

دانشگاه علامه طباطبایی

دانشکده علوم اجتماعی

پایان نامه تحصیلی کارشناسی ارشد

رشته علوم ارتباطات اجتماعی

عنوان:

تصویر ایران در مطبوعات آمریکا
در دوره های هفتم و نهم ریاست جمهوری ایران
تحلیل محتوای مجله های تایم و نیوزویک

استاد راهنما:

دکتر محمد مهدی فرقانی

استاد مشاور:

دکتر علی محمدی

دانشجو:

مهرناز رحیمی

سال تحصیلی ۱۳۸۸-۸۹

با تشکر از اساتید محترم دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی به خصوص اساتید راهنما و مشاور جناب آقای دکتر محمد مهدی فرقانی و جناب آقای دکتر علی محمدی که با راهنمایی و مشاوره ارزشمندشان در این تحقیق به من یاری رساندند.

با سپاس از جناب آقای دکتر محمود شهابی که با داوری عادلانه شان به غنای این اثر افزودند.

با تشکر از جناب آقای دکتر حسینعلی افخمی مدیر گروه رشته علوم ارتباطات اجتماعی که همواره راهنمای من بوده اند.

همچنین با تشکر از تمام افراد و مراکزی که در دسترسی به مجله های تایم و نیوزویک با من همکاری کردند.

تقدیم به

پدر و مادرم ، فرشته های راهنمای زندگی ام

و دوست و خواهرم ، مریم عزیز

چکیده

تحقیق حاضر با عنوان تصویر ایران در مطبوعات آمریکا در دوره های هفتم و نهم ریاست جمهوری ایران (تحلیل محتوای مجله های تایم و نیوزویک) با هدف مقایسه تصویر ایران در هفته نامه های مهم و تاثیرگذار آمریکایی در دوره های هفتم و نهم ریاست جمهوری ایران و شناخت نسبت به دیدگاههای آنها نسبت به ایران صورت گرفته است. همچنین بررسی سیاست های رسمی و اعلام شده دولت آمریکا در مقابل ایران و تعیین واگرایی یا همگرایی مطالب مجله های تایم و نیوزویک با سیاست های آمریکا نیز در دستور کار تحقیق قرار گرفت.

برای انجام این پژوهش شماره های مجله های تایم و نیوزویک از اول ماه ژوئیه سال ۱۹۹۷ (دهم تیر ماه سال ۱۳۷۶) لغایت اول ماه ژوئیه سال ۲۰۰۱ (دهم تیر ماه سال ۱۳۸۰) و اول ماه ژوئیه سال ۲۰۰۵ (دهم تیر ماه سال ۱۳۸۴) لغایت اول ماه ژوئیه سال ۲۰۰۹ (دهم تیر ماه ۱۳۸۸) تحلیل محتوا شدند.

با مراجعه به کتابخانه های ملی ، وزارت امور خارجه ، دانشکده خبر و موسسه مطبوعاتی نشرآوران و بررسی شماره های مجله های تایم و نیوزویک در طی دوره های مذکور ، در مجموع ۴۳۹ مطلب به روش سرشماری جمع آوری و سپس با استفاده از دستورالعمل کدگذاری به روش تحلیل محتوا تحلیل شد. در آخر محقق به این نتیجه دست یافت که جهت گیری هر دو مجله نسبت به ایران منفی است. تصویری که از ایران در دوره هفتم ریاست جمهوری ساخته شده است کشوری است که خواهان دوستی با کشورها از جمله آمریکا است و به دنبال تغییرات در ساختار سیاسی و اجتماعی اش برآمده است اما به علت چند دستگی در قدرت راه به جایی نمی برد. در دوره نهم ریاست جمهوری نیز ایران به عنوان کشوری ترسیم شده است که به دنبال ساخت سلاح های هسته ای و از بین بردن اسرائیل است و درواقع خطری است که راه مقابله با آن جنگ نیست بلکه مذاکره و دوستی است.

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱۴	فصل اول: کلیات تحقیق
۱۴	۱-مقدمه.....
۱۶	۲-موضوع تحقیق.....
۱۷	۳-مسئله تحقیق.....
۱۹	۴-پیشینه تحقیق.....
۲۲	۵-بیان ضرورت و اهمیت موضوع تحقیق.....
۲۳	۶-بیان اهداف تحقیق.....
۲۵	۷-علل انتخاب دو مجله تایم و نیوزویک.....
۲۶	۸-علل انتخاب دو دوره ریاست جمهوری.....
۲۷	۹-روش تحقیق و نمونه گیری.....
۲۸	۱۰-سوال های تحقیق.....
۳۲	فصل دوم: ادبیات و مبانی نظری تحقیق
۳۲	۱- مقدمه.....
۳۴	۲-مفاهیم تحقیق.....
۳۴	۱-۲- مطبوعات و کارکرد آن.....
۳۸	۲-۲-تصویرسازی.....
۴۰	۳-۲- کلیشه سازی.....

۴۲جریان اخبار بین المللی در رسانه های آمریکا.....
۴۴مجله های مورد بررسی.....
۴۴مجله تایم.....
۴۶مجله نیوزویک.....
۴۹سیاست خارجی.....
۵۰سیاست خارجی آمریکا.....
۵۳دوره های مورد بررسی.....
۵۳دوره هفتم ریاست جمهوری ایران (۸۰-۱۳۷۶).....
۵۶دوره نهم ریاست جمهوری ایران (۸۸-۱۳۸۴).....
۶۱وابستگی رسانه ها.....
۶۲پیدایش وابستگی در رسانه های آمریکا.....
۶۳اقتصاد سیاسی رسانه ها.....
۶۷سیاست خارجی و رسانه ها.....
۶۹نظریه های تحقیق.....
۶۹۱-۳-برجسته سازی.....
۷۳۲-۳-قاب بندی.....
۷۶۴- چارچوب نظری تحقیق.....
۷۷۵- فرضیه تحقیق.....
۷۸ فصل سوم : روش شناسی تحقیق
۷۸۱- مقدمه.....

۷۹	۲- روش تحقیق.....
۷۹	۲-۱- تعریف روش تحلیل محتوا.....
۸۰	۲-۲- کاربرد روش تحلیل محتوا.....
۸۳	۳- تکنیک تحقیق.....
۸۴	۴- تشکیل مجموعه مورد تحقیق و نمونه گیری.....
۸۴	۴-۱- جامعه آماری.....
۸۴	۴-۲- برآورد حجم نمونه.....
۸۴	۴-۳- روش نمونه گیری.....
۸۵	۵- تکنیک جمع آوری اطلاعات.....
۸۵	۶- سطح تجزیه و تحلیل داده ها.....
۸۶	۷- آزمون های آماری.....
۸۷	۸- سنجش ضریب قابلیت اعتماد یا پایایی تحقیق.....
۸۸	۹- سنجش اعتبار یا روایی تحقیق.....
۹۰	۱۰- تعاریف نظری و عملی متغیرها.....
۹۰	۱۰-۱- متغیر وابسته.....
۹۰	۱۰-۲- متغیرهای مستقل.....

۹۸ فصل چهارم : توصیف و تحلیل یافته ها.....

۹۸	۱- مقدمه.....
۹۹	۲- بخش اول: توصیف مطالب مربوط به ایران در مجله های تایم و نیوزویک.....
۱۴۷	۳- بخش دوم: مقایسه مطالب مربوط به ایران در مجله های تایم و نیوزویک.....

۴- بخش سوم: مقایسه مطالب مربوط به ایران در دوره های هفتم و نهم ریاست جمهوری ایران.....۱۸۱

فصل پنجم : جمع بندی ، نتیجه گیری و پیشنهاد.....۲۰۷

۱- خلاصه.....۲۰۷

۲- نتیجه گیری.....۲۱۵

۳- محدودیت های تحقیق.....۲۲۰

۴- پیشنهاد تحقیق.....۲۲۱

۵- سخن آخر.....۲۲۲

منابع.....۲۲۳

پیوست.....۲۲۸

فهرست جدولها

صفحه

عنوان

جدول شماره ۲-۱: تیراژ سالانه مجله تایم.....	۴۵
جدول شماره ۴-۲-۱: توزیع فراوانی بر حسب نام نشریه.....	۱۰۱
جدول شماره ۴-۲-۲: توزیع فراوانی بر حسب دوره انتشار مطلب.....	۱۰۲
جدول شماره ۴-۲-۳: توزیع فراوانی بر حسب فصل انتشار مطلب.....	۱۰۳
جدول شماره ۴-۲-۴: توزیع فراوانی بر حسب سبک مطلب.....	۱۰۴
جدول شماره ۴-۲-۵: توزیع فراوانی بر حسب محتوای مطلب.....	۱۰۶
جدول شماره ۴-۲-۶: جدول توزیع فراوانی بر حسب جهت گیری مطلب.....	۱۰۸
جدول شماره ۴-۲-۷: توزیع فراوانی بر حسب استفاده از عکس در مطلب.....	۱۰۹
جدول شماره ۴-۲-۸: توزیع فراوانی بر حسب تعداد عکس های مربوط به مطلب.....	۱۱۰
جدول شماره ۴-۲-۹: توزیع فراوانی بر حسب محتوای عکس.....	۱۱۱
جدول شماره ۴-۲-۱۰: توزیع فراوانی بر حسب برجسته شدن شخصیت ایرانی در مطلب.....	۱۱۴
جدول شماره ۴-۲-۱۱: توزیع فراوانی بر حسب شخصیت ایرانی برجسته شده در مطلب.....	۱۱۵
جدول شماره ۴-۲-۱۲: توزیع فراوانی بر حسب استفاده از تیتراژ در مطلب.....	۱۱۷
جدول شماره ۴-۲-۱۳: توزیع فراوانی بر حسب اندازه تیتراژ.....	۱۱۸
جدول شماره ۴-۲-۱۴: توزیع فراوانی بر حسب تعداد سطرهای تیتراژ.....	۱۱۹
جدول شماره ۴-۲-۱۵: توزیع فراوانی بر حسب محتوای تیتراژ.....	۱۲۰
جدول شماره ۴-۲-۱۶: توزیع فراوانی بر حسب جهت گیری تیتراژ.....	۱۲۲
جدول شماره ۴-۲-۱۷: توزیع فراوانی بر حسب نوع تیتراژ.....	۱۲۳

- جدول شماره ۴-۲-۱۸: توزیع فراوانی بر حسب انتشار تیترا مربوط به ایران روی جلد..... ۱۲۴
- جدول شماره ۴-۲-۱۹: توزیع فراوانی بر حسب محتوای تیترا روی جلد..... ۱۲۵
- جدول شماره ۴-۲-۲۰: توزیع فراوانی بر حسب جهت گیری تیترا روی جلد..... ۱۲۶
- جدول شماره ۴-۲-۲۱: توزیع فراوانی بر حسب انتشار عکس مربوط به ایران روی جلد..... ۱۲۷
- جدول شماره ۴-۲-۲۲: توزیع فراوانی بر حسب محتوای عکس روی جلد مربوط به ایران..... ۱۲۸
- جدول شماره ۴-۲-۲۳: توزیع فراوانی بر حسب به کار گیری تعبیر مربوط به احمدی نژاد..... ۱۲۹
- جدول شماره ۴-۲-۲۴: توزیع فراوانی بر حسب تعبیری که در متن در مورد احمدی نژاد به کار رفته است..... ۱۳۰
- جدول شماره ۴-۲-۲۵: توزیع فراوانی بر حسب به کار گیری تعبیر مربوط به خاتمی..... ۱۳۲
- جدول شماره ۴-۲-۲۶: توزیع فراوانی بر حسب تعبیری که در متن در مورد خاتمی به کار رفته است..... ۱۳۳
- جدول شماره ۴-۲-۲۷: توزیع فراوانی بر حسب استفاده از عبارت کلیشه ای در مورد حکومت ایران..... ۱۳۴
- جدول شماره ۴-۲-۲۸: توزیع فراوانی بر حسب عبارت کلیشه ای مورد استفاده در مورد حکومت ایران..... ۱۳۵
- جدول شماره ۴-۲-۲۹: توزیع فراوانی بر حسب معنی القا شده در متن در مورد ایران..... ۱۳۷
- جدول شماره ۴-۲-۳۰: توزیع فراوانی بر حسب توصیف "خود" در متن..... ۱۳۹
- جدول شماره ۴-۲-۳۱: توزیع فراوانی بر حسب نحوه توصیف "خود" در متن..... ۱۴۰
- جدول شماره ۴-۲-۳۲: توزیع فراوانی بر حسب توصیف "دیگری" در متن..... ۱۴۲
- جدول شماره ۴-۲-۳۳: توزیع فراوانی بر حسب نحوه توصیف "دیگری" در متن..... ۱۴۳
- جدول شماره ۴-۲-۳۴: توزیع فراوانی بر حسب ارزیابی متن از وضعیت داخلی کشور..... ۱۴۵

- جدول شماره ۴-۲-۳۵: توزیع فراوانی بر حسب نحوه ارزیابی متن از وضعیت داخلی کشور..... ۱۴۶
- جدول شماره ۴-۳-۱: مقایسه مجله های تایم و نیوزویک از نظر جهت گیری مطالب نسبت به ایران.. ۱۴۹
- جدول شماره ۴-۳-۲: مقایسه مجله های تایم و نیوزویک از نظر محتوای مطالب مربوط به ایران..... ۱۵۰
- جدول شماره ۴-۳-۳: مقایسه مجله های تایم و نیوزویک از نظر سبک مطالب مربوط به ایران..... ۱۵۳
- جدول شماره ۴-۳-۴: مقایسه مجله های تایم و نیوزویک از نظر محتوای تیترا مطالب مربوط به ایران..... ۱۵۶
- جدول شماره ۴-۳-۵: مقایسه مجله های تایم و نیوزویک از نظر جهت گیری تیترا مطالب مربوط به ایران..... ۱۵۹
- جدول شماره ۴-۳-۶: مقایسه مجله های تایم و نیوزویک از نظر اندازه تیترا مطالب مربوط به ایران..... ۱۶۰
- جدول شماره ۴-۳-۷: مقایسه مجله های تایم و نیوزویک از نظر تعداد سطرهای تیترا مطالب مربوط به ایران..... ۱۶۲
- جدول شماره ۴-۳-۸: مقایسه مجله های تایم و نیوزویک از نظر نوع تیترا مطالب مربوط به ایران..... ۱۶۴
- جدول شماره ۴-۳-۹: مقایسه مجله های تایم و نیوزویک از نظر تعداد عکس مطالب مربوط به ایران.. ۱۶۵
- جدول شماره ۴-۳-۱۰: مقایسه مجله های تایم و نیوزویک از نظر محتوای تیترا روی جلد مطلب مربوط به ایران..... ۱۶۶
- جدول شماره ۴-۳-۱۱: مقایسه مجله های تایم و نیوزویک از نظر شخصیت ایرانی برجسته شده در مطالب مربوط به ایران..... ۱۶۷
- جدول شماره ۴-۳-۱۲: مقایسه مجله های تایم و نیوزویک از نظر معنی القا شده درمورد ایران در مطالب مربوط به ایران..... ۱۶۹
- جدول شماره ۴-۳-۱۳: مقایسه مجله های تایم و نیوزویک از نظر عبارت کلیشه ای مورد استفاده درمورد ایران..... ۱۷۳

- جدول شماره ۴-۳-۱۴: مقایسه مجله های تایم و نیوزویک از نظر توصیف "خود" در مطالب مربوط به
ایران..... ۱۷۵
- جدول شماره ۴-۳-۱۵: مقایسه مجله های تایم و نیوزویک از نظر توصیف "دیگری" در مطالب مربوط به
ایران..... ۱۷۷
- جدول شماره ۴-۳-۱۶: مقایسه مجله های تایم و نیوزویک از نظر توصیف وضعیت داخلی کشور در
مطالب مربوط به ایران..... ۱۸۰
- جدول شماره ۴-۴-۱: مقایسه دوره های هفتم و نهم از نظر جهت گیری مطالب مربوط به ایران در مجله
های تایم و نیوزویک..... ۱۸۲
- جدول شماره ۴-۴-۲: مقایسه دوره های هفتم و نهم از نظر محتوای مطلب مربوط به ایران در مجله
های تایم و نیوزویک..... ۱۸۴
- جدول شماره ۴-۴-۳: مقایسه دوره های هفتم و نهم از نظر محتوای تیترا مطالب مربوط به ایران در در
مجله های تایم و نیوزویک..... ۱۸۷
- جدول شماره ۴-۴-۴: مقایسه دوره های هفتم و نهم از نظر جهت گیری تیترا مطالب مربوط به ایران در
مجله های تایم و نیوزویک..... ۱۸۹
- جدول شماره ۴-۴-۵: مقایسه دوره های هفتم و نهم از نظر نوع تیترا مطالب مربوط به ایران در مجله های
تایم و نیوزویک..... ۱۹۰
- جدول شماره ۴-۴-۶: مقایسه دوره های هفتم و نهم از نظر سبک مطالب مربوط به ایران در مجله های
تایم و نیوزویک..... ۱۹۱
- جدول شماره ۴-۴-۷: مقایسه دوره های هفتم و نهم از نظر محتوای تیترا روی جلد مطالب مربوط به
ایران در مجله های تایم و نیوزویک..... ۱۹۳

- جدول شماره ۴-۴-۸: مقایسه دوره های هفتم و نهم از نظر نوع عبارت کلیشه ای مورد استفاده درمورد ایران در مجله های تایم و نیوزویک.....۱۹۴
- جدول شماره ۴-۴-۹: مقایسه دوره های هفتم و نهم از نظر معنی القا شده در مورد ایران در مجله های تایم و نیوزویک.....۱۹۶
- جدول شماره ۴-۴-۱۰: مقایسه دوره های هفتم و نهم از نظر توصیف "خود" در مطالب مربوط به ایران در مجله های تایم و نیوزویک.....۲۰۰
- جدول شماره ۴-۴-۱۱: مقایسه دوره های هفتم و نهم از نظر توصیف "دیگری" در مطالب مربوط به ایران در مجله های تایم و نیوزویک.....۲۰۳
- جدول شماره ۴-۴-۱۲: مقایسه دوره های هفتم و نهم از نظر توصیف وضعیت داخلی کشور در مطالب مربوط به ایران در مجله های تایم و نیوزویک.....۲۰۶

۱-۱- مقدمه

هر وسیله ارتباطی می تواند محتوای خاصی را به افکار عامه مردم عرضه کند و در نتیجه مسیر تفکر آنان را نیز تعیین کند. این مطلب دقیقاً همان چیزی است که مک لوهان^۱ در نظر داشت با گفتن عبارت "رسانه خود یک پیام است" بیان کند.

نیل پستمن^۲ در کتاب "زندگی در عیش، مردن در خوشی" می نویسد که خواه شناخت جهان را از طریق عینیت یا از راه مطالب منتشر شده در نشریات و مطبوعات به دست آوریم، یا اینکه به جهان از روزنه دوربین تلویزیون بنگریم، باز هم، رسانه ها و ابزارهای ارتباطی با توجه به ویژگی ها و خط مشی های خاص خود به تجزیه جهان و آوردن اجزای آن در یک رده بندی خاص، با تقدم و تاخر زمانی، آن هم به میل خود می پردازند. به این ترتیب بر نحوه شناخت افراد از جهان تاثیر می گذارند. همچنین از طریق بزرگ و کوچک کردن یا رنگ آمیزی آن اجزا، به تصریح و تاکید بر معنایی معین از واقعیت ها و جهان واقع پافشاری می کنند (پستمن، ۱۳۷۵: ۷۷).

ارنست کاسیر^۳ از فیلسوفان مطرح آلمانی در قرن بیست و یکم، نیز می گوید به نظر می رسد هر قدر تعقل و رفتار سمبلیک انسان ها به سوی تکامل، بیشتر گام بر می دارد، واقعیت مخدوش نشده از دسترس انسان ها بیشتر خارج می شود. انسان به حدی مشغول به خود شده است که بدون واسطه و از طریق ابزارهای مصنوعی ارتباط نه می تواند چیزی را ببیند و نه دریابد (همان، ۷۷).

رابرت مرتون^۴ و پل لازارسفلد^۵ به علت استفاده گروههای ذینفع قدرتمند از رسانه های جمعی به منظور کنترل اجتماعی اظهار نگرانی می کنند (تنکارد و سورین، ۱۳۸۴: ۴۶۱).

درواقع در جوامع غربی معمولاً شرکت های ادغام شده یا چند ملیتی از رسانه ها حمایت مالی می کنند و در مقابل رسانه ها نیز حامی منافع آنها و نظام و ساختار جامعه هستند. به نظر مرتون و لازارسفلد این حمایت نه تنها به شکل تبلیغ تجاری بلکه در محتوای رسانه ها نیز مشهود است.

آگاهی بخشی به عموم مردم از کارکردهای رسانه ها به شمار می آید. رسانه ها با توجه به شرایط و خط مشی خود محتوای برنامه ها را تعیین می کنند و به این طریق اطلاعات را در اختیار عموم مردم قرار می دهند. منظور از خط مشی در هر رسانه نوع جهت گیری آن نسبت به رویدادها است که به طور مثال در مطبوعات در سرمقاله ها و تیترهای مربوط به مسائل و رویدادهای مختلف مشهود است. همانطور که پیش از این نیز ذکر شد، اغلب، افراد، سازمان ها یا احزابی که حامی رسانه ها هستند، اطلاعات منتشر

^۱ McLuhan
^۲ Nil Postman
^۳ Ernst Cassirer
^۴ Robert Merton
^۵ Paul F. Lazarsfeld

شده در رسانه ها را مشخص می کنند. رسانه ها نیز به علت حمایت های اقتصادی که از این عناصر دریافت می کنند خط مشی خود را در راستای علایق آنها تعیین می کنند. آنگاه ، همانطور که نظریه برجسته سازی هم مطرح می کند ، آنچه مردم باید به آن فکر کنند را این رسانه ها هستند که تعیین می کنند؛ درواقع تعیین کننده های اصلی ، حامیان قدرتمند این رسانه ها هستند. مسائل اجتماعی بسیاری هستند که با وجود داشتن مخالف یا موافق به عنوان یک موضوع اجتماعی پذیرفته نمی شوند از آنجا که مورد توجه رسانه های جمعی قرار نگرفته اند. به نظر والتر لیپمن^۱ از پیشگامان پژوهش در زمینه مفهوم برجسته سازی ، رسانه های جمعی ، نقطه اتصال اصلی میان رویدادهایی که در جهان اتفاق می افتند و تصاویر این رویدادها در ذهن مردم هستند. به نظر لیپمن تنها احساسی که هر شخص می تواند در مورد رویدادی که آن را تجربه نکرده است داشته باشد احساسی است که از انگاره ذهنی وی از آن رویداد برانگیخته است. وی می گوید گاهی با همان قوتی که به واقعیت ها پاسخ می دهیم به داستان ها هم واکنش نشان می دهیم و اغلب خود به خلق این داستان ها و افسانه ها کمک می کنیم. به هر حال سازگاری انسان با محیطش با استفاده از همین داستان ها و افسانه ها صورت می گیرد.

به عقیده برنارد کوهن^۲ اغلب انسان ها حتی تصاویری که در ذهن خود از کشور و جامعه شان دارند متأثر از رسانه ها است. این تصاویر درواقع یک سری از مفاهیم درمورد افراد ، اشیا ، کشور و دیگر کشورهای جهان در ذهن فرد است که می تواند حاصل پیش زمینه ها یا شرایط خاص سیاسی ، اجتماعی یا مذهبی باشد. در رسانه ها تصویر یک کشور ناشی از روابط سیاسی ، اقتصادی و نظامی با آن کشور است. این نوع روابط در سناریوهای سیاسی داخلی ، منطقه ای و بین المللی ظاهر می شود و بر افکار و تمایلات مالکان رسانه تاثیر می گذارد. درنهایت نگرش مالکان رسانه ها به یک کشور تصویر آن را در رسانه تعیین می کند. تصویر یک کشور در رسانه کشورهای دیگر با استفاده از تحلیل زبان مورد استفاده درمورد آن شامل عبارات ، استعاره ها و صفات تشخیص داده می شود که در حمایت یا رد سیاست های دولت آن کشور در مورد مسائل ملی و بین المللی مطرح می شود (Saleem,2007: 136).

در میان ابزارها و وسایل ارتباطی مطبوعات از قدیمی ترین رسانه ها در جهان است که در بسیاری از کشورهای جهان به عنوان رکن چهارم دموکراسی محسوب می شود. تحقیقات نشان می دهد که مطبوعات در چارچوب بندی مسائل مهم و القای تفکر و اندیشه به مردم و ایجاد اولویت ذهنی نقش مهمی را ایفا می کند. خبرنگاران نیز با وجود تلاش برای بی طرف ماندن هنگامی که به قاب بندی یا انتخاب جوانب خاصی از روایت های برجسته شده می پردازند یا هنگام انتخاب منابع اطلاعاتی به نوعی با توجه به خط مشی رسانه جانبدارانه عمل می کنند. با این حال اگر افراد فکر کنند که رسانه مورد استفاده شان صحیح و معتبر است به وقایع و روایت های مورد تاکید آن بیشتر توجه می کنند.

^۱ Walter Lippmann

^۲ Bernard Cohen

۱-۲- موضوع تحقیق

این تحقیق در پی آن است تا از طریق تحلیل محتوای کمی دو مجله آمریکایی تایم^۱ و نیوزویک^۲ در دو دوره هفتم و نهم ریاست جمهوری ایران یعنی سال های ۸۰-۱۳۷۶ و ۸۸-۱۳۸۴، وجوه تشابه یا تفاوت دیدگاههای دو مجله درمورد ایران و نوع تصویرسازی آنها را از ایران مورد ارزیابی و بررسی قرار دهد. همچنین در نظر است تا با بررسی اجمالی رئوس سیاست های رسمی و علنی دولت آمریکا درمورد ایران در دو دوره مزبور، وضعیت همگرایی یا واگرایی مطالب این دو مجله مهم آمریکایی درمورد ایران با سیاست های رسمی دولت آمریکا تعیین شود.

^۱ Time

^۲ Newsweek

۱-۳- مسئله تحقیق

مدتها بود که پژوهشگر، مجله های تایم و نیوزویک را مطالعه می کرد و حین مطالعه به مطالبی در مورد ایران بر می خورد. گاهی اوقات محوریت اصلی مطالب در شماره های متعدد تنها مسائل خاصی مانند انرژی هسته ای ایران بود؛ حال آنکه در ایران وقایع متعدد دیگری نیز در جریان بود که ارزش خبری لازم را برای اینکه مورد پوشش خبری قرار گیرد داشت. درست است که برای دست اندرکاران مجله های مذکور در دوره مورد مطالعه، ممکن است تنها مساله قابل اهمیت، انرژی هسته ای باشد، اما به هر حال همین امر موجب شد که پژوهشگر به فکر تحقیق گسترده ای در زمینه مطالب منتشر شده در مجله های تایم و نیوزویک در مورد ایران بپردازد و به جست و جوی پاسخ این سوال بپردازد که این دو مجله در نظر دارند با انتشار مطالب مربوط به ایران چه تصویری از این کشور برای مردم آمریکا و جهان ترسیم کنند.

برای محدود کردن و هدفمند کردن پژوهش، مجله های تایم و نیوزویک در دوره های هفتم و نهم ریاست جمهوری ایران، در سال های ۸۰-۱۳۷۶ و ۸۸-۱۳۸۴ تحلیل محتوا می شوند. این مدت معادل سالهای ۲۰۰۱-۱۹۹۷ و ۲۰۰۹-۲۰۰۵ میلادی است.

با توجه به این که هر دو مجله در نسخه های متعدد چاپ می شوند، در این تحقیق نسخه اروپایی مجله تایم و نسخه بین المللی مجله نیوزویک تحلیل محتوا می شوند. همانطور که در ادامه این فصل و در فصل دوم نیز تشریح می شود، نسخه اروپایی مجله تایم و نسخه بین المللی مجله نیوزویک مسائل مربوط به خاورمیانه و ایران را تحت پوشش قرار می دهند در مقابل نسخه های داخلی مجله ها در حجم گسترده ای به مسائل داخلی آمریکا می پردازند.

جهت تحلیل محتوای مجله های مذکور، شماره های آنها در فاصله زمانی دهم تیر ماه سال ۱۳۷۶ معادل اول ژوئیه سال ۱۹۹۷ تا دهم تیر ماه سال ۱۳۸۰ معادل اول ژوئیه سال ۲۰۰۱ و دهم تیر ماه سال ۱۳۸۴ معادل با اول ژوئیه سال ۲۰۰۵ لغایت دهم تیر ماه سال ۱۳۸۸ معادل با اول ژوئیه سال ۲۰۰۹ انتخاب شدند. علت انتخاب مدت زمان مذکور آن است که در تیر ماه نتایج انتخابات ریاست جمهوری اعلام شده است و مجله های تایم و نیوزویک سیاست خود را در قبال رئیس جمهور ایران تعیین کرده اند. در این راستا کلیه مطالب مربوط به ایران از جمله مقاله، گزارش، خبر، مصاحبه، عکس، کاریکاتور، یادداشت، نامه های مخاطبان، نقل قول های مستقیم شخصیت های سیاسی و غیر سیاسی داخلی و خارجی در مورد ایران به روش سرشماری جمع آوری شد.

برای دسترسی به نسخه های مجله های مذکور به کتابخانه ملی، کتابخانه وزارت امور خارجه، موسسه مطبوعاتی نشر آوران، کتابخانه دانشکده خبر و سایت های اینترنتی مجله های تایم و نیوزویک

مراجعه شد و پس از جمع آوری مطالب انگلیسی با توجه به دستورالعمل کدگذاری به کدگذاری این مطالب اقدام گردید.

به این ترتیب در این پژوهش تمام مطالب مربوط به ایران در سال های مذکور به عنوان داده جمع آوری و تحلیل محتوا شدند؛ به منظور بررسی اینکه چه رویدادهایی در ایران بیشتر مورد توجه این دو مجله قرار گرفته است، مجله های تایم و نیوزویک در نظر دارند چه مسائلی را در مورد ایران در اذهان مردم برجسته کنند، این دو مجله چه دیدگاهی در مورد ایران دارند و تا چه حد این دیدگاه ها با سیاست های رسمی و علنی دولت آمریکا در مورد ایران همگرایی دارد ، پژوهشگر به بررسی این نکته پرداخته است که آیا تصاویر متفاوتی از ایران در این دو مجله در طی دو دوره هفتم و نهم ریاست جمهوری ایران ترسیم شده است یا تصویر ایران در این دو دوره چندان تغییری نکرده است.

در راستای این پژوهش ، مواردی از قبیل جهت گیری مطلب و تیتر ، معنی القا شده در مورد ایران ، عبارت کلیشه ای مورد استفاده در مورد حکومت ایران ، توصیف صورت گرفته از "خود" و "دیگری" و استفاده از تیتر و عکس مربوط به ایران روی جلد مجله مد نظر قرار گرفته اند.

۱-۴- پیشینه تحقیق

در این قسمت به پایان نامه ها و تحقیقاتی پرداخته می شود که به نوعی مجله های تایم و نیوزویک را تحلیل محتوا کرده اند یا بازنمایی ایران را در مطبوعات غرب مورد بررسی قرار داده اند یا همگرایی مطالب آنها را با سیاست خارجی کشور متبوعشان بررسی کرده اند.

رضا شریفی سورکی در پایان نامه کارشناسی ارشد خود با عنوان "بازتاب دیپلماسی جمهوری اسلامی در مطبوعات آمریکا، تحلیل محتوای تایم و نیوزویک قبل و بعد از دوم خرداد ۷۶ (۲۰۰۲-۱۹۹۳)" به تحلیل محتوای مجله های تایم و نیوزویک و بررسی کلی مطالب این دو مجله طی ده سال پرداخته است. در این پژوهش که در سال ۱۳۸۳ انجام شده است، وی به این نتیجه رسیده است که با تحولات مثبت داخلی تمایلات و خط مشی های این دو مجله هم مثبت شد و کمتر از کلیشه ها استفاده کرده اند. در هر دو مجله پس از دوم خرداد ۱۳۷۶ مطالب مربوط به ایران، با لحنی ملایم تر، منتشر شده است.

فریده دادا^۱ در دانشگاه سن خوزه در ایالت کالیفرنیا آمریکا در سال ۲۰۰۷ تحقیقی با عنوان "ایران در رسانه های آمریکا: تحلیل نیوزویک، تایم و نیویورک تایمز" برای دریافت مدرک کارشناسی ارشد در رشته ارتباطات جمعی و روزنامه نگاری انجام داده است. این تحقیق با هدف بررسی قدرت رسانه های جمعی در مقابل مصرف کنندگان و تاثیر آنها بر نحوه درک مردم از مسائل ناشناخته صورت گرفته است. محقق با استفاده از روش تحلیل محتوای کمی و کیفی، نحوه پوشش خبری رسانه های آمریکا را در مورد ایران در دوره ۲۸ ساله ۱۹۷۷ تا ۲۰۰۴ بررسی کرده است. وی رابطه و همگرایی سیاست خارجی آمریکا و مواضع رسانه های خبری ملی آن کشور را در مورد ۱۰ حادثه بحرانی در ایران مقایسه کرده است و در نهایت به این نتیجه رسیده است که پوشش خبری رسانه ها قبل از انقلاب مثبت یا خنثی اما پس از انقلاب منفی و انتقادی بوده و تا امروز هم انتقادی مانده است. در شش حادثه گروگانگیری، جنگ ایران و عراق، سقوط هواپیمای ایرباس، رحلت امام خمینی، تحریم ایران توسط آمریکا و برچسب گذاری ایران به عنوان محور شرارت، لحن این رسانه های خبری با سیاست خارجی آمریکا یکسان بود؛ اما لحن مطالب منتشر شده در مورد دیدار شاه از آمریکا در سال ۱۹۷۷ و انقلاب اسلامی انتقادی تر از مطالب منتشر شده در بولتن وزارت امور خارجه آمریکا بوده است.

پایان نامه دیگر با عنوان "بررسی تطبیقی مطالب نشریه های ایران و آمریکا درباره وقایع عراق، تحلیل محتوای کیهان، شرق، تایم و نیوزویک" است. حسین زارعی برای دریافت مدرک کارشناسی ارشد، این پایان نامه را در سال ۱۳۸۴ ارائه کرد که به حوادث عراق از زمان انتقال قدرت به دولت موقت می پردازد و نحوه انعکاس خبرهای جنگ عراق و حوادث پس از آن را در روزنامه های داخلی و این دو مجله هفتگی آمریکایی از ۱۱ تیر تا ۱۱ شهریور ۱۳۸۳ بررسی و نگرش آنها را ارزیابی می کند. زارعی در آخر به این

^۱ Farideh Dada

نتیجه می‌رسد که وضعیت عراق در نشریه‌های ایرانی بی‌ثبات و منطبق با دیدگاه سیاسی حاکم در ایران اما در نشریه‌های خارجی خنثی و با میزان همسویی کمتر با دیدگاه سیاسی حاکم در آمریکا است. نشریات خارجی در مورد عراق مطالب مثبت و خوش بینانه تری منعکس کرده‌اند.

دکتر سید محمد مهدیزاده در رساله دکتری خود با عنوان "بازنمایی ایران در مطبوعات غرب" با استفاده از روش تحلیل گفتمان هشت مقاله از روزنامه‌های نیویورک تایمز^۱، گاردین^۲، لوموند^۳ و دی ولت^۴ را در فاصله زمانی ۱۹۹۷-۲۰۰۲ بررسی کرده است. وی با اهداف بررسی نحوه بازنمایی ایران در این چهار روزنامه، فهم ایدئولوژی و گفتمان ژرف و پنهان تاثیرگذار بر عمل رسانه‌های مورد بررسی در انگاره سازی از ایران، بررسی و تحلیل نقادانه انگاره سازی و کلیشه سازی از ایران، شناخت چارچوب‌های معرفی "خود" و بازنمایی "دیگری" و درک و نقد تمهیدات گفتمانی مطبوعات غرب، پس از بررسی این روزنامه‌ها به این نتیجه رسید که: این روزنامه‌ها ایران را به عنوان کشوری تروریست و بنیادگرا بازنمایی می‌کنند و با بهره‌گیری از انواع تمهیدات گفتمانی و عملیات رتوریک‌مانند استفاده از مفاهیم و واژگانی با بارمعنایی منفی از قبیل تروریسم، بنیادگرایی، اسلام‌گرایی، دیکتاتوری و سرکوب به بازتولید ایدئولوژی و گفتمان شرق شناسی می‌پردازند.

"تحلیل گفتمان سرمقاله‌های روزنامه‌های برجسته آمریکا درباره برنامه هسته‌ای ایران" نوشته فواد ایزدی و حکیمه سقایی‌ریا است که با بهره‌گیری از مفاهیم نظری «شرق‌شناسی» ادوارد سعید و «مربع ایدئولوژیک» ون دایک^۵، به تحلیل سرمقاله‌های سه روزنامه برجسته آمریکایی درباره برنامه هسته‌ای ایران می‌پردازند. پژوهشگران با تحلیل گفتمان انتقادی سرمقاله‌های نیویورک تایمز، واشنگتن‌پست^۶ و وال استریت ژورنال^۷ در سال‌های ۱۹۸۴ تا ۲۰۰۴ به بررسی بازنمایی ایدئولوژیک سیاست‌های ایالات متحده درباره برنامه هسته‌ای ایران پرداخته‌اند. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که روزنامه‌های وال استریت ژورنال و واشنگتن پست در مقایسه با نیویورک تایمز، در سرمقاله‌های خود از مضامین و مقوله‌های شرق‌شناسانه، بیشتر استفاده کرده‌اند. همچنین تحقیق آشکار می‌سازد که چگونه سرمقاله‌های این سه روزنامه به صورت گزینشی با به‌کارگیری شگردهای زبانی، سبکی و بحث‌برانگیز موضوعاتی را حول مناقشه هسته‌ای ایران شکل می‌دهند. به‌رغم توصیه‌های سیاسی متفاوت، هیچ‌یک از آنها این مفروضات ضمنی را که ایران برنامه سری برای سلاح‌های هسته‌ای دارد، ماهیت اسلامی دولت ایران یک تهدید است و اینکه ایران با داشتن تکنولوژی حساس هسته‌ای نباید مورد اعتماد قرار گیرد، به چالش نمی‌گیرند.

^۱ New York Times

^۲ Guardian

^۳ Le Monde

^۴ Die Welt

^۵ Van Dijk

^۶ Washington Post

^۷ Wall Street Journal