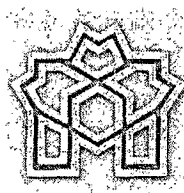


بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

۱۰۵۷۵۷

۸۷/۱/۱۰۵۲۸۵

۸۷/۱/۱۹



دانشگاه علامه طباطبائی
دانشکده علوم اجتماعی
گروه علوم ارتباطات اجتماعی
پایان نامه کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی

بررسی تطبیقی ساختار و نحوه پوشش اخبار مربوط به ایران در تارنماهای خبری ملی و بین المللی
تحلیل محتوای مطالب سیاسی تارنماهای خبری ایرنا، بی بی سی فارسی و صدای آمریکا فارسی

استاد راهنما:

دکتر حسینعلی افخمی

استاد مشاور:

دکتر علی اصغر کیا

استاد داور:

دکتر نادر سالار زاده

پژوهشگر:

علیرضا عبدالله

تابستان ۱۳۸۷

کتابخانه اساتید ارشد

۱۳۸۷/۱/۱۳

۱۰۵۶۵۷

تقدیم به:

سرپوشمه های مهر و خوبی؛ پدر و مادر عزیزم

و

سنگ سپهر سفتی های زندگی؛ همسر مهر بانم

با سپاس فراوان از زحمات بی دریغ استادان راهنما و مشاور بویژه استاد گرامی دکتر حسینعلی افخمی که در مراحل مختلف ارائه طرح، تهیه و تدوین این پایان نامه از نظرات و راهنمایی های موثر آنها بسیار بهره بردم.



دانشگاه علامه طباطبایی

دانشکده علوم اجتماعی

گروه علوم ارتباطات اجتماعی

پایان نامه کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی

عنوان پایان نامه: بررسی تطبیقی ساختار و نحوه پوشش اخبار مربوط به ایران در تارنماهای خبری ملی و بین المللی؛ تحلیل محتوای مطالب سیاسی تارنماهای خبری ایرنا، بی بی سی فارسی و صدای آمریکا فارسی

نام دانشجو: علیرضا عبدالله

استاد راهنما: دکتر حسینعلی افخمی

رشته: علوم ارتباطات اجتماعی

تاریخ دفاع: ۱۳۸۷/۰۶/۲۶

مساله و هدف تحقیق:

شبکه جهانی وب (اینترنت) و قابلیت های بی نظیر آن، وضعیت تازه ای را فرا روی رسانه های مدرن گشوده است.

فضای نامحدود وب، بسیاری از جنبه های رسانه های سنتی نظیر مطبوعات، رادیو و تلویزیون و خبرگزاری های ملی و بین المللی را دستخوش تغییر ساخته و ساختار، کارکرد و نقش های تازه ای را برای آنها به ارمغان آورده است.

هدف اصلی این تحقیق، بررسی مقایسه ای ساختار خبری تارنماهای (وب سایت ها) ایرنا به عنوان خبرگزاری رسمی جمهوری اسلامی با تارنماهای دو رادیو برون مرزی فارسی زبان یعنی بی بی سی و صدای آمریکا با نگاهی به اخبار و موضوعات مربوط به ایران است.

روش تحقیق:

در این تحقیق از روش تجزیه و تحلیل محتوا استفاده شده است.

در تحقیق حاضر، پس از تعاریف عملیاتی مفاهیم، با استفاده از آن دستورالعمل مناسب برای کدگذاری تهیه شد. جامعه آماری در این بررسی، مطالب خبری مرتبط با ایران در حوزه سیاسی و اقتصادی سیاسی مربوط به حاکمیت و دولت در سه تارنمای مورد بررسی طی دو هفته آماری به هم پیوسته و به صورت روزانه است که از ساعت ۹ صبح روز دوشنبه ۲۴ تیرماه آغاز و تا ساعت ۹ صبح روز دوشنبه ۶ مردادماه ۱۳۸۷ ادامه یافت.

حجم نمونه این تحقیق نیز شامل ۵۷۱ خبر می باشد که به روش سرشماری طی دو هفته آماری پیوسته و روزانه بدست آمده است. واحد تحلیل نیز در این تحقیق "خبر" تعریف شده است. پس از کدگذاری حجم نمونه انتخاب شده، از نرم افزار "اس.پی.اس.اس" برای تجزیه و تحلیل داده ها استفاده شد. آزمون مورد استفاده برای تجزیه و تحلیل داده ها در تحقیق مورد بررسی، آزمون کای اسکوئر (خی دو) است.

یافته های تحقیق:

با توصیف و تحلیل جداول یک بعدی و دو بعدی و بررسی داده های آماری بدست آمده از آنها، مشخص شد که نوع ساختار و نحوه پوشش اخبار در تارنماهای ایرنا، بی بی سی فارسی و صدای آمریکا فارسی با هم تفاوت دارد. البته در یک نگاه کلی، این سه تارنما عنصر "که" و ارزش خبری "شهرت" را با برجستگی خاصی مورد تاکید قرار داده اند که این مساله نشان دهنده "شخص گرا" بودن آنهاست. بیشتر اخبار انتشار یافته در این سه تارنما "غیرتولیدی" (رویدادمحور) است که از این منظر، سهم ایرنا از دو تارنمای دیگر بیشتر است.

مساله هسته ای ایران، کانون توجه اصلی سه تارنمای مورد بررسی بوده است. تاکید تارنمای ایرنا و صدای آمریکا بیشتر بر "سخت خبر" (انعکاس صرف رویدادها) بوده و بی بی سی بیشتر به "نرم خبر" (انعکاس رویداد به همراه اطلاعات تکمیلی) پرداخته است. از میان امکانات تعاملی و چندرسانه ای مورد استفاده در تارنماهای خبری، بیشترین استفاده از "عکس" بوده است. اما برخلاف ایرنا، بی بی سی و صدای آمریکا از ایمیل و پیوند با موضوعات و سایت های مرتبط نیز استفاده زیادی کرده اند.

یافته های این تحقیق نشان می دهد که دو تارنمای بین المللی علی رغم ادعای خود مبنی بر رعایت اصل عینیت و پرهیز از سوگیری (به عنوان اصول فعالیت حرفه ای خبری)، بیشترین حجم اخبار مربوط به ایران را به صورت منفی بازتاب داده اند.

از نظر چیدمان مطالب در صفحه وب، بی بی سی و صدای آمریکا تیتراژ بیشتر اخبار مرتبط با ایران را در صفحه اول خود قرار داده اند. آنها با این چیدمان سعی دارند در نخستین مراجعه مخاطبان به صفحه اول تارنمای خود، توجه آنها را به خبرهای مربوط به ایران جلب نماید.

فصل اول: کلیات (طرح مساله و بیان ضرورت تحقیق)

الف) مقدمه	۲
ب) مساله اصلی تحقیق و اهمیت آن	۳
ج) هدف اصلی تحقیق	۷
د) ضرورت و اهمیت تحقیق	۸
ه) سووال اصلی تحقیق	۱۰
ر) مروری بر تحقیقات انجام شده درباره موضوع	۱۰

فصل دوم: مبانی نظری و پیشینه تحقیق

الف) بخش نخست: مبانی نظری

گفتار نخست: ارتباط و ارتباط اجتماعی

الف) مفاهیم ارتباط	۱۸
ب) عناصر ارتباط	۲۱
ج) انواع ارتباط	۲۳
د) نقش ها و کارکردهای وسایل ارتباط جمعی	۲۴

گفتار دوم: بررسی مفهوم خبر

مفاهیم اساسی در خبر نویسی	۲۸
تعاریفی از خبر	۳۰
ارزش های خبری	۳۳
عناصر خبری	۳۷
تهیه و تنظیم خبر	۳۸
سبک های نگارش خبر	۴۰
شیوه های ارائه خبر	۴۳
منبع و اعتبار آن	۴۵

گفتار سوم: جریان بین المللی اخبار

مدل های جریان اخبار در نظام بین الملل	۴۹
الف) سخن پراکنی بین المللی رادیویی	۵۴
۱- عصر رادیو	۵۴
۲- ویژگی های رادیو	۵۶
۳- رادیو و اینترنت	۵۸
۴- سخن پراکنی بین المللی رادیویی	۶۰
۵- پیشینه ای کوتاه از فعالیت های رادیوهای برون مرزی	۶۴
رادیو بی بی سی	۶۶
رادیو صدای آمریکا	۶۷
ب) جریان اخبار در خبرگزاری های بین المللی	۶۸
۱- خبرگزاری، تعاریف و تاریخچه پیدایش	۷۰
۲- انواع خبرگزاری ها از نظر مالکیت	۷۳
۳- مروری بر خبرگزاری های بزرگ بین المللی	۷۷
۳-۱) خبرگزاری هاواس	۷۷
۳-۲) خبرگزاری وولف	۷۸
۳-۳) خبرگزاری رویتر	۷۹
۳-۴) خبرگزاری آسوشیتدپرس	۷۹
۴) عملکرد جهانی خبرگزاری های غربی	۸۰
۵) خبرگزاری در ایران	۸۲
خبرگزاری جمهوری اسلامی؛ تاریخچه و فعالیت ها	۸۲
سرویس های خارجی ایرنا	۸۳
حوزه های خبری ایرنا	۸۴
مناطق خبری ایرنا	۸۴
بایگانی عکس	۸۵
نشریات و روزنامه های ایرنا	۸۵

- شبکه اینترنتی ایرنا ۸۶
- همکاری با خبرگزاری های منطقه و خارجی ۸۷

گفتار چهارم: رسانه های نوین (تعاریف، اصول، ویژگی ها و کارکردها)

- الف) جامعه اطلاعاتی؛ تعاریف و ویژگی ها ۹۱
- ب) اصول و ویژگی های رسانه های نوین ۹۶
- ج) اینترنت؛ نماد رسانه های نوین ۹۹
- ۱- پیدایی و ظهور اینترنت در جهان ۹۹
- ۲- اینترنت در ایران ۱۰۱
- ۳- ویژگی های شبکه وب ۱۰۲
- ۴- آثار اینترنت بر رسانه های سنتی ۱۰۴
- ۵- ویژگی های ارتباطات اینترنتی ۱۰۵
- ۶- ویژگی های اخبار اینترنتی ۱۰۸

گفتار پنجم: مروری بر نظریات مرتبط با تحقیق

- الف) نظریه برجسته سازی ۱۱۴
- ب) نظریه دروازه بانی خبر ۱۱۴
- ۱) الگوی ارتباطی وستلی - مک لین ۱۱۶
- ۲) موقعیت دروازه بانان در فرایند انتخاب خبر ۱۱۷
- ۳) دروازه بانان جدید؛ کارکردهای نوین ۱۱۸
- ج) نظریه وابستگی رسانه ای ۱۲۱

ب) بخش دوم: چارچوب نظری

- نظریه برجسته سازی ۱۲۴
- ۱- تعاریف اساسی ۱۲۶
- ۲- الگوی کاربردی ۱۲۷
- ۳- برجسته سازی در رسانه های نوین ۱۳۰

فصل سوم: روش شناسی تحقیق

۱۳۳ الف) روش تحقیق
۱۳۸ ب) سووال های اصلی تحقیق
۱۳۹ ج) تعریف مفاهیم اصلی تحقیق
۱۴۲ د) جامعه آماری
۱۴۲ ذ) روش نمونه گیری و حجم نمونه
۱۴۳ ه) نحوه جمع آوری داده ها
۱۴۴ ر) فنون مورد استفاده برای تجزیه و تحلیل داده ها
۱۴۴ ز) نحوه محاسبه پایایی تحقیق

فصل چهارم: بررسی یافته های تحقیق

۱۴۸ بخش اول: توصیف یافته ها
۱۴۸ الف) پرسش های مربوط به توصیف جداول
۱۴۹ ب) جداول، نمودارها و توصیف آنها
۱۷۹ بخش دوم: تبیین یافته ها
۱۷۹ الف) پرسش های مربوط به تحلیل جداول دوبعدی
۱۸۰ ب) جداول دوبعدی (رابطه) و تحلیل آنها

فصل پنجم: نتیجه گیری ، محدودیت ها و پیشنهادها

۱۹۸ الف) نتیجه گیری تحقیق
۲۰۵ ب) محدودیت ها و مشکلات
۲۰۶ ج) پیشنهاد ها

۲۰۹ منابع و مآخذ

۲۱۸ پیوست ها

فصل اول: کلیات

طرح مساله و بیان ضرورت تحقیق

الف) مقدمه:

شبکه جهانی وب (اینترنت) و قابلیت‌های بی‌نظیر آن، وضعیت تازه‌ای را فرا روی رسانه‌های مدرن گشوده است، بطوریکه برخی از اندیشمندان به سبب ویژگی‌های خاص این دوران از آن به عنوان "عصر دوم رسانه‌ها" یاد می‌کنند.

تعاملی بودن اینترنت، این امکان را فراهم آورده که افراد بتوانند از طریق صفحه کلید به صفحه کلید (کیبورد - کیبورد) با یکدیگر ارتباط پیدا کنند و در هر گوشه از جهان با پیوستن به این شبکه جهانی در فضایی مجازی با یکدیگر پیوند یابند.

در حقیقت، با پیشرفت روز افزون فن‌آوری‌های نوین ارتباطی و پیدایی اینترنت و به تبع آن، رشد و تکامل روزنامه‌های الکترونی و تارنماهای خبری، تحولی شگرف در شیوه جست‌وجو، کسب‌خبر، مطالعه و نحوه آگاهی مردم از رویدادها بوجود آمده است.

امروزه با دسترسی افراد به اینترنت، هر کس می‌تواند به دریایی از اطلاعات مورد نیاز و علاقه خود، دست یابد.

با امکاناتی که بسیاری از روزنامه‌های الکترونی و تارنماهای خبری ارائه کرده‌اند، هر کاربر می‌تواند علاوه بر اینکه به اخبار و گزارش‌های جدید دسترسی داشته باشد، مطالب گذشته را نیز جست‌وجو کرده و در رایانه خود ذخیره کند.

در چنین فضایی، مخاطب با بهره‌گیری از پیوندها، اطلاعات را از میان منابع نامحدودی که در اینترنت وجود دارد، به دلخواه خود انتخاب می‌کند.

در تارنماها، مراجعه‌کننده می‌تواند نه فقط بخش‌های انتخاب شده یک گزارش یا مصاحبه که تمامی آن را ببیند یا بشنود.

اینترنت علاوه بر آنکه جهانی بودن را به عنوان مهمترین ویژگی عصر حاضر با خود همراه آورده، ساخت ها و مرزهای رسانه های مکتوب، دیداری و شنیداری را نیز به هم پیوند داده است. امروزه در چنین فضای مجازی، دیگر نه روزنامه آن روزنامه مکتوب قرن پیش است و نه رادیو و نه تلویزیون؛ بلکه قابلیت فرامتنی^۱، امکان درج محتوا را به صورت متن، تصویر و صوت فراهم آورده است.

در این میان، قابلیت های فراوان و بی نظیر شبکه جهانی وب، بسیاری از جنبه های رسانه های سنتی نظیر مطبوعات، رادیو و تلویزیون و خبرگزاری های ملی و بین‌المللی را دستخوش تغییر ساخته و ساختار، کارکرد و نقش های جدیدی را برای آنها به ارمغان آورده است. به نظر می رسد تحت تاثیر فضای تعاملی و فرامتنی (چند رسانه ای) اینترنت، شکل و محتوای رسانه های سنتی بیش از گذشته به یکدیگر نزدیک شده و در واقع اکنون شاهد نوعی "همپوشانی" ساختار و کارکردهای متفاوت رسانه های نوین می باشیم.

اکنون با افزایش تصاعدی میزان ضریب نفوذ اینترنت در مناطق مختلف کره زمین و دسترسی آسان و سریع صدها میلیون نفر در سراسر جهان به اینترنت، رسانه های سنتی نیازمند بازتعریف ساختار، کارکرد و نقش هایی هستند که در گذشته ای نه چندان دور کاملاً متفاوت بودند، اما اکنون به هم بسیار نزدیک شده اند.

ب) مساله اصلی تحقیق و اهمیت آن:

شبکه جهانی تارنها^۱ تحولی شگرف در نحوه دسترسی میلیون ها نفر از مردم جهان به اخبار و اطلاعات بوجود آورده است. با ایجاد پیوند های گوناگون، امروز افراد می توانند بدون آن که از منزل خارج شوند، به دریایی از اخبار و اطلاعات که تارنها ارائه می دهند، دسترسی داشته باشند.

۱ hypertext

کاربران حتی می‌توانند اخبار و پیام‌های خبری را از طریق پست الکترونی در صندوق پستی خود دریافت دارند. آنان همچنین می‌توانند در تالارهای گفت‌وگو درباره موضوع‌های مختلف با یکدیگر به مباحثه بپردازند. تردیدی نیست که در هزاره جدید، شبکه جهانی اینترنت، نه تنها یک پدیده، بلکه رسانه‌ای جدید در ارتباطات انسانی است. (بدیعی، ۱۳۸۳: ۱۶۲)

در عرصه روزنامه‌نگاری، پیدایی روزنامه‌های الکترونی و تارنماهای خبری و غیرخبری و گسترش قارچ‌گونه آن از اوائل دهه ۱۹۹۰ به صورتی است که امروز ده‌ها هزار روزنامه الکترونیک و تارنمای خبری در سطح جهان فعالیت می‌کنند. میلیون‌ها نفر از مردم دنیا هر لحظه اخبار و مطالب موردنظر خود را از طریق این شبکه جهانی بدست می‌آورند و مطالب مورد نظر خود را هم از طریق مکتوب و هم از طریق فیلم و تصویر ببینند. (همان)

در واقع تغییرات سریع فناوری باعث هرچه کم‌رنگ‌تر شدن مرز ارتباطات جمعی با سایر کانال‌های ارتباطی شده است. علاوه بر این، جریان سیل‌گونه نوآوری‌های تکنولوژیکی سبب شده است که کارکردها و شکل‌های رسانه‌های مختلف با یکدیگر همپوشانی داشته باشند.

”فرا رسانه“^۲ که انتشار، تلویزیون، صوت و کامپیوتر را با دسترسی مشترک به یک ترمینال کامپیوتری ترکیب می‌کند، نیز با امتیازات دسترسی متمایز شده است، بطوریکه استفاده‌کننده می‌تواند به آسانی در اطراف یک محیط اطلاعاتی چند رسانه‌ای حرکت نماید. (سورین و تانکار، ۱۳۸۱: ۲۷)

در این میان، نزدیکی تکنولوژیک میان رادیو و تلویزیون و آژانس‌های خبری (خبرگزاری‌ها) با فناوری‌های نوین ارتباطی از جمله اینترنت و چند رسانه‌ای‌ها، چالش‌هایی را در زمینه کارکرد سنتی، نحوه استفاده، جذب مخاطب، شکل رسانه و نیز محتوای آنها بوجود آورده است.

۱ World Wide Web (www)

۲ Hyper Media

این چالش‌ها، رسانه‌ها را ناگزیر کرده برای ادامه حیات در این فضای پیچیده و رقابتی به روشی موثر و مطلوب از فناوری‌های نوین استفاده کنند.

یکی از موثرترین روش‌ها، استفاده از محیط وب برای انتشار مطالب و محتواهای رسانه‌ای است. به بیان دیگر، اینترنت در مقایسه با ظهور سایر رسانه‌های الکترونی که به صورت یک پدیده گسترش یافته است، الگوهای مختلف و متداول ارتباطی نظیر شبکه‌های رادیویی، تلویزیونی، روزنامه‌ها و خبرگزاری‌ها را به شکل یک شبکه تعاملی در هم آمیخته است.

در واقع، می‌توان گفت که وب مدلی برای یک رسانه جهانی که به سرعت در حال توسعه است و تاحدودی می‌تواند جای رسانه‌های خبری دیگر را بگیرد. این، تحولی است که حداقل از سال ۱۹۹۴ میلادی، با آن روبرو بوده ایم.

وب، محدودیت‌های فضا برای رسانه‌های مکتوب و زمان برای رادیو، تلویزیون و خبرگزاری‌ها را پشت سر می‌گذارد و با وجود ابرمتن، دیگر محدودیتی در زمینه پرداختن به یک موضوع و مستند کردن آن وجود ندارد.

اکنون در فضای پیچیده و بسیار رقابتی رسانه‌های جدید، رسانه‌های خبری نقش و جایگاه بی‌بدیلی در هدایت و کنترل افکار عمومی دارند.

ترغیب مخاطبان به اتخاذ روش‌ها و دیدگاه‌های مورد نظر صاحبان رسانه‌ها سابقه‌ای طولانی دارد.

بر این اساس استفاده از تکنیک‌ها و فنون روزنامه‌نگاری همراه با بهره‌گیری از فن‌آوری نوین ارتباطی برای اجرای طرح‌های پیچیده تبلیغات روانی یکی از روش‌های متداول در رسانه‌های غربی محسوب می‌گردد.

اگر در گذشته خبرگزاری‌های ملی با همان شیوه سنتی تهیه، تنظیم و ارسال اخبار (تاکس خبری) مهمترین منبع تامین اخبار برای رسانه‌های جمعی کشورها به شمار می‌رفتند، اما اکنون با پیدایی اینترنت و گسترش روز افزون این شبکه جدید با قابلیت فراوان تعاملی، به نظر می‌رسد توازن موجود به هم ریخته و به جای آن تارنماهای خبری رسانه‌های بین‌المللی جایگزینی برای منابع خبری سنتی شده‌اند.

از این رو، شبکه‌های خبری بین‌المللی از جمله "بی بی سی"، "سی ان ان"، "صدای آمریکا" و ... از چند سال گذشته با راه اندازی تارنماهای اینترنتی به شکلی موثر از قابلیت‌های فراوان تعاملی در این شبکه جدید همچون به هنگام سازی سریع، ارتباط همزمان با مخاطب، استفاده از پیوند‌های مرتبط، استفاده از فرامتن‌ها (صوت، فیلم، عکس، طرح) و ... بهره بردم‌اند.

اکنون به نظر می‌رسد، تارنمای رسانه‌های بین‌المللی با توجه به قابلیت‌های پیش‌گفته، توانسته‌اند علاوه بر جلب مخاطب بیشمار در مناطق فراسرزمینی بویژه مناطق راهبردی جهان همچون خاورمیانه بر محتوای خبری و فرایند تولید اخبار در خبرگزاری‌های ملی نیز تاثیر گذارند. در این بین، جمهوری اسلامی ایران با توجه به نقش و جایگاه تاریخی خود در منطقه خاورمیانه از این قاعده مستثنی نیست و از این رو، حجم فراوان تولیدات متنوع رسانه‌ای شبکه‌های پرمخاطب بین‌المللی به موضوع ایران اختصاص یافته است.

در میان شبکه‌های خبری بین‌المللی، دو شبکه رادیو و تلویزیونی بین‌المللی بی بی سی فارسی و صدای آمریکا از دیرباز نقش تعیین‌کننده‌ای را در جریان بین‌المللی اخبار در این منطقه و با هدف ایران ایفا کرده‌اند.

در دوران جدید، تارنماهای فارسی این دو شبکه بین‌المللی نیز در کنار ایستگاههای رادیویی و تلویزیونی آنها سعی در گسترش بیش از پیش دامنه نفوذ فرهنگی، سیاسی، اقتصادی خود در خاورمیانه و ایران دارد.

دامنه نفوذ رسانه های بین المللی بویژه دو رسانه مورد بررسی نه تنها در میان مخاطبان عام بلکه در میان جامعه خبری و رسانه ای ایران نیز رو به گسترش است.

گرچه سنجش میزان استفاده از تولیدات تارنماهای بی بی سی فارسی و صدای آمریکا توسط روزنامه نگاران ایرانی با استفاده از روش پیمایشی بدست می آید اما در این نوشتار تحقیقی برآنیم تا با استفاده از روش تحلیل محتوا به مقایسه تطبیقی ساختار خبری تارنمای خبرگزاری جمهوری اسلامی (ایرنا) به عنوان تنها خبرگزاری رسمی (ملی) در ایران و تارنماهای دو رادیو برون مرزی "بی بی سی فارسی" و "صدای آمریکا" بپردازیم.

در میان خبرگزاری های اینترنتی موجود در ایران، دلیل انتخاب تارنمای ایرنا، رسمی و ملی بودن آن است. به عبارت دیگر، با وجود تنوع و تکثر در خبرگزاری های داخلی، همچنان ایرنا به عنوان منبع خبری رسمی نظام جمهوری اسلامی در سطح داخلی و بین المللی شناخته می شود.

انتخاب تارنماهای دو رادیو برون مرزی "بی بی سی فارسی" به سبب فراگیری، مخاطبان فراوان و جایگاه رسانه ای به نسبت "تیمه رسمی" در بریتانیا می باشد. تارنمای رادیو صدای آمریکا نیز به سبب وابستگی آن به دولت آمریکا (وزارت امور خارجه) در نقش بازتاب دهنده "گفتار رسمی" هیات حاکمه آمریکا به زبان فارسی، انتخاب شده است.

ج) هدف اصلی تحقیق :

هدف اصلی این تحقیق، بررسی مقایسه ای ساختار خبری تارنماهای (وب سایت ها) ایرنا به عنوان خبرگزاری رسمی جمهوری اسلامی با تارنماهای دو رادیو برون مرزی فارسی زبان یعنی بی بی سی و صدای آمریکا با نگاهی به اخبار و موضوعات مربوط به ایران است.

ساختار خبری مورد نظر در این پژوهش شامل شیوه ارائه اخبار، عناصر و ارزش‌های خبری، موضوع خبر سیاسی مربوط به ایران، منابع خبری، جهت‌گیری اخبار، شناخت جایگاه عکس، طرح، ویدئو، صدا در تارنماهای مورد بررسی، شیوه برجسته‌سازی و اولویت‌گذاری اخبار در آنها می‌باشد.

(د) ضرورت و اهمیت موضوع :

گسترش روز افزون شبکه جهانی اینترنت، شیوه‌های سنتی مورد استفاده رسانه‌ها را تغییر داده و آنها را به بهره‌گیری از تکنیک‌ها و قابلیت‌های فراوان این پدیده جدید ناچار ساخته است. در این میان، تعداد بیشمار کاربران اینترنتی در سطح جهان که هر لحظه بر شمار آنها افزوده می‌شود، مخاطبی بسیار وسیع برای رسانه‌های جدید به شمار می‌روند.

براساس تازه‌ترین آمارهای منتشر شده در پایگاه اینترنتی "اینترنت ورد استس" (ژوئن ۲۰۰۸- خردادماه ۱۳۸۷)، نزدیک به یک میلیارد و چهارصد و شصت و چهار میلیون نفر در سراسر جهان از اینترنت استفاده می‌کنند که این تعداد در حدود ۲۲ درصد کل جمعیت جهان را تشکیل می‌دهد. در این میان، رشد تعداد کاربران جهانی اینترنت در فاصله سالهای ۲۰۰۸-۲۰۰۰ در حدود ۳۰۵ درصد بوده است. (نگاه کنید به پایگاه اینترنتی www.internetworldstats.com)

براساس همین آمارها، ضریب نفوذ اینترنت در ایران در ماه ژوئن ۲۰۰۸ به ۳۴/۹ درصد رسیده است. به عبارت دیگر تعداد کاربران اینترنت در ایران در این مدت، حدود ۲۳ میلیون نفر رسیده که نزدیک به ۳۵ درصد جمعیت ایران را تشکیل می‌دهد. این درحالیست که در سال ۲۰۰۰، تعداد کاربران اینترنت در ایران تنها ۲۵۰ هزار نفر بوده است. (همان)

بررسی این روند نشان می‌دهد که ضریب نفوذ اینترنت در ایران به طور متوسط طی دهه گذشته، هر ۳ سال دو برابر شده است.

در این میان، براساس آخرین اطلاعات ارائه شده در پایگاه اینترنتی "اینترنت ورد استس"، نزدیک به ۵۴ درصد از کل کاربران اینترنت در منطقه خاورمیانه، در ایران زندگی می‌کنند. (همان)

نگاهی به آمارهای بالا نشان می‌دهد که بیش از ۲۳ میلیون کاربر اینترنتی در ایران مخاطبی بسیار گسترده برای تارنماهای شبکه‌های خبری بین‌المللی فارسی زبان از جمله بی‌بی‌سی فارسی و صدای آمریکا به حساب می‌آیند.

در این میان، با سیاست‌گذاری درست و ارتقاء سطح استانداردهای حرفه‌ای در حوزه رسانه‌های جمعی می‌توان این پایگاه وسیع مخاطبان را به سوی رسانه‌های ملی در ایران جذب نمود.

درباره رسانه‌های فارسی زبان بین‌المللی باید گفت، اصولاً پخش برنامه به زبان‌های خارجی (مانند زبان فارسی) در شبکه‌های خبری وابسته یا نیمه‌وابسته به دولت نظیر صدای آمریکا و بی‌بی‌سی، نه تنها نفوذ فرهنگی بلکه یک عامل حیثیتی به شمار می‌رود.

در واقع، وابستگی شدید سازمان‌های خبری رادیو - تلویزیونی به دولت، خصلتی نیمه‌رسمی به اطلاعات و اخبار می‌بخشد، بطوریکه نام هر ایستگاه غالباً بیانگر تعهد سیاسی آن است. (پیر و تودوسک، ۱۳۶۸: ۱۵۴)

با توجه به این مهم و ضرورت شناسایی الگوها و استانداردهای خبری دو رادیو برون‌مرزی تاثیرگذار، می‌توان با انجام تحقیق حاضر و تحقیقات مشابه آن، تا حد زیادی به ساختار و نحوه پوشش اخبار در شبکه‌های اثرگذار بین‌المللی پی‌برد و همچنین شناختی هرچند نسبی از سیاست‌های خبری دو رسانه بین‌المللی مورد بررسی بدست آورد. پس از آن و در مراحل دیگر تحقیق با استفاده از رویکرد مقایسه تطبیقی نقاط ضعف و قوت خبرگزاری رسمی جمهوری اسلامی به عنوان رسانه خبری ملی در ایران را مورد بررسی قرار داد.

قابل ذکر است که نتایج و یافته‌های حاصل از این تحقیق می‌تواند به تصمیم‌گیران و سیاست‌گذاران رسانه‌ای کشور در تدوین و اجرای سیاست‌ها در این حوزه حساس و مهم یاری رساند.

ه) سووال اصلی تحقیق:

با توجه به اینکه تحقیق حاضر از نوع اکتشافی است و بر آشکار ساختن جنبه ها و زوایای گوناگون ساختار اخبار در تارنما های خبری مورد بررسی و مقایسه آنها تاکید دارد، پس فرضیه خاصی مطرح نیست و به جای فرضیه از سووال های تحقیق استفاده می شود. از این رو، اصلی ترین سووال تحقیق می تواند این باشد که آیا میان سه تارنمای مورد بررسی تفاوتی از نظر تنوع موضوعات خبری، استفاده از امکانات تعاملی و چندرسانه ای، جهت گیری مطالب، شیوه ارائه، شکل خبر و ... وجود دارد و وضعیت هریک از تارنماها در این جنبه ها چگونه است؟

در قالب سووال اصلی می توان پرسش های مهم دیگری استخراج و در ادامه مراحل تحقیق پاسخ های متناسب با هریک از آنها را ارائه کرد.

ر) مروری بر تحقیقات انجام شده درباره موضوع

نخستین تحقیق انجام شده در حوزه رادیو با استفاده از روش تحلیل محتوا کاری است تحت عنوان "تجزیه و تحلیل مضامین گوناگون برنامه های رادیو ایران (فرستنده اول) که به سفارش "وزارت فرهنگ و هنر" و توسط "مرکز تحقیقات دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی" در سال ۱۳۵۳ انجام شد. این تحقیق از سه فصل مجزا از هم تشکیل شده و در فصل اول محققان به بررسی وضعیت رادیو در ایران و مقایسه آن با آمار وسایل ارتباط جمعی در سایر کشورهای جهان پرداخته اند.

در فصل دوم مشخصات کمی و کیفی برنامه های رادیو ایران مورد توجه قرار گرفته اند. از جمله یافته های جالب توجه مشخصات کمی برنامه های رادیو ایران می توان به این نکته اشاره کرد که در مقطع زمانی مورد مطالعه نزدیک به نیمی از برنامه ها (۴۹ درصد) به موسیقی اختصاص داشته در حالیکه اخبار ایران فقط ۲۲/۲ درصد برنامه را تشکیل می داده است.

در فصل دوم که مشخصات کیفی برنامه ها مورد بررسی قرار گرفته ، نشان دهنده این است که میزان مضامین مثبت در رادیو دو برابر مضامین منفی است. بالاخره یافته های فصل سوم تحت عنوان "زبان رادیو" مبین این نکته است که برنامه های رادیو ایران از نظر آموزش زبان دارای نقاط ضعف خاصی است که برای رفع آن ها باید برنامه ریزی شود. آنچه در این تحقیق جلب توجه می نماید این است که همه تحقیقات صورت گرفته در حوزه رادیو تا آن زمان از روش "پیمایشی" استفاده می کردند. (الهی و دیگران، ۱۳۵۳)

تحقیق مشابه دیگر در حوزه رادیو مطالعه ای است که به صورت پایان نامه کارشناسی ارشد توسط تیرگر فاخری در سال ۱۳۸۰ انجام شده است.

در این تحقیق ساختار خبری برنامه های شامگاهی سه رادیوی بین المللی بی بی سی ، صدای آمریکا و صدای آلمان مورد بررسی قرار گرفته و با همدیگر مقایسه شده اند.

یافته های تحقیق مذکور نشان می دهد که از نظر موضوعی بیشترین توجه این رادیوها به امور سیاسی و نظامی مناطق مورد توجه آنهاست و کمترین توجه موضوعی آنها را نیز علوم ، امور آموزشی و توسعه این مناطق دارد.

اخبار و موضوعات اختصاص ایران در رادیوهای مورد بررسی نیز عمدتاً بر سیاست خارجی ایران متمرکز است. از جنبه ارزش های خبری نیز شهرت بیشترین تکرار را دارد. (تیرگر فاخری، ۱۳۸۰)

تحقیق دیگری در این حوزه با عنوان "تحلیل محتوای وب سایت رادیو های بیرون مرزی (مقایسه ساختار وب سایت های رادیو بی بی سی)، صدای آمریکا و صدای آلمان و سرویس جهانی رادیو صدای جمهوری اسلامی ایران" به صورت پایان نامه کارشناسی ارشد توسط محمد عزیزی راد انجام شده است. در این تحقیق پایگاه های اینترنتی چهار رادیو فوق بررسی شده اند.