

مجله جهانی رسانه - نسخه فارسی

دوره ۷، شماره ۱، شماره پیاپی ۱۳، صفحات: ۱-۲۶

منتشر شده در بهار ۱۳۹۱

مقاله داوری شده

تاریخ دریافت: ۱۳۹۰/۱۱/۴

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۱/۳/۱

بازنمایی تصویر دوستان و دشمنان در پانزده روزنامه سراسری^۱؛

تحلیل نشانه شناختی عکس های مرگ صدام حسین، بی نظیر بوتو و اسامه بن لادن

حسین افخمی

استادیار، گروه ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبایی

hafkhami48@hotmail.com

المیرا موسوی تبار

کارشناس ارشد، علوم ارتباطات اجتماعی - گرایش روزنامه نگاری، دانشگاه علامه طباطبایی

elmira282@gmail.com

(نویسنده مسئول)



مجله جهانی رسانه - نسخه فارسی

مجله دانشگاهی الکترونیک در حوزه ارتباطات و رسانه
منتشر شده توسط دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران، ایران

www.gmj.ut.ac.ir

چکیده

این پژوهش به تحلیل عملکرد تصویری مطبوعات داخلی در قبال سه حادثه مهم خاور میانه در سال های اخیر پرداخته است: مرگ صدام حسین^۲، بی نظیر بوتو^۳ و اسامه بن لادن^۴. نویسندگان در پی آن بوده اند که به این سؤال پاسخ گویند که آیا تصویر دوستان و دشمنان در عکس های اخبار سیاسی روزنامه ها به طور یکسان بازنمایی می شود؟ روزنامه ها چگونه موفق به نمایش موضع گیری خود نسبت به افراد مختلف از خلال تصویر می شوند؟ و آیا مواضع سیاسی روزنامه ها در چگونگی موضع گیری آنها نسبت به شخصیت های گوناگون تاثیری دارد؟ برای پاسخ به این سئوالات، ما به تحلیل نشانه شناسانه عکس های ۱۵ روزنامه سراسری کیهان، اطلاعات، همشهری، جام جم، ایران، جمهوری اسلامی، رسالت، ابرار، سیاست روز، فرهنگ آشتی، اعتماد، شرق، آفتاب یزد، همبستگی و مردم سالاری از مرگ صدام حسین، بی نظیر بوتو و اسامه بن لادن بر مبنای روش نشانه شناسی^۵ منتج از نظریات رولان بارت^۶ درباره نشانه شناسی عکس، نظریه بازنمایی رسانه ای استوارت هال^۷، نظریات دنیس مک کوئیل^۸ درباره سوگیری پرداخته ایم. نتایج این تحقیق نشان داد که روزنامه های با مواضع سیاسی متفاوت، تصاویر افراد را به شیوه ای متفاوت بازنمایی می کنند. ضمن اینکه روزنامه های سراسری کشور، موضعی دوستانه نسبت به بوتو و موضعی دشمنانه نسبت به صدام داشته اند، اما به طور کلی درباره بن لادن موضعی مبهم و دو پهلو اتخاذ کرده اند.

کلید واژه ها: نشانه شناسی، عکس، روزنامه، دوست، دشمن

مقدمه و طرح مسئله

بحث را از اینجا آغاز می‌کنیم که رسانه‌ها، از مهم‌ترین بازیگران صحنه بین‌المللی به شمار می‌آیند و نه تنها به تصویر کردن جهان بیرون برای مخاطبان خود می‌پردازند، بلکه حتی این «جهان بیرون» را شکل می‌دهند. در همین راستا، یکی از مهم‌ترین ابزارهای رسانه‌ها و به ویژه مطبوعات، استفاده از عکس‌های خبری است. عکس‌هایی که از مراسم، مناسبت‌ها، رویدادها و افراد برجسته و تاثیرگذار تهیه می‌شوند و به یمن عینیت^۹ خود، بر نحوه ادراک وقایع از سوی مخاطب به شدت اثر می‌گذارند.

مسئله ما این است که عکس‌ها چگونه موفق به انجام این کار می‌شوند؟ چه ساز و کاری باعث تاثیر پذیری شدید ما از عکس‌های خبری می‌شود؟ رسانه‌ها چگونه موفق به القای مفاهیم مورد نظر خویش از طریق تصاویر می‌شوند؟ ما چگونه موفق به درک این مفاهیم می‌شویم؟ و آیا بین رسانه‌های مختلف، تفاوتی در نحوه انعکاس رویدادی واحد وجود دارد؟ اگر چنین است، چگونه می‌توان از تصاویر به این تفاوت‌ها پی برد؟

پاسخ به سئوالات فوق از اهداف اصلی پژوهش حاضر بوده است. این تحقیق که پیرامون سه واقعه مهم و متاخر در منطقه خاورمیانه بحث کرده، کوشیده است تا نحوه بازنمایی مرگ صدام حسین، بی‌ظیر بوتو و اسامه بن لادن توسط مطبوعات داخلی را ارزیابی کند. به بیان دیگر، مسئله ما این بود که در انعکاس خبر مرگ هر یک از این سه تن، چه ملاحظاتی توسط مطبوعات در نظر گرفته شده است؟ اصولاً مطبوعات کشور ما به عنوان همسایه کشورهای محل وقوع این رویدادها، تا چه حد در تولید عکس‌های خبری دست اول از این اتفاقات، موفق عمل کرده‌اند؟ آیا چهره دوست و دشمن پس از مرگ توسط مطبوعات ما یکسان ترسیم شده است؟ و آیا موضع‌گیری دستگاه حاکمه کشور در قبال این سه فرد، بر بازنمایی رسانه‌ای آنها تاثیرگذار بوده است؟

باید توجه داشت که اخبار و رویدادهای مهم بین‌المللی برای رسانه‌ها بسیار مهم و به مثابه منبعی برای تامین مهم‌ترین عناوین مطالب هستند. در این بین، به دلیل مجاورت جغرافیایی کشور ما با کشورهای حوزه نفوذ صدام، بوتو و بن لادن و همچنین مجاورت معنوی با خود این افراد (مسلمان بودن هر سه نفر،

درگیری با صدام در جنگ تحمیلی، نیمه ایرانی بودن بوتو و همسویی ایران با مواضع بن لادن در قبال مبارزه و مقاومت در برابر آمریکا) این شخصیت ها برای کشور ما و به تبع آن، برای رسانه های ما اهمیت ویژه ای دارند. بنابراین لازم دیده ایم نحوه واکنش مطبوعات کشور نسبت به خبر مرگ آنان را از ابعاد مختلف مورد ارزیابی قرار دهیم.

چارچوب نظری: به کارگیری سه نظریه نشانه شناسی، بازنمایی و سوگیری

رویکرد نظری مقاله ملهم از سه نظریه نشانه شناسی، بازنمایی، سوگیری است. ابتدا به معرفی آنها می پردازیم سپس تلفیق نظری را ارائه می کنیم.

۱- نشانه شناسی عکس از دیدگاه رولان بارت

رولان بارت از جمله مهم ترین نشانه شناسانی بوده که به طور خاص به مقوله عکس پرداخته است. وی معتقد بود که عکاسی تنها رسانه ای است که پیامش «پیوسته» است، یعنی بدون واسطه و بی نیاز از رمزگان خاصی پیام خود را منتقل می کند. البته بارت (بارت، ۱۳۸۹، ص. ۱۴) منکر دلالت ضمنی عکس نبود، اما تاکید کرده است که عکس و به ویژه عکس خبری در مقایسه با دیگر رسانه ها (نقاشی، طراحی، سینما و ...) در نخستین لحظه، پیام «عینی» خود را بدون واسطه به مخاطب منتقل می کند و دلالت ضمنی آن بر مدلول های دیگر، در مراحل بعدی خوانش عکس اتفاق می افتد: «یک عکس هرگز از مصداقش (آنچه باز می نمایاندش) متمایز نیست، یا دست کم این تمایز عموماً و بلافاصله صورت نمی گیرد» (بارت، ۱۳۸۸، ص. ۱۸).

بارت، ۱۳۸۸ همچنین در انتقاد از جامعه شناسان و نشانه شناسانی که معتقدند در عکس، هیچ واقعیتی در کار نیست و عکس تنها چیزی ساخته و پرداخته را باز می نمایاند، گفته است:

هیچ چیز قادر نیست مانع شباهت عکس شود... عکس، تصویری است بی رمزگان... واقع گرایان... عکس را نه در حکم رونوشت واقعیت، که در حکم انتشار واقعیتی گذشته تلقی می کنند... نیروی استناد در عکس فراتر از نیروی بازنمایی است. (ص. ۱۰۹)

این زبان شناس مشهور با اشاره به اینکه عکس خبری، یک پیام است که از یک منبع ارسال، یک مجرای انتقال و یک مرکز دریافت تشکیل شده، تاکید کرده است که این سه بخش متعارف پیام عکس، روش تحقیق واحدی را بر نمی تابد:

ارسال و دریافت پیام هر دو در حوزه نوعی جامعه شناسی قرار می گیرند... اما در خصوص خود پیام، روش تحقیقی متفاوت باید به کار برد... روشی که نمی تواند چیزی جز تحلیل درونی ساختار اصیل و یگانه عکس باشد. (بارت، ۱۳۸۹، صص. ۱۱-۱۲)

۲ بازنمایی رسانه ای و مفهوم «خود» و «دیگری» از دیدگاه استوارت هال

استوارت هال بازنمایی را به معنای استفاده از زبان برای بیان نکته معناداری درباره جهان می داند؛ فرایندی که معنا از طریق آن تولید و بین اعضای یک فرهنگ مبادله و توزیع می شود. لذا معنا به واسطه نظام بازنمایی شکل می گیرد و ساخته می شود (مهدی زاده، ۱۳۸۷، ص. ۲۲).

هال در مقاله «نمایش دیگری»^{۱۰} به مفهوم «دیگری» به عنوان یکی دیگر از مفاهیم بنیادین در بازنمایی اشاره می کند. هال بحث خود را با این سؤال آغاز می کند که ما چگونه مردم و مکان هایی را که به وضوح «متفاوت» با ما هستند، نمایش می دهیم و چرا تفاوت، مفهومی مناقشه انگیز در بازنمایی است؟ او در جواب به این سئوالات، به عمل بازنمایی در فرهنگ عامه به عنوان عرصه بروز تفاوت ها معطوف می شود و استراتژی های بازنمایی را در گزارش های روزنامه ها درباره مهاجران و سیاه پوستان، منازعات نژادی، جنایت های شهری و فیلم ها و مجلات مورد تحلیل قرار می دهد. هال (۱۹۹۷) می نویسد:

بازنمایی موضوعی پیچیده است، به ویژه زمانی که با «تفاوت ها» سر و کار داشته باشیم، با احساسات، نگرش ها، عواطف، ترس و اضطراب در بیننده همراه است که در سطوح عمیق تری از آنچه ما به عنوان «عقل سلیم»^{۱۱} می نامیم، می تواند عمل کند. (ص. ۲۲۵)

برخی معتقدند که اساسا عمل رسانه ها، بازنمایی امور پنهان و نهفته یا باورها، ایدئولوژی ها و گفتمان ها است؛ اما به منظور حفظ و تامین اجماع و تظاهر به انتخاب آزاد، رسانه فعالیت هایش را پوشیده نگه می دارد یا ارزش ها و ساختارهای بنیادین را پنهان می سازد. ساختارهای بنیادین همان ایدئولوژی ها و گفتمان ها هستند که پنهان می مانند و درست و صحیح فرض می شوند و به عبارتی در گفتار روزمره و در قالب عقل سلیم، اشاعه می یابند (معتد نژاد و مهدی زاده، ۱۳۸۵، ص.۴).

در واقع باید گفت که رسانه ها همچون آینه برای انعکاس واقعیت عمل نمی کنند؛ بلکه بر ساخت اجتماعی واقعیت تاثیر می گذارند. بر این اساس، بازنمایی، «ساخت رسانه ای واقعیت» است. بازنمایی نه انعکاس و بازتاب معنای پدیده ها در جهان خارج، که تولید و ساخت معنا بر اساس چارچوب های مفهومی و گفتمانی است. از آنجایی که رسانه ها فراگیرترین نهاد تولید، بازتولید و توزیع معرفت و آگاهی در جهان جدید هستند، می توان محتوای آنها را منبع معنی قدرتمندی درباره جهان اجتماعی دانست. بازنمایی های رسانه ای از این لحاظ مهم هستند که شناخت و باور عمومی را شکل می دهند. بنابراین بازنمایی رسانه ای، معناسازی خنثی و بی طرف نیست، چرا که هر گونه بازنمایی، ریشه در گفتمان و ایدئولوژی ای دارد که از آن منظر، بازنمایی صورت می گیرد. بازنمایی فرهنگی و رسانه ای نه امری خنثی و بی طرف، که آمیخته با روابط و مناسبات قدرت جهت تولید و اشاعه معانی مرجح در جامعه در راستای تداوم و تقویت نابرابری های اجتماعی است (وحیدی فردوسی، ۱۳۸۸، صص.۳۳-۳۴).

۳- سوگیری از نگاه دنیس مک کوئیل

سوگیری در اخبار و اطلاع رسانی، به معنای گرایش نظام مند و آگاهانه در پشتیبانی از یک طرف یا موقعیت در مقابل طرف یا موقعیت دیگر است و یا «حمایت نظام مند و آگاهانه از یک نامزد انتخاباتی، یک حزب و یا یکی از طرفین یک مناقشه در طول یک زمان طولانی و شکست در ارائه دادن همه افکار و صداها به طور مساوی است» (مک کوئیل، ۱۹۹۲، ص.۱۹۳).

در این تحقیق، نگاه ما متوجه سوگیری در تصویر است که با استفاده از عناصر و تکنیک های بصری که می توانند بار معنایی مثبت یا منفی داشته باشند، صورت می گیرد؛ مانند استفاده از زاویه های مختلف دوربین، اندازه نما، چاپ و رنگ، و یا استفاده از عناصر محتوایی و معنایی مانند حالت چهره، جهت نگاه، نوع لباس، حالت بدن، عناصر محیط و

عناصر محتوایی تصویر نیز مانند تکنیک های بصری می توانند به عنوان یک نشانه یا نماد، بارهای معنایی متفاوتی را منتقل کنند. البته این عناصر ممکن است در جوامع مختلف، معنای متفاوتی را برساند. مثلا درباره نوع لباس، در جامعه ای ممکن است لباس رسمی و هماهنگ نشانه شخصیت، پرستیژ و نظم باشد و بار معنایی مثبت داشته باشد و لباس عادی و روزمره نشانه شلختگی، بی پرستیژی و عوامیت باشد و معنایی منفی در بر داشته باشد. اما در جامعه ای دیگر ممکن است لباس عادی و روزمره، نشانه مردمی بودن و به عبارتی هم سطح مردم و آشنا با مشکلات آنان بودن باشد و لباس رسمی و هماهنگ نشانه غیر مردمی بودن، شیفته مقام و قدرت بودن و تعلق به طبقه مرفه و بی درد باشد و معنایی دیگر داشته باشد. (شاد استانجین، ۱۳۸۴، صص. ۳۶-۴۰).

با توجه به سه نظریه ذکر شده، چارچوب مفهومی تحقیق در تعامل این نظریه ها با یکدیگر شکل می گیرد. بر اساس نظریات بارت، عکس رسانه ای است که لاقط در ماهیت خود نمی تواند دروغ بگوید و بیننده می داند که عکاس خودش آنجا بوده و بنابراین این اتفاق حتما رخ داده است. از طرف دیگر، هال معتقد است بازنمایی رسانه ای نه انعکاس جهان واقع، که شکل دادن واقعیت مطابق میل صاحبان قدرت و رسانه است. او همچنین می گوید ما تصویر کسانی را که با ما متفاوتند، به گونه ای متفاوت بازنمایی می کنیم. مک کوئیل نیز معتقد است رسانه ها اخبار خود را با جهت گیری و نه بی طرفانه انعکاس می دهند. بر این اساس، ما با استفاده از آرای این سه متفکر می خواهیم ببینیم عکس به عنوان رسانه ای که احتمال دروغ پردازی در آن پایین است، چگونه تصویر «دیگری» را بر اساس جهت گیری ها و مواضع صاحبان قدرت بازنمایی می کند، آن هم به شیوه ای که بر افکار عمومی تاثیرگذار باشد و ذهنیت آنان را راجع به شخصیت های مطرح سیاسی شکل بدهد.

سوالات تحقیق

با توجه به مسئله تحقیق و چارچوب نظری ذکر شده، اهم سوالات پژوهش حاضر به شرح زیر است:

- ۱- آیا روزنامه های مورد بررسی در بازنمایی تصاویر مرگ صدام حسین، بی نظیر بوتو و اسامه بن لادن، تفاوتی بین این سه فرد قائل شده اند؟
- ۲- آیا روزنامه های سه گروه مختلف در بازنمایی تصاویر مرگ سه شخصیت مورد بررسی، موضع گیری متفاوتی با یکدیگر دارند؟
- ۳- آیا عملکرد تصویری روزنامه های هر یک از سه گروه در قبال این سه شخصیت، به عملکرد روزنامه های دیگر همان گروه شبیه است؟
- ۴- آیا مرگ این سه شخصیت برای روزنامه های مورد بررسی، اهمیت تصویری یکسانی دارد؟
- ۵- آیا روزنامه های مورد بررسی خود به تهیه عکس های تولیدی از سه واقعه مورد نظر اقدام کرده اند؟ (استقلال منبع یا وابستگی به خبرگزاری ها)
- ۶- آیا روزنامه های مورد بررسی، به چاپ عکس هایی از خود این شخصیت ها تمایل بیشتری نشان داده اند؟
- ۷- آیا تصاویر سه شخصیت در روزنامه های مورد بررسی به یکدیگر شبیه است؟

روش تحقیق: تحلیل نشانه شناختی عکس ها

نویسندگان در این تحقیق، برای تحلیل عکس ها از روش نشانه شناسی استفاده کرده اند؛ به این ترتیب که با مطالعه متون نشانه شناسی و نمونه های تحلیل نشانه شناختی در منابع مختلف- عمدتاً آثار بارت و هال - و همچنین با استفاده از برخی متغیرهای تحلیل های کمی، از متغیرهای رایج در تحلیل عکس استفاده کرده اند که دو ویژگی مهم را دارا هستند:

۱- معنادار و قابل تفسیر هستند.

۲- توافقی نسبی بر سر معنای پنهان در پس آنها وجود دارد. به این معنی که با توجه به موضوع پژوهش حاضر و ضرورت تعیین موضع گیری هر یک از روزنامه ها نسبت به سه شخصیت مورد بررسی، نوع جهت گیری را بر مبنای اندازه یا کیفیت اغلب متغیرها تعریف کرده ایم.

این متغیرها عبارتند از: سطح زیر چاپ، اندازه عکس، صفحه چاپ عکس، جایگاه عکس در صفحه، اندازه نما، زاویه دوربین، زاویه دید عکس، شکل کادر عکس، جهت نگاه سوژه، لباس سوژه، حالت دست ها و بازوهای سوژه، حالت چهره سوژه، حالت بدن سوژه، فعالیت سوژه، وسایل موجود در صحنه، زمینه و محیط عکس. تک تک عکس های ۱۵ روزنامه مورد نظر بر مبنای این متغیرها مورد ارزیابی قرار گرفته اند. با این حال همه این متغیرها در مورد هر عکس معنادار نبودند و به همین جهت، در تحلیل توصیفی و نشانه شناختی که از عکس ها ارائه شده، جمع بندی کلی از متغیرهای «معنادار» صورت گرفته که به علت محدودیت فضا، تنها نمونه ای از آن در مقایسه عکس های معرف ذکر شده است. لازم به ذکر است از آنجایی که دو روزنامه اعتماد و شرق دست کم در یکی از سه شماره مورد نظر - دوشنبه ۱۱ دی ۱۳۸۵، یکشنبه نهم دی ۱۳۸۶ و سه شنبه ۱۳ اردیبهشت ۱۳۹۰ - توقیف بوده اند، در صورت لزوم روزنامه روزگار را جایگزین روزنامه اعتماد و روزنامه آرمان روابط عمومی را جایگزین روزنامه شرق کردیم. در همین خصوص لازم است در بحث زیر به شیوه تحلیل روزنامه ها نیز اشاره کنیم.

نحوه گروه بندی روزنامه های مورد تحلیل

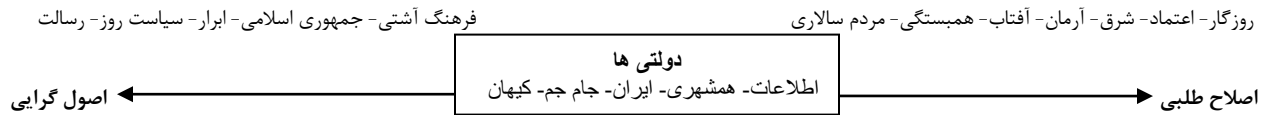
برای انتخاب روزنامه های مورد نظر، در وهله اول تلاش کرده ایم تا روزنامه هایی را انتخاب کنیم که از قدمت و سابقه کافی برخوردار باشند - دست کم در زمان وقوع سه حادثه، یعنی از سال ۱۳۸۵ تا سال ۱۳۹۰ منتشر شده باشند، در میان عموم مردم شهرت نسبی داشته باشند، در تهران چاپ شوند، ولی در سراسر کشور توزیع شوند، تیراژ نسبتا بالایی داشته باشند و به طور نسبی، نماینده گرایش های مختلف سیاسی - اجتماعی

باشند. بر همین مبنا، دو معیار بودجه و جهت گیری سیاسی روزنامه ها، به ویژه گرایش انتخاباتی آنها را به عنوان ملاک گروه بندی در نظر گرفته ایم.

منظور از بودجه، استفاده روزنامه ها از بودجه عمومی یا خصوصی است که بر اساس آن، پنج روزنامه کیهان، اطلاعات، همشهری، جام جم و ایران را انتخاب کرده ایم. روزنامه های کیهان و اطلاعات وابسته به نهاد رهبری، همشهری وابسته به شهرداری تهران، جام جم وابسته به صدا و سیمای جمهوری اسلامی و ایران وابسته به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی هستند که به عنوان مصادیق استفاده از بودجه عمومی، تحت عنوان روزنامه های دولتی طبقه بندی شده اند. لازم به ذکر است که یکی از مهم ترین راه های تشخیص دولتی بودن پنج روزنامه مذکور، ممنوعیت چاپ آگهی تبلیغاتی برای نامزدها توسط آنها در دوران تبلیغات انتخاباتی است.

ده روزنامه دیگر را که از بودجه خصوصی - حزبی یا شخصی - استفاده می کنند، بر مبنای نوع جهت گیری ها و گرایش های سیاسی شان در قبال مسائل و افراد مختلف در طول ۳۳ سال پس از انقلاب و به ویژه دهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری و کاندیدایی که از وی حمایت کرده اند، به دو دسته روزنامه های نزدیک به اصول گرایان و روزنامه های نزدیک به اصلاح طلبان تقسیم کردیم. روزنامه های نزدیک به اصول گرایان که با نام «عدالتخواه» نیز شناخته می شوند، با جهت گیری های اغلب محافظه کارانه و نزدیک به مواضع دستگاه حاکمیت، از گروه دیگر - روزنامه های نزدیک به اصلاح طلبان - که اغلب جزو منتقدان دولت هستند و به جریان دوم خرداد نزدیکند - متمایز شده اند.

البته باید توجه داشت که هر سه دسته روزنامه های مذکور، در درون خود تمایزاتی دارند و صرف نام گذاری آنها ذیل عناوین «دولتی»، «نزدیک به اصول گرایان» و «نزدیک به اصلاح طلبان»، پنج روزنامه درون هر گروه را با یکدیگر برابر نکرده، بلکه آنها را روی طیفی توزیع کرده که از اصول گرایی تا اصلاح طلبی متغیر است. این تفاوت ها در شکل شماره یک بهتر توضیح داده شده است:



شکل شماره یک- نحوه توزیع روزنامه های انتخاب شده بین اصلاح طلبی و اصول گرایی

یافته های پژوهش

تحلیل یافته ها را از تمرکز روزنامه بر صدام حسین و مرگ او آغاز می کنیم و سپس به تحلیل بازتاب نقش بوتو و بن لادن در روزنامه ها می پردازیم.

۱ - **صدام حسین؛** در مجموع، کلیه روزنامه های مورد نظر از مرگ صدام حسین ۸۲ عکس به چاپ رسانده اند که از این تعداد، ۲۷ عکس مربوط به روزنامه های دولتی، ۱۴ عکس مربوط به روزنامه های نزدیک به اصول گرایان و ۴۱ عکس مربوط به روزنامه های نزدیک به اصلاح طلبان است. از بین ۱۵ روزنامه، روزنامه همبستگی با ۲۹ عکس بیشترین و روزنامه های جمهوری اسلامی، سیاست روز، آرمان روابط عمومی و مردم سالاری هر یک با یک عکس، کمترین تعداد عکس چاپ شده از صدام را داشته اند.

دسته بندی روزنامه ها از نظر نوع عکس

در یک ارزیابی کلی، مجموعه عکس های چاپ شده در صفحات اول و آخر ۱۵ روزنامه مورد نظر از صدام حسین به ۴۱ عکس رسید که از این تعداد، بیش از نیمی از عکس ها - ۲۱ عکس - به عکس های صحنه اعدام صدام و جسد او اختصاص یافته که نشان از گرایش عمومی روزنامه ها به استفاده از عکس های صحنه حادثه دارد.

به منظور مطالعه دقیق تر، دسته بندی عکس ها بر مبنای زمان عکس برداری صورت دادیم که بر مبنای آن، چهار دسته عکس پیش از حمله آمریکا به عراق (یعنی عکس های جوانی و دوران زمامداری صدام)،

عکس های دستگیری و محکومیت وی، عکس های صحنه اعدام و جسد صدام و عکس های پس از حادثه (شامل آرامگاه صدام و واکنش مردم به مرگ او) شناسایی شد.

در این دسته بندی، همه روزنامه ها به جز روزنامه های اطلاعات، سیاست روز و مردم سالاری، با چاپ عکسی از صحنه اعدام صدام در یک دسته قرار گرفتند که در این میان، چهار روزنامه کیهان، ایران، جام جم و فرهنگ آشتی با چاپ عکس هایی از جسد صدام، همبستگی بالاتری داشتند که سه روزنامه دولتی در این گروه جای گرفتند.

روزنامه های اطلاعات، جام جم، ابرار، فرهنگ آشتی، اعتماد و همبستگی با چاپ عکس هایی از صحنه دستگیری و محکومیت صدام در دادگاه، دسته بندی دیگری را شکل دادند که از هر یک از سه طیف روزنامه ها، دو روزنامه در این گروه جای گرفتند.

چهار روزنامه همبستگی، اعتماد، سیاست روز و ابرار نیز به چاپ عکس هایی از دوران پیش از حمله آمریکا به عراق پرداختند و به این ترتیب، در یک گروه جای گرفتند که دو روزنامه نزدیک به اصلاح طلبان و دو روزنامه نزدیک به اصول گرایان، تشکیل دهنده آن هستند.

در نهایت، روزنامه های کیهان، جام جم، فرهنگ آشتی و مردم سالاری نیز با چاپ عکس های پس از حادثه (عکس های آرامگاه صدام و واکنش مردم به مرگ وی) یک گروه را تشکیل دادند.

با تحلیل عکس های ۱۵ روزنامه مورد نظر از صدام حسین و با در نظر گرفتن همه عوامل، به نظر می رسد که اغلب این روزنامه ها، جهت گیری منفی نسبت به وی داشته اند و همین تصویر را از وی به مخاطب ارائه داده اند. در مورد این شخصیت با توجه به اهمیتی که برای کشور ما داشته و شناخت نسبتاً جامعی که همه اقشار مردم و همه طیف های خوانندگان روزنامه ها از وی دارند، همه روزنامه ها بدون در نظر گرفتن گرایش سیاسی شان، پوشش خبری نسبتاً خوبی را نسبت به موضوع داشته اند و با چاپ عکس های متنوع، کوشیده اند مخاطبان خود را در جریان جزئیات حادثه قرار دهند.

علاوه بر این، همه روزنامه‌ها با ارائه تصویری خشن، بی رحم و بی احساس از صدام حسین، کوشیده‌اند او را «دشمن» و «دیگری» معرفی کنند. برخی از این روزنامه‌ها، در این مسیر آن قدر پیش رفته‌اند که بعضاً چهره‌ای به دور از ویژگی‌های انسانی از صدام ارائه داده‌اند. در همین حال، بعضی روزنامه‌ها تلاش کرده‌اند با نمایش دوره‌های مختلف زندگی صدام، تصویری منصفانه از وی به مخاطب ارائه دهند و قضاوت را بر عهده وی بگذارند.

۲ بی نظیر بوتو

در مجموع، کلیه روزنامه‌های مورد نظر از مرگ بی نظیر بوتو ۶۳ عکس به چاپ رسانده‌اند که از این تعداد، ۱۶ عکس مربوط به روزنامه‌های دولتی، ۱۷ عکس مربوط به روزنامه‌های نزدیک به اصول‌گرایان و ۳۰ عکس مربوط به روزنامه‌های نزدیک به اصلاح‌طلبان است. از بین ۱۵ روزنامه، روزنامه اعتماد با ۱۵ عکس بیشترین و روزنامه‌های ایران، جمهوری اسلامی، ابرار و آرمان روابط عمومی هر یک با یک عکس، کمترین تعداد عکس چاپ شده از بوتو را داشته‌اند.

دسته بندی روزنامه‌ها از نظر نوع عکس

در یک ارزیابی کلی، مجموعه عکس‌های چاپ شده در صفحات اول و آخر ۱۵ روزنامه مورد نظر از بی نظیر بوتو به ۲۸ عکس رسید که از این تعداد، بیش از نیمی از عکس‌ها - ۱۶ عکس - در طبقه بندی نوع عکس‌ها، در دسته عکس‌های حادثه و قبل از حادثه جای گرفت که نشان از گرایش عمومی روزنامه‌ها به استفاده از این نوع عکس‌ها دارد.

به منظور تحلیل دقیق‌تر، ما دسته بندی عکس‌ها بر مبنای زمان عکس برداری صورت دادیم که بر مبنای آن، چهار دسته عکس پرتیر، قبل از حادثه، حادثه و پس از حادثه را شناسایی کردیم. در این دسته بندی، روزنامه‌های کیهان، فرهنگ آشتی، آفتاب یزد، همبستگی و مردم سالاری با چاپ عکس‌های پرتیر از بوتو (که اغلب هم ابعادی کوچک دارد) در یک گروه قرار گرفتند که در این گروه، اکثریت با روزنامه‌های نزدیک به اصلاح‌طلبان بوده است.

روزنامه های کیهان، ایران، رسالت، سیاست روز، فرهنگ آشتی و اعتماد با چاپ عکس های صحنه حادثه، که اغلب خیابان محل وقوع انفجار، زخمیان و مجروحان را نشان می دهد، گروه دیگری را شکل دادند که در آن، روزنامه های دولتی و نزدیک به اصول گرایان در اکثریت قرار داشته اند.

عکس های پس از حادثه در روزنامه های کیهان، اطلاعات، جام جم، سیاست روز و فرهنگ آشتی به چاپ رسیده که در این گروه، روزنامه های دولتی اکثریت را شکل داده اند. این عکس ها اغلب از صحنه های عزاداری و اعتراض هواداران بوتو و تشییع پیکر او گرفته شده است.

گروه عکس های قبل از حادثه نیز از روزنامه های اطلاعات، ابرار، سیاست روز، فرهنگ آشتی و همبستگی تشکیل شده که اکثر آنها از روزنامه های نزدیک به اصول گرایان هستند. در این عکس ها، بوتو اغلب در اوج محبوبیت و در حال سخنرانی یا ملاقات با شخصیت های مختلف نمایش داده شده است.

در این بین، روزنامه جمهوری اسلامی با چاپ عکسی از صحنه راهپیمایی هواداران بوتو - که معلوم نیست در زمان حیات او صورت گرفته یا پس از مرگش - در هیچ یک از دسته بندی های فوق قرار نگرفته است.

در مجموع و با تحلیل ۱۵ روزنامه مورد مطالعه، چنین نتیجه گرفتیم که روزنامه های سه طیف دولتی، نزدیک به اصول گرایان و نزدیک به اصلاح طلبان، موضع گیری نسبتا مشابه و مثبتی درباره بی نظیر بوتو داشته اند. اغلب این روزنامه ها، فضای خوبی را در صفحات اول و آخر خود به چاپ عکس های متعدد از بی نظیر بوتو اختصاص داده اند. در عکس هایی که سوژه خود بی نظیر بوتو بوده است، روزنامه ها با نمایش قدرت، قاطعیت، ابهت و محبوبیت وی، سعی در القای تصویری مثبت از وی داشته اند. عکس هایی که از صحنه ترور وی چاپ شده، در همه روزنامه ها با جهت گیری منفی و محکوم کردن این حادثه همراه بوده است. هر سه طیف روزنامه ها سعی در ترسیم چهره بحرانی پاکستان پس از بوتو داشته اند. دسته دیگر عکس ها نیز به نمایش واکنش های هواداران بوتو پس از مرگش پرداخته اند که باز هم با نمایش احترام و تقدیسی که هوادارانش نسبت به او انجام داده اند، ابهت و عظمت بوتو را به صورت یک عامل مثبت به مخاطب منتقل کرده اند.

در این بین، روزنامه های دولتی به طور نسبی تمایل بیشتری به چاپ عکس هایی از خود حادثه و پیامدهای آن نشان داده اند. روزنامه های نزدیک به اصول گرایان نیز به طور نسبی به چاپ عکس هایی از خود حادثه و عکس های پیش از آن تمایل نشان داده اند. این در حالی است که روزنامه های نزدیک به اصلاح طلبان به طور نسبی به چاپ عکس های پرتره از بی نظیر بوتو گرایش بیشتری داشته اند. با این حال، از آنجایی که برآیند همه انواع مختلف عکس های چاپ شده، موضع گیری مثبت و «دوست» انگاشتن بوتو بوده، این دسته بندی ها اختلاف مهمی بین سه طیف روزنامه ها را نشان نداده است.

۳- اسامه بن لادن

در مجموع، کلیه روزنامه های مورد نظر از مرگ اسامه بن لادن ۹۴ عکس به چاپ رسانده اند که از این تعداد، ۱۵ عکس مربوط به روزنامه های دولتی، ۲۷ عکس مربوط به روزنامه های نزدیک به اصول گرایان و ۵۲ عکس مربوط به روزنامه های نزدیک به اصلاح طلبان بوده است. از بین ۱۵ روزنامه، روزنامه شرق با ۲۸ عکس بیشترین و روزنامه های کیهان، رسالت و همبستگی هر یک با یک عکس، کمترین تعداد عکس چاپ شده از بن لادن را داشته اند.

دسته بندی روزنامه ها از نظر نوع عکس

در یک ارزیابی کلی، مجموعه عکس های چاپ شده در صفحات اول و آخر ۱۵ روزنامه مورد نظر از مرگ بن لادن به ۱۶ عکس رسید. از این تعداد عکس، نیمی از عکس ها - هشت عکس - در طبقه بندی نوع عکس ها، در دسته عکس های پرتره جای گرفت که نشان از گرایش عمومی روزنامه ها به استفاده از عکس پرتره دارد. به منظور تحلیل دقیق تر، دسته بندی روزنامه ها را بر مبنای زمان عکس برداری صورت دادیم که بر این اساس، روزنامه ها به دو دسته کلی قبل از حادثه و بعد از حادثه تقسیم شدند. با این حال، در گروه بعد از حادثه، روزنامه هایی که به نمایش بازتاب حادثه پرداخته اند، از روزنامه هایی که به نمایش چهره متلاشی شده بن لادن پرداخته اند، تفکیک شده اند.

در این بین، دو روزنامه دولتی اطلاعات و جام جم، دو روزنامه نزدیک به اصول‌گرایان جمهوری اسلامی و ابرار و روزنامه نزدیک به اصلاح‌طلبان روزگار، با چاپ عکس‌هایی آرشویی از بن‌لادن، در گروه عکس‌های قبل از حادثه قرار گرفتند. البته روزنامه اطلاعات به چاپ تصویری از محل اختفای بن‌لادن پرداخته است. همچنین روزنامه جام جم نیز در صفحه آخر خود، به چاپ تصویری از چهره متلاشی‌شده بن‌لادن پرداخته که آن را در گروه عکس‌های چهره متلاشی‌شده تحلیل کرده ایم.

روزنامه‌های آفتاب یزد، ایران و جام جم با چاپ عکس‌هایی سریالی از چهره متلاشی‌شده بن‌لادن پس از مرگ، دسته‌بندی دیگری را شکل دادند؛ اگر چه فضای اندکی که روزنامه‌های ایران و جام جم به عکس مربوطه اختصاص داده‌اند، قابل مقایسه با روزنامه نزدیک به اصلاح‌طلبان آفتاب یزد نبوده‌اند.

در دسته‌بندی دیگری، روزنامه‌های کیهان، شرق، مردم‌سالاری و سیاست روز را با چاپ عکس‌هایی از بازتاب حادثه در یک گروه قرار دادیم. سه روزنامه کیهان، شرق و مردم‌سالاری در عکس اول صفحه یک خود به انتشار عکسی از بازتاب مرگ بن‌لادن در رسانه‌های دیگر - مطبوعات و تلویزیون - مبادرت ورزیده‌اند. هر سه روزنامه عکس مذکور را به عنوان عکس اول در صفحه یک خود با ابعاد بزرگی چاپ کرده‌اند. اگر چه تیترو متن خبر، تفاوت بین روزنامه دولتی - کیهان - و روزنامه‌های نزدیک به اصلاح‌طلبان - شرق و مردم‌سالاری - را مشخص کرده است.

با تحلیل ۱۵ روزنامه مذکور از سه طیف سیاسی مختلف و با در نظر گرفتن تمامی عوامل، در مجموع به نظر می‌رسد روزنامه‌های نزدیک به اصلاح‌طلبان با وجودی که پوشش خبری گسترده تری نسبت به واقعه داشته‌اند (اغلب آنها بیش از یک صفحه را به اخبار و گزارش‌های مربوط به بن‌لادن اختصاص دادند، از نظر تعداد و حجم عکس‌ها نیز در رتبه‌های بالاتری قرار دارند و مطالب تولیدی بیشتری را در این باره منتشر کرده‌اند) اما جهت‌گیری منفی تری نسبت به شخص بن‌لادن داشته‌اند.

روزنامه‌های دولتی با اختصاص کمترین حجم عکس، در مجموع گرایش مثبت - یا دست کم دو پهلوئی - نسبت به بن‌لادن داشته‌اند. البته با مطالعه عکس‌ها و مطالب این دسته از روزنامه‌ها، به نظر می‌

رسد آنها بیش از آنکه حامی و موید بن لادن باشند، مخالف موضع گیری ها و فعالیت های آمریکا بوده اند و به همین جهت، نسبت به دشمن آمریکا نوعی همدلی - یا دست کم بی تفاوتی و جهت گیری دو پهلو - نشان داده اند.

روزنامه های نزدیک به اصول گرایان اگر چه در مقایسه با روزنامه های دولتی فضای بیشتری را به بن لادن اختصاص داده اند، اما در موضع گیری های خود، اغلب مبهم و بسیار محافظه کارانه عمل کرده اند. این روزنامه ها بعضا به مواضع دولتی ها نزدیک شده اند - سیاست روز - و بعضی به روزنامه های نزدیک به اصلاح طلبان شباهت یافته اند - جمهوری اسلامی. با این حال، موضع گیری آنان دقیقا معلوم نکرده است که بن لادن را دوست پنداشته اند یا دشمن.

مقایسه عکس های معرف

با مطالعه ۱۵ روزنامه مورد نظر در زمان سه واقعه مورد بحث و با مقایسه مشابهت ها و تفاوت های موجود در بین عکس های صدام حسین، بی نظیر بوتو و اسامه بن لادن، در نهایت یک عکس از هر یک از این شخصیت ها را به عنوان عکس معرف بازنمایی رسانه ای آنها انتخاب کردیم. عکس مورد نظر از هر یک از این سه نفر، عکسی است که:

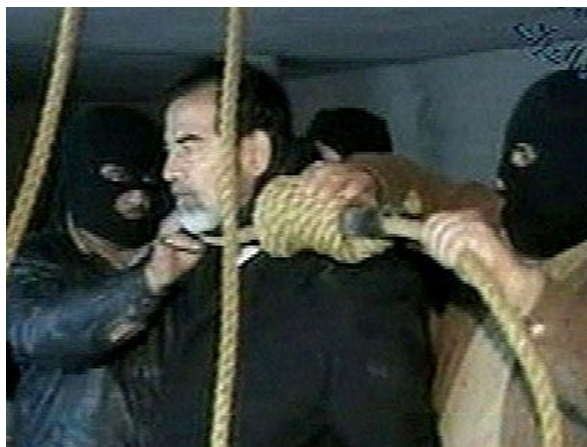
۱ - مکررا در روزنامه های گوناگون در طیف های سیاسی مختلف به چاپ رسیده باشد.

۲ - با جهت گیری کلی مجموعه روزنامه ها درباره شخصیت مورد نظر، بیشترین مشابهت را داشته باشد.

بر این اساس، عکس معرف اکثریت قریب به اتفاق روزنامه ها از صدام حسین، عکس صحنه اعدام او، با لباس سیاه، چهره متفکر و بی احساس، طناب دار به دور گردن و محاصره شده در میان ماموران اجرای حکم است. عکسی که تقریبا همه روزنامه ها از آن استفاده کرده اند و مطابقت بسیار بالایی بر تصویر بازنمایی شده از صدام دارد: دیکتاتوری جنایتکار، که برای ما دشمن و «دیگری» است، و اکنون می رود تا به سزای اعمال خویش برسد.

در این عکس فاقد نام منبع که گویا توسط یکی از شاهدان، به طور مخفیانه و با گوشی تلفن همراه عکسبرداری شده و سپس در سراسر جهان منتشر شده، صدام را در حال آماده شدن برای اعدام می بینیم، در حالی که سه مرد نقاب پوش که چهره شان مشخص نیست، شال گردن او را از گردنش باز می کنند و به جای آن، طناب دار را دور گردنش سفت می کنند. این عکس که مشهورترین عکس چاپ شده از اعدام صدام است، در فضایی دلگیر و تاریک - اتاق اجرای حکم - گرفته شده، صدام در آن لباسی تیره - پالتو و شال گردن مشکی - به تن دارد، دست ها را ظاهراً در جیب فرو برده و با حالتی متفکر، اندوهگین و در عین حال خشک و خونسرد، روبرویش را نگاه می کند و انگار اعتنایی به ماموران اعدامش و آنچه در جریان است، ندارد. چهره پیر و تکیده صدام که بسیار با روزهای اوج قدرتش فاصله دارد، شکست او و نابودی قریب الوقوعش را ملموس می کند.

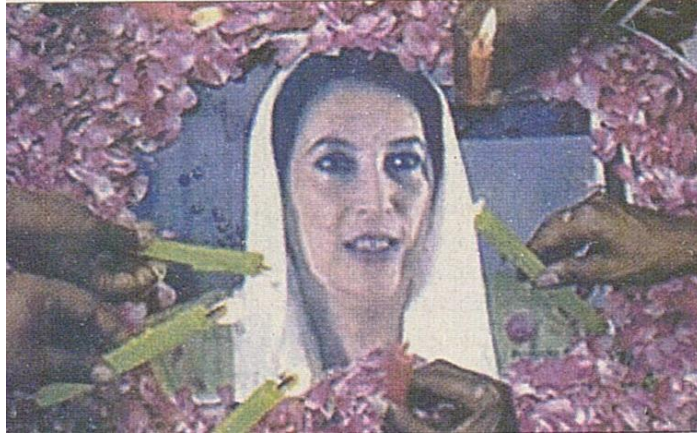
از طرفی، ماموران اجرای حکم با حالات خشن دستانشان که به دور گردن صدام حلقه شده - انگار قصد خفه کردن او را دارند - و در حال سفت کردن طناب هستند، با صورت های نقاب پوششان، به خشونت و هراس عکس می افزایند. ضمن اینکه تنها شیء موجود در تصویر - طناب دار - شوکی ناگهانی به مخاطب وارد می کند و واقعیت اعدام صدام را برایش عینی می کند.



تصویر شماره یک- صدام حسین در لحظه اعدام

درباره بی نظیر بوتو، انتخاب عکس معرف، قدری سخت تر است؛ چرا که عکس های مورد استفاده توسط روزنامه ها، اگر چه به لحاظ مضمون و معنای پنهان در آنها مشابهت داشتند، اما روزنامه ها در زمینه انتخاب عکس، متنوع تر عمل کرده اند. با این همه، عکسی را که به نظر می رسد از سنگ مزار بوتو گرفته شده و عکسی از وی را نشان داده که با انبوه گل ها و شمع هایی که هوادارانش روشن کرده اند، احاطه شده، به عنوان عکس معرف انتخاب کردیم. این عکس که فاقد نام منبع است، صحنه ای را نشان می دهد که به نظر می رسد سنگ مزار بوتو باشد. در مرکز عکس که نمای نزدیکی هم دارد، عکسی از چهره خندان بوتو به چشم می خورد که گل های پرپر و شمع های روشن دور آن را گرفته اند. سه دست نسبتا سیاه - که نشانگر ملیت هندی- پاکستانی است - مشغول قرار دادن شمع روی عکس هستند. عکس با نشان دادن چهره ای خوشحال و امیدوار از بوتو با شال سفید همیشگی اش، وجود وسایل مثبت و احترام آمیزی مثل شمع و گل های پرپر و ادای احترام سه دست پاکستانی به بوتو، جایگاه محبوب و مردمی او در بین مردم کشورش و نگرش مثبت ایشان به او را نشان می دهد و همین احساسات مثبت و احترام آمیز را به مخاطب عکس نیز منتقل می کند.

این عکس در روزنامه های گوناگونی تکرار شده و به تمامی، بازگو کننده دیدگاه روزنامه های مورد مطالعه، از هر طیف و جناح نسبت به بوتو است: زنی مصمم و با اراده، سیاستمداری مردمی، که دوست ماست، از «ما» است و خودی است، در راه آرمان هایش تا پای جان ایستاد، و اکنون در اندوه فقدانش با هواداران پاکستانی اش شریکیم.



تصویر شماره دو- هواداران بی نظیر بوتو بر سر مزار وی

موضع گیری بسیار مبهم و دو پهلوئی اغلب روزنامه ها در قبال اسامه بن لادن نیز در عکس چهره متلاشی شده وی، که اغلب به صورت عکسی سریالی متشکل از دو یا سه قسمت به چاپ رسیده، کاملاً بازنمایی شده است. اگر چه این عکس، بیشترین فراوانی را در بین عکس های چاپ شده در روزنامه های مختلف نداشت، با این حال استفاده روزنامه هایی از هر سه گروه سیاسی از این عکس، و همچنین انعکاس تمام و کمال جهت گیری مبهم و تامل بر انگیز روزنامه ها نسبت به بن لادن در آن، باعث شد این عکس را به عنوان عکس معرف تصویر بن لادن در روزنامه های مورد نظر انتخاب کنیم: عکس سریالی مشهوری از بن لادن که گویا برای اولین بار از تلویزیون پاکستان منتشر شده، با این حال اغلب روزنامه ها منبع عکس خود را ذکر نکرده اند.

این عکس از سه تصویر مجزا، ولی مربوط به یکدیگر تشکیل شده است. عکس اول از سمت چپ، بن لادن را در حال سخنرانی در فیلم های ترویستی نشان می دهد که این را از حالت چهره او که در حال صحبت کردن است و زمینه پشت سر - پرچم لا اله الا الله - می توان فهمید. عکس دوم، تصویر جسدی با چهره از هم پاشیده و خون آلود را نشان می دهد که شباهت اندکی به بن لادن دارد. عکس سوم، به نظر می رسد که همان جسد است که با کمی دستکاری، از جمله قرار دادن ریشی بلند و انبوه شبیه به ریش بن لادن و تغییر فرم بینی، به جسد بن لادن تبدیل شده است. البته این فرضیه که عکس جسد بن لادن، دستکاری شده و جعلی

است، ثابت نشده و دولت آمریکا نیز عکس مذکور را به عنوان عکس بن لادن تایید نکرده است. با این حال، به نظر نمی رسد که روزنامه ها با چنین فرضیه ای - که عکس جعلی است- اقدام به چاپ این عکس کرده باشند؛ چون در تیترو متن اخبار هم چنین جهت گیری ای به چشم نمی خورد.

با این حال، این عکس که در زمره عکس های فجیع قرار دارد و چندان مناسب برای چاپ در صفحه یک روزنامه نیست، با نشان دادن چهره متلاشی جسد بن لادن از نمایی سرازیر و مقایسه دوران قدرت او - که با چهره ای خشن و تهدید آمیز برای ابر قدرت های جهان خط و نشان می کشید- و جسد برهنه اش که توسط همین ابر قدرت ها به این روز افتاده، قصد القای تصویری منفی و تحقیر او را داشته است. عکسی که با تشکیک در صحت مرگ بن لادن و طرح تئوری توطئه در این رابطه، اگر چه تصویر خوشایندی از خود او به دست نداده، اما نوک پیکان را بیشتر متوجه عاملان مرگ او - آمریکا - کرده و صداقت آنها را زیر سؤال برده است. این تصویر سه قسمتی، که قسمت اول آن، چهره سالم بن لادن در زمان حیات را نشان داده، به خوبی نشانگر موضع مبهم و گیج کننده مطبوعات داخلی درباره اوست.



تصویر شماره سه- جسد متلاشی شده اسامه بن لادن

با مقایسه این سه عکس، تصویر دوست، دشمن و کسی که نه دوست بود و نه دشمن، به خوبی ترسیم شده و ابزارهای سوگیری تصویری بدون نیاز به هیچ توضیحی، خود را به مخاطب نمایانده اند: «دشمن» خود را در آستانه نابودی تصویر کرده ایم، ترور «دوست» خود را محکوم کرده و به سوگش نشسته ایم، و شکی مبهم، گیج کننده و تا حدی موذیانه را نسبت به مرگ کسی روا داشته ایم که نه دوستش می دانستیم و نه دشمن.

جمع بندی و نتیجه گیری

با در نظر گرفتن تمامی عوامل و تفسیر و تحلیل متغیرهای موثر در بازنمایی رسانه ای صدام حسین، بی نظیر بوتو و اسامه بن لادن، یافته های زیر را به دست آوردیم:

۱- روزنامه های مورد نظر فضای بیشتر و پوشش خبری بهتری را به کسانی اختصاص داده اند که به نوعی مستقیماً با آنها در ارتباط بوده اند و موضع گیری صریحی نسبت به آنها داشته اند (صدام و بوتو).

۲- هیچ یک از روزنامه های مورد بررسی، به چاپ عکسی تولیدی از صدام، بوتو و بن لادن - حتی عکسی آرشویی - اقدام نکرده اند. با این حال، در انتخاب تصاویر موجود که اغلب توسط خبرگزاری های خارجی تهیه شده، موفق شده اند سوگیری مورد نظر خود را اعمال کنند.

۳- روزنامه ها کمابیش به چاپ عکس هایی از خود شخصیت های مورد مطالعه، تمایل بیشتری نشان داده اند.

۴- روزنامه ها در بازنمایی صدام و بوتو، به نحو یکدست تری عمل کرده اند، اما در مورد بن لادن، در مجموع می توان گفت روزنامه های نزدیک به اصول گرایان و پس از آن، روزنامه های دولتی، جهت گیری مثبت تر - یا دست کم دو پهلوتری - نسبت به وی داشته اند.

۵- عملکرد روزنامه های هر یک از سه گروه دولتی، نزدیک به اصول گرایان و نزدیک به اصلاح طلبان درباره این سه رویداد، کمابیش به عملکرد دیگر روزنامه های همان گروه شبیه بوده است.

۶- مرگ صدام حسین برای روزنامه های دولتی از اهمیت نسبی بالاتری برخوردار بوده است.

۷- مرگ بی نظیر بوتو برای روزنامه های هر سه جناح، اهمیت تقریبا یکسانی داشته است.

۸- مرگ اسامه بن لادن برای روزنامه های نزدیک به اصلاح طلبان از اهمیت نسبی بالاتری برخوردار بوده است.

۹- در مجموع، اهمیت مرگ صدام، بوتو و بن لادن برای همه روزنامه های نمونه به ترتیب کاهش یافته است.

به این ترتیب، نویسندگان به این نتیجه رسیدند که تصویر دوست و دشمن در مطبوعات ایران به طور یکسانی بازنمایی نشده و نمی شود و روزنامه ها سوگیری خود نسبت به اشخاص مختلف را در بازنمایی رسانه ای آنها انعکاس می دهند. در حالی که همه روزنامه ها، تصویری منفی و دشمنانه از صدام حسین ارائه داده اند، در مورد بی نظیر بوتو، چهره ای مثبت و دوستانه را بازنمایی کرده اند. تنها تفاوتی که روزنامه های مختلف در این مورد با یکدیگر داشته اند، میزان برجسته سازی خبر بوده است؛ یعنی میزان فضا و تعداد عکسی که روزنامه ها به این اخبار اختصاص داده اند، در مواردی با یکدیگر متفاوت بوده؛ به طوری که درباره هر سه شخصیت مورد نظر، روزنامه های نزدیک به اصلاح طلبان بیشترین و روزنامه های نزدیک به اصول گرایان کمترین تعداد عکس را منتشر کرده اند.

همچنین در شرایطی که موضع همه روزنامه ها درباره صدام و بوتو به یکدیگر و نیز به مواضع دستگاه حاکمه نزدیک بوده، موضع گیری برخی از روزنامه ها در قبال اسامه بن لادن مبهم و دو پهلو بوده است. تصویری که از او ارائه شده، در برخی روزنامه ها به شدت دوستانه بوده- جام جم، اطلاعات، جمهوری اسلامی، روزگار - و در برخی روزنامه ها به شدت دشمنانه بوده است - آفتاب یزد، همبستگی، شرق، مردم سالاری، کیهان. سایر روزنامه ها با اتخاذ موضعی دو پهلو، چهره ای از او ترسیم کرده اند که گاهی دوستانه و گاهی دشمنانه است، اما بیشتر به این گرایش داشته اند که موضع صریحی در قبال وی نگیرند. در برخی از این روزنامه ها، بن لادن را چون مجاهدی نستوه و مبارزی خستگی ناپذیر دیده ایم - رسالت، فرهنگ آشتی، ابرار - و در برخی دیگر، چهره ای نسبتا منفی از او ترسیم شده - ایران، همشهری -، اما چندان بر آن تاکید نشده، یا

به بیان روزنامه نگارانه، چندان «برجسته» نشده است، و به همین دلیل، این روزنامه ها را نیز می توان دارای موضعی مبهم و دو پهلو دانست؛ موضعی که به نظر می رسد به مواضع دستگاه حاکمه درباره وی نزدیک است.

از سوی دیگر، با توجه به تقسیم بندی روزنامه ها در سه گروه دولتی، نزدیک به اصول گرایان و نزدیک به اصلاح طلبان، به نظر می رسد روزنامه های نزدیک به اصول گرایان، بیشترین حجم موضع گیری های دو پهلو و محافظه کارانه را داشته اند. این روزنامه ها یا ترجیح داده اند خبر مربوط به بن لادن را چندان مهم جلوه ندهند - رسالت، فرهنگ آشتی - یا تصویری مثبت یا خنثی از وی ارائه داده اند - جمهوری اسلامی، ابرار.

روزنامه های دولتی نیز یا مشابه روزنامه های نزدیک به اصول گرایان، عملکردی محافظه کارانه را اتخاذ کرده اند - همشهری، ایران، اطلاعات - یا در صورت برجسته کردن خبر، تصویری بسیار دوستانه - جام جم - یا بسیار دشمنانه - کیهان - از او را بازنمایی کرده اند.

در این میان، می توان گفت که روزنامه های نزدیک به اصلاح طلبان، بیشترین موضع گیری منفی را در قبال بن لادن و بیشترین همبستگی در مواضع را با یکدیگر داشته اند. این روزنامه ها با نمایش شادی مخالفان بن لادن یا چهره ای متلاشی شده و حقیر از او، دشمنی خود را با بن لادن آشکار کرده اند. این را می توان از تیترهای مثبت این روزنامه ها نسبت به کشته شدن بن لادن نیز دریافت. آنها همچنین کمتر از دو گروه دیگر، در مرگ بن لادن تشکیک کرده اند.

با این اوصاف، به نظر می رسد گرایش سیاسی روزنامه ها بر نحوه موضع گیری آنها نسبت به شخصیت بن لادن موثر بوده است. این نکته ای است که درباره دو شخصیت دیگر - صدام و بوتو - که تکلیف روزنامه ها با آنها مشخص تر و موضعشان نسبت به ایشان آشکارتر است، کمتر دیده شده است..

در نهایت این تحقیق، بازنمایی متفاوت دوست و دشمن در عکس های خبری را تایید کرد و آن را ناشی از مواضع سیاسی و ایدئولوژی متفاوت روزنامه ها و قضاوت و جهت گیری متفاوت آنها نسبت به اشخاص گوناگون دانست.

منابع

منابع فارسی

- بارت، ر. (۱۳۸۳). *امپراتوری نشانه ها*، (ن. فکوهی، مترجم). تهران: نشر نی.
- بارت، ر. (۱۳۸۸). *اتاق روشن: اندیشه هایی درباره عکاسی* (چاپ پنجم). (ن، معترف، مترجم). تهران: نشر چشمه.
- بارت، ر. (۱۳۸۹). *پیام عکس*، (ر. گلستانی فرد، مترجم). تهران: نشر مرکز.
- شاد استانجین، ح. (۱۳۸۴)، تحلیل محتوای عکس های تبلیغاتی نامزدهای انتخابات دوره نهم ریاست جمهوری (پایان نامه کارشناسی ارشد). تهران: دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبایی.
- معمد نژاد، ک. و مهدی زاده، م. (۱۳۸۵). *بازنمایی ایران در مطبوعات غرب؛ تحلیل انتقادی* گفتمان نیویورک تایمز، گاردین، لوموند و دی ولت. *فصلنامه علمی پژوهشی علوم اجتماعی*، شماره ۳۶.
- مهدی زاده، م. (۱۳۸۷)، *رسانه ها و بازنمایی*، تهران: انتشارات مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها.
- وحیدی فردوسی، ع. (۱۳۸۸)، *سیاست های رسانه های غربی در بازنمایی رخدادهای خبری؛ تبیین سیاست های سایت های خبری فاکس نیوز و سی ان ان در بازنمایی سخنرانی رئیس جمهور ایران در دانشگاه کلمبیا* (رساله کارشناسی ارشد مدیریت رسانه). تهران: دانشکده صدا و سیما.

منابع لاتین

- Hall, S. (1997). The work of representation. In S. Hall (Ed.), *Representation: Cultural representations and signifying practices*. London: SAGE Publications.
- McQuail, D. (1992). *Media performance*. London: SAGE Publications.

پی نوشت ها

^۱ این مقاله ماخوذ از پایان نامه دوره کارشناسی ارشد رشته علوم ارتباطات اجتماعی، گرایش روزنامه نگاری است که در شهریور ۱۳۹۰ در دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی دفاع شده است.

^۲ Saddam Hussein

^۳ Benazir Bhutto

^۴ Osama bin Laden

^۵ Semiotics

^۶ Roland Barthes

^۷ Stuart Hall

^۸ Denis McQuail

^۹ Objectivity

^{۱۰} The Spectacle of the Other

^{۱۱} Common Sense