهه‌ی دوم ۹۱ است.

حجم فراوانی‌های منشأ تهدید نیز بسیار بالاست. در نیویورک تایمز حجم فراوانی‌ها از ۶ در برهه‌ی نخست به ۹۶ افزایش یافته است. هم‌چنین در بی.بی.سی فارسی هم از ۴۹ به ۲۲۵ سیر صعودی نشان می‌دهد. این موضوع در سی.ان.ان از ۱۳ به ۱۳۱ رسیده است.

موضوع تهدید جهانی در حالی که در برهه‌ی نخست در نیویورک تایمز حجم فراوانی ۳ را اشغال نموده، در برهه‌ی دوم به ۲۰۲ رسیده است، این مقوله در بی.بی.سی فارسی از ۸ به ۱۳۶ و در سی.ان.ان از ۱۳ به ۲۴۷ افزایش نشان می‌دهد.

در بررسی سایر مقولات نیز مشاهده می‌شود که عوامل حادثه به ترتیب از ۹، ۱۲ و ۱ در نیویورک تایمز، بی.بی.سی فارسی و سی.ان.ان به ۱۰۳، ۹۷ و ۱۰۶ افزایش یافته‌اند. این روند در مقوله‌ی راهکار نیز به این ترتیب است که حجم فراوانی‌ها از صفر در هر سه رسانه به ۲۹ در نیویورک تایمز، ۱۰ در بی.بی.سی فارسی و ۱۷ در سی.ان.ان صعود کرده است.

در برهه‌ی دوم مشاهده می‌شود که رتبه‌ی نخست از لحاظ حجم پوشش در موضوعات دین و تهدید جهانی به سی.ان.ان تعلق دارد. در خصوص منشأ تهدید بی.بی.سی هم‌چنان با حجم فراوانی ۲۲۵ پیشنهاد است. این جایگاه در کاربرد مؤلفه‌های عوامل حادثه نیز به بی.بی.سی فارسی اختصاص دارد و تنها در موضوع راهکار است که نیویورک تایمز با حجم فراوانی ۲۹ جایگاه نخست را از آن خود قرار داده است.

برهه‌ی سوم (۲ تا ۱۵ اکتبر)

در برهه‌ی سوم که به پیش از حادثه‌ی افغانستان مربوط است، برجستگی حجم فراوانی‌ها در هر سه رسانه کماکان ادامه دارد. هر چند که در این برهه، بی.بی.سی فارسی در منشأ تهدید با حجم فراوانی ۳۲۲ بالاترین حجم کاربرد را به خود اختصاص داده است. در رتبه‌بندی کاربرد مؤلفه‌ها بی.بی.سی فارسی در مقوله‌های دین، منشأ تهدید، تهدید جهانی و عوامل حادثه به ترتیب با فراوانی‌های ۹۴، ۳۲۲، ۱۶۶ و ۱۶۷ بالاترین حجم فراوانی را دارد. هم‌چنین در موضوع راهکار سی.ان.ان با تفاوتی اندک نسبت به نیویورک تایمز پیشنهاد است. در این موضوع بی.بی.سی فارسی جایگاه سوم را دارد.

برهه‌ی چهارم (۱۲۹ اکتبر تا ۱ نوامبر)

در این برهه که دربرگیرنده‌ی چهار روز از روزهای پس از حمله به افغانستان است، با تغییر و تحولاتی اندک و جزئی هم‌چنان برجستگی مقولات در رسانه‌های انتخابی وجود دارد و کاهش چشم‌گیری حاکی از این موضوع که دیگر برجستگی وجود ندارد، مشاهده نمی‌شود؛ اما به‌طور کلی، در مقوله‌های دین، منشأ تهدید، تهدید جهانی، عوامل حادثه و راهکار جهانی که همه‌ی مقولات را شامل می‌شوند، بی.بی.سی فارسی جایگاه و مقام اول را در حجم پوشش خبری دارد و نیویورک تایمز و سی.ان.ان به تناوب در موضوعات مختلف جایگزین یکدیگر می‌شوند.

در مجموع، آنچه از بررسی ۴ برهه‌ی یادشده در مورد هر سه رسانه به‌دست می‌آید، این است که رسانه‌ی رادیو بی.بی.سیِ فارسی با برجستگی بیش‌تر به موضوعات و مقوله‌های این تحقیق می‌پردازد و نیویورک تایمز برخوردی محتاطانه‌تر با موضوعات دارد و این نوع برخورد در سراسر اخبار آن به چشم می‌آید؛ اما سی.ان.ان نوعی نوسان در پوشش‌های خبری خود داشته است، یعنی گاه برجستگی آن از بی.بی.سیِ فارسی هم بالاتر می‌رود و گاه نسبت به نیویورک تایمز هم کم‌تر پوشش خبری دارد.

این پژوهش بیش‌تر نگاهی کمی به حجم فراوانی‌ها دارد. از این نظر، نوعی رابطه‌ی معنادار بین حجم فراوانی‌های مقوله‌ها و مؤلفه‌های آن با سیاست خارجی آمریکا در خاورمیانه و فرایند مداخله‌ی آن کشور در این منطقه اثبات می‌شود که می‌تواند نقشی زمینه‌ساز برای اجرای سیاست خارجی آمریکا ایفا کنند (ایوانز، ۱۳۸۱)، حال این روند خودآگاه بوده یا ناخودآگاه نیازمند پژوهشی جداگانه است. اگر بخواهیم در اشاره‌ای مختصر و کوتاه برخی عناوینی را نشان دهیم که نتایج به‌دست آمده از بررسی کمی مؤلفه‌های موردنظر و رابطه‌ی معنادار آن با سیاست خارجی آمریکا را تأیید می‌کند، کافی است از یک سو نگاهی اجمالی به آنچه از سوی بوش رئیس‌جمهور آمریکا درباره‌ی حوادث ۱۱ سپتامبر اعلام شده و از سوی دیگر، به برخی عناوین رسانه‌ها که در ذیل می‌آیند، توجه داشته باشیم.

نتیجه‌گیری و جمع‌بندی

تحلیل محتوای کمی اخبار رسانه‌های خبری نیویورک تایمز، بی.بی.سیِ فارسی و سی.ان.ان حکایت از افزایش کاربرد مقوله‌های انتخابی ما در رسانه‌ها پس از ۱۱ سپتامبر دارد. این افزایش کاربرد در چارچوب نظریات برجسته‌سازی و تبلیغات قابل بررسی و تبیین است. این پژوهش سعی کرد در حد توان به بررسی آن بپردازد.

اما از آنچه در مورد نحوه‌ی پوشش خبری حوادث ۱۱ سپتامبر و پس از آن در رسانه‌ها آمده، هم‌چنین نوع سیاست خارجی آمریکا پس از ۱۱ سپتامبر چنین برمی‌آید که نوعی رابطه‌ی معنادار بین این دو وجود داشته است و رسانه‌ها با برجسته‌سازی و تبلیغات مقوله‌ها و مؤلفه‌های موردنظر افکار عمومی جهانی به‌عنوان اولویت آنها زمینه را برای دخالت آسان آمریکا در خاورمیانه فراهم کردند.

در واقع، رسانه‌های مورد بررسی این پژوهش از لحاظ کمی با پرداختن و برجسته نمودن آنچه در رویکرد سیاست خارجی آمریکا برخوردار تمدن‌ها نامیده می‌شد، زمینه را برای اجرا و کاربرد آن فراهم نمودند. همان‌طوری که در صفحات پیشین نیز اشاره شد، این‌که رسانه‌ها بر نوع سیاست خارجی یا سیاست خارجی بر نوع پرداخت رسانه‌ها تأثیر داشته‌اند؛ موضوعی است که نیاز به پژوهشی جداگانه و مستقل دارد؛ اما از این زاویه که بدون هیچ‌گونه ذهنیت پیشین سیاست خارجی آمریکا را به پوشش خبری رسانه‌ها عرضه نماییم یا اخبار رسانه‌ها را با مؤلفه‌ها و شاخص‌های سیاست خارجی آمریکا تطبیق دهیم، نوعی رابطه‌ی معنادار (زمینه‌سازی برای اجرای سیاست خارجی آمریکا) را در بیش‌تر موارد مشاهده می‌کنیم. در مواردی نیز ممکن است این رابطه‌ی معنادار جواب ندهد، اما در بیش‌تر موارد رابطه‌ی معنادار است، زیرا وقتی که برهه‌ی نخست موردنظر را بررسی کردیم، دریافتیم که حجم فراوانی مربوط به مقوله‌های دین، تهدید جهانی، منشأ تهدید، عوامل حادثه و راهکار جهانی به‌طور کلی بسیار پایین و در حد صفر است، اما این مقوله‌ها در برهه‌ی دوم، سوم و چهارم هرچند دچار نوساناتی شده‌اند، برجستگی خود را از لحاظ حجم فراوانی حفظ کرده‌اند. در واقع، رسانه‌های همگانی جهانی چنان سریع و منسجم و هماهنگ صحنه‌ی جهانی را در اختیار خود گرفتند که راه را برای هرگونه تفکر و ارزیابی از سوی افکار عمومی جهانی مسدود کردند.

همان‌طور که پیش‌قراولان سیاست خارجی آمریکا گفته‌اند: یکی از بزرگ‌ترین رویارویی‌های سیاست خارجی آمریکا در قرن ۲۱، جهان اسلام است. (نیکسون، ۱۳۷۱: ۲۰۷) بنابراین، مشاهده می‌شود که اسلام بزرگ‌ترین قربانی مبارزه آمریکا با تروریسم است، اندیشه‌ی اسلامی، منبع ترور جهانی معرفی می‌شود و جهانیان را از اندیشه‌ی اسلام بر حذر می‌دارند، و مکان جغرافیایی اسلام را به‌عنوان مهد تروریسم مورد حمله و مداخله قرار می‌دهند.

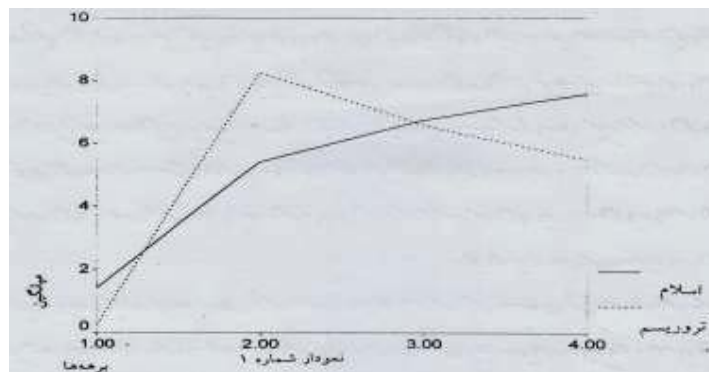
در رویکرد هانتینگتونی سیاست خارجی آمریکا پس از ۱۱ سپتامبر نیز مشاهده می‌شود که دشمن جدید را باید معرفی و برجسته نمود و رسانه‌های موردنظر این پژوهش در این زمینه کوتاهی نکرده‌اند و برای مطرح کردن دشمنی که بتواند جهان را از حالت رخوت یک قطبی بودن در آورد و نیز شرایط را برای جریان‌سازی‌های جدید سیاسی و بین‌المللی که حضور آمریکا را در نقاط مختلف جهان توجیه

کند، فراهم نماید، ساختار اسلام - تروریسم یا مسلمان - تروریست را مناسب تشخیص داده و زمینه‌های ظهور این پدیده را با بهره‌برداری از عناصر تندرو مسلمان ایجاد کرده‌اند، تا بلکه بتواند با طرح تر اسلام - تروریسم و موافق و مخالف آمریکا، و تبلیغات گسترده‌ی آن در سطح جهان، اجرای برنامه‌های سیاست خارجی آمریکا و هم‌پیمانانش را در سطحی گسترده امکان‌پذیر کنند.

در نگاهی اجمالی می‌توان تلاش رسانه‌ها را در محورهای زیر ارزیابی کرد:

برقراری پیوند مستحکم بین اسلام و تروریسم

در این زمینه اگر عناوین خبری و حجم فراوانی‌ها را مدنظر داشته باشیم، خواهیم دید که با مطرح شدن تر اسلام - تروریسم در جهان و محکوم کردن همه‌ی مبارزات آزادی‌بخش جهان اسلام تحت عنوان عملیات تروریستی این رابطه برقرار می‌شود. این پژوهش آشکار ساخت که محور یاد شده از سوی بی.بی.سی فارسی بهتر پرداخته شده، ولی نیویورک تایمز و سی.ان.ان برخوردی محتاطانه‌تر با این موضوع داشته‌اند. بر روی هم، نمودار ذیل نشان می‌دهد که سیر حرکتی و پوشش خبری اسلام و تروریسم تقریباً هماهنگ و همپوش بوده است.



نمودار شماره‌ی ۱ - سیر حرکتی و پوشش خبری اسلام و تروریسم

ایجاد وحشت از مسلمانان بین غیرمسلمانان

بر کسی پوشیده نیست با توجه به ذهنیت‌سازی‌هایی که از سوی رسانه‌ها نسبت به مسلمانان صورت گرفته و مسلمانان همراه با ترور، تروریست و تروریسم برجسته و تعریف

پیشین شده‌اند، دیوار اعتماد بین مسلمانان و غیرمسلمانان فرو ریخته و نوعی جو رعب و وحشت به وجود آمده است. این موضوع به‌ویژه پس از ۱۱ سپتامبر آشکار شد و بیمارگونه‌ی «اسلام فوبیا» به شکلی جدید بین غیرمسلمانان گسترش یافت.

تقسیم جهان به مخالف و موافق تروریسم

تقسیم جهان به موافق و مخالف تروریسم هرگونه دفاع مسلمانان (حکومت‌ها و ملت‌ها) را از اسلام و مسلمانان با اختلال جدی روبه‌رو می‌کند. این وضع نه تنها در موضع‌گیری‌های رسمی و بین‌المللی تأثیرگذار است، بلکه برای ملت‌ها و افکار عمومی نیز می‌تواند پیامدهای منفی به دنبال داشته باشد.

برخورد با هر پدیده‌ی مخالف سیاست آمریکا به بهانه‌ی مبارزه با تروریسم

نگرانی‌های مسلمانان اکنون به مرحله‌ای رسیده است که بیم دارند هر نوع مخالفت با آمریکا در هر زمان اقدامی تروریستی قلمداد شده، با آن مبارزه شود.

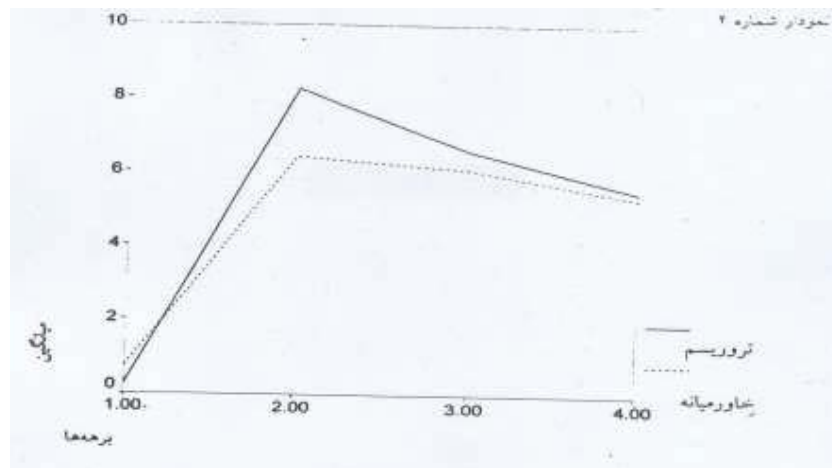
بهره‌برداری از پدیده‌ی جهانی شدن در مبارزه با گرایش به اسلام

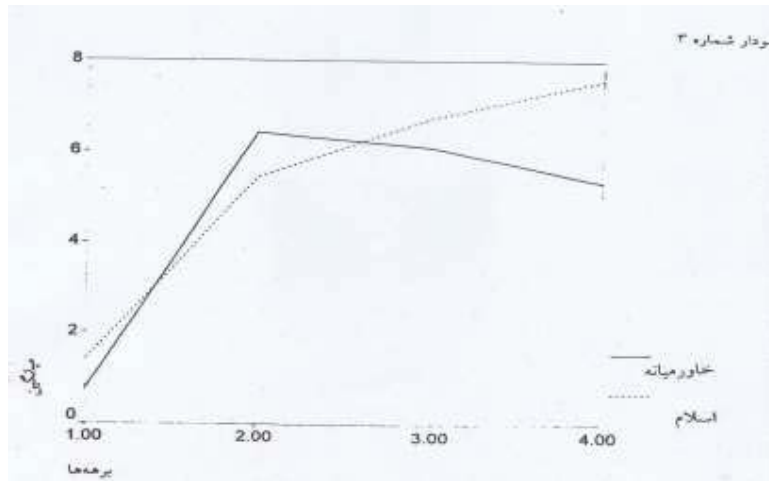
شاید آثار این مسأله هنوز کاملاً آشکار نشده باشد که شبکه‌های ارتباطی جهانی، از جهانی شدن، برای مبارزه با اسلام بهره‌برداری می‌کنند، اما این مسأله در آینده بهتر و عمیق‌تر آشکار خواهد شد.

پدید آوردن زمینه‌ها برای حمله به اسلام و مسلمانان

پس از حادثه‌ی ۱۱ سپتامبر راه انتقاد و حمله به اسلام و مسلمانان بیش از گذشته هموار شد؛ به طوری که متأسفانه اکنون حمله به اسلام و مسلمانان به دلایل مستدل و قوی نیاز ندارد، زیرا زمینه طوری آماده شده است که کم‌تر کسی سؤال خواهد کرد، بنابراین، سعی می‌کنند تا هر اقدام ضد امنیتی را در هر کجا، حتی بدون دلیل و مدرک به مسلمانان یا مراکز آنها ارتباط دهند.

وقتی این گونه حرکت رسانه‌ها را بررسی می‌کنیم و رابطه‌ی نوع عملکرد آنها را با افکار عمومی (تأثیرگذاری بر افکار عمومی) را تحلیل می‌نماییم، متوجه اهمیت موضوع می‌شویم؛ زیرا امروزه در سیاست آمریکایی‌ها افکار عمومی به صورت نوعی وضعیت پنجم در آمده است. وقتی آمادگی افکار عمومی برای اعمال سیاست‌ها به دست می‌آید، و اگر این آمادگی نزدیک به ۹۰ درصد باشد، بررسی‌ها و گزارش‌ها تبدیل به ابزار و اصول سیاسی می‌شوند. هر چند کسی انکار نمی‌کند که افکار عمومی یک موضوع متغیر و بی‌ثبات می‌باشد و گاهی اوقات ممکن است در اسرع وقت تغییر نماید، اما به هر حال از نوع پوشش خبری و عملکرد رسانه‌های نیویورک تایمز، سی.ان.ان و بی.بی.سی. فارسی به عنوان رسانه‌های مورد نظر در این پژوهش و سیاست خارجی اتخاذ شده‌ی آمریکا پس از حادثه‌ی ۱۱ سپتامبر چنین بر می‌آید آن‌گاه که آمریکا به دنبال مطرح نمودن دشمن خارجی بوده است، اسلام و مسلمانان به عنوان بهترین گزینه از سوی رسانه‌ها برجسته می‌شوند و رابطه آنها با ترور، تروریسم و تروریست برقرار می‌شود و خاورمیانه به عنوان محل آزمایش مبارزه با تروریسم انتخاب می‌گردد و مؤلفه‌های مربوط به گونه‌ای خاص از سوی رسانه‌ها پوشش خبری داده می‌شوند (نمودار ۲ و ۳).

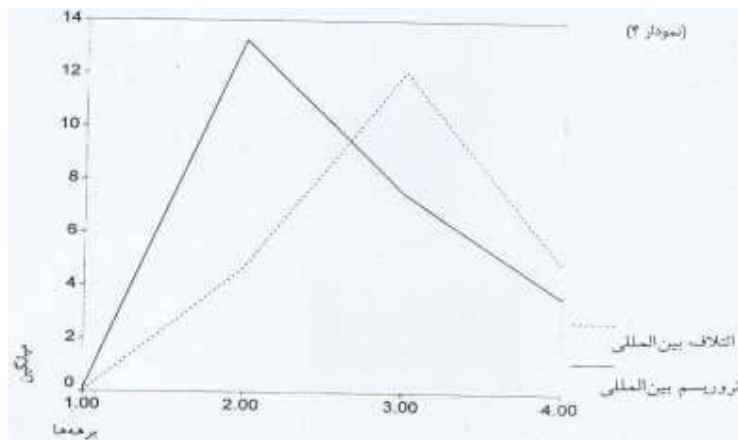




نمودار شماره‌ی ۲ و ۳ - اسلام و مسلمانان به‌عنوان دشمن خارجی در خاورمیانه از سوی رسانه‌ها و رابطه‌ی

آنها با تروریسم

در شرایط یاد شده از مسائلی چون حقوق بشر، سلاح‌های هسته‌ای و کشتار دسته جمعی کم‌تر بحث می‌شود؛ چون ادبیات حاکم بر سیاست جهانی و سیاست خارجی آمریکا تروریسم را در اولویت خود قرار داده و بهتر می‌تواند با آن ارتباط برقرار کند. از سوی دیگر، همان‌طوری که سیاست خارجی آمریکا در نوسان بین یک‌جانبه‌گرایی و چندجانبه‌گرایی تحلیل می‌شود، شاهد هستیم که مسأله‌ی راهکار جهانی نیز از ابتدای حمله به آمریکا مطرح و برجسته نمی‌شود، بلکه اوج برجستگی آن در مرحله‌ی حمله به افغانستان و مداخله در خاورمیانه نشان داده می‌شود، اما به محض حمله به افغانستان انشقاق بین ائتلاف به وجود می‌آید. این موضوع در نمودار مقایسه‌ای تروریسم بین‌الملل و ائتلاف بین‌المللی نشان داده شده است.



نمودار شماره‌ی ۴ - مقایسه‌ی ائتلاف بین‌المللی و تروریسم بین‌المللی

به بیان دیگر، ائتلاف یادشده بیش‌تر به شرایط زمانی پس از حادثه‌ی ۱۱ سپتامبر مربوط است که همدردی‌ها با دولت و جامعه‌ی آمریکا ابراز شده است، اما در شرایط حمله به بیابان‌های افغانستان که موضوع در افکار عمومی تغییر کرده و متوجه خسارات و تلفات جنگ شد، بار دیگر رسانه‌ها به برجسته کردن حادثه‌ی ۱۱ سپتامبر و انحراف افکار عمومی از پیامدهای جنگ پرداختند. در این راستا، رئیس‌سی‌ان‌ان به مجریان خبری دستور داد تا گزارش‌های جنگ افغانستان را محدود نموده، از کشته‌شدگان مرکز تجارت جهانی برای موجه جلوه‌دادن کشتارها در افغانستان استفاده نکنند. این در حالی است که اروپایی‌ها و بسیاری از سایر مردم جهان با مشاهده‌ی تصاویر رنج‌آور و اخبار بمباران‌های آمریکا در افغانستان حالت اولیه‌ی همدردی بی‌چون و چرا با مردم و دولت آمریکا را از دست داده بودند. این مسأله به‌خوبی در آمار و ارقام مشاهده می‌شود. به این ترتیب حمایت افکار عمومی در اروپا در جریان حمله به افغانستان و بمباران‌ها و مداخلات به دوسوم (2/3) کاهش یافت و در فرانسه این حمایت از دوسوم به نصف رسید. در آلمان، ایتالیا و بسیاری کشورهای دیگر نیز بیش از نیمی از مردم خواستار توقف حمله به افغانستان شدند. بر این اساس، هر زمان که رسانه‌ها در ارائه دوسومی اخبار با هم تفاوت و اختلاف نظر پیدا می‌کنند، حمایت عمومی بین‌المللی کاهش می‌یابد و بار دیگر یکجانبه‌گرایی سیاست خارجی آمریکا در ابعاد مختلف ظاهر می‌شود.

منابع

فارسی

- ۱- کارل دویچ، رابرت کیوهن، جوزف نای و جمعی از نویسندگان (۱۳۷۵)؛ «نظریه‌های روابط بین‌الملل»؛ (ترجمه و تدوین وحید بزرگی)، تهران: ماجد، دوره‌ی دو جلدی، ج دوم.
- ۲- چامسکی، نوام (۱۳۸۱)؛ «۱۱ سپتامبر و حمله آمریکا به عراق»، (ترجمه‌ی بهروز جندقی)؛ تهران، مؤسسه‌ی انتشاراتی عصر رسانه.
- ۳- هرمان، ادوارد. اس. ، نوام چامسکی (۱۳۷۷)؛ «فیلترهای خبری»؛ (ترجمه‌ی تژا میرفخرایی)؛ تهران: مؤسسه‌ی ایران.
- ۴- واکر، مارتین (۱۳۷۲)؛ «قدرت‌های جهان مطبوعات»؛ (ترجمه‌ی م. قاندر)؛ تهران: نشر مرکز.
- ۵- حسینی، حسین (۱۳۷۲)؛ «تبلیغات جنگ روانی»؛ تهران: پژوهشکده علوم دفاعی - استراتژیک دانشگاه امام حسین(ع).
- ۶- دلبیو، چارلز. کگلی، اوجین آر. ویتکف (۱۳۸۲)؛ «سیاست خارجی آمریکا (الگو و روند)»، (ترجمه‌ی اصغر دستمالچی)؛ تهران: مرکز چاپ و انتشارات وزارت خارجه.
- ۷- کریپندورف، کلس (۱۳۷۸)؛ «تحلیل محتوا، (مبانی روش‌شناسی)»؛ (ترجمه‌ی هوشنگ نایی)؛ تهران: انتشارات روش.
- ۸- دهقان، علیرضا (۱۳۷۸)؛ «بررسی تأثیر رسانه‌ها و افکار عمومی»؛ فصلنامه‌ی علوم اجتماعی، بهار و تابستان.
- ۹- آرکوئیلا، جان؛ رانفلدت، دیوید (۱۳۸۱)؛ «پیدایش نو و پلتیک»؛ (ترجمه‌ی ابوالقاسم راه‌چمنی)؛ گزیده پژوهش‌های جهان ۱، تهران: انتشارات مؤسسه‌ی مطالعات و تحقیقات بین‌المللی ابرار معاصر.
- ۱۰- مورگنتا، هانس جی (۱۳۷۹)؛ «سیاست میان ملت‌ها»؛ (ترجمه‌ی حمیرا مشیرزاده)؛ تهران: مرکز چاپ و انتشارات وزارت امور خارجه.
- ۱۱- ایوانز، گراهام و نونام، جفری (۱۳۸۱)؛ «فرهنگ روابط بین‌الملل»؛ (ترجمه‌ی حمیرا مشیرزاده، حسین شریفی)؛ تهران: انتشارات میزان.

- ۱۲- باربر، جیمز و اسمیت، مایکل (۱۳۷۲)؛ «ماهیت سیاست‌گذاری خارجی»؛ (ترجمه و تحشیه سیدحسین سیف‌زاده)؛ تهران: انتشارات قومس.
- ۱۳- نیکسون، ریچارد (۱۳۷۱)؛ «فرصت را از دست ندهید»؛ (ترجمه‌ی محمود حدادی) تهران: انتشارات اطلاعات.

انگلیسی

- 14- Livingston, s (1997); " *clarifying The CNN Effect: ANExamination of Media Effects According to Type of Military Intervention* " Resear Paper .P 15.
- 15- Jacobsen.p (2000); " *Focus on the CNN effect misses the point: the real media impact on conflict management is invisible and in direct* " journal of peace research , p 37.
- 16- Mermin. J . (1997); " *television news and American intervention in Somalia political science quarterly* " . vol - 112, p 60.
- 17- Nye:J. (1999); " *Redefining The National Interest*" Foreign Affairs , july / August . p 43.
- 18- cohen, B (1963); " *The press And Foreign Policy*". Princeton University Press. P 53.
- 19- cutler,I(1984); " *Foreign policy on Deadline* " , The Atlantic community quarterly, vol 22.P 225.
- 20- Baker, J.III (1995); " *The Politics of Diplomacy*", New York. G.P Putnam s Sons. P 103.
- 21- Neuman, J. (1996); " *Lights, Camera, War: is Media Technology*" Driving International Politics?New York: st, Martin ' s press pp. 14-15.
- 22- Hurd,D . (1997); " *The search For peace*". London: little, Brown and company. P 11