

بازنمایی «حقوق بشر در ایران» در رسانه‌های مکتوب انگلیس و امریکا

(از صفحه ۷۱ تا ۱۰۴)

محمد جواد (مجید) رضاییان*

تاریخ دریافت: ۹۱/۸/۱۸

تاریخ پذیرش: ۹۱/۹/۲۶

چکیده

بررسی رویکرد بازنمایی و برجسته‌سازی روزنامه‌های نخبه امریکا و مطبوعات انگلیس در شکل‌دهی و هدایت افکار عمومی مخاطبان از واقعیت‌های دنیای خارج و شناخت جهت‌گیری‌ها و گرایش‌های فکری این روزنامه‌ها و انتشار حقایق ایران در این رسانه‌ها از اهم اهداف این مقاله است. این پژوهش به روش تحلیل محتوا انجام شده است. نتایج تحلیل محتوای مقالات و گزارش‌های پنج روزنامه پرتیراژ آمریکا شامل: «کریستین ساینس مانیتور»، لس‌آنجلس تایمز، نیویورک تایمز، سانفرانسیسکو کرونیکل و واشنگتن پست» و دو روزنامه «دیلی تلگراف و گاردین انگلیس» و روزنامه «هرالد تریبون» خارج از حوزه انگلیس با «موضوع حقوق بشر» در دوره بررسی - از سال ۲۰۰۱ تا ۲۰۰۸ - تنها ۵/۲ درصد از حجم مطالب مطبوعات آمریکا درباره ایران به «حقوق بشر» اختصاص یافته که از آن میان ۴/۲ درصد مقالات و گزارش‌ها درباره «عدم رعایت حقوق بشر در ایران» نوشته شده است. از میان روزنامه‌های مورد بررسی روزنامه «لس‌آنجلس تایمز» ۱۱/۴ درصد مطالب خود در ارتباط با ایران را به «عدم رعایت حقوق بشر» اختصاص داده است. روزنامه «نیویورک تایمز» نیز ۳/۲ درصد اختصاص داده است. مطبوعات انگلیس برخلاف نشریات امریکایی در همین دوره زمانی (۴۸/۴ درصد از حجم مقالات)، نزدیک به نیمی از مقالات خود را به «بررسی مساله حقوق بشر در ایران» اختصاص داده‌اند. از میان مطالب منتشره در مطبوعات مورد بررسی انگلیس، در ارتباط با مساله حقوق بشر در ایران ۷/۱ درصد با مضمون «عدم رعایت حقوق بشر توسط حاکمیت ایران»، ۳۸/۹ با موضوع «ارتباط با موضوعات دیگر»، ۱/۶ درصد با موضوع «عدم اطمینان از رویکرد ایران نسبت به حقوق بشر» و ۰/۸ درصد با موضوع «رعایت حقوق بشر از سوی ایران» چاپ شده است.

کلید واژه‌ها: بازنمایی، برجسته‌سازی، روزنامه نگاری تحلیلی، تحلیل محتوا، حقوق بشر در ایران، رسانه‌های مکتوب انگلیس و امریکا.

مقدمه

مک کومبز در کتاب کارکرد برجسته‌سازی در مطبوعات معتقد است، امروزه به مدد رسانه‌های جمعی، برجسته‌سازی‌ها و بازنمایی‌های شرق شناسانه، بسط و گسترش و پیچیدگی‌های بیش‌تری یافته است و رسانه‌ها سعی می‌کنند «معانی ترجیحی» شان را بر افکار و اندیشه‌ها مسلط گردانند؛ معانی که مبتنی بر کلیشه‌های تاریخی و فرهنگی و در امتداد حفظ روابط قدرت چیره دستانه غرب است. جان واتسون (۲۰۰۵) در پژوهش خویش در خصوص عوامل شکل‌دهنده واکنش آمریکا به حملات یازده سپتامبر، پرسشی کلیدی را مطرح می‌کند که «چرا و چگونه این همه انسان» در غرب و به ویژه در آمریکا، به جنگی به نام مبارزه با تروریسم تن می‌دهند و این ادعای دروغ را باور می‌کنند؟ وی پاسخ را در «شرق شناسی امریکایی» و در کارکردهای ایدئولوژیک این گفتمان مسلط و برجسته‌سازی بازمی‌جوید. به ویژه گفتمان شرق‌شناسی چنان قدرتی دارد که می‌تواند بخش عظیمی از افکار عمومی را همراه و موافق سیاست‌های جنگ طلبانه کند (شوا، ۱۳۸۳: ۱۱۳).

در مطالعات انتقادی و ارتباطی، «بازنمایی^۲»، تولید معنا از طریق چارچوب‌های مفهومی و گفتمانی تعریف می‌شود. آن چه ما واقعیت می‌نامیم، خارج از فرایند بازنمایی نیست. البته این بدان معنا نیست که هیچ جهان مادی واقعی وجود ندارد، بلکه مهم این است که به آن جهان مادی واقعی، باید معنایی داده شود. استوارت هال می‌گوید هیچ چیز معناداری خارج از گفتمان وجود ندارد؛ لذا مطالعات رسانه‌ای وظیفه‌اش سنجش شکاف میان واقعیت و بازنمایی نیست، بلکه تلاش برای شناخت این نکته است که معانی چگونه از طریق رویه‌ها و صورت‌بندی‌های گفتمانی تولید می‌شود (Calvert & Lewis, 2002: 200).

با این اوصاف شناخت حقایق هر پدیده و رویدادی در دنیای امروز، به‌ویژه آن هنگام که با روزنامه‌نگاری و نگاه رسانه‌های ارتباط جمعی آمیخته می‌شود، امور را قدری دشوار می‌کند. بررسی بازنمایی و حقایق ایران معاصر در ادبیات روزنامه‌نگاری جهان و بالاخص آمریکا با تاکید بر ژورنالیسم تحلیلی و انگاره‌سازی‌ها از این جهت حایز اهمیت است که تاکنون در نگاهی کلی نسبت به ایران، موضوعات بی‌شماری مطرح شده، اما از زاویه نگاه نخبگان و فرهیختگان امریکایی و آثار این نگاه می‌توان به بازنمایی و در عین حال برجسته‌سازی رسانه‌ای اشاره کرد.

یکی از نمودهای بازنمایی را می‌توان در برجسته‌سازی رسانه‌ها از موضوعات شرقی دانست. شرقی‌ها و به‌ویژه مسلمانان در غرب همواره به عنوان «دیگری» یا غیرخودی به تصویر کشیده شده‌اند. در متون غربی؛ شرقی‌ها وحشی، غیر متمدن، بی‌بهره از خرد، عقب‌افتاده و موجوداتی شهوانی هستند و سرزمین‌های شرقی، به عنوان نقاط تاریک و ناشناخته، تعریف شده‌اند.

بر این اساس برجسته‌سازی نیز مدعی تاثیر رسانه‌ها بر شناخت و نگرش مردم و تعیین اولویت‌های آنان از طریق انتخاب و برجسته‌سازی بعضی از موضوعات و رویدادها در قالب خبر و گزارش خبری است. به این معنا که رسانه‌ها با برجسته ساختن بعضی از موضوع‌ها و رویدادها بر آگاهی و اطلاعات مردم تاثیر می‌گذارند. گرچه نمی‌توانند تعیین کنند که مردم «چگونه» ببینند، اما می‌توانند تعیین کنند که «درباره چه» ببینند.

فرایند برجسته‌سازی نیز از سه اولویت «رسانه»، «اولویت عموم» و «اولویت سیاسی» و رابطه بین این سه شکل می‌گیرد. ســـــورین و تانکـــــارد، ابعـــــاد اولویـــــت هـــــای رســـــانه را چنـــــین برمی‌شمارند: مشهود بودن (میزان و جلوه پوشش یک موضوع)، موضوع برجسته از نظر مخاطب (تناسب محتوای گزارش و خبر با نیازهای مخاطب) و ارزش (پوشش مثبت یا منفی یک موضوع). ابعاد اولویت عموم عبارت‌اند از: آشنا بودن (میزان آگاهی عمومی از یک موضوع معین)، موضوع برجسته از نظر شخص (علاقه یا تناسب متصور با خود شخص) و مطلوب بودن (قضاوت

2. Representation

مثبت یا منفی درباره موضوع). ابعاد اولویت سیاسی عبارت اند از: حمایت (کنش کم و بیش مطلوب نسبت به یک موضوع معین)، احتمال کنش (احتمال اینکه یک دستگاه دولتی درباره موضوع دست به واکنش بزند) و آزادی عمل (گستره اقدامات احتمالی دولتی).

حال اگر این فرض اساسی را بپذیریم که اولویت‌های ذهنی مردم یا موضوعات و رویدادهایی که عامه بدان توجه دارند و می‌اندیشند، تابعی از عملیات بازنمایی و برجسته‌سازی رسانه‌هاست، پرسشی که مطرح می‌شود این است که عوامل تاثیرگذار بر برجسته‌سازی رسانه‌ها چیست؟ یا به عبارتی، چه کسی اولویت رسانه‌ها را تعیین می‌کند؟ (دهقان، ۱۳۸۱: ۲۱۳)

شومیکر و ریز (۱۹۹۱) پنج دسته اصلی از اثر بر محتوای رسانه‌ها را به ترتیب مطرح کرده‌اند:

۱- اثرهای ناشی از فرد فرد کارکنان رسانه، ۲- اثرهای مربوط به رویه‌های رسانه، ۳- نفوذهای سازمانی بر محتوا، ۴- اثر و نفوذ سازمان‌های برون‌رسانه‌ای بر محتوا، ۵- اثر ایدئولوژی، دانیلیان و ریز (۱۹۸۹) نیز، یکی از اثرهای مهم بر اولویت رسانه‌ها را محتوای سایر رسانه‌ها به ویژه رسانه‌های نخبه می‌دانند که آن را برجسته‌سازی «بین‌رسانه‌ای»

می‌خوانند. (مهدی‌زاده، ۱۳۸۹: ۶۱). برخلاف این نگاه، مقاله حاضر می‌کوشد تا ضمن بررسی نحوه بازنمایی تحولات ایران «حقوق بشر» در مقایسه تطبیقی مطبوعات نخبه آمریکا و انگلیس به این پرسش پاسخ دهد که آیا فاصله‌ای میان نگاه دانشمندان علوم ارتباطات و روابط بین‌الملل در مطبوعات آمریکا و انگلیس نسبت به واقعیت ایران معاصر وجود دارد؟

«روزنامه‌نگاری، واقعیتی است که سرانجام حقیقت را کتمان می‌کند.» دیدگاه بدبینانه جامعه‌شناسان به روزنامه‌نگاری است. به نظر می‌رسد در قرن بیست و یکم باید به این جمله، جمله‌های دیگر افزود و آن اینکه: روزنامه‌نگاری واقعیتی است که سرانجام حقیقت را کتمان می‌کند، گرچه همه حقیقت کتمان شدنی نیست. از سوی دیگر «بازنمایی»، تولید معنایی است که از طریق چارچوب‌های مفهومی و گفتمانی شکل می‌گیرد. استوارت هال معتقد است که هیچ معنایی خارج از گفتمان وجود ندارد و مهم‌تر آن که وظیفه مطالعات رسانه‌ای، سنجش شکاف میان «حقیقت» و «بازنمایی» نیست، بلکه تلاش برای «شناخت تولید رویه‌ها» و «صورتبندی‌های گفتمانی» است. براین اساس می‌توان گفت؛ بازنمایی ساخت رسانه‌ای حقیقت است. بازنمایی، معنا را در چارچوب‌های گفتمانی تولید می‌کند. از دیدگاه این تئوری، حقیقت، انکار نمی‌شود اما، در نهایت حقیقت آن زمان وجود خارجی می‌یابد که در «فرایند بازنمایی» قرار گیرد. از دیدگاه بازنمایی، معنا یافتن هر چیزی در چارچوب گفتمان می‌بald و شکل می‌گیرد و فعالیت پژوهشگران رسانه‌ای، اندازه‌گیری عملکرد رسانه‌ها میان «نمایش حقیقت» با «روایت حقیقت» در چارچوب معانی تولید شده، و چارچوب‌های گفتمانی است.

پنج روزنامه؛ «کریستین ساینس مانیتور، لس‌آنجلس تایمز، نیویورک تایمز، سانفرانسیسکو کرونیکل و واشنگتن پست»، و دو روزنامه «دیلی تلگراف، و گاردین» انگلیس و روزنامه «هرالد‌تریبون» خارج از حوزه انگلیس از پرتیراژترین‌ها و جزو گروه مطبوعات نخبه آمریکا و اروپا محسوب می‌شوند که دیدگاه‌ها و گرایش‌های آنها- که تنها در قالب مقاله‌ها و گزارش‌ها نمود می‌یابد- بیشتر قابل درک است و اثرگذاری وسیع‌تری بر روی مخاطبان و محافل تصمیم‌گیر دارد. علاوه بر آن، همواره مطبوعات نخبه در آمریکا و اروپا، توجه بیشتری به تحولات ایران از خود نشان داده‌اند. در این تحقیق نیز تلاش شد دیدگاه مطبوعات نخبه آمریکا و انگلیس را درباره حقایق ایران معاصر با موضوع «حقوق بشر» را بررسی کند، این پرسش به وجود می‌آید که منظور ما از حقیقت چیست؟ آیا منظور انعکاس حقایق است یا اینکه رسانه‌ها خود در بازنمایی، برجسته‌سازی و شکل دادن حقایق نقش دارند؟ البته نکته جالب آن است که تاکنون تحقیقی که این دوره زمانی را درباره ایران مورد بررسی و تطبیق قرار دهد و بازنمایی ایران در مطبوعات نخبه آمریکا و انگلیس را با روش تحلیل محتوا، دیالکتیکی مقایسه کند، وجود ندارد و همین مساله بر اهمیت و

جذابیت بیشتر موضوع می‌افزاید.

اهداف تحقیق شامل:

۱- بررسی و شناسایی دیدگاه‌ها، گرایش‌ها و برداشت‌ها، درباره «حقوق بشر» به مثابه واقعیت ایران معاصر و تصویر بازنمایی و برجسته‌سازی شده از این واقعیت در مطبوعات نخبه آمریکا و انگلیس

۲- کمیّت و کیفیت بازنمایی و برجسته‌سازی موضوع «حقوق بشر» در مطبوعات نخبه آمریکا و انگلیس
سوالات تحقیق

۱- واقعیت ایران معاصر و نوع انعکاس تحولات این کشور، چه رابطه‌ای با روزنامه‌نگاری تحلیلی - به عنوان ژانر مسلط روزنامه‌نگاری آمریکا و اروپا - دارد؟ و در گزارش‌ها و مقاله‌ها چه اندازه، منعکس شده است؟

۲- آیا مطبوعات نخبه آمریکا و اروپا - نسبت به موضوع حقوق بشر یکسان توجه کرده‌اند؟ و یا در خصوص این موضوع بعضی از مطبوعات واکنش بیشتری از خود نشان داده است؟

۳- مطبوعات نخبه آمریکا در چه مقاطعی از زمان - از حادثه ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ تا ۲۰۰۸ - درباره تحولات ایران با موضوع حقوق بشر بیشتر مقاله و گزارش منتشر کرده‌اند؟

۴- دیدگاه مطبوعات نخبه آمریکا و انگلیس با سه گزینه بی‌طرفانه یا میانه، مثبت و منفی چه اندازه تناسب داشته است؟

۵- وجوه اشتراک بین دیدگاه‌های مطبوعات نخبه آمریکا و انگلیس، درباره تحولات ایران با موضوع حقوق بشر چه اندازه و چگونه بوده است؟

۶- وجوه اختلاف بین دیدگاه‌های مطبوعات نخبه آمریکا و انگلیس، درباره تحولات ایران با موضوع حقوق بشر چه اندازه و چگونه بوده است.

فرضیه تحقیق

فرضیه اول: مطبوعات آمریکا درباره واقعیت ایران معاصر در موضوع حقوق بشر بیشتر گرایش و دیدگاه منفی دارند تا مثبت و یا بیطرف.

فرضیه دوم: مطبوعات انگلیس درباره واقعیت ایران معاصر در موضوع حقوق بشر دیدگاه منفی داشته‌اند، اما با نقد سیاست‌های اروپایی میل به بی‌طرفی از خود نشان می‌دهند.

روش تحقیق

در تحقیق حاضر برای درک بهتر تلاش شد مبنای روش تحقیق دیالکتیکی (مقایسه‌ای) و عینی و ملموس باشد و همچنین تحقیقی باشد که امکان آزمون‌پذیری آن وجود داشته باشد. جدای از روش اسنادی با رویکرد تحلیلی - انطباقی، از روش «تحلیل محتوا» استفاده شد تا با تطبیق جامعه نمونه آماری با نظریه‌های ارتباطی مطرح امروز جهان - و مرتبط با چارچوب موضوع تحقیق انجام شود و با کمک نظریه استقراء، مقایسه موردنظر به آزمون گذاشته شود تا تحقیق حاضر به نتایج و یافته‌های تازه دست یابد. واحد تحلیل: در این تحقیق، مقالات و گزارش‌های مطبوعات نخبه آمریکا و انگلیس با تاکید بر موضوع حقوق بشر به طور تصادفی انتخاب شد و مورد مطالعه قرار گرفت.

جامعه نمونه آماری

از آنجا که موضوع تحقیق «واقعیت ایران معاصر در مطبوعات آمریکا و انگلیس است، جامعه نمونه آن شامل مقاله‌ها و

گزارش‌های گروه مطبوعات آمریکا شامل؛ (۱) کریستین ساینس مانیتور، (۲) لس‌آنجلس تایمز، (۳) نیویورک تایمز، (۴) سانفرانسیسکو کرونیکل و (۵) واشنگتن پست و گروه مطبوعات اروپا شامل؛ (۱) دیلی تلگراف، (۲) گاردین (از انگلیس) و (۳) هرالد تریبون پاریس از یک نمونه خارج از حوزه انگلیس در اروپا.

حجم نمونه، روش نمونه‌گیری و نحوه کدگذاری

حجم نمونه شامل پنج روزنامه پرتیراژ مطبوعات آمریکا و سه روزنامه پرتیراژ از مطبوعات انگلیس از حادثه ۱۱ سپتامبر از ۲۰۰۱ تا ۲۰۰۸ میلادی است با تاکید بر روزنامه‌نگاری تحلیلی شامل مقاله‌ها و گزارش‌های آن‌ها با «روش تصادفی هدفمند» با موضوع حقوق بشر انتخاب شد.

مبانی نظری تحقیق

از آنجا که موضوع این تحقیق به نوعی بازنمایی واقعیت ایران معاصر در مطبوعات نخبه آمریکاست؛ باید چارچوبی ارایه می‌شد که موضوعی به نام واقعیت آن چه در ایران می‌گذرد و فاصله آن با آنچه که به عنوان واقعیت در مطبوعات آمریکا بازنمایی و برجسته شده است، مورد تحقیق و واکاوی قرار گیرد. در این رابطه از تئوری‌های ارتباطی موجود جهان برای کمک به چارچوب نظری تحقیق استفاده شد. در مقاله حاضر نیز نگاهی اجمالی به دیدگاه‌های ادوارد سعید تا استوارت هال و از میشل فوکو تا گیدنز و از هابر ماس تا مک‌لوهان در قالب تئوری بازنمایی و نظریه برجسته‌سازی و دیپلماسی رسانه‌ای می‌پردازیم.

نظریه بازنمایی

گفتمان شرق‌شناسی از سوی ادوارد سعید، به ما می‌آموزد که، تحلیل غرب از شرقی‌ها و به‌طور مشخص مسلمانان خاورمیانه، همواره به عنوان «دیگری» یا «غیرخودی غرب» و با واژه‌های معادل دیگری مانند «ما»-«آنها» و نیز «اینجا»-«آنجا» تعریف شده است. از نگاه غربی‌ها، آنچه در برابر «خودی»، «ما» و یا «اینجا» قرار می‌گیرد؛ با گفتمانی تحت عنوان «بیگانه‌گرایی» (Exotism) تحلیل می‌شود و به همین دلیل ادوارد سعید، معتقد است، بازنمایی‌های شرق‌شناسانه از سوی غرب پیش و بیش از آنکه واقع‌بینانه باشد، نوعی ارایه نظام بازنمایی شرقی در غرب تلقی می‌شود. از همین روست که، رسانه‌های ارتباط جمعی و به ویژه «مطبوعات غرب» می‌کوشند تا واقعیت نهفته در کشورهای مشرق‌زمین، خاورمیانه و به ویژه ایران را با انگاره‌سازی‌های منفی تغییر دهند. و البته این حوزه فرهنگ و رسانه‌ها چونان زیرمجموعه آن است که بهترین ابزار را برای این «نامرئی کردن» به دست می‌دهد (پیر نجم، ۱۳۸۹: ۸۳). پس بر اساس این رهیافت «شناخت غرب از شرق، اکتشاف شرق نیست، بلکه اختراع شرق است.»

بنابراین، «واقعیت»^۳ با «حقیقت»^۴ همواره فاصله داشته است، اما این رسانه‌ها و به ویژه مطبوعات نخبه هستند که تلاش می‌کنند واقعیت را آن‌گونه که می‌خواهند، بسازند. اما این سوال مطرح می‌شود که آیا مخاطبان، همیشه همین واقعیت‌های ساخته شده را پذیرا هستند یا به بخش دیگری از حقیقت پی می‌برند؟

اما بازنمایی^۵ چیست؟ ساخت واقعیت است یا نشان دادن واقعیت؟ نمایش واقعیت است، که با تولید معنا، به مفهومی دیگر می‌انجامد و یا روایت واقعیت است؟ آیا رسانه‌ها در چارچوب یک گفتمان، واقعیت را به طرزی آشکار و پنهان تغییر می‌دهند، که از آن می‌توان به نمایش واقعیت یاد کرد؟

براساس این دیدگاه و طبق تئوری بازنمایی استوارت هال، این پرسش وجود دارد که: آیا روزنامه‌نگاری واقعیتی است که

سرانجام حقیقت را کتمان می‌کند؟ اصولاً رسانه‌ها به دلیل تکثر و اختلاف نگاه در چارچوب تئوری بازنمایی، به هر میزان که واقعیت را شکل دهند و در ساخت واقعیت و تولید معنا در چارچوب یک نظام زبانی و گفتمانی عمل کنند، رسانه‌ای دیگر با نگاهی متفاوت از رسانه رقیب، بخشی دیگر از واقعیت را بازنمایی خواهد کرد و سرانجام این مخاطبان هستند، که در جهان «چندصدایی» و «چندبازنمایی»، می‌توانند به بخش‌های مختلف از حقیقت دست‌یابند. این مناقشه میان مطالعات «ژورنالیسم» و مطالعات «ارتباطی و انتقادی»، در عین حال، این حقیقت را انکار نمی‌کند که، دیدگاه استوارت هال، درباره بازنمایی می‌تواند چارچوب تازه‌ای در «مطالعات رسانه‌ای» ارائه نماید. از دیدگاه استوارت هال، بازنمایی یکی از مفاهیم اساسی در مطالعات رسانه است. «بازنمایی نه انعکاس و بازتاب معنای پدیده‌ها در جهان خارج، که تولید و ساخت معنا براساس چارچوب‌های مفهومی و گفتمانی است. (مهدیزاده، ۱۳۸۷: ۱۰).

براین اساس می‌توان گفت؛ بازنمایی ساخت رسانه‌ای واقعیت است. «واقعیت براساس بازنمایی‌های رسانه‌ای شکل می‌گیرد و ساخته می‌شود. هیچ امر فرازبانی و فراگفتمانی و فراتاریخی وجود ندارد که به نحو عینی و شفاف انعکاس یابد؛ بلکه هرگونه فهم و شناختی از واقعیت، امری است که در زبان و گفتمان ساخته می‌شود.» (مهدیزاده، ۱۳۸۷: ۱۱).

ریچارد دایر^۶ نیز، از مفهوم بازنمایی در رسانه‌ها تحلیلی گسترده‌تر ارائه می‌کند و می‌گوید: «مفهوم بازنمایی در رسانه‌ها عبارت است از؛ ساختی که رسانه‌های جمعی از جنبه‌های مختلف واقعیت مثل افراد، مکان‌ها، اشیا، اشخاص، هویت‌های فرهنگی و دیگر مفاهیم مجرد ایجاد می‌کنند. تجلی بازنمایی‌ها ممکن است به صورت گفتاری، نوشتاری یا تصاویر متحرک باشد.»

تئوری بازنمایی، جدای از «زبان»، نیم‌نگاهی به «گفتار» و «روایت» دارد و این که گفتار چگونه عنصر «دیگری» را بازنمایی می‌کند؟ از دیدگاه هال، هویت جدای از فرایند، به منزله «روایت و گفتار»، همیشه از موضع «دیگری» سخن گفته است. «هویت همیشه تا حدودی یک روایت است، همواره تا حدودی نوعی از بازنمایی است. هویت همیشه درون نظام بازنمایی قرار دارد. هویت چیزی نیست که خارج از این نظام شکل گرفته باشد و بعد ما در موردش قصه پردازی کنیم. هویت آن چیزی است که در نفس خود فرد، روایت [و گفته] می‌شود.» (هال، ۱۳۸۳: ۳۲۸).

با تاکید بر نگاه هال، رسانه‌ها واقعیت را با تولید معانی می‌سازند و نمایش می‌دهند. بر این اساس، بازنمایی رسانه‌ای دارای وجوه و تعابیر متفاوت است که می‌توان به شرح زیر برشمرد:

۱- بازنمایی عین «واقعیت» نیست، حتی اگر «مخاطبان» گاهی اوقات ممکن است، بر اساس بازنمایی رسانه‌ها از واقعیت بیرونی، داوری نمایند. این امر اختصاص به مطبوعات ندارد، حتی رسانه‌هایی چون تلویزیون و سینما هم فرایند گزینش را طی می‌کند و همواره جنبه‌ای خاص از واقعیت را برجسته می‌کنند تا جایی که برخی معتقدند، حتی فیلم‌های مستند از چارچوب این تئوری، یعنی بازنمایی خارج نیست.

۲- شکاف میان واقعیت و انگاره‌سازی رسانه‌ای، خود یک واقعیت است، شاید این دیدگاه تئوری بازنمایی را سست کند که رسانه‌ها جهان واقعی را بازتاب می‌دهند و روایت می‌کنند. اما براساس تئوری بازنمایی باید گفت: رسانه‌ها می‌کوشند تا جهان واقعی را بازنمایی کنند و نه آن‌که بازتاب دهند.

۳- رابطه «بازنمایی و رسانه‌ها» به ما می‌آموزد که: «در عصری که جامعه‌شناسان به «ساخت اجتماعی واقعیت» باور دارند و پُست مدرنیست‌ها با ادعای «معرفت عینی و اصل واقعیت»، چالش می‌کنند، مفهوم «واقعی» زیر سؤال است. ساختارگرایان اجتماعی مدعی‌اند که بازنمایی واقعیت، عین واقعیت و حقیقت نیست؛ زیرا بازنمایی، یک موضوع و رویداد را چارچوب‌گذاری می‌کند و از یک واقعیت چند بعدی و چند وجهی، عناصری را بر می‌گزیند و عناصری را وامی‌نهد.» (مهدی‌زاده، ۱۳۸۹: ۷۶).

۴- برخی دیگر نیز در عرصه روزنامه نگاری بر این باورند که گرچه خبر مترادف با روایتی از واقعیت است و اخبار براساس ارزش‌ها و هنجارهای نهفته در رویداد و محیط - ارزش‌های هفت‌گانه خبری - مطرح می‌شود، اما دیدگاه دیگری معتقد است مؤلفه‌های ایدئولوژیک یا همان سیاست رسانه سبب می‌شود تا واقعیت از سوی خبر دگرگون شود. براساس تئوری بازنمایی، واقعیت، روایت نمی‌شود، بلکه ساخته و بازنمایی می‌شود و سپس به مخاطب ارائه می‌گردد.

با این وجود استوارت هال، در نگاهی دیگر به رسانه‌های نوشتاری، به دو واژه اشاره می‌کند و می‌گوید: «رسانه‌ها، دو نقش «ساخته» و «رسانده» را همزمان ایفا می‌کنند. واژه‌های «رسانه - ساخته» و «رسانه - رسانده» بیانگر این دیدگاه است که، رسانه‌ها پیش و بیش از آن‌که نقش «رسانده» را ایفا کنند، نقش «ساخته» را بر دوش می‌کشند. از آن‌جا که رسانه به‌طور حرفه‌ای در «مطبوعات»، جلوه حرفه‌ای بیشتری دارد، در ارتباط با تئوری «بازنمایی» نقش مناقشه‌انگیزتری بر جای می‌گذارد.

فرکلاف نیز، با تأکید بر مفهوم طبیعی‌سازی در آثار «رولان بارت» معتقد است که، «اسطوره‌ها» به عملکرد طبیعی‌سازی بازنمایی کمک می‌کنند، تا سرانجام واکنش‌های فرهنگی ما به امور «عادی»، «طبیعی» و «خودآگاه» جلوه کند. او این عملکرد اسطوره‌ها و تأثیر آن بر طبیعی‌سازی را، ایدئولوژیک تلقی می‌کند. به باور فرکلاف؛ «طبیعی‌سازی، بازنمودهای ایدئولوژیک خاص را به صورت عقل سلیم در می‌آورد و بدین وسیله آن‌ها را غیرشفاف می‌کند، یعنی به عنوان ایدئولوژی به آن‌ها نگاه نمی‌شود.» (فرکلاف، ۱۳۷۹: ۵۰)

تأکید بر گفتمان به جای زبان در بازنمایی، به میشل فوکو بازمی‌گردد، او به جای زبان از «گفتمان» در نظام بازنمایی استفاده می‌کند. از دیدگاه فوکو «معنا» و «اشکال معنایی» درون گفتمان و در چارچوب گفتمان‌های مفهومی ساخته می‌شود. دیدگاه فوکو، با افرادی چون سوسور به کلی متفاوت است. اگر زبان‌شناسان معتقدند، که «معنا» به واسطه «زبان» ساخته می‌شود، فوکو برخلاف «سوسور زبان‌شناس» معتقد است؛ تولید «معنا» و «دانش» از خلال «گفتمان» شکل می‌گیرد و برمی‌آید. استوارت هال، دیدگاه فوکو درباره بازنمایی را این‌گونه تعریف می‌کند: «گفتمان فوکویی، تلاشی است برای فائق آمدن به تمایز سنتی زبان و پراکسیس» (

Hall, 1997: 46)

استوارت هال، با تحلیل دیدگاه به این نتیجه می‌رسد که او با تکیه بر مفاهیم گفتمان، بازنمایی و نیز دانش/حقیقت از نگاه غیرتاریخی حوزه «نشانه‌شناسی» متعلق به افرادی چون سوسور و پیرس جدا می‌شود و نشان می‌دهد که در هر دوره زمانی، گفتمان، اشکال خاصی از دانش را تولید می‌کند که متفاوت از دوره‌های دیگر است.

استوارت هال، از دیدگاه دیگری نیز به این موضوع می‌پردازد. او معتقد است روایت غربی و یا ساختار معرفتی غرب در تفوق یافتن غرب بر دیگر فرهنگ‌ها موثر است، هال می‌گوید: «نسبی شدن خود روایت غربی و ساختار معرفتی^۷ غرب را نیز به میان آورد، نسبی شدنی که با تفوق یافتن دیگر فرهنگ‌ها رخ داد.» (هال، ۱۳۸۳: ۳۲۳).

بودریار نیز معتقد است که در شبیه‌سازی و وانمایی فرقی بین واقعیت و وانمایی نیست. درک ما از دنیای بیرون بر اساس تصاویر و شبیه‌سازی رسانه‌ای است. کاستلز نیز می‌گوید بهتر است به جای واقعیت مجازی بگوییم مجاز- واقعیت؛ چون خود امر مجازی، تبدیل به واقعیت شده است.

گیدنز نیز بر اساس نظریه ساخت‌گرایی و تعامل‌گرایی خود معتقد است رسانه‌ها از آخر به اول می‌رسند. یعنی ابتدا بر رفتار مخاطبان تأثیر می‌گذارند، سپس بر تشخیص آن‌ها و در نهایت بر درک و اندیشه آن‌ها نقش ایفا می‌کند. بنابراین گیدنز پیش از آن که یک «اندیشه‌مدار رسانه‌ای» باشد، یک «عمل‌گرای رسانه‌ای» است، اما نکته جالب دیدگاه پلکانی گیدنز نسبت به رسانه‌هاست. او معتقد نیست که رسانه در نهایت به اندیشه و اصلاح درک مخاطبان تأثیر نمی‌گذارد. چون از دیدگاه او رسانه‌ها می‌توانند از تأثیر

بر رفتار مخاطبان، سرانجام به تاثیر در اندیشه و درک مخاطبان دست یابند. از نظر گیدنز هر قدر رسانه‌ها بر رفتار مخاطبان تاثیر بگذارند، بر افزایش احساس قدرت آن‌ها تاثیر گذاشته‌اند و همین احساس قدرت و منزلت اجتماعی بالاتر، سبب می‌شود تا مخاطبان به وسیله رسانه‌ها بر حکومت‌کنندگان تاثیر بگذارند. در مجموع از استوارت هال تا ادوارد سعید و از میشل فوکو تا گیدنز و از هابرماس تا مک‌لوهان به یک نتیجه روشن دست می‌یابیم: رسانه‌ها با ظهور اینترنت و ایجاد فضای وب نقش خود را تغییر داده‌اند، در مقابل مخاطبان هم عوض شده‌اند، اگر تا دیروز همه اندیشمندان ارتباطی و جامعه‌شناسی و حتی علوم سیاسی و حقوق بین‌الملل در دو سوی حکومت‌کنندگان و حکومت‌شوندگان تلاش می‌کردند نظریه‌هایی ارائه کنند تا این دو را به هم نزدیک سازند یا به نوعی ارتباط میان این دو را راحت‌تر و آسان‌تر کنند، امروزه دنیای وب و اینترنت عصر تازه‌ای از ارتباطات و خبررسانی را ایجاد کرده است که، بسیاری از اندیشه‌های ارتباطی پیشین موقعیت خود را از دست داده‌اند (پارسا، ۱۳۷۹: ۱۱).

برای پاستر و رین گولد، ساختار فضای سایبر نشان می‌دهد که حوزه عمومی الکترونیک گسترش یافته، انواع کنترل متمرکز انحصاری را که به طور سنتی ملازم و همراه رویه‌های بهنجارسازی و مقررات گذاری پخش و صنعت فرهنگ بود، غیرممکن می‌سازد.

در مقایسه با اشکال رسانه‌های پخش، اینترنت امکانات رهایی بخش بیشتری برای حقوق و بیان سیاسی در اجتماع الکترونیک فراهم می‌کند که کمتر با فشارها و الزام‌های تکنیکی، سیاسی یا اجتماعی مواجه است. ویژگی دموکراتیک‌سازی اینترنت ریشه در ساختار فنی غیرمتمرکز آن دارد.

دیوید هلمز ویژگی‌های متمایز عصر اول و دوم رسانه‌ها را چنین ترسیم می‌کند: شاید بی‌جهت نیست که مارک پاستر در کتابی تحت عنوان عصر دوم رسانه‌ها، ارتباطات الکترونیکی را نوعی تجدید صورت‌بندی بنیادین زبان می‌داند، مارک پاستر در تشریح شکل‌گیری عصر دوم رسانه‌ها و پست‌مدرنیسم معتقد است که شیوه ارتباطات الکترونیک سوژه آشنای مدرن را از میدان خارج می‌کند و سوژه سیار دیگری را جایگزین می‌کند. از دیدگاه پاستر ارتباطات الکترونیک تحت تاثیر تکنولوژی مدرن، فرهنگ الکترونیک را زاییده است و این زایش نگرش فرد را نه تنها تغییر داده بلکه سبب شده افراد در جامعه مدرن یک هویت چندگانه پیدا کنند (مهدی‌زاده، ۱۳۸۸: ۳۰۹-۳۰۸).

نظریه برجسته‌سازی و دیپلماسی رسانه‌ای

نظریه برجسته‌سازی^۸ این آموزه را نشان می‌دهد که «رسانه‌ها واقعیت را منعکس نمی‌کنند؛ بلکه واقعیت را دستکاری می‌کنند.» (شاو، ۱۳۸۳: ۲۶) و نیز «تمرکز رسانه‌ها بر تعداد خاصی از مسایل و موضوعات سبب مهم شدن آن‌ها نزد مخاطبان می‌شود» (شاو، ۱۳۸۳: ۲۷) آن گاه به وجه اشتراک روشنی میان برجسته‌سازی و تئوری بازنمایی پی می‌بریم. دو پایه‌ای که بنیاد اکثر پژوهش‌ها درباره نظریه برجسته‌سازی را تشکیل می‌دهند؛ بدین قرارند:

- ۱- رسانه‌ها واقعیت را منعکس نمی‌کنند؛ بلکه واقعیت را دستکاری کرده و به آن شکل تازه‌ای می‌دهند.
- ۲- تمرکز رسانه‌ها بر تعداد خاصی از مسایل و موضوعات باعث می‌شود تا آن مسایل و موضوعات در نزد مخاطبان مهم جلوه کنند و در اولویت قرار گیرند.

بعدها پژوهش‌گران سه سطح برای عمل برجسته‌سازی در رسانه‌ها مطرح ساختند:

- ۱- سطح اول برجسته‌سازی: در این سطح رسانه‌ها به مخاطبان می‌گویند به چه فکر کنند.

۲- سطح دوم برجسته سازی: در این سطح رسانه‌ها به مردم می‌گویند در مورد موضوعی خاص چگونه فکر کنند.

۳- برجسته سازی میان رسانه‌ای: مثال بارز این نوع برجسته سازی تاثیر اینترنت بر رسانه‌های سنتی است.

اما اینک در ایالات متحده امریکا، از برجسته سازی در چارچوب دیپلماسی رسانه‌ای استفاده می‌شود. دیپلماسی عمومی که به دیپلماسی رسانه‌ای ختم می‌شود، می‌کوشد تا ابتدا با مخاطبان «ارتباط» برقرار کند؛ سپس در فرایند برجسته سازی «انگاره سازی» کند و سرانجام «نگرش» آنان را تغییر دهد و یا الگو ارایه دهد. این امر از سوی رسانه‌ها و به ویژه مطبوعات نخبه آمریکا که در این تحقیق مورد بررسی قرار گرفته‌اند، در چارچوب دیپلماسی رسانه‌ای تعریف شده است. بنابراین دیپلماسی رسانه‌ای آمریکا در دو بخش کلی قابل بررسی است: بخشی که نخبگان سیاست خارجی ایالات متحده آمریکا تحت عنوان دیپلماسی عمومی ایده پردازی می‌کنند و بخشی که رسانه‌های نخبه در چارچوب این نگاه، فرایند تبدیل «ایده» به «پیام» را پیگیری می‌نمایند. (رضاییان، ۲۰۰۹: ۴)

این نگاه نشان می‌دهد که دیپلماسی عمومی و روابط عمومی درصدد هستند تا به عموم مخاطبان هدف حفظ و مدیریت انگاره‌ها را به‌طور برنامه‌ریزی شده آموزش دهند و بر آنان تاثیر بگذارند. تا جایی که دیپلماسی عمومی با رویکرد رسانه‌ای در تلاش است تا ادراک و افکار افراد دولت هدف را در جهت انگاره منبع یا ملت هدف، تحت تاثیر قرار دهد (ایزدی، ۱۳۸۸: ۱۷۶).

دستکاری در پیام نیز از وجوهی است که با تاکید بر نظریه ارتباطی لاسول در دیپلماسی رسانه‌ای آمریکا با دقت دنبال می‌شود تا برای مخاطبان ایده‌سازی کند و پیام‌های موثر را برای تغییر نگرش آنان ارسال نماید. مطبوعات نخبه در آمریکا که در این تحقیق از سال ۲۰۰۱ تا ۲۰۰۸ نمونه‌برداری شده‌اند، نشان می‌دهد که در چارچوب دیپلماسی رسانه‌ای آمریکا و دستکاری پیام، حرفه‌ای عمل کرده‌اند. تحلیل محتوی مطبوعات نخبه آمریکا در تحقیق‌های مشابه توجه آن‌ها به نظریه ارتباطی لاسول را نشان می‌دهد.

اقدامات دیپلماسی عمومی و رسانه‌ای ایالات متحده با وجود آنکه از واقعه ۱۱ سپتامبر در ۲۰۰۱ اوج گرفت و شدت یافت، اما ریشه در دهه ۱۹۵۰ دارد و به صورت اقدامات متداول و مسوولیت ثابت دولت ایالات متحده برای تنظیم کردن یک مساله پیش‌انگاشته و همراه کردن آن با راه‌حلی که قبلاً وارد رویکرد ارتباطی و رسانه‌ای شده، درآمده است نظیر کاشتن تخم بی‌اعتمادی- در چهارچوب ارتباط فرایندی (دادگران، ۱۳۸۲: ۲۳). - برای بلوک شوروی سابق و امروز در مقابله با ایران و کشورهای مسلمان، مبارزه با تروریسم.

اندیشمندان مکتب فرانکفورت از جمله یورگن هابرماس نیز در کتاب مشهور خود به نام «فضای عمومی» با تجزیه و تحلیل مطبوعات و افکار عمومی چنین نتیجه می‌گیرد که: رسانه‌های ارتباط جمعی (و از جمله مطبوعات نخبه) تحت تاثیر استیلای سرمایه‌داری منحرف شده‌اند و زیر سلطه گروه‌های سرمایه‌داری و در جهت حفظ منافع اقتصادی و سیاسی خاص هیات حاکمه «فضای عمومی» را مسموم و افکار عمومی را منحرف کرده و به سوی مشروعیت دادن به نظام حاکم کشیده شده‌اند (معمد نژاد، ۱۳۷۱: ۲۰)

در نبود ساختار معنایی ارتباط بین رسانه و مخاطب و در پوشش دستورالعمل مخفی سیاست ایالات متحده که از طریق برنامه‌های ارتباطی ارایه می‌شود، تلاش‌های دیپلماسی عمومی، کنش استراتژیکی پنهان و ایجاد سناریوهای مشکوک را آشکار می‌کند. سناریویی که در نظر مخاطبان به عنوان مثال از ایران یا کشورهای مسلمان «تعبیری نامتقارن» و یا «تعبیری بد» را آشکار می‌کند. لذا پارادوکس به وجود آمده در اینجا این است که به جای دستیابی به تفاهم بین فرهنگ‌ها، کارکرد دیپلماسی عمومی به طور تاریخی باعث ایجاد سناریویی برای «بیشترشدن سوء تفاهمات» و ارتکاب خشونت به وسیله تحمیل یک مجموعه ویژه‌ای از «معانی و سیاست‌ها» بر کشورهای منطقه خاورمیانه به‌ویژه ایران می‌شود.

هابرماس در تئوری کنش ارتباطی، «کنش ارتباطی ارتباطات» را بیش از آنکه رویکردی برای «کشف حقیقت» بداند از آن به چشم

یک «فرصت» نگاه می‌کند. هابرماس معتقد است، کنش ارتباطی بین دو طرف به معنای توزیع برابر فرصت‌ها بین دو طرف گفت‌وگو است. این‌که هر پیشنهادی می‌تواند به یک «سوال» تبدیل شود و در مقابل هر پیشنهادی می‌تواند «پاسخی» دربر داشته باشد و در رد و بدل شدن این سوال‌ها و پاسخ‌ها، مشارکت‌کنندگان به جای یک گفت‌وگوی ساده عملاً یک دیدگاه و یک گفت‌وگو را دنبال می‌کنند که می‌تواند انتظارات طرفین را نسبت به حقیقت برآورده کند. (کانمن، ۱۳۷۳: ۴۴).

اتفاقی که تاکنون افتاده است، برخلاف این تئوری است. زیرا در عمل تئوری هابرماس، فاصله‌ی میان اهداف علنی و اهداف واقعی و پنهان دیپلماسی عمومی رسانه‌ای ایالات متحده را به آزمون گذاشته و می‌گذارد.

اما نوع نگاه مک‌لوهان در دیپلماسی رسانه‌ای امروز در دنیا به ویژه آمریکا گرچه جایگاه دارد، اما لزوماً رسانه‌ها و به ویژه مطبوعات نخبه آمریکا، دیدگاه انتقادی مک‌لوهان را پیگیری نمی‌کنند. رسانه‌ها و به ویژه مک‌لوهان امروزه در آمریکا به جایگاهی رسیده‌اند که وقتی خود نیز به‌طور مستقل به پدیده و یا امری در سطح جامعه برخورد می‌کنند، آن را به یک پیام تبدیل می‌سازند و این مساله نشان می‌دهد که برابر نظریه مک‌لوهان رسانه‌ها به قدرتی رسیده‌اند که خود به یک پیام تبدیل شده‌اند و می‌توانند برای تاثیرگذاری بر مخاطبانشان - با ایجاد نظام ارتباطی معنایی - در داخل آمریکا و در ایران تاثیرگذار باشند. با توجه به نظریه هارولد لاسول، کومبز، هابرماس، مک‌لوهان و واینر به این نتیجه می‌رسیم دیپلماسی رسانه‌ای آمریکا به هدف‌های از پیش تعیین شده، توجه بیشتری دارد تا به کارکرد اصلی ارتباطات. کارکردی که بیشتر فرهنگی است تا سیاست. از همین رو پژوهشگران آمریکا در حوزه ارتباطات و روابط بین‌الملل، کوشش می‌کنند تا مطبوعات نخبه آمریکا را در چارچوب یک دیپلماسی رسانه‌ای موفق سازمان‌دهی کنند. (شمخانی، ۱۳۸۹: ۵۹-۵۱).

یافته‌های تحقیق

موضوع حقوق بشر ایران:

چگونگی انعکاس واقعیت ایران معاصر در مطبوعات نخبه آمریکا و انگلیس، با تاکید بر موضوع حقوق بشر در پنج طیف، که یک طیف بی‌طرف یا میانه، دو طیف مثبت و دو طیف منفی که در مجموع نوزده زیر مجموعه را شامل می‌شود که در پژوهش حاضر این‌گونه مقوله‌بندی شده که در ادامه ابتدا نگاه مطبوعات آمریکا و سپس انگلیس - دو روزنامه از مطبوعات انگلیس و یک روزنامه خارج از حوزه انگلیس - می‌پردازیم.

طیف میانه یا بی‌طرف که، تحت عنوان «عدم اطمینان از رویکرد ایران نسبت به حقوق بشر» تعریف شده است. زیرمجموعه‌های این طیف موضوعی شامل موارد زیر است:

- انجام تعهدات ایران درباره حقوق بشر.

- انجام فعالیت‌های ایران در چارچوب انسان‌دوستی و مقابله با هژمونی یا سلطه غرب

- خارج از محدوده این دو موضوع.

دو طیف منفی موضوع حقوق بشر شامل «عدم رعایت حقوق بشر توسط حاکمیت ایران» و «ربط دادن موضوع حقوق بشر به موضوعات فرعی دیگر» می‌شود. طیف موضوعی «عدم رعایت حقوق بشر توسط حاکمیت ایران» موارد زیر را شامل می‌شود:

- مستند به منشور حقوق بشر مصوب سازمان ملل

- غیرمستند (یعنی مطالبی که مطبوعات این سه گروه نوشته‌اند ولی مستند به منشور حقوق بشر مصوب سازمان ملل نیست)

- خارج از محدوده این دو موضوع.

طیف موضوعی منفی دیگر، تحت عنوان «ربط دادن رعایت حقوق بشر در ایران به موضوعات فرعی دیگر» تعریف شده که

موارد زیر را شامل می‌شود:

- تروریسم و مداخله‌گرایی
- خارج شدن ایران از اصول دموکراسی پذیرفته شده غرب
- خارج از محدوده این دو موضوع.
- دو طیف موضوعی مثبت حقوق بشر تحت عنوان «رعایت حقوق بشر از سوی ایران» و «ارایه الگوی حقوق بشر اسلامی» تعریف شده است. موضوع «رعایت حقوق بشر از سوی ایران» موارد زیر را شامل می‌شود:
- عمل ایران بر مبنای مقررات و معاهدات بین‌المللی
- منتقد رفتارهای خارج از حقوق بشركشورهای قدرتمند جهانی - خارج از محدوده این دو موضوع.
- طیف موضوعی مثبت دیگر تحت عنوان «ارایه الگوی حقوق بشر اسلامی» موارد زیر را شامل می‌شود:
- تاکید بر دیدگاه اندیشمندان اسلامی
- تاکید بر دیدگاه حقوق‌دانان شرق
- تاکید بر تئوری سازگاری اسلام با دموکراسی
- خارج از محدوده این سه موضوع.

۱- نوع نگاه مطبوعات امریکا درباره ایران و قالب های بازتاب نگاه مطبوعات امریکا درباره ایران

جدول شماره ۱ - قالب های بازتاب نگاه مطبوعات امریکا درباره ایران با تاکید بر مساله حقوق بشر

جمع		واشنگتن پست	سانفرانسیسکو کرونیکل	ماینیتور	لس آنجلس تایمز	کریستین ساینس	مطبوعات	نوع نگاه (سطح اول)
درصد	فراوانی							
۴/۲	۱۳	-	-	۱/۱	۱۱/۴	-	عدم رعایت حقوق بشر توسط حاکمیت ایران	
۱	۳	-	-	۳/۲	-	-	ربط دادن به موضوعات دیگر	
-	-	-	-	-	-	-	عدم اطمینان از رویکرد ایران نسبت به حقوق بشر	
-	-	-	-	-	-	-	رعایت حقوق بشر از سوی ایران	
-	-	-	-	-	-	-	الگوی حقوق بشر اسلامی	
۹۴/۸	۲۹۲	۱۰۰	۱۰۰	۹۵/۷	۸۸/۶	۱۰۰	خارج از کل محدوده حقوق بشر	
-	۳۰۸	۳۴	۲۵	۹۴	۱۰۵	۵۰	فراوانی	جمع
۱۰۰	-	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	درصد	

بر اساس جدول شماره ۱ نوع نگاه مطبوعات نخبه امریکا درباره ایران با تاکید بر مساله حقوق بشر در قالب پنج نوع نگاه کلی (در سطح اول) طبقه‌بندی شده که عبارتند از: «عدم رعایت حقوق بشر توسط حاکمیت ایران»، «ربط دادن به موضوعات دیگر»، «عدم اطمینان از رویکرد ایران نسبت به حقوق بشر»، «رعایت حقوق بشر از سوی ایران» و «الگوی حقوق بشر اسلامی».

در مجموع مطبوعات مورد بررسی در امریکا در دوره بررسی - از سال ۲۰۰۱ تا ۲۰۰۸ - در حد بسیار ناچیز و محدودی به مساله حقوق بشر در ایران پرداخته‌اند، به طوری که تنها ۵/۲ درصد از حجم مطالب آن‌ها درباره ایران به حقوق بشر اختصاص یافته است که از آن میان ۴/۲ درصد مقالات و گزارش‌ها درباره «عدم رعایت حقوق بشر در ایران» نوشته شده و یک درصد آن به موضوعات دیگر - یا انحراف از موضوع حقوق بشر - ربط داده شده است. از میان روزنامه‌های مورد بررسی «کریستین ساینس ماینیتور»، «سانفرانسیسکو کرونیکل» و «واشنگتن پست» هیچ مقاله‌ای در ارتباط با حقوق بشر در ایران نداشته‌اند. اما روزنامه «لس

آنجلس تایمز» ۱۱/۴ درصد مطالب خود در ارتباط با ایران را به «عدم رعایت حقوق بشر» اختصاص داده است. روزنامه «نیویورک تایمز» نیز ۳/۲ درصد از حجم مطالب خود در ارتباط با ایران را با ربط دادن حقوق بشر به مسایل دیگر چاپ کرده و ۱/۱ درصد را به «عدم رعایت حقوق بشر توسط حاکمیت ایران» اختصاص داده است. درکل چنین استنباط می‌شود که روزنامه‌های نخبه امریکا چندان بر روی موضوع حقوق بشر در ایران تمرکز نمی‌کنند.

با توجه به نتایج جدول شماره ۱، نگاه مطبوعات نخبه امریکا به مساله حقوق بشر در ایران تنها در قالب مقوله «عدم رعایت حقوق بشر توسط حاکمیت ایران» شکل گرفته است. این نوع نگاه نیز ۴/۲ مطالب مطبوعات امریکا در این ارتباط را پوشش داده است. این نوع نگاه به مساله حقوق بشر با دو زیرمقوله «مستند (منشور حقوق بشر)» و غیر مستند (خارج از منشور حقوق بشر) بازتاب یافته است. از میان روزنامه‌های مورد بررسی در امریکا تنها روزنامه‌های نیویورک تایمز و لس‌آنجلس تایمز در ارتباط با حقوق بشر مطالبی را منتشر ساخته و بقیه روزنامه‌ها از پرداختن به این مساله خودداری کرده‌اند.

جدول شماره ۲- مقایسه تطبیقی نوع نگاه مطبوعات آمریکا با تاکید بر مساله حقوق بشر (بر حسب مقولات سطح اول و دوم)

جمع		فراوانی	درصد	نوع نگاه سطح یک							نوع نگاه سطح دوم
مطبوعات	مطبوعات			مطبوعات	مطبوعات	مطبوعات	مطبوعات	مطبوعات	مطبوعات		
مستند (منشور حقوق بشر)	۱۰۰	۸۳	-	-	-	-	-	-	۱۵/۴	۲	
غیرمستند (خارج از منشور حقوق بشر)	-	۷۵	-	-	-	-	-	-	۶۹/۲	۹	
خارج از محدوده	-	۱۶/۶	-	-	-	-	-	-	۷/۷	۱	
فرآوانی	۱	۱۲	-	-	-	-	-	-	-	۱۳	
جمع	۱۰۰	۱۰۰	-	-	-	-	-	-	۱۰۰	-	
درصد	۱۰۰	۱۰۰	-	-	-	-	-	-	۱۰۰	-	
خارج از محدوده	-	۱۰۰	-	-	-	-	-	-	۱۰۰	۳	
فرآوانی	-	۳	-	-	-	-	-	-	-	۳	
جمع	-	۱۰۰	-	-	-	-	-	-	۱۰۰	-	
درصد	-	۱۰۰	-	-	-	-	-	-	۱۰۰	-	

۲) نوع نگاه مطبوعات انگلیس درباره ایران

جدول شماره ۳- نوع نگاه مطبوعات انگلیس درباره ایران با تاکید بر مساله حقوق بشر

جمع		فراوانی	درصد	نوع نگاه سطح اول				
مطبوعات	مطبوعات			مطبوعات	مطبوعات	مطبوعات	مطبوعات	
عدم رعایت حقوق بشر توسط حاکمیت ایران	۳/۱	۶/۵	۹/۵	۹	۷/۱	-	-	
ربط دادن به موضوعات دیگر	۴۰/۶	۹/۷	۵۲/۴	۴۹	۳۸/۹	-	-	
عدم اطمینان از رویکرد ایران نسبت به حقوق بشر	-	-	۳/۲	۲	۱/۶	-	-	
رعایت حقوق بشر از سوی ایران	-	-	۱/۶	۱	۰/۸	-	-	
الگوی حقوق بشر اسلامی	-	-	-	-	-	-	-	
خارج از کل محدوده حقوق بشر	۵۶/۳	۸۳/۹	۳۳/۳	۶۵	۵۱/۶	-	-	
فرآوانی	۳۲	۳۱	۶۳	۱۲۶	-	-	-	
جمع	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	-	۱۰۰	-	-	
درصد	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	-	۱۰۰	-	-	

نتایج یافته‌های جدول شماره ۳ نشان می‌دهد که مطبوعات نخبه انگلیس برخلاف نشریات امریکایی در دوره مورد بررسی از سال

۲۰۰۱ تا ۲۰۰۸ نزدیک به نیمی از مقالات خود را به «بررسی مساله حقوق بشر در ایران» اختصاص داده‌اند (۴/۸ درصد از حجم مقالات). از میان مطالب منتشره در مطبوعات مورد بررسی انگلیس، در ارتباط با مساله حقوق بشر در ایران ۷/۱ درصد با مضمون «عدم رعایت حقوق بشر توسط حاکمیت ایران»، ۳۸/۹ با موضوع «ارتباط با موضوعات دیگر»، ۱/۶ درصد با موضوع «عدم اطمینان از رویکرد ایران نسبت به حقوق بشر» و ۰/۸ درصد با موضوع «رعایت حقوق بشر از سوی ایران» چاپ شده است.

در میان روزنامه‌های انگلیس «گاردین» بیش از بقیه از زوایای مختلف با موضوع حقوق بشر در ایران مقاله و گزارش داشته است؛ به طوری که در مجموع ۶۶/۷ درصد از مطالب این روزنامه درباره ایران موضوعاتی با مضامین حقوق بشر تشکیل داده است که نگاه‌های بیان شده در این ارتباط عبارتند از: ربط دادن به موضوعات دیگر ۵۲/۴ درصد، عدم رعایت حقوق بشر توسط حاکمیت ایران ۹/۵ درصد عدم اطمینان از رویکرد ایران نسبت به حقوق بشر ۳/۲ درصد و رعایت حقوق بشر از سوی ایران ۱/۶ درصد.

روزنامه دیگری که حجم قابل توجهی از مطالب خود درباره ایران را به بررسی مقوله‌های مختلف در ارتباط با حقوق بشر در ایران اختصاص داده، «روزنامه دیلی تلگراف» است که ۴۳/۷ درصد از مطالب آن درباره ایران به «بررسی مسایل حقوق بشر» اختصاص دارد که عبارتند از: عدم رعایت حقوق بشر توسط حاکمیت ایران ۳/۱ درصد و ربط دادن به موضوعات دیگر ۴۰/۶ درصد.

روزنامه هرالده تریبون پاریس نیز در مجموع ۱۶/۲ درصد از مطالب خود درباره ایران را به بررسی حقوق بشر در ایران اختصاص داده که مضامین آن عبارتند از: عدم رعایت حقوق بشر توسط حاکمیت ایران ۶/۵ درصد و ربط دادن به موضوعات دیگر ۹/۷ درصد. از این رو در مجموع به نظر می‌رسد مطبوعات انگلیس در ارتباط با موضوع حقوق بشر بیشتر گرایش و دیدگاهی منفی را اشتهاء می‌دهند و تلاش می‌کنند این دیدگاه را به مخاطبان خود نیز القاء کنند.

نگاه کلی مطبوعات انگلیس به مساله حقوق بشر در قالب پنج مقوله اصلی مورد ارزیابی واقع شده است (نگاه سطح ۱) که عبارتند از: عدم رعایت حقوق بشر توسط حاکمیت ایران (۷/۱ درصد)، ربط دادن به موضوعات دیگر (۳۸/۹ درصد)، عدم اطمینان از رویکرد ایران نسبت به حقوق بشر (۱/۶ درصد) و رعایت حقوق بشر از سوی ایران (۰/۸ درصد). گفتنی است که هیچ‌کدام از روزنامه‌های مورد بررسی در ارتباط با موضوع حقوق بشر اسلامی مطلبی نداشته‌اند.

۲-۱- قالب‌های بازتاب نگاه مطبوعات انگلیس درباره ایران با تاکید بر مساله حقوق بشر

جدول شماره ۴- مقایسه تطبیقی نوع نگاه مطبوعات انگلیسی با تاکید بر مساله حقوق بشر (بر حسب مقولات سطح اول و دوم)

نوع نگاه سطح ۱	نوع نگاه سطح دوم		جمع	فرآوانی	درصد
	مطبوعات	فرآوانی			
عدم رعایت حقوق بشر توسط حاکمیت ایران	مستند (منشور حقوق بشر)	۱۰۰	-	۳۳/۳	۳
	غیرمستند (خارج از منشور حقوق بشر)	-	۱۰۰	۳۳/۳	۴
	خارج از محدوده	-	-	۳۳/۳	۲
ربط دادن به موضوعات دیگر	تراوريسم، مداخله‌گرایی	-	-	۱۵/۲	۵
	خارج شدن از اصول دموکراسی غربی	۶۹/۲	۳۳/۳	۳۶/۴	۲۲
	جمع	۳۰/۸	۶۶/۶	۷۸/۸	۴۱
	درصد	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	-
	فرآوانی	۱	۲	۶	۹

	جمع	فراوانی	۱۳	۳	۳۳	۴۹	-
	جمع	درصد	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	-	۱۰۰
عدم اطمینان از رویکرد ایران نسبت به حقوق بشر	جمع	به رسمیت شناختن غنی‌سازی و مواضع ایران					
		فراوانی	-	-	۱۰۰	۲	۱۰۰
رعایت حقوق بشر از سوی ایران	جمع	منتقد رفتارهای خارج از حقوق بشر کشورهای غربی					
		فراوانی	-	-	۱۰۰	۱	۱۰۰
	جمع	فراوانی	-	-	۱۰۰	۱	-
	جمع	درصد	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	-	۱۰۰

۲-۲- عدم رعایت حقوق بشر توسط حاکمیت ایران

مقوله «عدم رعایت حقوق بشر توسط حاکمیت ایران» نوع نگاهی است که در ۱۰/۳ درصد مطالب روزنامه‌های انگلیسی مورد بررسی که در مورد ایران نگاشته می‌شود بازتاب می‌یابد. این نگاه عموماً در قالب دو زیرمقوله مستند (منشور حقوق بشر) با ۳۳/۳ درصد و غیرمستند (خارج از منشور حقوق بشر) با ۴۴/۴ درصد انعکاس یافته است.

۲-۳- ربط دادن به موضوعات دیگر

بسیاری از مطالب روزنامه‌های مورد بررسی مساله حقوق بشر در ایران را به موضوعات دیگر ربط می‌دهند به گونه‌ای که ۳۸/۹ درصد مطالب مطبوعات انگلیسی در ارتباط با مساله حقوق بشر، این موضوع را از طریق ربط دادن به موضوعات دیگر مورد واری قرار می‌دهند. این نوع نگاه در قالب دو زیرمقوله (نگاه سطح ۲) تروریسم و مداخله‌گرایی (۱۰/۲ درصد) از اصول دموکراسی و خارج شدن غربی (۴۴/۹ درصد) بازتاب یافته است. به طوری که مشاهده می‌شود نزدیک به نیمی از مطالب مندرج در روزنامه‌های انگلیسی در این ارتباط از اصول دموکراسی غربی به عنوان مبنای برای سنجش میزان رعایت حقوق بشر سود می‌جویند. در حالی که در این ارتباط هیچ اشاره‌ای به الگوی حقوق بشر اسلامی و مولفه‌های فرهنگی و سنتی ایران نمی‌کنند.

۳-۴- عدم اطمینان از رویکرد ایران نسبت به حقوق بشر

این نگاه به مساله حقوق بشر در ایران حجم ناچیزی از مطالب (۱/۶ درصد) روزنامه‌های انگلیسی مورد بررسی در ارتباط با حقوق بشر ایران را به خود اختصاص داده است. این نوع نگاه تنها در قالب زیرمقوله «انجام تعهدات مبتنی بر منشور» بازتاب یافته است و در این ارتباط فقط روزنامه گاردین مطالبی نشر داده و دو روزنامه دیلی تلگراف و هرالده تریبون هیچ مطلبی با این نگاه به مساله انتشار نداده‌اند.

۳-۵- رعایت حقوق بشر از سوی ایران

از میان مطالب نشر یافته درباره «رعایت حقوق بشر ایران» حجم بسیار ناچیزی (۰/۸ درصد) از آن به ترویج این نگاه پرداخته اند. این نوع نگاه نیز در قالب زیرمقوله «منتقد رفتارهای خارج از حقوق بشر کشورهای غربی» انعکاس یافته است. در این مورد نیز تنها روزنامه گاردین به آن پرداخته و دو روزنامه دیگر از اشاعه این نگاه چشم‌پوشی کرده‌اند.

۳-۶- الگوی حقوق بشر اسلامی

این نوع نگاه به حقوق بشر در ایران در هیچ‌کدام از مطبوعات مورد بررسی در انگلیس مورد بررسی قرار نگرفته است. حتی

مقاله و گزارش، در مطبوعات نخبه انگلیس، دیدگاه ایران درباره حقوق بشر - که از آن به الگوی حقوق بشر اسلامی یاد می‌شود - برای رعایت حداقل بی‌طرفی و میانه‌روی را مورد توجه قرار نداده است.

۳) نتایج مقایسه تطبیقی نوع نگاه مطبوعات امریکا، انگلیس درباره ایران با تاکید بر مساله حقوق بشر

جدول شماره ۵- نوع نگاه مطبوعات آمریکا و انگلیس درباره ایران با تاکید بر مساله حقوق بشر

جمع		فرانسی	انگلیس	نوع نگاه سطح اول مطبوعات	
درصد	فرانسی			انگلیس	مطبوعات
۵/۱	۲۲	۷/۱	۴/۲	عدم رعایت حقوق بشر توسط حاکمیت ایران	
۱۲	۵۲	۳۸/۹	۱	ربط دادن به موضوعات دیگر	
۰/۵	۲	۱/۶	-	عدم اطمینان از رویکرد ایران نسبت به حقوق بشر	
۰/۲	۱	۰/۸	-	رعایت حقوق بشر از سوی ایران	
-	-	-	-	الگوی حقوق بشر اسلامی	
۸۲/۳	۳۵۷	۵۱/۶	۹۴/۸	خارج از کل محدوده حقوق بشر	
-	۴۳۴	۱۲۶	۳۰۸	فرانسی	جمع
۱۰۰	-	۱۰۰	۱۰۰	درصد	

بر اساس جدول نتایج تطبیقی شماره ۴، مطبوعات مورد بررسی در امریکا طی سال‌های ۲۰۰۱ و ۲۰۰۸ در حدی ناچیز و محدود به مساله حقوق بشر در ایران پرداخته‌اند، به گونه‌ای که در مجموع ۵/۲ درصد از مطالب مطبوعات امریکا که درباره ایران بیان شده به این مساله اختصاص دارد. در این میان ۴/۲ درصد به «عدم رعایت حقوق بشر توسط حاکمیت ایران» و ۱ درصد به ربط دادن حقوق بشر به موضوعات دیگر مربوط می‌شود. اما مطبوعات مورد بررسی انگلیس در این فاصله زمانی حدود نیمی از مطالب خود درباره ایران را به بازتاب «مساله حقوق بشر» اختصاص داده‌اند که شرح آن از این قرار است: «عدم رعایت حقوق بشر توسط حاکمیت ایران ۴/۲ درصد»، ربط دادن به موضوعات دیگر ۳۸/۹ درصد، «عدم اطمینان از رویکرد ایران نسبت به حقوق بشر ۱/۶ درصد» و بالاخره رعایت حقوق بشر از سوی ایران ۰/۸ درصد.

نتایج نشان می‌دهد که مطبوعات نخبه انگلیس با مطبوعات نخبه آمریکا، در زمینه موضوع حقوق بشر یکسان عمل نکرده‌اند و همسویی ندارند. اما هر کدام به نوعی، یک موضوع یا سوژه را، با نگاه و گرایش منفی پوشش داده‌اند. بنابراین «تئوری برجسته سازی» و تلاش برای «سلب اعتماد از ایران» در مطبوعات آمریکا و انگلیس در این موضوع، یکسان است و اثبات می‌شود.

جدول شماره ۶- مقایسه تطبیقی نوع نگاه مطبوعات امریکا و انگلیس با تاکید بر مساله حقوق بشر (بر حسب مقولات سطح

اول و دوم)

جمع		مطبوعات	نوع سطح دوم		نوع نگاه سطح یک
درصد	فراوانی		مطبوعه	کتاب	
۲۲/۷	۵	۳۳/۳	۱۵/۴	مستند (منشور حقوق بشر)	عدم رعایت حقوق بشر توسط حاکمیت ایران
۵۹/۱	۱۳	۴۴/۴	۶۹/۲	غیرمستند (خارج از منشور حقوق بشر)	
۱۸/۱	۴	۲۲/۴	۱۵/۴	خارج از محدوده	
-	۲۲	۹	۱۳	فراوانی	
۱۰۰	-	۱۰۰	۱۰۰	درصد	
۹/۶	۵	۱۰/۲	-	ترورسیم، مداخله‌گرایی	رابط دادن به موضوعات دیگر
۴۲/۳	۲۲	۴۴/۹	-	خارج شدن از اصول دموکراسی غربی	
۴۸/۱	۲۵	۴۴/۹	۱۰۰	خارج از محدوده	
-	۵۲	۴۹	۳	فراوانی	
۱۰۰	-	۱۰۰	۱۰۰	درصد	
۱۰۰	۲	۱۰۰	-	انجام تعهدات مبتنی بر منشور	عدم اطمینان از رویکرد ایران نسبت به حقوق بشر
-	-	۲	-	فراوانی	
۱۰۰	۱	۱۰۰	-	درصد	
۱۰۰	۱	۱۰۰	-	منتقد رفتارهای خارج از حقوق بشر کشورهای غربی	رعایت حقوق بشر توسط ایران
-	-	۱	-	فراوانی	
۱۰۰	-	۱۰۰	-	درصد	

نتیجه‌گیری

یکم: سه نظریه «بازنمایی» استوارت هال و شرق‌شناسی ادوارد سعید همراه با نظریه «برجسته‌سازی» سورین و تانکاراد از یک سوی و تحلیل محتوای برنارد برلسون نشان می‌دهد؛ رسانه‌های امریکایی و انگلیسی در موضوع حقوق بشر درباره ایران «معانی ترجیحی» شان را پی‌گیری کردند.

دوم: با این وجود، نتایج تحقیق افزون بر آن نشان می‌دهد که یک وجه اشتراکی میان تئوری‌های اصلی سه‌گانه این تحقیق وجود دارد. به دیگر سخن، هدف رویکرد اصلی «بازنمایی» با گفتمان «شرق‌شناسی» و «برجسته‌سازی» تقسیم‌بندی «خود» و «دیگری» را به نمایش می‌گذارد و معانی ترجیحی دیدگاه‌های امریکایی و انگلیسی به میان کشیده می‌شود.

سوم: دقیقاً، همین رویکرد را براساس تئوری «برجسته‌سازی» در ارایه معانی ترجیحی «مطبوعات امریکایی» درباره ایران شاهد هستیم. نتایج تحلیل محتوای روزنامه‌های یاد شده امریکایی نشان می‌دهد که در موضوع «حقوق بشر» گفتمان مسلط نظام سرمایه‌داری به جای «ارایه دیدگاه‌های ایران» همراه با «دیدگاه‌های امریکا»، جلوه‌گر شده است.

مطبوعات امریکا با اهمیتی که در «دیپلماسی رسانه‌ای» به خرج داده‌اند، حتی براساس توصیه‌های رسمی و معتبر موسسه بروکینگز، و در چارچوب نظریه «برجسته‌سازی» به تغییر نظام ایران تأکید شده است. محورهای این توصیه که در این پژوهش مطرح شده، حتی در باب «تغییرات اجتماعی»، رویکردی مشخص دارد. همه توصیه‌های موسسه بروکینگز، ناشی از این

برجسته‌سازی رسانه‌ای است که ایران در موضوع و «حقوق بشر» به عنوان عضوی خارج از نظم موجود جهانی معرفی می‌شود. چهارم: با گذر از تطبیق چارچوب نظری با یافته‌های تحقیق در نتیجه‌گیری‌های بالا، به این نتیجه می‌رسیم که مطبوعات آمریکا طبق «نظریه‌ی برجسته‌سازی» از مواضع سرسختانه‌تری نسبت به ایران برخوردار بوده‌اند و این مساله ثابت می‌کند که مطبوعات نخبه‌ی آمریکا دیدگاه‌های حاکمیت ایالات متحده را از دیدگاه‌های کشوری که تحولات آن را پوشش داده‌اند، بیشتر بازتاب داده‌اند. با توجه به فرضیه‌ی اول تحقیق «مطبوعات آمریکا درباره واقعیت ایران معاصر در موضوع حقوق بشر بیشتر گرایش و دیدگاه منفی دارند تا مثبت و یا بی‌طرف.» در این پژوهش چگونگی انعکاس واقعیت ایران معاصر در ارتباط با حقوق بشر در روزنامه‌های نخبه مطبوعات آمریکا، و انگلیس مورد بررسی قرار گرفت. بازتاب این مسایل در مطبوعات این کشورها با تفاوت‌ها در مواردی و تشابه‌ها در مواردی بایکدیگر همراه بوده است که در مقایسه تطبیقی به آن‌ها اشاره شد لذا در ادامه عمده‌ترین نتایج حاصل از این بررسی را به تفکیک در مطبوعات مورد کنکاش قرار می‌دهیم و نتایج به دست آمده را در حوزه‌های زیر به تفکیک بیان می‌کنیم: پنجم: اما در ارتباط با موضوع حقوق بشر، مطبوعات مورد بررسی تنها سهم ناچیزی از مطالب مقالات و گزارش‌های خود را به این موضوع اختصاص داده‌اند و در کل چنین استنباط می‌شود که روزنامه‌های نخبه آمریکا چندان بر روی موضوع حقوق بشر در ایران تمرکز نکرده‌اند. اما در همان سطح محدودی که به موضوع حقوق بشر پرداخته‌اند با نگاهی منفی به آن پرداخته و عدم رعایت حقوق بشر توسط حاکمیت ایران را مطرح ساخته‌اند. از این رو در مجموع نتایج تحقیق موید این است که مطبوعات آمریکا در مقالات و گزارش‌هایی که منتشر کرده‌اند از میان پنج سطح نگاه به موضوع حقوق بشر، عمده آن‌ها را در طیف منفی تهیه کرده و کمترین سهم مطالب خود در مورد ایران را با نگرش مثبت منتشر کرده‌اند.

نتایج فوق فرضیه اول تحقیق را که مدعی است: «مطبوعات آمریکا درباره واقعیت ایران معاصر بیشتر گرایش و دیدگاه منفی دارند تا مثبت و یا بی‌طرف»، تایید می‌کنند.

درحالی که اصول حرفه‌ای روزنامه‌نگاری مصوب فدراسیون جهانی روزنامه‌نگاری (International Federation IFJ of Journalists) دفاع از آزادی مطبوعات، وابسته به استقلال حرفه‌ای در روزنامه‌نگاری است (ماده یک اساسنامه فدراسیون).

از این رو به نظر می‌رسد که نظریه‌ی ارتباطی دیپلماسی عمومی و خبرسازی متعلق به کومیز، با عملکرد مطبوعات نخبه‌ی آمریکا درباره‌ی تحولات ایران انطباق دارد. این نظریه ثابت می‌کند که مطبوعات نخبه‌ی آمریکا بیشتر در چارچوب این نظریه‌ی ارتباطی با هدف‌های اتاق فکر دیپلماسی ایالات متحده و توصیه‌های موسسه‌ی مطالعاتی بروکینگز، مقاله و گزارش منتشر کرده‌اند و این امر، نظریه‌ی مطرح شده در مقاله - یعنی فاصله‌ی واقعیت با حقیقت در روزنامه‌نگاری - را ثابت می‌کند.

ششم: با توجه به «نظریه‌ی فیلترهای خبری مربوط به نوام‌چامسکی و ادوارد هرمان» (چامسکی، ۱۳۷۹: ۲۷) از نتایج این تحقیق چنین استنباط می‌شود که نقدهای چامسکی بر رسانه‌های آمریکا درست بوده است (رضاییان، ۲۰۱۰: ۳). زیرا رویکرد مطبوعات نخبه‌ی آمریکا در دوره‌ی زمانی این تحقیق با نظریه‌ی فیلترهای خبری انطباق دارد و ثابت می‌کند طبق این نظریه، کنترل در رسانه‌های آمریکا بیش از آزادی بیان و استفاده از نظر مخالف، جایگاه دارد. و این نکته را باید افزود که به تعبیر هربرت شیلر، جامعه‌ی سرمایه‌داری پیشرفته مثل آمریکا با اطلاعات همچون کالا برخورد می‌کند (شیلر، ۱۳۷۵: ۵۳).

هفتم: از دیگر نتایج این تحقیق اثبات «نظریه‌ی شکاف اطلاعاتی» است (شکرخواه، ۱۳۸۴) مطبوعات نخبه‌ی آمریکا که مهم‌ترین و تاثیرگذارترین روزنامه‌ها در این تحقیق از آن‌ها استفاده شد، کمتر حاضر شده‌اند تا در موضوع حقوق بشر، حتی طیف سوم از ۵ طیف موضوعی؛ یعنی حالت میانه را انتخاب کنند. حتی اگر نتایج این تحقیق ثابت می‌کرد که مطبوعات آمریکا تردید را به اندازه‌ی مواضع مثبت و مواضع منفی (دیدگاه‌های متقابل حاکمیت در آمریکا و حاکمیت در ایران) یکسان پوشش داده‌اند؛ نظریه‌ی شکاف

اطلاعاتی در این مقاله به اثبات نمی‌رسید. در حالی که نتایج این تحقیق طیف سوم، یعنی میانه، در حقوق بشر و دو طیف چهارم و پنجم، یعنی دیدگاه‌های حاکمیت ایران را کمتر مورد توجه قرار داده است.

نظریه‌ی شکاف اطلاعاتی که از آن به شکاف دیجیتالی یاد می‌شود، جلوه‌ای از نابرابری‌ها از آزادی، ثروت و قدرت است و نشان می‌دهد که جریان یک‌سویه‌ی اطلاعات در سطح جهانی با پشتیبانی شرکت‌های بزرگ رسانه‌ای فراملی همچنان به نفع ملل دارا در برابر ملل نادر وجود دارد و توسعه می‌یابد. اگر روزی مارکسیست‌ها این نظریه را مطرح می‌کردند و بر طبل سوسیالیزم می‌کوبیدند، این انتقاد به آن‌ها گفته می‌شد که آزادی را نباید به بهانه‌ی برابری و سوسیالیزم از بین برد؛ درحالی که نظریه‌ی شکاف اطلاعاتی یا همان قربانی‌کردن برابری و آزادی با هم، در گزارش‌ها و مقاله‌های منتشره آمریکا از واقعیت ایران معاصر ثابت می‌شود و نشان می‌دهد که مطبوعات نخبه‌ی آمریکا از جریان یک‌سویه‌ی اطلاعات و ملل دارا در مقابل ملل نادر حمایت کرده‌اند. این عملکرد با اصل دوم و هشتم اصول بین‌المللی اخلاق حرفه‌ای در روزنامه‌نگاری که از سوی فدراسیون بین‌المللی روزنامه‌نگاران در ۲۰ نوامبر ۱۹۸۳ در پاریس به تصویب رسیده، مغایرت دارد. (شکرخواه، ۱۳۸۴)

افزون بر آن، نتایج این پژوهش همچنین روشن می‌سازد که نظریه دستکاری در پیام از هارولد لاسول و نیز نظریه «اعتماد سازی» یا «فرایندگرایی» با مقاله‌ها و گزارش‌های نشر شده از سوی مطبوعات نخبه آمریکا مطابقت دارد طبق این نظریه روزنامه‌های نمونه و انتخاب شده این مقاله تلاش کرده‌اند تا «برای مخاطبان ایده‌سازی کنند و با هدف تغییر نگرش مخاطبان خود، پیام‌های موثر منتشر کنند.» همچنین نظریه اندیشمندان مکتب فرانکفورت از جمله یورگن هابرماس یعنی «تاثیر پذیرفتن رسانه‌های ارتباط جمعی از منافع اقتصادی و سیاسی خاص هیات حاکمه با هدف انحراف افکار عمومی و تغییر وضعیت فضای عمومی - کتاب مشهور هابرماس در همین زمینه - مطابقت دارد.» (نوذری، ۱۳۸۴: ۱۰۳)

گرچه هابرماس معتقد است «کنش ارتباطی» توزیع برابر فرصت‌ها بین دو طرف گفت‌وگو است» اما مقاله‌ها و گزارش‌های منتشره مطبوعات نخبه آمریکا در این رساله، فرصت برابر بین دیدگاه حاکمان ایالات متحده و دیدگاه حاکمیت در ایران ایجاد نکرده‌اند و بیشتر کوشش کرده‌اند تا سوء تفاهم‌ها افزایش یابد و این مساله باعث به وجود آمدن جریان نابرابر ارتباطی شده است. (نوذری، ۱۳۸۴: ۱۰۳)

هشتم: نتایج تحقیق این آموزه را به ما یادآور می‌شود که، تلاش رسانه‌های نخبه آمریکا در چارچوب نظریه «برجسته‌سازی» سبب شده است تا مقاله‌ها و گزارش‌هایی در این رسانه‌ها منتشر شود که با نظریه ارتباطی مهمترین دانشمند ارتباطی جهان یعنی مارشال مک لوهان فاصله داشته باشد، مک لوهان معتقد است که نباید رسانه‌ها را ابزاری بی‌اراده مانند دیدگاه «واینر» بشناسیم، بلکه مطبوعات می‌توانند رویکردهای انتقادی جدی داشته باشند، درحالی که مقاله‌ها و گزارش‌های مطبوعات نخبه آمریکا در این رساله بیشترین انتقادهای را در چارچوب دیدگاه حاکمان ایالات متحده، یعنی طیف اول دوم و سوم، بیان کرده‌اند در حالی که می‌توانستند انتقادهای جدی در چارچوب دیدگاه حاکمیت در ایران یعنی طیف چهارم و پنجم در موضوع هسته‌ای و حقوق بشر داشته باشند تا از هر دو طرف، شاهد بیان انتقادهای باشیم و نظریه ارتباطی مک لوهان تحت عنوان پیام همان رسانه است، ثابت شود؛ ولی برخلاف این نظریه عمل شده است (مک لوهان، ۱۳۷۷: ۶۱). مانوئل کاستلز و مارک پاستر در نظریه‌های خود عصر اطلاعات را عصر توسعه آزادی بیان می‌دانند که با نظریه مک لوهان در زمینه وظیفه و رسالت رسانه‌ها، شباهت دارد. اما مقاله‌ها و گزارش‌های منتشره آمریکا خلاف این ایده را به اثبات می‌رساند.

نهم: فرضیه دوم این تحقیق چنین بود: «مطبوعات انگلیس درباره واقعیت ایران معاصر دیدگاه منفی دارند، اما با نقد سیاست‌های رسمی، میل به بی‌طرفی و میانه روی از خود نشان می‌دهند»

از واکاوی داده‌های حاصل از تحلیل محتوای روزنامه‌های نخبه انگلیس در ارتباط با رویکرد آن‌ها به واقعیت‌های ایران معاصر

چنین استنباط می‌شود که نگاه کلی مطبوعات انگلیس به مسایل ایران حول محور «موضوع حقوق بشر در ایران» تمرکز یافته است و میزان پرداختن به این مساله در آن‌ها نزدیک بوده و اختلاف اندکی دارند به گونه‌ای که میزان پرداختن به مطالب مربوط به موضوع حقوق بشر در ایران ۴/۸ درصد بوده است. لذا چنین به نظر می‌رسد که روزنامه‌های نخبه انگلیس تقریباً بیشتر از مطبوعات آمریکا به موضوع حقوق بشر پرداختند.

همچنین در «موضوع حقوق بشر در ایران» به میزان قابل ملاحظه‌ای به صورت غیرمستقیم و از طریق ربط دادن آن‌ها به موضوعات دیگر به طرح آن‌ها پرداخته‌اند. بنابراین به نظر می‌رسد مطبوعات انگلیس ضمن اینکه درباره واقعیت ایران معاصر در محور حقوق بشر دیدگاهی منفی دارند اما در موارد قابل ملاحظه‌ای با اجتناب از برخورد مستقیم و پرداختن به موضوع‌های فرعی تلاش می‌کنند در مواردی که ضرورت ایجاد کند به موضوعات کم اهمیت تر پرداخته و از شدت برخورد با ایران بکاهند. لذا مجموعه نتایج تحقیق در ارتباط با انعکاس واقعیت‌های ایران معاصر در مطبوعات نخبه انگلیس و نوع نگاه آن‌ها به این مساله تأییدی است بر فرضیه دوم این پژوهش که مدعی است: «مطبوعات انگلیس درباره واقعیت ایران معاصر دیدگاه منفی دارند اما با نقد سیاست‌های رسمی میل به بی طرفی و میانه روی از خود نشان می‌دهند».

و بالاخره نتایج تحقیق نشانگر آن است که مطبوعات نخبه انگلیس با مطبوعات آمریکا همسویی داشته‌اند و در مواردی از مطبوعات آمریکا ملایم‌تر با واقعیت ایران معاصر روبرو شده‌اند؛ اما فرضیه دوم این تحقیق در چارچوب آمارهای به دست آمده اثبات شده است.

نتایج به دست آمده حکایت از آن می‌کند که مطبوعات نخبه انگلیس در چارچوب نظریه ارتباطی برجسته‌ترین دانشمند ارتباطی اروپا یعنی میشل فوکو عمل نکرده‌اند. مقاله‌ها و گزارش‌های مطبوعات انگلیس بر طیف سوم ولی با نگاه منفی و القای تردید بیش از طیف اول یعنی توصیه به حمله و تهدید نظامی تأکید داشته‌اند که این مساله تفاوت اندک مطبوعات انگلیس و آمریکا با هم درباره واقعیت ایران معاصر را نشان می‌دهد؛ اما تلاش برای القای تردید انطباق عملکرد مطبوعات انگلیس با نظریه برجسته سازی را ثابت می‌کند و مشخص می‌شود که دیدگاه میشل فوکو مبنی بر رسالت مطبوعات در چارچوب «ایجاد گفتمان تازه و رسیدن به دیدگاهی نو به همراه نظارت بر عملکرد حکومت‌های انگلیس» جایگاهی در مقالات و گزارش‌های منتشره نداشته است.

از نظر پژوهشگر، میشل فوکو دیدگاه متعادلی در زمینه رسالت رسانه‌ها و مطبوعات دارد و این نگاه میانه و بی طرفانه در مطبوعات انگلیس می‌تواند از جایگاه مناسبی برخوردار باشد، در حالی که مطبوعات انگلیس نظارت نقادانه از سیاست‌های رسمی نداشته‌اند.

نتایج تحقیق نشان می‌دهد که انتقادهای سوسیالیست‌های اروپا مبنی بر سوگیری ایدئولوژیک در خبر یا همان گروه مطالعاتی گلاسکو، درست بوده است؛ چون مطبوعات نخبه انگلیس، طبق فرضیه این تحقیق، بیشتر سوگیری ایدئولوژیک داشته‌اند و خبرها و گزارش‌هایی را منتشر کرده‌اند که مخاطبان «چارچوب‌های نظم موجود» یا همان «سیاست‌های رسمی» کمپانی‌های اقتصادی و سرمایه داری را بپذیرند. این نتیجه با رعایت اصل دموکراسی اطلاعات و حق انتخاب شهروندان مطابقت ندارد.

یافته‌های این تحقیق همچنین روشن می‌سازد که مطبوعات نخبه انگلیس به موضوع حقوق بشر بیش از مطبوعات آمریکا توجه کرده‌اند، این مساله به نظریه ارتباطی گیدنز مربوط می‌شود. گیدنز معتقد است برای رسیدن به یک جامعه تعامل‌گرا می‌توان میان رویکردهای ساخت یک جامعه با فعالیت‌های روزمره اجتماعی پل زد و از شکاف میان این دو به یک ساخت جدید دست یافت. این نگاه ثابت می‌کند که مطبوعات نخبه انگلیس به دنبال ایده سازی جدید از طریق ایجاد شکاف‌های رسانه‌ای بوده‌اند و واقعیت ایران معاصر را در طیف‌های موضوعی چهارم و پنجم در زمینه حقوق بشر - یعنی دیدگاه رسمی در ایران - پوشش نداده‌اند.

گرچه ایجاد ساخت جدید و یا دیدگاه تازه درباره واقعیت ایران معاصر، می‌تواند امر مثبتی تلقی شود، ولی به شرط آنکه مطبوعات انگلیس هر دو دیدگاه رسمی در انگلیس و ایران را که به حاکمیت‌ها مربوط می‌شد؛ پوشش می‌دادند و مقاله و گزارش‌های خود را منتشر می‌کردند، در حالی که نتایج این تحقیق برابر آنچه در باب دوم تشریح شده است، خلاف این مساله را ثابت می‌کند.

براساس جمع‌بندی نه‌گانه درباره تاثیر رسانه‌های اینترنتی یا سایبر بر رسانه‌های چاپی یا مطبوعات، برای ما مشخص می‌کند که «ساخت و مدل جدیدی از کار رسانه‌ای - طبق نظریه گیدنز - در حال شکل‌گیری و توسعه است»، اما مطبوعات نخبه انگلیس تاکنون کمتر با این نظریه همراهی کرده‌اند و همچنان از سیاست‌های رسمی حاکمیت‌ها در انگلیس پشتیبانی و حمایت می‌کنند.

منابع

۱. ایزدی، فواد، (۱۳۸۸)، نگاه نظری به دیپلماسی عمومی امریکا، فصلنامه رسانه، شماره ۷۸، تابستان .
۲. پیرنجم‌الدین، حسین، (۱۳۸۹)، گفتمان شرق شناسانه در بازنمایی‌های رسانه‌ای غرب از ایران، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، دوره سوم، شماره ۲، تابستان .
۳. سورین، ورنرو تانکاراد، جیمز، (۱۳۸۱) نظریه‌های ارتباطات، علیرضا دهقان، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.
۴. شکرخواه، یونس، (۱۳۸۴)، روزنامه‌نگاری سایبر: جامعه اطلاعاتی و آزادی بیان، تهران: انتشارات ثانیه.
۵. شاو، دونالد و مکسول مک کومبز، (۱۳۸۳)، کارکرد برجسته‌سازی در مطبوعات، امید مسعودی، تهران: انتشارات خجسته.
۶. شیلبر، هربرت (۱۳۷۵) اطلاعات و اقتصاد و بحران، ترجمه‌ی یونس شکرخواه، تهران، کانون ترجمه و نشر آفتاب.
۷. فرکلاف، نورمن، (۱۳۷۹)، تحلیل گفتمان انتقادی، گروه مترجمان، تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ای.
۸. دادگران، سیدمحمد، (۱۳۸۲)، مبانی ارتباطات جمعی، تهران، انتشارات فیروزه.
۹. رضاییان، محمدجواد، (۲۰۰۹)، مقاله دیپلماسی رسانه‌ای امریکا، فصلنامه اخبار آکادمی علوم روسیه در شهر دوشنبه تاجیکستان، شماره ۳
۱۰. ژان پییر دوپویی، (۱۳۷۹)، اسطوره‌های جامعه اطلاعاتی: جامعه انفورماتیک و سرمایه‌دار، واقعیت و اسطوره، خسرو پارسا، تهران، نشر آگه.
۱۱. کانمن، ورنر، هابز، تونیس و ویکو (۱۳۷۳)، آینده بنیانگذاران جامعه‌شناسی، غلامعباس توسلی، تهران، ۱۳۷۳، نشر قومس.
۱۲. گروهی از پژوهشگران، زیر نظر شمشخانی، علی، (۱۳۸۹) «امریکا در برابر ایران»، تهران، انتشارات موسسه مطالعات دفاعی.
۱۳. هال، استوارت، (۱۳۸۳)، هویت‌های قدیم و جدید، قومیت‌های قدیم و جدید، شهریار وقفی پور، فصلنامه ارغنون، ش ۲۴.
۱۴. هال، استوارت (۱۳۸۴)، بومی و جهانی، جهانی شدن و قومیت، بهزاد برکت، فصلنامه ارغنون، ش ۲۴.
۱۵. مکسول کومبز، (۱۳۸۳)، کارکرد برجسته‌سازی در مطبوعات، امید مسعودی، تهران. انتشارات خجسته
۱۶. معتمدنژاد، کاظم، (۱۳۷۱)، مطالعات انتقادی در وسایل ارتباط جمعی مجله رسانه، : شماره مسلسل ۹، سال سوم.
۱۷. مک لوهان، مارشال (۱۳۷۷) « درک رسانه ها » ترجمه سعید آذری، تهران، انتشارات مرکز مطالعات و سنجش برنامه های صدا و سیما.
۱۸. مهدی‌زاده، سیدمحمد، (۱۳۸۹)، نظریه‌های رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی، تهران: انتشارات همشهری.
۱۹. مهدی‌زاده، سید محمد. (۱۳۸۷)، رسانه‌ها و بازنمایی، تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها، ۱۳۸۷.
۲۰. نوذری، حسینعلی، (۱۳۸۴)، نظریه انتقادی مکتب فرانکفورت در علوم اجتماعی و انسان، تهران: نشر آگه.

21. Calvert & Lewis (eds), 2002. Television studies: the key concepts. Routledge publications

22. Hall, Stuart (1997). The Work of Representation, In Cultural Representation and Signifying Practice, Sage Publication.