

تحلیل تطبیقی پوشش خبری حملات موشکی ایران و پاکستان به گروه‌های تروریستی (مورد مطالعه: خبرگزاری فارس، خبر فوری، بی‌بی‌سی فارسی و ایران اینترنشنال)

ایمان ملکی^۱، احمدرضا اصغرپور ماسوله^۲

چکیده

پوشش خبری اولیه رویدادها از اهمیت بالایی برخوردار است؛ زیرا بر درک و پیش‌زمینه فکری مخاطبان در خصوص رویدادها تأثیر می‌گذارد و همچنین، نشان‌دهنده جهت‌گیری و سیاست‌های رسانه‌ها می‌باشد. این مطالعه با استفاده از روش تحلیل محتوای کمی و کیفی، به بررسی و مقایسه اخبار منتشرشده در چهار رسانه فارسی‌زبان، طی چهار روز نخست پوشش خبری حملات موشکی ایران و پاکستان به گروه‌های تروریستی پرداخته است. رسانه‌های مورد بررسی شامل خبرگزاری فارس، خبر فوری، بی‌بی‌سی فارسی و ایران اینترنشنال هستند. تحلیل‌ها بر روی تعداد، قالب و نوع اخبار و همچنین سوگیری‌های موجود در اخبار کانال‌های تلگرامی متمرکز بوده است. نتایج حاصل از این مطالعه نشان می‌دهد که رسانه‌های داخلی، یعنی خبرگزاری فارس و خبر فوری، بیشتر به نمایش جنبه‌های دوستانه و همکاری بین ایران و پاکستان تمایل دارند. درمقابل، رسانه‌های خارجی، همچون بی‌بی‌سی فارسی و ایران اینترنشنال، بیشتر بر جنبه‌های تنش‌زا و اختلافات بین دو کشور تأکید می‌کنند. تفاوت‌ها در پوشش خبری، بازتاب‌دهنده سیاست‌ها و اهداف مختلف رسانه‌ها در ارائه اخبار است. همچنین، نشان‌دهنده نحوه القای دیدگاهی خاص برای تأثیر بر مخاطبان هر رسانه است.

کلیدواژه‌ها: خبرگزاری، ایران، پاکستان، رسانه‌های فارسی‌زبان، حمله موشکی، گروه‌های تروریستی.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۲/۰۹ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۳/۱۲

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی، گروه علوم اجتماعی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران (نویسنده مسئول).

imanmaleki44@gmail.com

۲. دانشیار، گروه علوم اجتماعی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران.

asgharpour@um.ac.ir

مقدمه

باتوجه به اهمیت روزافزون رسانه‌ها در شکل‌دهی به باورها و شناخت‌های مخاطبان، این نکته حائز اهمیت است که صاحبان و سیاست‌گذاران رسانه‌ای با انتخاب بخش‌هایی از واقعیت و برجسته‌سازی مسائل موردنظر، جهت‌گیری فکری مخاطب را تعیین می‌کنند. به‌همین خاطر، رسانه‌ها، از یک سو، خبر از واقعیتی بیرونی می‌دهند و از سوی دیگر، هر واقعیتی را از دیدگاه اولویت‌ها و ارزش‌های خود بازتاب می‌دهند (گاور و آن، ۲۰۰۹).

یکی از کارکردهای مهم رسانه‌ها، پوشش و انتشار مداوم خبر است. خبر به‌عنوان محصول رسانه‌ای، گزارشی از رویدادهای واقعی و عینی باارزش خبری است که تحت تأثیر عوامل درون‌سازمانی و برون‌سازمانی شکل می‌گیرد (بدیعی و قندی، ۱۳۸۴: ۳۴). با وجود دشواری دستیابی به تعریفی جامع از خبر، معیارها و شاخص‌هایی وجود دارند که در انتخاب یک رویداد خاص به‌عنوان خبر، از میان هزاران رویداد دیگر مؤثرند. درنهایت، آنچه به‌عنوان خبر منتشر می‌شود، حاصل انتخاب‌ها و تصمیم‌گیری‌های بی‌پایه و تصادفی نیست. درنتیجه، انتخاب و تمرکز بر یک خبر خاص، یا نادیده‌گرفتن خبری دیگر نیز مشخص‌کننده‌ی نیت‌ها و معانی مستتر در کنش‌های یک رسانه است (گیولتی و دیگران، ۲۰۰۴). این امر، منعکس‌کننده خنثی نبودن رسانه‌هاست؛ چراکه هر رسانه‌ای، تحت‌تأثیر ارزش‌ها و فرهنگ جامعه خود عمل می‌کند (گانم، ۲۰۰۹). هر رسانه خبری، سیاست‌های خبری خاص خود را دارد که مبنای عملکردش در پوشش و پخش اخبار است و از اهداف و راهبردهای آن ناشی می‌شود. از آنجاکه در فرایند خبررسانی، بازنمایی‌ای از رویداد صورت می‌گیرد، هر رسانه، براساس سیاست‌هایش، خبری از رویداد منتشر می‌کند (بائوم و ژوکف، ۲۰۱۹). پوشش خبری را می‌توان به‌عنوان یک متغیر مداخله‌گر در اهداف سیاسی دولت‌ها دانست. بخش عمده‌ای از این مداخله‌گری، حاصل نحوه پوشش خبری رسانه‌های تأثیرگذار در مراحل اولیه هر رویداد است؛ زیرا می‌تواند، چارچوب و برجستگی خاصی از آن رویداد را ایجاد کند. پوشش رسانه‌ای در روزهای اول، دیدگاه غالب درباره یک رویداد را تثبیت می‌کند و پس از آن، تصورات تثبیت‌شده عمومی را تقویت می‌کند (لی و دانگ^۱، ۲۰۱۶).

در یک دهه اخیر، مخاطبان اخبار، امکان دسترسی سریع‌تر به زیرساخت‌های مختلف را از طریق تلفن هوشمند به‌دست آورده‌اند (حسن و المصری^۲، ۲۰۱۹). از سوی دیگر، اغلب

1. Li & Dong
2. Hassan & Elmasry



سازمان‌های رسانه‌ای، توسط متخصصان این حوزه مدیریت می‌شوند و حساب‌ها و صفحات ویژه‌ای برای پوشش اخبار فوری و تخصصی دارند (براونز^۱، ۲۰۲۱). به‌نظر کارشناسان حوزه ارتباطات، اخبار بر عقاید مردم تأثیرگذارند. بر این اساس، مدیریت و تولید معنا و محتوای خبری در خبرگزاری‌های مختلف، متفاوت است. خبرگزاری‌ها، معمولاً در راستای اهداف خود، رویدادهای خبری را تغییر می‌دهند و واقعیت‌ها را بازتولید می‌کنند؛ به این طریق، تلاش می‌کنند به افکار عمومی جهت دهند (زابلی‌زاده و افخمی، ۱۳۹۲). این نوع پوشش خبری، باعث شکل‌گیری نگرش خاصی در مخاطبان درباره رویدادها می‌شود و آنها، براساس همین پوشش‌های خبری، موضع‌گیری منفی یا مثبت می‌کنند (برکویتز^۲، ۱۹۹۷).

کشورهای ایران و پاکستان، بیش از ۹۰۰ کیلومتر مرز مشترک دارند و همواره به‌عنوان دو کشور مسلمان و دوست شناخته می‌شوند (پریزادی و همکاران، ۲۰۱۱). حمله موشکی ایران، در شامگاه ۲۶ دی ۱۴۰۲ هجری شمسی^۳ به گروه تروریستی جیش‌العدل در ایالت بلوچستان پاکستان، به‌دلیل پاسخ به حمله تروریستی این گروه به نیروهای مرزی ایران شکل گرفت. براساس بیانیه کشور پاکستان، این کشور نیز صبح روز ۲۸ دی ۱۴۰۲^۴، مخفیگاه تروریست‌های مستقر در استان سیستان و بلوچستان ایران را مورد هدف موشک‌های خود قرار داد. این حملات موشکی، باعث توجه رسانه‌های مختلف به عواقب این رویداد در روابط میان دو کشور ایران و پاکستان شد.

همان‌طور که گفته شد، اهمیت پوشش خبری یک رویداد، در مراحل اولیه آن که به‌نوعی، سنگ‌بنای نگرش هر رسانه را در مورد آن رویداد مشخص می‌کند و موجب ایجاد یک نگرش پیش‌فرض، در مخاطب می‌شود. پوشش اولیه یک رویداد، در جهت‌دهی به نگاه مخاطب، تأثیر فراوانی دارد، از این رو سعی شده است تا در این مطالعه، واقعه حمله موشکی ایران و پاکستان به گروه‌های تروریستی، از نگاه رسانه‌های مختلف داخلی و خارجی، در پوشش خبری اولیه این رویداد مورد بررسی قرار گیرد و تفاوت پوشش خبری از ابعاد مختلفی همچون، حجم اخبار، سوگیری خبر و قالب انتشار خبر، تحلیل گردد. از نمونه‌های مشابه می‌توان به مطالعه‌ی دی وریس^۵ (۲۰۰۱)، درباره شیوه پوشش رویدادهای مهم اتحادیه اروپا در رسانه‌های کشورهای عضو

1. Bruns
2. Berkowitz

۳. مصادف با ۱۶ ژانویه ۲۰۲۴

۴. مصادف با ۱۸ ژانویه ۲۰۲۴

5. De Vreese

و همچنین، مقاله ارباوی و دی‌اسورت^۱ (۲۰۲۰)، درباره مطالعه مقایسه‌ای احساسات‌گرایی در ۱۴ شبکه تلویزیونی مختلف اشاره کرد.

این مقاله، گزارشی نظام‌مند از پوشش خبری یک واقعه مشخص است. نتایج این پژوهش به مدیران رسانه‌های داخلی کمک می‌کند، موقعیت محتوایی خود را در مقایسه دیگر رسانه‌های رقیب ارزیابی کنند. مدیریت صحیح و هدفمند رسانه‌ای، نیازمند در اختیار داشتن تصویری روشن از پیام‌هایی است که رسانه‌ها مخابره می‌کنند. این مقاله می‌تواند - هرچند محدود - به ایجاد این تصویر کمک کند.

۱. پیشینه نظری و تجربی

۱-۱. پوشش خبری

در پوشش خبری، علاوه بر خبر اصلی، تحلیل، تفسیر، یادداشت، عکس، ویدئو، مصاحبه، گزارش‌های مردمی و اظهارات مسئولان نیز دیده می‌شود. تحلیل همه این موارد در کنار هم، معنادر خواهد بود؛ درحالی‌که بررسی جداگانه آنها در بسیاری از مواقع فاقد ارزش است (سرابی و همکاران، ۱۴۰۱). در این تعریف، سه رکن اصلی وجود دارد: اولین رکن، بازنمایی است. بازنمایی به ابعاد اطلاعاتی تولیدات رسانه‌ای اشاره دارد. دومین رکن پوشش خبری، وقایع و رخدادها هستند. رخدادها، اتفاقات جاری و خبری هستند و وقایع، موضوع‌های پیشین هستند که منوط به شرایط زمان حال نیستند. سومین رکن پوشش خبری، وسایل ارتباطی است که علاوه بر رسانه‌های همگانی شامل خبرگزاری‌ها و شبکه‌های اطلاعاتی نیز می‌شود. رسانه‌های همگانی به دلیل تأثیر آنی و فوری، ابزارهای اصلی پوشش خبری هستند (نصرالهی، ۱۳۹۷: ۱۵).

در پژوهشی که نقاط قوت و ضعف پوشش خبری شبکه خبر از آتش‌سوزی پلاسکو بررسی شده است در پیشینه پژوهش این پژوهش، به راهکارهایی برای مدیریت هیجانات منفی در رسانه اشاره شده است (شمس و همکاران، ۱۳۹۸). علاوه بر این، در پژوهشی دیگر با رویکرد تطبیقی، پوشش رویدادهای سیاسی ایران، در سه تارنمای ایرنا، بی‌بی‌سی و صدای آمریکا مقایسه شده است. نتایج حاکی از تفاوت‌های ساختاری و محتوایی در پوشش این رسانه‌هاست (افخمی و عبدالله، ۱۳۸۸). در مطالعه‌ای دیگر با هدف بررسی نحوه‌ی تضعیف دموکراسی در بنگلادش، پوشش خبری رسانه‌های این کشور در مورد برخی موضوع‌های تحلیل قرار گرفته است. یافته‌ها نشان داده است



که پوشش خبری رسانه‌ها در دوره‌ی زمانی سه‌ماهه به نفع گروه‌های غالب سیاسی و اقتصادی بوده است. با وجود تفاوت‌های بنگلادش و آمریکا، مدل پروپاگاندا، با اصلاح یک فیلتر در مورد بنگلادش نیز قابل‌تعمیم است. همچنین، پوشش خبری رسانه‌های بنگلادش تفاوت زیادی با هم ندارند و به گسترش دموکراسی کمک چندانی نمی‌کنند (دهقان و احمد، ۲۰۱۹).

برای تسهیل در پوشش خبری، تقسیم‌بندی آنها به دو دسته رویدادمدار و فرایندمدار ضروری است. خبرهای رویدادمدار مربوط به رویدادهای مشخص و معین هستند، درمقابل، خبرهای فرایندمدار پیچیده‌ترند و فراتر از یک گزارش مجرد، درکی منظم، قاعده‌مند و جامع را منتقل می‌کنند؛ مانند گزارش‌های مربوط به پیامدهای عملکرد یک دولت. خبرهای رویدادمدار مربوط به رویدادهای مشخص و ارتجالی مثل نشست‌ها و آتش‌سوزی‌ها هستند، درحالی‌که خبرهای فرایندمدار پیچیده‌تر بوده و درکی جامع‌تر از یک موضوع ارائه می‌دهند (سرابی و همکاران، ۱۴۰۱). تاکتیک‌های پوشش خبری، روش‌هایی هستند که یک مؤسسه خبری به کار می‌گیرد تا بیشترین مخاطب را جذب کند. این تاکتیک‌ها، نقش مهمی در توانمندی‌های فنی، هنری و تأثیرگذاری رسانه‌های جمعی دارند. مهم‌ترین این تاکتیک‌ها پیشینه‌نویسی، اطلاعات محرمانه، کلی‌گویی، نقل قول از منابع ناشناس، استناد پیام به منبع مورد اعتماد مخاطب، استفاده از نخبگان، نزدیکی منبع پیام به مخاطب، بهره‌گیری از عواطف و علایق انسانی و قاطعیت بیان در ارائه خبر هستند (شمس و همکاران، ۱۳۹۸).

۲-۱. بازنمایی در پوشش خبری

اولین اصل مهم در بازنمایی، چینش خبری است. خبرهایی که در اولویت‌های خبری قرار می‌گیرند، نسبت به سایر خبرها از اهمیت و ارزش بیشتری برخوردارند. دومین اصل مهم، فضا و زمان اختصاص‌یافته به خبر است. هرچقدر به یک خبر، زمان بیشتری اختصاص یابد، امکان پرداختن به جزئیات و تأثیرگذاری بر مخاطب نیز بیشتر خواهد بود. سومین اصل نیز میزان حشو در خبر است. حشو بخش‌های غیرضروری خبرند که حذف‌شدنشان، آسیبی به مفهوم اصلی وارد نمی‌کند. در خبرهای تبلیغاتی، حشوها کمتر استفاده می‌شوند.

کورت لوین^۱، بنیان‌گذار نظریه دروازه‌بانی معتقد است که دروازه‌بانی خبر در تمام سطوح یک رسانه رخ می‌دهد. از انتخاب تیتیر گرفته تا انتخاب یک تحلیل که از میان تحلیل‌های گوناگون به مخاطب عرضه می‌شوند (شبیبر^۲ و همکاران، ۲۰۱۵).

در نظریه برجسته‌سازی، همین نکته از منظری دیگر مورد توجه قرار می‌گیرد. رسانه‌های جمعی می‌توانند با برجسته‌کردن برخی موضوع‌ها، توجه مخاطبان را به سمت آن موضوع‌ها سوق دهند. برجسته‌سازی باعث می‌شود برخی مسائل بیشتر مورد توجه قرار گیرند؛ درحالی‌که برخی دیگر نادیده گرفته می‌شوند (زاین^۳، ۲۰۱۴). به‌عنوان مثال، حکیم و محمدپور (۲۰۱۵) در پژوهشی با روش تحلیل محتوا، پوشش خبری بحران سوریه در دو سایت الجزیره و المیادین را بررسی کرده‌اند. نتایج حاکی از تفاوت‌های معنادار در برجسته‌سازی و شایعه‌پراکنی بود؛ به‌طوری‌که الجزیره از معارضان دولت سوریه حمایت می‌کرد؛ درحالی‌که المیادین، مواضعی متفاوت و حامی دولت سوریه داشت. در هر دو نظریه فوق، نوعی سوگیری در پوشش خبری مورد توجه قرار گرفته است. سوگیری در رسانه‌ها از دو منبع ناشی می‌شود، پیش‌داوری عمدی در گزارش‌دهی و سهل‌انگاری غیرعمد درباره یک طرف، منازعه سوگیری نشان‌دهنده تحریف استنباطی در رسانه‌هاست (جوزف^۴ و همکاران، ۱۳۹۹).

در پژوهشی با هدف مقایسه پوشش خبری، تشییع شهید سردار سلیمانی در رسانه‌های موافق و مخالف جبهه مقاومت با روش تحلیل محتوای کمی، اخبار منتشرشده در چند رسانه موافق (العالم، پرس تی‌وی، المیادین، المنار) و مخالف (العریبه، الحره، بی‌بی‌سی، سی‌ان‌ان) جبهه مقاومت، در بازه زمانی ۱۴ روزه مورد بررسی قرار گرفت. نتایج نشان داد رسانه‌های موافق، توجه بیشتری به رویداد داشته و از تیتیرهای اقناعی، تبلیغی و صفات مثبت بیشتری استفاده کرده‌اند. رسانه‌های مخالف نیز از نرم‌خبر و تنوع قالب بیشتری بهره برده‌اند. عناصر خبری در رسانه‌های مخالف و ارزش‌های خبری در رسانه‌های موافق برجسته‌تر بود. در منابع استنادی نیز تفاوت معناداری بین دو گروه رسانه وجود داشت؛ اما، در استفاده از منابع ایرانی تفاوتی نبود (فرخی و آریایی، ۱۴۰۱).

رویکرد مشابهی در نظریه چارچوب‌سازی وجود دارد. این نظریه می‌گوید: «رسانه‌ها، ابتدا موضوع‌ها و رویدادهای خاصی را برجسته می‌کنند و سپس آنها را در چارچوب معنایی خاصی قرار

1. Kurt Lewin
2. Shabir
3. Zain
4. Joseph



می‌دهند. چارچوب‌سازی بر شیوه تفکر و ادراک مخاطبان تأثیر می‌گذارد. رسانه‌ها با اتخاذ چارچوب خاصی موجب می‌شوند مخاطبان به نحو مشخصی درباره مسائل بیندیشند. رسانه‌ها، علاوه بر انتخاب داده‌ها، آنها را در قالب‌ها و فرمول‌های تعریف‌شده‌ای قرار می‌دهند و معنادار می‌سازند. بنابراین، قالب است که داده‌ها را انتخاب می‌کند و روابط آنها را شکل می‌دهد نه رویداد» (چانگ و دراکن^۱، ۲۰۰۷). به‌عنوان مثال، همچنین، در پژوهشی کیفی با روش تحلیل گفتمان انتقادی، سیاست‌های ارتباطی دو کانال تلگرامی در پوشش اخبار انتخاباتی بررسی شد. نتایج حاکی از سیاست تقابل‌گرایانه و تلقی باورهای خود به‌عنوان باورهای مردم بوده است (اسمیل‌نژاد و همکاران، ۱۳۹۸).

در یک جمع‌بندی از حاصل مرور پژوهش‌های پیشین می‌توان گفت که رسانه‌ها، بیشتر از آنکه بازتاب‌دهنده وقایع باشند، روایت خود را از یک واقعه بیان می‌کنند. این روایت، مرتبط با زمینه‌های فرهنگی و نیز اولویت‌های سیاستی آن رسانه است. به بیان دیگر، این فرض که رسانه‌ها اخبار کذب منتشر نمی‌کنند نمی‌تواند ما را به روایت آنها از واقعیت مطمئن کند؛ چرا که روایت آنها از چهارچوب‌های فرهنگی و سیاستی رسانه عبور کرده است و متناسب با آن بخش‌هایی از واقعیت به دلخواه رسانه پررنگ‌تر شده‌اند. رسانه‌ها در انتخاب واژه‌ها و جمله‌بندی خود نیز بازتاب‌دهنده بی‌طرف رویدادها نیستند. برای مقایسه پوشش‌های خبری باید هم به ساختار و فرم آنها توجه نمود و هم به محتوای آنها. آنچه در این پژوهش بررسی شده است، چهار روایت چهار رسانه از یک رویداد است. در بخش روش تحقیق، شاخص‌های مورد استفاده برای مقایسه فرمی و محتوایی پوشش‌های خبری بیان شده‌اند.

۲. روش تحقیق

روش این تحقیق، تحلیل محتوای کمی - کیفی است. دامنه مورد مطالعه خبرهای منتشرشده مربوط به حمله موشکی ایران و پاکستان به گروه‌های تروریستی در مرز دو کشور در چهار رسانه فارسی‌زبان در چهار روز اول شروع واقعه است. تحقیق حاضر شامل تمام پست‌های منتشرشده در کانال رسمی تلگرام‌های خبرگزاری فارس، خبرفوری، بی‌بی‌سی فارسی و ایران اینترنشنال، پیرامون موضوع ایران و پاکستان از زمان اعلام اولین خبر پیرامون پرتاب موشک از ایران به سمت مقر گروه تروریستی جیش‌العدل (از این گروه تروریستی، در خبرگزاری فارس و رسانه خبر

فوری، بعضاً با نام جیش‌الظلم نیز یاد شده) در خاک پاکستان در شامگاه ۲۶ دی‌ماه ۱۴۰۲ هجری شمسی تا دو روز بعد از حمله موشکی پاکستان به بخش‌هایی از نقاط مرزی ایران، در ۳۰ دی‌ماه ۱۴۰۲^۱ است. علت انتخاب این بازه زمانی، تمرکز بر اوج پوشش خبری این رویداد بوده است. چهار رسانه‌ی فارسی‌زبان موضوع پژوهش با ملاحظه بیشترین تنوع در رویکرد انتخاب شده‌اند. این رسانه‌ها، شهرت و وجهه مشخصی در فضای رسانه‌های فارسی‌زبان دارند. خبرگزاری فارس نزدیکی فکری به سپاه پاسداران انقلاب اسلامی دارد. رسانه خبر فوری، بسیار پرمخاطب است و سعی می‌کند در چارچوب قواعد و مقررات جمهوری اسلامی ایران فعالیت کند و در عین حال، رویکردی نسبتاً میانه و مستقل داشته باشد. بی‌بی‌سی فارسی وابسته به دولت بریتانیا است و در عین حال، نسبت به رسانه‌های فارسی‌زبان خارج از کشور سعی می‌کند رویکردی میانه‌رو داشته باشد. در آخر نیز رسانه ایران اینترنشنال، رویکرد تند و صریحی علیه جمهوری اسلامی ایران دارد که در میان رسانه‌های فارسی‌زبان خارج از ایران نیز حتی افراطی به شمار می‌رود. دلیل انتخاب شبکه اجتماعی تلگرام به‌عنوان بستر مورد بررسی این است که براساس آمار ایسپا، این شبکه اجتماعی، سومین بستر مورد استفاده ایرانیان در بین دیگر شبکه‌های اجتماعی است.^۲

۱-۲. مفاهیم مورد استفاده در تحلیل

- خبر: در این تحقیق، هر پست تلگرامی به‌مثابه یک خبر در نظر گرفته شده است.
- فرآیندمدار- بلند: خبرهایی را شامل می‌شود که حداقل یکی از این ویژگی‌ها را داشته باشند: به تحلیل موضوع پرداختند، بیش از دو بند بودند، بیش از یک دقیقه پادکست بودند و یا ویدئویی بیش از ۳۰ ثانیه بودند.
- رویدادمدار- کوتاه: خبرهایی را شامل می‌شود که صرفاً اتفاق افتادن رویدادی را بدون اطلاعات تکمیلی لازم مخابره می‌کنند و در کل شامل همه اخباری است که صرفاً به‌صورت سطحی اطلاع‌رسانی می‌کند.
- گزارش‌های مردمی: شامل پست‌هایی است که از جانب مردم ارسال شده است و منبع آن خبرگزاری‌های رسمی نیستند.

۱. مصادف با ۱۶ ژانویه الی ۲۰ ژانویه ۲۰۲۴

۲. براساس نظرسنجی ایسپا، در دی ۱۴۰۲، اینستاگرام، واتس‌آپ و تلگرام محبوب‌ترین نرم‌افزارهای مورد استفاده مردم ایران است.



- منبع خبر: شامل منابع رسمی، مقامات عالی‌رتبه یا شخصیت‌های برجسته‌ای که از آنها خبری نقل شده است. در پست‌هایی که شامل چند خبر بودند، ملاک، اولین خبر درج شده در پست تلگرامی بود.

۲-۲. مراحل تحلیل خبر

۱. جمع‌آوری اخبار و شمارش آنها.
۲. ثبت ویژگی‌های شکلی اخبار براساس معیارهای بخش قبل.
۳. تحلیل محتوای اخبار و استخراج تم‌های اصلی موجود در اخبار.
۴. تنظیم تم‌های مشترک میان اخبار.
۵. استخراج ویژگی‌های مشترک و محوری مربوط به هر رسانه.

۳. یافته‌های پژوهش

۳-۱. یافته‌های کمی

پس از جمع‌آوری اطلاعات مشخص شد که رسانه ایران اینترنت‌شال با انتشار ۲۰۱ خبر، بیشترین پوشش خبری را در میان دیگر رسانه‌های مورد مقایسه در این مطالعه دارا است. رسانه بی‌بی‌سی فارسی با انتشار ۹۷ خبر، رسانه خبر فوری با انتشار ۸۳ خبر و خبرگزاری فارس نیز با انتشار ۲۸ خبر، رویداد حمله موشکی ایران و پاکستان به گروه‌های تروریستی را در چهار روز اول این رخداد، پوشش خبری داده‌اند.

جدول ۱: توزیع فراوانی قالب ارائه خبر، در پوشش خبری چهار رسانه مختلف، پیرامون

حمله موشکی ایران و پاکستان به گروه‌های تروریستی

ایران اینترنت‌شال	بی‌بی‌سی فارسی	خبر فوری	خبرگزاری فارس	قالب ارائه خبر
۴۱ ۲۰٪	۷۸ ۸۰٪	۷۰ ۸۴٪	۲۰ ۷۱٪	خبر متنی (تعداد و درصد فراوانی)
۱۴۹ ۷۴٪	۱۸ ۱۹٪	۱۳ ۱۶٪	۸ ۲۹٪	ویدئو (تعداد و درصد فراوانی)
۱۱ ۶٪	۱ ۱٪	۰ ۰٪	۰ ۰٪	پادکست (تعداد و درصد فراوانی)
۲۰۱ ۱۰۰٪	۹۷ ۱۰۰٪	۸۳ ۱۰۰٪	۲۸ ۱۰۰٪	مجموع (تعداد و درصد فراوانی)

براساس جدول شماره ۱ مشخص است که خبرگزاری فارس، رسانه خبر فوری و رسانه بی‌بی‌سی بیشتر محتوای خود را در قالب خبر متنی انتشار دادند و رسانه ایران اینترنشنال سعی در پوشش خبری به‌وسیله ویدئو کرده است. هر چهار رسانه، کمترین توجه را بر روی انتشار پادکست، جهت پوشش خبری داشته‌اند.

جدول ۲: توزیع فراوانی نوع خبر در پوشش خبری چهار رسانه مختلف، پیرامون حمله موشکی ایران و پاکستان به گروه‌های تروریستی

ایران اینترنشنال	بی‌بی‌سی فارسی	خبر فوری	خبرگزاری فارس	نوع خبر
۱۳۲ ۶۶٪	۸۴ ۸۷٪	۲۰ ۲۴٪	۱۷ ۶۱٪	فرآیندمدار - بلند (تعداد و درصد فراوانی)
۵۳ ۲۶٪	۱۳ ۱۳٪	۶۱ ۷۴٪	۱۱ ۳۹٪	رویدادمدار - کوتاه (تعداد و درصد فراوانی)
۱۶ ۸٪	۰ ۰٪	۲ ۲٪	۰ ۰٪	گزارش‌های مردمی (تعداد و درصد فراوانی)
۲۰۱ ۱۰۰٪	۹۷ ۱۰۰٪	۸۳ ۱۰۰٪	۲۸ ۱۰۰٪	مجموع (تعداد و درصد فراوانی)

همان‌طور که در جدول شماره ۲ مشاهده می‌شود، خبرگزاری فارس، رسانه بی‌بی‌سی و ایران اینترنشنال تمرکز خود را بر روی انتشار اخبار، به‌صورت فرایندمدار و تحلیلی گذاشته‌اند و سعی بیشتری در ایجاد پیش‌زمینه در مخاطب و یا نحوه پیش‌بینی آینده رویداد داشته‌اند. از سوی دیگر، رسانه خبر فوری بیشتر اخبار خود را به‌صورت رویدادمدار و به‌صورت اخبار کوتاه، صرفاً جهت اطلاع‌رسانی از وقایع منتشر کرده است و سعی کمتری در انتشار اخبار تحلیلی داشته است. داده‌های گردآوری‌شده نشان می‌دهد، خبرگزاری فارس و رسانه بی‌بی‌سی در اخبار منتشرشده خود، هیچ بهره‌ای از گزارش‌های مردمی جهت پوشش خبری نبرده‌اند.



جدول ۳: توزیع فراوانی جهت‌گیری خبر در پوشش خبری چهار رسانه مختلف، پیرامون حمله موشکی ایران و پاکستان به گروه‌های تروریستی

جهت‌گیری خبر	خبرگزاری فارس	خبر فوری	بی‌بی‌سی فارسی	ایرین‌نشنال ایران
درجهت صلح (تعداد و درصد فراوانی)	۱۶ ۵۷٪	۴۱ ۴۹٪	۱۳ ۱۴٪	۲ ۱٪
تنش‌زا - علیه ایران (تعداد و درصد فراوانی)	۱ ۴٪	۳ ۴٪	۱۰ ۱۰٪	۱۵۲ ۷۶٪
خنثی یا نامشخص (تعداد و درصد فراوانی)	۱۱ ۳۹٪	۳۹ ۴۷٪	۷۴ ۷۶٪	۴۷ ۲۳٪
مجموع (تعداد و درصد فراوانی)	۲۸ ۱۰۰٪	۸۳ ۱۰۰٪	۹۷ ۱۰۰٪	۲۰۱ ۱۰۰٪

براساس داده‌های به دست آمده در جدول شماره ۳ می‌توان گفت که رسانه‌های خبری داخل کشور در پوشش خبری اولیه این رویداد، بیشتر اخباری را منتشر کردند که باعث ایجاد جوی آرام و صلح‌طلبانه در اذهان عمومی گردد و سیاست این دو رسانه، بیشتر بر نشان‌دادن دوستی و برادری میان دو کشور ایران و پاکستان بوده است. مفهوم جهت‌گیری خبر در جدول ۳، سوگیری رسانه درخصوص ادامه تنش یا برقراری صلح بوده است. رسانه بی‌بی‌سی، نسبت به دیگر رسانه‌های فارسی‌زبان دیگر، سعی در اطلاع‌رسانی رویداد بدون جهت‌گیری مشخصی کرده و بیشتر اخبار خود را در ادبیاتی ابهام‌آمیز و خنثی منتشر نموده است. رسانه ایران اینترنشنال نیز مبنای سیاست جهت‌گیری اخبار خود را در راستای افزایش تنش و انتشار اخبار علیه ایران گذاشته است و کمتر از هر رسانه‌ای، اخباری در راستای ایجاد صلح و نشان‌دادن دوستی دو کشور منتشر کرده است.

خبرگزاری فارس / وزیر کشور: روابط ایران و پاکستان بسیار خوب و نزدیک است. این خبر از منبع یک مقام ایرانی ذکر شده است و در قالب اخبار کوتاه و رویدادمدار به حساب می‌آید. این خبر، با توجه به اشاره میان دوستی دو کشور، خبری در جهت صلح است. خبر فوری: صفحه توئیتری اخبار نیروهای مسلح پاکستان اعلام کرد که ۷ هدف در ۳ نقطه در خاک ایران را (سراوان، شامسر و حنق) که مقرر تروریست‌ها بوده، مورد حمله قرار داده است.

این خبر، صرفاً گزارشی از نوشته‌ای توییتری از یک منبع رسمی دولت پاکستان را روایت می‌کند و در راستای اخبار غیرتنش‌زا و رویدادمدار قرار می‌گیرد.
خبرفوری: آمار جانب‌باختگان سراوان به ۹ نفر رسید.

معاون امنیتی استانداری سیستان و بلوچستان: دو نفر مرد نیز جزء جان‌باختگان حمله موشکی صبح امروز در یکی از روستاهای مرزی سراوان هستند که آمار به ۹ نفر رسید. / ایرنا
رسانه خبر فوری، تلاش داشته تا در بازنمایی حمله موشکی دو کشور، بیشتر از آنکه تحلیلگر باشد، صرفاً گزارش‌دهنده رویدادها باشد. این رسانه، سرعت انتشار اخبار را از آنکه خود راوی ماجرا باشد، مهمتر می‌داند و تلاش کرده است، خبرهای مختلف رسانه‌های معتبر داخل و خارج را در رسانه خود منتشر کند و تصویر جامعی از واقعه در تمام رسانه‌ها برای مخاطب خود داشته باشد. از این رو، بیشتر از اخبار رویدادمدار و کوتاه استفاده می‌کند و تحلیل‌های خیلی کمی از جانب خود به اخبار می‌افزاید تا میانه‌رو بودن خود را نیز بیشتر حفظ کند.

بی‌بی‌سی فارسی: حمله پاکستان به مناطق مرزی ایران؛ انگیزه پاکستان چه بود و مسیر تحولات آتی چیست؟

این حمله یک روز پس از آن صورت گرفته است که ایران با «موشک و پهپاد» به آنچه که مقامات حکومتی ایران، محل استقرار گروه جیش‌العدل در ایالت بلوچستان پاکستان خوانده‌اند حمله کرد.

بی‌بی‌سی فارسی: به گفته روابط عمومی ارتش پاکستان، در این عملیات پهپادهای انتحاری، پهپادهای پرسه‌زن، موشک و راکت به کار رفت و برای اجتناب از وارد آمدن خسارت و تلفات جانبی، تمهیدات لازم به کار گرفته شد.

خبر مذکور، با توجه به اینکه دارای توضیحاتی بیش از سه پاراگراف دارد از اخبار فرآیندمدار و بلند محسوب می‌شود، همچنین، منبع آن، خود خبرگزاری بی‌بی‌سی فارسی است و در دسته منابع خبری غیر جای می‌گیرد. با توجه به سؤالی بودن تیترو گزارشی بودن متن آن خبری غیرتنش‌زا به حساب می‌آید.

ایران اینترنشنال: از مخاطبان درباره تنش بی‌سابقه بین ایران و پاکستان پرسیدیم؛ یکی از شهروندان در تماس با ایران اینترنشنال می‌گوید: «دود حمله نسنجیده سپاه به خاک پاکستان به چشم مردم خودمان رفت و به تمامیت ارضی ایران تعرض شد.



این خبر از نوع گزارش‌های مردمی است که از اخبار کوتاه و تنش‌زا محسوب می‌شود. منبع خبر را می‌توان به منابع غیر اطلاق کرد؛ زیرا با آنکه از جانب یک شهروند ایرانی گفته شده است، اما چون منبعی رسمی یا مقام و شخصیتی سیاسی و برجسته آن را مطرح نکرده، نمی‌توان آن را موثق دانست.

جدول ۴: فراوانی منبع خبر در پوشش خبری چهار رسانه مختلف، پیرامون حمله موشکی ایران و پاکستان به گروه‌های تروریستی

منبع خبر	خبرگزاری فارس	خبر فوری	بی‌بی‌سی فارسی	ایران اینترنشنال
ایران (تعداد و درصد فراوانی)	۲۲ ۷۸٪	۵۹ ۷۱٪	۲۲ ۲۳٪	۳۲ ۱۶٪
پاکستان (تعداد و درصد فراوانی)	۴ ۱۴٪	۱۶ ۱۹٪	۲۲ ۲۳٪	۹ ۴٪
دیگر منابع (تعداد و درصد فراوانی)	۲ ۷٪	۸ ۱۰٪	۵۳ ۵۴٪	۱۶۰ ۸۰٪
مجموع (تعداد و درصد فراوانی)	۲۸ ۱۰۰٪	۸۳ ۱۰۰٪	۹۷ ۱۰۰٪	۲۰۱ ۱۰۰٪

طبق یافته‌های جدول ۴، اخباری که به نقل از منابع داخل ایران یا پاکستان منتشر شده است، در رسانه‌ها با یکدیگر متفاوت است. خبرگزاری فارس، نسبت به دیگر رسانه‌ها، درصد بیشتری از اخبار خود را از منابع داخل روایت کرده است. ایران اینترنشنال، با درصد بیشتری از دیگر رسانه‌ها از اخبار بین‌المللی و یا منابع غیر ایرانی و پاکستانی در اخبار خود استفاده کرده است. از دیگر نکات قابل توجه در استفاده رسانه‌ها از منابع مختلف، تلاش بی‌بی‌سی در انتشار اخبار با منابع ایرانی و پاکستانی به‌طور متعادل است. این در حالی است که تفاوت زیادی در درصد استفاده رسانه‌ها از منابع مختلف در اخبارشان به‌چشم می‌خورد.

۲-۳. یافته‌های کیفی: بازنمایی کنشگران رویداد

در این بخش، تصویری که رسانه‌ها از کنشگران کلیدی در این حملات ارائه کرده‌اند، توصیف می‌شود. این کنشگران شامل مقامات نظامی و سیاسی ایران و پاکستان، گروه جیش‌العدل و نیز ارتش آزادی‌بخش بلوچ بوده است.



جدول ۵: نحوه بازنمایی کنشگران رویداد در پوشش خبری چهار رسانه مختلف، پیرامون حمله موشکی ایران و پاکستان به گروه‌های تروریستی

موضوع بازنمایی	خبرگزاری فارس	خبر فوری	بی‌بی‌سی فارسی	ایران اینترنشنال
بازنمایی افرادی که در پاکستان مورد حمله موشکی واقع شدند.	گروهگ تروریستی جیش‌الظلم	گروهگ تروریستی جیش‌الظلم (جیش‌العدل (هردو)	جیش‌العدل	جیش‌العدل
بازنمایی افرادی که در ایران مورد حمله موشکی قرار گرفتند	اتباع غیر ایرانی اتباع پاکستانی جان باختگان	شهروندان بلوچ افراد بی‌شناسنامه قربانیان حمله موشکی		
نحوه بیان حمله موشکی پاکستان به داخل مرز ایران	حمله پاکستان حمله موشکی پاکستان حمله علیه مخفیگاه تروریست‌ها	حمله تلافی جویانه پاکستان حمله موشکی پاکستان حمله هوایی مرگ‌بار پاکستان		

در خبرگزاری‌ها، افرادی که در خاک پاکستان مورد حمله قرار گرفتند، بازنمایی متفاوتی از آنها صورت گرفت. رسانه‌های داخل ایران بر نامیدن این افراد به «گروه تروریستی جیش‌الظلم» تأکید داشتند؛ درحالی‌که، رسانه‌های خارج از ایران، این افراد را «جیش‌العدل» نامیدند. به‌طور دقیق، خبرگزاری فارس، این افراد را با پیشوندهای «گروه» و البته «تروریست» معرفی می‌کند و نام این افراد را جیش‌الظلم می‌نامد و حتی در خبری ذکر می‌کند که این گروه به دروغ، نام خود را جیش‌العدل نامیده‌اند. پایگاه خبری خبر فوری به‌مانند فارس، عمل کرده است، با این تفاوت که گاه از کلمه جیش‌العدل نیز برای نام بردن از این افراد استفاده می‌کند. رسانه بی‌بی‌سی فارسی و ایران اینترنشنال در اخبار خود بر نامیدن این گروه با عنوان «جیش‌العدل» تأکید دارند و هیچ‌گاه از کلمه گروه و تروریست، مگر در نقل‌قول‌هایی که از خبرگزاری‌ها و یا مقامات ایران مطرح می‌کند حرفی نمی‌زند. جیش‌العدل، نامی است که این افراد بر خود نهاده‌اند و بازنمایی این دو رسانه از این افراد، مشابه بازنمایی مدنظر همان افراد است.

بازنمایی رسانه‌ها از افرادی که مورد حمله موشکی در ایران قرار گرفتند نیز متفاوت بوده است. رسانه‌های داخل کشور از افرادی که در ایران مورد حمله موشکی قرار گرفتند، با عنوان «اتباع غیرایرانی» یا «جان‌باختگان» یاد می‌کند؛ درحالی‌که، رسانه‌های خارج از ایران از این افراد، با عنوان «شهروندان بلوچ»، «افراد بی‌شناسنامه» یا «قربانیان حمله موشکی» نام می‌برند. این دو



نامگذاری، نشان از نگاه متفاوت هر رسانه، درخصوص نام بردن از افرادی که در سراوان سیستان و بلوچستان ایران، مورد حمله موشکی پاکستان قرار گرفتند حکایت دارد.

رسانه‌های داخلی در بیان حمله موشکی پاکستان به داخل مرز ایران از عنوانی ساده و بدون استفاده از صفات خاص، همچون «حمله موشکی پاکستان» بهره گرفته‌اند. این در حالی است که رسانه‌های خارج از کشور در بازنمایی این رویداد تلاش نموده‌اند با به‌کارگیری صفت «تلافی‌جویانه» و حتی به شکلی اغراق‌آمیز از عبارتی مانند «حمله هوایی مرگ‌بار» استفاده کنند. این رویکرد حاکی از تمایل دارد رسانه‌های خارجی، توصیف واقعه را در ابعادی بزرگ‌تر از آنچه در عمل رخ داده است، منعکس کند.

۳-۳. چارچوب مرکزی رسانه‌ها

فرض ما این بوده است که هر کدام از رسانه‌های مورد بررسی، پیش‌فرضی در مورد رویداد پوشش داده شده دارند و شیوه پوشش آنها از رویداد در همان چهارچوب صورت می‌گیرد. این مجموعه پیش‌فرض‌ها و گرایش‌ها را چهارچوب مرکزی رسانه نامیده‌ایم. در این بخش، چهارچوب مرکزی رسانه‌ها، براساس اخبار و تحلیل‌های تولیدی آنها، مورد بررسی قرار گرفته است.

جدول ۶: نمونه اخباری تولیدی هر رسانه در پوشش خبری حمله موشکی ایران و پاکستان

به گروه‌های تروریستی

منبع	تیتر اخبار و محتوای تولید شده خود منبع
خبرگزاری فارس	آرامش در مرز مشترک بین ایران و پاکستان
	تنش مرزی ایران و پاکستان؛ فرصتی برای پاکسازی تروریست‌ها در منطقه
رسانه خبرفوری	بدون تنش
	در شرایطی که ایران موضعی قاطع در قبال تروریست‌ها گرفته، شاهد واکنش‌های مختلفی از سوی دولت‌های عراق و پاکستان هستیم، اما در این میان، رویکرد وزیر امور خارجه کشورمان، بر مدار عقلانیت و با نیت ساخت فضایی بدون تنش است
بی‌بی‌سی فارسی	وضعیت هوایی مرز ایران و پاکستان/ تردها به شکل عادی در جریان است
	پادکست صفحه دو آخر هفته: چرا دو کشور «دوست و برادر» یه یکدیگر حمله کردند؟ بسیاری از کاربران شبکه‌های اجتماعی از اینکه مسئولان حکومت جمهوری اسلامی ایران، کشته‌شدگان روستای سراوان را «اتباع غیرایرانی» خواندند، خشمگین شدند...
ایران اینترنشنال	«بیگانه شماید نه مردم ایران!» واکنش مخاطبان ایران اینترنشنال و کاربران به اظهارات مسئولان درباره حمله پاکستان
	بلوچ‌هایی که حتی بعد مردن هم به حساب نمی‌آیند

اکثر خبرهایی که توسط خود خبرگزاری فارس تولید و منتشر شده‌اند، در راستای ایجاد صلح و همدلی است و تأکید بر دوری از تنش دارد. آنها، حتی تنش میان دو کشور را در یادداشتی به چشم فرصت مطرح کرده‌اند. رسانه خبر فوری نیز همچون فارس در کنار انتشار اخبار حمله‌های موشکی از سوی دو کشور، تلاش خود را بر تولید اخبار غیرتنش‌زا و بی‌طرف با تأکید بر برادری دو کشور بنا نهاده، به‌گونه‌ای که از گزارش وضعیت تردد هوایی مرز دو کشور نیز برای نشان دادن عادی بودن روابط دو کشور استفاده کرده‌اند.

بی‌بی‌سی فارسی در تلاش بوده است تا اخبار خود را به شیوه‌ای میانه‌رو و بدون جانبداری آشکار منتشر نماید؛ اما در عین حال، عناوین محتواهای تولیدی این رسانه اغلب به صورت مبهم و سؤال‌ی مطرح شده‌اند. همچنین، زمانی که بی‌بی‌سی قصد داشته است گزارش‌هایی یک‌جانبه، تنش‌زا و در راستای تخریب دولت ایران منتشر کند، این امر را در قالب بازتاب دیدگاه‌های مطرح شده توسط کاربران شبکه‌های اجتماعی انجام داده است. به این ترتیب، این رسانه تلاش نموده است تا ضمن زیر سؤال بردن سیاست‌های ایران، مسئولیت مطالب مطرح شده را به دیگران نسبت دهد و از پذیرش مسئولیت مستقیم در قبال محتوای منتشر شده توسط خود اجتناب نماید. ایران اینترنشنال، رویکردی صریح و بدون ملاحظه در قبال سیاست‌های ایران اتخاذ کرده است و به‌طور مستقیم، با این سیاست‌ها مخالفت می‌نماید. این رسانه، تمام تلاش خود را در راستای انتشار اخبار تنش‌زا و القاء‌کننده جنگ به کار می‌گیرد. ایران اینترنشنال با بهره‌گیری از خلاقیت و تنوع در شیوه‌های ارائه محتوا در پی آن است تا به هر شکل ممکن، مخالفت خود با سیاست‌های ایران را به نمایش بگذارد. این رویکرد، فراتر از آنچه در سایر رسانه‌ها مشاهده می‌شود، حاکی از تمایل نداشتن این رسانه به رعایت اصول بی‌طرفی و میانه‌روی در انعکاس تحولات مرتبط با ایران است.

خبرگزاری فارس: رئیس‌جمهور پاکستان: ایران و پاکستان دو کشور برادر هستند.
 علوی: پاکستان به حاکمیت و تمامیت ارضی همه کشورها احترام می‌گذارد. تروریسم، چالش مشترکی است که نیازمند همکاری همه کشورهاست.
 سخنگوی وزارت خارجه پاکستان هم گفته: مردم ایران را دوست و برادر خود می‌دانیم و علاقه‌ای به تشدید اوضاع نداریم. معتقدیم گفت‌وگو و همکاری برای رویارویی با چالش‌های مشترک از جمله تروریسم ضروری است و مایل به ادامه‌ی تعامل با ایران هستیم.



خبرگزاری فارس: هشدار اطلاعاتی پاکستان به هند، درباره تحرکات اختلاف‌انگیز میان ایران و پاکستان.

کانال حیدریون پاکستان اطلاع داد: اطلاعات پاکستان به هند هشدار داد که در شبکه‌های اجتماعی با استفاده از اکانت‌های فیک و ربات‌ها، اوضاع بین دو کشور ایران و پاکستان را وخیم‌تر و افکار عمومی را تشویش نکنند.

یکی از راهبردهای خبرگزاری فارس در بازنمایی رویداد حمله موشکی دو کشور، نمایش وضعیتی بدون تنش در روابط دو کشور بود. این خبرگزاری در بسیاری از اخبار خود تلاش کرده تا اخباری که از سمت منابع پاکستانی و درجهت صلح مطرح شده است را به‌صورت ویژه‌تری برای مخاطب بازتاب دهد. دروازه‌بانی خبر این خبرگزاری، براساس غیرتنش‌زا بودن اخبار بوده با این رویکرد که این صلح را نه‌تنها از زبان منابع ایرانی، بلکه از سمت منابع پاکستانی برای مخاطب خود آشکار سازد تا اعتماد مخاطب، بیش از گذشته به این باور که وضعیت سیاسی دو کشور آرام است جلب شود.

بی‌بی‌سی فارسی: چرا ایران به پاکستان حمله کرد و این حمله چه دستاوردی داشت؟

محمد وزیری / بی‌بی‌سی

حملات موشکی ایران به اهدافی در عراق، سوریه و پاکستان در طول چند روز گذشته با واکنش‌های بین‌المللی همراه بوده و سؤال‌هایی را درباره اهداف این کشور از این حملات ایجاد کرده است. عراق و پاکستان، این حمله را محکوم کرده و پاکستان در اتفاقی نادر به این حمله واکنش مشابهی نشان داد و در اولین حمله پس از جنگ ایران و عراق، با موشک و پهپاد به خاک ایران حمله کرد.

بی‌بی‌سی فارسی: مدیرکل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی سیستان و بلوچستان گفته که در حمله موشکی پاکستان به شهرستان سراوان قلعه تاریخی دزک «هیچ آسیبی ندیده است».

به گزارش فارس، محمدهادی طهرانی‌مقدم از فرود این موشک‌ها در فاصله حدود ۱۰۰ متری قلعه دزک خبر داده و گفته که به این بنای ملی ثبت شده «هیچ آسیبی وارد نشد».

او گفته که بررسی میدانی بعد از حمله موشکی با حضور کارشناسان و متخصصین حوزه میراث فرهنگی از نزدیک انجام شده است.

قلعه دزک در بخش مرکزی شهرستان سراوان است و شهریور ۱۳۸۳ به‌عنوان یکی از آثار ملی ایران به ثبت رسیده است. /مهر

بی‌بی‌سی فارسی، برای آنکه بی‌طرفی خود را در نحوه بازتاب اخبار نشان دهد از روشی متفاوت استفاده می‌کند. این رسانه، تلاش دارد علاوه بر آنکه اخبار را از رسانه‌های مختلف ایرانی و غیرایرانی منتشر کند و مخاطبش را در جریان رویداد نگه دارد به سراغ یک سری اطلاعات کاذب و خبرهای کم‌اهمیت‌تر و دور از هسته اصلی رویداد برود. به‌طور مثال، اطلاعاتی پیرامون فاصله مکانی اصابت موشک‌ها با قلعه‌ای تاریخی در نزدیکی آن و صحبت‌های مسئول میراث فرهنگی استان سیستان و بلوچستان پیرامون شرایط آن بنای تاریخی بیان می‌کند، همچنین، نام رمز ارتش پاکستان جهت پرتاب موشک به ایران و بررسی معنای لفظی آن نمونه‌هایی از اخبار حاشیه‌ای این رویداد است که هیچ رسانه‌ای به اندازه بی‌بی‌سی فارسی بر روی آن متمرکز نشده است و از آن صحبت نمی‌کند. این میزان از اطلاعات نسبتاً کاذب و بی‌اهمیت‌تر از واقعه اصلی، نشان از نوعی راهبرد جهت بی‌طرف نشان دادن رسانه و بررسی همه‌زوایای یک رویداد است.

ایران اینترنشنال: ابراهیم رئیسی، رئیس‌جمهور از حملات موشکی سپاه پاسداران به نقاطی از کشورهای سوریه، عراق و پاکستان طی روزهای اخیر تقدیر کرد و آن را در راستای افزایش آرامش خواند. پاکستان و عراق ضمن اعتراض به این حملات جمهوری اسلامی، کاردار و سفیر تهران را برای بررسی احضار کرده‌اند.

ایران اینترنشنال: درحالی‌که اسلام‌آباد حملات سپاه پاسداران به مناطقی از خاک خود را محکوم کرده، سفیرش را از تهران فرا خوانده و از ورود سفیر جمهوری اسلامی به این کشور جلوگیری کرده، احمد وحیدی، وزیر کشور ایران، گفته که روابط ایران و پاکستان «بسیار حسنه، خوب و نزدیک» است.

رسانه ایران اینترنشنال برای آنکه مخالفت خود با سیاست‌های دولت ایران را نشان دهد، ضمن آنکه تلاش نموده اخبار تنش‌زا را از منابع مختلف مخابره کند از روشی متفاوت نیز استفاده نموده است. این رسانه با انتشار صحبت شخصیت‌های حکومتی ایران به‌همراه تحلیلی کنایه‌آمیز و دستخوش تمسخر و یا نشان دادن تضادها در صحبت این افراد از اخبار منابع ایرانی حامی حکومت، علیه آنها استفاده کرده است. به‌عنوان مثال، مقایسه صحبت وزیر کشور در راستای رابطه خوب دو کشور با اقدام همزمان اسلام‌آباد در قبال جلوگیری از ورود سفیر کشور ایران به خاک پاکستان یا انتشار صحبت‌های رئیس‌جمهور ایران که حمله موشکی را موجب آرامش می‌داند، در کنار خبر اعتراض عراق به این اقدام کشور ایران. این نوع بازنمایی اخبار و مقایسه تضادها و همچنین نوشتن تحلیل‌های کوتاه در راستای تخریب و بی‌ارزش کردن نظرات مقامات



ایرانی به‌همراه ارائه گزارش‌های متعدد از خود رویداد، نوعی ترفند برای القا این موضوع است که مخاطب، اخبار را از رسانه‌های ایرانی دنبال نکند و به اخبار این رسانه اعتماد بیشتری داشته باشد.

نتیجه‌گیری

این پژوهش تلاش کرد با مطالعه و مقایسه پوشش خبری چهار رسانه فارسی‌زبان در داخل و خارج ایران از رویداد تنش میان ایران و پاکستان نشان دهد که چگونه هر رسانه‌ای تلاش می‌کند برداشت خود از واقعیت را پررنگ نشان دهد و بر مخاطب تحمیل کند. این ایده در بسیاری از پژوهش‌های قبلی در حوزه ارتباطات و پوشش خبری رسانه‌ها بررسی شده است.

تحلیل و مقایسه پوشش خبری بحران سوریه در دو سایت الجزیره و المیادین (حکیم و محمدپور، ۱۳۹۴) یا بررسی سیاست‌های دو کانال تلگرامی در پوشش اخبار مرتبط با انتخابات (اسمعیل‌نژاد و همکاران، ۱۳۹۸)، همچنین، تحلیل محتوای کمی رسانه‌های مخالف و موافق جبهه مقاومت در انتشار اخبار تشییع شهید سردار سلیمانی (فرخی و آریایی، ۱۴۰۱) را می‌توان نمونه‌هایی از پژوهش‌های پیشین دانست که با رویکردهایی مشابه با پژوهش حاضر تلاش داشته‌اند که تحلیلی عمیق‌تر از رویکرد رسانه‌ها در پوشش خبری رویدادها ارائه کنند؛ اما در مورد این رویداد کلیدی و کم‌سابقه، پژوهشی این‌چنینی هنوز انجام نشده است. رویکرد ما در انتخاب رسانه‌ها چنان بود که بتوانیم طیف متنوعی از سلايق در چارچوب‌سازی و برجسته‌سازی را پوشش دهیم.

در تحلیل کلی عملکرد هر رسانه می‌توان گفت خبرگزاری فارس در مقایسه با سایر رسانه‌های مورد بررسی، کمترین میزان پوشش خبری را به موضوع اختصاص داده است (حداقل در بستر تلگرام). علی‌رغم تعداد کم خبرهای منتشر شده، فارس، در اکثریت قابل توجه اخبار خود، رویکردی صلح‌طلبانه در قبال مسئله اتخاذ کرده است. این امر، نشان‌دهنده تلاش آگاهانه این رسانه برای کاهش التهابات رسانه‌ای و ممانعت از تشدید تنش‌ها میان دو کشور است. با این حال، عدم انتشار هرگونه خبر در قالب پادکست یا گزارش‌های مردمی را می‌توان به‌عنوان یکی از نقاط ضعف خبرگزاری فارس در پوشش این موضوع قلمداد نمود. اگرچه، فارس عمدتاً بر جنبه‌های مثبت و دوستانه روابط دو کشور تأکید داشته و از پرداختن به موضوع‌های تنش‌زا پرهیز کرده است؛ اما این الزاماً به‌معنای غیبت کامل نقد و اعتراض درباره عملکرد طرف مقابل نیست.

این خبرگزاری، صرفاً در مواردی که اقدامات یا مواضع پاکستان را مورد انتقاد قرار داده تلاش کرده است، این کار را با لحنی کاملاً خنثی و ملایم انجام دهد.

خبرفوری به‌عنوان یک رسانه متمرکز بر ارائه سریع اطلاعات در قالب اخبار متنی در پوشش رویدادهای اخیر، رویکردی نسبتاً خنثی و صلح‌طلبانه اتخاذ کرده است. این رسانه، تلاش کرده است تا ضمن کاهش تنش در روابط میان دو کشور از جانب‌داری آشکار پرهیز کند. خبرفوری با تمرکز بر انتشار اخبار کوتاه و به‌روز در پی آگاه‌سازی مخاطبان خود از آخرین تحولات و رویدادهای مرتبط با موضوع بوده است. این رسانه کمتر به جزئیات و پیچیدگی‌های ماجرا پرداخته و عمدتاً بر بازتاب سریع رخدادها متمرکز شده است. هدف اصلی خبرفوری، اطلاع‌رسانی سریع و پرهیز از سوگیری شدید در پوشش این رویدادها بوده است.

بی‌بی‌سی فارسی در پوشش خبری خود پیرامون موضوع مورد بحث عمدتاً از قالب خبر متنی بهره برده است که حاکی از اهمیت ارائه محتوای مکتوب برای این رسانه است. در عین حال، توجه ویژه بی‌بی‌سی به پوشش اخبار فرآیندمدار طولانی نشان‌دهنده تمرکز این رسانه بر پیگیری و تحلیل روندهای بلندمدت و تحولات مستمر مرتبط با این موضوع است. از سوی دیگر، غلبه جهت‌گیری خنثی در اخبار منتشرشده توسط بی‌بی‌سی فارسی، گویای تلاش این رسانه برای حفظ بی‌طرفی و پرهیز از موضع‌گیری جانبدارانه در قبال مسئله است. با این حال، رویکرد تحلیل محور و پرداختن بیشتر به حواشی و اخبار فرعی و همچنین مطرح کردن حرف‌های تنش‌زا از زبان نظرات مردمی در شبکه‌های اجتماعی در مقایسه با سایر رسانه‌های مورد بررسی ازجمله وجوه تمایز بی‌بی‌سی فارسی در پوشش این رخداد به شمار می‌رود.

ایران اینترنشنال نیز با انتشار بیش از ۲۰۰ خبر در بازه زمانی چهار روزه، پرکارترین رسانه فارسی‌زبان در پوشش حمله موشکی ایران و پاکستان به گروه‌های تروریستی مرزی بوده است. این رسانه عمدتاً از قالب ویدئو برای ارائه اخبار بهره برد که نشان‌دهنده تأکید بر محتوای تصویری است. همچنین، توجه ویژه به پوشش اخبار فرآیندمدار طولانی عمدتاً از طریق پخش فیلم‌های تحلیلی کارشناسان شبکه، گویای تمرکز ایران اینترنشنال بر واکاوی ابعاد مختلف موضوع است.

منتشر نکردن گزارش‌های مردمی و ارائه اخبار به‌صورت پادکست از مهم‌ترین ضعف‌های رسانه‌های فارسی‌زبان به‌خصوص رسانه‌های داخل کشور بود. همچنین، انتشار تعداد اخبار کم به‌دلیل دروازه‌بانی گسترده اخبار و استفاده نکردن از ظرفیت‌های شبکه‌های تلویزیونی داخلی را



می‌توان از تفاوت‌های پوشش خبری رسانه‌های فارسی زبان داخل ایران با رسانه‌های فارسی زبان خارج از ایران دانست. آنچه در عرصه انتشار اخبار و پوشش خبری رویدادها برای اصحاب رسانه مشخص است این نکته است که هیچ رسانه‌ای وجود ندارد که بخواهد بدون سوگیری خاص صرفاً راوی رویدادها باشد. بدون شک، تمام رسانه‌ها با توجه به منابع تأمین‌کننده مالی خود، حامیان، تبلیغ‌دهندگان، مخاطبان و شرایط موجود سعی می‌کنند تا در کنار اطلاع‌رسانی، از سود و ظرفیت‌های خود حفاظت کنند.

هرچقدر یک رسانه تلاش کند تا در اخبار خود سوگیری کمتری را نمایان کند بیشتر مورد تأیید مردم قرار می‌گیرد. چنین رسانه‌هایی، بیشتر با تمرکز بر روی بی‌طرف نشان دادن خود سعی دارند تا در مواقع خاص و ضروری مخاطبی که به آنها اعتماد کرده است را با اندک خبرهای دارای سوگیری به سمت اندیشه‌ای که خودشان متمایل هستند هدایت کنند. این نوع سیاست را می‌توان در انتشار خبرهای بی‌بی‌سی فارسی و تا حدودی خبرفوری مشاهده کرد. سیاست برخی رسانه‌های دیگر بر آن است که با بمباران اطلاعاتی مخاطب، قدرت تفکر و اندیشه را از او سلب کنند و با ارائه حجم زیادی از اخبار پیرامون یک رویداد خاص، ذهنیت مخاطب را به سمتی که خودشان می‌خواهند هدایت کنند و تا حدودی قدرت تحلیل مخاطب را با افزایش تعداد اخبار کاهش دهند. آنها از سیاست بی‌طرف نشان دادن خودداری می‌کنند؛ لیکن برای جذب مخاطب، پوشش خبری انبوه را در دستور کار خود قرار می‌دهند تا بتوانند در میان دیگر رسانه‌های مختلف گوی سبقت را در جلب مخاطب و القای اندیشه‌ها برابیند. این نوع سیاست را می‌توان در دستور کار ایران اینترنشنال مشاهده کرد.

امروزه کم‌اثرترین سیاست در میان رویکردهای بیان‌شده برای پوشش خبری یک رویداد آن است که رسانه، بدون در نظر گرفتن سلايق مختلف و عقاید متفاوت مخاطبان تلاش کند تا با انتشار اخبار بسیار محدود و کاملاً جهت‌دار صرفاً همان اخباری را منتشر کند که عده‌ای با آن کاملاً موافق و عده‌ای با آن کاملاً مخالف‌اند. مخاطبان چنین رسانه‌ای را در طرفداری و پذیرش رسانه باید کاملاً دوقطبی دانست. این سیاست صرفاً زمانی بازدهی خوبی دارد که مخاطب آن رسانه از پیش با سیاست‌های رسانه همراه باشد و تلاش کند با اخبار آن رسانه، افکار خود را تأیید نماید. هرچند، تأیید افکار با رسانه‌های موافق عقاید فرد می‌تواند رضایت بیشتری را برای او همراه داشته باشد؛ لیکن، او را از داشتن تفکر انتقادی دور می‌کند. در این میان می‌توان روش خبرگزاری فارس را در

این راستا دانست. مشخصاً چنین سیاستی بیش از دیگر روش‌های انتشار خبر نیاز به دروازه‌بانی شدید خبر دارد تا فقط اخباری منتشر شوند که دارای سوگیری مناسب باشند.

با این حال، جهت‌گیری تنش‌زا و برآشفته‌کننده علیه سیاست‌های ایران و روابط دو کشور در اکثر اخبار منتشر شده، بیانگر رویکرد آشکار مخالف این رسانه، درخصوص سیاست‌های داخلی ایران است. زاویه نگاه یک‌جانبه، سوگیری در دروازه‌بانی اخبار، استفاده از منابع داخلی علیه ایران و مقایسه اخبار متضاد با هدف تخریب مقامات ایرانی از دیگر شاخصه‌های پوشش خبری ایران اینترنشنال در این زمینه است. انتشار حجم زیاد اخبار و بمباران اطلاعاتی مخاطب با اخبار متنوع در کنار تمرکز بیشتر بر ارائه محتوا در قالب پادکست و گزارش‌های مردمی نسبت به سایر رسانه‌ها از دیگر ویژگی‌های پوشش خبری ایران اینترنشنال پیرامون این رویداد به شمار می‌رود.

در این پژوهش، تلاش شده برخلاف مطالعه افخمی و عبدالله (۱۳۸۸)، تعادل در انتخاب رسانه‌های داخل و خارج از کشور حفظ شود و از هرکدام، دو رسانه مورد بررسی قرار گیرند و مانند تحقیق فرخی و آریایی (۱۴۰۱)، تفاوت‌ها در نحوه استفاده از قالب‌های خبری، صفتهای استفاده شده، تعداد اخبار و منابع استنادی رسانه‌ها بررسی شود. همچنین، برخلاف بسیاری از تحقیقات پیشین، رسانه‌ها هم از جنبه کمی و هم کیفی مورد بررسی قرار گرفتند تا نگاهی دقیق‌تر و جامع‌تر در مورد تفاوت‌ها و شباهت‌های پوشش خبری آنها به دست آید.

هرچند برای تحلیل و شناخت دقیق‌تر پوشش خبری یک رسانه و مقایسه آن با دیگر رسانه‌ها شاخصه‌های فراوانی وجود دارند که می‌توان از آنها بهره برد، اما مقایسه پوشش خبری رسانه‌های مختلف با چند شاخصه محدود نیز می‌تواند دید وسیع‌تری به مخاطب بدهد تا با عینک متفاوتی به این فرآیند نگاه کند. هرچه قدر شاخصه‌های تحلیل بیشتر باشند، شناخت عمیق‌تر می‌شود و به دنبال آن درک و فهم از روند سیاست‌ها و تفکرات پشت پرده رسانه آسان‌تر است.

پژوهش فعلی بر مطالعه این رسانه‌های چهارگانه در بستر تلگرام متمرکز بود. در جهان امروز، هر رسانه معمولاً در چند بستر با مخاطبان خود ارتباط برقرار می‌کند و مخاطبان لزوماً در تمام بسترها به یک رسانه مراجعه نمی‌کنند. همین امر موجب می‌شود که هر رسانه در هر بستر خاص بسته به امکاناتی که در آن بستر وجود دارد و نیز اولویت‌های آن رسانه‌ها، تصویری تاحدی متفاوت از خود ارائه دهد. به‌عنوان مثال، صفحه اینستاگرام یا کانال تلگرام و تلویزیون ماهواره‌ای، همگی مورد استفاده رسانه بی‌بی‌سی فارسی قرار می‌گیرند؛ اما لزوماً تمام این بسترها به یک میزان و به یک ترتیب بر مخاطب تأثیر نمی‌گذارند. حتی ممکن است مخاطبان بی‌بی‌سی فارسی



در این بسترها هم تفاوت‌های معنی‌داری به لحاظ اجتماعی و جمعیت‌شناختی با هم داشته باشند. به همین دلیل، مؤلفان پیشنهاد می‌کنند در دیگر پژوهش‌ها تلاش شود این بسترها با هم مقایسه شوند و حتی تصویری جامع‌تر از این رسانه‌های چهارگانه فراهم گردد.

پیشنهادها

پیشنهادهای کاربردی برداشت شده از نتایج تحقیق را می‌توان چنین سامان داد؛ نخست آنکه، چارچوب مرکزی و نیز سیاست کلی رسانه باید حداقل برای فعالان در آن رسانه روشن باشد، این امر موجب می‌شود پیام‌های بدون انسجام از یک رسانه منتشر نشود؛ دوم آنکه، استفاده از شهروند خبرنگار می‌تواند به تنوع و نفوذ بیشتر رسانه‌ها و اقناع‌کنندگی بیشتر آنها کمک کند؛ سوم آنکه، انتشار اخبار نادرست، راهبرد بسیار نادرستی برای تأثیرگذاری بر مخاطب است که می‌تواند اعتبار رسانه را به کلی مخدوش نماید.

پیشنهادهای مؤلفان برای انجام پژوهش‌های بیشتر در این حوزه چنین می‌توان بیان نمود: انجام پژوهش‌های وسیع‌تر در مورد پوشش رویدادهای بزرگ ملی و جهانی توسط رسانه‌های کلیدی جهان، مطالعه تفاوت‌های میان پوشش‌های خبری یک رسانه در بسترهای گوناگون اطلاع‌رسانی و انجام پژوهش کیفی و کمی بر روی مخاطبان و شناخت تفاوت‌های میان پوشش‌های خبری رسانه‌ها.

منابع و مأخذ

- اسمعیل‌نژاد، معصومه، عباس‌پور، عباس، فرهنگی، علی‌اکبر و سلطانی‌فر، محمد (۱۳۹۸). «مقایسه پوشش خبری انتخابات ریاست جمهوری ۱۳۹۶ از سوی کانال‌های تلگرامی فارس پلاس و اصلاحات پرس». *مجله رهیافت/ انقلاب اسلامی*. شماره ۴۹: ۱۹۵-۲۱۹.
- افخمی، حسین و عبدالله، علیرضا (۱۳۸۸). «بررسی تطبیقی ساختار و نحوه پوشش رویدادهای سیاسی ایران در تارنماهای ملی و بین‌المللی». *رسانه جهانی*، شماره ۸.
- بدیعی، نعیم و قندی، حسین (۱۳۸۴). *روزنامه‌نگاری نوین*. جلد اول. دانشگاه علامه طباطبایی.
- دهقان، علیرضا، سهیل، احمد (۱۳۹۸). «مطالعه‌ی پوشش خبری رسانه‌ها و دموکراسی در بنگلادش». *فصلنامه سیاست*. دوره ۴۹ (۱): ۷۵-۹۲.
- زابلی‌زاده، اردشیر و افخمی، حسینعلی (۱۳۹۲). «استفاده از نظریه چارچوب بندی در تبیین اثرات اخبار (مفاهیم و پژوهش‌ها)». *پژوهش‌های ارتباطی*. شماره ۲۰ (۷۴): ۱۴۱-۱۴۴.

سرابی، مجید، نصرالهی کاسمانی، اکبر، مجیدی قهرودی، نسیم و جبلّی، پیمان (۱۴۰۱). «ارائه الگو برای پوشش خبری در شبکه پرس تی وی: مطالعه ادبیات نظری رسانه و رویکرد شبکه‌های بی‌بی‌سی ورلد و سی ان ان اینترنشنال به اخبار ایران». *فصلنامه علمی رسانه*. دوره ۳ (۲): ۵۱-۸۲.

شمس، مرتضی، میناوند، محمدقلی و صبوری، شهاب‌الدین (۱۳۹۸). «نحوه پوشش خبری بحران در خبر تلویزیونی صداوسیما (مطالعه موردی: بحران پلاسکو در شبکه خبر)». *فصلنامه علمی رسانه*. دوره ۳۰ (۴): ۲۹-۴۸.

فرخی، میثم و آریایی، مریم (۱۴۰۱). «بررسی پوشش خبری تشییع شهید سلیمانی در رسانه‌های موافق و مخالف جبهه مقاومت». *فصلنامه علمی رسانه*. دوره ۳۳ (۱): ۲۱۵-۲۵۰.

نصرالهی، اکبر (۱۳۹۷). *راهنمای پوشش خبری در رسانه‌ها* جلد اول. (ویراستار م. مریم). خبرگزاری فارس.

سورین، ورنر جوزف و تانکارد، جیمز (۱۳۹۹). *نظریه‌های ارتباطات*. جلد اول. (ترجمه: علیرضا دهقان). دانشگاه تهران، مؤسسه انتشارات و چاپ.

- An, S. and Gower, K.K. (2009) *How Do the News Media Frame Crisis? A Content Analysis of Crisis News Coverage*. *Public Relations Review*, 35, 107-112.
- Arbaoui, B., De Swert, K., & Van der Brug, W. (2020). "Sensationalism in news coverage: A comparative study in 14 television systems". *Communication Research*, 47(2), 299-320.
- Baum, M. A., & Zhukov, Y. M. (2019). "Media ownership and news coverage of international conflict". *Political Communication*, 36(1), 36-63.
- Chong, D., & Druckman, J. N. (2007). "Framing theory". *Annu. Rev. Polit. Sci.*, 10, 103-126. doi:10.1146/annurev.polisci.10.072805.103054
- De Vreese, C. H. (2001). "Europe'in the News: A Cross-National Comparative Study of the News Coverage of Key EU Events". *European Union Politics*, 2(3), 283-307.
- Ghanem, S. I. (2009). *News as culture: A comparative study of newspaper coverage of the war in Iraq. In International media communication in a global age* (pp. 208-227). Routledge.
- Gulati, G. J., Just, M. R., & Crigler, A. N. (2004). *News coverage of political campaigns. In Handbook of political communication research* (pp. 255-274). Routledge.
- Hassan, M. M., & Elmasry, M. H. (2019). "Convergence between platforms in the newsroom: An applied study of Al-Jazeera Mubasher. *Journalism Practice*", 13(4), 476-492. DOI:10.1080/17512786.2018.1507681
- Li, J., & Dong, Y. (2016). "Ensuring effective news coverage in disasters: a study of news coverage capability in China". *Global Business and Organizational Excellence*, 35(4), 55-66. DOI:10.1002/joe.21684 .

Shabir, G., Safdar, G., Imran, M., Mumtaz, A., & Anjum, A. A. (2015). "Process of gate keeping in media: from old trend to new". *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6 .DOI:10.5901/mjss.2015.v6n1s1p588

Zain, N. R. M. (2014). *Agenda setting theory*. International Islamic University Malaysia, 1-11 .