

بررسی و معرفی کتاب

«خبر؛ تحلیل شبکه‌ای و تحلیل گفتمان»

نوشته: دکتر حسن بشیر^۱ و همکاران (۱۳۸۹)، انتشارات دانشگاه امام صادق(ع)، قطع وزیری، ۳۳۴ص.

سید مجید امامی*

«خبر» و «اطلاع‌رسانی» از گذرگاه‌های پژوهشی مهمی است که ماهیت میان‌رشته‌ای دانش اجتماعی جدید را هویدا ساخته است. در عرصه عینی، خبر و اطلاع‌رسانی همواره از مهم‌ترین عناصر یا کارکردهای ارتباطی مؤثر بر ساخت و تحول جامعه است و از سویی دیگر، چونان ابزار یا شیوه‌ای متداول، مأخوذ از زیست‌محیط فرهنگی-اجتماعی است.

معادله ارتباطی و سطح ارتباط تعیین‌کنندگی بالایی در ماهیت، ابعاد و کارکرد خبر دارد و از اینجاست که «ارتباطات بین‌الملل»، امروزه مهم‌ترین جایگاه طرح و نقد مباحث مربوط به خبر (البته با نگاه درجه دو) را کسب کرده است. هرچند ارتباطات توسعه، و ارتباطات سیاسی، هم از حوزه‌های سنتی خبرپژوهی است.

نسبت مفهومی و ظریف بین «خبر» و «پیام» باعث شده است مطالعات این حوزه، از تکرار و تنوع جدی و مؤثری برخوردار باشد؛ چه آنکه میان «اطلاع‌رسانی»، «تبلیغ»، «حدیث» و «تبشیر» نیز روابط حساسی است و امکان بحث و جدل زبان‌شناسانه در این حوزه را فراهم آورده است. تأثیرات متقابل روابط بین‌الملل و ارتباطات بین‌المللی، همواره بر مطالعه خبر مؤثر بوده و مهم‌تر از همه آنکه دیدگاه و سرمشق دینی در خبر، چه در مطالعه ذاتی و درجه اول^۲ و چه در مطالعات درجه دوم، ممکن و مسبوق به سابقه است.

کتاب «خبر؛ تحلیل شبکه‌ای و تحلیل گفتمان» جدیدترین اثر مستقل درباره «خبرپژوهی» به زبان فارسی است که توسط دکتر حسن بشیر و همکاران به نگارش درآمده و توسط انتشارات دانشگاه امام صادق (ع) منتشر شده است.

کتاب به رسم کتب مجموعه مقالات^۳ دارای مقدمه‌ای توضیحی و تبیینی است و از این جهت، نگارنده در صدد بازتوضیح و تکرار نیست، لکن نگاهی دوباره به موضوعات مطرح و بررسی افق‌های مطالعاتی این کتاب، مدنظر است.

بخش اول کتاب با عنوان «خبر، تحلیل شبکه‌ای و مدل آرمانی» تلاش دارد تا چارچوب نظری و مقدماتی مفهومی برای نگرش نوین کتاب باشد. مقاله اول این بخش، ترجمه فصلی از کتاب «آثار رسانه‌های جمعی بر فرهنگ‌ها» است با عنوان «چه چیزی خبر را می‌سازد؟» که توسط «استراب‌هار و دیگران» نوشته شده و در کتاب مذکور که توسط «تومی تینگ و کرزنی» ویرایش و در سال ۱۹۹۲م. منتشر شده است.

مقاله بر اساس مقایسه اخبار سراسری تلویزیونی در هشت کشور جهان، در خصوص ماهیت خبر بحث می‌کند. از آنجاکه چینش خبر، همواره وابسته به فهرستی از «ارزش‌های خبری» مندرج در هر دیدگاه ارتباطی بوده است، نمی‌توان تعریف نسبتاً واحدی از آن را یافت. لذا این مقاله کوشیده است با تحلیل محتوای اخبار نه روز در هشت کشور چین، کلمبیا، هند، ایتالیا، ژاپن، آلمان غربی، آمریکا و شوروی (سابق) که طبعاً از دو بلوک قدرت مطرح در زمان پژوهش (۱۹۸۴) بوده‌اند، متغیرهایی را اصطیاد و نوع آن‌ها را در این اخبار به‌طور مجزا احصاء نماید. این متغیرها عبارت‌اند از: محورهای اصلی خبر؛ عنوان خبر؛ نحوه طرح کشور پخش‌کننده خبر؛ فعالیت‌ها و فعل و انفعالات داخلی کشور مبدأ؛ موضوع خبر؛ نحوه طرح کشورهای خارجی و نهایتاً از اشتراکات و تفاوت‌های حوزه‌های مختلف جهان بین‌المللی در کاربرد مفهوم خبر سخن به میان آمده است. البته نقطه خلاً این تحقیق عدم توجه به حوزه‌های جغرافیایی و فرهنگی دیگر مانند خاورمیانه است. یک دستاورد مهم نیز در حوزه جریان یکسویه خبری در این تحقیق مورد تأیید قرار گرفته، آنجا که اخبار هند و چین، بیشترین پوشش خبری را نسبت به کشورهای در حال پیشرفت داشته‌اند (بشیر و همکاران، ۱۳۸۹، ص ۵۷).

مقاله دوم، ترجمه اثر «کیم و بارنت» با عنوان «تحلیل شبکه‌ای جریان بین‌المللی خبر»، است که بازتحقیقی کمی و روشمند در خبر و ارتباطات بین‌الملل است. منظور از

تحلیل شبکه‌ای، در نظر داشتن شبکه جهانی ارتباطات است که در سنت انتقادی مطالعات ارتباطات بین‌الملل تحت عناوینی چون «جریان خبری» (و نه پوشش خبری)، سطح تحلیل «نظام جهانی»^۴ (Wallerstein, 1974; 1979) و «وابستگی» مورد توجه است و حاصل از تمرکز بر تحلیل حجم و جهت‌گیری اخبار در سطح جهانی است.

در ادامه این فصل یافته‌های نظری اوستگارد^۵، روزنگرین^۶، شومیکر^۷ و همکاران، دوپره^۸، هیستر^۹، گرینر و مروانی^{۱۰}، نانمیکا و ریچستاد^{۱۱}، چنگ^{۱۲} و همکاران در خصوص عوامل سازنده یا مؤثر بر اخبار بین‌المللی پرداخته می‌شود که در واقع، معادل ارزش‌های خبری، اما در ساحت جهانی است. متغیرهای مورد استفاده در پژوهش برای بررسی ساختار جریان بین‌المللی خبری از دریچه مطبوعات عبارت‌اند از: آزادی سیاسی؛ تولید ناخالص ملی؛ زبان؛ فاصله جغرافیایی و جمعیت. سپس در راستای «تحلیل شبکه‌ای» از روش‌های «نیگویی»، اندازه‌گیری چندبعدی متریک، تحلیل ارتباطی و تحلیل گروهی» استفاده شده است. در این پژوهش با روش نیگویی، شبکه‌ای بالغ بر صد کشور از بلوک شرق، غرب، و منفردها بررسی شده است.

نتایج به دست آمده نشان‌دهنده اختلاف میان کشورهای مرکز و کشورهای پیرامون و تسخیر جریان بین‌المللی خبری توسط کشورهای غربی صنعتی است. البته رابطه هر یک از متغیرهای پیش‌گفته با موضوع بحث بررسی شده و توسعه اقتصادی «مهم‌ترین عامل اثرگذار بر ساختار جریان بین‌المللی خبری» گزارش شده است.

مقاله سوم، با عنوان مدل آرمانی ارتباط سه‌سویه ملت-مطبوعات-دولت در ایران نوشته «مهدی محسنیان‌راد» برآمده از پژوهش در وضعیت انتقاد در مطبوعات ایران است. مطبوعات در چرخه روابط دولت و ملت، از سویی انعکاس‌دهنده عملکرد این دو هستند و از سویی ناظر، ناقد و عقل منفصلی محسوب می‌شوند. در ادامه مقاله، پس از بررسی‌های نظری و تاریخی، آرمانی‌ترین وضعیت متصور برای این روابط به صورت فرمول‌هایی گویا ترسیم شده که یادآور مباحث حوزه نظریه‌های هنجاری رسانه‌هاست. مدل موجود حاکم بر روابط دولت، مطبوعات و مردم نیز ناسازگار و دچار اختلال نشان داده شده است.

فصل چهارم، تلاشی برای معرفی خبرپژوهی در قرآن است و از منظر روش‌شناسی دینی به موضوع کتاب پرداخته است که توسط «حسام‌الدین آشنا» نوشته شده است.

نویسنده مقاله، قرآن کریم را محصول تطوری از سه فرآیند ارتباطی می‌داند که از «قرآن مُنزل» آغاز، به «قرآن ناطق» رسیده و نهایتاً به «قرآن مکتوب» می‌رسد؛ فرآیند اول ناظر بر ارتباط و حیانی خدا با انسان، فرآیند دوم ناظر بر ارتباط میان فردی و شفاهی پیامبر(ص) با مردم و فرآیند سوم تبدیل قرآن تلاوت شده به پیام غیرشخصی و البته چیزی فراتر از یک ارتباط جمعی است که با حول «کتاب» صورت می‌پذیرد. در ادامه سه کارکرد «بیان احکام»، «راهنمایی و ارشاد» و «خبررسانی» در محتوای آیات قرآن شناسایی می‌شود و بر اساس کارکرد سوم، قرآن به مثابه رسانه‌ای خبری مطالعه می‌شود. سه کلید واژه «خبر»، «حدث» و مهم‌تر از همه «نبا» مبدا این مطالعه است و دو رویکرد درونی (مثلاً بررسی پیام‌های خبری) و رویکرد بیرونی (بررسی ارزش‌های خبری) از هم تمییز داده می‌شود. ادامه فصل، یک بررسی از نوع رویکرد درون‌متنی است و در خصوص رویکرد دوم، صرفاً با اشاره به اصلی مهم، مقاله به پایان می‌رسد و آن، اینکه «ارزش‌های خبری ماندگار که حاصل «انباء نبی» است، قرآن را به رسانه‌ای برای تمام اعصار و تمام مخاطبان بدل می‌سازد.» البته به نظر می‌رسد تعبیر رساتر آن باشد که «ماندگاری مبتنی بر فطرت» خود اصلی‌ترین ارزش خبری در قرآن است.

فصل پنجم کتاب، مطالعه‌ای فقهی در خبر و پیام‌رسانی است که محصول تتبعات چندساله «احمدعلی قانع» است که البته در کتاب مستقلی نیز چاپ شده است (قانع، ۱۳۸۴). «کتاب ضالّه» کلیدی‌ترین محور و شاخص ممنوعیت و محدودیت در پیام‌رسانی از منظر فقه شیعی و شریعت اسلام است. هرچند در مقاله، با بررسی استقرایی مصادیق پیام‌های حرام، احکام مربوط به آن و «تنقیح مناط» به محورهای کلی ممنوعیت رسانش پیام در سه مورد به تفصیل بررسی شده‌اند:

۱. تبلیغات بی‌پایه، فریبنده و بی‌محتوا خصوصاً در شرایط خاص اجتماعی (مانند انتخابات)؛

۲. تبلیغات منجر به تشویق جامعه به گناه و ارتکاب جرم؛

۳. هتک و وهن مقدسات دینی و اجتماعی.

البته همان‌طور که ذکر شد، این سه محور، پس از استقراء و بررسی مصادیق متعدد حرمت نشر و رسانش پیام ذیل ابواب فقهی مانند کذب یا مکاسب محرم، اصطیاد شده است.

فصل ششم که در کنار دو فصل قبل، بخش دوم کتاب را به لحاظ ماهیت و روش، به مطالعات اسلامی و هنجاری خبر تبدیل ساخته «اخلاق حرفه‌ای خبر در اسلام» نام دارد که توسط «پیمان جبلی» نگاشته شده است.

حوزه اخلاق رسانه‌ای، نقطه تلاقی علم اخلاق و عمل رسانه‌ای است و در این فصل ضمن کاوش در چیستی آن، اصول اخلاقی مندرج در آموزه‌های اسلام ناظر بر فعالیت رسانه‌ای به بحث گذاشته شده است. این در حالی است که نظام‌نامه‌های اخلاق رسانه‌ای، در شرایط خلأ و نقصان هنجارهای درون‌زا و ارزش‌مدار حاکم بر زندگی اجتماعی مدرن و در کنار سایر اصناف اخلاق حرفه‌ای در بسیاری کشورهای غربی تدوین شده است که البته بیشتر ناظر بر حوزه کارکرد اطلاع‌رسانی و خبر است.

لذا این فصل از کتاب نیز از این «تحویل‌گرایی» رسانه به اطلاع‌رسانی، مستثنی نیست. نویسنده ذیل بحث «مسئولیت اجتماعی خبرنگار» به بحث لزوم تعهد به عواقب و پیامدهای اخبار منتشره و نیز مفیدیت و عبرت‌گرایی آن‌ها مستند به منقولات دینی می‌پردازد. مسئله دیگر، دستیابی به اطلاعات سازنده و مفید است که در منشور بین‌المللی اخلاق حرفه‌ای خبرنگاری هم مورد توجه قرار گرفته است. عدم تحریف، شجاعت و شرافت حرفه‌ای، صداقت و عینیت، اعتبار منبع، روایی خبری، احتراز از غوغاسالاری، احترام به مردم و گوناگونی‌هایشان، حریم خصوصی، انتقاد سالم و سازنده مصادیقی دیگر از اصول اخلاقی اطلاع‌رسانی است که نویسنده مورد توجه قرار داده است.

فصل هفتم و هشتم که تغییری در سیاق کتاب و مذاق مخاطب است، به کار بست تحلیل گفتمان در مطالعات خبر اختصاص دارد. حسن بشیر در مقاله «تحلیل گفتمان: دریچه‌ای برای کشف ناگفته‌ها» به بهانه تحلیل مقاله‌ای مهم از گاردین به قلم ژینو عبده در باب ایران به نام «مولام در میان ملاحا» به کیفیت و چگونگی کاربرد تحلیل گفتمانی در متون رسانه‌ای و خبری می‌پردازد. روش تحلیل گفتمان پژوهش در زبان‌شناسی، واژه‌شناسی و نشانه‌شناسی متن نوشته‌ها و گفته‌هاست. در مقاله با مقدمات مبسوط تصریح می‌شود که معنا و مفهوم به‌دست‌آمده از مطالعه و پژوهش در یک متن نوشته شده، تنها در چارچوب همان متن محصور نمی‌گردد بلکه عوامل و شرایط مختلف زمانی، مکانی، سیاسی، اجتماعی، فرهنگی اقتصادی و حتی اخلاق و رفتار فردی در ایجاد معنای کامل دخالت دارد و تصویر کامل از معنای یک متن را به دست می‌دهند

(بشیر و همکاران، ۱۳۸۹، ص ۲۳۲). البته در این فصل بر تمایز عمیق موجود بین نظریه گفتمان و بحث بر اساس روش گفتمان، تأکید نشده است.

فصل هشتم و پایانی کتاب، در ادامه فصل قبل به تحلیل گفتمانی متون خبری اختصاص دارد لیکن، مورد بررسی وب‌گاه ممری (مؤسسه تحقیقات رسانه‌ای خاورمیانه)^{۱۳} است که پژوهشی از حسام‌الدین آشنا و فهمیه وزیری است.

نفس‌آشنایی با مؤسسه و سایت ممری به عنوان یک رصدگر اثر بخش رسانه‌های خاورمیانه برای مخاطبان غربی، که برای اولین بار در ادبیات علمی ایران طرح می‌شود، تلاش ممدوحی است که وزن کتاب را دوچندان ساخته است. این مؤسسه ترجمه‌هایی از مطالب رسانه‌های فارسی، عربی و عبری‌زبان منطقه خاورمیانه را به همراه تفاسیر و تحلیل از طریق سایت رسمی‌اش به زبان‌ها و قالب‌های گوناگون منتشر می‌نماید. این نهاد رصدگر مستقر در ایالات متحده به «صدای خاورمیانه» تشبیه شده است. بسیاری از خبرگزاری‌ها، شبکه‌های رادیویی، تلویزیونی و مطبوعات منطقه تحت چشمان تیزبین ممری، قرار دارند و گزارش‌های این مؤسسه، مقدمه بسیاری از موضع‌گیری‌ها، محدودیت‌زایی‌ها و تحریم‌های دولت‌های اروپایی نسبت به رسانه‌های اصطلاحاً بنیادگرای منطقه بوده و هست. در ادامه فصل، در خصوص مراحل تحلیل گفتمان و تحلیل فرامتنی توضیح داده شده است و نهایتاً، به چهارده گزارش رسانه‌ای از ایران و شش مقاله تحلیلی مندرج در ممری در پنج موضوع «ایران و فعالیت‌های تروریستی»، «انرژی هسته‌ای ایران»، «یهودستیزی» «آمریکاستیزی» و «اختلافات داخلی» پرداخته شده است. در واقع، می‌توان کل محصولات ممری در خصوص ایران را به این پنج حوزه افراز کرد، تحلیل‌های فرامتنی نیز به تفکیک هر گزارش یا مقاله ممری که متعلق به رسانه‌های ایرانی (منبع) است توسط نویسندگان تشریح شده است و نهایتاً تصویر بازنمایی شده و گفتمان حاکم بر این متون در خصوص پنج موضوع فوق‌الذکر هم جمع‌بندی شده است. نویسندگان تصریح می‌کنند که به جز رسانه‌های مسلط و مبدا در خدمت خبرپراکنی و تصویرسازی غرب، رسانه‌های واسطی نیز وجود دارند که در حقیقت، دیگر رسانه‌ها را در حوزه اخبار و تحلیل‌های منطقه‌ای مدیریت می‌کنند.... در حقیقت واسطه‌ای بین رسانه‌های جنوب و شمال است و جریان اطلاعات را از سازمان‌های رسانه‌ای جنوب به رسانه‌ها و تصمیم‌گیرندگان شمال مدیریت می‌کند (بشیر و همکاران، ۱۳۸۹، ص ۳۱۵).

یادداشت‌ها

۱. دانشیار دانشکده معارف اسلامی و فرهنگ و ارتباطات دانشگاه امام صادق(ع)
bashir@isu.ac.ir
۲. مثلاً نسبت بین خبر و حقیقت، به این نظر «لی» توجه کنید: «اصول اطلاعاتی حاکم بر گزینش پیام برای رسانه‌های گروهی، ناشی از توجه به حقیقت‌جویی انعکاس دنیای عینی است، نه ایجاد «توازن» میان انواع مطالبات [فشارهای] اجتماعی، چه مشروع و چه نامشروع (جان، ۱۳۵۶، ص ۲۲).

3. reader book
4. World System
5. Ostgard
6. Rosengren
7. Shoemaker
8. Dupree
9. Hester
10. Gerbner & Marvani
11. Nnaemeka & Richstad
12. Chang
13. MEMRI (Middle East Media Research Institutes)

کتابنامه

- بشیر، حسن و همکاران (۱۳۸۹)، *خبر: تحلیل شبکه‌ای و تحلیل گفتمان*، انتشارات دانشگاه امام صادق(ع).
- جان، ای. آر. لی (۱۳۵۶)، *شیوه سیاست‌های ارتباطی واقع‌بینانه*، تهران: پژوهشکده علوم ارتباطی و توسعه ایران.
- قانع، احمدعلی (۱۳۸۴)، *فقه و پیام گمراهی*، انتشارات دانشگاه امام صادق(ع).

Wallerstein, I. (1974), *The Modern World System*, New York: Academic Press.

Wallerstein, I. (1979), *The Capitalist World –Economy*, Cambridge, MA: Cambridge University Press.