

بررسی جایگاه دیپلماسی خبر در نحوه انعکاس اخبار بین‌الملل کشورهای جنوب شرق آسیا (چین، کره شمالی و کره جنوبی) در خبرگزاری‌های کشور (ایسنا، ایلنا و ایرنا)

نسیم مجیدی قهرودی^۱
علیرضا بهرامی^۲

چکیده

هدف از انجام این تحقیق پاسخ‌گویی به پرسش‌های پژوهش و نحوه انعکاس مولفه‌های آن در مطلب‌های منتشر شده در رسانه‌های مورد تحقیق، سه خبرگزاری خبری فارسی‌زبان «ایسنا»، «ایلنا» و «ایلنا» در مورد خبرهای سه کشور چین، کره شمالی و کره جنوبی به صورت کمی - تحلیل محتوا و در واقع بررسی و ارزیابی این نکته است که در انعکاس اخبار مربوط به کشورهای شرق آسیا در خبرگزاری‌های کشور، جهت‌گیری‌های دستگاه دیپلماسی کشور چقدر تعیین‌کننده است؟ برای پاسخ‌گویی به پرسش‌های پژوهش مطالب خبرگزاری‌های یادشده، از ۲۱ مهرماه ۱۳۹۲ تا ۲۰ دی‌ماه ۱۳۹۲ به صورت منظم «تمام‌شماری» یا «کل‌شماری» شده‌اند.

در مهم‌ترین نتایج به دست آمده از این تحقیق برای بررسی این که در انعکاس اخبار مربوط به کشورهای شرق آسیا در خبرگزاری‌های کشور، جهت‌گیری‌های دستگاه دیپلماسی کشور چقدر تعیین‌کننده است، با توجه به جداول توزیع فراوانی متوجه می‌شویم که بیشترین اخبار این سه کشور در این سه خبرگزاری مربوط به مسائل سیاسی و نظامی است، و خبرهای چالش‌برانگیز متکثری از این کشورها عنوان شده‌اند. این اخبار شامل مسائل سیاسی داخلی و خارجی این سه کشور است. با این حال، بعضی از اخبار در این خبرگزاری‌ها کمتر درج شده یا اصلاً درج نشده است، مانند مسئله مسلمانان اویغور، که موضع دولتی کشور متبوع آنان این است که اویغورها را تروریسم می‌داند و در نتیجه دیپلماسی کشور ما در ارتباط با چین نیز در این زمینه تاثیرگذار است. همچنین با توجه به جداول مربوط به بررسی اخبار درمی‌یابیم که بیشترین ارزش‌های خبری موجود در اخبار این سه خبرگزاری در ارتباط با این سه کشور به مولفه «برخورد» مربوط است. ضمن آن‌که بیشترین لحن خبری موجود در اخبار این سه خبرگزاری در مورد این سه کشور، «خنثی» بوده است. البته خبرگزاری ایسنا در مورد اخبار کره شمالی لحن منتقدانه‌ای داشته که بیشتر به اخبار مربوط به اعدام شوهر عمه رییس جمهور کره شمالی «جانگ سونگ تانک» و مقایسه نحوه زندگی رییس جمهور کره شمالی با نحوه زندگی مردم آن کشور برمی‌گردد.

^۱ استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی

^۲ دانش‌آموخته کارشناسی ارشد رشته علوم ارتباطات دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی

در ادامه، با توجه به اعداد و ارقام موجود در جداول تحقیق می‌بینیم که اخبار بین‌الملل در کل در هر سه خبرگزاری کمتر از ده درصد اخبار را دربر می‌گیرد و اخبار هرکدام از این کشورها حتی به یک درصد هم نمی‌رسد. البته با توجه به تعداد اخبار خاورمیانه در این سه خبرگزاری می‌توان نتیجه گرفت که بیشترین توجه این سه خبرگزاری معطوف به اخبار منطقه و خاورمیانه است؛ تا خاور دور.

همچنین با توجه به جداول تحقیق درمی‌یابیم که بیشتر اخبار به سبک هرم وارونه نگاشته شده‌اند؛ زیرا اکثر خبرها کوتاه بوده، در نتیجه نگارش به سبک هرم وارونه باعث شیوه طبیعی نقل وقایع و مشخص شدن سریع تکلیف خواننده با متن است.

با این اوصاف، همهی موارد یادشده در تحقیق کوشیده این موضوع را بررسی کند که در زمینه‌ی انعکاس اخبار بین‌الملل (ورودی) چقدر اولویت‌های دیپلماتیک و محدودیت‌های ناشی از آنها بر اصول خبری پیشی می‌گیرند. اهمیت این موضوع وقتی بیشتر می‌شود که میزان تأثیرپذیری در این زمینه، میزان اطمینان خاطر مخاطبان را تعیین می‌کند.

واژگان کلیدی: خبرگزاری، خبرگزاری ایرنا، خبرگزاری ایسنا، خبرگزاری ایلنا، اینترنت، اخبار بین‌الملل، دیپلماسی، دیپلماسی رسانه.

مقدمه

می‌گویند «اگر می‌خواهید یک دروغ را مردم باور کنند، باید این دروغ را از طریق رسانه‌ها بگویید». این تصور سطحی از عملکرد رسانه‌ها، قطعاً از نوعی باور به کارکرد رسانه‌ها نشأت گرفته که به پیدایش تصوراتی در زمینه‌ی عملکرد آن‌ها منجر شده است. بر این اساس می‌توان گفت، وقتی به قدرت تاثیرگذار رسانه‌ها معترفیم، دیگر دور از ذهن نیست تصور این‌که حاکمیت‌ها به مثابه صاحبان قدرت، از رسانه به‌عنوان ابزاری در جهت منویات و رویکردهای ذهنی و استراتژیک خود بهره بگیرند. این نقش که گاهی به تقابل‌های رسانه‌ای قدرت‌های مختلف می‌انجامد، قطعاً همان است که بنیان و ساختار جنگ سرد را در چند دهه پیش شکل داد.

این نقش برای رسانه‌ها وقتی در مناسبات بین دول مورد توجه قرار می‌گیرد، طبعاً چه از نظر تبلیغی و چه از لحاظ بازدارندگی، با مبانی دیپلماتیک کشور بسیار ارتباط پیدا کرده، به‌عنوان تهدید و فرصت به آن نگریسته می‌شود. گاهی ممکن است خبر یک رخداد در عرصه خارجی با دخالت نهادهای ناظر متصل به دستگاه دیپلماتیک کشور تنها به این دلیل منتشر نشود تا بر مناسبات با مذاکرات میان کشور و دیگر کشورها تاثیر احتمالی منفی نداشته باشد. برعکس آن نیز صادق است. در بسیاری مواقع خبرهای بین‌المللی که توسط رسانه‌های داخلی بازنشر داده شده یا مورد توجه قرار می‌گیرند، کاملاً تاثیرپذیرفته و تحت صافی‌های منطبق با نگاه دیپلماتیک کشور با دیگر دولت‌ها انتشار می‌یابند. توجه به خبرهای مربوط به کشتارهای جمعی یا اتفاقات ناقض حقوق بشر در ارتباط با ایالات متحده آمریکا از یک سو و از سوی دیگر، توجه و بی‌توجهی رسانه‌های ایران به اخبار مربوط به جدایی‌طلبان چین و اویغورها، کاملاً متأثر از وضعیت روابط دیپلماتیک بین ایران با آمریکا، روسیه و چین بعضاً در مقاطع زمانی مختلف، منتشر می‌شوند.

بیان مسأله‌ی تحقیق

آنچه در این تحقیق مورد توجه گرفته، بررسی این موضوع است که نحوه‌ی توجه، تنظیم، نگارش و پردازش خبرهای مربوط به دیگر کشورها در خبرگزاری‌های داخلی کشور، به چه میزان از دیپلماسی خارجی جمهوری اسلامی ایران تاثیر پذیرفته، همچنین جهت‌گیری‌های سیاسی این خبرگزاری‌ها و زاویه‌های احتمالی آن‌ها نسبت به خطوط دیپلماسی کشور چقدر در این زمینه تاثیرگذار است. در این تحقیق، سه خبرگزاری کشور که از خبرگزاری‌های اصلی کشور محسوب می‌شوند، به‌عنوان یک سازمان خبری اطلاع‌رسانی و با تعریفی که از خبرگزاری در این زمینه وجود دارد، مورد توجه قرار خواهند گرفت. بدیهی است در این میان علاوه بر مخاطبان اینترنتی، روزنامه‌ها نیز به‌عنوان دیگر مشتریان خبرگزاری‌ها، عملاً در ایفای نقش واسطه بین خبرگزاری‌ها و مخاطبان، به‌طور نسبی از رویکردهای خبرگزاری‌ها تاثیر می‌پذیرند.

اهمیت موضوع تحقیق و انگیزه‌ی انتخاب آن

یکی از مواردی که مخاطبان وسایل ارتباط جمعی معمولاً به دنبال کشف و ارزیابی آن هستند، میزان صحت خبر است. عملکرد رسانه‌ها در زمینه‌ی درستی و اعتبار اخبار، معمولاً از طرف مخاطبان مورد ارزیابی قرار گرفته، پس از آن، تصمیم می‌گیرند که با توجه به میزان اعتمادسازی اخبار کدام رسانه، به آن مراجعه یا از آن پرهیز کنند.

در این زمینه معمولاً نقش دولت‌ها در میزان اعتبار و درستی اخبار منتشرشده نیز مورد توجه و ارزیابی قرار می‌گیرد. از این رو، رسانه‌ها بعضاً تحت تاثیر سوگیری‌های سیاسی دولت‌ها، در زمینه‌ی انعکاس اخبار بین‌الملل، دچار تناقض‌های موسمی شده، یا در رعایت اصول خبرنگاری، از مبانی اصولی منحرف می‌شوند. این امر ممکن است با توجه به توسعه‌ی تکنولوژی ارتباطی دنیای امروز، به نقض غرض منجر شده و مخاطبان عملاً به سوی استفاده از رسانه‌هایی که با جهت‌گیری‌های سیاسی نظام مطابقت ندارند، سوق داده شوند.

در این میان البته فعالیت بر مبنای منافع ملی نیز معیاری است که بعضاً میزان وفاداری به اصول حرفه‌ای را تحت تاثیر قرار می‌دهد و همواره یکی از دشواری‌های رسانه‌ها، ایجاد نوعی تعادل بین این دو مقوله است.

سه کشور چین، کره جنوبی و کره شمالی با توجه به تفاوت نوع روابط دیپلماتیک ما با آن‌ها - با وجود وجه اشتراک منطقه‌ای سه کشور - به عنوان نمونه‌هایی به نمایندگی از سه طیف در نظر گرفته شده‌اند. ما با کشور چین هم تشابه‌های ایدئولوژیک سیاسی داریم و هم روابط تجاری قابل توجه. با این حال با کره شمالی از نظر سیاسی و با کره جنوبی از نظر اقتصادی دارای اشتراک‌هایی هستیم. سه خبرگزاری ایرنا، ایسنا و ایلنا نیز به عنوان نمونه‌هایی از سه طیف انتخاب شده‌اند. ایرنا در جایگاه خبرگزاری رسمی دولتی، ایلنا به عنوان خبرگزاری غیردولتی و ایسنا در مقام حد میانه، که از بودجه عمومی کشور تغذیه می‌کند اما یک خبرگزاری دولتی محسوب نمی‌شود.

مفهوم دیپلماسی (دیپلوماسی) (Diplomacy)

در لغت‌نامه دهخدا آمده، دیپلماسی یا دیپلوماسی، فن و عمل رهبری مذاکرات بین ملت‌ها به منظور حصول سازش است که مورد رضایت متقابل همگان باشد و نیز آیین و آداب و مراسم و طرق رهبری این مذاکرات. تا قرن هفدهم میلادی روابط بین‌المللی عموماً با مکاتبه‌ی مستقیم بین سران ممالک یا اعزام ایلچی‌ها و سفیرانی که برای مقصود خاصی اعزام می‌شدند، صورت می‌گرفت، این روش نتایج مطلوب را نداشت و بتدریج احتیاج به ارتباط دائمی احساس شد. «وینیز» نخستین دولتی بود که در اواخر قرون وسطی نمایندگان مقیم به ممالک خارجه اعزام کرد و در اواخر قرن هفدهم میلادی داشتن سفارتخانه دائمی در اروپا معمول شده بود و به سبب آشفتگی‌هایی که در امر عناوین و حق تقدم و مراتب ماموران سیاسی روی داد، گنجره‌ی وین

ماموران دیپلماتی را طبقه‌بندی کرد. در این طبقه‌بندی، بعدها تجدید نظر شد و مورد قبول همه‌ی دولت‌های بزرگ قرار گرفت. چهار مرتبه‌ی نمایندگان دیپلماتی به‌ترتیب نزولی عبارتند از: سفیر کبیر، وزیر مختار و فرستاده‌ی فوق‌العاده، وزیر، و کاردار. این مأموران در کشوری که بدانجا فرستاده می‌شوند، دارای مصونیت‌ها و معافیت‌های دیپلماتی هستند (از قبیل معافیت از پرداخت مالیات و توقیف و محاکمه و غیره) و مسکن آن‌ها از حقوق برون مرزی (حقوقی که کشوری به اتباع کشور دیگر که در خاک آن سکنی دارند و آنها را از حاکمیت محاکم محلی معاف مینماید) بهره‌مند است. بعدها این مزایا و معافیتها شامل همه‌ی کارمندان سفارت‌ها نیز شد که اکنون از ماموران دیپلماتی محسوب می‌شوند. (مانند، مستشار رایزن، دبیر، وابسته و غیره). یکی از وظایف دیپلمات‌ها این است که در حدود موازین بین‌المللی و بدون توسل به جاسوسی ناظر وقایع سیاسی و اقتصادی و نظامی کشوری که در آن مأموریت دارند، باشند و اطلاعات دقیقی را که به‌دست می‌آورند، برای دولت متبوع خود بفرستند. به‌طور کلی، دیپلمات‌ها مسوول وزیر خارجه‌ی کشور خود هستند و سرو کار آن‌ها با وزارت خارجه‌ی کشوری است که در آن مأموریت دارند و کارهای خود را به‌وسیله‌ی تذکریه‌های کتبی و شفاهی و یادداشت‌های رسمی انجام می‌دهند. زبان دیپلماتی اصطلاحات و مدارج بخصوصی دارد. تا ایام اخیر (چند دهه پیش)، زبان رایج دیپلماسی زبان فرانسه بود (و بعد انگلیسی شد). در بعضی کشورها بین مشاغل دیپلماتی و کنسولی تفاوتی موجود است ولی در بیشتر کشورها این تفاوت از بین رفته است. (از دائرة‌المعارف فارسی)

در تعریف‌های مدرن‌تر اما واژه‌ی «دیپلماسی» به‌معنای هدایت روابط بین افراد، گروه‌ها و ملت‌ها و از جمله واژه‌های سیاسی مورد استفاده در عرصه مناسبات بین‌المللی است. دیپلماسی (Diplomacy) در کاربرد رسمی خود عمدتاً به دیپلماسی بین‌المللی که هدایت روابط بین‌المللی از طریق دیدار و گفت و گوهای دیپلمات‌های رسمی است اشاره دارد.

در گذشته دیپلماسی بین کشورها بیشتر به موضوعاتی همچون روابط شخصی و خانوادگی پادشاهان دو کشور با یکدیگر یا مسئله جنگ و صلح مربوط می‌شد اما در شرایط کنونی جهان علاوه بر آن‌ها موضوعاتی همچون روابط تجاری، مناسبات فرهنگی و علمی نیز در محور مباحثات دیپلماتیک بین کشورهای مختلف با یکدیگر و بین آن‌ها با سازمان‌های بین‌المللی قرار گرفته است.

دیپلماسی در واقع مجری سیاست خارجی در چارچوب دکترین سیاست خارجی هر کشور است. دکترین سیاست خارجی یک کشور که معمولاً یک بیان کلی از سیاست خارجی آن محسوب می‌شود، توسط رییس حکومت یا وزیر امور خارجه اعلام می‌شود.

اهداف دکترین سیاست خارجی هر کشور آرایه‌ی اصول کلی برای هدایت سیاست خارجی و انجام دیپلماسی است. این اصول به رهبری سیاسی یک کشور اجازه می‌دهد تا با وضعیت‌های

مختلف پیش آمده به طور مناسب برخورد کند و رفتار کشور را در برابر سایر کشورها توضیح دهد.

در این راستا، مصونیت دیپلماتیک یک نوع مصونیت قانونی است که کشورها به منظور تضمین انجام وظایف هیأت‌های دیپلماتیک بدون نگرانی از تحت تعقیب قرار گرفتن توسط کشور میزبان به آن‌ها اعطا می‌کنند. اگرچه این نوع از مصونیت در حقوق بین‌المللی از سابقه دیرینه‌ای برخوردار است اما در سال ۱۹۶۱ با امضای کنوانسیون روابط دیپلماتیک وین به صورت اصول موضوعه حقوق بین‌الملل درآمده است. (پایگاه اینترنتی سیاست بین‌الملل)

دیپلماسی رسانه‌ای

بعد از جنگ جهانی دوم و با آغاز جنگ سرد، به تدریج دولت‌ها متوجه اهمیت رسانه‌های گروهی برای تأثیر بر افکار عمومی - چه در داخل و چه در خارج - و همچنین کاربرد رسانه‌ها برای انتقال پیام‌های سیاسی شدند؛ زیرا تعارضات ایدئولوژیک و اثبات برتری در این عرصه، گفتمان غالب بر فضای روابط بین‌الملل شد. مضاف بر این که تکنولوژی‌های ارتباطی و فناوری‌های جدید هر لحظه امکانات جدیدی در اختیار بازیگران سیاسی قرار می‌داد. در این مقطع تاریخی، اندیشمندان رشته‌های علوم سیاسی و روابط بین‌الملل، نظرات مختلفی در این زمینه ارایه کردند و هر یک بعدی از ابعاد تأثیر رسانه‌ها را مورد بررسی قرار دادند. (اسماعیلی، ۱۳۸۹: ۳۶)

در میان نظراتی که در ارتباط با تأثیر رسانه‌ها بر روابط خارجی مطرح شدند، نظریات سازه‌گرایان (Constructivists) از جایگاه ویژه‌ای برخوردار بودند و به لحاظ تأکید بر نقش هویت ملی و تأثیر آن بر سیاست خارجی، مورد پسند بسیاری از نظریه‌پردازان روابط بین‌الملل و علوم ارتباطات قرار گرفتند. زیرا نظرات ریالیستی و ایدئالیستی به دلیل بی‌توجهی به عناصر غیر مادی، از توجیه و تبیین بسیاری از موضوعات عاجز مانده بودند. (اسماعیلی، ۱۳۸۹: ۵۳)

رشد سریع تکنولوژی‌های ارتباطی اعم از انواع تلویزیون‌های ماهواره‌ای و کابلی، فیبرنوری و ارتباطات بی‌سیم و ناتوانی دستگاه‌های رسمی دیپلماسی در رقابت با رسانه‌ها، دولت‌ها را با این حقیقت روبه‌رو کرده که شکل نوینی از دیپلماسی با استفاده از فضاهای مجازی وارد عرصه معادلات روابط بین‌الملل شده است و فضاهای مجازی به واسطه ماهیت غیرقابل کنترل آن، پدیده‌ای است که به خوبی می‌توان از آن به عنوان عنصری استراتژیک و تعیین‌کننده یاد کرد؛ پدیده‌ای که هر روز صفحه‌ی جدیدی به آن اضافه می‌شود و همه‌ی عرصه‌های زندگی بشری را تحت تأثیر قرار می‌دهد. (اسماعیلی، ۱۳۸۹: ۷۶)

کارکرد «برجسته‌سازی» در دیپلماسی رسانه‌ها

برجسته‌سازی توسط رسانه‌ها، فرآیند حساب شده و مهمی است که برای جلب توجه مردم، نخبگان و سیاستمداران به کار گرفته می‌شود. گردانندگان سیاست در اقصی نقاط دنیا به خوبی

دریافته‌اند که قدرت آن‌ها در چمبره‌ی تارهای رسانه‌ها قرار گرفته است و تنها در صورتی می‌توانند از این موهبت استفاده کنند که حداکثر مساعدت و همکاری از سوی رسانه‌ها انجام شود. به همین منظور، از رسانه‌ها خواسته می‌شود مطالب و موضوعات مورد نظر سیاستمداران با آهنگ و ریتمی ملایم و گاه تند بر صفحه‌ی ذهن مخاطبان نقش ببندند و رسانه‌ها با ظرافت هر چه تمام‌تر و با توسل به شیوه‌ها و روش‌های خود، این خدمت باارزش را ارایه دهند. یعنی رسانه‌ها در یک مقطع چند ساعته توجه همه‌ی مخاطبان دنیا را به موضوع انرژی هسته‌ای در ایران یا آنفلوآنزای مرغی در جنوب آسیا و یا هر موضوع دیگر جلب می‌کنند.

مدل‌های تعامل رسانه و دستگاه دیپلماسی

در مدل اول رسانه با رصد کردن اوضاع سیاسی منطقه و از طریق ارتباط نزدیک با محیط سیاسی، نکاتی را که باید دستگاه دیپلماسی کشور نسبت به آنها حساسیت داشته یا واکنش خاصی نشان دهد، بررسی می‌کند و در اختیار مدیریت سیاسی کشور قرار می‌دهد.

در مدل دوم، ارایه‌ی طریق و راهنمایی، مسیر برعکس را طی می‌کند، یعنی این دستگاه سیاست خارجی و مشخصاً وزارت امور خارجه است که به رسانه جهت می‌دهد و از رسانه می‌خواهد که در جهت تأمین امنیت ملی مواردی را لحاظ کند. (اسماعیلی، ۱۳۸۹: ۸۴)

دیوید بارات استاد زبان‌شناسی و مؤلف کتاب جامعه‌شناسی رسانه‌ها می‌گوید: هر بوروکراسی، یا نظام دیوان‌سالاری، فنون خاص خود را برای تبدیل جهان واقعی که غیرقابل پیش‌بینی است، به روندهای عادی دارد. مثلاً مدارس و دانشگاه‌ها، آموزش را به مواد درسی، جداول زمانی و برنامه‌ریزی درسی تبدیل می‌کنند، یا بیمارستان‌ها، بیماری‌ها را به رویه‌های تشخیص و درمان مبدل می‌سازند، معهدا بوروکراسی خبری با یک مشکل بی‌نظیر مواجه است و آن این است که مواد خام خبرها فی‌نفسه غیرقابل پیش‌بینی هستند. ارزش‌های خبری هم برای سازماندهی و ساخت‌دهی به بحران رویدادهای جهان عینی، در خدمت کارگزاران خبری قرار می‌گیرند تا رهنمودهایی اساسی برای گزینش، ساخت و ارائه جهان در قالب خبر فراهم آید. پس بنابراین، ارزش خبری از نگاه مالکان رسانه‌ها به معنای انطباق رویداد با رویه‌های نهادینه شده رسانه‌ای است و چون رسانه‌ها بیست و چهار ساعته دست‌اندر کار تولید هستند، رویدادهایی که به مرور زمان طی هفته‌ها، ماه‌ها، و یا سال‌ها شکل می‌گیرند (و در حقیقت بارها هم به فرایندها اشاره می‌کند) خیلی کمتر از رویدادهایی که دارای تغییرات روزانه هستند تحت پوشش خبری قرار می‌گیرند. بارات می‌گوید: اعتراض سیاه‌پوستان به پلیس آمریکا یا انگلیس به صورت خبر در می‌آید، اما «چرا»ی آن معلوم نمی‌شود (رویداد می‌آید بدون آنکه به فرایند شکل‌گیری اعتراض توجهی شود).

بارات می‌پرسد: چرا کارگران دست به اعتصاب می‌زنند؟ مگر دنیا مکانی عجیب و غیرمنطقی است و هرکاری بدون علت صورت می‌گیرد؟ چرا سردبیران، خبرنگاران را به طرف منابع رسمی سوق می‌دهند؟ آیا اخبار تظاهرات گوناگون که رسانه‌ها این همه به آن‌ها علاقه دارند، فقط باید

به لحاظ خشونت‌ی که ممکن است در آن‌ها باشد، پوشش داده شوند و «منطق تظاهرات» (تظاهرات به مثابه رویداد، و منطق تظاهرات به مثابه فرایند) دست دوم تلقی شود؟ به این ترتیب، ملاحظه می‌شود که روزنامه‌نگاری متکی بر فرایندمداری و موضوع‌گرایی، به مخاطب به مثابه یک مصرف‌کننده منفعل رویدادها نمی‌نگرد، و می‌کوشد تا از روزنامه‌نگاری رویدادگرا که با ماشین تبلیغات از مخاطب، یک قربانی بی‌گناه می‌سازد، فاصله بگیرد. (شکرخواه، ۱۳۷۸: ۷۵)

با این حال، پرواضح است که صاحبان قدرت و ثروت و نیز دولتمردان از رسانه‌ها توقع دارند در بسیاری مواقع از همین توان و کارکرد خود در جهت منویاتی استفاده کنند که البته در بسیاری مواقع مدعی است یا تحقیقا، منافع عمومی ملت‌ها را در نظر دارد. به این شکل است که «ارتباطات» به عنوان علمی نو در عصر جدید، سیر تکوینی خود را طی می‌کند و هر بار و در هر موقعیتی، یکی از پتانسیل‌ها و کارکردهای خود را بروز می‌دهد. بی‌شک، یکی از کارکردهای آن، تامین منافع ملی، گروهی و فردی، با در نظر گرفتن قدرت رسانه در دنیای معاصر است.

اقناع خبری

کوشش آگاهانه یک فرد یا سازمان، برای تغییر نگرش، باور، ارزش‌ها یا دیدگاه‌های فرد یا گروهی دیگر را اقناع می‌گویند. اقناع فرایندی است که با توسل به تعقل و احساس در قالب مهارت‌های کلامی و غیرکلامی و رسانه‌ای، ذهنیت افراد را غالباً جهت تغییر رفتار و ادار کردن آن‌ها به عمل معینی، تحت تأثیر قرار می‌دهد.

این فرایند هرچند در بردارنده‌ی ویژگی روان‌شناختی آزادی است و ترغیب‌شونده احساس می‌کند، موافق میل خود، اهداف و رهنمودهای تعیین‌شده را انجام می‌دهد اما در واقع متضمن نوعی از فشار روانی است؛ که در مسیر ترغیب، میان منطق و استدلال منطقی به هیجان‌ها متوسل می‌شود. در واقع، اقناع حد واسط میان منطق و استدلال و تهدید و تنبیه به‌شمار می‌رود. (گیل و ادفر، ۱۳۸۴: ۵۱)

امروزه کمتر کسی است که از اهمیت فرایند اقناع و نقشی که رسانه‌های جمعی در این میان و در جهت شکل دادن به افکار عمومی ایفا می‌کنند، آگاه نباشد.

آنچه در جریان ارتباط مطرح می‌شود، اطلاعات است. اطلاعات سازمان یافته‌ای که تحت عنوان پیام در قالب یکی از اشکال ارتباط کلامی یا غیرکلامی تعریف می‌شود. ارتباط حداقل به سه عنصر احتیاج دارد که عبارتند از: منبع، پیام و مقصد. (دادگران، ۱۳۸۵: ۲۳)

ارتباط بین این سه عنصر در شکلی خلاصه به صورت زیر است، هر چند که اشکال پیچیده تر و کامل تری نیز برای بیان این رابطه وجود دارد. (اسدی، ۱۳۷۱: ۱۰۳)

من پیامی می‌فرستم و مخاطبین با دریافت این پیام سه نوع واکنش می‌توانند داشته باشند: رد و نفی، بی‌تفاوتی و خنثی، پذیرش و رضایت مندی (متولی، ۱۳۸۴: ۱۴۷). زمانی که حالت پذیرش رخ می‌دهد، می‌توان گفت که گیرنده و مخاطب اقناع شده است.

به طور کلی، ارتباط متقاعدگرایانه عبارت است از طرح هر پیامی که به قصد شکل دادن، تقویت یا تغییر پاسخ‌های شناختی، عاطفی و رفتاری دیگران طراحی شده باشد. در اقناع ما به نوعی دنبال ترغیب مخاطب هستیم. ترغیب عبارت است از: تمهیدپردازی و آماده‌سازی، انگیزه‌سازی و برانگیختن مخاطبان در راستای متحقق ساختن اهداف عمدتاً تبلیغی. (متولی، ۱۳۸۴: ۶۵)

در کتاب نظریه‌های ارتباطات، تانکارد و سورین، اقناع را گونه‌ای از ارتباطات جمعی تعریف کرده‌اند که فرایندی است که افراد زیادی به آن علاقه‌مندند؛ مثلاً آگهی‌دهنده‌ای که از ارتباطات جمعی برای فروش کالا خود بهره می‌گیرد یا نامزد و کاندیدایی که مبادرت به خرید آگهی روزنامه می‌کند در پی قانع‌سازی افراد جامعه است و در تلاش است تا از طریق پیام‌های ارتباط جمعی، تغییراتی در اشخاص دیگر به وجود آورد. «ارسطو» یکی از نخستین کسانی بود که در آثار خود راجع به فن خطابه، «اقناع» را تجزیه و تحلیل کرد و بعدها افراد بیشتری به مطالعه اقناع پرداختند. «موسسه تجزیه و تحلیل تبلیغات» با شناسایی ۷ روش تبلیغاتی کارهای مربوط به اقناع انجام داده‌است و مشخص کرد که پایه این تحقیقات «ترس» بوده است؛ ترس ناشی از جنگ. چند سال بعد از جنگ جهانی دوم مطالعاتی دقیق‌تر در این خصوص انجام شد که به «تغییر نگرش» معروف شد. (سورین و تانکارد، ۱۳۸۴: ۶۴)

رسانه‌ها و متقاعدسازی

امروزه رسانه‌ها به نهادی تبدیل شده‌اند با قواعد و هنجارهای ویژه خود که این نهاد را به جامعه و سایر نهادهای اجتماعی پیوند می‌دهد. از سوی دیگر، سازمان‌های رسانه‌ای یکی از منابع قدرت در جوامع امروزی به‌شمار می‌روند، یعنی ابزاری برای کنترل مدیریت و نوآوری در جامعه و جانشینی برای زور و سایر منابع قدرت. همچنین آنها عرصه‌ای را فراهم آورده‌اند که روز به روز بیشتر مسائل زندگی روزمره در آنها متجلی می‌شوند. علاوه بر آن، سازمان‌های رسانه‌ای اغلب جایگاه بروز تحول در فرهنگ جامعه چه به معنی هنر و اشکال نمادین و چه در معنی مدها، خلق و خواهی، شیوه‌های زندگی و هنجارها هستند. سرانجام اینکه این سازمان‌ها به منبع قالب تعاریف و شکل‌گیری «واقعیت اجتماعی» در نزد افراد جامعه تبدیل شده‌اند. (فرهنگی، روشندل اربطانی و برقی، ۱۳۸۳: ص ۸۶)

اندیشمندان مختلف همواره نقش قاطعی را به رسانه نسبت می‌دهند: «گرابر» روزنامه‌نگاران را به عنوان بازیگران کلیدی سیاسی - کسانی که برای ادارات دولتی هم سخنگو و هم وکیل هستند- توصیف می‌کند. در حالی که دیویس رسانه را به عنوان وسیله ارتباطی عمومی که بازیگران قدرتمند را قادر می‌سازد تا با یکدیگر در جهت تولید نخبگی بیشتر از رضایت ارتباط برقرار کنند معرفی می‌کند.

نهاد رسانه یکی از نهادهای تاثیرگذار در هر جامعه ای است. رسانه‌های همگانی از قدرتمندترین سازمان‌های عصر نوین هستند. به عنوان مثال، اکثریت مردم در کشورهای پیشرفته در هر جای جهان می‌گویند که به تلویزیون بیش از هر منبع اطلاع رسانی دیگری اعتماد دارند. تلویزیون به خاطر دیداری بودن، آنی بودن و راحت بودن از حیث اعتبار گوی سبقت را از سایر وسایل ارتباطی می‌برد. (لال، ۱۳۷۹: ۸۸-۸۷)

روش تحقیق

برای پاسخ‌گویی به پرسش‌های پژوهش و نحوه انعکاس مولفه‌های آن در رسانه‌های مورد تحقیق، مطلب‌های منتشر شده در سه خبرگزاری خبری فارسی‌زبان «ایسنا»، «ایلنا» و «ایلنا» به صورت کمی، تحلیل محتوا شده است. از این رو ابتدا به روش پژوهش پیش‌رو و پس از آن، به مولفه‌های اصلی پژوهش می‌پردازیم.

تحلیل محتوای کمی

تحلیل محتوای کمی، آزمون نظام‌مند، سیستماتیک و تکرارپذیر نمادهای ارتباطی است که طی آن ارزش‌های عددی بر اساس قوانین معتبر اندازه‌گیری و به متن نسبت داده می‌شود و سپس با استفاده از روش‌های آماری، روابط بین ارزش‌ها تحلیل می‌شود. این امر برای توصیف محتوای ارتباطات، استخراج نتیجه درباره معنی آن یا پی‌بردن به بافت و زمینه ارتباط هم در مرحله تولید و هم در مرحله مصرف انجام می‌گیرد. (رایف و دیگران، ۱۳۸۱: ۲۵)

جامعه آماری

همان‌گونه که پیش‌تر آمده است، برای انجام این پژوهش، همه مطلب‌های سه رسانه اینترنتی خبرگزاری‌های «ایسنا»، «ایلنا» و «ایرنا» در بازه زمانی ۲۱ مهرماه تا ۳۰ دی ماه ۱۳۹۲ در رابطه با سه کشور چین، کره شمالی و کره جنوبی به صورت منظم «تمام‌شماری» یا «کل‌شماری» شده‌اند. علت انتخاب این بازه زمانی یکی این بوده که برای بالا بردن میزان دقت در بررسی تحلیل محتوای موضوع، دیتاهای لازم در ۹۰ روز از سال، محتمل‌تر است. ضمن آن‌که اصراری نبوده این ۹۰ روز الزاما یک فصل رسمی از سال را دربر بگیرد. همچنین قرار داشتن رویدادهایی چون اعدام شوهر عمه رییس‌جمهور دایمی کره شمالی و نیز قرار داشتن این بازه در دوره اوج فشارهای غرب در زمینه پرونده هسته‌ای ایران و تحریم‌ها، مصداق‌های بررسی موضوع را عینی‌تر و جدی‌تر کردند.

نمونه‌گیری

از آنجا که برای بررسی مولفه‌های هر کدام از سه خبرگزاری مد نظر است، لذا برای تحلیل محتوای آنها از نوع نمونه‌گیری همه مطلب‌های همه روزهای متوالی این بازه زمانی یا تمام‌شماری

آنها استفاده شده است. به عبارت دیگر، برای به حد نصاب رساندن شمار واحدهای تحلیل از کل شماری استفاده می‌شود و نمونه‌گیری به عمل آمده است

نحوه گردآوری داده‌ها

برای انجام این پژوهش که هدف از آن میزان تاثیرپذیری خبرگزاری‌های ایرنا، ایسنا و ایلنا از جهت‌گیری‌های رسمی دستگاه دیپلماتیک کشور در انعکاس اخبار بین‌الملل سه کشور شرق آسیا (چین، کره جنوبی و کره شمالی) است، با توجه به پرسش‌های پژوهش، نظام‌نامه یا دستورالعملی تهیه و همه مطلب‌های مورد نظر بر اساس آن کدگذاری شده است.

فنون مورد استفاده برای تجزیه و تحلیل داده‌ها

برای توصیف داده‌ها از آمارهای متناسب با سطح سنجش متغیرها، یعنی آمار توصیفی، استفاده شده است.

پرسش‌های تحقیق

1. اخبار مربوط به کشورهای شرق آسیا در خبرگزاری‌های کشور، چه سهمی از اخبار بین‌الملل را از نظر فراوانی و قرار گرفتن در زمره‌ی اخبار تاپ‌نیوز تشکیل می‌دهند؟
2. کدام ارزش‌های خبری در اخبار مربوط به کشورهای شرق آسیا در خبرگزاری‌های کشور، مورد توجه قرار می‌گیرند؟
3. لحن اخبار مربوط به کشورهای شرق آسیا در خبرگزاری‌های کشور، به چه میزان جانبدارانه، منتقدانه یا خنثی است؟
4. کدام قالب‌ها و سبک‌های خبری در اخبار مربوط به کشورهای شرق آسیا در خبرگزاری‌های کشور، بیشتر مورد توجه هستند؟
5. در انعکاس اخبار مربوط به کشورهای شرق آسیا در خبرگزاری‌های کشور، جهت‌گیری‌های دستگاه دیپلماسی کشور چقدر تعیین‌کننده است؟

سوال اول:

- اخبار مربوط به کشورهای شرق آسیا در خبرگزاری‌های کشور، چه سهمی از اخبار بین‌الملل را از نظر فراوانی و قرار گرفتن در زمره اخبار تاپ نیوز تشکیل می‌دهند؟

خبرگزاری ایرنا		خبرگزاری ایلنا		خبرگزاری ایسنا		عنوان
۱۰۰	۱۴۳۶۹۷	۱۰۰	۲۱۲۴۸	۱۰۰	۵۳۹۸۶	کل اخبار
۷.۶۳	۱۰۹۷۷	۸.۶	۱۸۳۰	۹	۴۸۶۰	اخبار بین‌الملل
۰.۳۸	۵۵۳	۰.۳۹	۸۴	۰.۵۷	۳۰۹	اخبار چین
۰.۰۵	۷۲	۰.۰۵	۱۲	۰.۲۰	۱۱۱	اخبار کره شمالی
۰.۰۸	۱۲۷	۰.۰۸	۱۹	۰.۲۱	۱۱۶	اخبار کره جنوبی

با توجه به اعداد و ارقام موجود در جداول می‌بینیم که اخبار بین‌الملل در کل در هر سه خبرگزاری کمتر از ده درصد اخبار را دربر می‌گیرد و اخبار هرکدام از این کشورها حتی به یک درصد هم نمی‌رسد. البته با توجه به تعداد اخبار خاورمیانه در این سه خبرگزاری می‌توان نتیجه گرفت که بیشترین توجه این سه خبرگزاری معطوف به اخبار منطقه و خاورمیانه است تا خاور دور.

سوال دوم:

- کدام ارزش‌های خبری در اخبار مربوط به کشورهای شرق آسیا در خبرگزاری‌های کشور، مورد توجه قرار می‌گیرند؟

خبرگزاری ایرنا		خبرگزاری ایلنا		خبرگزاری ایسنا		نام کشور
۳۱.۳	برخورد	۳۲.۱	مجاورت	۲۲	بزرگی	چین
۴۵.۸	برخورد	۱۶.۷	برخورد	۳۳.۳	برخورد	کره شمالی
۳۲.۳	برخورد	۳۶.۸	برخورد	۳۵.۳	برخورد	کره جنوبی

با توجه به جداول در می‌یابیم که بیشترین ارزش‌های خبری موجود در اخبار این سه خبرگزاری در مورد این سه کشور مربوط به مولفه «برخورد» است.

سوال سوم:

- لحن اخبار مربوط به کشورهای شرق آسیا در خبرگزاری‌های کشور، به چه میزان جانبدارانه، منتقدانه یا خنثی است؟

نام کشور		خبرگزاری ایسنا		خبرگزاری ایلنا		خبرگزاری ایرنا	
چین	خنثی	۵۸.۹	خنثی	۷۷.۴	خنثی	۴۵.۹	خنثی
کره شمالی	منتقدانه	۴۹.۶	خنثی	۹۱.۷	خنثی	۴۳	خنثی
کره جنوبی	خنثی	۶۷	خنثی	۸۹.۴	خنثی	۵۲	خنثی

با توجه به جداول در می‌یابیم که بیشترین لحن خبری موجود در اخبار این سه خبرگزاری در مورد این سه کشور مربوط به مولفه «خنثی» می‌باشد. البته خبرگزاری ایسنا در مورد اخبار کره شمالی لحن منتقدانه‌ای داشته که بیشترین اخبار مربوط به اعدام شوهر عمه رییس جمهور کره جنوبی «جانگ سونگ تانگ» و مقایسه نحوه زندگی رییس جمهور کره شمالی با نحوه زندگی مردم آن کشور می‌باشد.

سوال چهارم:

- کدام قالب‌ها و سبک‌های خبری در اخبار مربوط به کشورهای شرق آسیا در خبرگزاری‌های کشور، بیشتر مورد توجه هستند؟

نام کشور		خبرگزاری ایسنا		خبرگزاری ایلنا		خبرگزاری ایرنا	
چین	هرم وارونه	۸۹.۳	هرم وارونه	۷۰.۲	هرم وارونه	۸۵.۷	هرم وارونه
کره شمالی	هرم وارونه	۶۵.۸	هرم وارونه	۹۱.۷	هرم وارونه	۹۰.۳	هرم وارونه
کره جنوبی	هرم وارونه	۶۳.۸	هرم وارونه	۵۲.۶	هرم وارونه	۹۴.۵	هرم وارونه

با توجه به جداول در می‌یابیم که بیشتر اخبار به سبک هرم وارونه نگاشته شده‌اند زیرا اکثر خبرها کوتاه بوده در نتیجه نگارش به سبک هرم وارونه باعث شیوه طبیعی نقل وقایع و مشخص شدن سریع تکلیف خواننده با متن است.

سوال پنجم:

- در انعکاس اخبار مربوط به کشورهای شرق آسیا در خبرگزاری‌های کشور، جهت‌گیری‌های دستگاه دیپلماسی کشور چقدر تعیین کننده است؟

نام کشور		خبرگزاری ایسنا	خبرگزاری ایرنا	خبرگزاری ایلنا
چین	نظامی سیاسی	۳۵.۶	۵۳.۳	۴۰.۵
کره شمالی	نظامی سیاسی	۷۱.۲	۸۳.۳	۸۳.۳
کره جنوبی	نظامی سیاسی	۶۳.۸	۵۹.۱	۶۳.۲

با توجه به جداول توزیع فراوانی متوجه می‌شویم که بیشترین اخبار این سه کشور در این سه خبرگزاری مربوط به مسائل سیاسی و نظامی است، و خبرهای چالش برانگیز متنوعی از این کشورها عنوان شده اند. این اخبار شامل مسائل سیاسی داخلی و خارجی این سه کشور می‌باشد. البته لازم به ذکر است که بعضی از اخبار در این خبرگزاری‌ها کمتر درج شده یا اصلاً درج نشده است مانند مسئله مسلمانان اویغور که به دلیل موضع دولتی کشور متبوع آنان که اویغورها را تروریسم می‌داند، دیپلماسی رسمی کشور ما با چین نیز در این زمینه تاثیرگذار است.

نتایج توصیفی

طبق جدول توزیع فراوانی اخبار بین‌الملل خبرگزاری ایسنا ۹ درصد به میزان ۴۸۶۰ مورد از کل اخبار را در بر می‌گیرد.

طبق جدول توزیع فراوانی اخبار بین‌الملل خبرگزاری ایلنا ۸.۶۱ درصد به میزان ۱۸۳۰ مورد از کل اخبار را در بر می‌گیرد.

طبق جدول توزیع فراوانی اخبار بین‌الملل خبرگزاری ایرنا ۷.۶۳ درصد به میزان ۱۰۹۷۷ مورد از کل اخبار را در بر می‌گیرد.

طبق جدول توزیع فراوانی برحسب تعداد اخبار بین‌الملل از ۲۱مهر تا ۲۰دی ۹۲ در خبرگزاری ایسنا، ۶.۳۵ درصد، به میزان ۳۰۹ مورد مربوط به چین و ۲.۳۸ درصد مربوط به کره جنوبی به میزان ۱۱۶ مورد و ۲.۲۸ درصد به میزان ۱۱۲ مورد مربوط به کره شمالی است.

طبق جدول توزیع فراوانی برحسب تعداد اخبار بین‌الملل از ۲۱مهر تا ۲۰دی ۹۲ در خبرگزاری ایلنا، ۴.۵۹ درصد، به میزان ۸۴ مورد مربوط به چین و ۱.۴ درصد مربوط به کره شمالی به میزان ۱۲ مورد و ۲.۲۸ درصد به میزان ۱۹ مورد مربوط به کره جنوبی است.

طبق جدول توزیع فراوانی برحسب تعداد اخبار بین‌الملل از ۲۱مهر تا ۲۰دی ۹۲ در خبرگزاری ایرنا، ۵.۰۳ درصد، به میزان ۵۵۳ مورد مربوط به چین و ۰.۶۵ درصد مربوط به کره شمالی به میزان ۷۲ مورد و ۱.۱۵ درصد به میزان ۱۲۷ مورد مربوط به کره جنوبی است.

طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب انواع خبر چین در خبرگزاری ایسنا از ۳۰۹ مورد، ۳۶.۲ درصد به میزان ۱۱۲ مورد مربوط به اخبار اقتصادی و ۳۵.۶ درصد به میزان ۱۱۰ مورد مربوط به اخبار سیاسی-نظامی است. کمترین اخبار مربوط به مسائل فرهنگی به میزان ۲۳ مورد و ۷.۴ درصد می‌باشد.

طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب انواع خبر چین در خبرگزاری ایلنا از ۸۴ مورد، بیشترین نسبت یعنی ۴۰.۵ درصد به میزان ۳۴ مورد مربوط به اخبار سیاسی-نظامی و کمترین نسبت یعنی ۲.۴ درصد به میزان ۲ مورد مربوط به اخبار اجتماعی است. بقیه گزینه‌ها مابین این دو قرار دارند. طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب انواع خبر چین در خبرگزاری ایرنا از ۵۵۳ مورد، بیشترین نسبت یعنی ۵۳.۳ درصد به میزان ۲۹۵ مورد مربوط به اخبار سیاسی-نظامی و کمترین نسبت یعنی ۷.۱ درصد به میزان ۳۹ مورد مربوط به اخبار فرهنگی است. بقیه گزینه‌ها مابین این دو قرار دارند. طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب انواع گزارش چین در خبرگزاری ایسنا از ۳۰۹ مورد، بیشترین مورد یعنی ۶۹.۶ درصد به میزان ۲۱۵ مورد مربوط به نوع گزارش خبری و کمترین مورد یعنی ۱ درصد به میزان ۳ مورد مربوط به گزارش تصویری است. بقیه گزینه‌ها بین این دو مورد قرار دارند.

طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب انواع گزارش چین در خبرگزاری ایلنا از ۸۴ مورد، بیشترین مورد یعنی ۶۴.۳ درصد به میزان ۵۴ مورد مربوط به نوع گزارش خبری و کمترین مورد یعنی ۱.۲ درصد به میزان ۱ مورد مربوط به گزارش تحقیقی است. بقیه گزینه‌ها بین این دو مورد قرار دارند. طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب انواع گزارش چین در خبرگزاری ایرنا از ۵۵۳ مورد، بیشترین مورد یعنی ۶۹.۸ درصد به میزان ۳۸۶ مورد مربوط به نوع گزارش خبری و کمترین مورد یعنی ۰.۵ درصد به میزان ۹ مورد مربوط به سایر است. بقیه گزینه‌ها بین این دو مورد قرار دارند. طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب ماهیت خبری چین در خبرگزاری ایسنا از ۳۰۹ مورد، بیشترین مورد یعنی ۶۵.۷ درصد به میزان ۲۰۳ مورد مربوط به گزینه نامشخص و کمترین مورد یعنی ۱ درصد به میزان ۳ مورد مربوط به گزینه رویدادگرا است. گزینه موضوع گرا به نسبت ۳۳.۳ درصد یعنی به میزان ۱۰۳ مورد بین این دو گزینه قرار دارد.

طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب ماهیت خبری چین در خبرگزاری ایلنا از ۸۴ مورد، بیشترین مورد یعنی ۶۹ درصد به میزان ۵۸ مورد مربوط به گزینه نامشخص و کمترین مورد یعنی ۸.۳ درصد به میزان ۷ مورد مربوط به گزینه رویدادگرا است. گزینه موضوع گرا به نسبت ۲۲.۶ درصد یعنی به میزان ۱۹ مورد بین این دو گزینه قرار دارد.

طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب ماهیت خبری چین در خبرگزاری ایرنا از ۵۵۳ مورد، بیشترین مورد یعنی ۶۹.۶ درصد به میزان ۳۸۵ مورد مربوط به گزینه نامشخص و کمترین مورد یعنی ۵.۸ درصد به میزان ۳۲ مورد مربوط به گزینه رویدادگرا است. گزینه موضوع گرا با ۲۴.۶ درصد و تعداد ۱۳۶ مورد مابین این دو گزینه قرار دارد.

طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب دارا بودن عکس در خبرهای چین در خبرگزاری ایسنا از ۳۰۹ مورد، ۳۰۴ مورد یعنی ۹۸.۴ درصد مربوط به گزینه عکس ندارد و ۵ مورد یعنی ۱.۶ درصد مربوط به گزینه عکس دارد است.

طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب دارا بودن عکس در خبرهای چین در خبرگزاری ایلنا از ۸۴ مورد، ۶۳ مورد یعنی ۷۵ درصد مربوط به گزینه عکس دارد و ۲۱ مورد یعنی ۲۵ درصد مربوط به گزینه عکس ندارد است.

طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب دارا بودن عکس در خبرهای چین در خبرگزاری ایرنا از ۵۵۳ مورد، ۴۸۴ مورد یعنی ۸۷.۵ درصد مربوط به گزینه عکس ندارد و ۶۹ مورد یعنی ۱۲.۵ درصد مربوط به گزینه عکس دارد است.

طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب نوع عکس در خبرهای چین در خبرگزاری ایسنا از ۵ مورد، ۱۰۰ درصد به میزان ۵ مورد مربوط به گزینه عکس مرتبط می‌باشد.

طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب نوع عکس در خبرهای چین در خبرگزاری ایلنا از ۶۳ مورد، ۶۳.۵ درصد به میزان ۴۰ مورد مربوط به گزینه عکس آرشیوی و ۳۶.۵ درصد به میزان ۲۳ مورد مربوط به گزینه مرتبط می‌باشد.

طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب نوع عکس در خبرهای چین در خبرگزاری ایرنا از ۶۹ مورد، ۸۹.۹ درصد به میزان ۶۲ مورد مربوط به گزینه مرتبط و ۱۰.۱ درصد به میزان ۷ مورد مربوط به گزینه آرشیوی می‌باشد.

طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب انواع ارزشهای خبری در اخبار چین در خبرگزاری ایسنا از ۳۰۹ مورد، بیشترین مورد یعنی ۲۲ درصد به میزان ۶۸ مورد مربوط به گزینه بزرگی و کمترین مورد یعنی ۳.۹ درصد به میزان ۱۲ مورد مربوط به گزینه تازگی است. گزینه‌های دربرگیری، شهرت، برخورد، تازگی و مجاورت بین این دو مورد قرار دارند.

طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب انواع ارزشهای خبری در اخبار چین در خبرگزاری ایلنا از ۸۴ مورد، بیشترین مورد یعنی ۳۲.۱ درصد به میزان ۲۷ مورد مربوط به گزینه مجاورت و کمترین مورد یعنی ۱.۲ درصد به میزان ۱ مورد مربوط به گزینه شگفتی است. گزینه‌های دربرگیری، شهرت، برخورد، تازگی و بزرگی بین این دو مورد قرار دارند.

طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب انواع ارزشهای خبری در اخبار چین در خبرگزاری ایرنا از ۵۵۳ مورد، بیشترین مورد یعنی ۳۱.۳ درصد به میزان ۱۷۳ مورد مربوط به گزینه برخورد و کمترین مورد یعنی ۱.۴ درصد به میزان ۸ مورد مربوط به گزینه شگفتی است. گزینه‌های دربرگیری، شهرت، برخورد، تازگی، مجاورت و شگفتی بین این موارد قرار دارند.

طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب لحن خبر در اخبار چین در خبرگزاری ایسنا از ۳۰۹ مورد، بیشترین مورد یعنی ۵۸.۹ درصد به میزان ۱۸۲ مورد مربوط به گزینه خنثی و کمترین مورد یعنی ۹.۱ درصد به میزان ۲۸ مورد مربوط به گزینه جانبدارانه است.

طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب لحن خبر در اخبار چین در خبرگزاری ایلنا از ۸۴ مورد، بیشترین مورد یعنی ۷۷.۴ درصد به میزان ۶۵ مورد مربوط به گزینه خنثی و کمترین مورد یعنی ۱۰.۷ درصد به میزان ۹ مورد مربوط به گزینه جانبدارانه است.

طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب لحن خبر در اخبار چین در خبرگزاری ایرنا از ۵۵۳ مورد، بیشترین مورد یعنی ۴۵.۹ درصد به میزان ۲۵۴ مورد مربوط به گزینه خنثی و کمترین مورد یعنی ۱۳.۹ درصد به میزان ۷۷ مورد مربوط به گزینه منتقدانه است.

طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب سبکهای خبری در اخبار چین در خبرگزاری ایسنا از ۳۰۹ مورد، بیشترین مورد یعنی ۸۹.۳ درصد به میزان ۲۷۶ مورد مربوط به گزینه هرم وارونه و کمترین مورد یعنی ۱۰.۷ درصد به میزان ۳۳ مورد مربوط به گزینه تشریحی است.

طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب سبکهای خبری در اخبار چین در خبرگزاری ایلنا از ۸۴ مورد، بیشترین مورد یعنی ۷۰.۲ درصد به میزان ۵۹ مورد مربوط به گزینه هرم وارونه و کمترین مورد یعنی ۱.۲ درصد به میزان ۱ مورد مربوط به گزینه ساعت شنی است.

طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب سبکهای خبری در اخبار چین در خبرگزاری ایرنا از ۵۵۳ مورد، بیشترین مورد یعنی ۸۵.۷ درصد به میزان ۴۷۴ مورد مربوط به گزینه هرم وارونه و کمترین مورد یعنی ۱۴.۳ درصد به میزان ۷۹ مورد مربوط به گزینه تشریحی است.

طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب انواع خبر کره شمالی در خبرگزاری ایسنا از ۱۱۱ مورد، بیشترین نسبت یعنی ۷۱.۲ درصد به میزان ۷۹ مورد مربوط به اخبارسیاسی-نظامی و کمترین نسبت یعنی ۱.۸ درصد به میزان ۲ مورد مربوط به اخبارفرهنگی است. بقیه گزینه‌ها مابین این دو قرار دارند.

طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب انواع خبر چین در خبرگزاری ایلنا از ۱۲ مورد، بیشترین نسبت یعنی ۸۳.۳ درصد به میزان ۱۰ مورد مربوط به اخبارسیاسی-نظامی و کمترین نسبت یعنی ۱۶.۷ درصد به میزان ۲ مورد مربوط به اخباراجتماعی است.

طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب انواع خبر چین در خبرگزاری ایرنا از ۷۲ مورد، بیشترین نسبت یعنی ۸۳.۳ درصد به میزان ۶۰ مورد مربوط به اخبارسیاسی-نظامی و کمترین نسبت یعنی ۲.۸ درصد به میزان ۲ مورد مربوط به اخبار اقتصادی است. بقیه گزینه‌ها مابین این دو قرار دارند.

طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب انواع گزارش کره شمالی در خبرگزاری ایسنا از ۱۱۱ مورد، بیشترین مورد یعنی ۴۲.۳ درصد به میزان ۴۷ مورد مربوط به نوع گزارش خبری و کمترین مورد یعنی ۴.۵ درصد به میزان ۵ مورد مربوط به گزارش تحقیقی است. بقیه گزینه‌ها بین این دو مورد قرار دارند.

طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب انواع گزارش کره شمالی در خبرگزاری ایلنا از ۱۱۱ مورد، بیشترین مورد یعنی ۴۲.۳ درصد به میزان ۴۷ مورد مربوط به نوع گزارش خبری و کمترین مورد یعنی ۴.۵ درصد به میزان ۵ مورد مربوط به گزارش تحقیقی است. بقیه گزینه‌ها بین این دو مورد قرار دارند.

طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب انواع گزارش چین در خبرگزاری ایرنا از ۷۲ مورد، بیشترین مورد یعنی ۶۲.۵ درصد به میزان ۴۵ مورد مربوط به نوع گزارش خبری و کمترین مورد یعنی ۲.۸ درصد به میزان ۲ مورد مربوط به گزارش تحقیقی است. بقیه گزینه‌ها بین این دو مورد قرار دارند.

طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب ماهیت خبری کره شمالی در خبرگزاری ایسنا از ۱۱۱ مورد، بیشترین مورد یعنی ۴۶.۸ درصد به میزان ۵۲ مورد مربوط به گزینه موضوع گرا و کمترین مورد یعنی ۱۲.۶ درصد به میزان ۱۴ مورد مربوط به گزینه رویدادگرا است. گزینه نامشخص با ۴۰.۵ درصد مابین این دو گزینه قرار دارد.

طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب ماهیت خبری کره شمالی در خبرگزاری ایلنا از ۱۲ مورد، بیشترین مورد یعنی ۷۵ درصد به میزان ۹ مورد مربوط به گزینه موضوع گرا و کمترین مورد یعنی ۸.۳ درصد به میزان ۱ مورد مربوط به گزینه رویدادگرا است. گزینه نامشخص با ۱۶.۷ درصد مابین این دو گزینه قرار دارد.

طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب ماهیت خبری کره شمالی در خبرگزاری ایرنا از ۷۲ مورد، بیشترین مورد یعنی ۶۱.۱ درصد به میزان ۴۴ مورد مربوط به گزینه نامشخص و کمترین مورد یعنی ۱.۴ درصد به میزان ۱ مورد مربوط به گزینه رویدادگرا است. گزینه موضوع گرا با ۳۷.۵ درصد مابین این دو گزینه قرار دارد.

طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب دارا بودن عکس در خبرهای کره شمالی در خبرگزاری ایسنا از ۱۱۱ ۱۰۰ درصد مربوط به گزینه عکس ندارد است.

طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب دارا بودن عکس در خبرهای کره شمالی در خبرگزاری ایلنا از ۱۲ مورد، ۷ مورد یعنی ۵۸.۳ درصد مربوط به گزینه عکس دارد و ۵ مورد یعنی ۴۱.۳ درصد مربوط به گزینه عکس ندارد است.

طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب دارا بودن عکس در خبرهای کره شمالی در خبرگزاری ایرنا از ۷۲ مورد، ۱ مورد یعنی ۱.۴ درصد مربوط به گزینه عکس دارد و ۷۱ مورد یعنی ۹۸.۶ درصد مربوط به گزینه عکس ندارد است.

طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب نوع عکس در خبرهای کره شمالی در خبرگزاری ایلنا از ۷ مورد، ۱۴.۳ درصد به میزان ۱ مورد مربوط به گزینه عکس مرتبط و ۸۵.۷ درصد مربوط به گزینه آرشیوی می‌باشد.

طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب نوع عکس در خبرهای کره شمالی در خبرگزاری ایلنا از ۷ مورد، ۱۴.۳ درصد به میزان ۱ مورد مربوط به گزینه عکس مرتبط و ۸۵.۷ درصد مربوط به گزینه آرشیوی می‌باشد.

طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب انواع ارزشهای خبری در اخبار کره شمالی در خبرگزاری ایسنا از ۱۱۱ مورد، بیشترین مورد یعنی ۳۳.۳ درصد به میزان ۳۷ مورد مربوط به گزینه برخورد و کمترین مورد یعنی ۲.۷ درصد به میزان ۳ مورد مربوط به گزینه شگفتی است. گزینه‌های دربرگیری، شهرت، بزرگی، تازگی و مجاورت بین این دو مورد قرار دارند.

طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب انواع ارزشهای خبری در اخبار کره شمالی در خبرگزاری ایلنا از ۱۲ مورد، بیشترین مورد یعنی ۲۵ درصد به میزان ۳ مورد مربوط به گزینه مجاورت و گزینه‌های

درب‌گیری، شهرت و برخورد به نسبت ۱۶.۷ درصد به میزان هرکدام ۲ مورد و گزینه‌های شگفتی، بزرگی و تازگی به نسبت ۸.۳ درصد به میزان هرکدام ۱ مورد در رده های بعد قرار دارند. طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب انواع ارزشهای خبری در اخبار کره شمالی در خبرگزاری ایرنا از ۷۲ مورد، بیشترین مورد یعنی ۴۵.۸ درصد به میزان ۳۳ مورد مربوط به گزینه برخورد و گزینه شهرت به نسبت ۳۳.۳ درصد به میزان ۲۴ مورد در رتبه دوم و بقیه مقادیر بعد از این دو گزینه قرار دارند.

طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب لحن خبر در اخبار کره شمالی در خبرگزاری ایسنا از ۱۱۱ مورد، بیشترین مورد یعنی ۴۹.۶ درصد به میزان ۵۵ مورد مربوط به گزینه منتقدانه و کمترین مورد یعنی ۴.۵ درصد به میزان ۵ مورد مربوط به گزینه جانبدارانه است.

طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب لحن خبر در اخبار کره شمالی در خبرگزاری ایلنا از ۱۲ مورد، بیشترین مورد یعنی ۹۱.۷ درصد به میزان ۱۱ مورد مربوط به گزینه خنثی و کمترین مورد یعنی ۴.۵ درصد به میزان ۵ مورد مربوط به گزینه منتقدانه بوده است. درضمن هیچکدام از مطالب اخبار کره شمالی در خبرگزاری ایلنا جانبدارانه نبوده است.

طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب لحن خبر در اخبار کره شمالی در خبرگزاری ایرنا از ۷۲ مورد، بیشترین مورد یعنی ۴۳ درصد به میزان ۳۱ مورد مربوط به گزینه خنثی و کمترین مورد یعنی ۲۷.۸ درصد به میزان ۲۰ مورد مربوط به گزینه منتقدانه است.

طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب سبکهای خبری در اخبار کره شمالی در خبرگزاری ایسنا از ۷۲ مورد، بیشترین مورد یعنی ۶۵.۸ درصد به میزان ۷۳ مورد مربوط به گزینه هرم وارونه و کمترین مورد یعنی ۳۴.۲ درصد به میزان ۳۸ مورد مربوط به گزینه تشریحی است.

طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب سبکهای خبری در اخبار کره شمالی در خبرگزاری ایلنا از ۱۲ مورد، بیشترین مورد یعنی ۹۱.۷ درصد به میزان ۱۱ مورد مربوط به گزینه هرم وارونه و کمترین مورد یعنی ۸.۳ درصد به میزان ۱ مورد مربوط به گزینه سایر است.

طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب سبکهای خبری در اخبار کره شمالی در خبرگزاری ایرنا از ۷۲ مورد، بیشترین مورد یعنی ۹۰.۳ درصد به میزان ۶۵ مورد مربوط به گزینه هرم وارونه و کمترین مورد یعنی ۱.۴ درصد به میزان ۱ مورد مربوط به گزینه تاریخی است.

طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب انواع خبرکره جنوبی در خبرگزاری ایسنا از ۱۱۶ مورد، بیشترین نسبت یعنی ۶۳.۸ درصد به میزان ۷۴ مورد مربوط به اخبارسیاسی-نظامی و کمترین نسبت یعنی ۱.۷ درصد به میزان ۲ مورد مربوط به اخبار فرهنگی است. بقیه گزینه‌ها مابین این دو قرار دارند.

طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب انواع خبرکره جنوبی در خبرگزاری ایلنا از ۱۹ مورد، بیشترین نسبت یعنی ۶۳.۲ درصد به میزان ۱۲ مورد مربوط به اخبارسیاسی-نظامی و کمترین نسبت یعنی ۵.۳ درصد به میزان ۱ مورد مربوط به اخبار اقتصادی است. بقیه گزینه‌ها مابین این دو قرار دارند.

طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب انواع خبرکره جنوبی در خبرگزاری ایرنا از ۱۲۷ مورد، بیشترین نسبت یعنی ۵۹.۱ درصد به میزان ۷۵ مورد مربوط به اخبارسیاسی- نظامی و کمترین

نسبت یعنی ۲.۴ درصد به میزان ۳ مورد مربوط به اخبار فرهنگی است. بقیه گزینه‌ها مابین این دو قرار دارند.

طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب انواع گزارش کره جنوبی در خبرگزاری ایسنا از ۱۱۶ مورد، بیشترین مورد یعنی ۴۷.۴ درصد به میزان ۵۵ مورد مربوط به نوع گزارش خبری و کمترین مورد یعنی ۹.۵ درصد به میزان ۱۱ مورد مربوط به گزارش تحقیقی است. بقیه گزینه‌ها بین این دو مورد قرار دارند.

طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب انواع گزارش کره جنوبی در خبرگزاری ایلنا از ۱۹ مورد، بیشترین مورد یعنی ۷۳.۷ درصد به میزان ۱۴ مورد مربوط به نوع گزارش خبری و کمترین مورد یعنی ۵.۳ درصد به میزان ۱ مورد مربوط به گزارشهای تحقیقی و تحلیلی است.

طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب انواع گزارش کره جنوبی در خبرگزاری ایرنا از ۱۲۷ مورد، بیشترین مورد یعنی ۷۰.۹ درصد به میزان ۹۰ مورد مربوط به نوع گزارش خبری و کمترین مورد یعنی ۵.۵ درصد به میزان ۷ مورد مربوط به گزارش تحقیقی است. بقیه گزینه‌ها بین این دو مورد قرار دارند.

طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب ماهیت خبری کره جنوبی در خبرگزاری ایسنا از ۱۱۶ مورد، بیشترین مورد یعنی ۵۷.۸ درصد به میزان ۶۷ مورد مربوط به گزینه موضوع گرا و کمترین مورد یعنی ۶.۹ درصد به میزان ۸ مورد مربوط به گزینه رویدادگرا است. گزینه نامشخص با ۳۵.۳ درصد مابین این دو گزینه قرار دارد.

طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب ماهیت خبری کره جنوبی در خبرگزاری ایلنا از ۱۹ مورد، بیشترین مورد یعنی ۷۲.۴ درصد به میزان ۱۷ مورد مربوط به گزینه نامشخص و ۲۷.۶ درصد به میزان ۲ مورد مربوط به گزینه موضوع گرا است.

طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب ماهیت خبری کره جنوبی در خبرگزاری ایرنا از ۱۲۷ مورد، بیشترین مورد یعنی ۷۱.۷ درصد به میزان ۹۱ مورد مربوط به گزینه نامشخص و کمترین مورد یعنی ۱.۶ درصد به میزان ۲ مورد مربوط به گزینه رویدادگرا است. گزینه موضوع گرا با ۲۶.۷ درصد مابین این دو گزینه قرار دارد.

طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب دارا بودن عکس در خبرهای کره جنوبی در خبرگزاری ایسنا از ۱۱۶ مورد، ۱۱۳ مورد یعنی ۹۷.۴ درصد مربوط به گزینه عکس ندارد و ۳ مورد یعنی ۲.۶ درصد مربوط به گزینه عکس دارد است.

طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب دارا بودن عکس در خبرهای کره جنوبی در خبرگزاری ایلنا از ۱۹ مورد، ۱۷ مورد یعنی ۸۹.۵ درصد مربوط به گزینه عکس دارد و ۲ مورد یعنی ۱۰.۵ درصد مربوط به گزینه عکس ندارد است.

طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب دارا بودن عکس در خبرهای کره جنوبی در خبرگزاری ایرنا از ۱۲۷ مورد، ۱۲۷ مورد یعنی ۱۰۰ درصد مربوط به گزینه عکس ندارد است.

طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب نوع عکس در خبرهای کره جنوبی در خبرگزاری ایسنا از ۳ مورد، ۶۶.۷ درصد به میزان ۲ مورد مربوط به گزینه عکس مرتبط و ۳۳.۳ درصد به میزان ۱ مورد به گزینه عکس آرشیوی می‌باشد.

طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب نوع عکس در خبرهای کره جنوبی در خبرگزاری ایلنا از ۱۷ مورد، ۹۴.۲ درصد به میزان ۱۶ مورد مربوط به گزینه عکس آرشیوی و ۵.۸ درصد به میزان ۱ مورد به گزینه عکس مرتبط می‌باشد.

جدول توزیع فراوانی بر حسب نوع عکس اخبار کره جنوبی در خبرگزاری ایرنا، خبرهای خبرگزاری ایرنا در مورد کره جنوبی بدون عکس می‌باشد.

طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب انواع ارزشهای خبری در اخبار کره جنوبی در خبرگزاری ایسنا از ۱۱۶ مورد، بیشترین مورد یعنی ۳۵ درصد به میزان ۴۱ مورد مربوط به گزینه برخورد و کمترین مورد یعنی ۲.۶ درصد به میزان ۳ مورد مربوط به گزینه‌های دربرگیری و شگفتی است. گزینه‌های شهرت، بزرگی، تازگی و مجاورت بین این دو مورد قرار دارند.

طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب انواع ارزشهای خبری در اخبار کره جنوبی در خبرگزاری ایلنا از ۱۹ مورد، بیشترین مورد یعنی ۳۶.۸ درصد به میزان ۷ مورد مربوط به گزینه برخورد و کمترین مورد یعنی ۵.۳ درصد به میزان ۱ مورد مربوط به گزینه بزرگی است. گزینه‌های شهرت، دربرگیری، بزرگی، تازگی و مجاورت بین این دو مورد قرار دارند.

طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب انواع ارزشهای خبری در اخبار کره جنوبی در خبرگزاری ایرنا از ۱۲۷ مورد، بیشترین مورد یعنی ۳۲.۳ درصد به میزان ۴۱ مورد مربوط به گزینه برخورد و کمترین مورد یعنی ۲.۴ درصد به میزان ۳ مورد مربوط به گزینه شگفتی است. گزینه‌های شهرت، دربرگیری، بزرگی، تازگی و مجاورت بین این دو مورد قرار دارند.

طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب لحن خبر در اخبار کره جنوبی در خبرگزاری ایسنا از ۱۱۶ مورد، بیشترین مورد یعنی ۵۷.۸ درصد به میزان ۶۷ مورد مربوط به گزینه خنثی و کمترین مورد یعنی ۹.۵ درصد به میزان ۱۱ مورد مربوط به گزینه جانبدارانه است.

طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب لحن خبر در اخبار کره جنوبی در خبرگزاری ایلنا از ۱۹ مورد، بیشترین مورد یعنی ۸۹.۴ درصد به میزان ۱۷ مورد مربوط به گزینه خنثی و کمترین مورد یعنی ۵.۳ درصد به میزان ۱ مورد مربوط به گزینه‌های جانبدارانه و منتقدانه است.

طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب لحن خبر در اخبار کره جنوبی در خبرگزاری ایرنا از ۱۲۷ مورد، بیشترین مورد یعنی ۵۲ درصد به میزان ۶۶ مورد مربوط به گزینه خنثی و کمترین مورد یعنی ۲۱.۳ درصد به میزان ۲۷ مورد مربوط به گزینه‌های جانبدارانه و منتقدانه است.

طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب سبکهای خبری در اخبار کره جنوبی در خبرگزاری ایسنا از ۱۱۶ مورد، بیشترین مورد یعنی ۶۳.۸ درصد به میزان ۷۴ مورد مربوط به گزینه هرم وارونه و کمترین مورد یعنی ۲.۶ درصد به میزان ۳ مورد مربوط به گزینه سایر است.

طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب سبکهای خبری در اخبار کره جنوبی در خبرگزاری ایلنا از ۱۹ مورد، بیشترین مورد یعنی ۵۲.۶ درصد به میزان ۱۰ مورد مربوط به گزینه هرم وارونه و کمترین مورد یعنی ۴۷.۴ درصد به میزان ۹ مورد مربوط به گزینه تشریحی است.

طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب سبکهای خبری در اخبار کره جنوبی در خبرگزاری ایرنا از ۱۲۷ مورد، بیشترین مورد یعنی ۹۴.۵ درصد به میزان ۱۲۰ مورد مربوط به گزینه هرم وارونه و کمترین مورد یعنی ۵.۵ درصد به میزان ۷ مورد مربوط به گزینه تشریحی است.

نتایج استنباطی

- اخبار مربوط به کشورهای شرق آسیا در خبرگزاری های کشور، چه سهمی از اخبار بین‌الملل را از نظر فراوانی و قرار گرفتن در زمره اخبار تاپ نیوز تشکیل می‌دهند؟

با توجه به اعداد و ارقام موجود در جداول بخش یک فصل چهارم می‌بینیم که اخبار بین‌الملل در کل در هر سه خبرگزاری کمتر از ده درصد اخبار را دربر می‌گیرد و اخبار هرکدام از این کشورها حتی به یک درصد هم نمی‌رسد، البته با توجه به تعداد اخبار خاورمیانه در این سه خبرگزاری می‌توان نتیجه گرفت که بیشترین توجه این سه خبرگزاری معطوف به اخبار منطقه و خاورمیانه است تا خاور دور و این امر وابسته به تحولات جاری آن کشورها است و بعضاً با توجه به نوع رویداد به وقوع پیوسته، اخبار این منطقه از جهان نیز در راس خبرها قرار گرفته است. با این حال تاپ خبرهای رسانه‌های ایران عموماً خاورمیانه و تحولات به وقوع پیوسته در آن است.

- کدام ارزش‌های خبری در اخبار مربوط به کشورهای شرق آسیا در خبرگزاری های کشور، مورد توجه قرار می‌گیرند؟

تقابل و برخورد. با توجه به اینکه این کشورها نوعاً دارای اختلافات تاریخی و تضاد منافع با یکدیگر بوده و در کشمکش با هم به سر می‌برند عمده خبرهایی که از کشورهای شرق دور (چین، ژاپن، دو کره) در ایران مخابره می‌شود بر این اختلافات و تضادهای آنها با هم استوار است. هم‌چنین این کشورها از قدرت‌های نظامی و اقتصادی جهان محسوب می‌شوند که این امر نیز رقابت و تضادهای آنها را با دیگران به وجود می‌آورد که بر این اساس اصلی‌ترین ارزش خبری برای پوشش خبرهای آنها ارزش برخورد است.

- لحن اخبار مربوط به کشورهای شرق آسیا در خبرگزاری های کشور، به چه میزان جانبدارانه، منتقدانه یا خنثی است؟

پوشش خبری این منطقه از جهان عموماً بی‌طرفانه و خنثی است، البته این امر گاهی تحت تاثیر تشابهاتی با موضوعات داخلی و به نوعی مجاورت‌های معنوی در مورد کره شمالی (ایستادگی در برابر غرب) قرار می‌گیرد. با این حال پوشش خبری ما از شرق دور بر اساس آنچه که مخابره می‌شود از سوی رسانه‌های محلی یا بین‌المللی است و نه دیدگاه‌ها و سوگیری‌های خودمان. البته در مورد کشور کره شمالی با توجه به بسته بودن این کشور و دشمنی همسایگانش و رسانه‌های غربی بین‌المللی (آسوشیتدپرس آمریکایی تنها خبرگزاری بین‌المللی دارای دفتر در این کشور

است) با دولت این کشور، با جریان خبری یکسویه و شمال به جنوبی مواجهیم که تصویری بسیار منفی از آن را نمایش می‌دهد.

- کدام قالب‌ها و سبک‌های خبری در اخبار مربوط به کشورهای شرق آسیا در خبرگزاری‌های کشور، بیشتر مورد توجه هستند؟

با توجه به جداول بخش یک فصل چهار درمی یابیم که بیشتر اخبار به سبک هرم وارونه نگاشته شده اند، زیرا اکثر خبرها کوتاه بوده در نتیجه نگارش به سبک هرم وارونه باعث شیوه طبیعی نقل وقایع و مشخص شدن سریع تکلیف خواننده با متن است. تبعاً سبک خبری هرم وارونه، با توجه به اینکه عمدتاً این خبرها در درجه دوم اهمیت برای ما هستند (پس از خاورمیانه و جهان اسلام) می‌توان با هرم وارونه این اخبار را خلاصه کرد و دربند پیش زمینه‌های نامتعارف و اسامی نامانوس آنها نماند.

- در انعکاس و عدم انعکاس اخبار مربوط به کشورهای شرق آسیا در خبرگزاری‌های کشور، جهت‌گیری‌های دستگاه دیپلماسی کشور چقدر تعیین کننده است؟

اخبار این نقطه از جهان دارای اهمیت راهبردی برای کشور ما نیست. با این حال دربرگیری‌هایی که موضوعات مرتبط با کشورهای شرق آسیا با کشورمان دارند در نوع پوشش برخی اخبار آنها تأثیرگذار است. به طور مثال فعالیت‌های هسته‌ای این کشورها و تقابلاتی که بعضاً با قدرت‌های جهانی از جمله آمریکا، روسیه و چین پیدا می‌کنند می‌تواند دارای تشابهاتی با موضوعات هسته‌ای کشور ما داشته و در نتیجه سوگیری‌های خاصی از سوی ما را باعث شود. با این حال همانطور که گفته شد در پوشش خبری این کشورها باز هم ارزش‌های خبری و آنچه از سوی رسانه‌های بین‌المللی و منطقه‌ای مخابره می‌شود مد نظر است و نه الزاماً جهت‌گیری دیپلماسی ما. در ضمن با توجه به جداول توزیع فراوانی در بخش یک فصل چهار متوجه می‌شویم که بیشترین اخبار این سه کشور در این سه خبرگزاری مربوط به مسائل سیاسی و نظامی است، و تقریباً تمامی خبرهای چالش برانگیز این کشورها عنوان شده‌اند. این اخبار شامل مسائل سیاسی داخلی و خارجی این سه کشور می‌باشد. در مورد کره جنوبی خبری نبوده که بر اساس ملاحظه‌ای منتشر نشود. در مورد کشور چین نیز اخبار هم از رسانه‌های محلی (عمدتاً شینهوا) و هم از رسانه‌های بین‌المللی (عمدتاً آسوشیتدپرس) مخابره می‌شود و تنها موضوع مورد تأمل موضوع مسلمانان اویغور است که با در نظر گرفتن مجاورت معنوی خود با آنها بیشتر به رویکردهای انتقادی از موضع پکن نسبت به آنها نگاه می‌کنیم و نه موضع دولتی که فعالیت اویغورها را تروریسم می‌داند. در این میان تنها کره شمالی است که در آماج اتهامات قرار دارد و بعضاً ما هم تحت تأثیر همین جریان خبری منفی قرار می‌گیریم. البته دیپلماسی کشور ما رویکردی سلبی نسبت به اخبار شرق دور ندارد و ارزش‌های خبری و مناسبات جاری جهانی را در نظر گرفته می‌شود.

منابع

- اسدی علی (۱۳۷۱)، افکار عمومی و ارتباطات، انتشارات صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران
- اسماعیلی محمد (۱۳۸۹)، دیپلماسی رسانه‌ای، انتشارات جام جم
- حکیم آرا محمدعلی (۱۳۸۴)، ارتباطات متقاعدگرایانه و تبلیغ، انتشارات سمت
- دادگران سیدمحمد (۱۳۸۵)، مبانی ارتباطات جمعی، چاپ دهم، انتشارات مروارید
- رایف دانیل و دیگران (۱۳۸۱) تحلیل پیام‌های رسانه‌ای، ترجمه: مهدخت بروجردی علوی، نشر سروش
- سیدجوادین سیدرضا (۱۳۸۳)، مدیریت رفتار سازمانی، نشر نگاه دانش
- شکرخواه یونس (۱۳۷۸)، خبر، دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها
- فرهنگی علی اکبر، طاهر روشندل اربطانی و میکائیل برقی (۱۳۸۳)، نگرشی بر بنیان‌های نظری مدیریت سازمان‌های رسانه‌ای، دانش مدیریت، شماره ۶۶
- قلی‌پور آرین (۱۳۸۶)، مدیریت رفتار سازمانی، انتشارات سمت
- گیل، دیوید و ادفر، بریجت (۱۳۸۴)، الفبای ارتباطات، رامین کریمیان و همکاران، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها
- لال جیمز (۱۳۷۹)، رسانه‌ها، ارتباطات، فرهنگ، ترجمه: مجید نکودست، انتشارات موسسه ایران
- ماکسول جان (۱۳۸۲)، مدیریت نگرش، ترجمه: فضل‌الله امینی، نشر فرا
- متولی کاظم (۱۳۸۴)، افکار عمومی و شیوه‌های اقناع، انتشارات بهجت
- سورین ورنر جوزف و تانکارد جیمز، (۱۳۸۴)، نظریه‌های ارتباطات، مترجم: علیرضا دهقان، موسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران

منابع خارجی

Survey of the policy status in reflection of the International News of South Eastern of Asia (China, North Korea and South Korea) in the websites agencies (ISNA, ILNA and IRNA)

A Survey on the policy status in reflection of the International News of South Eastern of Asia (China, North Korea and South Korea) in the websites agencies (ISNA, ILNA and IRNA)

Nassim Majidi¹
Alireza Bahrani²

Abstract

How much of Iran's diplomacy is determining about the reflection of International News of the Eastern countries of Asia?

This study was a quantitative content analysis and its purpose was to answer the research questions and how its components reflected in the media which has been published on the news websites of "ISNA", "ILNA" and "IRNA" about "China", "North Korea" and "South Korea" and it.

In this study, all news in the "ISNA", "ILNA" and "IRNA" have been surveyed were from the 13th of October up to 10th of January of 2013.

The most important results obtained from the study are as follows:

- In reflecting of the news about the South Eastern countries of Asia, which direction of diplomacy is determining, the frequency distribution tables show that the most news of these countries are about political and military news and many challenging news were published by them. These news concluded internal and external political news about these three countries. However, some news have been rarely published such as the Uyghur problems because of their governmental position who knows them as terrorists and then our governmental diplomacy has been affected by having relationship with China.
- Most of the news values about these three countries were about "conflict" meanwhile the tone of these news websites were "neutral". Of course "ISNA" has a critical tone about North Korea because of the news about "Jang Song-taek" aunt's husband of North Korea leader and the comparison of Leader's living style of North Korea with his people.

¹ Assistant professor & Faculty member, Islamic Azad University/ Central Tehran Branch, nassim_majidi2002@yahoo.com

² M.A. in Social Communication Sciences of Islamic Azad University/ Central Tehran Branch

- The international news were less than 10 percent of all news of these news websites and the news of each of these countries was not 1 percent. By having attention to the Middle East News, it can be resulted that these news website have more attention to the Middle East instead of Far East.
- Most of the news have been written in the inverted pyramid style which transmits rapidly short stories in a natural manner to the reader.

Nevertheless, in all cases in this study attempted to examine that how diplomatic priorities and constraints on the principles dominated on the reflection of International news (input). The importance of this matter appears when the influence in this regard can be determined by the audience's confidence.

Keywords: News Agency, IRNA, ISNA, ILNA, Internet, International News, Diplomacy, Media Diplomacy.