

تاریخ دریافت: ۹۵/۰۹/۳۰

تاریخ پذیرش: ۹۵/۱۱/۱۰

بررسی میزان و نحوه پوشش خبری داعش و مقایسه رعایت ملاحظات پوشش اخبار خشن و دلخراش (در دو بخش خبری ۲۱ شبکه اول سیما و خبر تاپ فایو (TOP5) شبکه پرسی تی وی)

نوشته

علی گرانمایه پور*

ریحانه سادات ذاکری**

چکیده

پژوهش حاضر به بررسی مقایسه‌ای پوشش اخبار داعش در دو بخش خبری ساعت ۲۱ شبکه اول سیما و بخش خبری تاپ فایو (Top5) شبکه جهانی پرسی تی وی در پنج ماهه اول سال ۱۳۹۴ می‌پردازد. جامعه آماری این تحقیق همه اخبار پخش شده این دو بخش خبری در بازه زمانی مشخص شده، بدون نمونه‌گیری و به صورت کل شماری است و بررسی از طریق کدگذاری پرسشنامه معکوس صورت گرفته است. در این پژوهش به مدت زمان پوشش خبری داعش و نحوه انعکاس مطلب و همچنین چگونگی مدیریت پوشش تصاویر دلخراش پرداخته شده است. سؤال اصلی آن با مضمون «چگونگی میزان و نحوه ارائه پوشش اخبار داعش در این دو بخش خبری» نشان می‌دهد بیشترین قالب اخبار داعش در بخش خبری ۲۱ به صورت گزارش بوده و در بخش خبری تاپ فایو قالب خبری voice over بیشترین استفاده را داشته است. بررسی مدت زمان اخبار داعش در این دو بخش نیز نشان می‌دهد حدود ۴ درصد از کل بخش خبری ۲۱ به داعش اختصاص داشته است و در مقابل، بیش از ۱۱ درصد از اخبار بخش تاپ فایو مربوط به داعش بوده است. آنچه مسلم است «تصاویر دلخراش» جزء جدایی‌ناپذیر برخی خبرهای تلویزیونی و مطبوعاتی و سایتی هستند که گاهی به دلیل تأثیرگذاری بیشتر بر مخاطب و پیشبرد اهداف و سیاست‌های رسانه، گریزی از آنها نیست. اما استفاده صحیح و مناسب از تکنیک‌های انتشار اخبار دلخراش، می‌تواند تا حد زیادی به حفظ سلامت روانی مخاطبان و حرفه‌ای‌تر شدن رسانه‌ها کمک کند. فرضیه این تحقیق بیان می‌کند که بخش خبری تاپ فایو شبکه پرسی تی وی نسبت به بخش خبری ۲۱، ملاحظات انتشار تصاویر خشن و دلخراش را بیشتر رعایت می‌کند. برای بررسی این فرضیه به دو صورت محاسبه انجام شد. بار اول بدون در نظر گرفتن میزان اخباری که در آنها تصاویر دلخراش وجود نداشت و بار دوم با در نظر گرفتن اخبار فاقد تصاویر دلخراش به منزله تصاویر مدیریت شده از طریق حذف و سانسور. در هر دو شکل، محاسبه با فرمول خی دو و تحلیل جداول نشان داد هیچ رابطه معناداری میان مدیریت تصاویر خشن و دلخراش بین این دو بخش خبری وجود ندارد یا

۱۰۷

بررسی میزان و نحوه پوشش خبری داعش و ...

* استادیار گروه فرهنگ و مطالعات رسانه؛ دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی Ali_phd1970@yahoo.com

** کارشناس ارشد علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی reyhazaker@gmail.com

ارتباط بسیار ضعیف و غیرقابل استناد است. بنابراین نمی‌توان گفت یکی از این دو بخش خبری نسبت به دیگری، تصاویر خشن و دلخراش را بهتر مدیریت کرده است.

کلیدواژه: پوشش خبری، داعش، تروریسم، مدیریت تصاویر دلخراش، بزرگ‌نمایی، شبکه اول سیما، شبکه پرس تی‌وی.

مقدمه

طی سال‌های اخیر منطقه غرب آسیا همواره منطقه‌ای پرتنش و خبرساز بوده است و داعش به‌عنوان پدیده‌ای که این روزها بخشی از اخبار رسانه‌های جهان را به خود اختصاص داده است تبدیل به پریشی برای کشورهای مسلمان شده است که چگونه اخبار مربوط به این گروه را که داعیه اسلامی دارند در کشور اسلامی خود پوشش دهند و با توجه به عملیات‌های تروریستی و وحشی که این گروه ایجاد کرده است و به‌ویژه شیعیان را مورد حمله‌های خود قرار داده است چگونه و با چه استراتژی‌هایی پوشش داده شوند که علاوه بر پوشش اخبار این گروه، بزرگ‌نمایی نکنیم و علاوه بر دادن اطلاعات لازم به مردم، باعث عدم امنیت روانی آنها نشویم. به‌علاوه روان‌پژوهان معتقدند که تروریست‌ها اگر دریابند که عملیات آنها تبلیغات نخواهد داشت، آن را متوقف خواهند کرد. مارگارت تاجر، نخست‌وزیر پیشین انگلیس تبلیغات مجانی رسانه‌ها را اکسیژن مورد نیاز تروریسم می‌خواند. چون رسانه‌های گروهی به عمد یا بدون عمد با پوشش خبری یک عملیات تروریستی اقدام به اشاعه اهداف تروریستی، معروف کردن سازمان‌های تروریستی و افزایش تأثیر اقدامات تروریستی بر افکار عمومی می‌کنند (صالح السلطان؛ ۱۳۹۰: ۴-۲۳). بنابراین بسیار مهم است که میزان و نحوه پوشش اخبار گروه‌های تروریستی به دقت بررسی شود تا بتوان حتی‌الامکان از تأثیرات سوء پوشش این نوع اخبار جلوگیری کرد و علاوه بر نشان دادن قساوت تروریست‌ها و قبیح اقدامات تروریستی، باعث ایجاد تنش در مخاطبان نشویم. در این میان باید با مدیریت درست پوشش اخبار این نوع جنایت‌ها، مخاطب برون‌مرزی را از مخالفت و بیزاری خود از چنین اقداماتی که به نام اسلام صورت می‌گیرد آگاه کنیم تا تحت تأثیر تبلیغات سوء رسانه‌های بیگانه قرار نگیرند. مدیران رسانه‌ای ایران در مواجهه با اخبار گروه‌های تروریستی بهتر است با توجه به نوع مخاطب شبکه خود و برون‌مرزی یا داخلی بودن شبکه، تدابیر لازم را مبتنی بر سیاست‌های رسانه‌ای خود و مسئولیت‌های اجتماعی‌شان اتخاذ کنند.

طرح مسئله

تحقیق حاضر ابتدا به چگونگی میزان و نحوه ارائه پوشش اخبار داعش در دو بخش خبر ۲۱ شبکه اول سیما و ۱۹:۳۰ شبکه پرس تی‌وی می‌پردازد. مدت هر خبر مربوط به داعش (به شرط

استفاده از کلمه "داعش" بر حسب ثانیه مورد محاسبه قرار گرفته و همچنین مدت کل بخش‌های خبری نیز بررسی و بر حسب ثانیه محاسبه شده است.

در ادامه، نحوه پوشش این اخبار با تقسیم‌بندی انواع آن بررسی می‌شود که عبارت است از: "گزارش" (اجزای اصلی گزارش تلویزیونی شامل نریشن، مصاحبه و پلاتو است که توسط گزارشگر ارائه می‌شود)، "مصاحبه" (نوعی گفت‌وگوی هدفدار که با هدف کسب اطلاعات یا آگاهی از دیدگاه‌ها و افکار و نظرها انجام می‌شود)، "خبر مکتوب" (خبری که توسط گوینده خبر خوانده می‌شود اما به دلایلی از جمله تازگی خبر و کمبود وقت، فرصت تهیه تصویر مناسب برای خبر وجود نداشته فلذا تصویری پخش نمی‌شود)، "گزارش" VC (گزارشی دارای نریشن که داخل استودیو نوشته می‌شود و گزارشگر در محل حضور نمی‌یابد. این نوع گزارش‌ها که معمولاً تحلیلی هستند نسبت به گزارش‌های دیگر طولانی‌ترند)، "Voice Over" (در این نوع ارائه خبر، گوینده، خبر را قرائت می‌کند و روی صدای گوینده تصاویر مربوط به خبر پخش می‌شود)، "ارتباط زنده" (در این پژوهش منظور از ارتباط زنده، ارتباط تلفنی و یا تصویری است که با کارشناسان و یا گزارشگران برقرار می‌شود.) و "گفت‌وگو" (در این پژوهش مراد از گفت‌وگو، دعوت کارشناسان و افراد خبره به داخل استودیو و گفت‌وگو با آنها حول محور خبر مورد نظر است).

در قسمت بعدی بررسی شده است که این دو بخش خبری تا چه حد ملاحظات مدیریت پوشش تصاویر خشن و دلخراش را درمورد پوشش اخبار داعش رعایت کرده‌اند.

شبکه‌های خبری تلویزیونی برای جلوگیری از تأثیر ناخوشایند این تصاویر بر کودکان و افراد بیمار، قواعد حرفه‌ای پخش این گونه تصاویر را رعایت می‌کنند. (نصراللهی، ۱۳۹۳: ۱۷۸) تصاویر دلخراش جزء جدایی‌ناپذیر برخی خبرهای تلویزیونی و مطبوعاتی و سایتی هستند که گاهی اوقات به دلیل تأثیرگذاری بیشتر بر مخاطب و پیشبرد اهداف و سیاست‌های رسانه، گریزی از پخش آنان نیست (همان). اما نحوه پخش آنان در شبکه‌های مختلف متفاوت است. برخی شبکه‌ها بدون توجه به مخاطبان خاص خود (کودکان، بیماران و ...) تصاویر را بدون مدیریت خاصی پخش می‌کنند. در حالی که بهتر است در صورت لزوم پخش این تصاویر، ملاحظات به خصوصی در نظر گرفته شود.

ملاحظات مهم انتشار تصاویر خشن و مشمئزکننده:

۱. توجه به ساعت پخش این تصاویر در تلویزیون؛ (اجتناب از پخش آن در بخش‌های خبری بامدادی و پایانی شب).

۲. دادن هشدارهای لازم قبل از پخش این گونه تصاویر و عذرخواهی از مخاطبان بابت پخش آن در برخی مواقع؛

همان‌گونه که انتشار تصاویر خبری از وظایف رسانه‌هاست، حق مخاطب است. توجه به سلامت روانی مخاطبان، جلوگیری از به مخاطره افتادن جان بیماران و دادن هشدار درمورد

پخش این نوع تصاویر و دادن امکان تصمیم‌گیری قبل از دیدن آنها از مسئولیت‌های رسانه و حقوق مسلم مخاطبان است.

۳. پخش تصاویر به صورت مات شده

۴. نشان دادن تصاویر از نمای دور

در نتیجه برخی مواقع به دلایل مختلف از جمله بهره‌برداری سیاسی، سود پخش تصاویر خشونت‌آمیز و حتی خلاف اخلاق از ضرر آن کمتر است. در این صورت تصاویر با رعایت نکات پیش‌گفته، مثل هشدار قبلی، نمایش تصاویر به صورت مات‌شده و نمای دور پخش شود. نکته مهم این است که نباید در این خصوص افراط و تفریط کرد. پخش این تصاویر نباید باعث عادی‌سازی و کاهش حساسیت مردم شود. (همان: ۹۲-۱۸۹)

در این پژوهش به دلیل ثابت‌بودن ساعت پخش دو بخش خبری ۲۱ شبکه اول سیما و تاپ‌فایو پرس‌تی‌وی، عملاً توجه به مدیریت ساعت پخش تصاویر دلخراش موضوعیت خود را از دست داده و در نتیجه مورد بررسی قرار نگرفت بنابراین اخبار از نظر سه ملاحظه دیگر یعنی هشدار دادن قبل از پخش تصاویر، مات‌کردن تصاویر و نشان‌دادن تصاویر از نمای دور بررسی شد. به علاوه اگر اخبار دارای تصاویر خشن و دلخراش نبوده‌اند و یا اینکه این نوع تصاویر بدون هیچ ملاحظه‌ای پخش شده است نیز مورد بررسی قرار گرفته‌اند.

تنها فرضیه این تحقیق درصدد اثبات این نکته برمی‌آید که به نظر می‌رسد بخش خبری تاپ‌فایو شبکه پرس‌تی‌وی نسبت به بخش خبری ۲۱ شبکه یک سیما، ملاحظات انتشار تصاویر خشن و دلخراش را بیشتر رعایت می‌کند.

شبکه اول سیمای جمهوری اسلامی ایران (شبکه ملی) در ۱۱ مهر ۱۳۳۷ با نام تلویزیون ملی ایران شروع به کار کرد. این شبکه محتوایی سیاسی اجتماعی دارد. بخش‌های خبری یکی از مهم‌ترین برنامه‌های این شبکه است و بخش خبر ۲۱ در واقع بخش رسمی خبرهای تلویزیونی است که بین ۳۰ دقیقه تا یک ساعت، به اخبار موضوعات مختلف داخلی و خارجی می‌پردازد. شبکه پرس‌تی‌وی اولین شبکه انگلیسی‌زبان وابسته به صداوسیما جمهوری اسلامی ایران است که با هدف شکستن انحصار قوی رسانه‌های غربی به فعالیت می‌پردازد. این شبکه از تاریخ ۱۳ ژوئن ۲۰۰۷ به‌طور رسمی پخش برنامه‌های خود را شروع کرد و مخاطبان اصلی آن، مردم انگلیسی‌زبان و مخاطبان اروپایی و آمریکایی هستند. بخش خبری تاپ‌فایو (Top5) تنها بخش خبری تحلیلی شبکه پرس‌تی‌وی است که در ساعت ۱۹:۳۰ به وقت تهران به بررسی پنج خبر برتر همان روز می‌پردازد.

تعریف مفاهیم

پوشش خبری. پوشش خبری مجموعه فعالیت‌هایی است که بر روی خبر صورت می‌گیرد تا ارزش یک خبر و جایگاه آن از وضعیت واقعی آن بالاتر یا پایین‌تر مطرح و ارزش آن خبر در مجاورت مطالب دیگر کمتر، بیشتر یا صفر شود. (سلطانی‌فر و هاشمی: ۱۳۸۲: ۱۴)

پوشش خبری، فراگرد "بازنمایی" وقایع و رخدادها از طریق وسایل ارتباطی است. (سبیلان اردستانی؛ ۱۳۸۲) "بازنمایی" به مطالبی که رسانه‌ها عرضه می‌کنند، نحوه انعکاس موضوعات، انواع گفتمان‌های مطرح و ماهیت مباحث و مناظره‌های ارائه شده، ابعاد اطلاعاتی تولیدهای رسانه‌ای، از جمله ابعاد نمادین و بدیع آن آثار اشاره دارد. بازنمایی در گستره عمومی به پرسش‌هایی اساسی نظیر اینکه "چه مطلبی" باید برای انعکاس انتخاب شوند و "چگونه" بر مخاطبان عرضه شدند اشاره دارد. (دالگرن، ۱۳۸۰: ۳۰)

داعش (ISIS) (ISIL). داعش مخفف عبارت "دولت اسلامی عراق و شام" است.

ISIL : Islamic State of Iraq and Levant

ISIS : Islamic State of Iraq and Syria

داعش یا دولت اسلامی عراق و شام، پدیده‌ای نوین در عراق نیست، بلکه زیرمجموعه‌ای از سازمان القاعده است که در همان ایام عملیات نظامی آمریکا علیه صدام وارد عراق شد و در حال حاضر ۱۱ سال از عمر آن در این کشور می‌گذرد. عرب‌های افغان یا القاعده‌های عرب مستقر در افغانستان پس از سقوط دولت ملاعمر به سمت عراق آمدند در حالی که این کشور به ریاست صدام در آستانه مرحله دوم عملیات نظامی آمریکا ۱۰ سال قبل موجب اخراج صدام از کویت شده بود.

درواقع پس از فروپاشی نظام بعث صدام، قدرت عملیاتی گروه‌های متنوع شورشگر سنی عرب در عراق علیه آمریکا گسترده شد. از سال ۲۰۰۳ تا ۲۰۰۶ گروه‌های سلفی رادیکال القاعده به نام "شورای مجاهدین" شکل گرفت. این شورا در سال ۲۰۰۶ با نام "دولت اسلامی عراق" (ISI) در منطقه عمومی اهل سنت عراق فعال شد. در ایام جنگ‌های داخلی سوریه که حاکمیت بشار اسد بر مناطق وسیعی از کشور از دست رفت، مبارزین دولت اسلامی عراق به سمت سوریه کشانده شدند و موجودیت دولت اسلامی عراق و شام یا همان "داعش" را اعلام کردند. (عباسی؛ ۱۳۹۳: ۹۴)

می‌توان گفت داعش خود را پدیده‌ای هویتی در منطقه غرب آسیا می‌داند که وظیفه احیای خلافت و امارت اسلامی و بازسازی شوکت اهل سنت را دارد. در این راستا البغدادی فراتر از هرچیز یک چیز می‌خواهد: خلافت. با توجه عمیق به این واژه به‌خوبی مفهوم جامع و کلی عملکرد و هدف داعش درک خواهد شد. نفوذ به لایه‌های ایدئولوژیکی، حزبی، سیاسی، اجتماعی و نظامی هر کشور مد نظر از هدف‌های اصلی داعش است که با خلق خلافت در این لایه‌ها صورت می‌گیرد. بدون شک ساختار عقیدتی و تشکیلاتی، تاکتیک و ابزار نظامی و شیوه‌های نوین نفوذ مهم‌ترین نقش را در قدرت و پیروزی داعش و خلق این خلافت داشته است. (همان: ۹۹)

داعش پس از تقویت خود در سوریه، به تدریج حضور و نقش آفرینی خود را در عراق گسترش داد. داعشی‌ها که در طول سال ۲۰۱۳ حضور پراکنده‌ای در عراق داشتند از ابتدای ۲۰۱۴ نقش خود را در این کشور بسیار توسعه دادند. (همان: ۱۰۲)

چارچوب نظری

نظریه برجسته‌سازی. رسانه‌ها در انتقال پیام‌ها، نوعی اولویت یا برجسته‌سازی به‌وجود می‌آورند. این نظریه باز هم تأثیرهای رسانه‌ها در حوزه رفتار را محدود می‌کند اما با برجسته‌ساختن برخی از موضوعات می‌توانند بر اطلاعات مردم تأثیر بگذارند. به عبارت دیگر، رسانه‌ها گرچه نمی‌توانند بگویند که مخاطبان چطور بیندیشند اما می‌توانند تعیین کنند که "درباره چه" بیندیشند. "شاو" و "مک کومب" هم شعارهایی را که توسط کاندیداهای ریاست جمهوری آمریکا مطرح شده بود تحلیل محتوا و هم نتایج نظرسنجی از مردم را تحلیل کردند و به این نتیجه رسیدند که رسانه‌ها با بزرگ کردن و اولویت دادن به بعضی موضوعات بر اولویت‌های مردم تأثیر می‌گذارند.

بررسی "شاو" و "مک کومب" در ۱۹۷۲، اولین تحقیق درباره برجسته‌سازی است، اگر چه هنگامی که بررسی انجام می‌شد، این فکر که رسانه‌ها اولویت همه را تعیین می‌کنند کاملاً تازه نبود. تحقیق دونالد کیندر و شانتواینگر در سال ۱۹۸۰ در آمریکا، نمونه‌ای تجربی در مورد برجسته‌سازی رسانه‌هاست. چند روز قبل از انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۹۸۰ میان جیمی کارتر و رونالد ریگان، بیشتر نظرسنجی‌های افکار عمومی حاکی از این بود که رقابت خیلی نزدیک است. دو روز قبل از انتخابات رسانه‌های خبری داستانی را ساخته و پرداخته کردند مبنی بر اینکه گروگان‌های آمریکایی در ایران ممکن است آزاد شوند. باگذشت زمان معلوم شده که آنها آزاد نشده‌اند. وقتی نتایج انتخابات معلوم شد ریگان پیروزی قاطعی را به‌دست آورد و آرای همه ایالت‌ها غیر از شش ایالت و حومه کلمبیا را کسب کرد که تنها تبیین ممکن برای این نتیجه در مفهوم برجسته‌سازی نهفته است. رسانه‌های خبری با ساختن آزادی گروگان‌ها، آگاهی عمومی از موضوع گروگان‌گیری را بالا بردند. یعنی برای بسیاری از افراد عامه ممکن است موضوع گروگان‌ها از موقعیت پایین در فهرست موضوعات مورد علاقه آنها به موقعیت بالا در آن فهرست رسیده باشد. بدیهی است که به احتمال زیاد افزایش اهمیت موضوع گروگان‌ها در اولویت‌های مردم علیه کارتر عمل کرده است زیرا ممکن است بسیاری از مردم بحران گروگان‌گیری را یکی از بزرگ‌ترین شکست‌های مدیریت او محسوب کرده باشند. این تبیین صرفاً جنبه فرضی یا نظری دارد. در هر حال دونالد کیندر و شانتواینگر این تبیین را به عنوان یک توضیح محتمل مطرح کرده‌اند. (سورین، تانکارد، ۱۳۸۴: ۳۲۵)

در این پژوهش با توجه به نظریه برجسته‌سازی، به بررسی چینش اخبار و اولویت‌بندی رسانه در خصوص اخبار داعش پرداختیم؛ همچنین با محاسبه زمان اختصاص داده‌شده به خبر و بررسی استفاده از تماس‌های زنده تلفنی یا تصویری خارج از استودیو و دعوت از کارشناسان به داخل استودیو و گفت‌وگو حول محور موضوع خبر داعش با آنها و لحن گوینده خبر، و مقایسه اهمیت خبر با عوامل مذکور، استراتژی رسانه در خصوص بزرگ‌نمایی، واقع‌نمایی و یا کوچک‌نمایی اخبار را تعیین کرده‌ایم. به علاوه، تعداد خبر اختصاص داده شده در مورد موضوع

خاص در یک روز یا به صورت متوالی در روزهای دیگر نیز برای تعیین استراتژی رسانه و بررسی برجسته‌سازی مورد ملاحظه قرار گرفته است.

نظریه دروازه‌بانی. مفهوم دروازه‌بانی دروازه در وسایل ارتباط جمعی، محل عبور جریان اطلاعات و اخبار است. دروازه‌بانی، فراگرد کنترل جریان و گردش اطلاعات در سیستم‌های گوناگون اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی است (عباسی، ۱۳۸۲: ۸). مفهوم گزینش‌گری که "دروازه‌بانی، مرزبانی، سوزبانی و خبربانی" نیز ترجمه شده است، نخستین بار توسط کورت لوین، در زمان جنگ جهانی دوم مطرح شد. (بدیعی، ۱۳۶۹: ۴۵-۴۰).

شومیکر به بیانی ساده، گزینش‌گری را این گونه تعریف کرده است:

گزینش‌گری فرایندی است که طی آن میلیاردها پیام در سراسر جهان خلاصه و به صدها پیام تغییر شکل یافته تبدیل می‌شوند و به اشخاص مفروض در یک زمان مفروض می‌رسند.

به نظر شرام، در یک سیستم اجتماعی، هر فردی به عنوان یک دروازه‌بان بالقوه برای دیگران عمل می‌کند فعالیت دروازه‌بانی از نقطه‌ای شروع می‌شود که در آن یک ارتباط‌گر درباره یک پیام واقعی یا بالفعل، چیزی را می‌فهمد و در نقطه‌ای پایان می‌یابد و این پیام‌های تا حدودی تغییر یافته به گیرنده منتقل شده است. یک دروازه، نقطه تصمیم ورود یا خروج است (بروجردی علوی، ۱۳۸۰: ۶۱). ویلبر شرام درباره اهمیت کار دروازه‌بان می‌گوید: «در کشورهای در حال توسعه، فرایند انتقال اطلاعات از حاکمان به مردم و بالعکس و همچنین بین مردم، آشکارا به دروازه‌بان بستگی دارد.» (عباسی، ۱۳۸۲: ۸)

برنامه‌ریز ارتباطی به عنوان دروازه‌بان، با تعیین اینکه چه اطلاعاتی را باید کنار گذارد و به چه اطلاعاتی اجازه عبور داد، می‌تواند تا اندازه‌ای در فراگرد ارتباطی اعمال قدرت کند. با این حال، دروازه‌بانی غالباً امری عادی است که با مجموعه‌ای از سؤال‌های مرسوم، نظیر سؤال‌های زیر هدایت می‌شود: مخاطبان به کدام یک از این مواد اطلاعاتی نیاز دارند؟ مخاطبان چه چیزی را می‌خواهند بدانند؟ چه چیزی را از قبل می‌دانند؟ چه چیزی را خواهند فهمید؟ از پذیرفتن چه چیزی امتناع خواهند کرد؟ با اینکه این سؤال‌ها عادی هستند ولی دارای اهمیت‌اند. دلالی است که نشان می‌دهد همه انواع برنامه‌ریزی‌ها، مجموعه‌ای از معیارهای گزینش دارند که خاص خودشان است. (ویندال و دیگران، ۱۳۷۶: ۲۲۰)

شاید این گونه به نظر برسد که با گسترش اینترنت، دیگر جایی برای فرایند دروازه‌بانی باقی نمانده باشد. اینترنت بهترین نمونه برای اشاره به رسانه‌های پسامدرن است. دیگر لازم نیست کاربران اینترنت برای دسترسی به اطلاعات مورد نیاز خود، منتظر پردازش و بسته‌بندی شدن آنها بمانند. با وجود اینکه مطالعات و پژوهش‌های اندکی، به وجود فرایند دروازه‌بانی در محیط آنلاین اشاره کرده‌اند، شواهد موجود حاکی از آن است که نه تنها فرایند دروازه‌بانی ناپدید نشده است، بلکه خود را با شرایط جدید نیز وفق داده است. درواقع دست‌اندرکاران حوزه ارتباطات، باید در تعریف خود از مفهوم دروازه‌بانی تغییراتی دهند و آن را با شرایط جدید سازگار سازند.

فرایند دروازه‌بانی در این بخش، عواملی را که باعث می‌شود یک خبر مورد توجه ارتباط‌گر قرار بگیرد، مشخص می‌کند. این عوامل شامل این موارد است: ۱. راه‌های ورود خبر به مجرا ۲. نیروهای دو طرف دروازه ۳. مشخصات موضوعات خبری ۴. ارزش‌ها و نگرش‌های شخصی فرد گزینشگر. (بروجردی علوی، ۱۳۸۰: ۹-۶۷).

شبکه اول سیما و شبکه پرس‌تی‌وی با توجه به رویکرد خود در مواجهه با مسائل بین‌المللی و ارتباط با نوع خاص مخاطبان‌شان دست به گزینش و انتشار اخبار می‌زنند، یا مطالب خبری را با توجه به نوع نگاه و خط‌مشی خبری خود مدیریت و انتشار می‌دهند. با توجه به این نظریه نوع جهت‌گیری رسانه‌ها در مورد خبرهای یکسان می‌تواند متفاوت باشد که این شاخص در تحلیل محتوای اخبار دو شبکه مورد استفاده قرار گرفته است. با توجه به این نظریه، در این تحقیق تلاش می‌شود بررسی شود که دبیران خبر این دو رسانه با در نظر گرفتن رسالت دروازه‌بانی خود چقدر تلاش می‌کنند تا از پخش تصاویر ناراحت‌کننده و آزاردهنده در خبرها پرهیز کنند و در عین حال به اصل اطلاع‌رسانی پایبند باشند و پیام‌های ارتباطی را آن‌گونه که سیاست‌های جمهوری اسلامی ایران و امنیت ملی اجازه می‌دهد در اختیار مخاطبان قرار دهند.

مرور پیشینه

با توجه به اینکه داعش پدیده نسبتاً جدید در دنیای معاصر است هنوز پژوهش‌های زیادی در باب این گروه تروریستی به‌خصوص پوشش اخبار آن انجام نشده است. تنها پایان‌نامه ثبت شده در کتابخانه ملی با موضوعیت "داعش" تحت عنوان "نقش بنیادگرای اسلامی در خشونت تروریسم نوین و تأثیر آن بر امنیت ملی جمهوری اسلامی ایران" (با تأکید بر داعش) بوده است که در حوزه جغرافیای سیاسی در مقطع کارشناسی ارشد مورد پژوهش قرار گرفته است. (احمد ابوالحسنی، راهنما: محمد اخباری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز)

سایر موضوع‌های مشابه شامل بررسی پوشش خبری حوادث مختلف جهان اسلام شامل سوریه، یمن، بحرین، غزه و گروه‌های مختلف تروریستی از جمله القاعده است که در شبکه‌های مختلف داخلی و خارجی مثل BBC، العالم، الجزیره، پرس‌تی‌وی، صدای آمریکا، CNN و شبکه‌های مختلف درون‌مرزی صداوسیما جمهوری اسلامی ایران مورد پژوهش قرار گرفته‌اند.

جست‌وجوی "پوشش خبری داعش" در "ایراندک" نیز نتیجه‌ای در بر نداشت و جست‌وجوی عبارت "داعش" با یافتن ۱۵ پایان‌نامه در حوزه علوم سیاسی و روابط بین‌الملل همراه بود.

همچنین جست‌وجوی عبارت "پوشش خبری داعش" در میان مقالات خارجی به‌خصوص در گوگل اسکالر و سایت آکادمیا نیز مطابقتی با موضوع این پایان‌نامه نداشت و تنها دو مقاله درمورد چگونگی استفاده گروه تروریستی داعش از رسانه‌های اجتماعی یافت شد.

مقاله اول، «واکنش‌هایی به داعش در فضای توئیتر عربی» (Responses to ISIL in the Arabic Twittersphere) با بررسی استراتژی پوشش رسانه‌ای داعش در رسانه‌های اجتماعی محبوب، نشان می‌دهد که دسترسی این گروه به رسانه‌های اجتماعی بسیار پیشرفته، گسترده و خشونت‌بار است. «داعش با استفاده از قدرت نفوذ در زیرساخت‌های رسانه‌های اجتماعی اقدام به ایجاد آسان محتوای رسانه‌ای و انتشار گسترده آن می‌کند. هرچند دستاوردهای کوتاه‌مدت استفاده از رسانه‌های اجتماعی لزوماً به این معنا نیست که رسانه‌های اجتماعی همدلی طولانی‌مدتی را در منطقه برای این جریان تروریستی فراهم می‌کنند.» (Kluver and Chinn, 2015)

مقاله دوم، «داعش و قالب رسانه‌های اجتماعی» (Daesh and Social Media Platforms) می‌گوید: «داعش به شدت بر قالب رسانه‌های اجتماعی تکیه کرده است و متأسفانه تا حد زیادی هم موفق بوده است. این مقاله از پنج زاویه، استفاده این گروه تروریستی از رسانه‌های اجتماعی را مورد بررسی قرار داده است. هدف و انگیزه آنها از استفاده از رسانه‌های اجتماعی، تحولات و پیشرفت‌های این گروه در اثر استفاده از این رسانه‌ها، پیامی که تلاش می‌کنند به مخاطبان‌شان برسانند، مخاطبان هدف داعش، و پیشنهادهایی برای مبارزه با تروریسم در قالب رسانه‌های اجتماعی.» (Jacobs, 2015)

همان‌طور که ملاحظه شد در هردوی این مقاله‌ها، نحوه استفاده داعش از رسانه‌ها مدنظر قرار گرفته است در صورتی‌که موضوع این تحقیق نحوه پوشش اخبار داعش در دو بخش خبری است. به نظر می‌رسد تا به حال تحقیق مشابهی صورت نگرفته و یا تاکنون منتشر نشده است.

نگاهی به چگونگی پوشش خبری داعش در رسانه‌های داخلی و خارجی

فعالیت نظامی داعش نخست در سوریه آغاز شد. داعش که از گروه‌های تندرو جدا شده بود موفق شد بخش‌هایی از شمال سوریه را تصرف و تقریباً سراسر استان رقه را تصاحب کند، سپس همزمان با اقدام نظامی در سوریه به عراق حمله کرد و موفق شد رمادی و فلوجه- مرکز استان انبار- را در عراق بگیرد. (احمدی، یارمحمدی، ۱۳۹۴: ۱۱۸-۹۹)

همچنین در سال ۱۳۹۳ (۲۰۱۴ میلادی) داعش با گسترش اقدام نظامی خویش توانست موصل دومین شهر عراق را تصرف کند و بخش زیادی از خاک عراق از جمله تکریت را نیز به دست آورد. سپس در سوریه نیز پیشروی کرد و منطقه‌هایی که دست دیگر مخالفان نظام سوریه در استان‌های دیرالزور و حسکه بود را به دست آورد. تا تیرماه (ژوئیه) حدود یک سوم خاک سوریه در تصرف داعش بوده است و بخش‌های زیادی از عراق را نیز در دست دارد. بیشتر بخش‌های نفت‌خیز سوریه و بسیاری از نفت‌خیز عراق را داعش در اختیار دارد. البته فعالیت‌های داعش تنها به سوریه و عراق محدود نمی‌شود و فعالیت‌هایی از او در اردن گزارش شده است، همچنین به دولت لبنان اعلان جنگ کرده است (محمدزاده، ۱۳۹۱). داعش که پس از گرفتن موصل بیانیه تشکیل خلافت اسلامی با خلافت ابوبکر بغدادی را صادر کرد و فعالیت‌های حکومتی خود را که از پیش بیشتر در سوریه آغاز شده بود گسترش داد (از جمله

این اقدام‌ها چاپ اسکناس با واحد دینار داعش و گذرنامه، درست‌کردن پلیس، صدور نفت، راه‌اندازی شبکه تلویزیون و برگزاری گشت‌های گردشگری است؛ نام خود را از "دولت اسلامی عراق و شام" به "دولت اسلامی" تغییر داد. دولت اسلامی در مدت کوتاهی به‌دلیل قانون‌های سخت‌گیرانه و مجازات‌های سنگین شهرت جهانی پیدا کرد (ربانی، ۱۳۷۹). داعش امروزه منطقه وسیعی از سوریه و عراق را در اختیار دارد و هدف آن در قدم اول تصرف تمام عراق و منطقه شامات است. اما شبه جزیره عربی و شمال آفریقا و اندلس تا خراسان بزرگ نیز در نقشه ترسیمی آنها وجود دارد. داعش نخستین بار در خلال جنگ داخلی سوریه اعلام موجودیت کرد. آنان با دیگر معارضان مسلح و حتی دیگر گروه‌های تروریستی مانند نصرت درگیر شدند. سپس به عراق نیز وارد شد و فعالیت خود را به آنجا نیز گسترش داد. داعش در سوریه متحمل شکست‌هایی در مقابل جبهه النصره شده است اما در ژوئن ۲۰۱۴ موصل، دومین شهر بزرگ عراق را به تصرف خود درآورده است. داعش با هدف تشکیل دولت اسلامی عراق و شام علاوه بر موصل، مناطق تکریت، دهلاویه و یثرب را نیز به تصرف خود در آورده‌اند. داعش صراحتاً می‌گوید که هدفش تشکیل یک دولت اسلامی است. سازمان مرکزی اطلاعات آمریکا، شمار شبه‌نظامیان تحت امر گروه دولت اسلامی در عراق و سوریه را بین ۲۰ هزار تا ۳۱ هزار و پانصد تن برآورد کرده است.

در همین راستا و با توجه به بحران داعش برخی از سایت‌های خبری از جمله ایرنا، بی‌بی‌سی فارسی و صدای آمریکا استراتژی‌های خبری مختلفی را در رابطه با بحران داعش برگزیدند، درواقع با توجه به اینکه مدت زیادی نیست که گروهک تروریستی داعش وارد عراق شده و عملیات تخریبی خود را در این منطقه شروع کرده است، از همین زمان هم بی‌بی‌سی فارسی شروع به پوشش اخبار فعالیت‌های داعش در این کشور کرده است.

با نگاهی خلاصه به تعداد کمی از تیتراهایی که در طول این مدت بی‌بی‌سی فارسی برای اخبار داعش طراحی کرده است نکات مهمی از نحوه کار این سایت خبری در رابطه با بحران داعش حاصل می‌شود.

نکته قابل توجه استفاده از کلمه رهبر به جای سرکرده است، همچنین به تیتراهای زیر

برمی‌خوریم:

- رهبر داعش برای اولین بار در انظار عمومی ظاهر شد
- ابوبکر البغدادی رهبر دولت اسلامی عراق و شام کیست
- رهبر داعش فرمان عفو زندانیان را صادر کرد
- صدها نفر از پیکارجویان داعش بریتانیایی‌اند
- پالایشگاه بیجی به تصرف پیکارجویان در آمد
- تخریب مکان‌های مقدس شیعیان در عراق به دست داعش
- داعش غیر سنی‌ها و مخالفانش را می‌کشد

• داعش و تجزیه‌طلبی منطقه‌ای محصول تعارض اسلام و دموکراسی است. (احمدی، یارمحمدی، ۱۳۹۴: ۱۱۸-۹۹)

همچنین سایت خبری صدای آمریکا هم در این راستا و در رابطه با بحران داعش جهت‌گیری شبیه به بی‌بی‌سی فارسی برگزیده است. برای مثال استفاده از عبارت رزمندگان اسلام به‌جای تروریست‌ها و گره‌زدن کلمه ابداعی پیکارجویان با اسلام، قابل تعمق و تفکر است، در ادامه تعدادی از تیتراهای سایت خبری صدای آمریکا را در رابطه با بحران داعش ذکر می‌کنیم:

- رزمندگان اسلامی میدان نفتی سوریه را تصرف کردند
- پیکارجویان شیعه عراق از سوریه خارج می‌شوند
- خلافت اسلامی، زمینه‌ساز اختلاف بین گروه‌های جهاد سنی (همان)

در همین راستا و در رابطه با بحران داعش، سایت خبری ایرنا جهت‌گیری متفاوتی را نسبت به دو سایت خبری دیگر اتخاذ کرده است، در واقع نحوه پوشش اخبار سایت ایرنا متفاوت با سایت‌های بی‌بی‌سی فارسی و صدای آمریکا بوده است، برای بیشتر روشن شدن این مطلب به برخی از تیتراهایی که سایت ایرنا در رابطه با بحران داعش به‌کار برده است، اشاره می‌کنیم:

- اخبار ضد و نقیض در مورد کشتن شدن یک سرکرده داعش
- نگرش دینی یک راه برای درک داعش
- تهدید بیوتروریستی داعش برای امنیت منطقه
- آیا داعش پدیده‌ای درون جهان عرب است یا ساخته غرب
- افزایش آگاهی بهترین راه مبارزه با گروه‌های افراطی مذهبی است
- چرا بنیادگرایان آثار باستانی را نابود می‌کنند. یا تیترا با عنوان تاریخ‌کشی افراط‌گرایان (در مقالات مربوط به این تیتراها، ایرنا به اقدامات تخریبی در مورد آثار تاریخی توسط داعش و سایر گروه‌های تروریستی اشاره کرده است). (همان)

روش تحقیق

برای انجام این پژوهش از روش تحلیل محتوای کمی و کیفی استفاده شده است و با توجه به مراحل اصلی انجام تحلیل محتوا، تمامی اطلاعات کدگذاری و محاسبه شده است. جامعه آماری مورد بررسی این تحقیق کل اخبار مربوط به داعش در بخش خبری ۲۱ شبکه اول سیما و بخش ۱۹:۳۰ شبکه پرس تی‌وی در بازه زمانی اول فروردین ۱۳۹۴ تا پایان مردادماه ۱۳۹۴ است. این بررسی به صورت کل‌شماری بوده و نمونه‌گیری انجام نشده است. روش گردآوری اطلاعات در این پژوهش از طریق روش کتابخانه‌ای و بررسی تصاویر دو بخش خبری ۲۱ شبکه اول و تاپ‌فایو شبکه پرس تی‌وی با استفاده از آرشیو صداوسیما جمهوری اسلامی ایران و تهیه و تنظیم پرسشنامه معکوس و کدگذاری اخبار مربوطه صورت گرفت.

متغیرهای مورد نظر با استفاده از داده‌های خام موجود در پرسشنامه معکوس به‌دست آمد. کلیه اطلاعات با استفاده از رایانه و از طریق نرم‌افزار آماری SPSS و EXCEL در دو بخش آمار توصیفی و استنباطی مورد تحلیل قرار گرفت. برای اثبات پایایی پرسشنامه از آزمون اسکات استفاده شد و با درجه بالایی مورد تایید قرار گرفت. سؤال‌های تحقیق از طریق جداول دو بعدی مورد بررسی قرار گرفته است و نمودارهای آن رسم و تحلیل شده و فرضیه پژوهش از طریق آزمون خی دو بررسی شده است.

پایایی ابزار که از آن به اعتبار، دقت و اعتمادپذیری نیز یاد می‌شود؛ عبارت است از اینکه اگر یک وسیله اندازه‌گیری که برای سنجش متغیر و صفتی ساخته شده در شرایط مشابه در زمان یا مکان دیگر مورد استفاده قرار گیرد، نتایج مشابهی از آن حاصل شود؛ به عبارت دیگر، ابزار پایا یا معتبر ابزاری است که از خاصیت تکرارپذیری و سنجش یکسان برخوردار باشد. (حافظ نیا، ۱۳۸۸: ۱۵۸)

π = ضریب قابلیت اعتماد

Po = درصد توافق مشاهده شده

Pe = درصد توافق مورد انتظار

$$\pi = po-pe / 1-pe$$

برای اثبات پایایی پرسشنامه، ۱۰ درصد از داده‌ها برابر با ۲۷ خبر، به صورت نمونه‌گیری تصادفی ساده توسط نرم افزار spss انتخاب و با کدگذاری اولیه سنجیده شد. در هر خبر ۱۶ مقوله (غیر از نام فایل و تاریخ) و در کل ۴۳۲ کدگذاری مورد بررسی قرار گرفت. در ۱۳ مورد از کدگذاری‌ها اختلاف مشاهده شد و درصد توافق مشاهده شده میان دو کدگذاری (Po) برای هر متغیر محاسبه شد.

بنابراین کدگذاری نمونه‌ها با کدگذاری اولیه ۹۶/۹۹ درصد تطابق دارد.

درصد توافق مورد انتظار (Pe) برای هر متغیر محاسبه و سپس نتیجه به دست آمده برای هر متغیر، در فرمول ویلیام اسکات قرار داده و ضریب قابلیت اعتماد متغیرها محاسبه شد.

$$\pi = po-pe / 1-pe$$

$$\pi = ۰/۹۴۸۴$$

باتوجه به اینکه اگر ضریب قابلیت اعتماد از ۷۰ درصد یا ۰/۷ درصد بیشتر باشد، می‌توان کدگذاری را قابل اعتماد دانست. در مجموع یافته‌ها حاکی از آن است که کدگذاری متغیرهای مورد بررسی ضرایب بالایی داشتند.

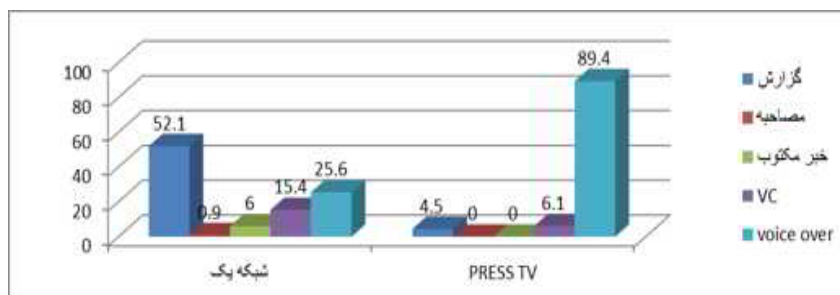
تحلیل داده‌ها

۱. نحوه. اخبار داعش در این دو بخش خبری در ۵ شکل مورد پوشش قرار گرفته است. ۵۲/۱ درصد اخبار بخش ۲۱ از طریق گزارش مورد پوشش قرار گرفته است. بعد از گزارش، نحوه پوششی که بیشترین رواج را در این بخش داشته است voice over با ۲۵/۶ درصد بوده

است. در مقابل، ۸۹/۴ درصد اخبار بخش تاپ‌فایو به دلیل سبک خاص این بخش خبری به صورت voice over بوده است و خبر مکتوب و مصاحبه نداشته است.

جدول ۱ نحوه ارائه اخبار داعش در دو شبکه

شبکه				نحوه
شبکه یک		PREESS TV		
درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۵۲/۱	۶۱	۴/۵	۳	گزارش
۰/۹	۱	۰	۰	مصاحبه
۶	۷	۰	۰	خبر مکتوب
۱۵/۴	۱۸	۶/۱	۴	VC
۲۵/۶	۳۰	۸۹/۴	۵۹	Voiceover
۱۰۰	۱۱۷	۱۰۰	۶۶	جمع



نمودار ۱ نحوه ارائه اخبار داعش در دو شبکه

۲. میزان. کل زمان بخش خبری ۲۱ شبکه اول سیما در پنج‌ماه اول سال ۱۳۹۴، ۳۹۴۵۲۰ ثانیه معادل حدود ۱۰۹ ساعت بوده است. و زمان مجموع ۱۱۷ خبری که مرتبط با موضوع داعش از این بخش خبری پخش شده است ۱۵۹۳۶ ثانیه معادل ۴ ساعت و ۴۲ دقیقه است. در مقابل، کل زمان بخش خبری تاپ‌فایو شبکه پرس‌تی‌وی در این پنج‌ماه، ۱۵۲۷۷۲ ثانیه معادل حدود ۴۲ ساعت بوده است. و زمان مجموع ۶۶ خبری که مرتبط با موضوع داعش از این بخش خبری پخش شده است ۱۷۶۴۹ ثانیه معادل ۵ ساعت و ۳۰ دقیقه است. در هر دو بخش خبری، بیشترین حجم پوشش اخبار داعش مربوط به خردادماه است. در کمترین میزان اخبار داعش در تیرماه و اردیبهشت ماه بوده است.

به دلیل تفاوت شکلی و ساختاری این دو بخش خبری و تفاوت قابل ملاحظه زمان این دو بخش، برای مقایسه بهتر از درصدگیری استفاده کرده‌ایم. ۲۰/۵ درصد از کل اخبار پخش شده از

بخش خبری ۲۱ شبکه اول به موضوع داعش اختصاص داشته است. این درحالی است که ۱۱/۵۵ درصد از اخبار بخش تاپ فایو شبکه پرس تی وی در مورد داعش بوده است. این نشان می دهد با اینکه تعداد اخبار مربوط به داعش در شبکه پرس تی وی کمتر بوده است اما زمان اختصاص داده شده به آنها بیشتر بوده و نسبت به کل اخبار پوشش داده شده نیز درصد بالاتری را شامل شده است.

جدول ۲ درصد اختصاص به خبر داعش در بخش ۲۱

ماه	زمان خبر داعش (ثانیه)	زمان کل بخش (ثانیه)	درصد
فروردین	۳۵۱۸	۸۲۲۱۸	۴/۲۷
اردیبهشت	۳۵۰۵	۷۳۸۷۴	۴/۷۴
خرداد	۴۴۲۹	۱۰۲۱۵۶	۴/۳۳
تیر	۲۱۶۵	۷۶۶۸۸	۲/۸۲
مرداد	۲۳۱۹	۵۹۵۸۴	۳/۸۹
جمع	۱۵۹۳۶	۳۹۴۵۲۰	۲۰/۰۵



نمودار ۲ درصد اختصاص به خبر داعش در بخش ۲۱

جدول ۳ درصد اختصاص به خبر داعش در بخش تاپ فایو

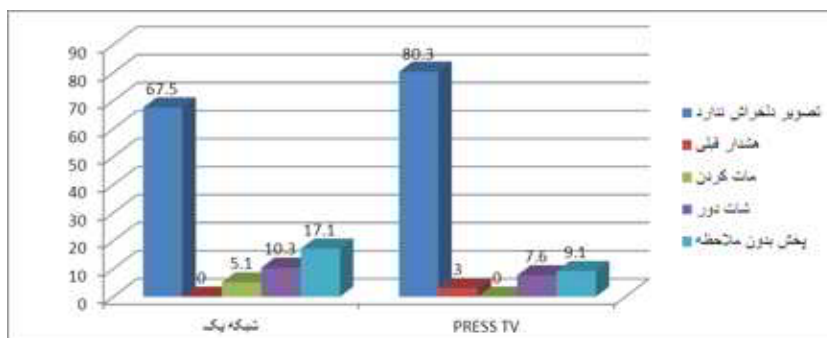
ماه	زمان خبر داعش (ثانیه)	زمان کل بخش (ثانیه)	درصد
فروردین	۳۱۰۳	۲۴۷۳۶	۱۲/۵۴
اردیبهشت	۲۱۶۵	۲۱۸۳۲	۹/۹۱
خرداد	۴۸۵۲	۴۱۵۹۴	۱۱/۶۶
تیر	۲۸۹۸	۲۷۰۸۸	۱۰/۶۹
مرداد	۴۶۳۱	۳۷۵۲۲	۱۲/۳۴
جمع	۱۷۶۴۹	۱۵۲۷۷۲	۵۷/۱۴



نمودار ۳ درصد اختصاص به خبر داعش در بخش تاپ فایو

جدول ۴ نحوه مدیریت تصاویر دلخراش در دو شبکه

شبکه				
شبکه یک		PRESS TV		مدیریت تصویر دلخراش
درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۶۷/۵	۷۹	۸۰/۳	۵۳	تصویر دلخراش ندارد
۰	۰	۳	۲	هشدار قبلی
۵/۱	۶	۰	۰	مات کردن
۱۰/۳	۱۲	۷/۶	۵	شات دور
۱۷/۱	۲۰	۹/۱	۶	پخش بدون ملاحظه
۱۰۰	۱۱۷	۱۰۰	۶۶	جمع



نمودار ۴ نحوه مدیریت تصاویر دلخراش در دو شبکه

این دو بخش خبری تا چه حد ملاحظات مدیریت پوشش تصاویر خشن و دلخراش را درمورد پوشش اخبار داعش رعایت کرده‌اند؟

بخش عمده‌ای از اخبار مربوط به داعش در هر دو این بخش‌های خبری فاقد تصاویر خشن و دلخراش است. (بخش تاپ‌فایو ۸۰/۳ درصد و بخش ۲۱ شبکه یک ۶۷/۵ درصد) بعد از آن، با اختلاف چشم‌گیری بیشترین تصاویر اخبار داعش در هردو شبکه، بدون ملاحظه و مدیریت صحیح پخش شده‌اند (بخش تاپ‌فایو ۹/۱ درصد و بخش ۲۱ شبکه یک ۱۷/۱ درصد). شبکه پرس‌تی‌وی درصد بسیار ناچیزی از تصاویر خود را با هشدار قبلی پخش کرده و یا از شات دور استفاده کرده است اما هیچ‌کدام از تصاویر خشن و دلخراش خود را مات نکرده است. در مقابل شبکه یک سیما از هشدار قبلی استفاده نکرده است و تنها ۵ درصد تصاویر دلخراش را مات کرده است. این بخش خبری ۱۰/۳ درصد تصاویر دلخراش و خشن را هم با شات دور مدیریت کرده است.

فرضیه تحقیق

به نظر می‌رسد بخش خبری تاپ‌فایو شبکه پرس‌تی‌وی نسبت به بخش خبری ۲۱ شبکه یک سیما، ملاحظات انتشار تصاویر خشن و دلخراش را بیشتر رعایت می‌کند. برای بررسی این فرضیه به دو شکل محاسبه انجام شد. در شکل اول، اخباری که دارای تصاویر دلخراش نبوده‌اند را از محاسبات خود حذف کردیم و سایر اخبار را به دو صورت «مدیریت شده» و «مدیریت نشده» در نظر گرفتیم.

جدول ۵ محاسبه‌ی دو فرضیه اول به روش شماره یک

مدیریت شده	مدیریت نشده	جمع	
۱۸	۲۰	۳۸	شبکه یک
۷	۶	۱۳	شبکه پرس‌تی‌وی
۲۵	۲۶	۵۱	جمع

میزان آماره‌ی دو برابر ۰/۱۶۲۶ و درجه آزادی آن برابر ۱ با ضریب خطای ۰/۰۵ است و باتوجه به جدول‌ی دو، نتیجه از ۳/۸۴۱ کمتر است لذا فرضیه تأیید نمی‌شود؛ میزان p-value برابر ۰/۶۸۶۷۳۷ است ($P > 0.05$) بنابراین در شکل اول این فرضیه رابطه‌ای میان مدیریت تصاویر خشن و دلخراش بین این دو بخش خبری وجود ندارد. در شکل دوم، اخباری که فاقد تصاویر خشن و دلخراش بودند را «مدیریت شده» به حساب آوردیم و فرض را بر این گذاشتیم که تصاویر دلخراش در این اخبار، حذف شده و به نوعی مدیریت انجام شده است.

جدول ۶ محاسبه‌ی دو فرضیه دوم به روش شماره دو

مدیریت شده	مدیریت نشده	جمع	
۹۷	۲۰	۱۱۷	شبکه یک
۶۰	۶	۶۶	شبکه پرس‌تی‌وی
۱۵۷	۲۶	۱۸۳	جمع

میزان آماره خی دو برابر $2/2173$ و درجه آزادی آن برابر ۱ با ضریب خطای 0.05 است و باتوجه به جدول خی دو، نتیجه از $3/841$ کمتر است لذا فرضیه در شکل دوم نیز تأیید نمی‌شود؛ میزان p -value برابر 0.136471 است ($P>0.05$) بنابراین در شکل دوم این فرضیه هم رابطه‌ای میان مدیریت تصاویر خشن و دلخراش بین این دو بخش خبری وجود ندارد.

بحث و نتیجه‌گیری

چندسال اخیر گروهک‌های تروریستی مرحله تازه‌ای از فعالیت‌های خود را آغاز کرده‌اند و اقدام‌های تروریستی خود را به قاب رسانه‌ها کشانده‌اند. دیگر تنها بیانیه‌ها و مواضع این گروهک‌ها نیست که رسانه‌ای می‌شود، بلکه با راهبرد جدیدی دست به انتشار اخبار، تصاویر و کلیپ‌های صوتی و تصویری خود می‌زنند و با هدف عملیات روانی افکار عمومی را برای رسیدن به اهداف تروریستی‌شان سازمان‌دهی می‌کنند. برخی رسانه‌ها با توجه به ارزش‌های خبری بالای این نوع اخبار به سرعت سعی در پوشش کامل آنها دارند و باعث می‌شود که صحت و دقت تا حد زیادی فدای سرعت انتشار و عدم مدیریت صحیح شود. برخی رسانه‌های دیگر اقدام به سانسور اخبار این گروهک‌ها به قصد کاهش ضریب انتشار اخبار و نشر اکاذیب می‌کنند. این رویکردها در درازمدت باعث کاهش سرمایه اجتماعی و عدم اعتماد مخاطب خواهد شد.

مدیران رسانه‌ها در مواجهه با این اخبار باید تدابیر لازم را مبتنی با سیاست‌های رسانه‌ای متعهد و مسئولیت‌های اجتماعی‌شان اتخاذ کنند. جلوگیری از برجسته‌سازی بیش از اندازه اخبار فعالیت گروهک‌های تروریستی برای خودداری از دامن‌زدن ترس و وحشت میان مردم و مهم جلوه دادن جایگاه و اثرگذاری آنها نکته مهمی در پوشش این نوع اخبار است. در این تحقیق به بررسی مقایسه‌ای پوشش خبری بخش خبری ۲۱ شبکه اول سیما و خبر تاپ‌فایو (Top5) شبکه جهانی پرس تی‌وی در طی ۵ ماه اول سال ۱۳۹۴ پرداختیم. برای این منظور، کلیه فیلم‌های ضبط شده این بازه زمانی بررسی و کدگذاری شد و با استفاده از رایانه و از طریق نرم‌افزار آماری SPSS و EXCEL در آمار توصیفی و استنباطی مورد تحلیل قرار گرفت. کل زمان بخش خبری ۲۱ شبکه اول سیما در پنج‌ماه اول سال ۱۳۹۴، ۳۹۴۵۲۰ ثانیه معادل حدود ۱۰۹ ساعت بوده و کل زمان بخش خبری تاپ‌فایو شبکه پرس تی‌وی در این پنج‌ماه، ۱۵۲۷۷۲ ثانیه معادل حدود ۴۲ ساعت بوده است. زمان مجموع ۱۱۷ خبری که مرتبط با موضوع داعش از بخش خبری ۲۱ پخش شده است ۱۵۹۳۶ ثانیه است و درمقابل زمان مجموع ۶۶ خبری که مرتبط با موضوع داعش از بخش خبری تاپ‌فایو پخش شده است ۱۷۶۴۹ ثانیه است. در هر دو بخش خبری، بیشترین حجم پوشش اخبار داعش مربوط به خردادماه است. در کمترین میزان اخبار داعش در تیرماه و اردیبهشت‌ماه بوده است. در نتیجه با اینکه طول بخش

خبری ۲۱ بیش از دوبرابر بخش خبری تاپ‌فایو است اما میزان پرداختن به اخبار داعش در دو شبکه تقریباً برابر بوده است.

این نشان می‌دهد در شبکه برون‌مرزی صداوسیما، نسبت به شبکه داخلی مدت زمان بیشتری به اخبار داعش اختصاص داده شده است و این به دلیل رعایت بیشتر حال مخاطبان داخلی و پوشش اخبار متنوع‌تر کشورمان در بخش ۲۱ است. به علاوه، اخبار مربوط به داعش در بخش تاپ‌فایو، به صورت تحلیلی و مفصل مورد پوشش قرار می‌گیرد که این امر به دلیل نوع خاص و ساختار تحلیلی این بخش خبری است.

در بخش خبری تاپ‌فایو به دلیل ساختار این بخش، بیشترین شکل ارائه خبرها به صورت voice over توسط گوینده قرائت می‌شود. و در بخش ۲۱ بیش از نیمی از اخبار داعش به صورت گزارش پخش شده که توسط خبرنگاران صداوسیما در محل تهیه شده است.

بخش عمده‌ای از اخبار مربوط به داعش در هر دو این بخش‌های خبری فاقد تصاویر خشن و دلخراش است. این می‌تواند نشان‌دهنده مدیریت تصاویر خشن و درواقع حذف آنها با استفاده از گزینش‌گری صحیح باشد. بعد از آن، با اختلاف چشم‌گیری بیشترین تصاویر اخبار داعش در هر دو شبکه، بدون ملاحظه و مدیریت صحیح پخش شده‌اند. پخش تصاویر خشن و دلخراش در شبکه یک سیما تقریباً دوبرابر شبکه پرس‌تی‌وی بوده است. تلاش رسانه برای نشان‌دادن خوی وحشی‌گری و قساوت گروه‌های تروریستی و منافات رفتار آنها با اسلام راستین قابل درک است اما تکرار بیش از حد یک پیام خبری با انتشار گسترده و هیجانی پیام، باعث عادی‌سازی و حساسیت‌زدایی در مخاطبان می‌شود. این امر در مورد مخاطبان داخلی اهمیت بیشتری دارد و بهتر است با استفاده از تکنیک‌هایی مثل مات کردن تصاویر و هشدار قبلی، این نوع اخبار را بهتر مدیریت کرد.

همان‌طور که جان بیتنر سه وظیفه دروازه‌بان خبری را به صورت: ۱. محدود کردن اطلاعات دریافتی از طریق جرح و تعدیل آن ۲. توسعه حجم اطلاعات دریافتی با افزودن وقایع و ایده‌ها ۳. تفسیر دوباره و تنظیم مجدد اطلاعات، مشخص می‌کند؛ (عباسی، ۱۳۸۲: ۸) بنابراین می‌توان گفت مات کردن تصاویر دلخراش می‌تواند جرح و تعدیل پیام باشد، اضافه کردن هشدار قبلی به تصاویر می‌تواند نقش افزودن ایده‌ها را ایفا کند و حذف تصاویر خشن و دلخراش از دل اخبار نیز نوعی تنظیم مجدد اطلاعات به حساب می‌آید. شبکه پرس‌تی‌وی درصد بسیار ناچیزی از تصاویر خود را با هشدار قبلی پخش کرده و یا از شات دور استفاده کرده است اما هیچ‌کدام از تصاویر خشن و دلخراش خود را مات نکرده است. در مقابل شبکه یک سیما از هشدار قبلی استفاده نکرده است و تنها ۵ درصد تصاویر دلخراش را مات کرده است.

فرضیه این تحقیق درصدد اثبات این موضوع است که بخش خبری تاپ‌فایو شبکه پرس‌تی‌وی نسبت به بخش خبری ۲۱ شبکه یک سیما، ملاحظات انتشار تصاویر خشن و دلخراش را بیشتر رعایت می‌کند. اهمیت دانستن اینکه این دو شبکه چطور ملاحظات پوشش

تصاویر دلخراش و خشونت بار را رعایت می‌کنند و وابسته است به اهمیت لزوم توجه به سلامت روانی جامعه زیرا وقتی جامعه‌ای در پوشش خبری مداوم رسانه‌ای، حساسیت خود را نسبت به خشونت از دست می‌دهد، احتمال بروز دو پیامد وجود دارد: اول، افزایش میزان خشونت لازم، برای ایجاد رعب و وحشت در بین اقشاری که بی‌تفاوت شده‌اند و دوم، افزایش خشونت و به‌ویژه تروریسم بعد از کاهش حساسیت مردم و یا پذیرش یا تحمل اجتماعی این قبیل اعمال و عاملان آنها. (سورت، ۱۳۸۰: ۲۸۴)

برای بررسی این فرضیه به دو شکل محاسبه انجام شد. در شکل اول، اخباری که دارای تصاویر دلخراش نبوده‌اند را از محاسبات خود حذف کردیم و سایر اخبار را به دو صورت "مدیریت شده" و "مدیریت نشده" در نظر گرفتیم که میزان آماره‌های دو برابر ۰/۱۶۲۶ و با توجه به جدول‌های دو، نتیجه از ۳/۸۴۱ کمتر است لذا فرضیه تأیید نمی‌شود؛ در شکل دوم، اخباری که فاقد تصاویر خشن و دلخراش بودند را "مدیریت شده" به حساب آوردیم و فرض را بر این گذاشتیم که تصاویر دلخراش در این اخبار، حذف شده و به‌نوعی مدیریت و دروازه‌بانی انجام شده است. میزان آماره‌های دو برابر ۲/۲۱۷۳ و با توجه به جدول‌های دو، نتیجه از ۳/۸۴۱ کمتر است لذا فرضیه در شکل دوم نیز تأیید نمی‌شود. بنابراین در هر دو شکل بررسی این فرضیه، رابطه‌ای میان مدیریت تصاویر خشن و دلخراش بین این دو بخش خبری وجود ندارد و یا ارتباط آنقدر ضعیف است که قابل اثبات نیست. پس نمی‌توان گفت یکی از این دو بخش خبری نسبت به دیگری، تصاویر خشن و دلخراش را بهتر مدیریت کرده است.

پیشنهاده‌ها

۱. جلوگیری از توزیع اخبار بسیار کوتاه داعش در سراسر یک بخش خبری که باعث حساسیت بیشتر مخاطب می‌شود و سعی در تجمیع اخبار کوتاه در یک خبر طولانی‌تر به‌خصوص در بخش خبری ۲۱.
- هرچند کارکرد آگاه‌سازی رسانه‌ها از طرفی با مقوله آموزش و از طرف دیگر مقوله خبررسانی جمعی، تداخل دارد، اما رسانه‌ها باید علاوه بر انتقال اخبار و اطلاعات، به تحلیل درست اخبار و تشریح آنان نیز بپردازند. پس بهتر است رسانه ملی به‌جای پخش مکرر و موردی اخبار داعش، اقدام به تهیه برنامه‌های خبری و یا تحلیلی مناسب در جهت آگاه‌سازی مخاطبان و انتقال بهتر مفاهیم و اهداف مورد نظر کند. پرداخت سطحی و مکرر به یک موضوع خبری به شکل موجود، باعث خستگی و چه‌بسا انزجار مخاطب می‌شود و نهایتاً به اعتبار خبر سیما نزد مخاطبان لطمه وارد می‌کند. در این مورد نیز ساختار خبر تاپ‌فایو که به شکل تفصیلی و تحلیلی به اخبار می‌پردازد، عملکرد بهتری داشت.
۲. توجه بیشتر مدیران رسانه‌ها به کنترل و مدیریت هرچه بیشتر اخبار دلخراش برای جلوگیری از حساسیت‌زدایی در مخاطبان نسبت به خشونت.

نشان دادن تصاویر دلخراش از خونریزی‌ها و ویرانی‌های اتفاقات خاورمیانه نه تنها باعث پایین آمدن حساسیت مخاطب داخلی نسبت به این وقایع می‌شود بلکه تأثیرگذاری بر مخاطب خارجی را نیز تا حد بسیار زیادی از بین می‌برد و مانع برانگیخته شدن احساسات مخاطبان و اثرگذاری بر افکار عمومی- که یکی از مهم‌ترین کارکردهای رسانه است - می‌شود.

۳. پرهیز از تکرار بیش از حد اخبار داعش به منظور جلوگیری از برجسته ساختن فعالیت‌های این گروه تروریستی.

یکی از کژکارکردهای کارکرد نظارتی و مراقبتی رسانه‌ها به گفته لازارسفلد و مرتون، کژکارکرد "تخدیری" نام دارد که ناشی از به وجود آمدن وحشت از تأکید بیش از حد بر خطرهای و تهدیدها در جامعه است. در این حالت، مخاطبان در اثر جذب بیش از حد اطلاعات، دچار بی‌اعتنایی و رخوت می‌شوند. ارائه بیش از حد اخبار در مورد موضوع خاص، احتمال دارد تأثیرپذیری مخاطبان را تا حد زیادی کاهش دهد.

۴. استفاده بیشتر و مؤثرتر از تکنیک‌های مدیریت پوشش اخبار خشن و دلخراش به خصوص تکنیک مات کردن و هشدار قبلی.

با در نظر گرفتن لزوم پخش برخی تصاویر دلخراش در اخبار با اهداف متعدد از جمله نشان دادن قساوت و خوی غیرانسانی و روش باطل تروریست‌ها و تلاش برای آگاه کردن مخاطبان، بهتر است بخش‌های خبری سیما به منظور رعایت حال بیماران و کودکان و احترام به سلامت روانی افراد، از تکنیک‌های پوشش اخبار خشن و دلخراش استفاده گسترده‌تری کنند.

منابع

احمدی، حاجی محمد و حمیدرضا یارمحمدی (۱۳۹۴)، مطالعه جهت‌گیری و نحوه پوشش اخبار بحران داعش در بدیعی، نعیم (۱۳۶۹)، "معیارهای گزینش خبر: کدام خبر، چرا؟" فصلنامه رسانه، شماره ۱، سال اول. بروجردی علوی، مهدخت (۱۳۸۰)، دروازه‌بانی خبر چیست و دروازه‌بانان کیستند؟ روزنامه‌نگاری حرفه‌ای، مجموعه مقالات، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، تهران.

حافظ‌نیا، محمدرضا (۱۳۸۲)، مقدمه‌ای بر روش تحقیق در علوم انسانی، تهران: سمت.

دالگرن، پیتر (۱۳۸۰)، تلویزیون و گستره عمومی. ترجمه مهدی شفق، تهران: نشر سروش.

ربانی، ج (۱۳۷۹)، نظرخواهی از دانشجویان درباره اخبار صداوسیما و مطبوعات، مرکز تحقیقات مطالعات سنجش برنامه‌ای. سایت‌های (ایرنا، بی‌بی‌سی فارسی و صدای آمریکا) (۱۳۹۴)، فصلنامه مطالعات جامعه‌شناسی، سال هفتم، شماره بیست و هفتم.

سیلان اردستانی، حسن (۱۳۸۲)، شیوه‌های تحلیل پوشش خبری - تحقیق، (پژوهش سیاسی، معاونت سیاسی سازمان صداوسیما)، شماره ۳۸۳.

سلطانی‌فر، محمد و شهناز هاشمی (۱۳۸۲)، پوشش خبری، تهران: انتشارات سیمای شرق.

سورت رای (۱۳۸۰)، "ساخت اجتماعی جرم و خشونت به مثابه یک علت"، ترجمه مهرداد فیروزبخت؛ فصلنامه پژوهش و سنجش، سال هشتم، شماره ۲۶ تابستان.

سورین، ورنر و جیمز تانکارد (۱۳۸۶)، نظریه‌های ارتباطات ترجمه علیرضا دهقان، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.

صالح السلطان، عبدالحسین (۱۳۹۰)، *رسانه، سلطه و تروریسم: مطالعه موردی شبکه الجزیره*، مجموعه مقاله‌های کنفرانس بین‌المللی ائتلاف جهان علیه تروریسم، ناشر مجمع جهانی صلح اسلامی، تهران.

عباسی، حجت الله (۱۳۸۲)، "دروازه‌بانی خبر در تلویزیون"، *ماهنامه افق* (ماهنامه تخصصی آموزش معاونت سیاسی)، شماره ۴۵، سال چهارم.

عباسی، محمود (۱۳۹۳)، "سنخ‌شناسی داعش"، *فصلنامه راهبردی جهان/سلام*، شماره ۵۸، سال پانزدهم.

محمدزاده، مهدی (۱۳۹۱)، "تروریسم و جهاد از منظر فقه اسلامی با رویکرد تفکیک گروه‌های جهادی و تروریستی"، *کنگره بین‌المللی فرهنگ و اندیشه دینی*.

نصراللهی، اکبر (۱۳۹۳)، "راهنمای پوشش خبری در رسانه‌ها"، *خبرگزاری فارس*، تهران: چاپ اول.

ویندال سون، سیگنایزر بنو و جین اولسون (۱۳۷۶)، *کاربرد نظریه‌های ارتباطات*، ترجمه علیرضا دهقان، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها. (نشر اثر اصلی بی‌تا).

Jacobs, Ryan (2015), *Daesh and Social Media Platforms*, University of North Carolina, Wilmington.
 Available from: <<https://www.academia.edu/14333143/Daesh-and-Social-Media-Platforms>>
 Kluver, Randy and Chinn, Jacquelyn (2015), *Responses to ISIL in the Arabic Twittersphere*, Texas M&A University.
 Available from: <<https://www.academia.edu/19514586/Responses-to-ISIL-in-the-Arabic-Twittersphere>>

