



Analyzing the News Coverage of Iran's Military Operation Against Israel ('Operation True Promise'/'Vadeh Sadiq'Operation) in Turkish Media

Reza Saberi¹ | Maryam Farzami²

1. Corresponding author, Assistant Professor, Department of Communication Sciences, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran. E-mail: r.saberi@atu.ac.ir
2. Phd. Candidate of Media Management, Department of Communication Sciences, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran. E-mail: m.farzami@atu.ac.ir

Article Info

Article type:

Research Article

Article history:

Received: 2 October 2024

Received in revised form: 16 November 2024

Accepted: 8 December 2024

Published online: 15 March 2025

Keywords:

'Operation True Promise',
Turkish Media,
Iran,
Zionist Regime (Israel).

ABSTRACT

Objective: This research has been conducted with the aim of analyzing the news coverage of Iran's military operations against Israel ('Operation True Promise'/'Vadeh Sadiq'Operation) in three important news websites of Turkey, including Anadolu, Hurriyat and Cumhuriyet. 'Operation True Promise' in response to the attack of the Zionist regime (Israel) on the Iranian consulate in Damascus, in the late hours of the 25th and early morning of the April 14, 2024, was reflected as an important event in regional, extra-regional and international media news. Turkish media, due to the importance of this country in the region in terms of economic and political power, neighboring Iran, playing an active role in international and regional issues, cultural commonalities with Iran and economic and political connections with Israel and enjoying media diversity, it has been selected as the statistical population of this research.

Methods: Using the content analysis method, this research describes, analyzes and compares the categories of news direction, news source, news value, news format, reasons and consequences of 'Operation True Promise' in these three news websites. Coding instructions were prepared based on the topic and purpose of the research, and based on that, the desired news was extracted and coded. The contents related to 'Operation True Promise' in Anadolu, Hurriyat and Cumhuriyet news websites from April 13 to April 16 were selected as the statistical population of this research. Based on this, 202 contents related to the research topic were extracted and analyzed.

Results: The findings of the research show that "News" style (88.6%) is the most important content presentation format and "Report" and "Article" as other styles used by Turkish media in the subject under investigation. In the analysis of the sources of news published in Turkish media, citing the sources of the Zionist regime with 21.26% are the most important news sources, followed by Iran (17.14%), the United States and NATO member countries (16%). The main reason for the attention of the investigated media in Turkey to the news of the 'Operation True Promise' was to pay attention to the news values of "confrontation" and "inclusion" with an impact on 88.5% of the investigated contents. One of the important points in the publication of news, reports and articles of the investigated media in Turkey regarding the 'Operation True Promise' is the direction of the headlines of these media. "Neutral orientation" with 58.5% has been the most important approach, as well as the superiority of "negative orientation" (33%) over positive orientation (8.5%) in the headlines related to this operation. In this regard, the findings of the research confirm that only 17% of Turkish media headlines were published in support of the operation in question, and on the other hand, about 52% did not support the said operation.

Conclusions: According to the research findings, although the media outlets studied may have relatively distinct approaches to domestic events in Turkey, they have a similar approach to the foreign event of 'Operation True Promise' and a "negative" orientation. By using the word "attack" frequently, they have highlighted three messages for their audiences: "Israel's threats of response against Iran", "a call for restraint by both countries", and "America's support for Israel".

Cite this article: Saberi, R. & Farzami, M., (2022) Analyzing the News Coverage of Iran's Military Operation Against Israel ('Operation True Promise'/'Vadeh Sadiq'Operation) in Turkish Media. *News Science*, 13 (4), 21-24. DOI: <http://doi.org/10.22034/Irsi.2024.481552.1260>



EXTENDED ABSTRACT

Analyzing the News Coverage of Iran's Military Operation Against Israel ('Operation True Promise'/'Vadeh Sadiq'Operation) in Turkish Media

Reza Saberi^{1✉}  | Maryam Farzami² 

1. Corresponding author, Assistant Professor, Department of Communication Sciences, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran. E-mail: r.saberi@atu.ac.ir
2. Phd. Candidate of Media Management, Department of Communication Sciences, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran. E-mail: m_farzami@atu.ac.ir

Introduction:

The media present purposeful frames of reality to their audiences. They can play the role of a tool for political propaganda of governments, valuation and value creation, message induction and prominence in the field of foreign policy towards legitimizing the message of the countries involved in the world public opinion. This research has been conducted with the aim of analyzing the news coverage of Iran's military operations against Israel ('Operation True Promise'/'Vadeh Sadiq'Operation) in three important news websites of Turkey, including Anadolu, Hurriyat and Cumhuriyet. 'Operation True Promise' in response to the attack of the Zionist regime (Israel) on the Iranian consulate in Damascus, in the late hours of the 25th and early morning of the April 14, 2024, was reflected as an important event in regional, extra-regional and international media news.

Turkish media, due to the importance of this country in the region in terms of economic and political power, neighboring Iran, playing an active role in international and regional issues, cultural commonalities with Iran and economic and political connections with Israel and enjoying media diversity, it has been selected as the statistical population of this research. This research is based on framing theory and its basic assumption is that,

- What is the framework for representing the 'Operation True Promise' on news websites in Turkey?
- Is there a fundamental difference between news websites in Turkey in the representation of the 'Operation True Promise'?

Metod:

Using quantitative and qualitative content analysis methods, the news framework of the news websites Anadolu, Hurriyet, and Cumhuriyet is analyzed. The variables of this study for analyzing the media framework include: number of units of analysis, news style, news source, frequently used news terms, news value, news orientation in the headline, type of reaction, positive reaction method, orientation in the headline and text, feedback on the 'Operation True Promise', reasons for carrying out the 'Operation True Promise', and consequences of the 'Operation True Promise'. Coding instructions were prepared based on the topic and purpose of the research, and based on that, the desired news was extracted and coded. The contents related to 'Operation True Promise' in Anadolu, Hurriyat and Cumhuriyet news websites from April 13 to April 16 were selected as the statistical population of this research. Based on this, 202 contents related to the research topic were extracted and analyzed. The frequency and percentage distribution of the units of analysis included 32.7% related to the Anadolu news website, 45% related to the Hurriyet website, and 22.3% related to the Cumhuriyet news website.

Results:

The findings of the research show that:

- "News" style (88.6%) is the most important content presentation format and "Report" and "Article" as other styles used by Turkish media in the subject under investigation. The "news" format was observed more on the Anadolu website (90.91%) than on the other two websites, and this presentation style was observed on

the Hurriyet website (90.11%) and on the Cumhuriyet website (82.22%). The Hurriyet website, which used the "report" format more (89.9%), lacked the "article" format. The Cumhuriyet website, which used the article format more (89.8%), was also distinct from the other two websites.

- The description of the "News Source" data also shows that the three most important news sources, in order of importance, were the Zionist regime (21.26%), Iran (17.14%), and the United States and NATO member countries (16%). The second group of "news sources" included the United States and NATO (16%), European countries and G7 countries (9.79%), Turkey (8.1%), and Russia and China (6.1%). Therefore, the contribution of Iran in providing the contents of the media examined on the subject of 'Operation True Promise' was very small.
- In terms of "news value", the content analysis of the media studied shows that "reputation-interaction" was the most important "news value" (60%) of the Turkish media for covering the 'Operation True Promise'. "Inclusion-interaction" was the second news value (20.67%) of the 'Operation True Promise' for coverage in the Turkish media. These two news values have the same degree of importance in all three media.
- The "news orientation" of the media under investigation shows that 58.5 percent of the headlines in terms of "orientation" were in the "neutral" category (58.5%). However, 33% of the headlines used had a "negative" orientation towards the 'Operation True Promise' and only 8.5% had a "positive" orientation towards the 'Operation True Promise'. Text analysis of the analysis units also shows that a "positive" orientation towards the 'Operation True Promise' was observed in only 15.2% of the texts. "Positive orientation" in the headlines on the Hurriyet website with 14.29% and "positive orientation" in the texts on the Cumhuriyet website with 24.44% were the distinguishing features of these websites from others.
- Media content analysis shows that regarding "True Promise", the word "attack" was the most frequently used word (42.2%) on all websites, and the word 'Operation True Promise' was used only 1%. In this regard, the Turkish media's approach to opposing 'Operation True Promise' was explained to the audience with more reasons (13 reasons) and provided fewer arguments (4 reasons) to support this operation. Also, the media surveyed mentioned 5 positive consequences for the operation (quoting Iranian officials) and mentioned 31 negative consequences for 'Operation True Promise'. It should be noted that the consequences of "tension in the region" (6 cases) and "Iran's defeat" (4 cases) are among the cases that have been repeated in the aforementioned media.

Conclusions:

Analysis of research data based on "framing theory" shows that although the three news websites Anadolu, Hurriyet, and Cumhuriyet in Turkey are known for their different news strategies (respectively: supportive, independent, and opposing the government), they acted very similarly to each other in their coverage of the 'Operation True Promise'. Therefore, the approach of all three media outlets is classified within the "negative approach" framework. Although in this approach, Anadolu's website was "strongly negative" and the other two websites had a "moderately negative" approach. In content production, Turkish media mainly used the "news" format, "non-Iranian" sources, and the news values of "reputation-confrontation" and "inclusion-confrontation". It is likely that factors such as "Turkey's role as a regional power vis-à-vis other Middle Eastern countries" and "Turkey's economic and political relations with Israel" played an important role in creating this foreign approach in Turkish media.

Data available on request from the authors.

Acknowledgements

The authors would like to thank anonymous reviewers.

Ethical considerations

Not applicable.

Funding

Not applicable.

Conflict of interest

The authors declare no conflict of interest.



تحلیل بازتاب اخبار عملیات «وعده صادق» ایران در رسانه‌های ترکیه

رضا صابری^۱ | مریم فرزانی^۲

۱. استادیار، گروه روابط عمومی، دانشکده علوم ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران. (نویسنده مسئول) رایانامه: r.saberi@atu.ac.ir

۲. دانشجوی دکتری رشته مدیریت رسانه، گروه روزنامه نگاری و مدیریت رسانه، دانشکده علوم ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران. رایانامه: m_farzami@atu.ac.ir

اطلاعات مقاله

چکیده

نوع مقاله: مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۷/۱۱

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۸/۲۶

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۹/۱۸

تاریخ انتشار: ۱۴۰۳/۱۲/۲۵

کلیدواژه‌ها:

عملیات «وعده صادق»، رسانه‌های ترکیه، ایران، رژیم صهیونیستی (اسرائیل).



هدف: این پژوهش با هدف تحلیل بازتاب خبری عملیات «وعده صادق» در سه سایت خبری مهم کشور ترکیه شامل آناتولی، حریت و جمهورییت صورت گرفته است. عملیات «وعده صادق» در واکنش به حمله رژیم صهیونیستی (اسرائیل) به کنسولگری ایران در دمشق، در ساعات پایانی ۲۵ و بامداد ۲۶ فروردین ۱۴۰۳ (۱۴ آوریل ۲۰۲۴)، به عنوان یک رویداد مهم در اخبار رسانه‌های منطقه‌ای، فرامنطقه‌ای و بین‌المللی منعکس شد. رسانه‌های ترکیه به دلیل اهمیت این کشور در منطقه از نظر قدرت اقتصادی، سیاسی، همجواری با ایران، نقش فعال داشتن در موضوعات بین‌المللی و منطقه‌ای، اشتراکات فرهنگی با ایران و ارتباطات اقتصادی و سیاسی با اسرائیل و برخورداری از تنوع رسانه‌ای به عنوان جامعه مورد بررسی این پژوهش انتخاب شده است.

روش: این پژوهش با استفاده از روش تحلیل محتوای به توصیف، تحلیل و مقایسه مقولات جهت‌گیری خبر، منبع خبر، ارزش خبر، قالب خبر، دلایل و پیامدهای عملیات «وعده صادق» در این سه سایت خبری می‌پردازد. دستورالعمل کدگذاری بر مبنای موضوع و هدف تحقیق تهیه و بر مبنای آن اخبار مورد نظر استخراج و کدگذاری گردید. محتوای مرتبط با عملیات «وعده صادق» در سایت‌های خبری آناتولی، حریت و جمهورییت، از تاریخ ۲۵ فروردین (۱۳ آوریل) تا ۲۸ فروردین (۱۶ آوریل) به عنوان جامعه آماری این پژوهش انتخاب گردید. بر این اساس، تعداد ۲۰۲ محتوای مرتبط با موضوع پژوهش استخراج و تجزیه و تحلیل گردید.

یافته‌ها: یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد، سبک «خبر» (۸۸/۶٪) مهمترین قالب ارائه محتوای و «گزارش» و «مقاله» به عنوان سایر سبک‌های مورد استفاده رسانه‌های ترکیه در موضوع مورد بررسی بوده است. در تحلیل منبع اخبار انتشار یافته در رسانه‌های ترکیه، استناد به منابع رژیم صهیونیستی با ۲۱/۲۶٪ مهمترین منبع خبری و سپس کشور ایران (۱۴/۱۷٪) و کشور آمریکا و کشورهای عضو ناتو (۱۶٪) قرار دارند. عمده‌ترین دلیل توجه رسانه‌های مورد بررسی در کشور ترکیه به اخبار عملیات «وعده صادق»، توجه به ارزش‌های خبری «برخورد» و «درب‌گیری» با تأثیر در ۸۸/۵٪ محتوای مورد بررسی بوده است. از نکات حائز اهمیت در انتشار اخبار، گزارشات و مقالات رسانه‌های مورد بررسی کشور ترکیه در خصوص عملیات «وعده صادق»، نوع جهت‌گیری تیتراژ رسانه‌ها بوده است. «جهت‌گیری خنثی» با ۵۸/۵٪ مهمترین رویکرد و همچنین برتری حدود ۴ برابری «جهت‌گیری منفی» (۳۳٪) بر جهت‌گیری مثبت (۸/۵٪) در تیتراژهای مرتبط با این عملیات بوده است. در همین راستا، یافته‌های پژوهش تأیید می‌کنند که تنها ۱۷٪ تیتراژهای رسانه‌های ترکیه در جهت حمایت از عملیات مورد نظر انتشار یافته و در مقابل حدود ۵۲٪ عملیات مذکور را حمایت ننموده‌اند.

نتیجه: در یک نتیجه‌گیری کلی می‌توان گفت که اگرچه ممکن است رسانه‌های مورد بررسی در خصوص رویدادهای داخلی کشور ترکیه دارای رویکردهای نسبتاً متمایز باشند اما در خصوص رویداد خارجی عملیات «وعده صادق» دارای رویکرد نزدیک به یکدیگر و دارای جهت‌گیری «منفی» بوده و با استفاده فراوان از واژه «حمله» سه پیام «تهدیدات پاسخ رژیم صهیونیستی (اسرائیل) علیه ایران»، «دعوت به خویشتنداری دو کشور» و «حمایت آمریکا از رژیم صهیونیستی (اسرائیل)» را برای مخاطبان خود برجسته نموده‌اند.

استناد: صابری، رضا؛ و فرزانی، مریم. (۱۴۰۳). تحلیل بازتاب اخبار عملیات «وعده صادق» ایران در رسانه‌های ترکیه. علوم خبری، ۱۳ (۴)، ۹۰-۶۶

DOI: <http://doi.org/10.22034/Irsi.2024.481552.1260>



© نویسندگان.

مقدمه:

مانوئل کاستلز نظریه پرداز قدرت و ارتباطات می گوید سیاست رسانه‌ای، تمام دنیای سیاست نیست اما امروزه تمام سیاست‌ها باید از طریق رسانه‌ها در فرآیند تصمیم‌گیری اثر بگذارند. بدین ترتیب منطق درونی نظام رسانه‌ها به ویژه رسانه‌های نوین الکترونیک، چارچوب اساسی محتوا، سازمان و فرایند راهبردی، دنیای سیاست امروز را تشکیل می‌دهد (کاستلز، ۱۳۸۰: ۵۶). پژوهش‌های مختلف در طی سال‌ها نشان داده است که در واقع رسانه‌ها آنقدر قدرتمند هستند که می‌توانند نقش مؤثری در جنگ یا صلح در دنیا داشته باشند. رسانه‌ها با توجه به کارکردهای گوناگون و میزان تأثیرگذاری فراوانی که بر افکار عمومی دارند، از سوی گروه‌ها و مراجع متعددی در راستای جریان‌سازی‌ها و یا ایجاد پیش‌زمینه و شکل‌دهی جنگ و صلح و ... مورد استفاده قرار می‌گیرند (نوری‌راد و حکیمی، ۱۳۹۷).

رسانه‌ها چارچوب‌های هدفمند از واقعیت‌ها را به مخاطبان خود عرضه می‌کنند. آنها می‌توانند نقش ابزار تبلیغات سیاسی دولت‌ها، ارزش‌گذاری و ارزش‌سازی، القای پیام و برجسته‌سازی نسبت به مشروعیت‌بخشی پیام دست‌اندرکاران کشورها در افکار عمومی جهانی را در عرصه سیاست خارجی ایفا نمایند (همان). تصمیم‌گیرندگان اصلی رسانه‌های خبری، از جمله مدیران ارشد به طور غیرمستقیم در تغییر معنای واقعیت و تولید خبر تأثیرگذار هستند (برگر، ۱۹۸۷: ۸). آنچه مخاطبان به عنوان اخبار از رسانه‌ها تأثیر می‌پذیرند، حاصل انتخاب‌ها، اعمال نظرها، سلیقه‌ها و مجموعه معیارهایی است که خبرنگاران، دبیران، سردبیران سرویس، مدیران و به طور کلی دست‌اندرکاران رسانه خبری در فرایند انتخاب اخبار به کار می‌گیرند (فرهنگی و انارکی، ۱۳۹۴: ۵۶).

والتر لیپمن نیز در سال ۱۹۲۲ با نوشتن کتاب «افکار عمومی» بر نقش وسایل ارتباط جمعی در توصیف جهان پیرامون ما تأکید کرده است. بر این اساس رسانه‌ها با اقدام به پوشش گسترده حوادث و رویدادهای جهانی، در شکل‌گیری افکار عمومی نقش مهمی را برعهده دارند. در رویدادهای مهمی چون جنگ، که می‌تواند دامنه گسترده‌ای از پیامدهای سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و ... را برای دولت‌ها و ملت‌ها به دنبال داشته باشد، بررسی بازتاب اخبار در رسانه‌های مختلف به دلیل تأثیرات ذکر شده اهمیت زیادی دارد. این مسئله نه تنها دارای ابعاد ملی و منطقه‌ای است بلکه می‌تواند در مقیاس جهانی و بین‌المللی نیز تأثیرگذار باشد.

عملیات موسوم به «وعده صادق» جمهوری اسلامی ایران بر علیه رژیم صهیونیستی در فروردین ماه ۱۴۰۳، در صدر توجه کشورها و رسانه‌های جهان قرار گرفت. این عملیات در رسانه‌های کشور ترکیه نیز بازتاب خبری گسترده‌ای داشت. کشور ترکیه به دلیل موقعیت ژئوپلیتیکی خود، یکی از مهمترین همسایه‌های جمهوری اسلامی ایران است. پیوندهای دینی، فرهنگی و پیوستگی‌های زبانی زیادی میان مردم ترکیه با جمعیت زیادی از مردم ایران وجود دارد و رسانه‌های این کشور مورد توجه این بخش از مردم هستند. بزرگترین جمعیت از ایرانی‌های مقیم در منطقه نیز در دو کشور امارات و ترکیه هستند. همچنین کشور ترکیه علی‌رغم محکوم کردن اقدامات رژیم صهیونیستی در کشتار مردم فلسطین، از جمله کشورهایی است که با رژیم صهیونیستی در حوزه‌های مختلف اعم از سیاسی و اقتصادی و ... ارتباط دارد.

دو کشور جمهوری اسلامی ایران و ترکیه به عنوان دو بازیگر مهم منطقه، در موضوعاتی چون ارتباط با رژیم صهیونیستی، جنگ سوریه، عضویت ترکیه در ناتو، مناقشات قفقاز جنوبی و ... دارای رویکردهایی متفاوت و گاهی متضاد هستند. تحلیلگران ادعان دارند که میان این دو کشور به رغم تمام اهداف مشترک، یک رقابت بسیار شدید و عمیق راهبردی هم وجود دارد که قابل کتمان نیست. یکی از مهمترین ابزارها در این رقابت، رسانه‌ها هستند. این را می‌توان در اظهارات اخیر «زاهد سوباجی»، مدیر تلویزیون دولتی ترکیه در مراسم افتتاحیه دانشگاه بورسا اولوداغ مبنی بر اینکه «ما در پایان سال جاری کانال تی آر تی فارسی را افتتاح خواهیم کرد. ما باید ایران را آشفته کنیم!» به وضوح مشاهده کرد. این الفاظ تنها اشاره‌ای کوچک به این رقابت گسترده با بهره‌گیری از ابزار رسانه دارد.

رسانه‌های مختلف کشور ترکیه نیز مانند سایر رسانه‌ها به دلایل مختلفی همچون مالکیت و وابستگی‌های حزبی یا دولتی و ... رویدادهای جهانی را با رویکردهای متنوعی منعکس می‌کنند. بدلیل نقش گسترده رسانه‌ها بر افکار عمومی، رویکرد دولت و احزاب کشور ترکیه نسبت به تحولات مرتبط با جمهوری اسلامی ایران و رژیم صهیونیستی نیازمند بررسی و تحلیل است. پژوهش پیش رو درصدد است بازتاب اخبار مربوط به عملیات «وعده صادق» ایران بر علیه رژیم صهیونیستی را در رسانه‌های مختلف کشور ترکیه بررسی کند و تفاوت بازتاب خبری این عملیات را در هر کدام از سایت‌های خبری آناتولی، حریت و جمهورییت تجزیه و تحلیل کند.

ادبیات نظری و پیشینه پژوهش

مبانی نظری همچون دریچه‌ای است که پژوهشگر از منظر آن به موضوع مورد بررسی نگاه می‌کند. گویی محقق در ابتدای مطالعه خود با لنز مشخصی پدیده مورد نظر را نظاره می‌کند. با توجه به سوالات تحقیق و بررسی پیشینه پژوهش، مهمترین نظریه این حوزه که می‌توان سایر نظریات مرتبط با این پژوهش را زیرمجموعه آن دانست، نظریه مطرح چارچوب‌بندی است. براین اساس ابتدا این نظریه و سپس سایر مفاهیم مرتبط با این حوزه که ما را به ایجاد چارچوبی برای تحلیل اخبار رهنمون می‌سازند مورد توجه قرار می‌دهیم.

چارچوب‌بندی: مفهوم چارچوب‌بندی را ابتدا گافمن در پژوهش خود در حوزه جامعه‌شناسی به کار برد. به باور او ما از طرح‌های تفسیری برای سازماندهی و دسته‌بندی تجربه‌های زندگی خود استفاده می‌کنیم تا معنا دار شود، این طرح‌های تفسیری «چارچوب» نام دارند. در حوزه ارتباطات مفهوم چارچوب نخستین بار از سوی گیتلین و گی تاچمن برای بررسی چگونگی بسته‌بندی و ارائه کارآمد اخبار رسانه‌ای از سوی روزنامه نگاران به کار رفت. آنها چارچوب‌های رسانه‌ای خاصی را رزمینه چگونگی ارسال و انتشار اطلاعات خبری به مخاطبان و چگونگی تفسیر این گزارش‌های خبری از سوی کاربران بررسی کردند (زابلی‌زاده، ۱۳۹۳: ۲۱).

پژوهش‌های ارتباطی نشان می‌دهند که همگرایی زیادی میان برجسته‌سازی و چارچوب‌بندی وجود دارد. به نحوی که مک کامبز، شاو و ویور معتقد بودند نه تنها اثرات چارچوب‌بندی و برجسته‌سازی به هم مرتبطند بلکه چارچوب‌بندی در واقع بسط نظریه برجسته‌سازی است. از دیدگاه این دو برجسته‌سازی ابتدا موضوعاتی را برای توجه افکار عمومی انتخاب می‌کند و سپس چارچوبی برای اندیشه درباره این موضوعات فراهم می‌کند و به این ترتیب توجه را به سمت ویژگی‌های خاصی معطوف کرده و از ویژگی‌های دیگری منحرف می‌سازد (لی، ۲۰۱۰: ۷۶۰، برگرفته از زابلی‌زاده، ۱۳۹۳: ۲۳).

رسانه‌های خبری طی فرآیند چارچوب‌سازی سعی میکنند تا در زمان مقتضی و در راستای منافع سیاستگذاران، مالکان و حامیان خود، با شکل دهی به افکار عمومی، فهم مخاطبان خود را از موضوعی خاص در مسیر دلخواه خود هدایت کنند. می‌توان گفت از جمله کارکردهای چارچوب‌سازی رسانه‌ای آن است که این امر در جوامع مختلف موجب بروز قضاوت‌های ارزشی در مورد موضوعات مختلف، کسب، اعطا و همچنین سلب مشروعیت و حمایت از اشخاص یا موضوعات خاص، اعمال تأثیرات و همچنین تغییر در موضوعات و مسائل گوناگون و نیز تأثیر بر ساختارهای مختلف جامعه می‌شود (سیزل^۱، ۲۰۱۲).

رسانه‌های خبری با چارچوب‌سازی رویدادها، ساختار شناختی مشخص و تعریف شده‌ای را برای مخاطبان فراهم می‌کنند؛ به گونه‌ای که مفهوم‌سازی مردم از واقعیت، به نوعی بر اساس چارچوب‌های رسانه‌ای شکل می‌گیرد (مه‌دی زاده، ۱۳۹۳: ۳۷). چراکه در چارچوب‌سازی، با توجه به جهت‌گیری درک عمومی از موضوعات، بر این موضوع تأکید می‌شود که «مردم در مورد چه و چگونه فکر کنند؟» به این صورت که چارچوب‌های خبری پارامترهایی را تعیین می‌کنند که شهروندان در یک مسیر جهت دار به بحث درباره رخدادهای عمومی می‌پردازند (زابلی‌زاده، ۱۳۹۳: ۱۴).

نظریات و مفاهیمی که در ادامه به آن‌ها اشاره می‌شود در واقع مجموعه عواملی هستند که در نهایت چارچوب‌بندی خبری رویدادها را شکل می‌دهند.

برجسته‌سازی: از لحاظ رسانه‌ای، برجسته‌سازی فرآیندی است که طی آن رسانه‌ها سعی می‌کنند تا بر ذهنیت مخاطبان به نحو دلخواه تأثیر گذارند و افکار عمومی را به جهات مورد نظر سوق دهند. در واقع در این فرآیند، اولویت‌های رسانه، میزان هر نوع رویداد را در بخش‌های خبری مشخص می‌سازند. به لحاظ محتوایی، تکرار بیش از حد رویدادها، برجسته‌سازی را مشخص می‌سازد (شکرخواه، ۱۳۸۵) مهم‌ترین روش‌های برجسته‌سازی در حوزه خبر تلویزیون عبارت‌اند از: ارجاع به رسانه‌های مختلف و معتبر، نقل قول از افراد نخبه، اینکه خبر در اولویت یک بخش خبری قرار گیرد، استفاده از ضرب‌آهنگ‌های هیجانی، لحن گوینده، لحاظ

^۱. cissel

کردن اقشار مختلف جامعه، اختصاص زمان بیشتر به یک خبر و پرداختن به یک بعد خاص از رویداد (شریفی و همکاران، ۱۳۹۹: ۲۱۳)

دروازه‌بانی خبر: مدیریت محتوای خبر، تولید، پردازش و انتشار اخبار بر پایه اصول خبررسانی و سیاست رسانه‌ای خبرگزاری‌ها درباره موضوعات یا رویدادهای مهم جامعه است؛ که توسط عوامل رسانه‌های خبری از جمله، سردبیران، دبیران، مدیران خبر و ... انجام می‌پذیرد. به عبارت دیگر مدیریت معنا و محتوا در حوزه خبر را میتوان تولید معنا، در راستای سیاست‌های رسانه‌های خبری دانست (روشندل اربطانی و قمری وفا، ۱۳۹۶: ۱۰۷). تنها تعدادی از رویدادها، به عنوان خبر از فیلتر رسانه‌های خبری و خبرگزاری‌ها عبور می‌کنند؛ که این نحوه گزینش خبر با عنوان «دروازه بانی خبر» مطرح می‌شود. (بدیعی، ۱۳۶۹: ۴۴) به همین جهت دروازه بانی خبر چارچوبی برای ارزشیابی است تا مشخص شود که انتخاب‌ها چگونه صورت می‌گیرد. در یک تحلیل دقیقتر می‌توانیم بگوییم: دروازه بانی فرایند دوباره‌سازی یک چارچوب ضروری برای رویداد و تبدیل آن به خبر است (بروجردی علوی، ۱۳۷۲: ۵)

از آنجایی که در رخدادهای عمومی، اخبار سیاسی در تأثیرگذاری بر عقاید و آرای مردم نقش بسزایی دارند و برداشت آنها را نسبت به مناسبات جهانی شکل می‌دهند بر همین اساس مدیریت و تولید معنا و محتوای خبری در خبرگزاری‌های مختلف، متفاوت است؛ بدین گونه که خبرگزاری‌ها معمولاً در راستای اهدافشان رویدادهای خبری را تغییر می‌دهند و واقعیت‌ها را به نحوی دیگر بازتولید می‌کنند؛ چراکه بدین وسیله سعی دارند به افکار عمومی جهت دهند؛ از این رو عینیت مطلق در تنظیم اخبار در عمل امکان‌پذیر نیست؛ تا جایی که برخی اخبار را «بازتاب علائق صاحبان رسانه» می‌دانند (افخمی و زابلی‌زاده، ۱۳۹۲: ۸).

جهت‌گیری خبری: طبق استدلال تاچمن (۱۹۷۲) خبر نباید به عنوان یک بازتاب واقعیت پنداشته شود بلکه خبر واقعیت‌های دلخواه خودش را می‌سازد (به نقل از بکر و ولاد، ۲۰۰۹). شاید از این بابت است که مفاهیم عینیت و سوگیری در خبر مطرح شده‌اند. مفهوم عینیت در روزنامه نگاری تقریباً از یک قرن پیش توسعه پیدا کرده است که در ابتدا نوعی واکنش نسبت به خبرهای احساسی بود که خبرنگاران تولید می‌کردند و عقاید شخصی خود را در خبرها دخالت می‌دادند. واژه عینیت به طور کلی به منظور شرح یک رویکرد یا روشی در روزنامه نگاری معرفی شد. روزنامه نگاران می‌توانند خبر را در یک راه عینی بدون هیچ گونه بازتابی از سوگیری شخصی و سازمانی ارائه دهند (پوتر، ۲۰۰۶ برگرفته از شریفی و امید، ۱۳۹۷: ۶۱)

هکت (۱۹۸۴) ادعا می‌کند که سوگیری در خبر در دو حالت اتفاق می‌افتد اول اینکه در استفاده از منابع خبری تعادل وجود نداشته باشد و در حالت دوم در خبر تحریفی از واقعیت وجود داشته باشد. اینکه سوگیری در خبر چرا وجود دارد به عوامل مختلفی همچون ایدئولوژی حاکم بر حکومت، سیاست‌های بنگاه خبری، حاکم بودن تفکر جناحی به جای توجه به منافع ملی و نيات رفتاری خبرنگار و ... بستگی دارد که از جامعه‌ای به جامعه دیگر متفاوت است (شریفی و امید، ۱۳۹۷: ۶۲)

محققان حوزه رسانه با استفاده از روش‌های مختلف همچون تحلیل محتوا توانسته‌اند که به طور نظام‌مند جانبداری‌های موجود در اخبار را آشکار کنند و همچنین ارتباط آنها را با موارد مختلفی همچون ایدئولوژی عوامل شخصی و بین فردی احزاب و گروه‌ها و موارد دیگر بررسی می‌کنند (شریفی و امید، ۱۳۹۷: ۶۲). جهت‌گیری، محتوای تیترو می‌تواند مشخص کند که آیا خبر جنبه انتقادی دارد یعنی به انتقاد از موضوعی خاص مطرح شده است جنبه حمایتی دارد آیا بعنوان حمایت از کسی یا چیزی منتشر شده است و یا آیا جنبه بی طرفانه دارد یعنی فقط یک گزاره خبری را طرح می‌کند.

واژه‌های خبری: مدیریت واژه‌های خبری سطحی از مدیریت خبر است که اقدامات بسیار ظریفی در درون خود دارد. مدیریت در واژه‌ها آثار شناختی زیادی در ذهن مخاطب (ادراک مخاطبان از بی‌طرفی رسانه) خواهد داشت که البته موضوع اقدامات در مدیریت واژه‌های خبری به غیر از مخاطبان، وابستگی بسیار زیادی به نظام و ایدئولوژی حاکم بر رسانه دارد (شریفی و امید، ۱۳۹۷: ۸۴). به دلیل اهمیت انتخاب واژگان در انعکاس یک رویداد خبری، توجه به این موضوع می‌تواند در درک رویکرد رسانه‌ها موثر واقع شود.

منابع خبر: خبرنگاران برای خلق روایت‌های خبری خود به منابع خبری متعدد نیاز دارند به طور سنتی منابع خبری زمینه و اطلاعات را برای روایت خبر فراهم و عقاید رسمی و غیر رسمی را درباره رویدادها ارائه می‌کنند. گزارشگران برای تولید گزارش‌های خود باید هم از منابع اولیه و هم از منابع ثانویه بهره بگیرند. منابع اولیه می‌تواند شامل مصاحبه با شخصی باشد که به طور مستقیم در واقع حضور داشته یا سندی اصیل باشد که درباره موضوع خبری است. منابع ثانویه ممکن است سندی باشد که بر اساس یک منبع اولیه تولید شده است (پوتر ۲۰۰۶). اکثر گزارش‌های خبری از برخی منابع اساسی تغذیه می‌شوند که عبارتند از: الف) وقایعی که به صورت طبیعی اتفاق می‌افتند مانند تصادف‌ها و بلایای طبیعی و ...، ب) فعالیت‌های برنامه‌ریزی شده مانند جلسات و کنفرانس‌های خبری. قبل از انجام هرگونه تولید خبر شناسایی منابع خبری برای خبرنگاران بسیار اهمیت دارد و کار آنان را آسان می‌کند اما خبرنگاران باید همیشه برای دستیابی به منابع خبری جدید آمادگی داشته باشند (برکوویتز ۲۰۰۹ به نقل از شریفی و امیدی، ۱۳۹۷: ۵۹)

ارزش‌های خبری: برای تشخیص اینکه چه رویدادی ارزش تهیه گزارش دارد احتیاج به معیارهایی است که به کمک آن بتوان وقایع را ارزیابی کرد و گزارش جامعی تهیه کرد این معیارها که به‌تنهایی یا گاهی با ترکیب یکدیگر یک رویداد را می‌سازند و در ماهیت خود رویداد وجود دارند ارزش‌های خبری نامیده می‌شوند. ارزش‌های خبری هم خبرنگار را در شناخت و فهم خبر سوژه یابی کمک می‌کنند هم در تهیه و تنظیم خبر به‌ویژه مقدمه آن لید خبر را یاری می‌دهند و هم می‌توانند به عنوان معیار برای ارزیابی رویدادهای روز مورد استفاده قرار گیرند.

ارزش‌های هفت‌گانه خبر عبارت‌اند از: دربرگیری در زمان یا آینده مستلزم نفع یا ضرر مادی و معنوی مستقیم یا غیر مستقیم، شهرت مثبت یا منفی، برخورد‌ها و اختلاف‌های جسمی و فکری، استثناها و شگفتی‌ها، بزرگی و فراوانی تعداد و مقدار، مجاورت جغرافیایی و معنوی، تازگی و زمان رویداد. مطلبی را می‌توان خبر دانست که یکی از ارزش‌های مذکور را داشته باشد (محسنیان راد، ۱۳۹۲: ۸۲).

ارزش‌های خبری می‌تواند رابطه معنادار با متغیرهایی همچون پوشش رسانه‌ای و توجه مخاطبان داشته باشد. برخی مطالعات نشان داده که ارزش‌های خبری اثر درخور ملاحظه‌ای روی پوشش رسانه‌ای و همچنین پوشش رسانه‌ای تأثیری قوی بر توجه مخاطبان دارد. ارزش خبری کمتر برخی رویدادها برای رسانه‌ها، پرسش‌هایی را در ذهن برخی محققان ایجاد کرده است. قطعاً هر رسانه‌ای در هر قالب و با هر شیوه و نحوه تولید محتوا در قالب یک نوع ایدئولوژی و جهان بینی به فعالیت می‌پردازد (علی عسگری، ۱۳۹۴). اخبار رسانه‌ها عموماً از یک زمینه و بستر ایدئولوژیک برمی‌خیزد و همان ایدئولوژی را باز تولید می‌کند (فرهنگی و نعمتی انارکی، ۱۳۹۴).

مفاهیم و نظریه‌هایی که در پژوهش حاضر مورد توجه محقق بوده است می‌توان به این صورت بیان کرد: چارچوب بندی که یک فرایند معناسازی است، با تکیه بر دروازه‌بانی خبر سیاست‌های صاحبان خبرگزاری‌ها را نشان می‌دهد، همچنین با برجسته سازی و جهت‌گیری در ارائه اخبار که در توجه به ارزش‌های خبری و به کارگیری منابع و واژه‌های خبری نمایان می‌شود، مقصود خود را در ذهن مخاطب تجسم می‌بخشد. با توجه به این مفاهیم که نظریه‌ها و مفاهیم کلیدی حوزه ارائه اخبار هستند می‌توان چارچوب مورد نظر خبرگزاری را در موضوع تحقیق مورد بررسی و تحلیل قرار داد.

پیشینه تجربی پژوهش

پژوهش‌های متعددی در داخل و خارج از کشور بازتاب رویدادهای مختلف را در رسانه‌ها تحلیل کرده اند. این پژوهش‌ها از روش‌های مختلفی چون تحلیل محتوای کمی، تحلیل محتوای کیفی، روش‌های تلفیقی، تحلیل گفتمان و ... بهره برده اند. در این بخش به تعدادی از این پژوهش‌ها اشاره می‌شود.

زابل‌زاده (۱۳۹۰) در پژوهشی با عنوان «چارچوب‌سازی رویدادهای اعتراضی مصر، لیبی و بحرین در شبکه‌های پرس تی وی، الجزیره، بی بی سی و سی ان ان»، به بررسی مفهوم سی ان ان زدگی در چارچوب‌سازی رویدادهای اعتراضی کشورهای عربی

پرداخته است. روش تحقیق، تحلیل محتوا و روش نمونه‌گیری، احتمالی چندمرحله‌ای بوده است. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که بر مبنای مفهوم سی ان ان زدگی، شبکه‌های ضد جریان، از جریان اصلی در اولویت دهمی به چارچوب‌ها الگوبرداری می‌کنند. در مقابل در مورد چارچوب‌های خاص (موضوع محور) نمی‌توان با قاطعیت از تأثیر یا عدم تأثیر جریان اصلی بر ضد جریان سخن گفت؛ بلکه ترکیبی از عواملی چون خط مشی‌های رسانه‌ای، ساختار مالکیت و نیز با درجه تعیین‌کنندگی بیشتر، رویکرد کشورهای مبدأ شبکه‌ها در نحوه پوشش رویدادهای اثرگذار هستند.

مهدی‌زاده و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان «مقایسه برساخت رسانه‌ای منازعه سوریه در اخبار تلویزیونی صداوسیما ج.ا. ایران و بی بی سی فارسی» به بررسی این موضوع پرداخته‌اند که درگیری‌های سوریه چگونه توسط شبکه یک سیمای جمهوری اسلامی ایران و بی بی سی فارسی با چارچوب‌گفتمانی متفاوت بازنمایی می‌شود. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که مقایسه چارچوب‌های گفتمانی دو شبکه برای بازنمایی رویداد سوریه کاملاً متفاوت و گاه متضاد است چراکه هر رسانه، به یک طرف منازعه نزدیک شده و از آن حمایت کرده است.

جین یانگ، در پژوهشی با عنوان «تعیین چارچوب حملات هوایی ناتو به کوزوو در چند کشور: مقایسه پوشش خبری روزنامه‌های چین و ایالات متحده آمریکا»، با استفاده از تکنیک تحلیل چارچوب، به مقایسه شیوه پوشش خبری حملات هوایی ناتو، توسط رسانه‌های چین و رسانه‌های ایالات متحده پرداخته است. بر اساس یافته‌های این تحقیق روزنامه‌های چینی نسبت به روزنامه‌های ایالات متحده وابستگی بیشتری به منابع چینی و منابع روسی در مقایسه با منابع ایالات متحده داشتند، درحالیکه روزنامه‌های ایالات متحده بیشتر متکی بر منابع آمریکایی، منابع ناتو و منابع آلبانیایی بودند. همچنین روزنامه‌های چین و ایالات متحده در ساخت تیترها، از سبک‌های تیترزنی کاملاً متفاوتی استفاده کرده‌اند. در تیترهای روزنامه‌های چین از نمادهای فشرده بیشتری در مقایسه با تیترهای روزنامه‌های ایالات متحده استفاده شده است، استفاده این روزنامه‌ها از نمادهای ارجاعی در مقایسه با روزنامه‌های ایالات متحده کمتر بوده است.

روش تحقیق

در تحقیق حاضر از روش تحلیل محتوای کمی و کیفی استفاده شده است. تحلیل محتوا، یکی از روش‌های شناخته شده در مطالعات مربوط به محتوای پیام‌های ارتباطی است. تحلیل محتوای کیفی، یکی از روش‌های تحقیق است که برای تحلیل داده‌های متنی، کاربردی فراوان دارد. این روش، تمرکز بر مشخصات زبان به‌منزله وسیله ارتباطی برای به دست آوردن معنا و محتوای متن دارد (نوری راد و حکیمی، ۱۳۹۷: ۱۸۸). در تحلیل محتوای کمی، حقایق از متن به شکل تعداد دفعات، بیان شده سپس به عنوان درصد یا تعداد واقعی از گروه‌های مهم ارائه می‌شود. تحلیل محتوای کمی باید از چهار ویژگی عینی بودن، منظم بودن، آشکار بودن و کمی بودن برخوردار باشد (خنیفر، ۱۳۹۵: ۸۱) از نظر راسمن و ویلسون، ترکیب روش‌های کمی و کیفی باعث تقویت این روش‌ها می‌شود و در نتیجه داده‌های غنی‌تر فراهم می‌کند (خنیفر، ۱۳۹۵: ۳۴۳).

از آنجایی که هدف اصلی این پژوهش، بررسی بازتاب خبری عملیات و تحلیل چارچوبی است که توسط این سایت‌های خبری ارائه شده، از هر دو تکنیک کمی و کیفی بهره برده‌ایم. در این تحقیق برای جمع‌آوری داده‌ها و تحلیل مطالب خبرگزاری‌ها (خبر، گزارش و مقاله) از روش تحلیل محتوای کیفی استفاده شده است. براین اساس دستورالعمل کدگذاری بر مبنای موضوع و هدف تحقیق تهیه و بر مبنای آن اخبار موردنظر استخراج و کدگذاری شده است. مقولاتی چون چارچوب خبری، کلید واژه‌ها، دلایل و پیامدهای عملیات از مقولات اصلی هستند که با تکنیک تحلیل محتوای کیفی استخراج شده‌اند و فراوانی اخبار و تکرار مفاهیم مختلف در سایت‌های خبری با تکنیک تحلیل محتوای کمی بررسی می‌شود.

جامعه آماری این پژوهش سه سایت خبری آناتولی، حریت و جمهوریت انتخاب شدند. دلیل انتخاب این است که هر کدام از این سه رسانه نماینده جریان خاص سیاسی در ترکیه هستند. خبرگزاری آناتولی، با سابقه‌ترین خبرگزاری ترکیه است و چون حدود ۴۹ درصد سهام این خبرگزاری دولتی است، به خبرگزاری نیمه‌رسمی دولت ترکیه شهرت دارد. در مجامع عمومی و بین‌المللی این خبرگزاری به عنوان رسانه منعکس‌کننده سیاست‌های دولت ترکیه شناخته می‌شود و مواضع آن مورد توجه گسترده قرار می‌گیرد

و حتی به گزارش خبرگزاری فارس، احزاب مخالف ترکیه این خبرگزاری را به فریبکاری در انتشار نتایج انتخابات اخیر این کشور به نفع دولت اردوغان متهم کردند.

خبرگزاری حریت از لحاظ ایدئولوژی، لائیک، غربگرا و دارای سیاست نوشتاری پارادوکسیکال است؛ یعنی گاه ملی‌گرا و برخی مواقع نیز جهان‌گرا یا ترکیبی از این دو نوع گرایش است. (ریگی درخشان و اوزکان، ۲۰۲۰: ۱۳۱۵) این خبرگزاری خود را خبرگزاری مستقل معرفی می‌کند.

«جمهوریت» به عنوان قدیمی‌ترین روزنامه متعلق به جریان فکری کمالیسم که ۹۵ سال از عمر آن گذشته است، یکی از پرتیراژترین روزنامه‌های ترکیه است و در عین حال، در کنار «سوزجو» مهمترین تربیون مخالفین اردوغان قلمداد می‌شود. جمهوریت نیز دارای ایدئولوژی لائیک و همچنین ملی‌گراست و خود را وارث و نماینده بنیانگذار جمهوری ترکیه می‌داند (ریگی درخشان و اوزکان، ۲۰۲۰: ۱۳۱۵).

در روند پژوهش تمام محتواهای مربوط به عملیات مورد نظر در سایت‌های خبری آناتولی، حریت و جمهوریت، از لحظه انتشار اولین اخبار در اواخر شب در ۲۵ فروردین (۱۳ آوریل) تا انتهای ۲۸ فروردین (۱۶ آوریل) انتخاب، شمارش و تحلیل شد. مجموع ۲۰۲ محتوا به عنوان واحد تحلیل در سه سایت خبری کشور ترکیه جمع آوری گردید که ۳۲/۷ درصد مربوط به سایت خبری آناتولی، ۴۵ درصد مربوط به سایت حریت و ۲۲/۳ درصد از سایت خبری جمهوریت بوده است.

جدول ۱. توزیع فراوانی بازتاب خبری عملیات وعده صادق بر حسب رسانه‌های ترکیه

سایت خبری	آناتولی	حریت	جمهوریت	جمع
فراوانی	۶۶	۹۱	۴۵	۲۰۲
درصد	۳۲/۷	۴۵	۲۲/۳	۱۰۰

در خصوص پایایی و روایی پژوهش، پایایی داده‌ها توسط دو پژوهشگر کدگذاری شد و نتایج آن با هم مقایسه شد که بر اساس فرمول اسکات بیش از 0,8 در مقوله‌ها اتفاق نظر بین محققین وجود داشته است. این پژوهش دارای اعتبار صوری است، زیرا دو تن از متخصصان دستورالعمل کدگذاری را تأیید کرده‌اند و از آنجاکه متغیرهای این تحقیق مستخرج از ادبیات و مبانی نظری است، بنابراین از اعتبار سازه نیز برخوردار است.

یافته‌های پژوهش

تحلیل و بررسی بازتاب مطالب خبری با توجه به سؤالات پژوهش درباره چگونگی نمایش واقعیت، چگونگی پخش اخبار با توجه به منبع و نحوه تعریف موضوع نشان می‌دهد که رسانه‌های خبری مورد بررسی در مورد رویدادهای یادشده، در مرحله اول با استفاده از چارچوب‌سازی (تعیین رویه کاری خبرنگاران و سردبیران خبر، سازماندهی واقعیت روزمره، شناخت و طبقه بندی سریع اطلاعات و بسته بندی اطلاعات برای استفاده مؤثر مخاطبان) سعی دارند تا مجموعه‌ای از اطلاعات دسته بندی شده را برای درک بهتر، از طریق سایت‌های خبری در اختیار مخاطبان قرار بدهند تا بدین طریق در مرحله دوم به عنوان معیار تفسیر و پردازش مخاطبان عمل نمایند.

جدول ۲. توزیع محتوای رسانه‌های مورد بررسی بر حسب قالب (سبک) ارائه

سایت خبری	خبر	گزارش	مقاله
آناتولی	۹۰/۹۱	۶/۰۶	۳/۰۳
حریت	۹۰/۱۱	۹/۸۹	-
جمهوریت	۸۲/۲۲	۸/۸۹	۸/۸۹
جمع	۸۸/۶	۸/۴	۳

با بررسی قالب محتوا در سه سایت موردنظر مشاهده می‌شود که قالب خبر با ۸۸/۶ درصد محتوای مرتبط با عملیات «وعده صادق» مهم‌ترین قالب مورد استفاده بوده است. قالب گزارش (۸/۴ درصد) و قالب مقاله (۳ درصد) سایر قالب‌های مورد استفاده در بازتاب این رویداد بوده است. همچنانکه در جدول شماره ۲ مشاهده می‌گردد، بازتاب خبری از رویداد فوق مهم‌ترین قالب محتوایی در تمامی سایت‌های خبری رسانه‌های مورد بررسی بوده و استفاده از گزارش و خبر در درجه اهمیت کمتری قرار داشته‌اند. تعداد مقالات منتشر شده در سایت جمهوری‌ت فرآوانی بیشتری نسبت به سایر سایت‌های خبری داشته است و در سایت حریت هیچ مقاله تحلیلی ارائه نشده است در مقابل سایت‌های خبری حریت و جمهوری‌ت به استفاده از قالب گزارش اهمیت بیشتری نسبت به آناتولی داشته است. در سایت آناتولی دو گزارش ترکیبی کامل همراه با عکس و اینفوگرافیک منتشر شده است که فرایند عملیات را به همراه مواضع طرف‌های درگیر اعم از ایران، رژیم صهیونیستی و هم‌پیمانانش، روند تنش‌ها، اسلحه‌های استفاده شده در عملیات، اهداف مورد اصابت و ... منعکس شده است.

جدول ۳. توزیع محتوای رسانه‌های مورد بررسی بر اساس منبع خبر و به تفکیک رسانه

سایت خبری	جبهه مقاومت و گروه‌های فلسطینی	سازمان ملل و یو.پی	روسیه و چین	کشورهای همسایه	کشورهای اروپایی و جی ۷	کشورهای عربی	آمریکا و ناتو	ترکیه	رژیم صهیونیستی	ایران
آناتولی	-	۸/۷۷	۵/۲۶	۱/۷۵	۱۲/۲۸	۱/۷۵	۲۲/۸۱	۷/۰۲	۱۹/۳۰	۱۰/۵۳
حریت	۱/۱۰	۲/۲۰	۵/۴۹	۱/۱۰	۱۲/۰۹	۵/۴۹	۱۷/۵۸	۲/۲۰	۲۱/۹۸	۲۰/۸۸
جمهوریت	۲/۵۰	-	۷/۵۰	۲/۵۰	۵/۰۰	۲/۵۰	۷/۵۰	۱۵/۰۰	۲۲/۵۰	۲۰/۰۰
جمع	۱.۲	۳.۶۶	۶.۱	۱.۷۸	۹.۷۹	۳.۲۵	۱۶	۸.۱	۲۱.۲۶	۱۷.۱۴

نتایج فرآوانی نسبی در جدول ۳ نشان می‌دهد که در انعکاس واکنش منابع خبری، منبع «رژیم صهیونیستی» در مجموع هر سه سایت خبری با ۲۱/۲۶ درصد بالاترین فرآوانی را دارد. منبع «جبهه مقاومت و گروه‌های فلسطینی» نیز با ۱/۲ درصد کمترین انعکاس را در مجموع سه سایت خبری داشته است. دو سایت جمهوری‌ت و حریت، بیشترین درصد فرآوانی را برای «ایران» و «رژیم صهیونیستی» در نظر گرفته‌اند که این اعداد بسیار به هم نزدیک است. اما در سایت خبری آناتولی بیشترین فرآوانی مربوط به انعکاس واکنش «آمریکا و ناتو» و سپس «رژیم صهیونیستی» است که با فرآوانی نسبی انعکاس مواضع منابع ایرانی فاصله زیادی دارد.

در سایت آناتولی، در گزارش‌های مرتبط با مواضع سازمان ملل در خصوص این عملیات، به مواضع سایر کشورهای جهان نیز در چند مرحله اشاره شده است. در تیتراژ این گزارش‌ها، درخواست کشورها از طرفین برای خویشتن‌داری مورد توجه قرار گرفته است. همچنین گزارش‌هایی از مواضع مقامات مخالف این عملیات در برخی از سایت‌ها و شبکه‌های خبری مطرح مانند اسکای نیوز و سی ان ان را نیز ارائه کرده است. آخرین مواضع مقامات رژیم صهیونیستی نیز در بیشتر اخبار، از رسانه‌های این کشور منتشر می‌شود. در سایت آناتولی، هیچ اثری از مواضع و واکنش مردم کشورهای مختلف و حتی گروه‌های مقاومت در اخبار مرتبط با عملیات ایران بر علیه رژیم صهیونیستی دیده نمی‌شود.

در سایت‌های خبری، چند گزارش جامع وجود دارد که در آنها به آخرین اخبار رویدادها و مواضع طرفین مناقشه اعم از ایران، آمریکا و رژیم صهیونیستی پرداخته شده است. در دو خبر یکی در آناتولی و دیگری در جمهوری‌ت نیز به جشن مردم ایران پس از

حمله به رژیم صهیونیستی اشاره شده است که در دسته واکنش ایران شمارش شده است. همچنین مواضع سران برخی از احزاب ترکیه نیز در بخش واکنش ترکیه ارزیابی شد.

در جدول شماره ۴، در هر سه سایت خبری بالاترین فراوانی نسبی با فاصله بسیار زیاد، مربوط به ارزش خبری شهرت-برخورد است. یعنی در انعکاس این رویداد مواضع مقامات و افراد مهم در اولویت بوده است. البته حریت در درجه اهمیت دوم دربرگیری-برخورد را نیز مورد توجه قرار داده است اما سایر موارد فاصله زیادی با ارزش خبری شهرت-برخورد دارند. تاکید بر مواضع مقامات کشورها و سازمانهای مختلف و نه مردم، تاکید این سایتها بر ارزش خبری شهرت را نشان می‌دهد. گمانه‌زنی‌ها و ادعاهایی که توسط سایت آناتولی به نقل از رسانه‌های رژیم در خصوص پاسخ به عملیات ایران منتشر شده است در دسته دربرگیری و برخورد قرار گرفته است. مطالبی چون تعطیلی موقت فرودگاهها نیز در قسمت ارزش دربرگیری دسته بندی شده است.

جدول ۴. توزیع محتوای رسانه‌های مورد بررسی بر اساس ارزش خبری و به تفکیک رسانه

اناتولی	حریت	جمهوریت	جمع
۳/۰۳	۵/۴۳	۶/۶۷	۵۰۴
۱۸/۱۸	۲۸/۲۶	۱۵/۵۶	۲۰۶۷
۶/۰۶	۲/۱۷	۸/۸۹	۵۷۱
-	-	۲/۲۲	۷۴
۱۳/۶۴	۵/۴۳	۴/۴۴	۷۸۴
۵۹/۰۹	۵۸/۷۰	۶۲/۲۲	۶۰

در جدول شماره ۵، مشاهده می‌شود که در انعکاس اخبار عملیات «وعده صادق» در سه سایت خبری موردنظر، جهت‌گیری «خنثی» با فاصله زیادی بیشترین فراوانی را به خود اختصاص داده است. همچنین در مجموع سه سایت خبری، جهت‌گیری «مثبت» (۸/۵ درصد) کمترین فراوانی را داشته است. در نتایج این بررسی، تلاش دو سایت خبری حریت و جمهوریت در ارائه تیترهای خنثی نمایان است که به خصوص در سایت جمهوریت فاصله زیادی میان جهت‌گیری خنثی با دو حالت منفی و مثبت وجود دارد. در سایت آناتولی، بالاترین درصد مربوط به تیترهای خبری منفی است. در این سایت خبری، اخباری که مواضع مقامات برخی کشورها و یا سازمان ملل با برجسته‌سازی «محکوم کردن عملیات» منعکس شده، زیر مجموعه جهت‌گیری منفی تیتر خبری قرار گرفته است. در برخی از موارد نیز خبر با کلیدواژه «واکنش کشورها» در تیتر به موضوع اشاره کرده و یا بدون استفاده از کلمات دارای بار منفی یا مثبت صرفاً به انعکاس رویداد یا موضع پرداخته‌اند که در جهت‌گیری خنثی دسته بندی شدند. خبرهایی که در آنها این عملیات شکست برای ایران و پیروزی برای رژیم صهیونیستی ترسیم شده است نیز در دسته بندی جهت‌گیری منفی نسبت به عملیات قرار گرفته‌اند.

جدول ۵. توزیع تیتر رسانه‌های مورد بررسی بر حسب نوع جهت‌گیری و نوع رسانه

سایت خبری	خنثی	منفی	مثبت
آناتولی	۴۳/۹۴	۵۱/۵۲	۴/۵۵
حریت	۵۸/۲۴	۲۷/۴۷	۱۴/۲۹
جمهوریت	۷۳/۳۳	۲۰/۰۰	۶/۶۷
جمع	۵۸.۵	۳۳	۸.۵

در جدول شماره ۶ مشاهده می‌شود که در مجموع سه سایت خبری، بالاترین درصد (۵۸/۵) مربوط به اخباری است که «عدم حمایت» از عملیات «وعده صادق» را بازتاب داده و انعکاس اخبار «حمایت» از عملیات نیز با فراوانی ۱۷/۲ درصد، کمترین میزان را به خود اختصاص داده است. عدم حمایت از عملیات، در سایت خبری آناتولی بالاترین فراوانی را به خود اختصاص داده است. در سایت خبری جمهوری‌ت بر خلاف دو سایت دیگر درصد فراوانی هر سه مورد «بلی»، «خیر» و «مورد ندارد» فاصله نزدیکتری با یکدیگر دارند و بیشترین تعادل در انعکاس اخبار حاوی حمایت و عدم حمایت از عملیات در جمهوری‌ت دیده می‌شود.

جدول ۶. توزیع تیتیر رسانه‌های مورد بررسی بر اساس واکنش به عملیات

سایت خبری	مورد ندارد	خیر	بلی
آناتولی	۲۷/۲۷	۶۹/۷۰	۳/۰۳
حریت	۳۴/۰۷	۴۶/۱۵	۱۹/۷۸
جمهوریت	۳۱/۱۱	۴۰/۰۰	۲۸/۸۹
جمع	۳۰.۸۲	۵۱.۹۵	۱۷.۲

همانطور که در جدول شماره ۷ دیده می‌شود در انعکاس نحوه حمایت از عملیات در خبر، فراوانی حمایت «مستقیم» (۱۴/۶ درصد) از عملیات «وعده صادق» در مجموع سه سایت خبری با فاصله بسیار زیادی بیش از حمایت «غیر مستقیم» است. عملکرد سایت خبری جمهوری‌ت در حمایت «مستقیم»، نسبت به دو سایت خبری دیگر بهتر ارزیابی می‌شود. در حریت نیز تفاوت زیادی میان انعکاس اخبار همراه با حمایت مستقیم و غیر مستقیم وجود دارد که عملکردی نزدیک به جمهوری‌ت را نشان می‌دهد. اما در داده‌های سایت خبری آناتولی به دلیل میزان اندک اخبار حمایتی، تفاوتی میان حمایت مستقیم و غیر مستقیم مشاهده نمی‌شود.

جدول ۷. توزیع تیتیر رسانه‌های مورد بررسی بر نوع واکنش مثبت به تفکیک رسانه

سایت خبری	مورد ندارد	غیر مستقیم	مستقیم
آناتولی	۹۷/۰۳	۱/۴۹	۱/۴۸
حریت	۸۰/۰۰	۲/۲۲	۱۷/۷۸
جمهوریت	۷۱/۱۱	۴/۳۳	۲۴/۴۴
جمع	۸۲.۷	۲.۷	۱۴.۶

در سایت آناتولی خبرهایی که در آنها حمایت از حمله وجود نداشته است یعنی رویکرد خنثی یا منفی را پوشش داده‌اند، در جدول شماره ۷ در بخش «مورد ندارد» آورده شده است. خبر مواضع روسیه در تماس تلفنی روسای جمهور دو کشور ایران و روسیه را می‌توان در گروه حمایت غیر مستقیم از عملیات دانست. در سایت حریت، تعداد اخباری که مواضع مقامات ایرانی و سایر حامیان عملیات را در تیتیر و یا متن خبر بیان کرده در بخش حمایت مستقیم از عملیات محاسبه شده است. در سایت جمهوری‌ت نیز خبرهایی که تیتیر آن مواضع مقامات ایرانی یا حامیان عملیات در این خصوص را منعکس می‌کند اما در متن خبر آن به مواضع رژیم صهیونیستی نیز کوتاه اشاره شده است در زمره حمایت غیر مستقیم از عملیات قرار گرفته است. مقالاتی که در آنها نقاط منفی و مثبت این حمله را در کنار هم بیان کرده و تحلیل‌های مختلفی در آن آورده شده است در «موردی ندارد» قرار گرفت.

جدول ۸. توزیع تیتر و متن محتوای رسانه های مورد بررسی بر اساس نوع جهت گیری و رسانه

سایت خبری	مورد ندارد	منفی	مثبت
آنا تولی	۲۱/۲۱	۷۴/۲۴	۴/۵۵
حریت	۳۷/۳۶	۴۶/۱۵	۱۶/۴۸
جمهوریت	۳۳/۳۳	۴۲/۲۲	۲۴/۴۴
جمع	۳۰.۶	۵۴.۲	۱۵.۲

در بررسی تبعات عملیات در تیتر و متن اخبار، بازتاب تبعات «منفی» عملیات (۵۴/۲) بیشترین فراوانی را در مجموع سه سایت خبری آنا تولی، حریت و جمهوریت داراست و انعکاس اخبار حاوی تبعات «مثبت» (۱۵/۲) درصد نیز کمترین درصد را به خود اختصاص داده است. در جدول شماره ۸، در بررسی نتایج مربوط به سایت آنا تولی درصد فراوانی بالای اخباری که پیامدهای عملیات را «منفی» ارزیابی می کنند روبه رو هستیم همچنین درصد فراوانی سایت جمهوریت به دلیل نزدیک بودن درصد فراوانی های تبعات مثبت و منفی، تعادل بیشتری را نشان می دهد و نتایج سایت حریت نیز به جمهوریت نزدیک تر است و از آنا تولی فاصله بیشتری دارد.

در مورد بازتاب تبعات «مثبت» عملیات در تیتر و متن اخبار، می توان به خبر سخنان نماینده ایران در سازمان ملل اشاره کرد که وی «دفاع مشروع» ایران بر اساس قوانین بین المللی را بیان کرده است. تبعات منفی عملیات در محتوای خبری سایت آنا تولی عبارتند از: افزایش تنش در منطقه، شکست ایران در این عملیات، فراموش شدن موضوع غزه، احتمال پاسخ رژیم صهیونیستی و جنگ گسترده و نوسانات اقتصادی در جهان و... همچنین اخباری که تبعات این عملیات را برای رژیم صهیونیستی و هم پیمانانش مثبت ارزیابی کرده اند از آنجایی که با اهداف این عملیات در تضادند، در بخش تبعات منفی این عملیات دسته بندی شده اند. در سایت جمهوریت نیز اخباری که تبعات اقتصادی منفی عملیات برای رژیم صهیونیستی را بیان کرده است از آنجایی که در راستای ضربه زدن به این رژیم قرار می گیرد در دسته تبعات مثبت عملیات وعده صادق قرار گرفت. اخباری که به انعکاس مواضع ایران در خصوص عملیات پرداخته است نیز در زمره تبعات مثبت ارزیابی شده است. مقالاتی که در آن ها تحلیل های مثبت و منفی و گمانه زنی های مختلف آمده است در بخش «مورد ندارد» ارزیابی شد.

جدول ۹. تحلیل محتوای رسانه های مورد بررسی بر اساس برجستگی بازخورد عملیات

سایت خبری	محوکویت مواضع کشورهای مخالف توسط ایران و حامیانش	اطلاع رسانی ایران به کشورهای دیگر اعم از آمریکا و ترکیه قبل از عملیات	خطرناک بودن ایران برای جهان و منطقه و لزوم اتحاد جهانی و تحریم برای مقابله	احتمال پاسخ رژیم به ایران	تهدیدات و گمانه زنی ها در خصوص	تاکید بر حق پاسخ رص به ایران	منجر به انحراف توجه به غزه و در نهایت به نفع رژیم	شکست ایران (اسبب خفیف و نتایج ضعیف)	تأثیر منفی بر اقتصاد و بازارهای جهانی	دعوت کشورها به خویشن داری طرفین (تگرانی از تبعات افزایش تنش ها)	تاکید بر حق پاسخ ایران به حمله کسولگری	محوکویت توسط کشورها و سازمان ملل	حمایت آمریکا و هم پیمانانش از رژیم و موفقیت آنها
آنا تولی	-	-	۵/۱۷	۱۳/۷۹	۳/۴۵	۵/۱۷	۸/۶۲	۱۰/۳۴	۲۴/۱۴	۳/۴۵	۱۲/۰۷	۱۳/۷۹	
حریت	۴/۲۳	۴/۲۳	۸/۴۵	۲۶/۷۶	۱/۴۱	-	۹/۸۶	-	۱۵/۴۹	۱۱/۲۷	۸/۴۵	۹/۸۶	
جمهوریت	۹/۰۹	۳/۰۳	۳/۰۳	۲۴/۲۴	۳/۰۳	۶/۰۶	-	-	۲۱/۲۱	۱۵/۱۵	۳/۰۳	۱۲/۱۲	
جمع	۴.۴	۲.۴	۵.۶	۲۱.۶	۲.۶	۳.۷	۶.۲	۳.۴	۲۰.۳	۱۰	۷.۸	۱۲	

در این بخش چارچوب‌های خبری ارائه شده در مورد عملیات، براساس تحلیل و بررسی تمام متون خبری سایت‌های مورد مطالعه، در دسته‌بندی‌های جدول ۹ ثبت شد. در مجموع سه سایت خبری «تهدیدات و گمانه‌زنی‌ها در خصوص احتمال پاسخ رژیم صهیونیستی به ایران» (۶۴/۷۹) بالاترین درصد فراوانی را به خود اختصاص داده و «دعوت کشورها به خویشن داری طرفین (نگرانی از تبعات افزایش تنش‌ها)» (۶۰/۸۴) نیز با فاصله کمی پس از آن قرار دارد. «اطلاع‌رسانی ایران به کشورهای دیگر اعم از آمریکا و ترکیه قبل از عملیات» (۷/۲۶) درصد کمترین فراوانی فقط در دو سایت حریت و جمهوریت مورد توجه قرار گرفته است. باز هم سایت آناتولی با تاکید بیشتر بر اخبار حاوی «نگرانی از تبعات افزایش تنش‌ها» در ارائه رویکرد منفی نسبت به عملیات در مقایسه با دو سایت خبری دیگر پیش‌تاز است. همچنین سایت‌های خبری حریت و جمهوریت به انعکاس گسترده اخبار مربوط به «تهدیدات و گمانه‌زنی‌ها در خصوص احتمال پاسخ رژیم صهیونیستی به ایران» پرداخته‌اند.

در سایت آناتولی، گزارش اسکای نیوز از سخنان دیوید کامرون که با خواست کاهش تنش‌ها از اهمیت پذیرش «شکست عملیات ایران» به عنوان «پیروزی خود» توسط رژیم صهیونیستی و عدم نیاز به پاسخ به آن تاکید کرده بود منعکس شد. آناتولی گزارشی کامل از سخنان یکی از سران احزاب متحد دولت در ترکیه که این عملیات را «نمایشی برای انحراف اذهان از کشتار در غزه» خوانده بود و به تمجید از نقش موثر ترکیه در بحران فلسطین پرداخته بود منعکس کرد.

جمهوریت به نقل از بی بی سی و رویترز (به نقل از یک دیپلمات ترکیه‌ای، بدون اشاره به نام وی) مدعی شد که ایران قبل از عملیات از طریق ترکیه به آمریکا اطلاع داده که عملیات انجام خواهد شد و در پاسخ به پیام آمریکا در این خصوص که «عملیات باید محدود باشد» پاسخ ایران نیز این بوده که این عملیات فقط پاسخی به حمله به کنسولگری خواهد بود و فراتر از آن نخواهد رفت.

جدول ۱۰. تحلیل محتوای رسانه‌های مورد بررسی بر اساس واژگان پرکاربرد

سایت خبری	حمله نمایشی	دفاع مشروع	شکست کامل برای ایران	عملیات تلافی‌جویانه یا انتقام	عملیات وعده صادق	جنگ ایران و رژیم صهیونیستی	تشدید تنش نظامی در منطقه	تنش میان دو کشور	حمله موشکی و پهپادی	حمله پهپادی	حمله هوایی	حمله
آناتولی	۱/۷۲	-	۵/۱۷	۸/۶۲	۱/۷۲	۱/۷۲	۱۲/۰۷	۱۷/۲۴	-	-	۸/۶۲	۳۷/۹۳
حریت	-	۴/۵۵	-	۱۵/۹۱	۱/۱۴	-	۴/۵۵	۳/۴۱	۱۹/۳۲	۷/۹۵	۳/۴۱	۳۵/۲۳
جمهوریت	۲/۲۲	۲/۲۲	-	۲۰/۰۰	-	۴/۴۴	-	۲/۲۲	۱۱/۱۱	-	۴/۴۴	۵۳/۳۳
جمع	۱.۳	۲.۲	۱.۷	۱۴.۸	۱	۲	۵.۵	۷.۶	۱۰.۱	۲.۶	۵.۵	۴۲.۲

در جدول ۱۰، مفاهیم و واژه‌هایی که در انعکاس خبری عملیات «وعده صادق» در سایت‌های مورد نظر به کار رفته، بررسی شده است. بیشترین درصد فراوانی (۴۲/۲) در هر سه سایت خبری با تفاوت بسیار زیاد با فراوانی سایر واژه‌ها، مربوط به واژه «حمله» است. پس از آن، به کارگیری مفاهیم «حمله تلافی‌جویانه» و «انتقام ایران از رژیم صهیونیستی» با ۱۴/۸ درصد بیشترین فراوانی را در مجموع سه سایت دارد. این موضوع از آن جهت قابل تامل است که به موضع ایران در قبال این عملیات نزدیک‌تر است. البته در سایت حریت از مفهوم «حمله تلافی‌جویانه» در مواضع خود سایت خبری استفاده نشده و در اعلام مواضع کشورهای چپ‌روسیه این مفهوم منعکس شده بود. کمترین درصد فراوانی در مجموع سه سایت را نیز واژه «عملیات وعده صادق» با یک درصد داراست که نشان از عدم توجه این سایت‌های خبری نسبت به عنوان اعلامی جمهوری اسلامی ایران برای این عملیات دارد. درصد فراوانی استفاده از «حمله موشکی و پهپادی» در سایت حریت با ۱۹/۳۲ درصد، نسبت به سایر سایت‌ها بسیار بالاتر است که نشان

از توجه این سایت خبری به نحوه انجام این عملیات دارد که در نقطه مقابل موضع سایت آناتولی (با فراوانی صفر درصد) قرار گرفته است.

جدول شماره ۱۱ و ۱۲ و ۱۳ دلایل مطرح شده در رسانه های مورد بررسی را نشان میدهد آنچه که مشخص است در بخش اول (جدول ۱۱) بر اساس نظرات مقامات سیاسی دلایل عملیات "وعده صادق" بیان شده است. اما رویکرد رسانه های ترکیه برای مخالفت با عملیات "وعده صادق" (جدول ۱۲) با دلایل بیشتری (۱۳ دلیل) به مخاطبان تبیین گردیده و استدلال کمتری (۴ دلیل) برای حمایت از این عملیات به مخاطبان ارائه نموده اند.

جدول ۱۱. دلایل انجام عملیات به تفکیک رسانه های مورد بررسی

آناتولی	- پاسخی به حمله هوایی رژیم صهیونیستی به کنسولگری ایران (به نقل از مقامات ایرانی) - انتقام گیری از رژیم صهیونیستی (به نقل از وزیر خارجه ترکیه) - ریشه مشکل ایران و رژیم صهیونیستی به موضوع غزه بر می گردد. (به نقل از وزیر خارجه ترکیه) - نمایشی برای انحراف اذهان از موضوع غزه (به نقل از رئیس حزب متحد دولت)
حریت	- پاسخی به حمله هوایی رژیم صهیونیستی به کنسولگری ایران (به نقل از مقامات ایرانی) - عدم واکنش مناسب شورای امنیت سازمان ملل در خصوص اقدامات رژیم صهیونیستی (به نقل از مقامات ایرانی) - قصد ایجاد آشوب ایران در حیاط خلوت خود (به نقل از نخست وزیر بریتانیا)
جمهوریت	- پاسخی به حمله هوایی رژیم صهیونیستی به کنسولگری ایران (با اشاره به سخن مقام معظم رهبری و سایر مقامات ایرانی در این مورد) - تحقق اهداف ایران از جمله: جلب رضایت طرفداران حکومت، حمایت از گروههای مقاومت، جلوگیری از حملات بیشتر رژیم صهیونیستی به نیروهای قدس ایران (به نقل از کارشناس سیاسی ترکیه) - دفاع مشروع و قانونی - عملیات تنبیهی (به نقل از رئیس جمهور ایران)

جدول ۱۲. بررسی دلایل مخالفت رسانه های مورد بررسی با عملیات

آناتولی	- جلوگیری از بحرانهای بیشتر در منطقه و گسترده تر شدن آتش جنگ - حمایت از رژیم صهیونیستی - مخالفت با فعالیتهای ایران و گروههای وابسته به آن در منطقه - کاستن از توجهات جهانی به موضوع غزه
حریت	- مخالفت با خونریزی بیشتر در منطقه (به نقل از نخست وزیر بریتانیا) - حمایت از رژیم صهیونیستی و سایر شرکای منطقه ای - تعهد کشور به امنیت رژیم صهیونیستی (به نقل از وزیر خارجه فرانسه) - نقض قوانین بین المللی (به نقل از مقامات آمریکایی) - تضعیف صلح جهانی (به نقل از رئیس سازمان ملل)
جمهوریت	- حمایت «تزلزل ناپذیر» آمریکا از رژیم صهیونیستی (به نقل از جو بایدن رئیس جمهور آمریکا) - کاهش تنش و تضمین امنیت منطقه (به نقل از مسئول سیاست خارجی اتحادیه اروپا) - نمایشی بودن حملات و ایجاد شرایط افزایش فشار به مردم غزه - تلاش رژیم صهیونیستی برای تحریک متحدانش برای جنگ با ایران و گسترش دامنه جنگ

جدول ۱۳. دلایل حمایت رسانه های مورد بررسی با عملیات

آناتولی	- حق ایران در پاسخ به حمله به کنسولگری این کشور در دمشق (به نقل از مقامات روسیه)
حریت	- حق ایران در پاسخ به حمله به کنسولگری این کشور در دمشق (به نقل از مقامات روسیه)
جمهوریت	- عدم واکنش کافی از سوی شورای امنیت سازمان ملل در برابر حمله سرائیل به کنسولگری ایران (به نقل از بیانیه روسیه) - حق طبیعی دفاع از خود در برابر جنایات رژیم صهیونیستی (به نقل از حماس)

جدول شماره ۱۴ به آثار و پیامدهای ذکر شده در رسانه‌های مورد بررسی در کشور ترکیه از منظر مقامات ایران، رژیم صهیونیستی، ترکیه، مقامات غربی و همچنین رویکرد رسانه‌های مورد بررسی اشاره میکند. همچنان که مشاهده می‌گردد رسانه‌های مورد بررسی با ذکر ۵ پیامد مثبت برای عملیات مذکور (به نقل از مقامات ایران) به ذکر ۳۱ پیامد منفی برای عملیات "وعده صادق" اشاره نموده‌اند. لازم به یادآوری است که پیامد "تنش در منطقه" (۶ مورد) و "شکست ایران" (۴ مورد) از جمله مواردی است که در رسانه‌های مذکور تکرار شده است.

جدول ۱۴. بررسی پیامدهای عملیات به تفکیک رسانه‌های مورد بررسی

پیامدهای کلی عملیات	
افزایش تنش در منطقه -مشکلات اقتصادی در ایران و جهان -افزایش فشار بر مردم غزه و انحراف اذهان از این موضوع -ادامه حمایت غرب از رژیم صهیونیستی -ایجاد بهانه برای ادامه حضور آمریکا در منطقه	آناتولی
-اصابت به برخی از اهداف نظامی	حریت
افزایش تنش در منطقه -سو استفاده نتانیاهو و جلب حمایت غربی‌ها ضد ایران -نقض شدن مصونیت رژیم صهیونیستی و نمایش قدرت برای ایران (به نقل از مقاله محمت علی گولر)	جمهوریت
پیامدهای عملیات از نظر مقامات ایران	
-پیشگیری از تکرار اقدامات رژیم صهیونیستی در حمله به مواضع ایران -امکان پاسخ قوی تر و جامع تر در صورت حملات احتمالی رژیم صهیونیستی	آناتولی
-دفاع مشروع براساس پروتکل‌های امنیتی جهانی -تحقق وعده رهبر ایران در خصوص مجازات مهاجم	حریت
- پاسخ پشیمان کننده در صورت اقدامی از سوی رژیم صهیونیستی و حامیان آن	جمهوریت
پیامدهای عملیات از منظر مقامات ترکیه	
-امکان افزایش تنش در منطقه -کاهش توجهات به موضوع غزه	آناتولی
افزایش تنش در منطقه	حریت
- امکان افزایش تنش در منطقه -امکان گسترش تنش به جنگ‌های بزرگتری در سطح جهانی	جمهوریت
پیامدهای عملیات از منظر مقامات غربی	
-حمایت کامل و همه جانبه آمریکا از رژیم صهیونیستی -نمایش ضعف نظامی ایران و قدرت ائتلاف حامی رژیم صهیونیستی	آناتولی
-تنش بی سابقه و تهدید جدی برای امنیت منطقه -ایجاد خطر برای رژیم صهیونیستی و سایر کشورهای سازمان ملل در منطقه -شکست ایران	حریت
-حمله به تاسیسات هسته‌ای ایران توسط رژیم صهیونیستی	جمهوریت
-تنش در منطقه -حمایت موفقیت آمیز ائتلاف نظامی از رژیم صهیونیستی	جمهوریت
پیامدهای عملیات از منظر مقامات رژیم صهیونیستی	
-قدرت بازدارندگی بالای سیستم دفاعی رژیم صهیونیستی -حمایت همه جانبه هم پیمانان این رژیم -ایجاد فرصتهای جدید همکاری رژیم صهیونیستی در خاورمیانه -نیاز به وضع تحریم‌های جدید بر علیه ایران و سپاه پاسداران -شکست ایران	آناتولی

حریت	- شکست ایران - نیاز به وضع تحریم‌های جدید بر علیه ایران - لزوم درک افزایش خطر ایران برای امنیت جهانی و اخراج آن از سازمان‌های بین‌المللی - اثبات امنیت و قدرت رژیم صهیونیستی
جمهوریت	- لزوم ایجاد ائتلاف منطقه‌ای بر ضد ایران - شکست ایران

نتیجه‌گیری

براساس یافته‌های پژوهش از مجموع ۲۰۲ خبر تحلیل شده در سه سایت خبری کشور ترکیه، ۳۲/۷ درصد مربوط به سایت خبری آناتولی، ۴۵ درصد مربوط به سایت حریت و ۲۲/۳ درصد کل مطالب مربوط به سایت خبری جمهوریت بوده است. براین اساس سایت خبری حریت بالاترین فراوانی محتوا را در بازه زمانی مدنظر تولید و منعکس کرده است. در مجموع نتایج سه سایت خبری در مقوله‌های قالب محتوا «قالب خبری»، در انعکاس واکنش منبع خبری «رژیم صهیونیستی»، در مقوله ارزش خبری «شهرت-برخورد»، در جهت‌گیری تیتر خبری «منفی»، در حمایت از عملیات در متن خبر «عدم حمایت»، در نحوه حمایت «حمایت مستقیم»، در مقوله تبعات عملیات «تبعات منفی»، در چارچوب خبر در مورد عملیات «تهدیدات و گمانه‌زنی‌ها در خصوص احتمال پاسخ رژیم صهیونیستی به ایران» و در مقوله واژه بکار رفته در اخبار در خصوص عملیات «واژه حمله» بیشترین فراوانی را به خود اختصاص دادند که در مجموع نشان از تسلط نگرش منفی در بازتاب اخبار عملیات «وعده صادق» در مجموع محتوای این سه سایت مهم کشور ترکیه دارد.

در جدول شماره ۲، در خصوص تفاوت زیاد نسبت تعداد اخبار به دو قالب دیگر یعنی گزارش و مقاله می‌توان تحلیل کرد که با توجه به سرعت و اهمیت اطلاع‌رسانی این رویدادها و مواضع گسترده مقامات و کشورها نسبت به آن، اولویت سایت‌های خبری در انعکاس سریع این اخبار بوده و کمتر به دنبال تحلیل عمیق بوده‌اند. در همان معدود مقالاتی که در این خصوص منتشر شد نکات قابل تاملی وجود دارد که در واقع بازتاب مواضع آن خبرگزاری‌ها در خصوص این رویداد مهم است.

آناتولی در مقاله‌ای منفی‌نگرانه نسبت به عملیات «وعده صادق» که دو روز بعد از این عملیات منتشر کرده است و با تیتر: «برنده و بازنده در حمله تلافی‌جویانه ایران به رژیم صهیونیستی» به اهداف و تبعات این عملیات پرداخته، بازنده نهایی این عملیات را مردم غزه و برنده آن را نیز ایران، آمریکا و رژیم صهیونیستی دانسته است و برای هر یک نیز دلایلی را مطرح کرده است. نویسنده معتقد است که اقدام ایران به آرمان فلسطین ضربه وارد می‌کند و تبعات منفی چون افزایش جنایتگری رژیم صهیونیستی، حمایت بیش از پیش غرب از این رژیم و ادامه حضور آمریکا در خاورمیانه را به دنبال خواهد داشت. در واقع نتیجه می‌گیرد که این سه برنده هستند چون اهدافشان در یک راستا قرار گرفته است با اینکه در ظاهر دشمن سرسخت یکدیگر هستند. با بررسی‌های دقیق تیتورها و متون اخبار سایت آناتولی در بازه مورد نظر، درمی‌یابیم که رویکرد مورد اشاره در این مقاله همان چارچوب منفی‌نگرانه مدنظر این خبرگزاری در انعکاس موضوعات مرتبط با عملیات ایران است.

محتوای مقالاتی که در جمهوریت منتشر شده است رویکرد متعادل‌تری نسبت به آناتولی دارد. یک مقاله به نفع این عملیات بود و بر این نکته تاکید داشت که عملیات «وعده صادق» مصونیت رژیم صهیونیستی را به پایان رساند. مقاله دیگر این سایت خبری نیز در خصوص نمایشی بودن این عملیات و بهره‌ای که هم ایران و هم رژیم صهیونیستی از آن می‌برند سخن گفته بود. سومین مقاله نیز به طور کلی به مخالفت با افزایش تنش در منطقه پرداخته و مقصر را حماس دانسته بود، همچنین در ادامه تاکید داشت که ترکیه باید خود را از درگیری دور نگه دارد و به فکر منافع ملی و امنیت کشور خود باشد. نگاه جمهوریت در این مقالات را می‌توان بر این اساس که این خبرگزاری در جرگه رسانه‌های مخالف دولت فعلی ترکیه قرار دارد تحلیل کرد زیرا سعی داشته که برخلاف آناتولی رویکردهای مثبت نسبت به عملیات را نیز پوشش داده و تلنگری نیز به دولت ترکیه در خصوص لزوم تقدم منافع ملی کشور

بر سایر مسائل داشته باشد. همچنین رویکرد سکولار این خبرگزاری را می‌توان در انتشار مقاله انتقادی آن نسبت به مواضع حماس که مانند دولت کنونی ترکیه گرایشات اسلامگرایانه دارند مشاهده کرد.

براساس مبانی نظری پژوهش، از جمله عوامل ایجاد سوگیری در خبر، عدم تعادل در استفاده از منابع خبری است. براساس یافته‌های پژوهش در دو سایت خبری حریت و جمهوری‌ت بر خلاف آناتولی، فراوانی اخبار مربوط به واکنش دو طرف عملیات یعنی جمهوری اسلامی ایران و رژیم صهیونیستی از تعادل بیشتری برخوردار است. در تحلیل انعکاس واکنش‌های منابع خبری، آناتولی مواضع غرب را به طور گسترده‌ای انعکاس داده و در مقابل، مواضع کشورهای مخالف این رویکرد را بسیار محدود منتشر کرده است. این انعکاس سوگیرانه را می‌توان در راستای چارچوب مدنظر این سایت خبری در خصوص عملیات وعده صادق تحلیل کرد زیرا مواضع منابع غربی، ناتو و کشورهای اروپایی همراه با محکومیت قاطع عملیات، هشدار و تهدید در این خصوص بوده است. عدم انعکاس تقدیر گروه‌های فلسطینی و کشورهای حامی جبهه مقاومت و همچنین مردم کشورهای منطقه از این وقایع نیز نشان از عزم راسخ آناتولی در ایجاد ذهنیت منفی نسبت به عملیات حتی به قیمت سانسور اخبار منطقه دارد. دو سایت خبری جمهوری‌ت و حریت به دلیل انعکاس تقریباً دو برابری مواضع ایران نسبت به آناتولی رویکرد متعادل‌تری از خود به نمایش گذاشته‌اند. قابل ذکر است سایت جمهوری‌ت نیز در ادامه سیاست انتقادی خود نسبت به دولت کنونی ترکیه، تأکید چندانی بر واکنش‌های دولت ترکیه ندارد. به طور مثال تقریباً هیچ واکنشی از شخص اردوغان نسبت به این عملیات منعکس نکرده است و فقط چند خبر در خصوص واکنش وزارت خارجه ترکیه و شخص وزیر را انعکاس داده و به طور کلی سعی کرده رویکرد خنثی در این خصوص از خود به نمایش بگذارد.

در بررسی ارزش‌های خبری در تیتراژ اخبار نیز این موضوع اثبات می‌شود زیرا براساس یافته‌های پژوهش، ارزش‌های شهرت و برخورد بیشترین فراوانی را دارد، یعنی این سایت‌های خبری محتوای مرتبط با مواضع مقامات دولتی در خصوص عملیات را به شکل گسترده مورد توجه قرار داده‌اند. این موضوع را می‌توان در انزجار مردم منطقه و حتی جهان از اقدامات رژیم صهیونیستی و شادی مردم حامی فلسطین از این عملیات تحلیل کرد که انعکاس آن می‌توانست نگاه مثبتی مردمی بیشتری در داخل کشور ترکیه را نسبت به عملیات به همراه داشته باشد که با سیاست‌های مورد توجه این خبرگزاری‌ها به خصوص آناتولی همسویی زیادی ندارد. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد در خصوص جهت‌گیری‌های اخبار، سایت آناتولی با انتشار گسترده اخباری که جهت‌گیری «منفی» نسبت به عملیات نظامی ایران بر علیه رژیم صهیونیستی را منعکس می‌کردند، چارچوب ذهنی منفی را به مخاطب القا می‌کند. در سایت خبری جمهوری‌ت برخلاف آناتولی در تیتراژ کمتر از واژگان تند و رادیکال مانند «محکوم کردن» (که در سایت آناتولی به کرات وجود داشت) استفاده شده بود و اکثر تیتراژ خنثی بودند. همچنین جمهوری‌ت از تیتراژهای سوالی بیشتری نسبت به سایر خبرگزاری‌ها بهره گرفته بود که می‌تواند به افزایش جذابیت خبر و علاقه مخاطب به مطالعه متن خبر بیانجامد. براساس مبانی نظری تحقیق این اقدام، این حس را در مخاطب ایجاد می‌کند که خبرگزاری نگاه مستقلی به موضوع دارد و قضاوت را به خواننده سپرده است و سبب فزایش اعتماد به آن می‌شود.

در بررسی جهت‌گیری حمایتی از عملیات، باز هم سایت خبری آناتولی فراوانی حداقلی در انتشار اخبار حمایتی را منعکس کرده است. در پرداختن به اخبار حمایتی و غیر حمایتی رویکرد سایت جمهوری‌ت تعادل را نسبت به سایر سایت‌های خبری بهتر رعایت کرده است و جهت‌گیری منفی کمتری دارد. اما در خصوص رویکرد حمایت مستقیم، سایت حریت به نسبت فراوانی اخبار بهتر از جمهوری‌ت عمل کرده است. براساس یافته‌های پژوهش، در بررسی فراوانی اخبار با رویکرد تبعات منفی عملیات نسبت به تبعات مثبت آن، باز هم آناتولی پیشگام بوده است و سایت خبری جمهوری‌ت در مقایسه با دو سایت خبری دیگر رویکرد متعادل‌تری را در بازتاب اخبار به نمایش گذاشته است. ترس از آینده تنش‌ها پس از این عملیات و افزایش مشکلات اقتصادی و اختلافات سیاسی در جهان از جمله موارد مورد توجه در اخبار خبرگزاری آناتولی هستند.

همانطور که در قسمت ادبیات نظری پژوهش نیز اشاره شد؛ در متون رسانه‌ای بخش خاصی از محتوا یا معانی در یک قالب و بسته‌بندی ارائه می‌شود به گونه‌ای که امکان تعبیر و تفاسیر مطلوب، معین و مشخص را فراهم و تعبیر دیگر را حذف می‌کند. همانطور که یافته‌های تحقیق نیز نشان می‌دهد هر کدام از این سایت‌های خبری گزاره مطلوب خود را چارچوب‌بندی و به مخاطب

ارائه می‌دهند. سایت آناتولی با تاکید بیشتر بر اخبار حاوی «نگرانی از تبعات افزایش تنش‌ها» و کمترین بازتاب با محوریت «تاکید بر حق پاسخ ایران» در ارائه رویکرد منفی نسبت به عملیات در مقایسه با دو سایت خبری دیگر پیش‌تاز است. با توجه به اهمیت واژه‌های به کار رفته مرتبط با موضوعات مختلف بر ادراک مخاطب، با بررسی متن تمام خبرهای موردنظر کلیدواژه‌هایی استخراج شد که در جدول شماره ۱۰ به آن‌ها اشاره شده است. در این بخش آناتولی بیش از دو سایت خبری دیگر، عملیات را با واژه «تنش» همراه کرده است ولی حریت و جمهوری با فراوانی بیشتری به «تلافی‌جویانه بودن این عملیات» اشاره کرده‌اند. از آنجایی که عنوان بکار رفته در این دو سایت خبری منطبق بر مواضع رسمی جمهوری اسلامی ایران است پس نسبت به آناتولی رویکرد مثبت‌تری را در انعکاس اخبار در خصوص این عملیات به کار برده‌اند. به خصوص سایت حریت که چندین بار واژه «دفاع مشروع» که از مهمترین نکات در بیانیه‌های جمهوری اسلامی ایران در مورد عملیات بود را در متن خبر به کار برده است.

براساس یافته‌های پژوهش در جداول ۱۱، ۱۲ و ۱۳، سایت خبری آناتولی اخبار حاوی دلایل و پیامدهای منفی مختلفی را به نقل از مقامات و رسانه‌ها منعکس می‌کند که با مواضع ایران فاصله دارد و واکنش‌ها و ادعاهای مخالفان عملیات را به طور گسترده پوشش می‌دهد. حتی در خبرهای حاوی مواضع ایران و روسیه نیز از تیتراهای خنثی استفاده شده و تیتراهای مثبت ناچیز هستند. این خبرگزاری در چند خبر به تلاش‌های دیپلماتیک و نقش آفرینی مقامات ترکیه در جلوگیری از تشدید تنش‌ها در منطقه اشاره کرده است و بدون اشاره‌ای به تلاش‌های سایر کشورهای منطقه، سعی در پررنگ جلوه‌دادن نقش خود در رویدادهای جاری به خصوص در موضوع غزه را دارد. در این حوزه نیز سایت‌های خبری حریت و جمهوری نگاه متعادل‌تری به پیامدهای عملیات داشته‌اند و سعی کرده‌اند با بازتاب اخبار از منابع مخالف و موافق عملیات، جهت‌گیری در پیامدهای احتمالی مثبت و منفی را کمرنگ کنند.

در نهایت براساس یافته‌های پژوهش می‌توان نتیجه گرفت بازتاب عملیات «وعده صادق» در سایت خبری آناتولی ترکیه که نیمه دولتی است و به بازتاب‌دهنده سیاست‌های دولت ترکیه مشهور است، با توجه به جهت‌گیری تیترا خبری، بسامد واژگانی، منابع خبری، ارزش‌های خبری، پرداختن به تبعات عملیات، چارچوب خبر، دلایل و پیامدهای عملیات، نسبت به دو سایت خبری دیگر، «منفی» است. این خبرگزاری در بخش‌های مختلف اخبار، مقالات و گزارش‌های خود، سعی در تاکید بر تبعات منفی این عملیات داشت. این خبرگزاری تلاش کرد با ایجاد شبهاتی چون نمایشی بودن این عملیات در ذهن مخاطب از اهمیت آن بکاهد و در این مسیر حتی تاکید بسیاری بر این موضوع داشت که این عملیات تنش در منطقه و آسیب‌های بیشتر برای مردم غزه را در پی خواهد داشت. در واقع به نظر می‌رسد این تریبون دولت ترکیه، تلاش کرد مانع از این شود که رقیب سنتی این کشور یعنی ایران، در ذهن مخاطبانش به یک قهرمان مبارزه با رژیم صهیونیستی تبدیل شود زیرا به خصوص پس از وقایع ۷ اکتبر و آغاز عملیات طوفان الاقصی، دولت ترکیه همواره سعی داشته است که خود را به عنوان ناجی مردم فلسطین نشان دهد که این موضوع را می‌توان در مواضع تند آقای اردوغان، رئیس‌جمهور ترکیه بر ضد اقدامات چند ماه اخیر رژیم صهیونیستی مشاهده کرد.

دوسایت خبری حریت و جمهوری نیز نگرش منفی به عملیات وعده صادق داشته‌اند اما شدت این رویکرد نسبت به سایت آناتولی کمتر بوده است. سایت خبری جمهوری که از جمله مهم‌ترین رسانه‌های مخالف دولت کنونی ترکیه شناخته می‌شود سعی داشته در بازتاب خبری عملیات جمهوری اسلامی ایران رویکرد منفی کمتری نسبت به دو سایت دیگر داشته باشد و خود را از مواضع و رویکردهای منفی رسانه‌های حامی دولت نسبت به عملیات کمی دورتر نشان دهد.

منابع

- بدیعی، نعیم. (۱۳۶۹). معیارهای گزینش خبر: کدام خبر، چرا؟. نشریه رسانه. شماره، ۱۴۰-۴۵.
- بروجردی علی. (۱۳۷۲). دروازه بانی خبر چیست؟ دروازه بانان کیستند؟ نگاهی به نقش دروازه بانی در شکل‌گیری و انتقال خبر. فصلنامه رسانه. شماره ۱۳، ۱۸-۲۵.
- خنیفر، حسین (۱۳۹۵). اصول و مبانی روش‌های پژوهش کیفی. انتشارات نگاه دانش.
- رفعیتی، مرضیه؛ قوام، عبدالعلی؛ میرزایی، خلیل و خرازی محمدوندی آذر، زهرا (۱۳۹۹). ارزیابی عملکرد خبری سه رسانه جریان ساز (روزنامه کیهان، اعتماد و همشهری) درباره «برجام» (۱۳۹۴-۱۳۹۵). فصلنامه علمی-تخصصی سپهر سیاست. سال ۷. شماره ۲۴. ص ۳۹-۴۰.
- روشندل اربطانی، طاهر و قمری وفا، مرتضی. (۱۳۹۶). الگوی مطلوب مدیریت خبر در خبرگزاری فارس؛ چگونه به قطب خبری تبدیل شویم. «مطالعات رسانه‌ای». شماره ۳۸، ۹۹-۱۱۶.
- زابلی‌زاده، اردشیر و افخمی، حسنعلی (۱۳۹۲). استفاده از نظریه چارچوب‌بندی در تبیین اثرات اخبار (مفاهیم و پژوهش‌ها). پژوهش‌های ارتباطی. سال بیستم. شماره ۲ (پیاپی ۷۴).
- زابلی‌زاده، اردشیر. (۱۳۹۳). جنگ روایت‌ها (گفتمان رسانه‌های رقیب). تهران: انتشارات سروش.
- شریفی، سید مهدی و همکاران (۱۳۹۹). فنون اقناع در رسانه. انتشارات دانشگاه تهران.
- شکرخواه، یونس. (۱۳۸۲). جنگ روانی صورت شدید انگاره سازی. فصلنامه پژوهش و سنجش، شماره ۳۴.
- شکرخواه، یونس. (۱۳۸۵). خبر. تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها، چاپ نهم.
- علی عسگری، عبدالعلی (۱۳۹۴). مدیریت رسانه: نگاهی نو. تهران: انتشارات دانشگاه صدا و سیما.
- فرهنگی، علی اکبر و نعمتی انارکی، داود. (۱۳۹۴). رسانه و خبر: برخی دیدگاه‌های غالب و انتقادی. تهران: دانشگاه صداوسیما
- کاستلز، مانوئل. (۱۳۸۰). عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ. ترجمه: احد علیقلیان و افشین خاکباز، تهران: طرح نو
- محمدی‌زاده، سیدمحمد و علیزاده، عبدالرحمن. (۱۳۹۲). مقایسه بر ساخت رسانه‌ای منازعه سوریه در اخبار تلویزیونی صدا و سیما ج ۱. و بی بی سی فارسی. فصلنامه علوم اجتماعی. مقاله ۲، دوره ۲۰، شماره ۶۳، اسفند ۱۳۹۲، صفحه ۳۳-۸۱.
- نوری‌راد، فاطمه، حکیمی، زهرا. (۱۳۹۷). بازتاب همه‌پرسی کردستان عراق در رسانه‌ها؛ تحلیل محتوای سایت‌های خبری بی‌بی‌سی، الجزیره، ایرنا و روداوو. مطالعات رسانه‌های نوین. ۴(۱۴).

References

- Ali Askari, A. (2014). *Media Management: A New Look*. Tehran: Broadcasting University Press. (in Persian).
- Badii, N. (1991). News selection criteria: which news, why? *Media magazine*. Number, 1.40-45. (in Persian).
- Berger, C. (1987). Social Meanings of News. In *Handbook of Communications Science*, by James. Ettema, Charles Whitney & Daniel Wackman. Berkowitz.
- Castells, M. (2002). *Information age: economy, society and culture*. Translation: Ahed Aliqlian and Afshin Khakbaz, Tehran: New Design. (in Persian).
- Cissel, M. (2012). "Media Framing: A Comparative Content Analysis on Media Stream and Alternative News Coverage of Occupy Wall Street", *The Elon Journal of Undereducated Researching Communications*, Vol.3, No.1.
- Farhangi, A. A. & Nemati Anarki, D. (2014). *Media and news: some dominant and critical views*. Tehran: University of Broadcasting. (in Persian).
- Khanifar, H. (2015). *Principles and basics of qualitative research methods*. Negha Danesh Publications. (in Persian).

- Mahdizadh, S. M. and Alizadeh, A. (2012). A comparison of the media structure of the Syrian conflict in the television news of Jaa Sada and Sima. and BBC Farsi. *Social Science Quarterly*. Article 2, Volume 20, Number 63, March 2012, Pages 81-33. (in Persian).
- Rafati, M., Ghavam, A. A., Mirzaei, K. and Kharazi Mohammadvandi Azar, Z. (2019). Evaluation of the news performance of three current media (Kyhan, Etemad and Hamshahri) about "Jergam" (1394-1395). *Sepehr Polites scientific-specialist quarterly*. Year 7. Number 24. Pages 39-40. (in Persian).
- Nourirad, F. & Hakimi, Z. (2017). The reflection of the Iraqi Kurdistan referendum in the media; Analysis of the content of BBC, Al Jazeera, IRNA and Rodio news sites. *New media studies*. 4(14). 178-220(in Persian).
- Rigiderakhshan, M. & Hülya, Ö. (2020) e-Şarkiyat İlmi Araştırmalar Dergisi/*Journal of Oriental Scientific Research (JOSR)*ISSN:1308-9633Aralık 2020 Cilt:12 Sayı:4 (29) / December 2020 Volume:12 Issue:4 (29) Sayfa: 1313-1326.
- Roshandel, A., et al., (2016). The ideal model of news management in Fars news agency; How to become a news anchor. *Media studies*. No. 38, 99-116.
- Sharifi, S. M. and colleagues (2019). *Techniques of persuasion in the media*. Tehran University Publications. (In Persian).
- Zablizadeh, A. et al., (2012). Using framing theory in explaining the effects of news (concepts and researches). *Communication research*. Twentieth year Number 2 (74 in a row). (in Persian).