



سال دوازدهم / تابستان ۱۴۰۲

تحلیل تطبیقی پوشش خبری سخنرانی رؤسای جمهوری ایران و آمریکا در سازمان ملل (۱۳۹۷) در تارنمای شبکه خبر و

بی بی سی فارسی

• محسن داوری^۱، حمید ضیائی پرور^۲

تاریخ دریافت: ۹۹/۱۱/۹، تاریخ تایید: ۰۰/۳/۲

DOR: 20.1001.1.38552322.1402.12.47.5.6

چکیده

هدف این پژوهش مطالعه تطبیقی تارنمای بی بی سی فارسی و شبکه خبر درخصوص چگونگی انعکاس سخنرانی رؤسای جمهوری ایران و آمریکا در هفتادوسومین مجمع عمومی ملل متحد، با رویکرد تلفیقی تحلیل محتوا (کیفی و کمی) بود. نتایج نشان داد رسانه لندنی ضمن بازتاب انتقاد حسن روحانی از سیاست خارجی ایالات متحده، خروج آمریکا از برجام و احتمال مذاکره مجدد را برجسته کرد و به مخالفت کشورها با دیدگاه‌های دونالد ترامپ هم‌گریزی زد. اشاره به سیاست‌های منطقه‌ای ایران، تغییر شاخص‌های اقتصادی در پی سخنرانی ترامپ و بازگشت تحریم‌ها از دیگر محورهای خبری این رسانه بود. رسانه داخلی هم کوشید مهم‌ترین هدف رئیس‌جمهوری کشورمان را تبیین ماهیت سیاست‌های آمریکا ذکر کند و نفی مذاکره با آن، در کنار توانمندی دفاعی و نفوذ منطقه‌ای ایران و شکست سیاست ایران‌هراسی را مورد توجه قرار داد و حواشی سخنرانی ترامپ و انزوای آمریکا را برجسته کرد. این تحقیق برگرفته از پایان‌نامه هم‌چنین درصدد شناخت وجوه تشابه و تضاد دو رسانه به لحاظ ساختار خبر و ابزارهای تعاملی و چندرسانه‌ای بود. تحلیل کمی نشان داد پوشش خبری آن‌ها به لحاظ عناصر و ارزش‌های خبری، شیوه ارائه، فراوانی موضوعی مطالب، جانبداری و ابزارهای مالتی‌مدیا، تفاوت مشهود و معنادار آماری نداشت، اما در مورد منابع و روش تهیه مطالب، خبرهای کوتاه و اختصاصی، کاربرد صفات ارزشی، بهره‌گیری از امکانات تعاملی وب و پیوند شبکه‌های اجتماعی، تفاوت‌ها آشکار یا معنادار بود.

واژه‌های کلیدی: پوشش خبری، روحانی، ترامپ، وبسایت شبکه خبر، وبسایت بی بی سی فارسی،

تحلیل محتوا

mohssendavari@gmail.com

۱ دانش‌آموخته دانشگاه آزاد اسلامی تهران مرکز

hziiae@gmail.com

۲ دکترای ارتباطات واحد علوم و تحقیقات دانشگاه آزاد اسلامی

فصلنامه علمی جامعه، فرهنگ و رسانه / سال دوازدهم، شماره ۴۷، تابستان ۱۴۰۲ / ص ۱۲۱-۱۵۲

مقدمه

انقلاب ارتباطات و پیدایش جوامع اطلاعاتی و شبکه‌ای در موج سوم تمدن بشری، کارکردهای سنتی رسانه‌ها را دستخوش تغییراتی شگرف کرده و تاثیرگذاری متقابل رسانه‌ها و سیاست را پررنگ‌تر از هر زمانی ساخته است. در حوزه پرچالش سیاست بین‌الملل معمولاً سیاستمداران در پی بهره‌گیری از ظرفیت رسانه‌ها و تریبون‌های جمعی برای شنیده شدن متواتر و اثربخش دیدگاه‌های خود هستند. مجمع عمومی ملل متحد، یکی از نهادهای فراگیر جهانی است که بستر مناسبی برای این منظور فراهم می‌کند؛ هرچند رسانه‌ها الزاما آن را به طور یکسان بازتاب نمی‌دهند.

نظر به اهمیت مناسبات ایران و آمریکا در سیاست معاصر و جایگاه مجمع عمومی به عنوان یک نهاد بین‌المللی کانونی، در این پژوهش به تحلیل محتوای کمی و کیفی نحوه انعکاس سخنان حسن روحانی و دونالد ترامپ در هفتاد و سومین مجمع عمومی ملل متحد در تارنمای شبکه خبر ج.ا.ایران و بی‌بی‌سی فارسی پرداخته شد که در بستر وب جهانی به رسانه‌نگاری آنلاین می‌پردازند.

بیان مسئله و اهداف

با توجه به دوقطبی چهل‌ساله ایران و آمریکا، پرونده هسته‌ای و خروج آمریکا از توافقنامه ایران و ۵+۱ (برجام)، هفتاد و سومین مجمع عمومی (مهر ۱۳۹۷ / سپتامبر ۲۰۱۸) که ششمین حضور حسن روحانی و دومین حضور دونالد ترامپ در این جایگاه بود، به صحنه زورآزمایی دیپلماتیک و رسانه‌ای آنان تبدیل شد.

از سویی، با جهانی‌شدن ارتباطات و گسترش شمار کاربران رسانه‌های تعاملی و مشارکت‌شان در فرآیندهای ارتباطی، انحصار سنتی رسانه‌های غالب از میان رفته است. ثمره این نوآوری‌ها، تحولات شگرف دیجیتالی و ظهور رسانه‌های تعاملی و مالتی‌مدیاست. در بزرگراه‌های اطلاعاتی، یکپارچگی بالقوه متن، تصویر و صدا سبب می‌شود ماهیت ارتباطات دچار تغییراتی بنیادین شود، زیرا ارتباطات رایانه‌ای، خلاف رسانه‌های جمعی پیشین، سیستم‌های چندرسانه‌ای مستعد تعامل به وجود آورده است... ویژگی چندرسانه‌ای و چندوجهی رسانه‌های دیجیتال می‌تواند همه شکل‌های بیان و منافع، ارزش‌ها و تخیلات متنوع، از جمله بیان تضادهای اجتماعی را در برگیرد (خانیک، ۱۳۸۳: ۱۳).

اینترنت را می‌توان نمونه بارز رسانه‌های جدید دانست که علاوه بر تولید و توزیع پیام، به پردازش، مبادله و ذخیره اطلاعات می‌پردازد و از محدودیت‌های الگوهای چاپ و پخش در ارتباطات فراتر می‌رود؛ زیرا به واسطه آن، گفت‌وگوی عده‌ای زیاد با عده زیاد، امکان‌پذیر؛ دریافت هم‌زمان و تغییر و توزیع مجدد کالاهای فرهنگی، ممکن؛ کنش ارتباطی از محیط زندگی ملی یا روابط فضایی سرزمینی مدرنیته، جا به جا؛ ارتباط سریع جهانی، میسر و همگرایی رسانه‌ای در قالب شبکه‌ای، ایجاد می‌شود (مهدی‌زاده، ۱۳۹۷: ۳۲۱).

وبسایت‌های خبری تحلیلی شاخصه اصلی روزنامه‌نگاری اینترنتی محسوب می‌شوند. شبکه‌های خبری بین‌المللی نیز با راه‌اندازی پایگاه‌های وب، از امکانات تعاملی و قابلیت‌هایی نظیر پوشش هم‌زمان، به‌هنگام‌سازی سریع، ارتباط موثر با مخاطب و گردآوری بازخورد مطالب و بهره‌گیری از ظرفیت‌های فرامتنی به نحو فراگیر سود جست‌ه‌اند.

رسانه‌های جریان اصلی برای انتشار محتوا و تعامل با مخاطبان در حال استفاده از وبلاگ‌ها و شبکه‌های تعاملی هستند تا الگوهای ارتباطات عمودی و افقی را در هم آمیزند (کاستلز، ۱۳۹۶: ۱۱۰). برای سازمان‌های رسانه‌ای نکته کلیدی این است که با گسترش و ژرفابخشی مخاطبان-شان، نفوذ و ابتکار عمل را در دست گیرند: حتی زمانی که اینترنت به عنوان منبع کلیدی اخبار مورد مراجعه قرار می‌گیرد، اغلب وبسایت‌های خبری مشاهده‌شده، متعلق به رسانه‌های اصلی هستند. به عنوان مثال، وبسایت بی‌بی‌سی نیوز در صدر پربیننده‌ترین وبسایت‌های خبری جهان قرار دارد (کاستلز، ۱۳۹۶: ۳۱۱-۳۱۰). امروزه شبکه‌های رادیو و تلویزیونی فراوانی وجود دارند که با وجود این که از نظر دسترسی به مخاطب در سطح جهانی قرار دارند و دارای پخش ماهواره‌ای گسترده هستند، اما حضور در اینترنت را هم برای جذب مخاطب بیشتر فراموش نکرده‌اند. برای مثال، سی‌ان‌ان و بی‌بی‌سی از اینترنت به عنوان رسانه تعاملی بهره بسیاری می‌برند (آقارفعی، ۱۳۹۵: ۸۵). چنین شبکه‌هایی دارای اهداف از پیش تعیین‌شده هستند. به عنوان مثال، مخاطب جوان علاقه بیشتری به استفاده از اینترنت دارد. از سویی، امکان تعامل و دریافت و ارسال نظر در رسانه‌های دوسویه فراهم است.

اگرچه مفاهیمی مانند جریان آزاد و متوازن اطلاعات و دسترسی آزادانه به رسانه‌ها نتیجه طبیعی حق آزادی بیان و عقیده است، اما رسانه‌های غربی متهم هستند از آن‌چه در جهان سوم روی می‌دهد، تصویری تحریف‌شده ارائه می‌دهند (مک‌براید، ۱۳۹۷: ۱۲۵). تحریف زمانی روی می‌دهد که مطالب دقیق نباشد یا نادرست باشد یا از حالت اصلی خود خارج شود، به علت این-

که روزنامه‌نگار از صفات نابجا و قالب‌های کلیشه‌ای استفاده می‌کند. البته شکل‌های دیگری هم وجود دارد؛ از جمله برجستگی دادن به رویدادهایی که اهمیت واقعی ندارند یا تلفیق مطالب پراکنده به شکل یک کل ظاهراً یکپارچه و ارائه مطالب به نحوی که موجب تعبیر غلط یا تردید و ترس بی‌اساس یا اغراق‌آمیز شود.

هدف این پژوهش که بر همسنجی دو رسانه متمرکز شد، واکاوی این مسئله بود که با توجه به خاستگاه متضاد و ماهیت ایدئولوژیک و حکومتی هر یک، در وبسایت خود پوشش خبری این رویداد را بر چه مضامین و کلیدواژه‌هایی بنیان نهادند.

پرسش‌های تحقیق

پرسش اصلی پژوهش این بود: مهم‌ترین مقولات و محورهای موردتاکید در دو رسانه یادشده، که به نقل از رؤسای جمهوری ایران و ایالات متحده در قالب خبر، گزارش خبری، تحلیل و تفسیر و مصاحبه بدان اشاره داشتند، چیست؟ هم‌چنین شباهت و تفاوت‌های عملکرد دو رسانه و این که هر کدام، چگونه این سخنان را بازنمایی کردند؟ بنابراین تلاش شد با فرض این که در نحوه انعکاس سخنرانی رؤسای جمهوری ایران و آمریکا در سازمان ملل، بین وبسایت خبری بی‌بی‌سی فارسی و شبکه خبر به لحاظ شکلی و محتوایی (کمی و کیفی) تفاوت وجود دارد، برای این پرسش‌ها، پاسخ‌هایی درخور یافت شود: آیا بین دو رسانه در عناصر خبری مورد کاربرد و ارزش‌های خبری برجسته، شیوه ارائه و نوع منابع اخبار مربوط به دو سخنرانی، حجم اخبار و گزارش‌های منتشره از دو رئیس‌جمهوری و مقولات و مضامین آن‌ها، تفاوت معناداری وجود دارد؟

چارچوب نظری

اکثر قریب به اتفاق مخاطبان رسانه‌ها، دنیا را از دریچه دوربین یا توصیف قلم رسانه موردعلاقه یا دلخواه‌شان می‌بینند و خود را متناسب با درکی که از این ارزیابی‌ها به دست می‌آورند، با دنیای خارج منطبق می‌سازند. به دلیل آن که هیچ رسانه‌ای به طور کامل بی‌طرف نیست، هر رسانه، گزارش رویدادها را با توجه به منافع و سیاستگذاری پیشینی خود در معرض دید مخاطب می‌گذارد. از این رو، نوع اولویت‌گذاری اخبار و چینش رویدادها در خروجی رسانه با دروازه‌بانی، شیوه‌های تکنیکی برجسته‌سازی و چارچوب‌سازی در مورد افراد و رویدادها، بسیار

مهم تلقی می‌شود. تصویری که رسانه‌ها با تکنیک‌های مختلف از یک رویداد می‌سازند و به مخاطب ارائه می‌کنند، گاه تفاوت‌های فاحشی با رویداد واقعی دارد.

پژوهش‌ها درباره جریان بین‌المللی اطلاعات و تحلیل نظام‌های ارتباطی در آستانه پیدایش اینترنت، از جمله گزارش و تحلیل «حمید مولانا» بیان می‌کرد که علاوه بر نخبگان قدرت، آمیزه‌ای از نیروهای اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی، در کنترل جریان خبرها در تمام مراحل شکل‌گیری، تولید، توزیع و اشاعه آن، حکم دروازه‌بانان خبری را ایفا می‌کنند. به باور وی، عوامل ذیل بر جریان بین‌المللی خبرها و محتوا و نحوه انتشار تاثیر می‌گذارد: اقتصاد، فاکتورهای سیاسی، تفاوت‌های اجتماعی و فرهنگی، تلقی رسمی و غیررسمی از ارزش‌های خبری نظام‌های مختلف سیاسی، باورهای فرهنگی، مذهبی و سنتی، تعصبات قومی، زبان و دشواری‌های ترجمه، تکنولوژی و زیرساخت و عوامل متعدد برون رسانه‌ای (مولانا، ۱۳۸۷: ۲۴).

با ظهور رسانه‌های جدید، که مجموعه متمایزی از فناوری‌های ارتباطات و دارای ویژگی‌های دیجیتال بودن و دسترسی گسترده شهروندان است، مخاطبان از حالت نظاره‌گر یا دریافت‌کننده منفعل، خارج شده و اغلب رسانه‌ها رویکردی تعاملی و مشارکتی در پیش گرفته‌اند.

امروزه تقریباً تمام کنشگران و پیام‌ها برای رسیدن به اهداف‌شان باید خود را از مجرای رسانه عبور دهند... هرچند رسانه‌ها آن گونه که ایدئولوژی حرفه‌ای روزنامه‌نگاری مدعی است، بی‌طرف نیستند. کنشگران رسانه بسترهای ارتباطی را ایجاد می‌کنند و در تولید پیام هم‌راستا با منافع حرفه‌ای و سازمانی خاص تعامل می‌ورزند (کاستلز، ۱۳۹۶: ۵۸۴).

رسانه‌ها به ویژه در اخبار و گزارش‌های مستند این قدرت را دارند که توجه عموم را به مجموعه‌ای از مسائل و موضوعات معین و محدود، معطوف و بر ذهنیت مخاطبان به نحو دلخواه تاثیر بگذارند و افکار عمومی را به جهات موردنظرشان سوق دهند و این امر از طریق دروازه‌بانی و رده‌بندی اولویت رویدادها شکل عملی به خود می‌گیرد. ممکن است در اغلب مواقع مطبوعات موفق نشوند به اشخاص بگویند چگونه فکر کنند، اما با تاثیر فوق‌العاده‌ای که بر آن‌ها دارند، می‌توانند بگویند به چه چیز باید فکر کنند (فرقانی، ۱۳۹۴: ۱۴). از این مسئله به عنوان برجسته‌سازی و چارچوب‌سازی تعبیر می‌شود.

در فرایند برجسته‌سازی فرض اصلی این است که اولویت‌های ذهنی مردم یا موضوعات و رویدادهایی که عامه بدان توجه دارند و می‌اندیشند، تابعی از عملیات برجسته‌سازی رسانه-هاست (مهدی‌زاده، ۱۳۹۷: ۶۲). «گافمن» نیز در سال ۱۹۷۴ مطرح کرد که افراد، جهان پیرامون

را با استفاده از چارچوب‌هایی که اطلاعات را تعیین، دریافت، شناسایی و برجسب‌زنی می‌کند، فعالانه سازماندهی و معنا می‌نمایند. چارچوب‌سازی فرایند کنترل انتخابی محتوای رسانه توسط دست‌اندرکاران رسانه است. رسانه‌ها به مخاطبان می‌گویند درباره چه فکر کنند و سپس چگونه فکر کردن را در چارچوبی از پیش ساخته و پرداخته شده به آنان تحمیل می‌کنند. چارچوب‌سازی مبتنی بر این است که نحوه توصیف یک رویداد یا گزارش خبری در یک رسانه، بر چگونگی درک آن موضوع و رویداد توسط مخاطب تاثیر می‌گذارد (فرقانی، ۱۳۹۴: ۱۳). رسانه‌ها نه آینه‌ای برای انعکاس واقعیت، بلکه سازنده واقعیت و شکل‌دهنده به آن هستند. رسانه‌ها توجه خود را بر بعضی موضوعات و رویدادها متمرکز می‌کنند (برجسته‌سازی) سپس آن‌ها را در چارچوب معنایی خاص قرار می‌دهند. رسانه‌ها برای چارچوب‌سازی رویدادها و تولید معنا برای مخاطبان، از شگردهایی چون انتخاب واژگان، استعاره‌ها، کنایه‌ها، تمثیل‌ها و... استفاده می‌کنند تا داستان و روایتی معنادار از آن چه می‌خواهند، بسازند (مهدی‌زاده، ۱۳۹۷: ۸۷).

از سوی دیگر، دیدگاه افراد از ساخت اجتماعی واقعیت بر اساس ذهنیتی است که اخبار رسانه در آن‌ها ایجاد می‌کند و این ذهنیت‌های مثبت یا منفی، به سختی تغییر یا تعدیل می‌یابد. رسانه‌ها صورت‌بندی‌های اجتماعی و تاریخی را از رهگذر چارچوب‌سازی ایماژها و تصاویر از واقعیت و در شیوه‌های قابل پیش‌بینی می‌سازند. هم‌چنین مردم به عنوان مخاطب، نقطه‌نظرات‌شان درباره واقعیت اجتماعی و جایگاه‌شان در آن واقعیت را در تعامل با ساخت‌های نمادین رسانه‌ای شکل می‌دهند. یکی از محتواها و مضامینی که رسانه‌ها با تولید و توزیع آن بر ساخت اجتماعی واقعیت تاثیر می‌گذارند، محتوا و مضامین خبری است (مهدی‌زاده، ۱۳۹۷: ۸۵).

به طور کلی، شیوه بازنمایی رویدادهای خبری در رسانه‌های ایدئولوژی یا رویکردهای سیاسی و اجتماعی مختلف و متضاد، مخاطب را تحت‌تاثیر قرار می‌دهد و در شکل‌گیری افکار و عقاید وی نقش مهمی دارد.

مفهوم بازنمایی را می‌توان روشی موثر برای نشان دادن ابعاد گوناگون عمل رسانه‌ای برشمرده؛ یعنی وقتی رسانه‌ها تلاش می‌کنند عمل رسانه‌ای را به گونه‌ای انجام دهند که گویی خود را بی‌واسطه آشکار می‌سازند. این نیروی اصلی خبر است، یعنی ایجاد حضوری بی‌واسطه که در آن، رسانه یا میانجی در عین حال که همه جا حاضر است، اما کاملاً کنار گذاشته می‌شود (ون لون، ۱۳۸۸: ۱۱۸). در بازنمایی، وقایع و رخدادها از حالت اصلی خود خارج می‌شوند. حال هر چه

رسانه‌ها و خبرنگاران معتقد به عینیت‌گرایی در انعکاس خبرها باشند، بازنمایی‌های انجام شده به واقعیت نزدیک‌تر است. بازنمایی، ساخت رسانه‌ای واقعیت است (مؤذن، ۱۳۹۲: ۱۰۲).

از سوی دیگر، اکنون و در دوره سایبرژورنالیزم، فرایند تولید رسانه‌ها تا حد زیادی دگرگون شده است. نظریه پرداز «قدرت ارتباطات» نوشته است: اینک اتاق‌های خبر در روزنامه‌ها و صنایع رادیو و تلویزیونی به واسطه دیجیتالی شدن اخبار و پردازش بی‌وقفه جهانی/محلی آن، به طور کلی تغییر شکل داده‌اند... با توسعه وب ۲ و ۳ و مجموعه‌ای از فناوری‌ها، ابزار و نرم‌افزارهای کاربردی یا اپلیکیشن‌ها، رسانه‌های جریان اصلی نیز برای انتشار محتوا و تعامل با مخاطبان‌شان در حال استفاده از وبلاگ‌ها و شبکه‌های تعاملی هستند (کاستلز، ۱۳۹۶: ۱۱۰-۱۰۱).

بدیهی است میزان بهره‌گیری رسانه‌های حرفه‌ای از فضا و ابزارهای جدید، در نفوذ و تاثیرگذاری آن‌ها بر افکار عمومی تاثیر شگرف دارد.

پیشینه پژوهش

از جمله تحقیقاتی که به لحاظ موضوع، نوع رسانه یا روش تحقیق با این پژوهش مشابهت داشته‌اند، می‌توان به تحقیق «محمد جعفری» در ۱۳۹۷ اشاره کرد که به «بررسی تطبیقی نحوه پوشش خبری حادثه پلاسکوی تهران و گزنفل لندن در وبسایت‌های داخلی و خارجی» با تحلیل محتوای وبسایت‌های شبکه خبر، پرس تی‌وی، سی‌ان‌ان و بی‌بی‌سی فارسی پرداخت و از تحلیل محتوای استنباطی استفاده کرد.

«بررسی تطبیقی ساختار و نحوه پوشش اخبار مربوط به ایران در تارنما‌های خبری ملی و بین‌المللی» (تحلیل محتوای تارنما‌های خبری ایرنا، بی‌بی‌سی فارسی و صدای آمریکا) هم تحقیقی بود که «علیرضا عبدالله» سال ۱۳۸۷ انجام داد. وی با بررسی ۵۷۱ خبر سیاسی و اقتصادی طی دو هفته آماری نتیجه گرفت که نوع ساختار و نحوه پوشش اخبار در این تارنما‌ها با یکدیگر تفاوت دارد.

«فرجاد غلام‌نیا» هم سال ۱۳۹۵ به «تحلیل محتوای سخنرانی‌های دکتر روحانی در مجمع عمومی سازمان ملل (سال‌های ۹۲، ۹۳ و ۹۴) با تحلیل محتوای کیفی» با استفاده از کدگذاری باز، محوری و انتخابی و پرسشنامه معکوس پرداخت و نشان داد مذاکرات هسته‌ای، همکاری منطقه‌ای، صلح و توسعه، تروریسم و مبارزه با خشونت و افراط‌گری از محورهای عمده بوده است.

«چگونگی بازتاب تحولات سیاسی کشورهای عربی خاورمیانه و شمال آفریقا در رسانه‌ها؛ بررسی تطبیقی وبسایت ایرنا و بی‌بی‌سی فارسی» عنوان تحقیقی است که «کرم پور میرزا» در ۱۳۹۱ با تحلیل محتوا و تکیه بر نظریه‌های برجسته‌سازی، دروازه‌بانی و چارچوب‌سازی انجام داده است. «بررسی مقایسه پوشش مبارزات انتخاباتی دهمین دوره ریاست جمهوری ایران در وب-سایت فارسی صدای آلمان، بی‌بی‌سی فارسی و خبرگزاری ایرنا» هم تحقیقی بود که «محمد مجیدزاده» در ۱۳۹۰ با تحلیل محتوا و تکیه بر نظریه‌های دروازه‌بانی و برجسته‌سازی انجام داد. محققان دانشگاه مارشال در ایالات متحده هم سال ۲۰۰۸ تحقیق «رئیس‌جمهوری و رسانه؛ چارچوب‌سازی سخنرانی بوش در سازمان ملل متحد» را منتشر کردند و نشان داد که در پایان رسمی عملیات جنگی آمریکا در افغانستان، مطبوعات گزارش‌های خود را به گونه‌ای تنظیم یا جهت‌دهی می‌کردند که اظهارات عمومی بوش به طور نادرست به عموم منتقل می‌شد. هم-چنین ۸ هفته پس از واقعه ۱۱ سپتامبر، رسانه‌ها در مفهوم‌سازی جنگ علیه ترور با یکدیگر مسابقه گذاشتند.

«تحلیل محتوای مقایسه‌ای پوشش آنلاین اخبار داعش در سی‌ان‌ان و الجزیره» هم تحقیقی است که «طلال الشطحری» سال ۲۰۱۵ در دانشگاه آیوا انجام داد و نتیجه‌گیری کرد که هرچند دو رسانه به پوشش دنباله‌دار اخبار داعش علاقه نشان داده‌اند، اما در سی‌ان‌ان بیشتر بر درگیری، ولی در الجزیره بیشتر بر تبعات اقتصادی تاکید شده است. هم‌چنین سی‌ان‌ان به مقامات آمریکایی بیشتر استناد می‌کند، درحالی‌که الجزیره بیشتر به رسانه‌های دیگر اعتماد کرده است.

روش‌شناسی

تحلیل محتوا از روش‌های اصلی مطالعه پیام‌های ارتباطی و رسانه‌های جمعی است و عمدتاً به دو شکل کمی و کیفی انجام می‌شود. تحلیل محتوا از روش‌های کلاسیک تحلیل داده‌های متنی است، بی آن‌که توجه داشته باشد از کجا آمده‌اند و درمورد محصولات رسانه‌ای تا داده‌های مصاحبه‌ای کاربرد دارد (فلیک، ۱۳۹۶: ۳۴۷). تحلیل محتوا بر این فرض بنا شده که با تحلیل پیام‌های زبانی می‌توان به کشف معانی، اولویت‌ها، نگرش‌ها، شیوه‌های درک و سازمان‌یافتگی دست یافت. رویکرد تلفیقی تحلیل محتوا امروزه می‌تواند کاربردی‌تر از کمی‌گرایی یا کیفی‌گرایی صرف باشد. روش کمی تحلیل محتوا مبتنی بر آزمون‌های سیستماتیک علمی و متغیرهای قابل اندازه‌گیری بر پایه آمار و ارقام است و با شمارش آشکار عناصر متن سر و کار دارد؛ اما روش کیفی

مبتنی بر روش‌های تفسیری و پدیدارشناختی و متمرکز بر توصیف پیام‌های مستتر در متن است. یکی از مباحثات جاری درباره تحقیق کمی و کیفی، چند بعدی کردن تحقیق یا ترکیب این دو با یکدیگر است که به روش‌های گوناگون از جمله تلفیق هر دو شیوه به منظور دستیابی به مفهومی کلی‌تر از موضوع انجام می‌شود؛ یا این‌که ویژگی‌های ساختاری با روش‌های کمی، و وجوه فرایندی با رویکردهای کیفی مطالعه می‌شوند (فلیک، ۱۳۹۶: ۴۱-۳۷).

در روش تلفیقی، پژوهشگر به شمارش واژگان، جملات و مفاهیم دست می‌زند، اما به جای تمرکز بر فراوانی داده‌ها و ارائه تحلیل آماری صرف، توجه خود را به استفاده از هر واژه یا جمله در بافت خاص و معانی پنهان و آشکار آن معطوف می‌کند. این پژوهش، از شیوه تلفیقی تحلیل محتوا بهره گرفته است.

جامعه آماری و روش نمونه‌گیری

تمامی اخبار و مطالب مربوط به سخنرانی رؤسای جمهوری ایران و آمریکا در مجمع عمومی ملل متحد در بازه زمانی اول تا هفتم مهرماه ۱۳۹۷ (۲۳ تا ۳۰ سپتامبر ۲۰۱۸) در وبسایت بی‌بی-سی فارسی (www.bbcpersian.com) و شبکه خبر (www.irinn.ir) به شیوه تمام‌شماری ارزیابی شد. واحد تحلیل برای بخش کمی، مطالب منتشرشده در دو رسانه و برای بخش کیفی، مضمون در نظر گرفته شد.

گردآوری و آزمون داده‌ها

تمام مطالب منتشرشده از دو سخنرانی در وبگاه دو رسانه مزبور، در رایانه ذخیره و کدگذاری شد. برای بخش کمی از نرم افزار SPSS و تحلیل آمار توصیفی (ترسیم جداول و تعیین درصد فراوانی) استفاده شد و برای تحلیل استنباطی با جداول تقاطعی و آزمون کای اسکوئر، نتایج تحقیق برای کشف معناداری اختلافات آماری، همسنجی شد. برای تحلیل محتوای کیفی نیز با استفاده از کدگذاری باز و محوری و تعریف مقولات و زیرمقوله‌ها، به بررسی مضامین و تحلیل آن‌ها پرداخته شد.

یافته‌ها

الف - تحلیل کیفی:

برای اختصار، مقولات پرکاربرد از دو سخنرانی در دو رسانه مزبور، در ۴ جدول پس‌آیند ذکر می‌شود:

جدول ۱- پوشش خبری وبگاه بی‌بی‌سی فارسی از سخنان روحانی:

مقولات	زیرمقولات	عبارات و مضامین
مناسبات ایران و آمریکا	انتقاد روحانی از ترامپ	روحانی سخنرانی خود را با انتقاد از بیگانه‌ستیزی و نازیسم آغاز کرد.
	انتقاد از سیاست خارجی ایالات متحده	روحانی: آمریکا فکر می‌کند چون زور دارد، حق هم دارد. آمریکا بنا بر لوژ کردن نهادهای بین‌المللی دارد. امنیت بین‌المللی بازیچه مسایل داخلی آمریکا نیست. سیاست آمریکا در برابر ایران از ابتدا غلط بوده.
	خروج آمریکا از توافقنامه هسته‌ای و احتمال مذاکره مجدد	من گفت‌وگو را از همین‌جا آغاز می‌کنم... به قطعنامه ۲۲۳۱ و میز مذاکره‌ای که بر هم زدید، بازگردید. رئیس‌جمهوری ایران، امروز در مجمع عمومی سازمان ملل مجدداً مذاکره مستقیم با آمریکا را رد کرد.
جایگاه و اهمیت ایران در منطقه	امنیت منطقه خلیج فارس	روحانی گفت امنیت خلیج فارس و تنگه هرمز همیشه برای کشورش مهم بوده.
برجسته- سازی از منظر رسانه- های دیگر	موقعیت ایران در منطقه	روحانی: ایران نیازی به امپراتوری ندارد و این کشور حلقه وصل شرق به غرب بوده و خواهد بود.
تحولات آتی	اشاره به رسانه‌های ایران و آمریکا	رسانه‌های ایرانی از قول چهره‌های سیاسی پیشنهاد کرده بودند آقای روحانی از سیاست‌های همتای آمریکایی‌اش انتقاد کند و ... جواب مستقیمی به آن بدهد. رسانه‌های آمریکایی پیش بینی کرده بودند این هفته دولتی کلامی میان ایران و آمریکا در نیویورک برقرار شود.
	مخالفت کشورها با رویکردهای ترامپ	رئیس‌جمهوری فرانسه در اظهاراتی که مستقیماً به سخنان دونالد ترامپ اشاره داشت، با حمایت از "جهانی‌شدن" گفت که مخالف ملی‌گرایی و مرزپرستی است. آقای مکرون هم‌چنین از معاهده اقلیمی پاریس که آقای ترامپ کشورش را از آن خارج کرده، به عنوان اولویت جهانی یاد کرد.
	تبعات بازگشت تحریم‌ها	بازگشت تحریم‌های ایران در ماه نوامبر روحانی: جنگ اقتصادی آمریکا تحت عنوان تحریم‌های تازه، نه تنها مردم ایران را هدف قرار داده، بلکه آثار زیان‌باری برای مردم کشورهای دیگر داشته...
	توافق ایران و ۴+۱ بر سر سازوکار تجاری	کشورهای باقیمانده در توافق هسته‌ای تسهیلات مالی جدیدی برای ادامه مبادلات بانکی با جمهوری اسلامی ایجاد می‌کنند.

جدول ۲- پوشش خبری وبگاه بی‌بی‌سی فارسی از سخنان ترامپ:

مقولات	زیرمقولات	عبارات و مضامین
برجسته کردن اخبار رئیس- جمهوری آمریکا	القای اهمیت سخنرانی ترامپ	درحالی که قرار بود سخنرانی دونالد ترامپ هم‌اکنون آغاز شود اما رئیس‌جمهور آمریکا هنوز به مقر سازمان ملل نرسیده... دونالد ترامپ، رئیس‌جمهور آمریکا با تاخیر به مقر سازمان ملل رسید.
مناسبات ایران و آمریکا	انتقاد ترامپ از ایران	او مقام‌های ایران را در پی "مرگ و نابودی" خواند و گفت: "رهبران ایران منابع مردمی را غارت کرده‌اند تا به جیب خود بریزند و در منطقه جنگ به راه بیندازند." حکومت ایران تلاش می‌کند یک دیکتاتوری فاسد را پشت ماسک دموکراسی پنهان کند.
	خروج آمریکا از برجام	اشاره آقای ترامپ به توافق هسته‌ای میان ایران و گروه پنج به علاوه یک بود که بهار گذشته آمریکا از آن رسماً کنار کشید.
یکجانبه‌گرایی دولت ترامپ	مخالفت سران کشورها با دیدگاه‌های ترامپ	رئیس‌جمهوری فرانسه در اظهاراتی که مستقیماً به سخنان دونالد ترامپ اشاره داشت، با حمایت از "جهانی‌شدن" گفت که مخالف ملی‌گرایی و مرزپرستی است. رئیس‌جمهوری برزیل به عنوان نخستین سخنران پشت تریبون رفت و در سخنانی که می‌تواند انتقاد غیرمستقیم از آمریکا محسوب شود، بارها ملی‌گرایی و رویکرد انحصاری حمایت از تولیدات داخلی را خلاف ارزش‌های سازمان ملل دانست.
سیاست‌های ج.ا.ایران	سیاست‌های داخلی و منطقه‌ای ج.ا.ایران	وی گفت: "حکومت ایران... کشوری ثروتمند را به حال و روزی انداخته که... تنها صادراتش خشونت، خون‌ریزی و اغتشاش است." "این منابع غنی به جای آن که صرف بهبود زندگی ایرانیان شود، صرف کمک به حزب‌الله و دیگر گروه‌های تروریستی می‌شود... نمی‌توانیم اجازه دهیم این رژیم قاتل به بی‌ثبات کردن منطقه ادامه دهد..."
تاثیرگذاری ترامپ بر اقتصاد ایران	تغییر شاخص‌های اقتصادی در پی سخنرانی ترامپ	واکنش بازار ارز به حرف‌های ترامپ در سازمان ملل نرخ دلار در ایران از مرز ۱۷ هزار تومان گذشت. قیمت تمام سکه طلا در معاملات بازار آزاد، به بالای ۵ میلیون و ۱۰۰ هزار تومان رسیده است.
تحولات آتی در مناسبات ایران و آمریکا	بازگشت تحریم‌های ایران	کمپین جدید فشار اقتصادی علیه ایران به راه انداخته‌ایم تا راه‌های دسترسی مالی رهبران ایران به اهداف خونبار را قطع کنیم. از پنجم نوامبر تحریم‌های جدید علیه ایران اجرا می‌شود.

مقولات	زیرمقولات	عبارات و مضامین
	احتمال ملاقات و مذاکره دوباره	رویترز نوشته آقای ترامپ گفته در انتظار "روابطی عالی" با ایران است "اما این اتفاق الان نخواهد افتاد." دونالد ترامپ، ساعتی پیش در توئیتر نوشته بود برای دیدار با حسن روحانی برنامه‌ای ندارد... در پی انتشار این توئیت، سخنگوی نمایندگی دایم ایران در سازمان ملل گفت از سوی جمهوری اسلامی درخواستی برای ملاقات نشده است. حسن روحانی، در پاسخ به سوال کریستین امانپور، درباره توئیت اخیر رئیس‌جمهوری آمریکا گفته آقای ترامپ در دو سال گذشته پیگیر چنین دیداری بوده است.
	همسنگی موضوع ایران و کره شمالی در رویکرد سیاست خارجی ترامپ	سال گذشته هم رئیس‌جمهوری آمریکا بخشی از سخنرانی خود را به انتقاد از ایران اختصاص داد؛ هرچند حملات لفظی شدید او متمرکز بر کیم جونگ اون بود... چند ماه پس از آن و در پی یک دوره تشنج در روابط بین دو کشور، رئیس‌جمهوری آمریکا و رهبر کره‌شمالی در سنگاپور با یکدیگر ملاقات کردند.

جدول ۳- پوشش خبری وبگاه شبکه خبر از سخنان روحانی:

مقولات	زیرمقولات	عبارات و مضامین
	تبیین ماهیت و تبعات سیاست‌های آمریکا، هدف سفر رئیس‌جمهوری	تبیین ماهیت عهدشکن و غیرقابل اعتماد آمریکا، در برنامه‌ها و دیدارهای رییس‌جمهور در نیویورک رئیس‌جمهور: تحریم‌های یکجانبه و نامشروع، نوعی تروریسم اقتصادی است.
ماهیت غیرقابل اعتماد آمریکا	نفی مذاکره در شرایط کنونی	روحانی گفت ملاقات با طرف آمریکایی زمانی صورت می‌گیرد که به نفع دو کشور و ملت باشد. وزیر امور خارجه با اشاره به بدعهدی آمریکا و خروج از برجام، گفت: دولت ترامپ قابل اعتماد نیست و وقت‌مان را برای مذاکره با آمریکا تلف نمی‌کنیم.
	حمایت داخلی و خارجی از ج.ا.ایران و تقبیح آمریکا	حمایت مقامات کشورها در مجمع عمومی سازمان ملل از ایران و انتقادهای به آمریکا ادامه دارد. بیانیه ایران و ۴+۱، پیامی به یکجانبه‌گرایی آمریکا دبیر شورای نگهبان سخنان رئیس‌جمهور را عزتمندانه و از موضع قدرت دانست.

مقولات	زیرمقولات	عبارات و مضامین
دستاوردهای سفر روحانی به نیویورک	دستاوردهای سیاسی و اقتصادی	روحانی دست پر به تهران بازگشت رئیس‌جمهور: اروپایی‌ها اعلام کردند برای مبادلات تجاری با ایران کانال ویژه بانکی را عملیاتی خواهند کرد. تعیین سازوکار ویژه تسهیل مبادلات مالی ایران براساس برجام
	توسعه مناسبات بین‌المللی	رئیس‌جمهور در حاشیه مجمع عمومی با رئیس‌جمهور فرانسه و نخست‌وزیران نروژ، بلژیک و ارمنستان، دیدار و درباره مناسبات دوجانبه و تحولات بین‌المللی گفت‌وگو کرد.

جدول ۴- پوشش خبری وبگاه شبکه خبر از سخنان ترامپ:

مقولات	زیرمقولات	عبارات و مضامین
سیاست آمریکا در قبال کشورهای مستقل	یادآوری دسیسه‌ها و سیاست‌های خصمانه آمریکا	ترامپ دروغ‌هایش را تکرار کرد
	مخالفت‌ها با خروج آمریکا از برجام و بازگشت تحریم‌ها	ترامپ مخالفت جهانی با خروج آمریکا از برجام را نادیده گرفت و مدعی شد: بسیاری از کشورها از خروج آمریکا از برجام حمایت کرده‌اند. آمریکا توافق بین‌المللی برجام را نقض کرده و یکجانبه خارج شده است...
نفوذ ایران در منطقه	توانمندی دفاعی و نفوذ منطقه‌ای	وی که از توانمندی دفاعی جمهوری اسلامی خشمگین است، ایران را به دخالت نظامی در یمن و سوریه متهم کرد.
استفاده صلح‌آمیز از انرژی هسته‌ای	پایبندی ایران به تعهدات	ایران تحت نظارت آژانس بین‌المللی انرژی اتمی قرار دارد و آژانس پایبندی تهران را بارها اعلام کرده است...
انزوا و تمسخر ترامپ در دنیا	پوشش گسترده حواشی سخنرانی ترامپ و تمسخر وی از سوی رهبران و رسانه‌های جهان	بخش نخست نطق رئیس‌جمهور آمریکا درباره عملکرد خویش با خنده سران جهان روبرو شد. سخنان ترامپ در سازمان ملل باعث مضحکه و خنده رهبران جهان شد که این حرکت حتی خود ترامپ را شوکه کرد. نماینده آمریکا در سازمان ملل از رسانه‌ها به دلیل پوشش منفی خندیدن سران جهان به سخنان دونالد ترامپ انتقاد کرد. سخنرانی ترامپ هم‌چون همیشه با حاشیه‌هایی همراه بود اما هیچ‌کدام از آن‌ها هم‌چون شلیک خنده رهبران جهان به

مقولات	زیرمقولات	عبارات و مضامین
		سخنان ترامپ در رسانه‌ها بازتاب نیافت.
	انزوای آمریکا به دلیل سیاست‌های استکباری و دیدگاه‌های ترامپ	جهان از سیاست‌های آمریکا ناراضی است کارشناسان سیاسی مواضع و سخنان رئیس‌جمهور آمریکا را در سازمان ملل ناشی از خودبزرگ‌بینی او دانستند. رئیس‌جمهور آمریکا بدون اشاره به بعدهدی کشورش در گفت‌وگو با کره شمالی و نادیده گرفتن سخنان مقامات آن که اخیراً ترامپ را تبهکار و دروغگو خوانده‌اند، گفت: در روابط با کره شمالی پیشرفت‌های دلگرم‌کننده داشته‌ایم. مشکلات آمریکا با دیگر کشورها بخش دیگری از سخنان ترامپ را به خودش اختصاص داد.
	دخالت‌های آمریکا در منطقه و حمایت از تروریسم	ترامپ با اشاره به این‌که درصدد ایجاد یک ائتلاف منطقه‌ای در میان کشورهای عربی است، حمایت‌های تسلیحاتی و مالی آمریکا از داعش را پنهان کرد. ترامپ بدون اشاره به ناکامی آمریکا در سوریه درباره کناره‌گیری بشار اسد گفت: در سوریه به دنبال راه‌حل سیاسی هستیم.
	شکست سیاست‌های ایالات متحده در قبال ج.ا.ایران	یک رسانه آمریکایی نوشته تلاش دولت این کشور در سازمان ملل برای منزوی کردن ایران نتیجه عکس داده است.
معیارهای دوگانه غرب و شکست آمریکا مقابل ایران	سیاست‌های ایران‌هراسی و تفرقه‌افکنانه آمریکا	ترامپ در راستای سیاست‌های ایران‌هراسی و تفرقه‌افکنانه کاخ سفید ادعا کرد: رهبران ایران به مرزهای همسایگان و حاکمیت ملی کشورها احترام نمی‌گذارند و منابع مردم خود را غارت می‌کنند تا آن را صرف خود و ایجاد آشوب در خاورمیانه کنند. وی درحالی‌که سعی داشت مردم و نظام ایران را از هم جدا نشان دهد... اظهار کرد: مقامات این کشور میلیاردها دلار سرمایه مردم را اختلاس کرده‌اند. بخش‌های ارزشمند اقتصاد کشور را در دست گرفته‌اند و منابع را غارت کردند تا جیب خود را پر از پول کنند و جنگ راه بیندازند! وی در راستای سیاست‌های تفرقه‌افکنانه خود گفت: از تمام کشورها می‌خواهیم ایران را منزوی کنند و از مردم ایران حمایت کنند تا بتوانند حقوق مذهبی و آینده خود را دست بگیرند.

ب) تحلیل کمی

با توجه به مطالعه آماری به شیوه تمام‌شماری و بررسی تارنمای دو رسانه در بازه زمانی مدنظر و متمرکز بر دو سخنرانی یادشده، نتایج زیر به دست آمد:

۱- توزیع فراوانی مطالب

وبسایت	فراوانی مطالب	درصد
شبکه خبر	۳۷	۶۱,۶
بی‌بی‌سی فارسی	۲۳	۳۸,۴
جمع	۶۰	۱۰۰

۲- عناصر خبری برجسته تیتر و لید**سایت شبکه خبر**

عناصر خبری برجسته تیتر	فراوانی	درصد	عناصر خبری برجسته لید	فراوانی	درصد
که	۱۱	۲۹/۷	که	۱۸	۴۸/۶
چه	۲۵	۶۷/۶	چه	۱۵	۴۰/۵
چرا	۰	۰	چرا	۰	۰
چگونه	۰	۰	چگونه	۱	۲/۷
کی	۰	۰	کی	۰	۰
کجا	۱	۲/۷	کجا	۳	۸/۱
جمع	۳۷	۱۰۰	جمع	۳۷	۱۰۰

سایت بی‌بی‌سی فارسی

عناصر خبری برجسته تیتر	فراوانی	درصد	عناصر خبری برجسته لید	فراوانی	درصد
که	۷	۳۰/۴	که	۱۳	۶۵/۵
چه	۱۴	۶۰/۹	چه	۹	۳۹/۱
چرا	۰	۰	چرا	۰	۰
چگونه	۰	۰	چگونه	۰	۰
کی	۰	۰	کی	۱	۴/۳
کجا	۲	۸/۷	کجا	۰	۰
جمع	۲۳	۱۰۰	جمع	۲۳	۱۰۰

۳- ارزش‌های خبری تیتر و لید

سایت شبکه خبر

درصد	فراوانی	ارزش‌های خبری برجسته لید	درصد	فراوانی	ارزش‌های خبری برجسته تیتر
۵۴/۱	۲۰	شهرت	۳۵/۱	۱۳	شهرت
۱۶/۲	۶	درب‌گیری	۴۰/۵	۱۵	درب‌گیری
۰	۰	مجاورت	۵/۴	۲	مجاورت
۱۸/۹	۷	کشمکش	۱۶/۲	۶	کشمکش
۰	۰	بزرگی	۰	۰	بزرگی
۱۰/۸	۴	شگفتی	۲/۷	۱	شگفتی
۰	۰	تازگی	۰	۰	تازگی
۱۰۰	۳۷	مجموع	۱۰۰	۳۷	مجموع

سایت بی‌بی‌سی فارسی

درصد	فراوانی	ارزش‌های خبری برجسته لید	درصد	فراوانی	ارزش‌های خبری برجسته تیتر
۱۳	۳	شهرت	۲۶/۱	۶	شهرت
۰	۰	درب‌گیری	۱۳	۳	درب‌گیری
۸/۷	۲	مجاورت	۸/۷	۲	مجاورت
۶۰/۹	۱۴	کشمکش	۴۳/۵	۱۰	کشمکش
۱۳	۳	بزرگی	۴/۳	۱	بزرگی
۴/۳	۱	شگفتی	۴/۳	۱	شگفتی
۰	۰	تازگی	۰	۰	تازگی
۱۰۰	۲۳	مجموع	۱۰۰	۲۳	جمع

۴- ماهیت مطالب

از ۳۷ مطلب منتشره در تارنمای شبکه خبر از مجموع دو سخنرانی، ۳۵ خبر و گزارش، رویدادمدار و ۲ مطلب فرایندمدار بود. تارنمای بی‌بی‌سی فارسی در کل ۲۳ مطلب خود از مطالب فرایندمدار بهره‌ای نبرده است. به دلیل صفر بودن فراوانی این شاخص در وبسایت بی-

بی‌سی، ترسیم نمودار و تحلیل آماری یافته فوق به لحاظ نرم‌افزاری میسر نیست؛ هرچند اختلاف معنادار تعبیر می‌شود.

۵- استفاده از صفات ارزشی

سایت شبکه خبر در ۲ مورد از ۳۷ مطلب خود، از صفات ارزشی در تیترو در ۴ مورد هم از صفات ارزشی در لید استفاده کرده است. این رقم در مورد سایت رقیب، صفر است. به دلیل صفر بودن فراوانی این شاخص در وبسایت بی‌بی‌سی، ترسیم نمودار و تحلیل آماری یافته فوق به لحاظ نرم‌افزاری میسر نیست؛ هرچند اختلاف معنادار تعبیر می‌شود.

۶- روش تهیه مطالب

درصد	فراوانی	نوع تهیه مطلب	
۹۴/۵	۳۵	پوششی(غیرتولیدی)	شبکه خبر
۵/۵	۲	تولیدی	
۰	۰	ترکیبی	
۱۰۰	۳۷	جمع	
۶۹/۶	۱۶	پوششی(غیرتولیدی)	بی‌بی‌سی فارسی
۱۳	۳	تولیدی	
۱۷/۴	۴	ترکیبی	
۱۰۰	۲۳	جمع	

۷- منابع خبری

درصد	فراوانی	منبع خبر	
۷۳	۲۷	اختصاصی	شبکه خبر
۲۷	۱۰	سایر منابع	
۱۰۰	۳۷	جمع	
۹۵/۷	۲۲	اختصاصی	بی‌بی‌سی فارسی
۴/۳	۱	سایر منابع	
۱۰۰	۲۳	جمع	

۸- شیوه ارائه

درصد	فراوانی	نوع ارائه مطلب	
۸۱	۳۰	خبر/گزارش خبری	شبکه خبر
*	۰	خبر کوتاه(بدون تیتر)	
۰	۰	گزارش	
۲/۷	۱	مصاحبه(گفت‌وگو)	
۲/۷	۱	تحلیل و تفسیر	
۰	۰	یادداشت و مقاله	
۱۳/۶	۵	بازنشر مطالب رسانه‌های دیگر	جمع
۱۰۰	۳۷		
۵۲/۵	۱۲	خبر/گزارش خبری	بی‌بی‌سی فارسی
*	۶۱	خبر کوتاه(بدون تیتر)	
۳۴/۸	۸	گزارش	
۸/۷	۲	مصاحبه(گفت‌وگو)	
۴/۳	۱	تحلیل و تفسیر	
۰	۰	یادداشت و مقاله	
۰	۰	بازنشر مطالب رسانه‌های دیگر	
۱۰۰	۲۳	جمع	

۹- نوع جهت‌گیری

درصد	فراوانی	نوع جهت‌گیری(جانبداری)	
۱۰/۸	۴	مثبت در قبال ایران	شبکه خبر
۰	۰	منفی در قبال ایران	
۰	۰	مثبت در قبال آمریکا	
۱۶/۲	۶	منفی در قبال آمریکا	
۷۳	۲۷	خنثی(ندارد)	
۱۰۰	۳۷	جمع	
۰	۰	مثبت در قبال ایران	بی‌بی‌سی فارسی
۱۳	۳	منفی در قبال ایران	
۰	۰	مثبت در قبال آمریکا	
۰	۰	منفی در قبال آمریکا	
۸۷	۲۰	خنثی(ندارد)	
۱۰۰	۲۳	جمع	

۱۰- مطالب بر حسب موضوع برجسته تیتر/لید

درصد	فراوانی	مطالب بر حسب موضوع برجسته	
۲/۷	۱	برجام/هسته‌ای	شبکه خبر
۷۵/۷	۲۸	دیپلماسی/سیاست خارجی	
۰	۰	تهدید نظامی/تروریسم	
۸/۱	۳	اقتصادی/تحریم	
۱۳/۵	۵	هیچ کدام	
۱۰۰	۳۷	جمع	
۴/۳	۱	برجام/هسته‌ای	بی‌بی‌سی فارسی
۸۷	۲۰	دیپلماسی/سیاست خارجی	
۰	۰	تهدید نظامی/تروریسم	
۸/۷	۲	اقتصادی/تحریم	
۰	۰	هیچ کدام	
۱۰۰	۲۳	جمع	

۱۱- امکانات چندرسانه‌ای

درصد	فراوانی	امکانات چندرسانه‌ای	
۱۳/۶	۵	عکس (روز یا آرشیوی)	سایت شبکه خبر
۰	۰	عکس و صوت	
۰	۰	عکس و طرح	
۴۵/۹	۱۷	فیلم	
۵/۴	۲	عکس و فیلم	
۰	۰	طرح	
۰	۰	صوت	
۳۵/۱	۱۳	هیچ کدام	
۱۰۰	۳۷	جمع	
۲۶/۱	۶	عکس (روز یا آرشیوی)	سایت بی‌بی‌سی فارسی
۸/۷	۲	عکس و صوت	
۴/۳	۱	عکس و طرح	
۲۱/۷	۵	فیلم	
۴/۳	۱	عکس و فیلم	
۰	۰	طرح	
۰	۰	صوت	
۳۴/۸	۸	هیچ کدام	
۱۰۰	۲۳	جمع	

۱۲- امکانات تعاملی

پیوند موضوعات مرتبط	پیوند به اخبار مرتبط	بازخورد	خبرنامه الکترونیکی	ایمیل	RSS	
Y	Y	Y	Y	Y	Y	شبکه خبر
Y	Y	N	N	Y	Y	بی‌بی‌سی

*Y=yes N=none

۱۳- پیوند شبکه‌های اجتماعی

سروش	بالاترین	یوتیوب	فیس‌بوک	توییتر	اینستاگرام	تلگرام	
Y	N	N	N	N	N	N	شبکه خبر
N	Y	Y	Y	Y	Y	Y	بی‌بی‌سی

*Y=yes N=none

۱۴- فراوانی مطالب رؤسای جمهوری

جدول متقاطع نوع اخبار و نام رؤسای جمهوری				
		نام		مجموع
		روحانی	ترامپ	
نوع خبر	کوتاه	10	51	61
	مشروح	27	21	48
کل		37	72	109

جدول متقاطع نام و نوع اختصاصی				
		نام		مجموع
		روحانی	ترامپ	
نوع	شبکه خبر	21	9	30
	بی‌بی‌سی	16	63	79
کل		37	72	109

بحث

بخش ۱- تحلیل کمی

سایت شبکه خبر ۳۷ مطلب در قالب‌های مختلف و سایت بی‌بی‌سی فارسی ۲۳ خبر مشروح و گزارش از سخنرانی رؤسای جمهوری دو کشور در مجمع عمومی منتشر کردند، اما تفاوت مهم، انتشار اخبار کوتاه در سایت بی‌بی‌سی فارسی است که در قالب پوشش خبری لحظه به لحظه (هم‌زمان با پخش مستقیم سخنرانی‌ها از تلویزیون این شبکه) انجام شد. انتشار ۶۱ خبر کوتاه در سایت بی‌بی‌سی فارسی از مجموع دو سخنرانی یادشده، در مقایسه با وبسایت شبکه خبر که از این امکان بهره نگرفته، جزو وجوه تمایز اصلی دو رسانه است. با این وجود، از آن جایی که بررسی و ارزیابی اخبار کوتاه به لحاظ ویژگی‌های تیترو، لید و... میسر نیست، صرفاً به بیان فراوانی آن‌ها اکتفا می‌شود.

عناصر خبری برجسته تیترو: تارنمای شبکه خبر و وبسایت بی‌بی‌سی تقریباً به میزان یکسانی از عناصر «که» و «چه» بهره گرفته‌اند؛ عنصر خبری «کجا» نیز در هر دو وبسایت در مرتبه سوم کاربرد بوده است. با توجه به آزمون کای اسکور به میزان $1/855$ و در سطح معنی‌داری بالای ۵ درصد، با ۹۵ درصد اطمینان، بین دو وبسایت تفاوت معناداری وجود ندارد. عناصر خبری برجسته لید: استفاده از عناصر «که» و «چه» در لید مطالب دو رسانه نیز همانند تیترو، در رده‌های اول و دوم قرار دارد. با توجه به آزمون کای اسکور به میزان $3/211$ و در سطح معنی‌داری بالای ۵ درصد، با ۹۵ درصد اطمینان، بین دو وبسایت تفاوت معناداری وجود ندارد.

ارزش‌های خبری در تیترو: دربرگیری، شهرت و کشمکش، به ترتیب در رده‌های نخست ارزش‌های خبری پرکاربرد در تیترو مطالب وبسایت شبکه خبر بود. در وبسایت بی‌بی‌سی فارسی، کشمکش، شهرت و دربرگیری به ترتیب بیشترین ارزش‌های خبری مورد استفاده در تیتروها بوده است. در تیتروهای سایت شبکه خبر، ارزش خبری دربرگیری با بیش از ۴۰ درصد کاربرد، و در تیتروهای سایت بی‌بی‌سی ارزش خبری کشمکش با بیش از ۴۳ درصد، بیشترین میزان را به خود اختصاص داده‌اند. با توجه به آزمون کای اسکور به میزان $12/192$ و در سطح معنی‌داری بالای ۵ درصد، با ۹۵ درصد اطمینان، تفاوت معناداری وجود ندارد. هرچند تاکید بر کشمکش در سایت بی‌بی‌سی فارسی بیشتر مشهود بود.

ارزش‌های خبری در لید: در لید مطالب سایت شبکه خبر سه ارزش خبری شهرت، دربرگیری و کشمکش صدرنشین بودند، اما در وبسایت بی‌بی‌سی فارسی، ارزش خبری کشمکش با فراوانی حدود ۶۱ درصد، در صدر قرار داشت. اما با توجه به آزمون کای اسکوئر به میزان $۶/۰۸۰$ و در سطح معنی‌داری بالای ۵ درصد، با ۹۵ درصد اطمینان، بین دو وبسایت تفاوت معناداری وجود ندارد.

ماهیت مطالب: از ۳۷ مطلب تارنمای شبکه خبر از مجموع دو سخنرانی، ۳۵ خبر و گزارش، رویدادمدار و ۲ مطلب فرایندمدار بود. تارنمای بی‌بی‌سی فارسی در کل ۲۳ مطلب خود از مطالب فرایندمدار بهره‌ای نبرده است. به دلیل صفر بودن فراوانی این شاخص در وبسایت بی‌بی‌سی، ترسیم نمودار و تحلیل آماری یافته فوق به لحاظ نرم‌افزاری میسر نبود.

صفات ارزشی در تیتراژ: سایت شبکه خبر دست‌کم در ۲ مورد از ۳۷ مطلب خود، از صفات ارزشی در تیتراژ و در ۴ مورد هم از صفات ارزشی در لید مطالب استفاده کرد. این رقم در مورد سایت رقیب، صفر است. به دلیل صفر بودن فراوانی این شاخص در وبسایت بی‌بی‌سی، ترسیم نمودار و تحلیل آماری یافته فوق به لحاظ نرم‌افزاری میسر نیست، هرچند اختلاف معنادار تعبیر می‌شود.

استفاده از صفات ارزشی در تنظیم مطالب، بیانگر دخالت دادن عقاید و نگرش‌های خبرنگار یا تیم سردبیری در انتشار خبر و گزارش رویدادهاست و به لحاظ حرفه‌ای چندان مقبول نیست. شیوه تنظیم مطالب در بی‌بی‌سی بدین لحاظ کمتر حساسیت مخاطب را برمی‌انگیزاند و به اصول حرفه‌ای نزدیک‌تر است.

روش تهیه مطالب: در وبسایت شبکه خبر ۲ مطلب تولیدی و ۳۵ مطلب پوششی منتشر شد. در وبسایت بی‌بی‌سی فارسی ۳ مطلب تولیدی، ۴ مطلب ترکیبی و ۱۶ مطلب پوششی بود. با توجه به آزمون کای اسکوئر به میزان $۱/۷۴۶$ و در سطح معنی‌داری بالای ۵ درصد، با ۹۵ درصد اطمینان، بین دو وبسایت تفاوت معنادار وجود دارد.

منابع خبری: در سایت شبکه خبر ۷۳ درصد اخبار و گزارش‌ها اختصاصی این رسانه، اما در بی‌بی‌سی بیش از ۹۵ درصد مطالب، اختصاصی بود. با توجه به آزمون کای اسکوئر به میزان $۰,۲۹۰$ و در سطح معنی‌داری بالای ۵ درصد، با ۹۵ درصد اطمینان، بین دو وبسایت تفاوت معنادار وجود دارد.

شیوه ارائه مطالب: وبگاه بی‌بی‌سی فارسی در بازه زمانی موردنظر تحقیق، ۱۲ خبر، ۸ گزارش، ۲ گفت‌وگو و یک تحلیل در این خصوص منتشر کرد. در همین مدت در تارنمای شبکه خبر ۳۰ خبر یا گزارش خبری کوتاه، یک مصاحبه، یک تحلیل و ۵ مورد بازنشر مطالب رسانه‌های دیگر (تصویر صفحه اول روزنامه‌های داخلی) منعکس شد. با توجه به آزمون کای اسکوتر به میزان ۴/۸۴۲ و در سطح معنی‌داری بالای ۵ درصد، با ۹۵ درصد اطمینان، به لحاظ آماری تفاوت معناداری وجود ندارد. اما چنان‌چه متغیری تحت عنوان اخبار کوتاه در این بررسی آماری لحاظ شود، نتایج کاملا متفاوت خواهد بود، زیرا در سایت بی‌بی‌سی فارسی ۶۱ خبر کوتاه از سخنرانی‌ها منتشر شد.

جهت‌گیری مطالب: ۱۶ درصد مطالب سایت شبکه خبر در قبال آمریکا و ۱۳ درصد مطالب بی‌بی‌سی در قبال ایران جهت‌گیری منفی داشت. سایت بی‌بی‌سی فارسی در تنظیم اخبار خود جانب‌داری مثبت به نفع هیچ یک از دو کشور نداشت اما در شبکه خبر افزون بر ۱۰ درصد مطالب جهت‌گیری مثبت در قبال ایران را نشان می‌داد. با توجه به آزمون کای اسکوتر به میزان ۰/۹۵۸ و در سطح معنی‌داری بالای ۵ درصد با ۹۵ درصد اطمینان، بین دو وبسایت تفاوت معناداری وجود ندارد. هر دو در تنظیم مطالب درجاتی از جانب‌داری را نشان می‌دهند.

مطالب بر حسب موضوع برجسته تیتراژ: افزون بر ۷۵ درصد مطالب وبگاه شبکه خبر به لحاظ رده‌بندی موضوعی ذیل عنوان دیپلماسی و سیاست خارجی می‌گنجد؛ اندکی بیش از ۸ درصد مطالب این رسانه به موضوع اقتصاد یا تحریم‌ها و ۲/۷ درصد نیز به انرژی هسته‌ای یا برجام پرداخته است. در تارنمای بی‌بی‌سی ۸۷ درصد مطالب مرتبط با دیپلماسی یا سیاست خارجی، حدود ۸ درصد به مسائل اقتصادی یا تحریم و حدود ۴ درصد نیز به موضوع هسته‌ای و برجام پرداخته است. با توجه به آزمون کای اسکوتر به میزان ۵/۰۴۷ و در سطح معنی‌داری بالای ۵ درصد، با ۹۵ درصد اطمینان، بین دو وبسایت، تفاوت معناداری وجود ندارد. تهدید نظامی یا تروریسم، موضوع برجسته در اخبار و گزارش‌های هیچ کدام از دو رسانه از سخنرانی‌های یادشده نبود.

امکانات چندرسانه‌ای: حدود ۴۶ درصد مطالب شبکه خبر با فیلم همراه بود و برای ۱۳/۵ درصد مطالب، عکس کار شده بود و ۵/۴ درصد مطالب هم توأمان با عکس و فیلم همراه بود، اما در مورد بیش از یک‌سوم مطالب این رسانه هیچ امکانات مالتی‌مدیا استفاده نشده بود. در وبسایت بی‌بی‌سی برای ۲۱ درصد مطالب از فیلم و برای ۲۶ درصد از تصویر استفاده شد، ولی

برای حدود ۳۵ درصد مطالب آن هیچ امکانات چندرسانه‌ای در نظر گرفته نشده بود. در این وب سایت در ۸/۷ درصد موارد از صوت و عکس برای مطالب استفاده شد، اما در وبسایت شبکه خبر از امکان صوت اصولاً بهره‌برداری نشده بود. با توجه به آزمون کای اسکور به میزان ۸/۹۲۰ و در سطح معنی‌داری بالای ۵ درصد، با ۹۵ درصد اطمینان، بین دو وبسایت تفاوت معناداری وجود ندارد.

امکانات تعاملی: در طراحی تارنمای شبکه خبر به خوبی از امکانات تعاملی وب ۲ بهره گرفته شد؛ به گونه‌ای که در مورد تمام مطالب این وبسایت، امکان بهره‌گیری از پیوندهای اخبار و موضوعات مرتبط، ارسال ایمیل و گردآوری بازخورد مطالب و دریافت اخبار از طریق خبرنامه الکترونیکی و آ.ا.س.اس پیش‌بینی شده بود. در وبگاه بی‌بی‌سی فارسی، شیوه سهل و دقیقی درباره بازخورد مطالب به مخاطب ارائه نشده بود.

پیوند به شبکه‌های اجتماعی: بی‌بی‌سی فارسی ذیل مطالب خود، امکان اشتراک‌گذاری اخبار و گزارش‌ها را در شبکه‌های اجتماعی پرمخاطب نظیر فیس‌بوک، توئیتر، یوتیوب، اینستاگرام، تلگرام و بالاترین فراهم کرده و در پاره‌ای اوقات در متن اخبار و گزارش‌ها مستقیم به حساب کاربری منابع خبری (خبرنگار، رؤسای جمهوری یا سخنگویان) در این شبکه‌ها پیوند داده، اما وبسایت شبکه خبر به جز درج پیوند حساب کاربری خود در شبکه داخلی سروش، از امکانات فضای مجازی برای نشر اخبار بهره نداشت.

فراوانی مطالب رؤسای جمهوری: دو رسانه در مجموع ۱۲۱ خبر و گزارش از دو سخنرانی منتشر کردند که ۶۱ مورد آن‌ها خبرهای کوتاه بی‌بی‌سی فارسی بود. از این تعداد، ۱۰۹ خبر اختصاصاً به یکی از دو رئیس‌جمهوری تعلق داشت و در بقیه به طور نسبی به هر دو پرداخته شد. حدود ۶۶ درصد کل اخبار به ترامپ و حدود ۳۴ درصد به روحانی مربوط می‌شد. هم‌چنین مطالب مرتبط با فقط روحانی در شبکه خبر ۲۱ مورد، مطالب مرتبط با فقط ترامپ در شبکه خبر ۹ مورد، تعداد مطالب مرتبط با فقط روحانی در بی‌بی‌سی (به جز اخبار کوتاه) ۶ فقره، اخبار کوتاه مرتبط با فقط روحانی در بی‌بی‌سی ۱۱ مورد، مطالب مرتبط با فقط ترامپ در بی‌بی‌سی (به جز اخبار کوتاه) ۱۲ فقره و اخبار کوتاه مرتبط با فقط ترامپ در بی‌بی‌سی ۵۰ مورد بود که گویای رویکرد سایت خبری بی‌بی‌سی در برجسته‌سازی بیشتر اخبار ترامپ و رویکرد تارنمای شبکه خبر در برجسته‌سازی بیشتر اخبار رئیس‌جمهوری کشورمان است. با توجه به آزمون کای اسکور و در سطح معنی‌داری بالای ۵ درصد، با ۹۵ درصد اطمینان بین دو وب-

سایت در انتشار اخبار مختص هر یک از دو سخنران و نیز استفاده از اخبار کوتاه، تفاوت معناداری وجود دارد. از ۶۱ خبر کوتاه بی‌بی‌سی ۵۱ خبر مربوط به سخنرانی ترامپ و ۱۰ خبر مربوط به روحانی بود.

بخش ۲: تحلیل محتوای کیفی

الف- بی‌بی‌سی و روحانی: این رسانه ضمن بازتاب انتقاد روحانی از رویکردهای ترامپ و راهبردهای سیاست خارجی ایالات متحده، خروج آمریکا از توافق‌نامه هسته‌ای و احتمال مذاکره مجدد را در خط خبری خود برجسته کرد. هم‌چنین با مهم دانستن امنیت منطقه خلیج فارس و موقعیت ایران در منطقه، در برجسته‌سازی اهمیت این رویداد، از مطالب رسانه‌های دیگر نیز بهره جست. اشاره گذرا به مخالفت دیگر کشورها با رویکردهای ترامپ، ارائه گزارش‌هایی در خصوص تبعات بازگشت تحریم‌ها برای مردم ایران و نیز، توافق ایران و ۴+۱ درباره سازوکار تازه تجارت، از دیگر محورهای اصلی این رسانه در پوشش خبری سخنان روحانی بود.

ب- بی‌بی‌سی و ترامپ: این رسانه ضمن انعکاس انتقادهای ترامپ از ایران، موضوع خروج آمریکا از برجام را محور قرار داد. در عین حال، به مخالفت سران کشورها با دیدگاه‌های دولت ترامپ هم‌گریزی زد. اشاره به سیاست‌های داخلی و منطقه‌ای ج.ا.ایران، تغییر شاخص‌های اقتصادی کشورمان در پی سخنرانی ترامپ، بازگشت تحریم‌های ایران در ماه نوامبر و احتمال ملاقات و مذاکره دوباره، از دیگر محورهای اصلی پوشش خبری این رسانه از سخنرانی رئیس‌جمهوری آمریکا بود. هم‌چنین موضوع ایران و کره شمالی در رویکرد سیاست خارجی ترامپ را با یکدیگر قیاس کرد و از این منظر به ارائه تحلیل خود از احتمالات پیش‌رو در آینده مناسبات دو کشور پرداخت.

ج- شبکه خبر و روحانی: این رسانه کوشید در مطالب خود مهم‌ترین هدف سفر رئیس‌جمهوری به نیویورک را تبیین ماهیت و تبعات سیاست‌های آمریکا توصیف کند و ضمن مانور دادن بر حمایت مقامات داخلی و خارجی از سیاست‌های رئیس‌جمهوری و نظام ج.ا.ایران و تقبیح آمریکا، دستاوردهای سفر روحانی به نیویورک را برای مخاطبان تشریح کند. این رسانه در رهیافت خود ضمن تأکید بر لزوم توسعه مناسبات بین‌المللی ایران، به نفی کلی مذاکره ایران و آمریکا در شرایط کنونی پرداخت و آن را در خط خبری‌اش مورد توجه قرار داد.

د- شبکه خبر و ترامپ: این رسانه با یادآوری دسیسه‌ها و سیاست خصمانه آمریکا برای مخاطب ایرانی، به مخالفت کشورها با خروج آمریکا از برجام و بازگشت تحریم‌ها اشاره داشت. برجسته‌کردن توانمندی دفاعی ایران و نفوذ آن در منطقه و تاکید بر پایداری ایران به تعهدات خود از محورهای اصلی این رسانه بود. تارنمای شبکه خبر هم‌چنین پوشش گسترده حواشی سخنان ترامپ را در دستور کار قرار داد و تاکید زیادی بر تمسخر وی از سوی رهبران و رسانه‌های جهان داشت. مانور دادن بر انزوای آمریکا در جهان به دلیل سیاست‌های استکباری ترامپ، دیگر خط خبری این رسانه بود. اشاره به دخالت‌های آمریکا در منطقه و حمایت از تروریسم، در عین تاکید بر شکست سیاست‌های آن در قبال ج.ا.ایران از جمله سیاست‌های ایران‌هراسی و تفرقه‌افکنانه کاخ سفید، از دیگر محورهای اصلی بود.

نتیجه‌گیری

در دنیای امروز، این رسانه‌ها هستند که به افکار عمومی جهت می‌دهند. ما به عنوان مخاطبان همه روزه رسانه‌های گوناگون، در معرض اخبار و اطلاعات بیشماری هستیم که البته به دلیل مقتضیات زمانه، تنها بخش کوچکی از آن‌ها را به طور خاص دریافت می‌کنیم و دیدگاه ما درباره جهان پیرامونی با توجه به همین سهم اندک از داده‌های دریافتی از رسانه‌ها شکل می‌گیرد. اگرچه همان‌گونه که در مفاهیم نظری اشاره شد، ظهور رسانه‌های جدید، مخاطبان را به کاربر مبدل ساخته و به دلیل ماهیت فناورانه رسانه‌های جدید، اغلب آن‌ها رویکردی تعاملی و مشارکتی برای جذب بیشتر مخاطب در پیش گرفته‌اند، اما با این وجود، هیچ رسانه‌ای به طور کامل بی‌طرف نیست. هر رسانه، گزارش رویدادها را با توجه به مصالح و منافع و سیاستگذاری پیشینی خود در معرض دید مخاطب می‌گذارد. از این رو، نوع اولویت‌گذاری اخبار و چینش رویدادها در خروجی رسانه با دروازه‌بانی خبر، شیوه‌های تکنیکی پر از ظرافت در برجسته‌سازی چهره‌ها و رویدادها، انگاره‌سازی و چارچوب‌سازی، بسیار مهم تلقی می‌شود.

درخصوص تأثیر فناوری بر صنعت خبر و فراگیری رسانه‌های جدید باید یادآور شد در قرن بیست‌ویکم صنعت رسانه در اکوسیستم دیگری خواهد بود که در آن پلتفرم‌های دیجیتال غالب خواهند بود. روزنامه‌نگاری دیجیتال هر روز مرزهای خود را گسترش می‌دهد و اینترنت به عنوان یک منبع خبری اصلی یا مهم به گزینه ترجیحی برای پیگیری اخبار تبدیل شده است؛ در عصر رسانه‌های اجتماعی و به خصوص جامعه‌ای که قاطبه جمعیت آن را جوانان تشکیل می‌دهند، اقناع و مدیریت افکار عمومی در گرو توجه رسانه‌های سنتی و جریان اصلی به رسانه-

های اجتماعی است (جهانشاهی: ۱۳۹۱). امری که سیاستگذاران رسانه‌های اصلی کشور به خصوص صداوسیما باید بدان توجه کافی داشته باشند و ملزومات آن را به خوبی مهیا سازند. از دیدگاه مدیران ارشد بی‌بی‌سی، رسانه‌های اجتماعی سه نقش بسیار ارزشمند دارند: پلتفرمی برای محتوا، گردآوری خبر و درگیر کردن مخاطب... شبکه‌های تلویزیونی استفاده از رسانه‌های اجتماعی را در پنج شیوه دسته‌بندی کرده‌اند: ارائه خبر در فیس‌بوک؛ ارائه اخبار کوتاه جمع‌آوری شده؛ به دست آوردن مخاطبان جدید در شبکه‌های اجتماعی و تالارهای گفت‌وگو؛ استفاده از حساب کاربری ارائه‌دهندگان و خبرنگاران برای انتشار و به‌روزرسانی اخبار و درنهایت، پوشش زنده رویدادها روی تلفن همراه... بی‌بی‌سی یکی از سازمان‌های خبری پیش‌تاز در بهره‌مندی از رسانه‌های اجتماعی است و از ۱۹۹۹ تاکنون روی اینترنت تلفن همراه حضور داشته و در ۲۰۰۳ تصویر را به محتوای موبایل خود افزوده است. تیم اخبار اجتماعی این رسانه به سرعت در رسانه‌های اجتماعی فعالیت می‌کند و محتوا را در قالب‌های مناسب در توئیتر بازنشر می‌دهد (جهانشاهی: ۱۳۹۴).

در مجموع باید گفت بی‌بی‌سی فارسی با استفاده از قابلیت‌های همگرایی رسانه‌ای و بهره‌گیری مطلوب از امکانات شبکه‌های اجتماعی و حساب کاربری رسمی خود و عوامل خبری‌اش در این فضاها به خوبی کوشش کرد که اشراف خبری خود را در پوشش رسانه‌ای این رویداد به مخاطب یا همان کاربر فعال امروزی بقبولاند و با برجسته‌سازی مقولات مدنظر و نوعی بازنمایی به سبک خود از این دو رویداد خبری مهم، مخاطب را ترغیب کند که اخبار و گزارش‌های تولیدی و تحلیلی این رسانه را پیگیری کند.

این میزان حساسیت و اهمیت‌دادن به ظرفیت‌های فناورانه عصر جدید در رسانه‌های خارجی قابل تامل است و رسانه‌های داخلی باید برای عقب نماندن از رقبای خود و حضور موثرتر در سپهر رسانه‌ای مخاطبان فارسی‌زبان، در این مسیر بیش از پیش بکوشند. این در حالیست که شبکه خبر جمهوری اسلامی ایران ضمن این‌که در عرصه رسانه‌های اجتماعی میدان را به کلی، خالی و به رقیب واگذار کرد، در عین حال به دلیل جهت‌گیری خاص سیاسی مدیران ارشد این سازمان در قبال دولت حسن روحانی، در پوشش خبری مطلوب سخنرانی وی نیز تلاش و امکانات حداکثری خود را به کار نگرفت و مخاطب این رسانه، کمتر مطالب تحلیلی و تولیدی یا اختصاصی آن از آوردگاه دیپلماتیک نیویورک را شاهد بود.

اشاره شد که رسانه‌ها این قدرت را دارند که توجه عموم را به مجموعه‌ای از مسائل و موضوعات معین و محدود، معطوف کنند و از طریق دروازه‌بانی و رده‌بندی اولویت رویدادها، بر ذهنیت مخاطبان به نحو دلخواه تاثیر بگذارند و افکار عمومی را به جهات موردنظرشان سوق دهند. بدین جهت، شاهد بودیم وبسایت خبری بی‌بی‌سی نیز درصدد القای اهمیت فراوان سخنرانی ترامپ در مجمع عمومی و موثر بر زندگی مخاطبان ایرانی خود بود؛ مخابره اخبار لحظه‌به‌لحظه و کوتاه، حتی اطلاع‌رسانی درباره لحظه ورود ترامپ به سازمان ملل به همراه پخش تصاویر چندثانیه‌ای از آن و ترغیب مخاطب به پیگیری اخبار متعاقب آن، در این راستا انجام شد.

پیشنهادهای

- ۱- دست‌اندرکاران رسانه‌ای کشورمان ضمن تلاش برای جلب اعتماد حداکثری و انعکاس سریع، دقیق و غیرجانبدارانه اخبار، از شبکه‌های اجتماعی برای نفوذ بیشتر اخبار در جمعیت هدف بهره‌جویند. زیرا تلفن‌های هوشمند جایگاه مسلط رسانه‌های سنتی را به چالش کشیده‌اند و رسانه‌های جریان اصلی که از رسانه‌های اجتماعی غفلت کنند، خود را از فرصت‌های جدید و شیوه‌های خلاقانه تولید محتوا و بخش قابل توجهی از مخاطبان محروم می‌کنند.
- ۲- با توجه به ویژگی‌های ژورنالیسم آنلاین، دست‌اندرکاران شبکه خبر باید تغییراتی در ارائه اخبار در وبسایت خود ایجاد کنند؛ از جمله بهره‌گیری از اخبار کوتاه، خلاصه‌نویسی، استفاده ترکیبی موثر از ابزارهای مالتی‌مدیا، بهره‌گیری از اخبار اختصاصی با اعزام خبرنگار و استفاده بیشتر از تفسیر و تحلیل روز.
- ۳- مراکز آموزش رسانه کشور مباحث جدید رسانه‌نگاری آنلاین و روزنامه‌نگاری شبکه‌های اجتماعی و اقتضات آن را در سرفصل دروس خود بگنجانند.
- ۴- همسنجی وبسایت‌های داخلی با دیگر وبسایت‌های فارسی‌زبان (صدای آمریکا...) هم‌چنان جای کار دارد. پیشنهاد می‌شود تحقیقات به روش‌های تحلیل تماتیک و گفتمان نیز انجام پذیرد تا رهیافت‌های نوین و موثری برای سیاست‌گذاران عمومی و رسانه‌ای به ارمغان آورد.

منابع

- آقارفعی، داود (۱۳۹۵): روزنامه‌نگاری اینترنتی در ایران، تهران، انتشارات سیمای شرق
- بدیعی، نعیم و قندی، حسین (۱۳۷۸): روزنامه‌نگاری نوین، تهران، دانشگاه علامه طباطبایی
- پورمیرزا، کرم (۱۳۹۱): چگونگی بازتاب تحولات سیاسی کشورهای عربی خاورمیانه و شمال آفریقا در رسانه‌ها؛ بررسی تطبیقی وبسایت ایرنا و بی‌بی‌سی فارسی؛ پایان‌نامه کارشناسی ارشد ارتباطات دانشکده صداوسیما
- جهانشاهی، امید (۱۳۹۴): «رسانه‌های اجتماعی و استراتژی‌های نوظهور رسانه‌های جریان اصلی»، فصلنامه رسانه، سال ۲۶، شماره ۴
- جعفری، محمد (۱۳۹۷): بررسی تطبیقی نحوه پوشش خبری حادثه پلاسکو تهران و گرنفل لندن در وبسایت‌های داخلی و خارجی (تحلیل محتوای وبسایت‌های شبکه خبر، پرس تی‌وی، سی‌ان‌ان و بی‌بی‌سی فارسی)؛ پایان‌نامه کارشناسی ارشد علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی
- خانیکی، هادی (۱۳۸۳): «دموکراسی دیجیتال»، فصلنامه رسانه، شماره ۵۹
- خلجی، محمد و خانیکی، هادی (۱۳۸۸): «جامعه اطلاعاتی، جوامع معرفتی، شکاف‌های دیجیتال و ضرورت‌های جدید توسعه»، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، زمستان ۸۸
- دادگران، سیدمحمد (۱۳۹۴): مبانی ارتباطات جمعی، چاپ بیستم، تهران، نشر فیروزه
- دانیل رایف و همکاران (۱۳۹۴): تحلیل پیام‌های رسانه‌ای؛ کاربرد تحلیل محتوای کمی در تحقیق، ترجمه: مهدخت بروجردی علوی، تهران، انتشارات سروش
- دلاور، علی (۱۳۹۶): مبانی نظری و عملی پژوهش در علوم انسانی و اجتماعی، تهران، انتشارات رشد
- دولانی، عباس و دیگران (۱۳۹۱): «مرورری بر پژوهش کیفی و نرم‌افزارهای تحلیل داده‌ها»، نشریه مدیریت سلامت، شماره ۱۵
- رضاقلی‌زاده، بهرام و دیگران (۱۳۸۹): «بررسی تطبیقی اخبار مرتبط با تروریسم در پایگاه‌های خبری صدای آمریکا و ایرنا طی سال‌های ۲۰۰۲ تا ۲۰۰۷ میلادی»، فصلنامه رسانه، سال بیستم شماره ۴
- زابلی زاده، اردشیر (۱۳۹۰): بازنمایی اعتراضات مردم کشورهای عربی در شبکه‌های خبری بین‌المللی؛ پایان‌نامه دکترای علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی
- زارعی محمودآبادی، امیرحسین (۱۳۹۱): اصول خبرنگاری و خبرنگاری؛ یزد، انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی
- شکرخواه، یونس (۱۳۹۰): واژه‌نامه ارتباطات، تهران، سروش
- شکرخواه، یونس (۱۳۸۸): خبر، تهران، دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه

- صلواتیان، سیاوش و دیگران (۱۳۹۷): «مطالعه تطبیقی عملکرد رسانه‌های جمعی در جریان‌سازی رسانه‌های اجتماعی از خبر فوت مرتضی پاشایی»، فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، سال چهارم، شماره ۱۵
- ضیایی پرور، حمید (۱۳۸۸): تکنولوژی‌های کاربردی روابط عمومی الکترونیک، جلد ۲، تهران، شرکت روابط عمومی و تبلیغات
- عبدالله، علیرضا (۱۳۸۷): بررسی تطبیقی ساختار و نحوه پوشش اخبار مربوط به ایران در تارنما‌های خبری ملی و بین‌المللی (تحلیل محتوای مطالب سیاسی تارنما‌های خبری ایرنا، بی‌بی‌سی فارسی و صدای آمریکا)؛ پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی
- غلام‌نیا، فرجاد (۱۳۹۵): تحلیل محتوای سخنرانی‌های دکتر روحانی در مجمع عمومی سازمان ملل (سال‌های ۹۲، ۹۳ و ۹۴)؛ پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد دانشگاه آزاد اسلامی تهران شرق
- فلیک، اووه (۱۳۹۶): درآمدی بر تحقیق کیفی، ویراست سوم، چاپ نهم، ترجمه: هادی جلیلی، تهران، نشر نی
- فرقانی، محمدمهدی و موذن، کاظم (۱۳۹۴): «دولت یازدهم و دیپلماسی رسانه‌ای آمریکا»، فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین؛ تابستان ۹۴
- قائدی، محمدرضا و گلشنی، علیرضا (۱۳۹۵): «روش تحلیل محتوا؛ از کمی‌گرایی تا کیفی‌گرایی»، فصلنامه روش‌ها و مدل‌های روانشناختی، سال هفتم شماره ۲۳
- کاستلز، مانوئل (۱۳۹۶): قدرت ارتباطات، ویرایش دوم، ترجمه: حسین بصیریان جهرمی، تهران، انتشارات علمی و فرهنگی
- کوواچ، بیل و روزنستیل، تام (۱۳۸۵): عناصر روزنامه‌نگاری؛ ترجمه: داود حیدری، تهران، دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه
- گیل، دیوید و دیگران (۱۳۸۴): الفبای ارتباطات، ترجمه: کریمیان و همکاران، تهران، دفتر مطالعات رسانه
- مجیدزاده، محمد (۱۳۹۰): بررسی پوشش مبارزات انتخاباتی دهمین دوره ریاست‌جمهوری ایران در وب‌سایت فارسی صدای آلمان و مقایسه آن با وب‌سایت بی‌بی‌سی فارسی و خبرگزاری ایرنا (یکم تا بیستم خرداد ۸۸)؛ پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد علوم ارتباطات؛ دانشگاه علامه طباطبایی
- مزیدی، علی محمد و جهانگیری، محمدرضا (۱۳۹۳): «تحلیل خبررسانی نوشتاری و تصویری خبرگزاری ایرنا و بی‌بی‌سی از مسابقات المپیک ۲۰۱۲ لندن»، فصلنامه رسانه، سال بیست و پنجم، شماره ۳
- مک‌براید، شون (۱۳۹۷): یک جهان چندین صدا؛ ارتباطات در جامعه امروز و فردا، ترجمه: ایرج پاد، تهران، انتشارات سروش

- مهدی‌زاده، سیدمحمد (۱۳۹۷): نظریه‌های رسانه، اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی، تهران، انتشارات همشهری
 - مهدی‌زاده، سیدمحمد (۱۳۸۷): رسانه‌ها و بازنمایی، تهران، دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
 - مک‌لوهان، مارشال (۱۳۷۷): برای درک رسانه‌ها، ترجمه: سعید آذری، تهران، سروش
 - مولانا، حمید (۱۳۸۷): جریان بین‌المللی اطلاعات؛ گزارش و تحلیل جهانی، ترجمه: یونس شکرخواه، تهران، دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه
 - موذن، کاظم (۱۳۹۲): دیپلماسی رسانه‌ای آمریکا در قبال بیداری اسلامی، تحلیل محتوای کیفی سایت فارسی صدای آمریکا؛ پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد مطالعات سیاستگذاری دانشگاه امام صادق (ع)
 - نوروزپور، محمدرضا (۱۳۸۸): نرم‌خبر و سخت‌خبر (خبرنویسی پیشرفته)، تهران، انتشارات ثانیه
 - ون لون، یوست (۱۳۸۸): تکنولوژی رسانه‌ای از منظر انتقادی، ترجمه: احمد علیقلیان، تهران، همشهری
- Abdullahi, Alireza (2007): "A comparative study of the structure and coverage of Iran-related news in national and international news websites (content analysis of the political content of IRNA, Persian BBC and Voice of America news websites)". Master's Thesis of Communication Sciences of Allameh Tabatabai University (In Persian)
 - Castells, Manuel (2016): "The power of communication", second edition. (Translation: Hossein Basirian Jahormi). Tehran. Scientific and cultural publications (In Persian)
 - Flick, Uwe (2016): "An Introduction to qualitative research". Third edition. (Translation: Hadi Jalili). Tehran. Ney publication (In Persian)
 - Furqani, Mohammad Mahdi and Mozen, Kazem (2014): "The 11th government and American media diplomacy". New Media Studies Quarterly. Summer 1994 (In Persian)
 - Gholam-Nia, Farjad (2015): "Analysis of the content of Dr. Rouhani's speeches at the United Nations General Assembly (years 1992, 1993 and 1994)". Master's thesis of Islamic Azad University of Tehran East (In Persian)
 - Jafari, Mohammad (2017): "A comparative study of the news coverage of the Plasco incident in Tehran and Grenfell in London in domestic and foreign websites (content analysis of the websites of Khabar, Press TV, CNN and BBC Persian)". Master's Thesis of Communication Sciences of Allameh Tabatabai University (In Persian)
 - Jahanshahi, Omid (2014): "Social media and emerging strategies of mainstream media". Media Quarterly. Number 4 (In Persian)
 - Khalji, Mohammad and Khaniki, Hadi (2008): "Information society, knowledge societies, digital divides and new development needs". Communication Research Quarterly. Winter 1388 (In Persian)
 - Khaniki, Hadi (1383): "Digital Democracy". Media Quarterly. Number 59 (In Persian)
 - Majidzadeh, Mohammad (1390): "Investigating the coverage of the 10th term of Iran's presidential election campaign on the Farsi website of the Voice of Germany and

comparing it with the BBC Farsi website and the IRNA news agency (1st to 20th June 2018)". Master's Thesis of Communication Sciences; Allameh Tabatabaei University (In Persian)

- McBride, Shawn (2017): "One world of many voices; Communication in today's and tomorrow's society" (Translation: Iraj Pad). Tehran. Soroush Publications (In Persian)
- Mehdizadeh, Seyyed Mohammad (2007): "Media and Representation". Tehran. Office of Media Studies and Development, Ministry of Culture and Islamic Guidance (In Persian)
- Mehdizadeh, Seyyed Mohammad (2017): "Media theories, common ideas and critical views". Tehran. Hamshahri Publications (In Persian)
- Molana, Hamid (1387): "International flow of information; Global Report and Analysis" (Translation: Yunus Shekarkhah). Tehran. Office of media studies and planning (In Persian)
- Mozen, Kazem (2012): "America's media diplomacy towards Islamic awakening, qualitative content analysis of Voice of America's Farsi website". Master's Thesis of Policy Studies, Imam Sadegh University (In Persian)
- Mozushi, Ali Mohammad and Jahangiri, Mohammad Reza (2013): "Analysis of the written and video coverage of IRNA and BBC on the London 2012 Olympic Games". Media Quarterly. Twenty-fifth year, number 3 (In Persian)
- Pourmirza, Karam (2012): "How to reflect the political developments of the Arab countries of the Middle East and North Africa in the media; Comparative review of IRNA and BBC Farsi website. Master's thesis in the field of Communication Sciences, Faculty of Broadcasting (In Persian)
- Rezaqlizadeh, Bahram and others (2009): "Comparative study of news related to terrorism in Voice of America and IRNA news sites during the years 2002 to 2007". Media Quarterly. Twentieth year number 4 (In Persian)
- Salvatian, Siavash and others (2017): "Comparative study of the performance of mass media in the circulation of social media from the news of Morteza Pashaei's death". New Media Studies Quarterly. forth year. Number 15 (In Persian)
- Stephen D. Cooper, Jim Kuypers & Matt Althous: The President and the Press, The Framing of George W. Bush's Speech to the United Nations -Marshall University- COMMUNICATIONS FACULTY RESEARCH - Fall 2008
- Talal Alshathry: A comparative framing analysis of ISIL in the online coverage of CNN and Al-Jazeera- Iowa State University, Graduate Theses and Dissertations 2015
- Van Loon, Yost (1388): "Media technology from a critical perspective" (Translation: Ahmad Aliqlian). Tehran. Hamshahri Publications (In Persian)
- Zabelizadeh, Ardeshir (2010): "Representation of Arab countries' protests in international news networks". Doctoral thesis of social communication sciences of Allameh Tabatabaei University (In Persian)