

The relationship between media policy and foreign policy

Case study: A confrontational study of Iranian and American English-language newspapers

Received: 2019-11-30

Accepted: 2020-01-30

Sajad Farokhipour *
Mahmoud Parvaneh **

In order to examine the relationship between media policy and foreign policy of the governments of Iran and the United States, this study has conducted a case study of news reports in four English-language newspapers in the two countries that are clearly dependent on the government. In this study, coping analysis method was used with verbal and genre coping analysis tools. The results indicate a significant difference in the ratio measured in Iran and the United States. The American model is based on the integration of media policy and policy with foreign policy and its inductive approach, while in Iran such an approach is almost never seen. The mainstay of most Iranian news reports is the inverted pyramid, which is used only for informing and informing, and has a significant impact on reducing the country's foreign policy freedom of action.

Keywords: Foreign Policy, USA, Iran, Media Policy, Soft Power, Verbal Conflict Analysis, English Language Newspapers.



Vol. 22, No. 88, Spring 2020

* Assistant Professor, University of Shahid Mahallati, Qom, Iran (eltcmu@gmail.com).

** PhD Student in Political Science, University of Tehran, Tehran, Iran.
(Corresponding Author) (m.parvaneh@ut.ac.ir).

نسبت سیاست رسانه‌ای با سیاست خارجی

مطالعه موردی: بررسی مقابله‌ای روزنامه‌های انگلیسی زبان ایران و آمریکا

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۹/۹

تاریخ تأیید: ۱۳۹۸/۱۱/۱۰

سجاد فرخی‌پور *

محمود پروانه **



نسبت سیاست رسانه‌ای با سیاست خارجی...

این پژوهش به منظور بررسی نسبت سیاست رسانه‌ای با سیاست خارجی دولت‌های ایران و آمریکا، به مطالعه‌ی موردی گزارش‌های خبری چهار روزنامه‌ی انگلیسی زبان در این دو کشور پرداخته است که وابستگی واضحی به حاکمیت دارند. در این بررسی از روش تحلیل مقابله‌ای با ابزار تحلیل مقابله‌ای کلام و ژانر استفاده شد. نتایج نشان‌دهنده‌ی تفاوت مهمی در نسبت‌سنجی موردنظر در دو کشور ایران و آمریکا است. الگوی آمریکایی، مبتنی بر هم‌سازی خط مشی و سیاست رسانه‌ای با سیاست خارجی و رویکرد القاء‌محور آن است؛ در حالی که در ایران چنین رویکردی تقریباً دیده نمی‌شود. سبک حاکم بر عمده‌ی گزارش‌های خبری روزنامه‌های ایرانی عمدتاً هرم وارونه هستند که صرفاً برای اطلاع‌رسانی و خبر دادن مورد استفاده قرار می‌گیرند و تاثیر قابل تاملی بر کاهش آزادی عمل سیاست خارجی کشور برجای می‌گذارند.

کلیدواژه‌ها: سیاست خارجی، آمریکا، ایران، سیاست رسانه‌ای، قدرت نرم، تحلیل مقابله‌ای کلام، روزنامه‌های انگلیسی زبان.

* استادیار، دانشگاه شهید محلاتی، قم، ایران. (eltcmu@gmail.com).

** دانشجوی دکتری علوم سیاسی، دانشگاه تهران، تهران، ایران. (m.parvaneh@ut.ac.ir).

هر نظاره‌گری در مواجهه با پدیده‌ها و موضوعات اجتماعی، به‌ویژه سیاسی، با رویکردهای متفاوتی از حیث رابطه‌ی رسانه با سیاست‌گذاری و سیاست‌ورزی برخورد می‌کند. تبیین و ارائه‌ی الگو برای نسبت رسانه و سیاست به‌ویژه در کشورهای صاحب رسانه‌های قدرتمند و پیشرفته مدت‌هاست که مورد توجه پژوهشگران قرار گرفته و آثار متعددی در این زمینه ارائه شده است. یکی از مناسب‌ترین و عینی‌ترین حوزه‌های قابل بررسی در این رابطه، نسبت سیاست رسانه‌ای با سیاست خارجی دولت‌هاست. این پژوهش با مطالعه‌ی موردی آن‌دسته از روزنامه‌های انگلیسی‌زبان که دارای وابستگی واضحی به حاکمیت در دو کشور آمریکا و ایران دارند، به بررسی مقایسه‌ای از نسبت فوق‌الذکر بپردازد. در مورد آمریکا، آثار متعددی ارائه شده‌اند که بعضاً ترسیم‌کننده‌ی الگوهایی نیز بوده‌اند؛ اما در مورد ایران به‌علت‌های مختلفی تاکنون پژوهش‌های مناسبی صورت نگرفته است. سوال پژوهش این است که چه نسبتی بین سیاست رسانه‌ای روزنامه‌های انگلیسی‌زبان وابسته به حاکمیت در کشورهای ایران و آمریکا با سیاست خارجی این دولت‌ها وجود دارد؟ همچنین به سوال فرعی نیز پاسخ خواهیم داد که علت‌ها و زمینه‌های این نسبت خاص در نمونه‌ی ایرانی چیست؟ به‌منظور تحلیل داده‌های این پژوهش، از روش‌های تحلیل مقابله‌ای کلام و ژانر استفاده کرده‌ایم. باید خاطر‌نشان ساخت که پاسخ‌گویی به این سوال‌ها نیازمند پژوهش‌ها و بررسی‌های بیش‌تری است که مقاله‌ی حاضر بخشی از آن‌ها محسوب می‌شود.

۱. سیاست، قدرت، رسانه

بحث در مورد نسبت رسانه با سیاست رسمی، با توجه به توسعه‌ی رسانه و ظهور تکنولوژی‌های جدید، ابعاد پیچیده‌تر و با اهمیت‌تری پیدا کرده است. برخی در تفحص‌های خود، نقش رسانه را در تحولات اجتماعی، سیاسی و بین‌المللی چنان پر اهمیت نشان می‌دهند که برای مثال رخدادهای بزرگی هم‌چون "شکست دیوار برلین" را متأثر از نقش رسانه می‌دانند و پدیده‌ای جهانی چون CNN Effect را تئوریزه می‌کنند (Robinson, 2001, P.530-532).

این بررسی یک رابطه و کنش متقابل بین سیاست و رسانه را نمایان می‌سازد. آواتس در اثر خود با عنوان "مقدمه‌ای بر رسانه و سیاست" سه مرحله‌ی اصلی برای این نسبت متقابل بررسی و معرفی می‌کند. مرحله‌ی اول، "تولید خبر" است که محیط‌های سیاسی،





هنجارهای رسانه‌ای، مالکیت و وابستگی‌های سازمانی در آن نقش اساسی ایفا می‌کنند. مرحله‌ی دوم، "محتوای خبر" است که رسانه در حکم خروجی سیاست‌های اتخاذی تصمیم‌سازان عمل می‌کنند؛ مرحله‌ی سوم نیز مخاطب‌شناسی است که شناخت جامعه‌ی هدف و چگونگی اقناع آن، ناشی از برهم‌کنش رسانه و سیاست است (Oates, 2008, P.15-21).

این رابطه در حوزه‌ی سیاست خارجی وضوح بارزتری پیدا می‌کند. رسانه‌های جمعی نقش واسطه‌ای را ایفا می‌کنند که هم در شکل‌دادن به طرز تفکرهای سیاست خارجی و هم گزینه‌ها تاثیر به‌سزایی دارد (کگلی و ویتکف اوجین، ۱۳۸۲، ص. ۴۵۳). به‌طور خاص، در کشورهای قدرتمند ایفای نقش رسانه‌ها - به‌ویژه روزنامه‌ها - در تعیین دستور کار سیاست خارجی نمایان است. اتکال سیاست‌گذاران به اطلاعات این رسانه‌ها، نوع شناخت و واکنش را دیکته می‌کند. این امر نشان از جدایی‌ناپذیری سیاست خارجی از مدیریت در اخبار دارد که در اصلاح "سیاست مطبوعات" نامیده می‌شود. این یعنی قدرت اساسی و کهن "رکن چهارم"، به‌ویژه در کشورهایی چون امریکا. این امر موجب وابستگی جدی دولت‌ها به‌ویژه در سیاست خارجی به ایفای نقش مطبوعات در همراه کردن اذهان مردم و مخاطبان شده است (همان، ص. ۴۷۱).

جدیدترین و مناسب‌ترین مفهوم قابل استفاده برای تبیین و درک این نسبت، مفهوم ارائه‌شده توسط جوزف نای با عنوان قدرت نرم (Soft Power) است (Nye, 2004, P.23). وی قدرت نرم را قدرت هم‌رنگ‌سازی (Co-optive Power) و از نوع غیرمستقیم معرفی می‌کند که ناشی از جذابیت و جلب نظر فرهنگ، ارزش‌ها و سیاست‌های یک کشور است که عامل پذیرش، مشروعیت و فراگیری آن‌ها در نگاه مخاطبان می‌شود. این توان، به منابع ملموسی چون فرهنگ، ایدئولوژی و نهادها باز می‌گردد (Nye, 1990, P.5-31). ابزارهای رسمی قدرت نرم عمدتاً در اختیار و گردِ محور حکومت‌ها پراکنده‌اند که از مهم‌ترین آن‌ها دیپلماسی عمومی (Public Diplomacy) و از جمله سخن‌پراکنی (Broadcasting) به‌ویژه در عصر اطلاعات است. موفقیت به‌طور عمده‌ای به این بستگی دارد که داستان چه کسی قلوب دیگران را تسخیر کند (همان، ص. ۳۱ - ۳۲).

دیپلماسی عمومی که دو جبهه‌ی تماس مردم و مردم، و دولت یک کشور و مردم کشور دیگر را در عرصه‌ی دیپلماسی دربر می‌گیرد، فرایندی است که دولت یک ملت، برای برقراری ارتباط با جوامع خارجی جهت تاثیر گذاشتن بر نظرات عامه‌ی مردم یا نخبگان یک ملت دیگر به‌منظور چرخش سیاست خارجی و خط مشی‌های ملت هدف



به سوی منافع و خط مشی‌های مطلوب کشور اول اعمال می‌کند (مانهایم، ۱۳۹۰، ص. ۲۵-۲۴). در واقع، دیپلماسی عمومی - به‌ویژه با ابزار رسانه - توصیف دیگر پروپاگاندا در نگاه گذشته است. جان لی در مقدمه‌ی کتاب "افناع‌گران دیپلماتیک" به اهمیت باورنکردنی افکار عمومی چه دوست و چه دشمن و توجه روزافزون دولت‌ها به آن اشاره کرده است (همان، ص. ۲۶-۲۸). در این راه "ابر رویدادها"، وقایعی هستند که امکان دسترسی مطمئن به مجموعه‌ای از توده‌های مخاطبین را در سراسر جهان به‌منظور دستیابی به اهداف ملی سیاست خارجی فراهم می‌کنند؛ هرچند احتمال درگیری با حوادث احتمالی را نیز به‌همراه دارند (همان، ص. ۴۱-۴۰).

در دیپلماسی عمومی به‌عنوان یک کارزار اطلاعات پایه، نقش اساسی را رسانه‌ها بر عهده دارند؛ لذا عصر جدید و قرن بیست و یکم را می‌باید سده‌ی هدایت سیاست از طریق رسانه‌های جمعی دانست؛ این پوشش از طریق تحمیل روایت حکومت صاحب رسانه از رویدادها، نه فقط مخاطبان منفعل بلکه افراد درگیر در مبارزه را نیز متأثر می‌کند (تاورنر، ۱۳۹۰، ص. ۲۳۱-۲۲۷). البته اصل روان‌شناسانه‌ی اجتماعی "تعادل معرفتی" که عامل نفوذناپذیری عقاید مردمان است، نشان‌دهنده‌ی دشواری تاثیرگذاری رسانه‌ها بر طرز تفکر مردمان است، اما قدرتمندی رسانه اگرچه به‌طور قطعی نه در مورد چگونه فکر کردن، حداقل در مورد به چه چیز فکر کردن است (گگلی، ۱۳۸۲، ص. ۴۵۸-۴۵۷ و ۴۵۴). در این راه ابعاد روان‌شناختی اهمیت ویژه‌ای پیدا می‌کنند؛ یعنی شناخت بعد معنوی و تعیین بهترین روش اعمال نفوذ مستقیم و غیرمستقیم روی مخاطبان، اعم از افراد و سازمان‌های موثر در تفکر رهبری حریف، مخاطبان پیرامون دشمن مانند همسایگان، افکار عمومی بین‌المللی و افکار عمومی داخل کشور خود رسانه (کریگ، ۱۳۹۰، ص. ۲۳۷-۲۳۶ و ۲۳۲).

نمونه‌ی بارز این تعامل و نسبت سیاست و رسانه به‌ویژه در سیاست خارجی را می‌توان در آمریکا مشاهده کرد. واقعیت این است که در ایالات متحده از ابتدای شکل‌گیری رسانه و مطبوعات و با وجود تصریح قانون مطبوعات بر استقلال فکری روزنامه‌ها، در عمل روزنامه‌ها جانبدارانه عمل می‌کنند (Mitchel, 2007, P.5). نوام چامسکی در کتاب "تولید رضایت" روزنامه‌های آمریکایی را پیرو منافع قدرت سیاسی (دولت) و اقتصادی (یهودیان) معرفی می‌کند. حکومت امریکا در این راه از فیلترهای گوناگونی استفاده می‌کند. رسانه‌ها نیز از این طریق به ثبات سازمانی و منابع مالی دست می‌یابند (Chomsky & Herman, 1988, P.15-17). به‌طور خاص‌تر، میرشمایر و وایت در کتاب جنجالی خود به تفوق لابی صهیونیست‌ها بر سیاست خارجی و

به تبع سیاست‌های اعلانی از رسانه‌ها اشاره کرده‌اند (Mearsheimer & Walt, 2007, P.170). در نگاهی دیگر، نظرات و شواهدی در تضعیف نگاه فوق‌الذکر ارائه شده است. اول این که رویکرد مخاطب‌محوری و مشتری‌مداری رسانه‌های آمریکایی باعث شده است به دلیل کم‌توجهی عمومی مردم امریکا به امور خارجی، حجم کمی از مطالب رسانه‌ها به سیاست‌های خارجی و پدیده‌های بین‌المللی پردازند. البته در این میان رسانه‌ها و روزنامه‌های ملی، هم‌چون نیویورک تایمز استثنا هستند و بخش مهمی از پوشش خبری خود را به این حوزه اختصاص می‌دهند. البته این کم‌توجهی عمومی به نوبه‌ی خود عامل مهمی در فهم تاثیرگذاری رسانه‌های آمریکایی در فراتر از مرزهای ملی به‌ویژه در سیاست خارجی است (کگلی، ۱۳۸۲، ص. ۴۵۹-۴۵۶).

مورد دیگر پدیده‌ای است که مانهایم (۱۳۹۰) از آن به "دیپلماسی عمومی راهبردی" تعبیر می‌کند. این پدیده ناظر بر تلاش و نفوذ کشورهای مختلف برای تاثیرگذاری در نظام تصمیم‌سازی ابرقدرتی چون امریکا است. این امر از طریق رابطه‌ی کارفرما و سفارش‌دهنده (کشور خارجی) با شرکت‌های تبلیغاتی و رسانه‌های امریکا محقق می‌شود، به طوری که در دهه‌های اخیر رشد زیادی کرده است (ص. ۱۱). با توجه به همه‌ی تحلیل‌ها و بررسی‌های ارائه‌شده از جمله نمونه‌های ذکرشده و این که تا چه اندازه با واقعیت تطبیق دارند، پیوند وثیق سیاست رسانه‌ای - به‌ویژه موارد وابسته به حاکمیت - با سیاست خارجی در ایالات متحده امری واضح است.

البته جایگاه و نقش آفرینی این رابطه در دولت‌های مختلف امریکا، ضمن حفظ چارچوب‌ها و کلیات، همواره یکسان نبوده و با توجه به گفتمان حاکم بر سیاست خارجی، تفاوت‌هایی داشته است. مثلاً در نظر منتقدان بوش پسر، این مقطع در نتیجه‌ی سیاست‌های دولت او دوره‌ی افت قدرت نرم امریکا برای مثال در منظر مخاطبان جهان اسلام بوده است. این امر ناشی از عدم هوش بافت‌نگر است، درحالی که در جهان امروز در مقایسه با گذشته، بافت و بستر قدرت تفاوت چشم‌گیری پیدا کرده است. لذا کسانی چون نای معتقدند باید قدرت هوشمند را که ناشی از تلفیق موفقیت‌آمیز قدرت نرم با قدرت سخت است، جایگزین کرد (Nye, 1990, P.28-33) و این با تاکید بر ارزش‌های عمومی جهانی که امریکا ادعای رهبری و فراگیرکردن آن را دارد، امکان‌پذیر است. لذا در دولت اوباما، متأثر از این دیدگاه، چندجانبه‌گرایی جایگزین یک جانبه‌گرایی بوش پسر شد و بر قدرت نرم و بازیابی جایگاه امریکا در اذهان جهان تکیه بیش‌تری صورت گرفت (لین،



3

نسبت سیاست رسانه‌ای با سیاست خارجی...



۱۳۹۰، ص. ۹۹-۹۷)؛ این مساله به شدت به نقش آفرینی رسانه‌ها و مطبوعات برون مرزی وابسته است.

در هر حال در حاکمیت هر گفتمانی، پردازش چهره‌ی خیرخواهانه و نیک‌خواه از آمریکا به‌عنوان کشوری ناگزیر از رهبری جهان، در سیاست‌های اعلامی سیاست‌مداران و رسانه‌های هم‌سو وجود داشته است؛ چنان‌که در نظر کسانی مثل فرید زکریا، در جهان پساامریکایی، قدرت نرم آمریکا دارد به سیاست بین‌الملل شکل می‌دهد (همان، ص. ۱۱۲-۱۱۱). اما در طرف دیگر و در کشورهایی با بنیان‌های تازه تاسیس تر رسانه‌ای مانند ایران، به نظر می‌رسد رابطه‌ی سیاست و رسانه در یک الگوی منسجم و قابل فهم قابل ارائه نیست و تاکنون پژوهش‌های مناسبی در این زمینه به انجام نرسیده است. در واقع بررسی موردی انجام شده در این مقاله، در پی تبیین مقایسه‌ای نسبت متفاوت این امر در ایران و آمریکا است. نتایج این پژوهش می‌تواند قدمی در راه پژوهش‌های بیش‌تر و عمیق‌تر در ایران باشد.

۲. چارچوب نظری

تاکنون پژوهش‌های متعددی تلاش کرده‌اند در جهت فهم نسبت رسانه با سیاست به‌ویژه سیاست خارجی مدل تئوریک ارائه دهند. اشاره به برخی از مهم‌ترین این پژوهش‌ها به درک سیر تحول آن‌ها و فهم روش استفاده‌شده در این نوشتار کمک می‌کند.

مدل "سایبرت" که توسط پترسون و شرام ارائه گردید و در سال ۲۰۰۵ توسط گریبر اصلاح شد و بسط یافت؛ این مدل شامل چهار مولفه است که مهم‌ترین آن‌ها کارکرد حاکمیت‌محورانه‌ی رسانه است و بیان‌گر خدمت رسانه به حاکمیت می‌باشد (Naveh, 2002, P.3).

جهت درک رابطه‌ی چند بُعدی سیاست و رسانه، در پژوهش‌های اخیر تلاش شده است تا مدل‌های پیچیده‌تری ارائه شود. مطالعه‌ی "کریستین شولز" در سال ۲۰۱۳ در یک مدل تئوریک، نفوذ رسانه در تصمیم‌سازی و سیاست خارجی را نشان می‌دهد که عبارت است از نقش مستقیم، غیرمستقیم و عدم مداخله. تحقیقات کسانی چون "سارسینلی"، دوری یا نزدیکی سیاست رسانه‌ای با سیاست خارجی را نتیجه‌ی توازن بین هنجارهای رسانه‌ای، محیط سیاسی و رویکردهای سازمانی رسانه می‌داند (همان). در نظر

مانه‌هایم (۱۳۹۰) دستور کار رسانه در سه بُعد است: "رؤیت‌پذیری"، به معنای میزان یا برجستگی پوشش خبری ایجاد شده توسط رسانه برای هر بازیگر؛ "برجستگی نزد مخاطب"، یعنی تناسب واقعی یا ضمنی محتوای اخبار با نیازهای مخاطبین از ارجاع به عواملی مانند ثبات اجتماعی، امنیت اقتصادی، یا رفاه عمومی؛ و سوم "ظرفیت"، که به توجه، بی طرفی یا بی‌زاری عمومی نسبت به تصویر ارائه شده از یک موضوع مشخص باز می‌گردد (ص. ۲۶۴-۲۶۳).

در مدل گلن و همکارانش، فرایند تصمیم‌سازی سیاست خارجی یک فرایند دینامیک و پیچیده است که در آن، رسانه نقش ورودی یا خروجی فرایند را ایفا می‌کند. براساس این مدل، تصمیم‌سازی عرصه‌ی سیاست خارجی یا در پاسخ به مولفه‌ها و شرائط بین‌المللی انجام می‌شود و یا به فاکتورها و رویه‌های سازمان متبوع. در این مدل، شرایط درونی یک محیط انسانی متشکل از مردم، فرهنگ و خرد جمعی است که در این محیط، رسانه هم مبین افکار و انتظارات غیرحکومتی است و هم بیان‌کننده‌ی خط و مشی حکومت در درون و فرای محیط (Garrison, 2003, P.160-163).

"مایکل برشر" نیز پیش‌تر تلاش کرده بود مدلی با جزئیات بیش‌تر و گسترده‌تر برای نقش رسانه در سیاست خارجی ارائه دهد. وی بیان کرد که رسانه به مثابه یک شبکه‌ی ارتباطی در نظام سیاسی است که صاحبان رسانه را قادر می‌سازد تا جریان اطلاعات را به محیط عملیاتی انتقال داده و از این طریق، تصمیم‌سازی و رفتار خارجی قدرت صاحب رسانه را متأثر سازد (Brecher, 1972, P.2-4).

۲,۱. نظریه‌های رایج برای تحلیل نسبت سیاست خارجی و رسانه

در بررسی تئوریک پیشینه‌ی ادبی تحقیقات معطوف به رابطه‌ی بین سیاست خارجی و رسانه، پنج نظریه بیش از سایر نظریات به چشم می‌خورند:

الف) نظریه‌ی "تأثیر سی ان ان"^۱

این نظریه که در سال ۱۹۹۲ رواج پیدا کرد بر تأثیر جهانی پخش اخبار تلویزیونی بر تصمیم‌سازی دولت‌ها و حکومت‌ها در هنگام جنگ و بحران تأکید می‌کند. این نظریه بر این باور است که تصاویر تلویزیونی دارای قدرت فراوانی برای تأثیر بر نخبگان



و عموم جامعه هستند، به گونه‌ای که نتیجه‌ی ناشی از این تاثیر، دولت‌ها را وادار خواهد کرد تصمیماتی خارج از ملاحظات سیاسی و بر مبنای عاطفه‌ی رسانه‌ای و خرد عرفی اتخاذ کنند که گاهی دور از منطق سیاست‌گذاری به نظر می‌رسند (Robinson, 2000, P.222).

ب) فرضیه "نمایه"^۱

این فرضیه که بنیان آن در زبان‌شناسی و بر مبنای تحلیل محتوا استوار است، در تضاد با نظریه‌ی "تاثیر سی ان ان" قرار دارد و بر این ادعا تاکید می‌کند که تصمیمات سیاست‌سازان و پدیده‌های رسانه‌ای و حتی تولیدات فکری روزنامه‌نگاران و اصحاب رسانه متأثر از کنش‌های دیوان‌سالارانه‌ی سیاست‌مداران است و پوشش رسانه‌ای تنها بازتابی از این کنش‌ها در میدان عمل می‌باشد. بر این اساس، میزان نمایه‌سازی رسانه‌ای از کنش‌های سیاست‌مداران بستگی به عوامل متعددی دارد که از آن جمله می‌توان به دستور کار سازمانی رسانه‌ها اشاره کرد (Miller, 2007, P.73).

ج) انگاره‌ی "تعامل سیاست‌گذاری-رسانه"^۲

بر اساس این نظریه، رابطه‌ی سیاست خارجی و رسانه به دو شکل خواهد بود. شکل اول زمانی است که دولت یک سیاست مشخص و شفاف را حول یک موضوع خاص اتخاذ کرده است؛ به همین دلیل اگر پوشش رسانه‌ای حول آن موضوع شدید و انتقادی باشد، حکومت به ناچار از رسانه تاثیر می‌پذیرد و ممکن است تصمیماتی را اتخاذ کند که در جهت سیاست رسانه و خرد جمعی متأثر از رسانه باشد. شکل دوم زمانی خواهد بود که دولت یک سیاست مشخصی را حول یک موضوع خاص اتخاذ کرده است؛ در این صورت رسانه‌های هم‌نوا با دولت بر اساس همین دستور کار عمل خواهند کرد، ولی رسانه‌های مخالف با سیاست اتخاذشده، حتی در صورت کسب اجماع نخبگانی و پوشش گسترده و انتقادی، شانس کم‌تری برای تاثیرگذاری بر سیاست خارجی خواهند داشت (Robinson, 2000, P.227).

1. Indexing Hypothesis.

2. Media – Policy Interaction Model.

د) نظریه‌ی "تثبیت"^۱

براساس این نظریه، رسانه می‌تواند با اتخاذ رویکردهای بلاغی متاثر از بافت، توصیفی از تصمیم‌ساز سیاسی ارائه دهد که باعث تخریب پایگاه عمومی او شود و در عمل، حامیان سیاست‌ساز و سیاست اتخاذشده را از میدان خارج کرده و باعث تضعیف سیاست‌گذاری گردد. نوع و شدت این تخریب متاثر از ارزش‌های اخلاقی بافت اجتماعی است. چنین کنش رسانه‌ای باعث خواهد شد تا سیاست‌ساز، تصمیم اتخاذشده را رها یا تعدیل کند (Miller, 2007, P.7).

ه) نظریه‌ی "اولویت-زمینه"^۲

نظریه‌ی "اولویت-زمینه" ناظر به این موضوع است که رسانه چپستی و چگونگی تفکر را به مردم القا نمی‌کند، بلکه انگیزتار تفکر را در اختیار آنان می‌گذارد. براین اساس، روزنامه‌نگاران و خبرسازان با انتخاب اخبار، ابزار آن و واسطه‌ی انتقال آن، تاثیر مهمی در ساخت حقیقت سیاسی دارند؛ زیرا اولویت‌های خود را از طریق این دستکاری‌ها و چینش‌ها به مردم القا می‌کنند. این بدان معناست که رسانه با چینش و دستکاری اطلاعات در یک زمینه‌ی خاص، یک جنبه از زمینه‌ی سیاسی را برجسته می‌کند و مردم را به تفکر درباره اولویت‌های خود وادار می‌سازد (Barann & Davis, 2006, P.317).

در همه‌ی این مدل‌ها رابطه‌ی بین سیاست و رسانه یک رابطه‌ی مشروط و متاثر از متغیرهای بافتی و زمینه‌ای فراوانی است که ممکن است روایی پیشنهاد هرگونه رابطه‌ی نظری را متاثر کند. مقاله‌ی حاضر تلاش می‌کند تا در ابتکاری نوآورانه به بررسی پسینی این رابطه در محیطی حادث شده بپردازد. این تحقیق جزو نخستین پژوهش‌هایی است که تلاش کرده است تا با ابزار زبان‌شناختی یک مقوله مهم در علوم سیاسی را مورد بررسی قرار دهد. هم‌چنین از دیگر نوآوری‌های این تحقیق، عملی و کاربردی بودن آن است؛ زیرا تلاش کرده است تحقیقات حوزه‌ی علوم سیاسی را از نظریه‌پردازی صرف به سمت فضایی واقعی‌تر و ملموس‌تر سوق دهد. روایی ساخت مدل استفاده‌شده و امکان سنجش پایایی ابزار، نتایج و تعمیم آن‌ها از دیگر نوآوری‌های تحقیق حاضر است که در بسیاری از



3

نسبت سیاست رسانه‌ای با سیاست خارجی...

1. Positioning Theory.

2. Agenda Setting Theory.



تحقیقات نظری و کیفی کم‌تر دیده می‌شود. از این رو این مقاله در مطالعه‌ی موردی خود جهت پاسخ به سوال پژوهش، از روش تحلیل مقایسه‌ای (Contractive Analysis) بهره برده، و با استفاده از ابزارهای زبان‌شناسی (Linguistic tools) به کمک ابزارهای تحلیل مقابله‌ای کلام (Contrastive Discourse Analysis) و ژانر (Contrastive Genre Analysis) به انجام رسیده است.

۲،۲. تحلیل مقابله‌ای ژانر

تحلیل ژانر، یک شاخه از تحلیل کلام و زیرمجموعه‌ی زبان‌شناسی کاربردی است که به بررسی کلان‌ساختارها و الگوهای بلاغی در متن می‌پردازد تا با استخراج توالی‌های متنی قابل پیش‌بینی، رابطه‌ی بین عناصر کلان متن و بافت حاکم بر آن را مشخص کند (Swales, 1990, Pp. 17-18). در نظر باتیا، ژانر یک دسته از رخداد‌های ارتباطی است که به صورت نظام‌مند به دنبال القای اهداف ارتباطی خاصی هستند. به عبارت دیگر، ژانر، استفاده از زبان در یک بافت ارتباطی خاص، به منظور تحقق اهداف ارتباطی خاص است. این اهداف متعلق به یک نظم فکری - نظری خاص هستند که با تحمیل یک ساختار خاص بر کاربردهای دستوری - لغوی محقق می‌شوند (Bhatia, 1993, P. 23).

تحقیق حاضر با اتخاذ یک مدل تحلیل مقایسه‌ای ژانر متناسب با متون مطبوعاتی، به دنبال تشخیص کلان ساختارها در متون مطبوعاتی ایرانی و آمریکایی است تا با یافتن نظم نظری و فکری حاکم بر آن‌ها، اهداف سیاست خارجی را در آن‌ها به صورت مقایسه‌ای، تحلیل و بررسی کند. مدل اتخاذ شده در تحقیق حاضر، یک مدل تحلیل مقایسه‌ای ژانر نوشتار در متون مطبوعاتی است که توسط چین سون پاک (۲۰۰۱) ابداع و ویرایش شده است. این مدل تحلیلی شامل شش گام (Move) زبان‌شناسی است که براساس آن، ساختار گزارش‌های خبری شکل می‌گیرند (Pak, 2002, P. 80-88).

گام اول؛ تیتر (Title)

همه‌ی گزارش‌های خبری تیتر دارند. این گام، یک طرح کلی را بیان می‌کند که گزارش خبری بر آن استوار است. در روزنامه‌های مختلف تفاوت‌های سیاقی و سبکی بین تیترهای خبری وجود دارد. براساس ژانرهای مختلف گزارش‌نویسی، انواع متفاوتی از تیتر در گزارش‌های خبری استفاده می‌شود (Jabbari & Farokhipour, 2012, P. 55).

گام دوم؛ مقدمه (Preparatory Comment)

همان گونه که از اسم آن پیداست، این گام از گزارش خبری، ذهن مخاطب را برای

موضوع اصلی گزارش آماده می‌کند و بلافاصله بعد از مقدمه می‌آید.

گام سوم؛ موضوع اصلی (Main Topic)

مسئله‌ی اصلی‌ای است که در بدنه‌ی گزارش خبری بدان پرداخته شده است؛ این گام در اوایل گزارش خبری ارائه می‌شود.

گام چهارم؛ تز اصلی (Main Thesis)

این گام که مهم‌ترین گام برای القای سیاست موردنظر یا خط مشی سازمانی و حکومتی است، موضع رسانه را درباره‌ی موضوع اصلی ذکرشده در گزارش خبری بیان می‌کند. این گام بلافاصله بعد از گام سوم (موضوع اصلی) ارائه می‌شود تا موضع یا رویکرد سازمانی به موضوع اصلی را به صورت صریح و بدون فاصله‌ی متنی از آن بیان کند. گام چهارم مهم‌ترین ابزار مطالعه‌ی موردی پژوهش حاضر در بررسی مقایسه‌ای روزنامه‌های انتخاب‌شده مبنی بر ارائه یا عدم ارائه‌ی موضع یا رویکرد سازمانی به گزارش‌های خبری‌ای است که در بردارنده‌ی سیاست خارجی کشورهای مذکور است. نتایج یافته‌های سویلز نشان داده است که هدف ارتباطی (Communicative Purpose) در یک کلام نوشتاری (Written Discourse) توسط تغییر در ساختار کلام القا می‌شود (Swales, 1990, P.12).

براساس پژوهش مک کین، گزارش‌های خبری به دو نوع تقسیم می‌شوند. نوع اول گزارش‌های خبری اطلاع‌دهنده (Informative) هستند که به رساندن خبر به مخاطب بسنده می‌کنند و دارای ساختار خاص خود می‌باشند. برای مثال، این نوع گزارش‌ها معمولاً رویدادها را از مهم‌تر به کم‌اهمیت‌تر صرفاً به اطلاع مخاطب می‌رسانند. این همان شیوه‌ی کلاسیک خبرنگاری است. مک کین این سبک را "هرم وارونه" می‌نامد که مبتنی بر سخت‌خبر است. سخت‌خبر به نوعی از خبر اطلاق می‌شود که در آن، نویسنده اعمال نظر نمی‌کند و فقط آن‌چه را که هست، گزارش می‌دهد. هم‌چنین در این سبک مثلاً لید خبر، موضوع اصلی گزارش خبری را پوشش می‌دهد (Mckane, 2002, P.24).

نوع دوم عبارت است از گزارش‌های جهت‌دارانه القائی - استدلالی (Argumentative) که نیازمند ساختاری پیچیده‌تر در بدنه گزارش می‌باشد. در این نوع گزارش نویسی روزنامه نگار به اطلاع رسانی بسنده نمی‌کند و در گام چهارم از گزارش خبری، رویکرد سازمانی یا موضع رسانه‌ای خود را به منظور اقناع مخاطب و همسو کردن آن با گزارش ارائه می‌دهد (Mckane, 2002, P.43). این دسته بندی توسط تحقیقات بعدی سویلز که به بررسی متون مطبوعاتی متفاوتی پرداخته است نیز تایید شده است





(Swales, 2004, P.93). براساس یافته‌های این زبانشناس، رابطه بین ساختار و هدف کلام باعث تغییر در ژانر کلام می‌شود. در ژانرهای متفاوت گام‌های متفاوتی از ساختار بروز پیدا می‌کنند (Bhatia, 2008, P.163).

هر کدام از گام‌های ارائه‌شده در این مدل تحلیلی، دارای نشان‌گرهای زبان‌شناسی (Linguistic Markers) هستند که به کمک تحلیل‌های زبان‌شناسی در متون مختلف مطبوعاتی قابل تمیز می‌باشند. در تحقیق حاضر، ما نیز به کمک این ابزار زبان‌شناسی رابطه‌ی بین رسانه و سیاست خارجی در روزنامه‌های انگلیسی‌زبان ایرانی و آمریکایی را بررسی کرده‌ایم.

گام پنجم؛ تحلیل (Analysis)

این گام جهت اثبات و القای موضع ذکرشده در ذهن مخاطب (اقناع)، تحلیل‌ها، مثال‌ها، آمارها و توضیحات مرتبط با موضع ذکرشده درباره‌ی موضوع اصلی را ارائه می‌کند.

گام ششم؛ نتیجه‌گیری جهت‌دهنده (Directive)

این گام بیان مجدد تز اصلی و یا توضیحات جهت‌دار درباره‌ی موضوع اصلی است که در قالب توصیه، توضیح یا پیش‌بینی ارائه می‌شود.

۳. مطالعه‌ی موردی

۳.۱. روزنامه‌های انگلیسی‌زبان ایران و آمریکا

بررسی موردی پژوهش بر چهار نمونه از مهم‌ترین روزنامه‌های انگلیسی‌زبان ایران (تهران‌تایمز و ایران دیلی) و آمریکا (نیویورک‌تایمز و واشنگتن‌پست) متمرکز شده است که دارای پیوستگی و وابستگی‌های حاکمیتی واضحی هستند؛ بدین ترتیب بر آن بوده‌ایم تا امکان مقایسه‌ی دقیق‌تر و متناسب‌تری را فراهم آوریم.

روزنامه‌ی نیویورک‌تایمز در سال ۱۸۵۱ تاسیس و اکنون سومین روزنامه‌ی بزرگ آمریکاست و تنها، ورژن آنلاین آن ماهانه سی میلیون بازدید از سرتاسر دنیا دارد. اگرچه این روزنامه توسط جمهوری‌خواهان تاسیس شد، از سال ۱۹۵۶م موضع خود را به حمایت از دموکرات‌ها تغییر داد و بعد از آیزنهاور از هیچ نامزد جمهوری‌خواه آمریکایی حمایت نکرد. فارغ از خط مشی داخلی، این روزنامه همواره از سیاست خارجی دولت‌های آمریکا چه دموکرات و چه جمهوری‌خواه حمایت و در مسیر القای آن عمل کرده است. برای نمونه، این روزنامه علی‌رغم مخالفت با بوش در انتخابات ریاست جمهوری، در مدت روی



کار بودن این رئیس‌جمهور، از سیاست خارجی وی - از جمله در حمله به عراق - حمایت نمود به طوری که بعد از او و در دوره‌ی انتقاد از سیاست‌های بوش، به دلیل حمایت بیش از حد از بوش مجبور به عذرخواهی از مردم شد (The New York Times, 2011).

روزنامه‌ی واشنگتن‌پست، یکی از بزرگ‌ترین و قدیمی‌ترین روزنامه‌های آمریکا در سال ۱۸۷۷م تاسیس شد. برخلاف مشی محافظه‌کارانه‌تر نیویورک‌تایمز، واشنگتن‌پست مشی مستقل‌تر، انتقادی‌تر و لیبرال‌تری داشته است. این ویژگی چرخش مواضع داخلی بیش‌تری را به همراه آورده، چنان‌که با وجود تمایل بیش‌تر به جمهوری‌خواهان، گاهی در انتخابات دموکرات‌ها حمایت کرده است؛ از آن جمله می‌توان به حمایت این روزنامه در انتخابات ۲۰۰۸ از اوباما اشاره کرد. با وجود خط و مشی‌های خاص داخلی، این روزنامه‌های پرمخاطب و جهانی، نقش مهمی در ارائه و القای سیاست خارجی دولت‌های آمریکا ایفا کرده‌اند (The Washington Post, ۲۰۱۱).

مشی دو روزنامه‌ی انتخاب‌شده، نشان‌دهنده‌ی تلازم و همراهی سیاست رسانه‌ای آن‌ها با سیاست خارجی دولت مطبوع‌شان می‌باشد؛ چنان‌که توانسته‌اند با گردش بالا و فراگیر مخاطبان خود نقش مهمی در القای سیاست مذکور در ذهن مخاطبان بی‌شمارشان داشته باشند و به دلیل این تاثیرگذاری جهانی، چندین بار نیز جایزه‌ی پولیتزر را دریافت کنند.

دلیل انتخاب دو روزنامه‌ی انگلیسی‌زبان ایرانی تهران‌تایمز و ایران‌دیلی نیز علاوه‌بر وابستگی حاکمیتی، گردش و تیراژ بالای آن‌ها بوده است. این دو روزنامه متعلق به دو ارگان دولتی هستند و نقش مهمی در انعکاس سیاست‌گذاری‌های ملی در میان رسانه‌های نوشتاری ایران ایفا می‌کنند. روزنامه‌ی ایران‌دیلی در سال ۱۹۹۵م در خبرگزاری جمهوری اسلامی ایران راه‌اندازی شد و در تعداد زیادی از دفاتر منطقه‌ای این خبرگزاری در سراسر دنیا و هم‌چنین به صورت آنلاین در دسترس قرار گرفت. اگرچه در حال حاضر اکثر نویسندگان و خبرنگاران آن ایرانی هستند ولی در بخش بین‌الملل خبرگزاری ایرنا، شیوه‌ی خبرنگاری روزنامه‌های مهم غربی حاکم است. برای مثال، این روزنامه برای ویرایش خبرهای خود از کتاب مرجع خبرنگاری آسوشیتد پرس (AP Style Book) استفاده می‌کند.

روزنامه‌ی تهران‌تایمز در سال ۱۳۵۹ و با حمایت سازمان تبلیغات اسلامی، با هدف رساندن ندای اسلام به گوش جهانیان تاسیس شد. از ابتدا، این روزنامه از مستشاران خارجی زیادی برای خبرنگاری استفاده می‌کرد و این روند تاکنون نیز تا حدودی ادامه

داشته است. به طوری که حدود ده درصد نویسندگان، سردبیران و ویرایش‌گران این روزنامه و روزنامه‌ی ایران‌دیلی خارجی هستند.

۳,۲. جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها

با محور قرار دادن موضوع هسته‌ای ایران در یکی از مقاطع حساس، صد و بیست عنوان گزارش خبری از آرشیو چهار روزنامه‌ی مورد بررسی (هرکدام سی عنوان) در بازه‌ی زمانی سال ۲۰۱۱م به صورت تصادفی و دربار‌ه‌ی فرا رویداد برنامه‌ی هسته‌ای ایران انتخاب شدند. به عنوان نمونه نتایج آنالیز گزارش‌های روزنامه‌ی نیویورک‌تایمز و ایران‌دیلی و متن یک مورد از آن‌ها در زیر ارائه شده است. سپس جدول تجزیه و تحلیل گزارش‌ها براساس روش مطالعه با تکیه بر گام چهارم (موضع سیاسی رسانه) که محور اصلی مطالعه‌ی موردی حاضر است، تهیه و نمایش داده می‌شود.

آنالیز گزارش‌های نیویورک‌تایمز همراه با متن یک نمونه گزارش براساس گام‌های شش‌گانه زبان‌شناسی به شرح زیر می‌باشد:

گام یک: تیترا (فراوانی: ۳۰ مورد، درصد: ۱۰۰)

مثال:

Getting Iran to agree to talk about its nuclear program proves difficult (NY Times, Saturday, November 13, 2011; 9:42 PM)

گام دوم: مقدمه (فراوانی ۱۱ مورد، درصد: ۳۶)

مثال:

In the ongoing political skirmishes among Iran's leadership, it was the equivalent of bringing out the heavy ammunition: The country's most powerful figure warning that the post of elected president could someday be scrapped. (NY Times, Saturday, November 13, 2011; 9:42 PM)

گام سوم: موضوع اصلی (فراوانی ۳۰ مورد، درصد: ۱۰۰)

مثال:

For four months now, European Union foreign policy chief Catherine Ashton and Iranian negotiator Saeed Jalili have traded a series of letters trying to pin down a time and place for Iran to meet



with a group of powerful countries concerned about its nuclear program. Finally, late last week, the two sides appeared to have settled on a start date. (NY Times, Saturday, November 13, 2011; 9:42 PM)

گام چهارم: تز اصلی (فراوانی ۲۳ مورد، درصد: ۷۶)
مثال:

For four months now, European Union foreign policy chief Catherine Ashton and Iranian negotiator Saeed Jalili have traded a series of letters trying to pin down a time and place for Iran to meet with a group of powerful countries concerned about its nuclear program. Finally, late last week, the two sides appeared to have settled on a start date, but they have yet to agree on venue, a length for the talks or even the subject. Iran says it is willing to talk about everything but its uranium enrichment program; the other countries - the United States, Britain, France, Russia, China and Germany - want to talk mostly about the entire nuclear program. (NY Times, Saturday, November 13, 2011; 9:42 PM)

گام پنجم: تحلیل (فراوانی ۳۰ مورد، درصد: ۱۰۰)
مثال:

(Initiation of Argumentation) The difficult path to restarting the talks, which have been on hold for more than a year, doesn't bode well, analysts and diplomats say.

Argument number 1:

Iran Moves Against UN, Paragraph 1, and Body

The latest round of U.N. Security Council sanctions, which by all accounts have been more crippling than anticipated, was intended to force Tehran to begin negotiating seriously about its nuclear program. But Iranian officials, insisting that the program is for peaceful energy purposes, have given little indication they are interested in such a

negotiation.

Argument number 2:

US Stance on Iran Nuclear Program, Paragraph 2 Body

U.S. officials say that Iran's well-documented problems with its uranium enrichment program this year have greatly reduced concerns that Iran is on the brink of producing a nuclear weapon, giving additional time to strike a deal. Iran is enriching uranium with a Pakistani version of a half-century-old Dutch design, and "the Iranians now have discovered that it's a very poor machine," said a senior administration official who spoke on the condition of anonymity because of the sensitivity of the issue. "It's prone to breaking down. They've had hundreds and hundreds and hundreds of these things break down." The enrichment program appears to have plateaued at just under 4,000 active centrifuges, he added. "They could install a lot more if they wanted to but they've decided that this machine is a loser so that's why they stopped," he said, adding that the Iranians appear to have had little success with a more advanced design. Yet, paradoxically, the rise of a Republican majority in the House of Representatives could bring new political pressure to bear on the administration, forcing it to harden its stance on Iran and making it more difficult to strike a deal.

Argument number 2:

Negotiations will fail, Paragraph 3 and 4 Body

In the past week, senior GOP figures have pushed the administration to take tougher steps. Ilena Ros-Lehtinen, the incoming chairwoman of the House Foreign Affairs Committee, told Reuters that "if the country with whom we are negotiating with and playing diplomatic niceties with gets the feeling that they can string us along



and have no actions take place, I think that's to the detriment of the United States." She warned against conveying a "sense of weakness and a lack of resolve." At the same time, some analysts think the tough talk increasingly reduces the chances of a successful negotiation. "The stick side has been emphasized so much that it is hard for Iran to hear anything positive," said Paul R. Pillar, national intelligence officer for the Near East and South Asia from 2000 to 2005 who teaches at Georgetown University. He warned that military action would be "an enormous blunder with huge consequences for the United States." (NY Times, Saturday, November 13, 2011; 9:42 PM)

گام ششم؛ نتیجه‌گیری جهت‌دهنده (فراوانی ۳۰ مورد، درصد: ۱۰۰)
مثال:

The upcoming talks will also be complicated by a failed agreement concerning a medical research reactor in Tehran, the centerpiece of the talks in 2009. (NY Times, Saturday, November 13, 2011; 9:42 PM)

نمونه‌ی خبر روزنامه ایران دیلی؛

Salehi ,Ashton Review Cooperation Prospects

Foreign Minister Ali Akbar Salehi has highlighted the capacity for cooperation between Iran and the European Union. (Main Topic)¹

"Iran and the EU can complement each other and hold talks on a variety of issues," Salehi said Thursday in a meeting with the EU foreign policy chief, Catherine Ashton at the UN, IRNA reported. He said Iran had cooperated with the International Atomic Energy Agency (IAEA) on its civilian nuclear program. (2nd piece of hard

۱. در این جا لید خبر، موضوع اصلی گزارش خبری را پوشش داده است (سبک هرم وارونه).

news), rather than writers comment)¹.

In mid-July Salehi conferred with the IAEA chief Yukiya Amano in Vienna where both sides agreed to set up a new mechanism to resolve outstanding issues on Iran's nuclear program. Ashton made reference to Iran's role in the region and pointed to a host of issues for discussion between the two sides on the heels of the recent developments in the Middle East. She also stressed that the EU prefers a diplomatic solution to Iran's nuclear issue and expressed the hope that the problems would be solved. Ashton said she would soon respond to a letter from Iran's Secretary of Supreme National Security Council Saeed Jalili regarding talks between Iran and the G5+1. (Background information, hard news)²

Jalili had sent a letter to the senior EU official to inform her about Iran's willingness to again meet the G5+1 -- Britain, China, France, Russia, and the US plus Germany. In the letter, Iran said it has always been ready for talks on common ground to reach an understanding, Salehi said. Iran and the G5+1 held two rounds of talks in Geneva in December 2010 and in the Turkish city of Istanbul last January. Both sessions failed to produce the desired results. Salehi is accompanying President Mahmoud Ahmadinejad in his visit to attend the UN General Assembly in New York. (Background information, hard news)³



۱. در این قسمت از گزارش خبری نیز نویسنده به سبک هرم وارونه عمل کرده و بعد از ارائه‌ی لید به تحلیل موضوع به کمک سخت‌خبر پرداخته است.

۲. استفاده از سخت‌خبر برای ارائه‌ی پیشینه‌ی رخداد (سبک هرم وارونه).

۳. استفاده‌ی مجدد از سخت‌خبر برای ارائه‌ی جنبه‌ای دیگر از پیشینه‌ی تاریخی موضوع (سبک هرم وارونه).

In a meeting with British Foreign Secretary William Hague on Thursday, Salehi called on the West to end its policy of confrontation towards the Islamic Republic. The West, in particular European countries, should end their policy of “confrontation” specifically towards Iran as an influential country in the region and Muslim nations, IRNA quoted him as saying. He said Iran was “ready to cooperate” with the West on issue like Afghanistan, the war against terror and drug trafficking based on mutual respect. He criticized the Western double standards toward recent developments in the Middle East and North Africa. Hague called for cooperation with Iran based on mutual respect and said despite differences of opinion in many issues, Iran and the UK “could cooperate on Afghanistan and the anti-drug campaign”. Political cooperation could help remove “misunderstandings and promote mutual understanding”. Hague highlighted Iran’s role in regional and international developments and said the UK recognizes Iran’s right to develop peaceful nuclear technology. Salehi also met with his Dutch, Czech, Algerian, Finnish, Venezuelan and Georgian counterparts, during which he welcomed the expansion of economic and trade ties between Iran and these countries. (Analysis, expressing Confrontations through hard news)

Salehi also met his French counterpart Alain Juppe on Thursday and denounced the West’s double standards towards key issues like human rights as unacceptable. He said the West has developed the habit of “using human rights issues as a political tool”. On bilateral relations with France, the minister said “Iran wants relations with other countries on the basis of reciprocal respect”. “Iran and France could cooperate on various issues, including Afghanistan, the fight against drugs, terrorism and extremism,” he was quoted as saying. The



French official highlighted the necessity of direct consultations between the two countries and said his government was and is always open to talks with Iran. Paris recognizes Iran's right to peaceful nuclear technology within the framework of the nuclear Non-Proliferation Treaty; he was quoted as saying, and called for the resumption of talks between Iran and the G5+1. (Analysis 2, expressing political tools through hard news¹).

واضح است که خبر فوق یک سخت‌خبر است و با استفاده از سبک هرم وارونه (چیدمان اطلاعات از مهم‌تر به کم‌اهمیت‌تر) نگارش شده است و اعلام موضع و یا اتخاذ رویکرد سازمانی در آن دیده نمی‌شود. فراوانی گام چهارم در گزارش‌های خبری چهار روزنامه‌ها مورد بررسی، در جدول زیر آمده است.

جدول ۱: درصد فراوانی ارائه‌ی گام چهارم در نمونه‌ی اخبار بررسی‌شده

روزنامه	فراوانی (تعداد گزارش خبری بررسی شده)	فراوانی ارائه گام چهارم	درصد ارائه گام چهارم
ایران دیلی	۳۰	۱	۳,۳
تهران تایمز	۳۰	۲	۶,۶
واشنگتن پست	۳۰	۲۸	۹۳
نیویورک تایمز	۳۰	۲۳	۷۶,۶۶

۱. استفاده از سخت‌خبر برای آنالیز موضوع به کمک ابزار سیاسی و قوانین بین‌المللی برای انعکاس آن‌چه که اتفاق افتاده است، بدون نتیجه‌گیری یا اعلام موضع (سبک هرم وارونه).

جدول ۲: مقایسه ساختار گزارش خبری براساس مدل تحلیلی

اطلاع رسانی	القائی		رویکرد
عدم القای رویکرد	القا با فاصله رویکرد از موضوع اصلی	القای زود هنگام رویکرد بلافاصله بعد از موضوع اصلی	القای رویکرد
ایران دیلی / تهران تایمز	واشنگتن پست / نیویورک تایمز	واشنگتن پست / نیویورک تایمز	روزنامه ها
<ul style="list-style-type: none"> • تیتراژ • موضوع اصلی • بحث، پیش زمینه‌ی خبر یا اطلاع رسانی از اهم به مهم • جمع بندی 	<ul style="list-style-type: none"> • تیتراژ • موضوع اصلی • تحلیل • تز اصلی • تحلیل • نتیجه گیری جهت دهنده 	<ul style="list-style-type: none"> • تیتراژ • موضوع اصلی • تز اصلی • تحلیل • نتیجه گیری جهت دهنده 	ساختار کلی گزارش های خبری براساس گام های مدل تحلیلی

تحلیل داده‌ها نشان گر آن است که اکثر گزارش‌های خبری روزنامه‌های آمریکایی مورد بررسی، گام چهارم (تز اصلی) را در خود جای داده و رویه‌ی سازمانی یا موضع سیاست خارجی دولت متبوع خود را القا می‌کنند. برای مثال؛ روزنامه‌ی نیویورک تایمز در یکی از گزارش‌های خبری خود، پس از ارائه‌ی موضوع مبنی بر احتمال مذاکره‌ی هسته‌ای ایران و اروپا، بلافاصله موضع سیاست خارجی آمریکا را بیان کرده و القا می‌کند که احتمال توافق کم است. حال در نظر بگیرید که این روزنامه چند روز قبل از مذاکرات در



اختیار سیاستمداران اروپایی یا نخبگان سیاسی این کشورها قرار بگیرد. بدیهی است که تاثیرات القائی چنین چیدمان زیرکانه‌ای از اطلاعات جهت‌دار غیرقابل چشم‌پوشی است. در مقابل، چنین رویکردی در نمونه‌ی روزنامه‌ی ایرانی دیده نمی‌شود. بررسی‌های آماری تحقیق حاضر نشان می‌دهند که روزنامه‌های ایرانی فوق‌الذکر بیش‌تر اخبار خود را براساس سبک هرم وارونه که یک سبک خبررسانی محض است، نگارش می‌کنند. در اکثر گزارش‌های خبری بررسی‌شده از روزنامه‌های ایرانی، گام مهم چهارم (تز اصلی) غایب است. در مواردی نیز که گام چهارم تا حدودی قابل رویت بوده است، معمولاً نمی‌توان یک تز اصلی غالب را به آن نسبت داد؛ زیرا جمله‌های تشکیل‌دهنده‌ی آن، پیوستگی زبان‌شناختی (Cohesion) و کلامی (Coherence) ندارند و مفهوم واحدی را انتقال نمی‌دهند.

در اکثر روزنامه‌های آمریکایی همه‌ی گام‌های زبان‌شناسی وجود دارند؛ درحالی‌که روزنامه‌های ایرانی از این ساختار پیروی نمی‌کنند. همان‌طور که مشاهده شد، در اکثر این گزارش‌ها، گام‌های دوم و چهارم و ششم مدل تحلیلی غایب هستند. در میان خود روزنامه‌های آمریکایی نیز تفاوت‌هایی دیده می‌شود که با توجه به موضوع انتخابی در نمونه‌برداری خبرها (که بحث برنامه هسته‌ای ایران بوده است) و موارد دیگر، باید به‌نحو جداگانه‌ای بررسی و تحلیل شوند.

نتیجه‌گیری

این مطالعه‌ی موردی، کارایی و توانایی روش تحلیلی استفاده‌شده را نشان می‌دهد. آثار پژوهشی مناسبی در نسبت‌سنجی سیاست رسانه‌ای با سیاست خارجی در ایران وجود ندارند. هدف آشکار این مقاله، بررسی مقایسه‌ای نسبت فوق‌الذکر بین ایران و آمریکا بود. مطالعه‌ی موردی این پژوهش نشان‌دهنده‌ی این تفاوت مهم بود که برخلاف الگوی آمریکایی - که مبتنی بر هم‌سازی خط مشی و سیاست رسانه با سیاست خارجی و رویکرد القاءمحور آن است - در ایران چنین رویکردی تقریباً دیده نمی‌شود.

براین‌اساس و در سایه‌ی مدل‌های نظری رایج می‌توان ادعا کرد که عملاً رابطه‌ی معنادار و سازمان‌یافته‌ای بین سیاست خارجی ایران و سیاست رسانه‌ی آن، حداقل در این مورد بررسی‌شده‌ی خاص، وجود ندارد و نمی‌توان وجود چنین رابطه‌ای را براساس هیچ‌کدام از قالب‌های نظری مطروحه در پیشینه‌ی ادبی تحقیق تبیین کرد. این در

شرایطی است که رابطه‌ی بین رسانه‌های آمریکایی و سیاست خارجی این کشور را می‌توان براساس نظریه‌ی اولویت-زمینه و انگاره‌ی تعامل سیاست‌گذاری-رسانه تبیین کرد. براساس نظریه‌ی اول، رسانه‌های آمریکا با چیدمان کلان ساختارها و الگوهای بلاغی در متن، انگیزتار لازم برای جهت‌دهی تفکر را در مخاطبان خود و جامعه‌ی بین‌الملل ایجاد می‌کند. هم‌چنین براساس انگاره‌ی فوق، یک تعامل معنادار بین سیاست‌گذاری آمریکا و سیاست رسانه‌ای این کشور وجود دارد که الگوهای زبان‌شناختی کشف شده در فرایند تحقیق نیز موید آن است. براین اساس، رسانه‌های آمریکایی مذکور به‌صورت سازمانی منعکس‌کننده‌ی سیاستی هستند که قبلاً در دستگاه سیاست‌گذاری این کشور ساخته شده است و اکنون نیز تبیین و تقویت می‌شود.

در مقابل، سبک حاکم‌پر گزارش‌های خبری روزنامه‌های ایرانی عمدتاً هرم وارونه است که برای اطلاع‌رسانی و خبردادن مورد استفاده قرار می‌گیرند. برای بررسی علت چنین نسبتی در ایران، پژوهش‌های جدیدی‌ای لازم است. به‌نظر می‌رسد که این ایراد اولاً ناشی از عدم توازن بین هنجارهای رسانه‌ای و رویکردهای سازمانی رسانه‌ی ایرانی و محیطی سیاسی است. فعالیت‌های نیروهایی با ملیت‌های مختلف در روزنامه‌های ایرانی مورد بررسی این مقاله، امکان حاکمیت گفتمان واحد و هم‌زبانی درونی و نیز هم‌خوانی در سیاست رسمی را تضعیف می‌کنند. به‌نظر می‌رسد علت دیگر، ضعف فضای علمی رسانه و ژورنالیسم در ایران است که خود معلول عوامل متعددی است. فضای‌های آکادمیک فعال در این زمینه که به تربیت نیروی رسانه‌ای می‌پردازند، بسیار محدود هستند. ماندن در فضای انتزاعی و انضمامی‌نکردن رهیافت‌ها نیز علت دیگری در این باب است. نداشتن پروتکل‌های انسجام‌دهنده و ضعف رابطه‌ی گفتمانی بین سیاست‌ورزان و اصحاب رسانه نیز در ایجاد این مشکل بسیار موثر بوده است.

لذا علل ساختاری، عدم تفاهم زبانی و گفتمانی، ضعف علمی و عدم ثبات بر سیاست‌ها و منافع ملی و اهداف فراملی در جابه‌جایی‌های قدرت در ایران، می‌تواند از علل احتمالی گسست بین سیاست رسانه‌ای و سیاست خارجی در ایران باشد که بررسی جوانب مختلف آن‌ها نیازمند پژوهش‌های جدید و متعدد دیگری است. بنابر بصیرت روح‌الله رضوانی در چارچوب تحلیلی‌اش، چنین اختلالاتی در نسبت داخل و خارج، کاهنده‌ی آزادی عمل در سیاست خارجی است (رضوانی، ۱۳۹۵، ص. ۵) در آمریکا، حتی در وجهی بالاتر از نسبت رسانه با سیاست خارجی، نوعی تناظر گفتمانی (نقاط پیوند و مفصل‌بندی) بین گفتمان‌های



سیاست خارجی با گفتمان‌های علمی مسلط بر روابط بین‌الملل - یعنی نسبت دانش و قدرت - قابل رویت است (مسعودی، ۱۳۹۲، ص. ۲۰-۱۸). این در حالی است که در ایران نه تنها تناظرات گفتمانی و نظام‌های دلالتی بین سیاست و رسانه وجود ندارد، بلکه به‌نظر می‌رسد حتی شناخت مناسبی از یک‌دیگر نیز ندارند. اثر داستان‌گون "جوزف نای" با عنوان "بازی قدرت" با هدف تبیین قدرت نرم و با محوریت داستانی برنامه‌ی هسته‌ای ایران، مصداقی روشن از این مدعا است.



منابع

- تاورنر، ا. (۱۳۹۰). کاربرد نظامی قدرت نرم، کارزارهای اطلاعات پایه دشواری کاریست، مخاطبان و تاثیرات آنها. در: قدرت نرم و سیاست خارجی ایالات متحده، دیدگاه‌های نظری، تاریخی و معاصر. ا. پارمار و م. کاکس (ویراستاران)؛ ع. طیب (مترجم). تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- رضانی، ر. (۱۳۹۵). چارچوبی تحلیلی برای بررسی سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران. ع. ر. طیب (مترجم). تهران: نشر نی.
- کریگ، ج. (۱۳۹۰). رهبری فناوری و قدرت نرم آمریکا. در: قدرت نرم و سیاست خارجی ایالات متحده، دیدگاه‌های نظری، تاریخی و معاصر. ا. پارمار و م. کاکس (ویراستاران)؛ ع. ر. طیب (مترجم). تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- کگلی، چ. د.؛ ویتکف اوجین. آ. (۱۳۸۲). سیاست خارجی آمریکا، الگو و روند. ا. دستمالچی (مترجم). تهران: وزارت امور خارجه.
- لین، ک. (۱۳۹۰). پروژنی تحمل ناپذیر قدرت نرم. قدرت نرم و سیاست خارجی ایالات متحده، دیدگاه‌های نظری، تاریخی و معاصر. در: ا. پارمار و م. کاکس (ویراستاران)؛ ع. ر. طیب (مترجم). تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- مانهایم، ی. ب. (۱۳۹۰). دیپلماسی عمومی راهبردی و سیاست خارجی آمریکا؛ گسترش نفوذ. ح. آشنا و م. ص. اسمعیلی (مترجم). تهران: دانشگاه امام صادق علیه السلام.
- مسعودی، ح. ع. (۱۳۹۲). گفتارهای سیاست خارجی آمریکا و دانش روابط بین‌الملل. تهران: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.
- Baran, S. & Davis, D. (2006). *Mass Communication Theory – Foundations, Ferment and Future*, California USA: Thomson Wadsworth.
- Bhatia, V.K. (1993). *Analysing genre: Language use in professional settings*. London: Sage Publications.
- Bhatia, V.K. (2008). Genre analysis, ESP and professional practice. *English for Specific Purposes*, 27(2), P.161-174.
- Brecher, M. (1972). *The Foreign Policy of Israel*. Oxford: Oxford Publications.
- Chomsky, N. & Herman, E.D. (1988). *Manufacturing consent: the political Economy of Mass Media*. U.S.A, Pantheon Books.
- Pak, C.h.S. (2002). *Newspaper Editorials: a comparative applied Genre Analysis*. Phd Thesis. University of Michiga.
- Garrison, J. (2003). Foreign policy Analysis in twentieth century. *International Studies Review*, 5(2), pp.155-202.
- Jabbari, M.J. & Farokhipour, S. (2012). *A Contrastive Genre Analysis of*

News reports. Yasuj: Yasuj University.

- Mckane, A. (2002). *News writing.* London: SAGES publications book.
- Mearsheimer, J.J. & Walt, S.M. (2007). The Israel Lobby and U.S. Foreign Policy (New York: Farrar, Straus and Giroux). *Diplomacy & Statecraft*, vol.19, No.4 (20081216): 787-795.
- Miller, D. (2007). *Media Pressure on Foreign Policy: The Evolving Theoretical Framework.* New York: Palgrave – Macmillan,
- Mitchel, S. (2007). *History of Newspapers.* London, Oxford University Press.
- Naveh, C.h. (2002). The Role of the Media in Foreign Policy Decision-Making: A Theoretical Framework. *Conflict & communication online*, Vol.1.
- Nye, J. (1990). *Bound to Lead: The Changing Nature of American Power.* New York: Basic Books.
- Nye, J.(2004). *Soft Power, The Means to Success in World Politics.* New York: Public Affairs.
- Oates, S. (2008). *Introduction.* In: *Introduction to Media and Politics.* London: SAGE.
- Robinson, P. (2001). Theorizing the Influence of Media on World Politics. *European Journal of Communication.*16(4), 523-544.
- Robinson, P. (2000). The Policy-Media Interaction Model: Measuring Media Power during Humanitarian Crisis. *Journal of Peace Research*, No.37, P. 613-633.
- Swales, J.M. (1990). *Genre analysis: English in academic and research settings.* Cambridge: Cambridge University Press.
- Swales, J.M. (2004). *Research Genres, Exploration and Applications.* Cambridge: Cambridge University Press.
- Adam, A. (2011). *The New York Times.* *Encyclopedia of Britannica.* Retrived from. www.britannica.com
- Adam, A. (2011). *The Washington Post.* *Encyclopedia of Britannica.* Retrived from: www.britannica.com



References

- Adam, A. (2011). The New York Times. Encyclopedia of Britannica. Retrived from. www.britannica.com
- Adam, A. (2011). The Washington Post. Encyclopedia of Britannica. Retrived from:www.britannica.com
- Baran, S. & Davis, D. (2006). Mass Communication Theory – Foundations, Ferment and Future, California USA: Thomson Wadsworth
- Bhatia, V. K. (1993). Analysing genre: Language use in professional settings. London: Sage Publications.
- Bhatia, V. K. (2008). Genre analysis, ESP and professional practice. *English for Specific Purposes*, 27(2), P. 161-174.
- Brecher, M. (1972). The Foreign Policy of Israel. Oxford: Oxford Publications.
- Chomsky, N. & Herman, E. D. (1988). Manufacturing consent: the political Economy of Mass Media. U. S. A: Pantheon Books.
- Craig, J. (2011). In A. Parmar & M. Kaks (Eds.), Leading US technology and soft power. In: US soft power and foreign policy, theoretical, historical and contemporary perspectives (A. R. Tayeb, Trans.). Tehran: Institute for Strategic Studies.
- Garrison, J. (2003). Foreign policy Analysis in twentieth century. *International Studies Review*, 5(2), pp. 155-202.
- Jabbari, M. J. & Farokhipour, S. (2012). A Contrastive Genre Analysis of News reports. Yasuj: Yasuj University.
- Kegley, Ch. D. & Wittkopof, E. R. (2003). US foreign policy, model and process. A. Dastmalchi (translator). Tehran: Ministry of Foreign Affairs.
- Lynn, K. (2011). In A. Parmar & M. Kaks (Eds), Immutable tolerance of soft power. Soft power and US foreign policy, theoretical, historical and contemporary perspectives. (A. R Tayeb, Trans.). Tehran: Institute for Strategic Studies.
- Manheim, Y. B. (2011). US strategic diplomacy and foreign policy; expanding influence. H. Ashna and M. S. Ismaili (translator). Tehran: Imam Sadegh University.
- Masoudi, H. A. (2013). US foreign policy discourses and knowledge of international relations. Tehran: Institute of Islamic Culture and Thought.
- Mckane, A. (2002). News writing. London: SAGES publications book.
- Mearsheimer, J. J. & Walt, S. M. (2007). The Israel Lobby and U. S. Foreign Policy (New York: Farrar, Straus and Giroux). *Diplomacy & Statecraft*, vol. 19, No. 4 (20081216): 787-795.
- Miller, D. (2007). Media Pressure on Foreign Policy: The Evolving Theoretical Framework. New York: Palgrave – Macmillan,
- Mitchel, S. (2007). History of Newspapers. London, Oxford University Press.
- Naveh, C. h. (2002). The Role of the Media in Foreign Policy Decision-



Making: A Theoretical Framework. Conflict & communication online, Vol. 1.

- Nye, J. (1990). Bound to Lead: The Changing Nature of American Power. New York: Basic Books.
- Nye, J. (2004). Soft Power, The Means to Success in World Politics. New York: Public Affairs.
- Oates, S. (2008). Introduction. In: Introduction to Media and Politics. London: SAGE.
- Pak, C. H. S. (2002). Newspaper Editorials: a comparative applied Genre Analysis. PhD Thesis. University of Michiga.
- Ramezani, R. (2016). An analytical framework for examining the foreign policy of the Islamic Republic of Iran (A. R. Tayeb Trans.). Tehran: Ney Publishing.
- Robinson, P. (2000). The Policy-Media Interaction Model: Measuring Media Power during Humanitarian Crisis. Journal of Peace Research, No. 37, P. 613-633.
- Robinson, P. (2001). Theorizing the Influence of Media on World Politics. European Journal of Communication. 16(4), 523-544.
- Swales, J. M. (1990). Genre analysis: English in academic and research settings. Cambridge: Cambridge University Press.
- Swales, J. M. (2004). Research Genres, Exploration and Applications. Cambridge: Cambridge University Press.
- Towerner, A. (2011). Military application of soft power, basic information campaigns, difficulty of application, audience and their effects. In: US soft power and foreign policy, theoretical, historical and contemporary perspectives (A. Parmar & M. Kaks, Eds.); (A. Tayeb, Trans.). Tehran: Institute for Strategic Studies.

