

رمزگذاری و رمزگشایی خبر تلویزیونی؛ مقایسه اخبار تلویزیون ج.ا.ا. و بی بی سی فارسی

سیدمحمد مهدی زاده^۱، محمدسعید ذکایی^۲، محمد مهدی فرقانی^۳، عبدالرحمان علیزاده^۴

چکیده :

مقاله حاضر، در پی شناخت نحوه بازنمایی رویدادها توسط رسانه‌ها و نحوه خوانش مخاطبان از آنهاست. این مقاله مبتنی بر الگوی رمزگذاری / رمزگشایی استوارت هال، در بخش اول با الگوی تحلیل گفتمان ون دایک به تحلیل متون خبری از دو تلویزیون بی بی سی فارسی و شبکه یک (فرآیند رمزگذاری) می پردازد تا مؤلفه های گفتمان خبری این شبکه ها را استخراج کند. برای این منظور، دو بسته خبری مربوط به رویدادهای خبری برکناری مرسی در مصر و اقتصاد ایران از یک دوره زمانی یک ماهه (۸ تیر تا ۸ مرداد ۱۳۹۲) به صورت هدفمند انتخاب شدند. در بخش دوم، برای بررسی خوانش شهروندان تهرانی از رویدادهای خبری منتخب از مصاحبه متمرکز نیمه ساخت یافته فردی و گروهی استفاده شده است. در مجموع ۲۹ مصاحبه فردی و گروهی با ۵۴ نفر از شهروندان تهرانی از گروه های سنی و جنسی مختلف به عمل آمد. نتایج نشان داد، بی بی سی فارسی در بازنمایی هر سه رویداد از مؤلفه های گفتمانی لیبرال دموکراسی استفاده کرده است. بازنمایی شبکه یک نیز عمدتاً مبتنی بر گفتمان انقلاب اسلامی است. اما مصاحبه شوندگان در مواجهه با این رویدادها تحت تأثیر متون هویتی، تجربه زیسته، دسترسی به گفتمان های دیگر و مؤلفه های زمینه ای و با استفاده از مؤلفه های هر دو گفتمان به خوانش مسلط، توافقی و متضاد هر دو شبکه پرداختند.

واژگان کلیدی: بی بی سی فارسی، تحلیل گفتمان، تلویزیون ج.ا.ا.، خبر تلویزیونی، رمزگذاری و رمزگشایی، مصاحبه فردی و گروهی.

mahdizadeh45@Yahoo.com
saeed.zokaei@gmail.com
mforghani@yahoo.com
a.alizadeh@gu.ac.ir

۱. استادیار علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی
۲. استاد جامعه شناسی دانشگاه علامه طباطبایی
۳. دانشیار علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی
۴. استادیار علوم ارتباطات دانشگاه گلستان

مقدمه

رسانه‌های جمعی از وجوه اصلی زندگی روزمره در دوران مدرن به شمار می‌روند و نقش خطیری در شکل دادن به پندارهای افراد درباره جهان پیرامونی‌شان دارند؛ در این میان سهم زیادی بر عهده اخبار یا گزارش و تبیین رویدادها است.

در محیط رسانه‌ای امروز کشور، خبر در دو بستر رسانه‌ای متفاوت روایت می‌شود؛ خبر در بستر رسانه‌های رسمی یا رسانه‌های حامی گفتمان نظام جمهوری اسلامی و در بستر رسانه‌های منتقد داخلی و خارجی یا رسانه‌های مربوط به کشورهای دیگر. هر یک از این رسانه‌ها، در محیط‌های گفتمانی متفاوت به تولید متن می‌پردازند و به این ترتیب، گفتمان در محصول‌نهایی (خبری که درون چارچوب‌های گفتمانی برساخته شده) انعکاس می‌یابد.

هر چند قرارگرفتن مخاطب در معرض گفتمانی خاص الزاماً به معنای تأثیر مستقیم آن بر باورها و تلقی وی از رویداد نیست، اما این امر نیز مسلم است که هر رسانه خبری امکان جدیدی را فراروی مخاطب می‌نهد تا رویداد خبری را از زاویه گفتمان دیگری ببیند. درحقیقت، آنچه به وجود آورنده دغدغه سیاست‌گذاران است، نه صرف مصرف خبر از رسانه‌های دیگر، بلکه عرضه خبر در قالب گفتمان‌های جایگزین است که می‌توانند گفتمان غالب را به چالش بکشند. بنابراین مسئله‌ای که در اینجا مطرح می‌شود، این است که مخاطبان در مواجهه با رویدادهای خبری برساخته شده در گفتمان‌های متفاوت، چگونه آن را خوانش می‌کنند. برای پاسخ به این سؤال، ابتدا باید به شناسایی وجوه مختلف گفتمان‌های خبری پرداخت که به عنوان منبع معنا برای مخاطبان فارسی‌زبان مطرح هستند؛ اینکه چه گفتمان‌هایی در فضای رسانه‌های فارسی‌زبان مجال بروز و ظهور یافته‌اند و در بازنمایی رویدادهای داخل و خارج ایران از کدام مؤلفه‌های گفتمانی کمک می‌گیرند.

برای دسترسی به این گفتمان‌های رقیب، دست‌کم دو گروه رسانه فارسی‌زبان را می‌توان برای مخاطبان داخل ایران به عنوان منبع معنا تلقی کرد: گروه اول، رسانه‌های فارسی‌زبان خارج از کشور که بی‌بی‌سی فارسی را می‌توان جدی‌ترین نماینده آن به شمار

آورد و دیگری صداوسیما جمهوری اسلامی که دارای شبکه‌های متعددی است. هر یک از این رسانه‌ها بازنمایی متفاوتی از رویداد خبری ارائه کرده‌اند که مبتنی بر گفتمان‌های کلانی است که در درون آن عمل می‌کنند. مخاطب فارسی‌زبان به هر دو نظام بازنمایی دسترسی دارد. بنابراین می‌توان چنین تصور کرد که تصویر مخاطبان ایرانی از رویدادهای خبری تحت‌تأثیر همه یا بخشی از تصویر بازنموده این رسانه‌هاست. به همین دلیل خوانش آنها از رویدادها و محتوای خبری رسانه‌ها نیز - که دربردارنده خط‌مشی‌ها و گفتمان هر رسانه هستند - باید مورد توجه قرار گیرند.

شناخت گفتمان‌های رسانه‌ای به مثابه ابزارهای ایدئولوژیکی که می‌توانند در شکل‌دهی به باورها و نگرش‌های مخاطبان در مورد رویدادهای خبری تأثیرگذار باشند، همواره به عنوان یک دغدغه اساسی برای سیاست‌گذاران رسانه‌ای و همین‌طور سیستم‌های حکومتی مطرح بوده است. شناخت خوانش مخاطبان از رویدادهای خبری و بررسی عوامل مؤثر در این خوانش می‌تواند به شناخت فضای فکری مخاطبان و درک بهتر عملکرد و تأثیر رسانه‌ها بیانجامد. البته بررسی‌های صورت گرفته در حوزه رابطه بین رسانه‌های خبری و مخاطبان، حاکی از آن است کمتر به مواجهه مخاطبان با متن روایت‌های رسانه‌ها از رویدادها پرداخته شده است و اکثر این تحقیقات بیشتر به بررسی میزان مخاطبان رسانه‌های خبری و میزان اعتماد آنها (به صورت پژوهش کمی) پرداخته‌اند و فقدان پژوهش‌های کیفی که رابطه بین رسانه‌های خبری و مخاطبان را بررسی کرده باشند، به شدت احساس می‌شود.

بنابراین برای پرکردن خلا مطالعات کیفی در حوزه مخاطبان و رسانه‌های خبری و برای شناخت مختصات بازنمایی‌های جریان‌های رسانه‌ای اصلی حاضر در زیست‌بوم مخاطب ایرانی و خوانش مخاطبان از رویدادهای خبری، مقاله حاضر به دنبال پاسخ به این پرسش است که هر یک از تلویزیون‌های بی‌بی‌سی فارسی و صداوسیما جمهوری اسلامی ایران (شبکه یک)، رویدادهای خبری را با استفاده از کدام مؤلفه‌های گفتمانی بازنمایی می‌کنند و همچنین مخاطبان از هر یک از رویدادهای بازنمایی شده در دو رسانه فوق چه خوانشی دارند؟

چارچوب نظری: رمزگذاری و رمزگشایی اخبار تلویزیونی؛ خوانش مخاطبان

پیدایش نظریه دریافت در مطالعات ارتباطی را به مقاله «رمزگذاری و رمزگشایی در گفتمان تلویزیونی» (۱۹۷۳) اثر «استوارت هال» نسبت می‌دهند. هال آنچه را که می‌تواند «حد واسط» میان رویکردهای «مخاطب به مثابه قربانی» و «مخاطب به عنوان موجودیت کاملاً مستقل» در نظر گرفته شود، ارائه کرده است. (Lacey, 2002: 171)

او در این مقاله به توصیف تئوریک و فشرده‌ای از چگونگی تولید و انتشار پیام‌ها با توجه ویژه‌ای به تلویزیون می‌پردازد و مدلی چهار مرحله‌ای از ارتباط ارائه می‌دهد که شامل تولید، پخش، مصرف و بازتولید است (هال، ۱۳۸۷: ۳۳۸). براساس این مدل، پیام‌های ارتباطی می‌توانند از سوی گروه‌های مختلف اجتماعی و فرهنگی به طرق متفاوت، «بازخوانی» یا «رمزگشایی» شوند.

هال با پیروی از تمایزی که «بارت» میان رمزهای «صریح» و «ضمنی» قائل می‌شود، معتقد است در سطح رمزهای صریح یک توافق تقریباً جهانی میان معانی رمزگذاران و رمزگشایان وجود دارد. وی معتقد است کارکرد ایدئولوژیک متن تلویزیونی، در سطح معنای ضمنی رخ می‌دهد (Schroder, 2000: 238). در این سطح نشانه‌شناختی-ایدئولوژیک است که هال تمایزگذاری میان سه «موضع رمزگشایی» فرضی را مفید تلقی می‌کند و این سه موضع را این گونه برمی‌شمرد:

موضع مسلط- هژمونیک^۱ که زمانی رخ می‌دهد که بیننده معنای ضمنی را به شکل کامل و سراسر بگیرد و لذا به لحاظ ایدئولوژیک تحت سلطه معنای کدگذاری شده خواهد بود، دوم موضع توافقی^۲ یا مبتنی بر چانه‌زنی که خوانش دوجنبه‌ای همراه با آمیزه‌ای از عناصر سازگار یافته و مخالف است و سوم موضع متضاد^۳ که زمانی رخ می‌دهد که خوانندگان مبتنی بر درک کامل ابعاد صریح و ضمنی پیام هژمونیک، پیام تلویزیون را در یک چارچوب ارجاعی جایگزین درک می‌کنند. (هال، ۱۳۸۷)

در حقیقت مدل رمزگذاری و رمزگشایی استوارت هال، تولید رسانه‌ای را همان گونه

1. Hegemonic- dominate Position

2. Negotiated Position

3. Oppositional Position

شرح می‌دهد که با چارچوب‌های خاص فرهنگی، اقتصادی و فنی ساختاربندی شده است و این منجر به رمزگذاری ساختارهای معنایی در قالب یک برنامه یا متن به‌عنوان یک گفتمان معنادار می‌شود. در دریافت، مخاطبان یک مجموعه از معانی را از طریق رمزگشایی همان متن بازسازی می‌کنند. (Fornas et.al.2007:55)

بنابراین هال از یک‌سو، از این نظریه فاصله می‌گیرد که متن واجد معنایی قطعی و تعیین‌شده است؛ معنایی که به‌طور همسان خود را بر همه مخاطبان تحمیل می‌کند. از سوی دیگر، این ایده را نیز رها می‌کند که متن به‌طور کامل به روی مخاطب «گشوده» است و مخاطب می‌تواند هرطور که خواست متن را تفسیر کند. مفهوم «خوانش مرجع» نزد هال به این معناست که مخاطبان فعال‌اند و در معنا بخشیدن به متن نقشی اساسی دارند، اما فعال بودن آنها تحت شرایط خاصی است. این شرایط خاص را خود متن، نهاد تولیدکننده متن و تاریخچه زندگی اجتماعی مخاطب به ویژه طبقه اجتماعی او تعیین می‌کند. (مهدی‌زاده، ۱۳۸۹: ۲۱۷)

الگوی هال، در واقع نقطه آغاز رویکرد نشانه‌شناختی در ارتباطات است که بر کنش متقابل میان مخاطب و متن و همچنین چارچوب‌های اجتماعی‌ای که در چنین تعاملی صورت می‌گیرد، تأکید دارد.

الگوی رمزگذاری/ رمزگشایی هال، به ظهور نظریه دریافت در ارتباطات و مطالعات فرهنگی منجر شد. به زعم آین انگ، در تحلیل دریافت، پیش‌فرض بنیادین این است که متون رسانه‌ای دارای معنایی ثابت یا ذاتی نیستند، بلکه در لحظه دریافت متون از طرف مخاطب این متون معنا می‌یابند؛ یعنی هنگامی که مخاطب، متن را قرائت، تماشا و استماع می‌کند. به بیان دیگر مخاطب را مولد معنا می‌شمرند و نه صرفاً مصرف‌کننده محض محتویات رسانه‌ای (انگ، ۱۹۹۵ به نقل از مهدی‌زاده، ۱۳۸۹: ۲۱۹). در واقع نظریه دریافت بر آن است که نه تنها اهمیت تجربه مخاطبان، بلکه معنای اقتباس شده از محتوای رسانه‌ها نیز تا حد زیادی به تصورات، تجارب و مکان اجتماعی یکایک مخاطبان بستگی دارد. (مک‌کوایل، ۱۳۸۲: ۱۵۰).

هر چند مدل رمزگذاری/ رمزگشایی هال را نقطه آغاز نظریه دریافت می‌دانند، اما برخی محققان معتقدند که الگوی هال را باید از نظریه دریافت جدا دانست؛ چراکه دریافت، بر لحظه مواجهه مخاطب با متن نظر دارد و به متن و نحوه رمزگذاری آن نمی‌پردازد (Schroder, 2000:242). اما برخی دیگر نظریه دریافت را رویکرد جامعی می‌دانند که مدل هال هم در بطن آن قرار دارد. ینسن می‌نویسد: «تحلیل دریافت به عنوان یک روش‌شناسی تحلیل "مخاطب به اضافه محتوا" مطرح شده است که بر تحقیق کیفی فرآیندهای تفسیر و به کارگیری محتوای رسانه‌ای در بافت‌های اجتماعی روزمره تأکید می‌کند» (Jensen, 2005:10). به هر حال در نظریه دریافت و مدل هال هر چند متن و رمزگذاری آن مد نظر است، ولی تأکید اصلی بر خوانش مخاطب گذاشته شده است.

الگوهای رمزگذاری/ رمزگشایی هال و نظریه دریافت، به محض ظهور، به مجموعه‌ای از مطالعات تجربی درباره دریافت برنامه‌های تلویزیونی از طریق مخاطبان منجر شد که اولین پژوهش از این مجموعه، مخاطبان «نیشن واید» بود که دیوید مورلی آن را انجام داد. یافته‌های تحقیق مورلی (نیشن واید) نشان می‌دهد که مخاطبان، آدم‌های منفعلی نیستند. او معتقد است، برای فهم و برداشت مردم از پیام‌های رسانه‌ای، باید هم محتوای رسانه‌ها و هم بافت‌های اجتماعی و تجارب مخاطبان را در نظر داشت. (Morley & Brunson, 1999). مورلی و همکارانش به این نتیجه رسیدند که لازم است آن سوی طبقه اجتماعی را نیز نگاه کنیم. (Lacey, 2002:177)

مورلی، در پژوهش‌های بعدی خود - تلویزیون خانوادگی - از تحلیل «فرایند مصرف» متن به وسیله مخاطب که در قلمرو نظریه دریافت قرار می‌گیرد، فراتر رفت و به تحلیل «فرایند بافت یا زمینه مصرف» پرداخت که تحقیقی در حوزه رسانه‌ها و زندگی روزمره است (مهدی‌زاده، ۱۳۸۹: ۲۲۴). رسانه‌ها و زندگی روزمره، رویکرد تکوین و تکامل یافته نظریه دریافت و آگاهی به ضرورت جدید در نسبت رسانه‌ها و مخاطب برای فهم بافت و زمینه مصرف و نحوه جای‌گیری رسانه‌ها در بافت زندگی روزمره است.

آزمون مدل رمزگذاری و رمزگشایی هال: سوسور، زبان‌شناس و بنیانگذار ساختارگرایی، زبان را به مثابه نظامی نشانه‌ای می‌دید که معنای این نشانه‌ها، نه امری

پیشینی و طبیعی، بلکه مبتنی بر قرارداد بود (چندلر، ۱۳۸۷). هال نیز با تأسی از سوسور، زبان را به مثابه یک نظام بازنمایی و تولیدکننده معنی می‌دید (هال، ۱۳۹۱). وی بر آن بود که معنادار ساختن جهان، خصلت تمامی نظام‌های بازنمایی است. یکی از مهمترین نظام‌های بازنمایی متعلق به رسانه‌هاست. رسانه‌ها با استفاده از نظام‌های نشانه‌ای متفاوتی، به بازنمایی و در حقیقت معنادار ساختن رویدادهای جهان برای مخاطبان می‌پردازند.

اما بحث اینجا است که رمزگذاری رویدادها در رسانه‌ها، در بستری انجام می‌گیرد که خود متأثر از نظام‌های بازنمایی پیشین است. گفتمان‌های محاط بر تولید متن، سیاست و زمینه‌های فرهنگی، اجتماعی و سیاسی تولید متن و به‌طور کلی رویه‌های تولید متن، از پیش حضور دارند و رمزگذاری رویدادها در چنین زمینه‌ای صورت می‌گیرد. بنابراین معنادار ساختن رویدادها از طریق رسانه‌ها به مثابه انعکاس واقعیت نیست؛ چراکه نزدیک به یک قرن، از زمانی که لیپمن (۱۹۱۹) این اندیشه را مطرح کرد که اخبار مطبوعات، انعکاس‌کننده بی‌طرف واقعیت نیستند، بلکه تحریف‌کننده واقعیت‌اند، گذشته است (دفلور و دنیس، ۱۳۸۷: ۳۴۶). در سال‌های اخیر نیز اندیشمندانی چون بودریار، پا را از این هم فراتر نهاده‌اند و حاصل کار رسانه‌ها را نه انعکاس واقعیت، بلکه وانمایی (پوششی در غیاب واقعیت) دانسته‌اند. (Laughey, 2007: 149)

اما مسئله این تحقیق از زمانی شکل می‌گیرد که بخواهیم به آن سوی رمزگذاری رویدادها توسط رسانه‌ها؛ یعنی به رمزگشایی متون رسانه‌ها از سوی مخاطبان بنگریم. در نیمه نخست قرن بیستم، این رویکرد در مطالعات ارتباطی مسلط بود که متون یک معنا بیشتر ندارند و آن همان معنایی است که توسط تولیدکننده متن در رسانه‌ها رمزگذاری شده و مخاطب نیز همان معنای مورد نظر رمزگذار را رمزگشایی می‌کند و همان را درک می‌کند؛ رویکردی که به تأثیرات مطلق رسانه‌ها معروف شده است. اما از نیمه قرن بیستم، این‌گونه منفعل بودن مخاطب به چالش کشیده شد. کمی بعدتر، ارائه مدل رمزگذاری و رمزگشایی از سوی هال، رویکرد جدیدی را پیش پای محققان رسانه‌ها قرار داد. مدل سه وضعیتی هال به محققان کمک کرد که با بررسی معنای رمزگذاری و رمزگشایی شده به رابطه بین متن و مخاطبان بپردازند. اما چالشی که این رویکرد با آن مواجه شد، این بود

که چه کسی می‌تواند خوانش ترجیحی (یا معنای مورد نظر رمزگذار) را به دست آورد و آن را با رمزگشایی‌های مخاطبان مقایسه کند؟ (Stevenson, 2002:9) چون هر محقق که به این امر مبادرت کند یک نوع خوانش خواهد کرد و به تعداد محققان، خوانش‌های متفاوت خواهیم داشت. بنابراین کدام خوانش یا خوانش کدام محقق، خوانش ترجیحی یا معنای مورد نظر رمزگذار خواهد بود؟ البته مورلی، که نخستین بار به آزمون عملی این مدل پرداخت، پاسخی برای آن فراهم کرد؛ وی معتقد بود که معنای ایدئولوژیک برخی از متون، مانند متون خبری را به راحتی می‌توان تشخیص داد (Schroder, 2000, 240). بنابراین با توجه به تجربه مورلی و نیز با اندکی اغماض، می‌توان مدل هال را برای بررسی رابطه بین رمزگذاری رویدادها توسط رسانه‌های خبری و رمزگشایی‌های آن از سوی مخاطبان مورد استفاده قرار داد.

سؤال مقاله حاضر، این است که مخاطب ایرانی چه نسبتی با رویدادهای جهان برقرار می‌کند؛ به‌طور مشخص‌تر، رویدادهای جهان چگونه توسط رسانه‌ها بازنمایی می‌شوند و مخاطب ایرانی چه خوانشی از این بازنمایی‌ها دارد؟ بدین منظور، مدل رمزگذاری و رمزگشایی هال مبنای کار قرار می‌گیرد؛ از یک سو معنای ترجیحی متن (معنای رمزگذاری شده متن) و از سوی دیگر، خوانش مخاطب از متن مورد واکاوی قرار می‌گیرد.

روش تحقیق

این مقاله به لحاظ اینکه درصدد بررسی رمزگذاری و رمزگشایی متون خبر تلویزیونی و نیز جایگاه اخبار در زندگی روزمره مخاطبان است، از دو بخش مجزا اما متصل به هم تشکیل می‌شود؛ بخش اول شامل تحلیل متون اخبار تلویزیونی (بررسی رمزگذاری این متون) است و بخش دوم نیز به بررسی رمزگشایی مخاطبان از اخبار تلویزیونی می‌پردازد. در بخش اول، روش تحلیل گفتمان انتقادی مورد استفاده قرار گرفته است تا نحوه بازنمایی رویدادها در متون مورد نظر بررسی شوند. البته الگوی تحلیل گفتمان انتقادی، الگوی ون‌دایک برای تحلیل متون خبری است (ون‌دایک، ۱۳۸۲: ۳۴۷-۳۲۵). در این

الگو با بررسی ساختارهای متنی چون انسجام واژگان، قطب‌بندی، مفاهیم ضمنی (کنایه، استعاره، تخفیف و جابجایی، اغراق و بزرگ‌نمایی، حسن‌تعبیر و تداعی‌معانی)، پیش‌فرض‌ها و انسجام موضوعی و کلی مؤلفه‌های گفتمانی متون استخراج گردید. واحد تحلیل در روش تحلیل گفتمان کل متن در نظر گرفته شد و ساختار متن با توجه به عناصر الگوی اتخاذ شده مورد بررسی قرار گرفت.

جامعه آماری این بخش شامل برنامه ۶۰ دقیقه‌ای بی‌بی‌سی فارسی و خبر ساعت ۲۱ شبکه یک در فاصله یک‌ماهه ۸ تیر ۹۲ تا ۸ مرداد ۹۲ می‌شود. کل اخبار یک ماهه فوق از هر دو شبکه ضبط و بسته‌های خبری مربوط به رویدادهای پربسامد آن، یعنی رویداد برکناری مرسى در مصر و اقتصاد سیاسى ایران، مشخص شدند و از هر شبکه و از هر رویداد سه بسته خبری به‌عنوان نمونه به گونه‌ای انتخاب گردیدند که بازنمایی‌کننده رویکرد هر شبکه به آن رویداد باشند.

هدف از بخش اول این مقاله دستیابی به نحوه رمزگذاری متون اخبار تلویزیونی است و هدف بخش دوم نیز دستیابی به خوانش مخاطبان از این اخبار است. برای دستیابی به اهداف بخش دوم، از مصاحبه کیفی متمرکز نیمه‌ساخت‌یافته فردی و گروهی استفاده شده است. در مصاحبه متمرکز پس از ارائه یک محرک واحد (مثلاً یک فیلم، یا برنامه رادیویی و مانند اینها)، با استفاده از راهنمای مصاحبه، تأثیر آن محرک بر مصاحبه‌شوندگان مطالعه می‌شود (فلیک، ۳۹۱: ۶۶). در حقیقت نمونه متون انتخاب شده در بخش قبلی، از رویدادهای منتخب تحقیق، به مصاحبه‌شوندگان ارائه شدند و این متون خبری مورد بحث و بررسی آنها قرار گرفت. جامعه آماری بخش دوم، همه مخاطبان بالای ۱۸ سال تهرانی است. واحد نمونه‌گیری در این پژوهش «فرد» است. شیوه نمونه‌گیری این بخش نیز، مانند بسیاری از پژوهش‌های کیفی، از نوع نمونه‌گیری هدفمند است. انجام مصاحبه‌های فردی و گروهی این تحقیق از اوایل آبان ماه ۱۳۹۲ شروع و با اجرای ۱۸ مصاحبه فردی و ۱۱ مصاحبه گروهی تکمیل شد. از این ۱۱ مصاحبه گروهی، ۳ گروه فقط زن، ۳ گروه فقط مرد و ۵ گروه هم مختلط بودند. همچنین در این تحقیق تعداد ۱۸ مصاحبه انفرادی (۷ مصاحبه با زنان و ۱۱ مصاحبه با

مردان) انجام و متن آنها برای تحلیل پیاده شد. به طور کلی یافته‌های بخش مصاحبه این تحقیق شامل تحلیل مضمونی ۲۹ مصاحبه فردی و گروهی است که دربردارنده مصاحبه با ۵۴ نفر است. تحلیل مضمونی روشی برای شناسایی، تحلیل الگوهای (مضامین) و گزارش دهی از داده‌هاست (Braun & Clarke, 2006: 6).

یافته‌های تحقیق

۱-۴. تحلیل متون رویدادهای منتخب تحقیق

رویداد برکناری مرسی در مصر

متن اول بی‌بی‌سی فارسی مربوط به گسترش اعتراضات علیه مرسی در مصر است. متن دوم به برکناری مرسی می‌پردازد و متن سوم مربوط به حمله ارتش به طرفداران مرسی است. گفتمان بی‌بی‌سی در مورد مصر دربردارنده شش مؤلفه زیر است:

۱. مشروعیت اکثریت: بی‌بی‌سی برای رفع تناقض میان حمایت از برکناری رئیس‌جمهور منتخب از طریق اعتراض خیابانی، اکثریت معترض را جایگزین اکثریت رأی‌دهنده و مبنای مشروعیت برکناری مرسی می‌کند.

۲. حکومت قانون: بی‌بی‌سی با بازنمایی رفتارهای فراقانونی مرسی نظیر زیر پا گذاشتن اصل تفکیک قوا مشروعیت عمل مخالفان را تقویت می‌کند.

۳. برابری: سوءاستفاده از قدرت به نفع اسلام‌گرایان و عدم توجه برابر به همه مصری‌ها علت این مخالفت‌ها با مرسی نشان داده می‌شود.

۴. راه‌حل محور بودن: بی‌بی‌سی به دنبال راه‌حلی برای خروج از بحران با تسهیم قدرت در مصر است.

۵. ثبات: بی‌بی‌سی نگران بی‌ثباتی احتمالی پس از برکناری مرسی است و به همین علت، ثبات به‌عنوان یک مطالبه اساسی منبع مشروعیت برای ارتش است.

۶. نفی خشونت: متن بر آن است که اقدام ارتش را دفاع قلمداد کند و از سوی دیگر ادعای اخوان‌المسلمین را در مورد کشتار کوچک‌نمایی کند و به این ترتیب از شدت خشونت رخ داده بکاهد.

۱. متن اول شبکه یک نیز مربوط به گسترش اعتراضات علیه مرسی در مصر است. در متن دوم به برکناری مرسی می‌پردازد و متن سوم مربوط به حمله ارتش به طرفداران مرسی است. گفتمان شبکه یک درباره رویداد مصر دربردارنده مؤلفه‌های زیر است:
۱. سناریو بودن رویداد: خالق متن یک پیش‌فرض اولیه مبنی بر وجود نقشه از پیش طراحی شده برای ایجاد التهاب مطرح می‌کند.
۲. ضداسلامی بودن رویداد: متن از مخالفان تحت عنوان سکولارها یاد می‌کند و تمام آشوب‌ها را مقدمه‌ای برای روی کار آوردن غیراسلام‌گرایان می‌داند.
۳. دموکراسی: در متن دموکراسی به اصل خدشه‌ناپذیر و معیار جدا کردن حق از باطل بدل می‌شود و از حقانیت مرسی به دلیل برآمدن از دل یک سازوکار دموکراتیک دفاع می‌شود.
۴. حمایت از جبهه مقاومت: متن از مرسی و اخوان به دلیل «کناره‌گیری» از «دوستان قدیمی» مشروعیت‌زدایی می‌کند و موفقیت دولت جدید را هم به حمایت از «جبهه مقاومت» مشروط می‌کند.
۵. خواست مردم: متن، برکناری مرسی را ناکامی در برآوردن خواست‌های مردم می‌داند و به عمل ارتش به دلیل حرکت در راستای اهداف و خواست‌های مردم مشروعیت می‌دهد.
۶. توطئه: در این متن، «حمله مسلحانه» به تظاهرکنندگان به قدرت‌های غربی نسبت داده شده است. آنها برای حفظ امنیت اسرائیل سعی در برهم‌زدن اوضاع داخلی مصر و ایجاد بی‌ثباتی دارند.
۷. باطل بودن ارتش و حامیان آن: متن در یک دسته‌بندی قاطع، غرب، دولت موقت، ارتش و رژیم صهیونیستی را به دلیل قتل‌عام و دزدیدن انقلاب مردم مصر در جبهه باطل قرار می‌دهد.
۸. حقانیت اسلام‌گرایان: متن، حامیان اسلام‌گرای مرسی را که در مسیر بازپس‌گیری حق از دست رفته خود با خشونت بی‌سابقه‌ای مواجه شده‌اند، در جبهه حق قرار می‌دهد.

رویداد اقتصاد سیاسی ایران

متن اول بی‌بی‌سی درباره رونق بورس در ایران، متن دوم درباره طرح کنگره امریکا برای افزایش تحریم‌ها علیه ایران و متن سوم در مورد گزارش عملکرد اقتصادی احمدی‌نژاد در پایان دولت دهم است. به‌طورکلی، گفتمان بی‌بی‌سی درباره اقتصاد ایران براساس شش مؤلفه گفتمانی تنظیم شده است:

۱. مقبولیت تکنوکرات‌های حرفه‌ای: بی‌بی‌سی فارسی یکی از دلایل افزایش شاخص بورس را احتمال حضور «تکنوکرات‌های حرفه‌ای» در رأس وزارت‌خانه‌ها و عملگرایی آنها در دولت جدید می‌داند.

۲. قانون‌محوری: متن با مطرح کردن قانون‌محوری به‌عنوان یک اصل لازم برای توسعه بورس از دوره احمدی‌نژاد به دلیل عدم پایداری به قانون سلب مشروعیت می‌کند و به دولت آینده به دلیل احتمال پایداری بیشتر به قانون مشروعیت می‌دهد.

۳. تعامل با غرب: متن شرایط رونق واقعی در بازار سرمایه را در شرایطی امکان‌پذیر می‌داند که این مصالحه با غرب تحقق یابد. در حقیقت، بهبود رابطه ایران و غرب و مذاکره با هدف رفع تحریم به‌عنوان یک ضرورت اجتناب‌ناپذیر پذیرفته می‌شود.

۴. راه‌حل‌محور بودن: متن برای حل مسئله هسته‌ای ایران دو مسیر محتمل را مطرح می‌کند: افزایش فشارها بر ایران از طریق تحریم‌های فلج‌کننده و حل مشکل از طریق دیپلماسی.

۵. مقبولیت میانه‌روی: متن گروه‌ها و افراد تندرو و افراطی در دو کشور ایران و امریکا را به‌عنوان طرفداران تحریم و جنگ مشروعیت‌زدایی می‌کند و در مقابل به دولت روحانی به دلیل مشی میانه‌روی مشروعیت می‌دهد.

۶. وخامت اوضاع اقتصادی: متن با رد آمار احمدی‌نژاد، وضعیتی وخیم از اقتصاد ایران با تورم، بدهی و بیکاری بالا را به نمایش می‌گذارد.

متن اول شبکه‌یک به بازار بورس، متن دوم به همایش روز صنعت، معدن و تجارت و متن سوم به سفر استانی احمدی‌نژاد به گیلان اختصاص یافته است. گفتمان شبکه یک در مورد اقتصاد ایران بر مبنای دو مؤلفه گفتمانی پی‌ریزی شده است:

۱. پیشرفت: شبکه اول وضعیت اقتصادی را رو به پیشرفت ترسیم می‌کند که این پیشرفت در دوره احمدی‌نژاد به اوج خود رسیده است؛ بازار سرمایه پررونق است، صادرات معدنی جایگزین فروش نفت شده و طرح‌هایی که برای پیشرفت کشور آغاز شده بود، در خاتمه تصدی‌گر دولت به فعلیت رسیده و این پیشرفت را محقق کرده‌اند.

۲. غلبه بر تحریم‌ها: کاهش درآمدهای نفتی، با افزایش درآمدهای حاصل از صادرات غیرنفتی جبران شده است. شبکه یک اعمال تحریم‌ها بر کشور را فرصتی برای فعال کردن بخش‌های دیگر اقتصاد ایران دانسته که باعث پیشرفت در بخش‌های مختلف شده است. به این ترتیب، اقتصاد ایران بر تحریم‌ها غلبه کرده است.

۲-۴. خوانش‌های مصاحبه‌شوندگان از رویدادهای منتخب

رویداد برکناری مرسی در مصر

بخشی از مصاحبه‌شوندگان معتقدند که مرسی نتوانسته پاسخگوی انتظارات جامعه مصری باشد و به دلیل اینکه اکثریت جامعه مصر خواهان کنار رفتن او هستند، باید جای خود را به فرد دیگری بدهد. هر چند برکناری مرسی از دید آنان در مسیر دموکراسی نیست ولی آنها این روند غیردموکراتیک را با تأکید بر منافع که اقدام ارتش برای جامعه مصر دارد، مشروعیت می‌دهند، بنابراین مداخله نظامیان در سیاست را برای جلوگیری از ایدئولوژیک شدن حکومت و جدا کردن حوزه مذهب و سیاست به‌عنوان تنها راه‌حل ممکن ضروری می‌دانند.

اما از دید گروهی دیگر از مصاحبه‌شوندگان، پابندی به دموکراسی و احترام به رأی اکثریت یک ضرورت بی‌قید و شرط است. آنها معتقدند که برکناری مرسی از آنجایی که با خواست اکثریت رأی‌دهنده در تضاد است، به دیکتاتوری اقلیت منجر خواهد شد. دخالت نظامیان در سیاست، از نظر این افراد، نقض دموکراسی و عامل گسترش درگیری‌ها و پیچیده‌تر شدن اوضاع است.

گروهی از مشارکت‌کنندگان در تحقیق، ناآرامی‌های اخیر در مصر را زاییده توطئه غرب علیه انقلاب مصر می‌دانند. برخی از آنان معتقدند که ناآرامی‌های مصر، سناریویی

از پیش طراحی شده علیه حکومت دموکراتیک اسلامی است که با منافع کشورهای غربی در تضاد می‌باشد. اما بخش دیگر معتقد است، سرمنشأ اختلافات جنگ قدرت بین احزاب مصری است ولی قدرت‌های خارجی نیز با سوءاستفاده از شرایط مهیای تأمین منافع خود در این بحران و تغییر جهت حرکت مردم مصر شدند.

مصاحبه‌شوندگان عملکرد نامناسب مرسی و اخوان‌المسلمین را نیز در بحران مصر مؤثر می‌دانند. از نظر این افراد، پشت کردن مرسی به خط مقاومت، رفتارهای ضدشیعی و در عین حال پیروی از سیاست‌های امریکا سبب شد، مرسی در مواجهه با توطئه جهان غرب، حمایتی از جانب خط مقاومت دریافت نکند و به راحتی حذف شود. البته برخی از این مصاحبه‌شوندگان دوره مرسی را به دلیل شکل‌گیری حکومت اسلامی تحت لوای اخوان‌المسلمین می‌پسندند و مخالفان وی را به همین دلیل یعنی ضدیت با اسلام سلب مشروعیت می‌کنند؛ هرچند حکومت مرسی با حکومت اسلامی ایده‌آل آنها فاصله زیادی دارد.

رویداد اقتصاد سیاسی ایران

روایت مصاحبه‌شوندگان از اقتصاد ایران دربردارنده مؤلفه‌های متعددی است. برخی از آنها معتقدند افزایش هزینه‌های زندگی بر اثر تحریم سبب شده سبد خانوار آنها کوچک‌تر شود و سطح رفاه آنها به‌طور محسوسی افت کند. همچنین وخامت اوضاع اقتصادی بر تصمیمات بلندمدت افراد چون تحصیل، ازدواج، کسب و کار، فرزندآوری و امثال آن، که ارتباط نزدیکی با وضعیت اقتصادی دارند، نیز تأثیر گذاشته است.

مصاحبه‌شوندگان پیشرفت ایران در زمینه صنعت و معدن را با سه استدلال رد می‌کنند: اول اینکه با وجود تحریم‌های مالی جدی، امکان سرمایه‌گذاری برای توسعه صنعت و معدن وجود ندارد. استدلال دوم اینکه پیشرفت‌های مورد ادعا در صورت رخ دادن باید اثر خود را در رونق اقتصادی و بهبود معیشت نشان دهند در حالی که چنین اثری مشاهده نمی‌شود و سوم اینکه به دلیل وجود سابقه دستکاری آمار در دولت قبلی، آمار ارائه شده در زمینه پیشرفت صنعت و معدن قابل اعتماد نیستند.

گروهی از مصاحبه‌شوندگان با وجود پذیرش تأثیر تحریم‌ها بر اقتصاد ایران، دولت را

در غلبه بر آن در برخی حوزه‌های خاص موفق می‌دانند و برآنند که تحریم سبب شده در زمینه برخی تکنولوژی‌ها به پیشرفت‌هایی دست یابد. از این منظر، تحریم می‌تواند تقویت‌کننده استقلال اقتصادی کشور باشد.

برخی از مصاحبه‌شوندگان معتقدند، تحریم‌ها بر اقتصاد کشور تأثیر داشته، اما عنصر تعیین‌کننده در وخامت اوضاع اقتصادی ناکارآمدی مدیریت دولتی‌هاست که عملاً راه را برای جبران مشکلات ناشی از تحریم از مسیرهای دیگر مسدود کرده است. این ناکارآمدی ریشه در مافیایی بودن اقتصاد از سویی و ضعف ساختاری نظام اقتصادی ایران از سوی دیگر دارد.

۲-۴. مقایسه رمزگذاری متون خبری و رمزگشایی مخاطبان

چنان‌که در الگوی هال و نظریه دریافت خاطر نشان می‌شود، رمزگشایی پیام‌ها از سوی مخاطبان اهمیتی همسنگ با مرحله رمزگذاری دارد. مواجهه مخاطبان با متون رسانه‌ای، مواجهه پیچیده‌ای است که با تأثیر عوامل مختلف منجر به تولید معناهایی می‌شود که این معناها الزاماً با معنای رمزگذاری شده از طرف تولیدکنندگان متون یکسان نیست؛ به این معنا، که از طریق مقایسه رمزگذاری‌های رسانه‌ای و رمزگشایی مخاطبان دریافت گردید که یک رویداد واحد با مؤلفه‌های گفتمانی متفاوت توسط دو شبکه رمزگذاری شده بودند که خوانش مخاطبان از این رمزهای رسانه‌ای آمیزه‌ای از عناصر مسلط، توافقی و متضاد بود.

برکناری مرسی در مصر

خوانش این رویداد به دلیل دور بودن از حوزه تجربه شخصی افراد، به سطح نسبتاً بالایی از دانش سیاسی و سواد رسانه‌ای نیاز داشت. افرادی که این رویداد را خوانش کردند، عمدتاً کسانی بودند ارتباط قوی یا متوسط با اخبار داشتند.

مؤلفه «مشروعیت اکثریت» که بی‌بی‌سی به‌عنوان اصلی‌ترین گزاره خود در گزارش اول و سوم بر آن تأکید داشت، از سوی گروهی از مصاحبه‌شوندگان نیز مورد تأکید قرار

گرفته است. این گروه با استناد به تصاویری که در هر دو شبکه از موافقان و مخالفان مرسی به نمایش درآمده بود و بر فزونی مخالفان صحنه گذاشته، معتقد بودند اکثریت جامعه مصر از ادامه حکومت مرسی ناراضی‌اند و برآورده نشدن انتظارات اکثریت، خود می‌تواند مبنایی برای حقانیت عمل مخالفان تلقی شود. از سوی دیگر، گروهی از همین مصاحبه‌شوندگان نیز با نگاه انتقاداتآمیز به حکومت مذهبی، هر چند برکناری مرسی از سوی ارتش را اقدامی غیردموکراتیک تلقی می‌کردند، اما جلوگیری از حضور مذهب در سیاست را از لوازم پیشرفت جامعه مصر دانسته و آن را به‌عنوان تنها راه‌حل ممکن ناگزیر دانسته‌اند. احتمال برقراری دیکتاتوری حزبی به دلیل تجربه عملکرد یک‌سال اخیر مرسی نیز دغدغه‌ای بود که این مصاحبه‌شوندگان با اشاره به آن، اقدام ارتش را توجیه‌پذیر و در راستای منافع ملی مصر ارزیابی نموده‌اند. به این ترتیب، مصاحبه‌شوندگان در عمل، مؤلفه «راه‌حل محور» بودن بی‌بی‌سی را پذیرفته‌اند که در آن با اشاره به اقدامات سؤال برانگیز مرسی نظیر میدان دادن بیش از حد به اخوان المسلمین و به حاشیه راندن سایر گروه‌ها، به‌طور ضمنی برکناری وی را به‌عنوان راه رسیدن به دموکراسی واقعی معرفی می‌کند و استفاده از ابزارهای غیردموکراتیک برای دموکراسی را مجاز می‌شمرد. این مصاحبه‌شوندگان، همچنین با مؤلفه گفتمانی «ثبات» که در بی‌بی‌سی مطرح شده، نیز همراه شده‌اند؛ به این معنا که مداخله ارتش را به‌عنوان جلوگیری از توسعه بحران و حفظ نظم، ضروری و موجه دانسته‌اند. به گونه‌ای که می‌توان گفت آنها دست به خوانش مسلط بی‌بی‌سی زده‌اند.

در مقابل، گروه دیگری از مصاحبه‌شوندگان، مؤلفه «دموکراسی» را مطرح کرده‌اند که در حقیقت تأیید گفتمان مورد حمایت شبکه یک در رویداد مصر است. این گروه بر این باورند که انتخاب مرسی از طریق سازوکارهای دموکراتیک به او حقانیت لازم برای استمرار حکومتش را می‌دهد و اقدام ارتش علیه مرسی در حقیقت «کودتا علیه رأی مردم» است.

این گروه از مصاحبه‌شوندگان، دلیل مخالفت با مرسی را نه اقدامات فراقانونی او، بلکه حمایت وی از «اسلام‌گرایان» می‌دانند و آن را توطئه غرب علیه حکومت اسلامی

در حال شکل‌گیری مصر دانسته‌اند. این مفهوم، در حقیقت همان مؤلفه «توطئه» مطرح شده از سوی شبکه یک است که اعتقاد دارد آمریکا و سایر کشورهای غربی در حال اجرای سناریویی از پیش طراحی شده برای ساقط کردن دموکراسی اسلامی نوپای مصر هستند. البته گروهی از آنها نیز برآنند که سنگ بنای این بحران مربوط به درگیری احزاب مصری برکنار از قدرت است و کشورهای غربی با مهیا دیدن شرایط، از آن برای تغییر جهت انقلاب مصر در راستای منافع خود سوءاستفاده کرده‌اند. نگاه این گروه به ارتش مصر نیز با مؤلفه مطرح شده در شبکه یک «باطل بودن ارتش و حامیان آن» همخوانی دارد. این گروه، ارتش را برخلاف ادعای خود نظامیان، نیروی بی‌طرف و عامل برقراری آرامش نمی‌دانند. آنها معتقدند ارتش مصر در جریان این رویدادها به نفع مخالفان سوگیری داشته و به همین دلیل، خود عامل ایجاد تنش و درگیری بوده است.

این مصاحبه‌شوندگان همچنین در توضیح دلایل برکناری مرسی، به گزارش دوم شبکه یک (برکناری مرسی) بسیار نزدیک می‌شوند. بی‌توجهی به اعتقادات شیعی و گاه بی‌حرمتی به آن سبب رویگردانی مصاحبه‌شوندگان از مرسی شده است. اما آنچه آنان به‌عنوان دلیل برکناری وی ذکر می‌کنند، قرار گرفتن در کنار آمریکا و پشت کردن به خط مقاومت است. ادامه رابطه با اسرائیل و عدم همراهی با سوریه و ایران در این مسیر، علت ناامید شدن مصری‌ها از وی و در نهایت تنها ماندن وی در برابر مخالفان پرشمار خود و نیز ارتش شده است. این مصاحبه‌شوندگان، مؤلفه گفتمانی شبکه یک، مبنی بر «حمایت از جبهه مقاومت» را مورد تأکید قرار داده‌اند. به این ترتیب، آثار چرخشی که در شبکه یک در حمایت و سپس عدم حمایت از مرسی دیده می‌شود، در گفتار مصاحبه‌شوندگان نیز خود را نشان می‌دهد.

به این ترتیب، مصاحبه‌شوندگان را می‌توان در دو گروه قرار داد: مصاحبه‌شوندگانی که به خوانش مسلط گفتمان بی‌بی‌سی دست زده‌اند، که بیشتر آنها رویکرد نزدیک به اصلاح‌طلبی دارند و مصاحبه‌شوندگانی که دیدگاه بیشتر آنها به جریان اصولگرایی نزدیک است و خوانش آنها به گفتمان شبکه یک قرابت دارد. علت این امر را می‌توان پیوند

منازعه مصر با اعتقادات مذهبی اسلامی و شیعی و تفکرات سکولار در سوی دیگر دانست.

اقتصاد سیاسی ایران

بیشتر مصاحبه‌شوندگان در خوانش گزارش اقتصادی ایران با مؤلفه «وخامت اوضاع اقتصادی» که متعلق به گفتمان بی‌بی‌سی است، همسویی نشان می‌دهند. این قرائت در تضاد با گزارش شبکه یک است که نشان می‌دهد، مشکل کاهش درآمد ناشی از تحریم‌های نفتی با صادرات مواد معدنی و رشد صنعت حل شده است. آنها با رجوع به تجربه زیسته خود، شواهد فراوانی را از اوضاع نابسامان اقتصادی (افزایش قیمت‌ها، کمبود دارو و ...) مثال می‌زنند که حکایتگر این واقعیت است که پس از تحریم‌ها فقیرتر شده‌اند و رشد صنعت یا معدن نتوانسته این شکاف درآمدی را جبران کند. البته برخی از مشارکت‌کنندگان نیز با اینکه این مؤلفه را می‌پذیرند، اما طرح این گزاره در بی‌بی‌سی را تا اندازه‌ای اغراق‌آمیز می‌دانند.

مشارکت‌کنندگان تحقیق، همچنین مؤلفه «غلبه بر تحریم‌ها» را، که در شبکه یک مطرح شده، به دیده تردید می‌نگرند. از نظر برخی از آنان، دور زدن تحریم‌ها به دلیل تحریم نظام بانکی امکان‌پذیر نیست. البته گروهی هم معتقدند، هر چند اوضاع اقتصادی کشور نابسامان است ولی در این نابسامانی، تحریم‌ها عامل تعیین‌کننده نیستند بلکه ناکارآمدی مدیریت و مشکلات ساختاری اقتصاد ایران است که موجب چنین شرایطی شده است. این گروه در عین حال، معتقد به تأثیر تحریم‌ها نیز هستند. به نظر می‌رسد این تناقض ناشی از تأثیر نگرش سیاسی افراد به هنگام قضاوت در مورد رویداد خبری باشد؛ به این معنا که از سویی دیدگاه مشارکت‌کنندگان نزدیک به اصولگرایی به بی‌اثر دانستن تحریم‌های غرب علیه ایران قرابت دارد و همین افراد در مواجهه با زندگی روزمره، شواهدی از تأثیر تحریم‌ها را مشاهده می‌کنند. این افراد، تناقض خود را با تعیین سهم حداقلی برای تحریم در نابسامانی اوضاع اقتصادی حل می‌کنند ولی در مورد مؤلفه اول یعنی وخامت اوضاع اقتصادی، حتی همین گروه نیز دیدگاه بی‌بی‌سی را می‌پذیرند.

مؤلفه دیگر مورد اشاره شبکه یک، «پیشرفت» است که با دو واکنش متفاوت از سوی مصاحبه‌شوندگان مواجه شده است. در گزارش شبکه یک، آماری ارائه می‌شود که نشان می‌دهد، در تمام زمینه‌های صنعتی و نیز استخراج و صادرات معدن با وجود تحریم‌ها، پیشرفت‌های چشمگیری حاصل شده است. هیچ یک از مصاحبه‌شوندگان، روایت شبکه یک از پیشرفت را به شکل مسلط خوانش نکرده‌اند. گروهی از مصاحبه‌شوندگان، با تکیه بر مؤلفه وخامت اقتصادی بی‌بی‌سی و رد «غلبه بر تحریم‌ها» پیشرفت ایران در زمینه‌های صنعتی و معدنی را زیر سؤال برده‌اند. از نظر آنها، نه تنها پیشرفتی حاصل نشده، بلکه بسیاری از صنایع و معادن وضعیتی بدتر از گذشته پیدا کرده‌اند. گروه دوم که به خوانش توافقی از متن دست زده‌اند، پیشرفت کلی کشور در اثر تحریم‌ها را رد می‌کنند ولی معتقدند، پیشرفت‌هایی در حوزه‌هایی مشخص از جمله دارو و تجهیزات پزشکی به دست آمده که علت آن عدم امکان واردات این تولیدات به واسطه تحریم‌هاست. در حقیقت، از نظر این گروه تحریم‌ها می‌تواند استقلال کشور را به دنبال داشته باشد ولی به دلیل عدم مدیریت صحیح، چنین امری به فعلیت نرسیده است.

در مورد مؤلفه «تعامل با غرب» که از بی‌بی‌سی مطرح شده است، مصاحبه‌شوندگان بسته به نگرش سیاسی خود، دو رویکرد اصلی را در پیش گرفته‌اند. کسانی که دیدگاه نزدیک به اصولگرایی دارند، مذاکره و تعامل با غرب را فریبی برای جلوگیری از پیشرفت‌های هسته‌ای ایران دانسته‌اند. اما رویکرد دوم، که در مورد مصاحبه‌شوندگان نزدیک به اصلاح‌طلبی صادق است، این مؤلفه (تعامل با غرب) را در ارتباط و ترکیب با سه مؤلفه دیگر بی‌بی‌سی یعنی «راه‌حل محور بودن» و «مقبولیت عملگرایی» قرار می‌دهند و با آن هم‌داستانند؛ به این معنا که از نظر این گروه از مصاحبه‌شوندگان راه‌حل مطلوب برای پایان نابسامانی‌های اقتصادی و تحریم، تعامل با غرب است. این الزاماً به معنای نزدیکی مواضع با غرب نیست، بلکه تعامل به‌عنوان ابزاری برای کاهش مشکلات اقتصادی و رفع تحریم مطرح می‌شود که به رویکرد بی‌بی‌سی که در آن سوگیری مثبتی نسبت به روحانی و رویکرد تعامل‌گرایانه او وجود دارد، نزدیک است. این مصاحبه‌شوندگان همچنین، با نگاه منفی به مانع‌تراشی تندروها در برابر مذاکرات ایران و غرب،

به‌طور ضمنی مؤلفه دیگر گفتمانی بی‌بی‌سی یعنی «مقبولیت میانه‌روی» را مورد تأیید قرار می‌دهند.

از مجموع مصاحبه‌ها می‌توان چنین استنباط کرد که بخشی از مصاحبه‌شوندگان، اوضاع اقتصادی ایران را در چارچوب گفتمان مسلط بی‌بی‌سی خوانش کرده‌اند. مؤلفه‌های گفتمانی مورد استفاده مصاحبه‌شوندگان در این چارچوب، وخامت اوضاع اقتصادی، تعامل با غرب، عملگرایی و راه‌حل محور بودن است. آنها همچنین با استفاده از مؤلفه رد غلبه بر تحریم‌ها و وخامت اوضاع اقتصادی به خوانش متضاد شبکه یک دست زده‌اند. بقیه مصاحبه‌شوندگان به خوانش توافقی گزارش هر دو شبکه دست زده‌اند. اما هیچ یک از مصاحبه‌شوندگان از چارچوب گفتمان مسلط، گزارش شبکه یک را خوانش نکرده‌اند. این مسئله، غلبه گفتمانی بی‌بی‌سی را در مورد اقتصاد ایران در میان مشارکت‌کنندگان در تحقیق فارغ از نگرش سیاسی نشان می‌دهد. هر چند مصاحبه‌شوندگانی که نگرش سیاسی نزدیک به اصولگرایی داشته‌اند، در بسیاری از موارد از مؤلفه گفتمانی پیشرفت (مؤلفه مورد تأکید شبکه یک) استفاده کرده‌اند، ولی از آنجایی که این مؤلفه را توأم با مؤلفه‌های مورد تأکید بی‌بی‌سی به‌ویژه وخامت اوضاع اقتصادی به کار برده‌اند، گفتمان مسلط شبکه یک از سوی هیچ یک از مصاحبه‌شوندگان دنبال نشده است.

به نظر می‌رسد به دلیل پیوند بسیار نزدیک مسائل اقتصادی با زندگی روزمره افراد، نگرش‌های سیاسی نقش کم‌رنگ‌تری در خوانش اوضاع اقتصادی ایران از سوی مصاحبه‌شوندگان داشته باشد. مواجهه نزدیک مخاطبان با واقعیت‌های ملموس اقتصادی در جریان زندگی روزمره سبب شده اجماع نسبی در مورد مؤلفه‌هایی چون وخامت اوضاع اقتصادی و غلبه بر تحریم‌ها، صرف‌نظر از نگرش سیاسی به وجود آید.

خوانش مخاطبان از رویدادهای خبری با خوانش مورد نظر تولیدکننده متن هر یک از شبکه‌ها در مورد هر سه رویداد، تفاوت‌هایی را نشان می‌دهد. همین موضوع سبب می‌شود مفهوم گشودگی مدنظر نظریه دریافت در مورد متون خبری مصداق پیدا کند. به عبارتی، مخاطبان در مواجهه با متون خبری، آنها را بسته به متغیرهایی چون سن، جنس،

تحصیلات، هویت (سیاسی، مذهبی و ملی) و تجربه زیسته و نیز دسترسی به منابع اطلاعات به شیوه‌هایی متفاوت از آنچه تولیدکننده متن رمزگذاری کرده، رمزگشایی کنند.

نتیجه‌گیری

بررسی رمزگذاری و رمزگشایی رویدادهای تحقیق نشان می‌دهد که هر یک از دو رویداد در عین حال که هر کدام رویداد واحدی بودند، اما در چارچوب دو گفتمان متفاوت، یعنی لیبرال‌دموکراسی و انقلاب اسلامی، ارائه شده‌اند. مخاطبان در مواجهه با هر یک از این متون خبری دو رسانه، خوانش‌های متکثری از رویدادها دارند. اما سؤالی که در اینجا پیش می‌آید، این است که چرا این خوانش‌ها تا بدین پایه متنوع و متکثرند؟ برای پاسخ به این پرسش، باید خوانش متون رسانه‌ای را در قالب مدلی چندوجهی مورد توجه قرار داد:

بر اساس داده‌های پژوهش حاضر، مخاطب هنگام مواجهه با متون خبری در حقیقت با بیش از یک متن روبه‌روست. او متن را در بستر زندگی روزمره دریافت می‌کند. زندگی روزمره علاوه بر متن رسانه‌ای، متون دیگری را از بستر تعامل روزمره فرد با جهان و تجربه‌های تاریخی در اختیار او قرار می‌دهد و به این ترتیب او را برای خوانش متن رسانه‌ای مهیا می‌سازد. تحت تأثیر این متون متعدد است که خوانش‌های متنوعی از یک متن رسانه‌ای واحد از سوی مخاطبان اتفاق می‌افتد.

متونی که در کنار متون رسانه‌ای حضور دارند و در خوانش مخاطب از روایت رسانه‌ها تعیین‌کننده هستند، عبارت‌اند از: مؤلفه‌های زمینه‌ای (تحصیلات، سن، جنس و...)، تجربه‌زیسته (حافظه)، متون‌هویتی (ایرانی، شیعی و سیاسی) و دسترسی به رسانه‌های (گفتمان‌های) دیگر. اینها در حقیقت، متونی هستند که همراه با متون رسانه‌ای در پیش چشم مخاطب گسترده‌اند و خوانش مخاطبان را تحت تأثیر قرار می‌دهند.

مؤلفه‌های زمینه‌ای (تحصیلات): افرادی که از تحصیلات بالاتری برخوردارند، به دلیل بالاتر بودن سطح سواد رسانه‌ای به رسانه‌های متنوعی دسترسی دارند و رویدادهای خبری را از چندین رسانه پیگیری می‌کنند. آنها داستان خبری خود را با استفاده از داده-

هایی که این رسانه‌های متنوع در اختیارشان قرار می‌دهند، برمی‌سازند. در مقابل، احتمالاً خوانش مخاطبی که از سطح تحصیلات پایین‌تری برخوردار است، به دلیل اندک بودن سواد رسانه‌ای عملاً دسترسی خود را به گفتمان‌های دیگر و متون رسانه‌ای متنوع‌تر از دست می‌دهد و طبیعتاً بر منابع عام‌تر نظیر تلویزیون اتکا خواهد داشت و از داده‌های تفصیلی‌تر محروم خواهد بود. همچنین سطح پایین سواد رسانه‌ای سبب می‌شود، حتی اگر مخاطب به‌صورت پیوسته در معرض رسانه‌ها قرار گیرد، عملاً قادر به خوانش متون رسانه‌ای نباشد.

تجربه زیسته (حافظه): یکی از متونی که در کنار متون رسانه‌ای حضور دارد و در خوانش مخاطب از روایت رسانه‌ها تعیین‌کننده می‌باشد، حافظه مخاطب است. داده‌هایی که این متون در اختیار مخاطب قرار می‌دهند، سبب می‌شود، او در مواجهه با رویداد خبری به جستجوی داده‌های تاریخی و تطبیق آن با رویدادهای کنونی بپردازد. تطبیق رویدادهای تاریخی با رخدادهای خبری، ویژگی‌های رویدادهای تاریخی و سیاسی را به پدیده مورد مطالعه باز کرده و بر خوانش مخاطب از رویداد اثر می‌گذارد.

تجربه زیسته مخاطب نیز به‌عنوان یک متن بسیار تعیین‌کننده در خوانش وی اثر می‌گذارد؛ به این معنا که خوانش مخاطب از رویدادهایی که در حوزه زندگی روزمره وی قرار دارد، مبتنی بر تجربه زیسته او خواهد بود و چنان‌که شواهدی که زندگی روزمره در اختیار او قرار می‌دهد، با واقعیت بازنمایی شده در رسانه‌ها تطابق نداشته باشد، او به تجربه خود اتکا خواهد نمود. در اینجا، رسانه‌ها کمتر منبع معنا برای مخاطب محسوب می‌شوند و حتی هویت سیاسی فرد نیز چنان‌که با شواهد برآمده از تجربه زیسته مغایرت داشته باشد، کنار زده می‌شود.

متون هویتی (ایرانی، شیعی و سیاسی): متون هویتی شامل متون هویت ملی، مذهبی و سیاسی، سه متن جداگانه‌اند که می‌توانند به‌صورت متنی واحد نیز ظاهر شوند. بسته به اینکه مخاطب خود را بر اساس چه هویتی تعریف می‌کند، خوانش وی از رویداد نیز متفاوت است. پژوهش اخیر نشان داد که قرار گرفتن در جایگاه ایرانی به معنای برجسته‌بودن هویت ملی، سبب می‌شود که مخاطب، همه رخدادها را از منظر منافع ملی

چارچوب‌بندی کند و به این ترتیب، در پذیرش روایت رسانه‌ها این منافع را محور قرار دهد. همین‌طور، قرار گرفتن در جایگاه مسلمان شیعه، نیز سبب شد مخاطب در خوانش رویداد خبری به گفتمان یک رسانه قرابت بیشتری احساس کند. هویت‌سیاسی نیز امکاناتی برای خوانش متن در اختیار مخاطب قرار می‌دهد. وجود گرایش‌های سیاسی سبب می‌شود فرد، رویداد را در چارچوبی از پیش تعیین شده انتظار داشته باشد و چنانکه رسانه‌ای با چارچوب مورد توافق وی هماهنگ نبود، به خوانش متضاد از آن دست بزند. در حقیقت، گرایش‌های سیاسی به چارچوب‌های فردی شکل می‌دهند و این چارچوب‌ها در مواجهه با چارچوب‌های خبری، غلبه خود را به آنها تحمیل می‌کنند.

دسترسی به رسانه‌ها (گفتمان‌های) دیگر: محتوای رسانه‌های دیگر در مورد رویداد، در حکم متون جایگزینی هستند که در کنار متن اصلی قرار گرفته‌اند. زمانی که مخاطبان ارتباط روزمره با رسانه‌ها و منابع خبری دارند، یعنی خبر به جزئی از زندگی روزمره آنها تبدیل شده و مصرف مناسبی یا آیینی پیدا کرده، می‌توان ادعا کرد که متون متنوعی در جریان ارتباط روزمره با رسانه‌ها در برابر مخاطب گشوده است. همین تجربه رسانه‌ای قوی سبب می‌شود آنها در خوانش رویداد به روایت یک رسانه اتکا نکنند و تنها در صورتی آن را بپذیرند که شواهدی در تأیید آن در متون رسانه‌ای دیگر بیابند. به این ترتیب، دسترسی به این متون به الگوی مصرف خبر بستگی دارد. کسانی که ارتباط قوی با خبر دارند، به نسخه‌های متعددی از یک رویداد از طریق رسانه‌های متنوع دسترسی پیدا می‌کنند. آگاهی از این نسخه‌های متنوع رویداد، فرد را در جایگاه مقایسه قرار می‌دهد.

بنابراین خوانش متون خبری از سوی مخاطب در ارتباط با چند عامل یا متن دیگر اتفاق می‌افتد. این تحقیق نشان داد که این عوامل (متون) باعث شدند مخاطبان، از رویدادهای برکناری مرسی در مصر، منازعه سوریه و اقتصاد ایران، خوانشی متکثر داشته باشند و در بیشتر مواقع هم در برابر متون شبکه یک و هم در برابر متون بی‌بی‌سی فارسی دست به مقاومت بزنند و معنای خود را از متون برسانند. هر چند، این گفته فیسک که خوانش متون، همیشه خوانشی تضادآمیز است، تأیید نشد، اما خوانش‌های توافقی و متضاد از هر دو شبکه بیشتر از خوانش مسلط بودند. این نوع خوانش، به‌ویژه میان

کسانی که به لحاظ الگوهای مصرف خبر، پرمصرف‌های خبر محسوب می‌شدند و از منابع خبری متنوعی استفاده می‌کردند، بیشتر دیده می‌شد.

براساس نتایج این پژوهش روند موجود در مصرف خبر در میان کسانی که ارتباط قوی با خبر دارند، بیانگر آن است که آنها تمایل دارند به صورت روزمره و همزمان به طیف متنوعی از رسانه‌های خبری مراجعه کنند. به همین خاطر همزمان، ضمن استقرار در فضای مجازی و سرزدن به منابع متنوع، به تلویزیون‌های داخلی و خارجی نیز مراجعه می‌کنند. بنابراین با افزوده شدن به کسانی که ارتباط قوی با رسانه‌ها دارند (گروه پرمصرف‌های خبری) می‌توان انتظار داشت که روزبه‌روز بر تعداد کسانی که به گفتمان‌های مختلف و به روایت‌های مختلف از رویدادهای جهان دسترسی دارند، افزوده شود. ادامه این روند به این معناست که مخاطبان داخلی به متون و روایت‌های متنوعی از رویدادهای عالم دسترسی دارند که در زمان مواجهه با متون تلویزیون‌داخلی، به صورت غیرتأملی، آن متون فعال گشته و بر خوانش مخاطبان از روایت تلویزیون‌داخلی تأثیرگذار خواهند بود؛ همچون روایت‌هایی که هم‌اکنون در شبکه‌های اجتماعی مجازی در حال گسترش اند. به این ترتیب تلویزیون داخلی بیش از گذشته با رقیبان تازه مواجه خواهد شد. این رقیبان، تنها تلویزیون‌های فارسی‌زبان خارجی نیستند، بلکه هر روایت و متنی می‌تواند رقیب تلقی شود و خوانش مخاطبان را تحت تأثیر قرار دهد.

منابع

- چندلر، دانیل (۱۳۸۷). **مبانی نشانه‌شناسی**. (مهدی پارسا، مترجم). چاپ دوم. تهران: انتشارات سوره مهر.
- دفلور، ملوین و دنیس، اورت ای. (۱۳۸۷). **شناخت ارتباطات جمعی**، (سیروس مرادی، مترجم). چاپ دوم، تهران: انتشارات دانشکده صداوسیما.
- فلیک، اووه (۱۳۹۱). **درآمدی بر تحقیق کیفی**. (هادی جلیلی، مترجم). چاپ پنجم، تهران: نشر نی.
- مک‌کوایل، دنیس (۱۳۸۲). **مخاطب‌شناسی**، (مهدی منتظر قائم، مترجم). چاپ دوم، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.

- مهدی‌زاده، سیدمحمد (۱۳۸۹). *نظریه‌های رسانه؛ اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی*، تهران: انتشارات همشهری.
- ون‌دایک، تئون‌ای. (۱۳۸۲). *مطالعاتی در تحلیل گفتمان؛ از دستور متن تا گفتمان‌کاوری انتقادی*، (ترجمه گروه مترجمان). تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
- هال، استوارت (۱۳۸۷). «رمزگذاری / رمزگشایی»، در: *مطالعات فرهنگی*، ویراسته سایمن دورینگ، ترجمه حمیرا مشیرزاده، تهران: مؤسسه فرهنگی آینده‌پویان.
- هال، استوارت (۱۳۹۱). «گزیده‌هایی از عمل بازنمایی»، *نظریه‌های ارتباطات*، جلد سوم، (احسان شاقاسمی، مترجم). تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.

- Braun, V. and Clarke, V. (2006). "Using thematic analysis in psychology", *Qualitative Research in Psychology*, 3 (2). pp. 77-101.
- Fornäs, Johan et Al. (2007). *Consuming Media: Communication, Shopping and Everyday Life*, Oxford & New York: Berg
- Jensen, Klaus Bruhn (ad) (2005). *News of the World*, published in the Taylor & Francis e-Library
- Lacey, Nick (2002). *Media Institutions and Audiences: Key Concepts in Media Studies*, New York: Palgrave
- Laughey, D (2007). *Key Themes in Media Theory*, McGraw Hill Publications.
- Morley, David & Brunson, Charlotte (1999). *the Nationwide Television Studies*, London and New York: Routledge
- Schrøder, Kim Christian (2000). "Making sense of audience discourses: Towards a multidimensional model of mass media reception", *European Journal of Cultural Studies*, Vol3
- Stevenson, Nick (2002). *Understanding Media Cultures: Social Theory and Mass Communication*, Second Edition, London: SAGE Publications