

Adaptive Representation of Social Crises in the Television Networks of the Kurdistan Region and the Islamic Republic of Iran

Mohammad Sattar. Saied¹, Nasim. Majidi Ghahroudi^{2*}, Bitia. ShahMansouri¹

¹ Department of Communication Sciences, Journalism and Media, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

² Assistant Professor, Department of Communication Sciences, Journalism and Media, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

* Corresponding author email address: nas.majidighahrodi@iauctb.ir

Article Info

Article type:

Original Research

How to cite this article:

Saied, M. S., Majidi Ghahroudi, N., & ShahMansouri, B. (2024). Adaptive Representation of Social Crises in the Television Networks of the Kurdistan Region and the Islamic Republic of Iran. *Journal of Social-Political Studies of Iran's Culture and History*, 3(5), 334-353.



© 2024 the authors. This is an open access article under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0) License.

ABSTRACT

In the contemporary world, media, particularly television, play a fundamental role in shaping public opinion and representing social crises. This study analyzes the representation of social crises in the television networks of the Kurdistan Region of Iraq and the Islamic Republic of Iran, aiming to compare the manner in which crises are covered and reflected in the television media of these two regions. The research employs a descriptive-analytical method using content analysis of programs and news reports from two major television networks in each region. Data were collected through semi-structured interviews with journalists, media officials, and crisis experts and were coded and analyzed using MAXQDA software. The findings indicate that the coverage of social crises in both regions is influenced by specific political, social, and cultural factors, leading to significant differences in crisis representation. In the Islamic Republic of Iran, media are predominantly state-controlled, resulting in censorship of information and a one-sided portrayal of crises. In contrast, in the Kurdistan Region of Iraq, media enjoy greater freedom in crisis coverage, stemming from political and social diversity and the influence of Kurdish policies. However, they still face challenges such as limited access to reliable information sources and infrastructural issues. This study examines the impact of these differences on public perception of crises and people's interactions with media, with findings that could assist media policymakers in both regions in improving crisis coverage quality and crisis management.

Keywords: Adaptive representation, social crisis, television, Kurdistan Region, Iran

EXTENDED ABSTRACT

Introduction

Social crises disrupt social order and require effective management strategies, with mass media, particularly television networks, playing a crucial role in shaping public perceptions and responses. The way media represents crises can either amplify or mitigate their impacts. Media function as a platform for informing the public, influencing opinions, and framing events in alignment with ideological or political orientations ([Hardawan & Araz, 2019b](#)). Crisis representation varies across different media landscapes, with some maintaining state-controlled narratives while others operate with relative independence. The ideological and political orientations of media significantly shape crisis coverage, affecting audience perceptions ([Chen, Zhang, et al., 2022](#); [Chen, Zhou, et al., 2022](#)). Studies indicate that media representations of crises influence public anxiety, governmental responses, and long-term crisis management policies ([Hirsch & Tajan, 2017b](#)).

Television networks in different regions exhibit varying degrees of freedom in crisis coverage, with those under strict governmental oversight engaging in censorship and selective reporting, whereas relatively independent networks may provide broader coverage ([Hardawan & Araz, 2019c](#)). In the case of the Islamic Republic of Iran and the Kurdistan Region of Iraq, television networks operate under distinct political and regulatory conditions that influence their approach to crisis representation ([Huabin, 2022](#)). Iranian media, predominantly state-controlled, tend to align crisis narratives with governmental policies, whereas media in the Kurdistan Region enjoy greater editorial autonomy, albeit with limitations ([A. Khaniki & S. Mousavi, 2019](#); [M. Khaniki & F. Mousavi, 2019](#)). The dynamics of these two media systems shape the public's crisis perception and response.

This study examines the representation of social crises in television networks in the Kurdistan Region of Iraq and the Islamic Republic of Iran, highlighting differences in crisis framing, censorship levels, and political influences.

Methods and Materials

The study employs a descriptive-analytical approach with content analysis of television programs and news reports from major networks in both regions. The analysis focuses on news framing, crisis narratives, censorship, and audience perceptions. Data were collected from semi-structured interviews with journalists, media officials, and crisis communication experts. The sample includes prime-time news programs and special reports on social crises aired over a one-year period.

Interviews were coded and analyzed using MAXQDA software to identify thematic patterns and recurring media strategies. A comparative framework was applied to assess variations in crisis coverage between Iranian state-controlled media and Kurdistan's relatively independent networks. Indicators such as language use, source credibility, bias, and depth of coverage were analyzed to determine media influence on public perception.

Data reliability was ensured through triangulation, involving content analysis, interviews, and expert reviews. The study also incorporated audience feedback to gauge the reception and impact of crisis narratives.

Findings

The findings reveal significant disparities in how social crises are represented in Iranian and Kurdistan Region television networks. In Iran, crisis coverage is heavily influenced by state policies, with strict control over narrative construction. Censorship is prevalent, with selective reporting of crisis-related information to align with governmental interests. Iranian television networks prioritize stability narratives, often downplaying crisis severity or attributing causes to external factors rather than internal shortcomings.

Conversely, television networks in the Kurdistan Region exhibit greater diversity in crisis reporting. While still influenced by political affiliations, media outlets in this region provide broader coverage, incorporating multiple perspectives. However, challenges such as limited access to independent sources, infrastructure deficiencies, and external pressures from political factions impact media autonomy. Despite these challenges, Kurdistan Region media tend to feature more critical analysis and public discourse on crises compared to Iranian state-controlled networks.

The study also finds that audience perceptions of crises differ based on media exposure. Iranian viewers receive a more controlled, state-aligned narrative, whereas Kurdish audiences encounter a wider spectrum of crisis interpretations. The extent of media freedom in Kurdistan allows for investigative journalism and diverse perspectives, albeit within certain political constraints.

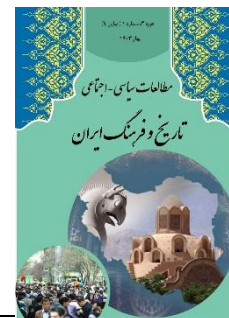
Discussion and Conclusion

The comparative analysis underscores the role of political and regulatory environments in shaping media representations of crises. In Iran, state-controlled media function as extensions of governmental policies, restricting independent journalism and limiting critical discourse on crises. This controlled representation influences public perception by fostering a narrative of state stability and external threats. Such an approach minimizes public agency in crisis response and centralizes crisis interpretation within state institutions.

In contrast, media in the Kurdistan Region, though influenced by political affiliations, allow for more diverse crisis representations. The greater editorial freedom contributes to a more engaged public discourse, albeit constrained by political pressures and infrastructural limitations. The ability to present alternative crisis narratives enhances media credibility and audience trust, although challenges such as restricted access to information and external political influences persist.

The study highlights the need for greater transparency and editorial independence in both media systems to ensure accurate and balanced crisis reporting. In Iran, reducing state control over media could facilitate more comprehensive crisis coverage, fostering public trust. In the Kurdistan Region, strengthening journalistic integrity and improving media infrastructure could enhance the reliability and depth of crisis reporting.

Ultimately, the study suggests that crisis representation in television networks significantly shapes public perception and response strategies. A more open and transparent media environment can contribute to effective crisis management by providing accurate information, fostering public engagement, and facilitating informed decision-making. The findings underscore the importance of media reform and policy adjustments to improve crisis communication in both regions.



بازنمایی تطبیقی بحران‌های اجتماعی در شبکه‌های تلویزیونی اقلیم کردستان و جمهوری اسلامی ایران

محمد ستار سعید^۱، نسیم مجیدی قهرودی^{۲*}، بیتا شاه منصوری^۱

۱. گروه علوم ارتباطات روزنامه‌نگاری و رسانه، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
۲. استادیار گروه علوم ارتباطات روزنامه‌نگاری و رسانه، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

*ایمیل نویسنده مسئول: nas.majidighahrodi@iauctb.ir

چکیده

اطلاعات مقاله

نوع مقاله

پژوهشی اصیل

نحوه استناد به این مقاله:

سعید، محمد ستار، مجیدی قهرودی، نسیم، و شاه منصوری، بیتا. (۱۴۰۳). بازنمایی تطبیقی بحران‌های اجتماعی در شبکه‌های تلویزیونی اقلیم کردستان و جمهوری اسلامی ایران. *مطالعات سیاسی-اجتماعی تاریخ و فرهنگ ایران*، ۳(۵)، ۳۵۳-۳۳۴.



© ۱۴۰۳ تمامی حقوق انتشار این مقاله متعلق به نویسنده است. انتشار این مقاله به صورت دسترسی آزاد مطابق با گواهی (CC BY-NC 4.0) صورت گرفته است.

در دنیای معاصر، رسانه‌ها به‌ویژه تلویزیون، نقشی اساسی در شکل‌دهی به افکار عمومی و بازنمایی بحران‌های اجتماعی دارند. این تحقیق به تحلیل بازنمایی بحران‌های اجتماعی در شبکه‌های تلویزیونی اقلیم کردستان عراق و جمهوری اسلامی ایران پرداخته و هدف آن مقایسه نحوه پوشش و انعکاس بحران‌ها در رسانه‌های تلویزیونی این دو منطقه است. روش تحقیق به‌صورت توصیفی-تحلیلی و با استفاده از تحلیل محتوا بر روی برنامه‌ها و گزارش‌های خبری دو شبکه تلویزیونی مهم در هر دو منطقه انجام شد. داده‌ها از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با خبرنگاران، مسئولان رسانه‌ای و متخصصان بحران جمع‌آوری و با استفاده از نرم‌افزار MAXQDA کدگذاری و تحلیل گردید. نتایج تحقیق نشان داد که پوشش بحران‌های اجتماعی در هر دو منطقه تحت تأثیر عوامل سیاسی، اجتماعی و فرهنگی خاص قرار دارد که موجب تفاوت‌های قابل توجهی در نحوه بازنمایی بحران‌ها می‌شود. در جمهوری اسلامی ایران، رسانه‌ها به‌طور عمده تحت نظارت دولت قرار دارند که موجب سانسور اطلاعات و ارائه تصویر یک‌جانبه از بحران‌ها می‌شود. در مقابل، در اقلیم کردستان عراق، رسانه‌ها آزادی بیشتری در پوشش بحران‌ها دارند و این آزادی ناشی از تنوع سیاسی و اجتماعی و تأثیرات سیاست‌های کردستانی است، اما هنوز با چالش‌هایی مانند دسترسی محدود به منابع اطلاعاتی معتبر و مشکلات زیرساختی روبه‌رو هستند. این تحقیق تأثیرات این تفاوت‌ها بر درک عمومی از بحران‌ها و نحوه تعامل مردم با رسانه‌ها را بررسی کرده و نتایج آن می‌تواند به سیاست‌گذاران رسانه‌ای در هر دو منطقه برای بهبود کیفیت پوشش بحران‌ها و مدیریت بحران‌ها کمک کند.

کلیدواژگان: بازنمایی تطبیقی، بحران اجتماعی، تلویزیون، اقلیم کردستان، ایران

مقدمه

بحران‌ها به‌عنوان وقایعی اجتناب‌ناپذیر، نظم سیستم‌ها را بر هم می‌زنند و مدیریت آن‌ها بدون نقش فعال رسانه‌ها دشوار است. رسانه‌های جمعی، به‌ویژه شبکه‌های تلویزیونی، با آگاهی‌بخشی و نظارت می‌توانند از بروز بحران‌های بالقوه پیشگیری کرده یا آن‌ها را پایش کنند. این رسانه‌ها در جلب مشارکت مردمی و کاهش شایعات نقش اساسی دارند. در بحران‌ها، رسانه‌ها نقش دوگانه ایفا می‌کنند؛ از یک‌سو باید منافع عمومی را پاسداری کرده و بحران‌ها را پوشش دهند، و از سوی دیگر در راستای سیاست‌های دولتی حرکت کنند. این تعارض می‌تواند تأثیرات متفاوتی بر پوشش بحران‌ها داشته باشد (Hirsch & Tajan, 2017b). تحقیقات نشان می‌دهند که شبکه‌های تلویزیونی می‌توانند هم ابزار بحران‌زا و هم ابزاری برای مدیریت بحران باشند. این رسانه‌ها ممکن است با تأکید بر جنبه‌های خاص بحران، آن را تشدید یا بهتر مدیریت کنند. برخی نهادها رسانه‌ها را عامل تشدید بحران می‌دانند، در حالی که نهادهای دیگر از آن‌ها به‌عنوان فرصتی برای مدیریت بحران بهره می‌برند (Chen, Zhang, et al., 2022; Chen, Zhou, et al., 2022; Hardawan & Araz, 2019a, 2019b, 2019c).

شبکه‌های تلویزیونی با برجسته‌سازی یا کوچک‌نمایی موضوعات، می‌توانند به تسهیل درک عمومی از بحران کمک کنند یا آن‌ها را تشدید کنند. بازنمایی‌های تلویزیونی به دلیل تأثیر زیاد بر ادراک مخاطبان، ممکن است بحران‌ها را در کانون توجه عمومی قرار دهند. برای ایفای نقش مؤثر، مدیران رسانه‌ای باید درک دقیقی از بحران‌ها، ضرورت‌های جامعه و ظرفیت‌های رسانه‌ای داشته باشند تا از قدرت و سرعت این ابزار در راستای مدیریت بهتر بحران بهره‌برداری کنند (Anfan, 2022). اسکات، اولین سردبیر روزنامه گاردین، برای رسانه‌ها دو نقش عمده قائل است: اطلاع‌رسانی و بیان عقیده. در عین حال، بسیاری از صاحب‌نظران بر این باورند که فعالیت رسانه‌ای بخشی از فعالیت‌های ایدئولوژیک احزاب و جریان‌های سیاسی است و محتوای منتشر شده در رسانه‌ها محصول ایدئولوژی آن‌هاست. با این حال، گروهی دیگر بازتاب رویدادها در رسانه‌هایی همچون شبکه‌های تلویزیونی را بازسازی رویدادها می‌دانند و معتقدند تولید و انتشار اخبار، نوعی بازنمایی و ارائه رویدادها از زاویه دید خاصی است. در دنیای امروز، نفوذ و گستردگی رسانه‌ها به‌قدری است که ابعاد مختلف زندگی اجتماعی را تحت تأثیر قرار داده‌اند و کارکردهای شبکه‌های تلویزیونی در پوشش خبری رویدادها بسته به عوامل متعددی متفاوت است. این عوامل شامل نوع مالکیت، پایگاه ایدئولوژیک، میزان استقلال یا وابستگی به حکومت، رقابت با دیگر رسانه‌ها، رسالت و هویت رسانه، ارزش‌های خبری، سیاست رسانه‌ای و نیازهای مخاطبان می‌شوند. علاوه بر این، در شرایط بحران، عواملی مانند سابقه بحران، جغرافیا، شدت بحران و پیش‌زمینه‌های آن نیز بر عملکرد رسانه‌ها تأثیر می‌گذارند. به همین دلیل، در نظام‌های اجتماعی مختلف، رسانه‌ها، به‌ویژه شبکه‌های تلویزیونی، تحت تأثیر عوامل گوناگون به شکل‌های مختلفی عمل می‌کنند و این تفاوت‌ها در مدیریت بحران نیز نمایان می‌شوند. برای مثال، ایران و اقلیم کردستان در زمینه شبکه‌های تلویزیونی تفاوت‌های قابل توجهی نشان می‌دهند که ناشی از اختلاف در مالکیت، میزان وابستگی به حاکمیت، سیاست رسانه‌ای و نیازهای مخاطبان است. این تفاوت‌ها باعث می‌شود که عملکرد و مدیریت این دو قلمرو جغرافیایی در مواجهه با بحران‌های اجتماعی نیز متفاوت باشد (Huabin, 2022).

رسانه ملی در ایران می‌بایست نقشی تعیین‌کننده در مدیریت بحران‌های اجتماعی-سیاسی ایفا کند، اما شواهد نشان می‌دهد این نقش غالباً به مراحل حین بحران محدود شده و به مراحل قبل و پس از بروز بحران توجه کافی نمی‌شود. در حالی که شبکه‌های تلویزیونی به دلیل توانایی‌شان در جهت‌دهی به افکار عمومی، می‌توانند نقش اساسی در تمامی مراحل بحران داشته باشند، بهره‌برداری مطلوب از این ظرفیت در ایران تاکنون به‌طور کامل محقق نشده است. عوامل متعددی، از جمله نبود برنامه‌ریزی جامع و عدم استفاده مؤثر از ابزارهای رسانه‌ای، در این مسئله دخیل هستند (A. Khaniki & S. Mousavi, 2019; M. Khaniki & F. Mousavi, 2019; R. Khaniki & S. Mousavi,).

2019). با توجه به اجتناب‌ناپذیری وقوع بحران‌های اجتماعی و لزوم کاهش آسیب‌پذیری‌های ناشی از آن‌ها، ضروری است که رسانه ملی با به‌کارگیری کارکردهای اساسی خود نظیر اطلاع‌رسانی، سازمان‌دهی افکار عمومی، و ایجاد تعامل دوسویه میان مسئولان و مردم، تدابیر لازم را برای مقابله بهتر با بحران‌ها اتخاذ کند. این اقدامات باید به گونه‌ای برنامه‌ریزی شوند که سطح آمادگی رسانه برای مواجهه با شرایط بحرانی ارتقا یابد و نقش رسانه به‌عنوان ابزار کلیدی مدیریت بحران به شکلی مؤثرتر ایفا شود.

شبکه‌های تلویزیونی در اقلیم کردستان ارتباط تنگاتنگی با احزاب و جریان‌های سیاسی دارند و به‌عنوان بازتاب‌دهنده برنامه‌ها و سیاست‌های حزبی عمل می‌کنند. تأمین مالی این رسانه‌ها عمدتاً از طریق کمک‌های دولتی به احزاب صورت می‌گیرد. در سال‌های اخیر، با رشد شبکه‌های اینترنتی و ماهواره‌ای و افزایش تعداد کاربران، ذائقه مخاطبان تغییر یافته و گرایش زیادی به استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای گردزبان و سایت‌های اینترنتی برای دریافت اخبار و برنامه‌ها نشان داده‌اند (Hirsch & Tajan, 2017b). عواملی مانند دسترسی آسان به اینترنت پرسرعت، تنوع شبکه‌های اینترنتی، افزایش سطح تحصیلات کاربران، و تقاضای زیاد برای اطلاعات دیجیتال موجب کاهش چشمگیر فروش روزنامه‌ها در اقلیم کردستان شده است. بااین‌حال، برخی روزنامه‌ها مانند "کردستان نوی"، "خبات"، "باسک"، "هولیر"، و "لموند فرانسه" (به زبان کردی) همچنان مخاطبان خود را حفظ کرده‌اند. همچنین، رسانه‌های خارجی مانند الجزیره و الحیات نیز در شهرهای اربیل و سلیمانیه فعال هستند و اخبار منطقه را پوشش می‌دهند (Hardawan & Araz, 2019b). تنوع بالای رسانه‌ها، به‌ویژه رسانه‌های آزاد در اقلیم کردستان، تأثیر قابل‌توجهی بر نحوه مدیریت بحران‌ها، به‌ویژه بحران‌های اجتماعی، داشته است. برخلاف ایران، که رسانه‌های تلویزیونی به‌صورت یکپارچه و تحت کنترل حکومت و دولت فعالیت می‌کنند، رسانه‌های اقلیم کردستان تحت تأثیر احزاب حکومتی و اپوزیسیون هستند. این ساختار موجب ارائه بازنمایی‌های متفاوت از بحران‌ها در اقلیم کردستان می‌شود، درحالی‌که در ایران بازنمایی بحران‌ها معمولاً همگن و محدود به چارچوب‌های حکومتی است. بررسی پژوهش‌ها نشان می‌دهد که شبکه‌های تلویزیونی در ایران و اقلیم کردستان در مدیریت بحران‌ها عملکرد ضعیفی داشته‌اند. در ایران، مطالعات مختلفی نظیر حق‌گو و سلیمانی (۱۴۰۰) و خانیکی و موسوی (۱۳۹۸) نشانگر ضعف‌های جدی در پوشش بحران‌ها هستند. مشابه این وضعیت در اقلیم کردستان نیز دیده می‌شود، جایی که پژوهش‌هایی چون آراز و مراد (۲۰۲۰) و هرش و تاژان (۲۰۱۷) نشان داده‌اند که رسانه‌ها در مدیریت بحران‌ها اصولی عمل نکرده‌اند (Araz & Morad, 2020a, 2020b; Haghighi & Soleimani, 2021; Hirsch & Tajan, 2017a, 2017b, 2017c; A. Khaniki & S. Mousavi, 2019; M. Khaniki & F. Mousavi, 2019; R. Khaniki & S. Mousavi, 2019). این پژوهش با هدف تحلیل تطبیقی نحوه بازنمایی بحران‌های اجتماعی در تلویزیون‌های ایران و اقلیم کردستان، سعی دارد نقاط قوت و ضعف هر دو منطقه را در این زمینه شفاف‌سازی کند.

شبکه‌های تلویزیونی می‌توانند با تأکید بر جنبه‌های مختلف بحران، مانند زمان و مکان، بر درک و رفتار مخاطبان تأثیر بگذارند. در ایران، رسانه‌ها تحت کنترل دولت هستند و بازنمایی بحران‌ها تحت تأثیر سیاست‌های دولتی قرار دارد، در حالی که در اقلیم کردستان، به دلیل تنوع سیاسی و اجتماعی، رسانه‌ها آزادی بیشتری در پوشش بحران‌ها دارند. این تفاوت‌ها موجب می‌شود که واکنش و درک مخاطبان در هر دو منطقه متفاوت باشد. پژوهش حاضر به تحلیل این تفاوت‌ها پرداخته و به شفاف‌سازی عواملی می‌پردازد که باعث تفاوت در عملکرد رسانه‌ها در مواجهه با بحران‌ها می‌شود.

این تحقیق با تأکید بر تحلیل تطبیقی، درصدد ارائه درک عمیق‌تری از نحوه برخورد رسانه‌ها با بحران‌های اجتماعی و تفاوت‌های موجود در بازنمایی‌های آن‌ها است. همچنین، این تحقیق اولین گام در مقایسه تطبیقی عملکرد رسانه‌های تلویزیونی ایران و اقلیم کردستان است که در حوزه بحران‌های اجتماعی نیاز به بررسی‌های خاص‌تری دارد. نتیجه این پژوهش می‌تواند به بهبود عملکرد شبکه‌های تلویزیونی در هر دو منطقه کمک کرده و مدیران رسانه‌ای را در اتخاذ استراتژی‌های مؤثرتر یاری رساند. پژوهش همچنین به تحلیل ظرفیت‌ها و محدودیت‌های

رسانه‌ها در پوشش بحران‌ها و بررسی عملکرد آن‌ها در پیش‌بینی، پیشگیری و بازیابی بحران‌های اجتماعی می‌پردازد. سوال اصلی پژوهش بر این مبنا است که بازنمایی بحران‌های اجتماعی در شبکه‌های تلویزیونی اقلیم کردستان و جمهوری اسلامی ایران چگونه است و چه تفاوت‌ها و شباهت‌هایی در نحوه پوشش رسانه‌ای بحران‌ها وجود دارد؟ این تحقیق اکتشافی است و بر تحلیل و مقایسه بازنمایی بحران‌ها در دو رسانه مختلف متمرکز است.

پیشینه پژوهش

مطالعات مختلف به بررسی بازنمایی اخبار در رسانه‌ها و تأثیر آن بر افکار عمومی پرداخته‌اند. اردکانی فرد و عظیمی هاشمی (۱۴۰۰) نشان دادند که طبق نظریه برجسته‌سازی، تعداد توثیقات افکار عمومی در هر روز با تعداد اخبار مرتبط در رسانه‌های جمعی نسبت مستقیم دارد و رسانه‌ها در اولویت‌گذاری و جلب توجه مخاطبان موفق بوده‌اند، هرچند محتوای توثیقات به‌طور کامل با دیدگاه‌های رسانه‌ها منطبق نیست (H. Ardakani-Fard & M. Azimi Hashemi, 2021; M. Ardakani-Fard & S. Azimi Hashemi, 2021). همچنین، حق‌گو و سلیمانی (۱۴۰۰) عملکرد رسانه‌های دولتی ایران در بحران کرونا را از منظر سرمایه اجتماعی بررسی کردند و دریافتند که متغیرهای مداخله‌گر مانند اعتماد به عملکرد دولت در این رسانه‌ها بیش از مشارکت عمومی برجسته شده است (Haghgoo & Soleimani, 2021). این مطالعات نشان می‌دهند که رسانه‌ها به‌طور عمده بر روی انتخاب و اولویت‌بندی اخبار تأثیرگذارند و می‌توانند بر نحوه درک بحران‌ها توسط مخاطبان تأثیر بگذارند. علاوه بر این، علیپور (۱۳۹۹) نشان داد که در بازنمایی پدیده "ازدواج سفید"، بی‌بی‌سی فارسی با تکنیک‌های خبری و استفاده از تیتراهای استنباطی، این پدیده را به‌طور گسترده در حوزه‌های اجتماعی و قضایی پوشش داده است. این پژوهش‌ها بیانگر آن هستند که رسانه‌ها با استفاده از تکنیک‌های خاص خود، به نحوه بازنمایی موضوعات اجتماعی پرداخته و نقش مهمی در شکل‌دهی به افکار عمومی ایفا می‌کنند (Alipour, 2020). همچنین، تقوی رضانی (۱۳۹۹) در تحلیل بازنمایی اعتراضات دی‌ماه ۱۳۹۶ در شبکه بی‌بی‌سی فارسی به این نتیجه رسید که گفتمان رسانه بر بی‌ثباتی نظام جمهوری اسلامی ایران و ناکارآمدی دین در اداره جامعه تمرکز داشته است (Taghavi Ramazani, 2019). خانیکی و موسوی (۱۳۹۸) نیز در بررسی مسئله آب ایران در روزنامه‌ها دریافتند که دیدگاه‌های دولتی بیشتر از نظرات مردمی برجسته شده و بحران آب به عواملی چون طبیعت ارجاع داده شده است، درحالی‌که مشارکت جامعه مدنی در تصمیم‌گیری‌ها مورد غفلت قرار گرفته است. این پژوهش‌ها نشان می‌دهند که رسانه‌ها می‌توانند با تأکید بر گفتمان خاصی، هویت‌های اجتماعی و سیاسی را بازنمایی کرده و به نوعی بر ساختار قدرت تأثیر بگذارند (A. Khaniki & S. Mousavi, 2019; M. Khaniki & F. Mousavi, 2019; R. Khaniki & S. Mousavi, 2019). به همین ترتیب، بشیر و تفرجی شیرازی (۱۳۹۱) به تحلیل مدیریت رسانه‌ای بحران در بحرین پرداختند و دریافتند که رسانه‌های کشورهای حاشیه خلیج فارس، بحران بحرین را با توجه به گفتمان حاکم بازنمایی کرده‌اند. همچنین، مطالعات خارجی مانند آنفان (۲۰۲۲) نشان دادند که بازنمایی اجتماعی کووید-۱۹ در رسانه‌های اجتماعی چین پویایی بالایی داشته و تجربیات شخصی بیماری با گفتمان‌های اقتصادی و سیاسی ترکیب شده است (Bashir & Tafreshi Shirazi, 2012). ژانگ (۲۰۲۱) نقش رسانه‌های اجتماعی را در مدیریت بحران کرونا در چین بررسی کرد و پیشنهادهایی برای بهبود واکنش عمومی به بحران ارائه داد. این تحقیقات همچنین بر اهمیت گفتمان‌های رسانه‌ای در بازنمایی بحران‌ها و شکل‌دهی به واکنش‌های اجتماعی تأکید دارند (Zhang, 2021). آراز و مراد (۲۰۲۰) نیز تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر وحشت ناشی از کووید-۱۹ در کردستان عراق را مطالعه کرده و دریافتند که این رسانه‌ها نقش کلیدی در گسترش اضطراب و هراس عمومی داشته‌اند (Araz & Morad, 2020a, 2020b). همچنین، هردوان و آراز (۲۰۱۹) و هرش و تاژان (۲۰۱۷) به تحلیل نقش رسانه‌ها در مدیریت بحران‌های اقلیم کردستان پرداختند و بر تأثیر رسانه‌ها بر آگاهی‌بخشی عمومی و شکاف بین قدرت و جامعه تأکید

کردند. این مطالعات نشان می‌دهند که رسانه‌ها به‌ویژه در شرایط بحران، می‌توانند با مدیریت گفتمان‌ها و بازنمایی‌های خاص، به تغییرات اجتماعی و روانی قابل توجهی دامن بزنند (Hardawan & Araz, 2019a, 2019b, 2019c; Hirsch & Tajan, 2017a, 2017b, 2017c). مطالعات مختلف نشان داده‌اند که بازنمایی‌های رسانه‌ای می‌توانند نقش مهمی در شکل‌دهی به افکار عمومی و واکنش‌های اجتماعی ایفا کنند. رسانه‌ها نه تنها با انتخاب و برجسته‌سازی اخبار تأثیرگذارند بلکه با استفاده از تکنیک‌های خاص خود، گفتمان‌هایی را بازسازی کرده و به‌طور مستقیم بر بحران‌ها و واکنش‌های اجتماعی تأثیر می‌گذارند. بنابراین، تحلیل بازنمایی‌ها در رسانه‌ها می‌تواند به درک بهتری از نحوه شکل‌گیری قدرت‌ها و تأثیرات اجتماعی کمک کند.

مبانی نظری

- بازنمایی رسانه‌ای

بازنمایی یکی از مفاهیم بنیادی در مطالعات رسانه‌ای و فرآیند اجتماعی فهم‌پذیری در چارچوب همه نظام‌های دلالت‌کننده در دسترس مانند فیلم، نوشتار، گفتار و... است. بازنمایی راه و روشی است که از طریق آن رسانه‌ها حوادث و واقعیت‌ها را نشان می‌دهند. در واقع بازنمایی نوعی تصویر دست‌کاری شده از واقعیت بیرونی است. مفهوم بازنمایی در رسانه‌ها عبارتست از: ساختی که رسانه‌های جمعی از جنبه‌های مختلف واقعیت مثل افراد، مکانها، اشیاء، هویت‌های فرهنگی و دیگر مفاهیم ایجاد می‌کنند. تجلی بازنمایی ممکن است به صورت گفتاری، نوشتاری یا تصاویر متحرک باشد (Alipour, 2020). در فرهنگ لغت مطالعات رسانه ای و ارتباطی، بازنمایی اینگونه تعریف می‌شود: کارکرد اساسی و بنیادین رسانه‌ها عبارت است از بازنمایی واقعیت‌های جهان خارج برای مخاطبان و اغلب دانش و شناخت ما از جهان توسط رسانه‌ها ایجاد می‌شود و درک ما از واقعیت، به واسطه و به میانجی گری روزنامه‌ها، تلویزیون، تبلیغات و فیلم‌های سینمایی و... شکل می‌گیرد. رسانه‌ها جهان را برای ما تصویر می‌کنند. رسانه‌ها این هدف را با انتخاب و تفسیر خود در کسوت دروازه بانی و به وسیله عواملی انجام می‌دهند که از ایدئولوژی اشباع هستند. بنابراین، مطالعه بازنمایی رسانه ای در مطالعات رسانه ای، ارتباطی و فرهنگی بسیار مهم و محوری است. از آنجایی که نمی‌توان جهان را با تمام پیچیدگی‌های بی‌شمار آن به تصویر کشید، ارزش‌های خبری، فشارهای پروپاگاندایی، تهییج، تقابل (که ما را از دیگران جدا می‌سازد) یا تحمیل معنا در قالب مجموعه ای از پیچیدگی‌های (فنی و محتوایی) ارائه می‌دهند. بر این اساس، بازنمایی عنصری محوری در ارائه تعریف (از واقعیت) است (Rita, 2021).

- انگاره‌سازی

انگاره‌سازی یکی از شیوه‌های عملیات روانی است که در نبرد رسانه‌ای از آن استفاده می‌شود. برنارد کوهن معتقد است که رسانه‌ها برای هدایت افکار عمومی از واقعیات انگاره‌هایی خلق می‌کنند که تنها در راستای اهداف کارگزاران ارتباطی است. انگاره یا تصویر از سه قسمت تشکیل شده است: احساسها، ادراک، آگاهی و عملکرد. در بعد احساسی یا ارزشی، دوست داشتن یا دوست نداشتن یک موضوع یا شیئی مدنظر است و اغلب با موافقت یا عدم موافقت ادراکی سر و کار دارد. بعد ادراکی یا آگاهی یک انگاره، دانش ما از طبیعت همیشگی یا موقتی موضوع موردنظر است و خصایص مستقل آن را بیان می‌کند؛ اما بعد عملکردی انگاره، با جنبه‌های رفتاری فرد، چگونگی برخورد با موضوع موردنظر و ترکیبها و مشخصه‌های آن سروکار دارد.

تکنیکهای انگاره سازی که توسط رسانه‌ها انجام می‌پذیرد:

رسانه‌ها با سرکوب افکار از طریق حذف حقایق و گاهی حذف بخشی از آن و گاه با اضافه کردن بخشی غیر واقعی به انگاره‌سازی می‌پردازند و اگر حذف رقیب میسر نشد دست به تخریب او می‌زنند. از دیگر تکنیکهای انگاره‌سازی، برجسب زدن و ایجاد یک حوزه معنایی منفی برای سرکوب موضوع و فرد موردنظر است. رسانه‌ها از فرضهای بازدارنده نیز استفاده می‌نمایند؛ به عنوان مثال برای تثبیت بودجه نظامی

سعی می‌کنند بودجه نهادهای دیگر را با فرضیات بازدارنده مهار کنند. همچنین رسانه‌ها از تکنیک انتقال و محاوره صوری بهره برده و هر جا به نفع رسانه باشد مدعی می‌شوند و هر جا به ضررش باشد، مدافع. گاهی اوقات نیز با تحت الشعاع قرار دادن محتوا و یا تنزل موضوعات به یک سطح خفیف اقدام می‌نمایند، رسانه‌ها از توازن دروغین بهره برده و می‌گویند ما متوازن اخبار را نشان می‌دهیم ولی توازن معنایی وجود ندارد و فقط توازن صوری است کادربندی نیز از تکنیکهای مورد استفاده رسانه‌هاست؛ به این معنا آیا ما در حقیقت تاریخ را که ادعا می‌شود پخش زنده است می‌بینیم یا حادثه ای خاص را که به تشخیص و انتخاب رسانه است بر می‌خوریم در پوشش رسانه ای از نوع انگاره سازانه علت و چرایی رویدادها ارائه نمی‌شود و مخاطبان هیچگاه در نمی‌یابند که چرا اینطور شد و اساساً چرا فلان واقعه رخ داد. اگر جواب این چراها موجود هم باشد نوعی پاسخ پنهانی به نفع فرستنده است. از نمونه‌های دیگر انگاره‌سازی می‌توان به فیلم ۳۰۰ یا انتشار رمان‌های متعدد مانند رمان محافظت و دفاع که در آن بیان شده ایران میلیاردها دلار صرف ساخت تسلیحات هسته ای نموده است، اشاره کرد (Rabiei, 2017).

– برجسته‌سازی

برجسته سازی می‌گوید رسانه‌ها در انتقال پیامها نوعی اولویت یا برجسته سازی به وجود می‌آورند. با برجسته سازی برخی از موضوعات می‌تواند بر اطلاعات مخاطبان تاثیر بگذارد. به عبارت دیگر رسانه‌ها اگرچه نمی‌توانند تعیین کنند که مخاطبان چطور بیندیشند؛ اما می‌توانند تعیین کنند که درباره چه بیندیشند. کارکرد برجسته سازی رسانه‌ها، گرایش رسانه را به تاثیر گذاشتن بر آنچه مردم درباره آن فکر خواهند کرد، یا آنچه تلقی می‌کنند، توصیف کرده اند. این تاثیر با به تصویر کشیدن اطلاعات و برنامه‌ها با در نظر گرفتن زمان، مدت عملیات برجسته سازی، و حد نهایی تاثیر قابل بررسی است. برجسته‌سازی، خلق آگاهی عمومی و جلب توجه عامه به موضوعات مطلوب رسانه‌ها است. دو فرض اساسی بیشتر تحقیقات در زمینه کارکرد برجسته‌سازی رسانه‌ها را تحت پوشش قرار می‌دهد:

- ۱- روزنامه‌ها و رسانه‌ها حقایق را منعکس نمی‌کنند بلکه حقایق را سانسور می‌کنند و شکل می‌دهند.
- ۲- تمرکز رسانه‌ها بر موضوعات محدود سبب می‌شود عامه مردم نیز همان موضوعات را مهم بپندارد.

پژوهشگران کارکرد برجسته‌سازی را در سه مرحله مطرح می‌نمایند. در مرحله اول نهاد رسانه از میان موضوعات گوناگونی که از رسانه‌ها پخش می‌شود مهمترین موضوع را مشخص می‌کند و در مرحله بعدی آن بخش از موضوع که از نظر نهاد رسانه اهمیت ویژه‌ای دارد تعیین می‌شود. در این مرحله رسانه پیش زمینه افکار عمومی را آماده می‌کند و پس از اعمال نظرات و تغییرات، محتوا در قالب و چارچوب معین به مخاطب ارائه می‌گردد که در این مرحله رسانه افکار عمومی را سازماندهی می‌کند و شکل می‌دهد. بدین ترتیب رسانه‌ها از طریق برجسته‌سازی اولویت‌هایی برای مخاطبان تعیین می‌کنند. پیام دستکاری شده بر افکار عمومی تاثیر گذاشته و در نهایت افکار عمومی نیز تحت تاثیر رسانه در برابر موضوع مورد نظر رسانه واکنش نشان می‌دهد. طبق برجسته‌سازی، این رسانه‌ها هستند که به مردم می‌گویند به چیز فکر کنند و ممکن است در این میان موارد کم اهمیت در اولویت افکار عمومی قرار بگیرند و بالعکس، پس هر آنچه رسانه‌ها به عرضه نمایش می‌گذارند اصولاً می‌توانند واقعی نباشند. به طور کلی رسانه‌های جمعی توجه مخاطبان را به سمت موضوعات معینی سوق می‌دهند... آن‌ها همواره موضوعاتی را عرضه می‌کنند و به افراد القا می‌کنند که به چه چیز فکر کنند، از چه چیز با خبر باشند و چه احساسی درباره آن داشته باشند.

برجسته سازی مدعی تاثیر رسانه‌ها بر شناخت و نگرش مردم و تعیین اولویت‌های ذهنی آنان از طریق انتخاب و برجسته سازی بعضی از موضوعات و رویدادها در قالب خبر و گزارش خبری است. به این معنا که رسانه‌ها با برجسته ساختن بعضی از موضوعات و رویدادها، بر آگاهی و اطلاعات مردم تاثیر می‌گذارند. گرچه نمی‌توانند تعیین کنند که مردم «چگونه» بیندیشند، اما می‌توانند تعیین کنند که «درباره چه» بیندیشند. منظور از برجسته سازی رسانه‌ها این است که رسانه‌ها، به ویژه در اخبار و گزارش‌های خبری و برنامه‌های مستند، این قدرت را

دارند که توجه عموم را به مجموعه ای از مسائل و موضوعات معین و محدود معطوف سازند و از مسائل و موضوعات دیگر چشم پوشی کنند. حاصل کار این می شود که بعضی از مسائل خاص توسط بسیاری از مردم در سپهر عمومی و خارج از قلمرو رسانه ها به بحث گذاشته می شود، درحالی که به مسائل و موضوعات دیگر توجه نمی شود.

نظریه بازنمایی در سالهای اخیر مورد توجه صاحب نظران و پژوهشگران مطالعات فرهنگی و رسانه ای قرار گرفته است. بررسی خاستگاه و تحولات این نظریه در زمینه رویش اولیه ای آن، آغازگر کاوش ما در زمینه نظریه بازنمایی است. با تمرکز بر نظریات استوارت هال، بر مدل سوم، یعنی مدل تحلیل ساختگرا برای تبیین نظریات مطرح شده در سطح خرد تأکید می شود (Bashir & Tafreshi Shirazi, 2011, 2012).

انسان ها در دنیای فراواقعیت^۱ زندگی می کنند که در آن نشانه ها رمزهای رسانه ای ارتباط با واقعیت را قطع کرده و خود جایگزین امر واقع شده اند. بیان رادیکال و بسیار بزرگ نمایی شده این واقعیت را ژان بوردیاری در مورد جنگ خلیج فارس این گونه مطرح کرد: جنگ خلیج فارس تنها روی شیشه های تلویزیون رخ داده؛ یا به تعبیری، جنگ خلیج فارس اصلاً رخ نداده است. مهم در بازنمایی واقعیت توسط رسانه ها اینجاست که یک رسانه هیچ گاه ابزاری خنثی و یک میانجی بی طرف در ارائه تصویر به حساب نمی آید. رسانه متکی به زبان و معناست و زبان و معنا نیز در چارچوب گفتمان همواره متکی به قدرت است. لذا بازنمایی حوادث توسط رسانه ها سوای بحث اخلاقی و غیر اخلاقی بودن آن دارای سوگیری ایدئولوژیک است و در راستای تضعیف یا تثبیت قدرت و گفتمان ویژه ای گام بر می دارد. بر این اساس درک ما از بازنمایی هویت ایرانی در رسانه های غربی در وهله اول ادراکی است که توسط رسانه ها و باشگاه های خبری ساخته و ایجاد شده و در وهله دوم این درک وابسته به قدرت و گفتمان ویژه ای است که رسانه در خدمت آن قرار گرفته است (Hall & Jhally, 2007). آدرنو و هورکهایمر رسانه را ابزار قدرتمند صنعت فرهنگ سازی سرمایه داری و در خدمت اقناع و سرکوب و تحریف اذهان عمومی تعریف میکنند. شناخت انسان عصر جدید بیشتر به مدد یا به تحمیل تصاویری است که رسانه به او می دهد: صحنه هایی که یک برش و در بیشتر اوقات تنها روایتی خاص از واقعیت است، تصاویری که تقریباً هیچ گاه نمی توانند واقعیت موجود را برای مخاطب بازنمایی کنند؛ زیرا در بهترین حالت این واقعیت از صافی عدسی دوربین و منظره یابی و تشخیص تصویر بردار می گذرد. در بسیاری از موارد، رسانه ها ما را به باور کاذب و اقناع به فهمیدن می رسانند، در حالی که ما تنها احساس میکنیم که میفهمیم اما در بسیاری مواقع رسانه ها با گزینش مطالب و حذف خبری یک حادثه آن را نابود می کنند.

بازنمایی به مثابه نماینده بودن چیزی به جای دیگر است و میتواند در کلام و نوشتار به همان شیوه تصاویر متحرک اتفاق بیفتد. این اصطلاح به همان اندازه که به فرایندهای بازنمایی اشاره می کند به محصولات آن نیز اشاره دارد و معطوف به ساخت یابی وجوه واقعیت در یک رسانه است که از موارد ملموسی چون مردم، اماکن، حوادث و تا هویت های فرهنگی و طبقه و قوم، و سایر مفاهیم انتزاعی را در برمی گیرد. بازنمایی نه تنها به چگونگی بازنمایش هویتها و ساخت یابی آنها در درون یک زمینه اجتماعی مشخص مربوط می شود بلکه به فرایند جذب این محصولات به وسیله مخاطبان با هویت های متفاوت نیز علاقه مند است. تأثیر بازنمایی بر دنیای واقعی و واقعیت های اجتماعی به بازنمایی کارکردی ایدئولوژیک می دهد و پرسش از کارکرد ایدئولوژیک بازنمایی ها در هر متنی مهمترین مسئله ای است که باید برای درک آن بازنمایی بررسی شود. بازنمایی یکی از مهمترین ابزارهای استیلای ایدئولوژی حاکم بر گروه های دیگر است که به تداوم استیلا کمک می کند. از سوی دیگر تلاش برای تغییر در هر سیستم بازنمایی باید معطوف به چالش با نیروهای هژمونیک پشتیبان بازنمایی باشد (Chandler, 2013).

در خصوص نحوه بازنمایی از طریق، زبان، سه رهیافت بازتابی، تعمیدی و ساختگرا وجود دارد. در رهیافت بازتابی چنین تصور می شود که معنا در شیء، شخص یا ایده رویداد در جهان واقعی وجود دارد و زبان همانند آیین های عمل می کند تا معنای واقعی را به همان گونه که در

¹ Hyperreality

جهان وجود دارد. بازتاب رهیافت تعمیدی استدلال می‌کند که این مؤلف است که معنای منحصر به فرد خود را از طریق زبان تحمیل می‌کند. واژه‌ها همان معنا را می‌دهد که نویسندگان یا گوینده مدنظر داشته است. سومین رهیافت ماهیت اجتماعی و عمومی زبان را به رسمیت می‌شناسد. این رهیافت قبول دارد که نه چیزها به خودی خود و نه کاربران زبان به تنهایی نمی‌توانند معنا در زبان را تثبیت کنند. چیزها معنا ندارند، ما معنا را با استفاده از نظام‌های بازنمایی می‌سازیم. از این‌رو، به آن رهیافت ساختگرا می‌گویند. طبق این رهیافت این جهان مادی نیست که حاوی و ناقل معناست بلکه این سیستم زبان است که ما برای ارائه مفاهیم خود استفاده می‌کنیم. این بازیگران زبان هستند که از سیستم‌های مفهومی و فرهنگ و سایر سیستم‌های زبانی و بازنمایی دیگر برای ساخت معنا استفاده می‌کنند تا بدین‌وسیله جهان را معنادار سازند (Austin, 2020).

رهیافت ساختگرا دارای دو رویکرد نشانه‌شناختی و گفتمانی است. میان رویکرد نشانه‌شناختی و گفتمانی شباهت‌ها و تفاوت‌های عمده‌ای وجود دارد؛ یکی از تفاوت‌های مهم این است که رویکرد نشانه‌شناختی به این توجه دارد که بازنمایی و زبان چگونه معنا تولید می‌کنند؟ در حالیکه رویکرد گفتمانی بیشتر به تأثیرات و پیامدهای بازنمایی یعنی سیاستهای آن توجه دارد. این رویکرد گذشته از آنکه بررسی می‌کند زبان و بازنمایی چگونه معنا تولید می‌کنند، به دانش یا معرفتی که تولید یک نوع گفتمان خاص است، ارتباط گفتمان با قدرت، تنظیم عملکرد یا رفتار توسط گفتمان شکل دادن به هویتها یا ذهنیتها توسط گفتمان و... نیز می‌پردازد. در رویکرد گفتمانی همیشه تأکید روی خاص بودن تاریخی یک شکل یا رژیم خاص بازنمایی است؛ تأکید روی زبان به عنوان یک مسئله عام وجود ندارد بلکه روی زبانهای خاص یا معانی و نحوه به کارگیری آنها در زمانها و مکانهای خاص (تأکید) می‌شود (Rabiei, 2017).

در کل چارچوب نظری مورد استفاده در این پژوهش بر اساس نظریه‌های بازنمایی استوار است. نظریه بازنمایی به‌ویژه از دیدگاه گفتمانی و ساختگرا می‌تواند به تحلیل دقیق‌تری از نحوه تأثیرگذاری رسانه‌ها بر درک هویتها و وقایع اجتماعی کمک کند. بازنمایی‌ها نه تنها به صورت مستقیم با واقعیت‌ها ارتباط دارند بلکه در نهایت از طریق ابزارهای گفتمانی به شکل‌گیری و تثبیت قدرت‌های اجتماعی و فرهنگی کمک می‌کنند. در این چارچوب، تحلیل رسانه‌ها از اهمیت زیادی برخوردار است چرا که رسانه‌ها به‌طور گسترده‌ای از ابزارهای ایدئولوژیک برای بازسازی واقعیت‌ها استفاده می‌کنند.

روش پژوهش

پژوهش حاضر به بررسی بازنمایی بحران‌های اجتماعی در شبکه‌های تلویزیونی اقلیم کردستان عراق و جمهوری اسلامی ایران پرداخته است. این تحقیق به‌منظور تحلیل تطبیقی نحوه پوشش رسانه‌ای بحران‌های اجتماعی و تفاوت‌ها و شباهت‌های موجود در این پوشش‌ها، از رویکرد آمیخته استفاده کرده است. این بدین معناست که ترکیبی از روش‌های کیفی و کمی در این پژوهش به‌کار گرفته شده است. رویکرد کیفی از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته و رویکرد کمی از طریق پرسشنامه محقق‌ساخته انجام شده است. از آنجا که هدف این تحقیق تحلیل گفتمان‌های رسانه‌ای و نحوه بازنمایی بحران‌ها است، رویکردهای مختلفی برای جمع‌آوری داده‌ها و تجزیه و تحلیل آن‌ها به‌کار رفته است.

در بخش تحقیق کیفی، از معیارهایی مانند اعتبارپذیری، انتقال‌پذیری، اطمینان‌پذیری و تأییدپذیری برای ارزیابی روایی و پایایی داده‌ها استفاده شده است. اعتبارپذیری از طریق استفاده از نظرات مشارکت‌کنندگان و مقایسه یافته‌ها با پژوهش‌های پیشین، انتقال‌پذیری از طریق ارائه جزئیات دقیق از زمینه پژوهش و اطمینان‌پذیری با استفاده از بررسی نتایج توسط دیگران تقویت می‌شود. برای بررسی پایایی، از ضریب هولستی برای ارزیابی میزان توافق کدگذاری در تحلیل محتوای کیفی بهره گرفته شده است. این روش‌های دقیق به‌منظور افزایش اعتبار و دقت نتایج تحقیق استفاده شده‌اند.

پژوهش از نوع توصیفی-تحلیلی است و به منظور تحلیل تطبیقی بازنمایی بحران‌ها در رسانه‌های دو کشور، داده‌ها از برنامه‌های خبری و گزارش‌های تلویزیونی جمع‌آوری می‌شوند. در این تحلیل، برنامه‌ها از جنبه‌های مختلفی همچون زبان استفاده شده، شیوه‌های تصویری، رویکردهای تحلیلی و نحوه بازنمایی بحران‌ها مورد بررسی قرار خواهند گرفت. بخش کیفی تحلیل به بررسی نحوه بازنمایی بحران‌ها و پیام‌های رسانه‌ها از طریق روش‌های تحلیل گفتمان اختصاص دارد، در حالی که تحلیل کمی از طریق کدگذاری محتوای برنامه‌ها صورت می‌گیرد. در این بخش، میزان توجه رسانه‌ها به بحران‌های مختلف و نحوه پوشش آن‌ها مورد بررسی قرار می‌گیرد.

جامعه آماری این پژوهش شامل برنامه‌های خبری و تحلیلی از شبکه‌های تلویزیونی معتبر و پرمخاطب در جمهوری اسلامی ایران و اقلیم کردستان عراق است. این برنامه‌ها در طول یک دوره زمانی معین (حدود یک سال) جمع‌آوری خواهند شد. تعداد نمونه‌ها به‌طور دقیق با توجه به معیارهای انتخابی و معیارهای مربوط به برنامه‌های پرمخاطب مشخص می‌شود. برای تحلیل دقیق‌تر و افزایش اعتبار نتایج، از روش مقایسه تطبیقی استفاده خواهد شد تا شباهت‌ها و تفاوت‌های موجود در نحوه بازنمایی بحران‌ها در رسانه‌های دو کشور به‌طور دقیق‌تر مورد بررسی قرار گیرد. این روش تحقیق به‌طور جامع به تجزیه و تحلیل بازنمایی بحران‌ها در رسانه‌ها و تأثیر آن‌ها بر افکار عمومی و نگرش‌های اجتماعی می‌پردازد.

یافته‌ها

تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد که رسانه‌ها در اقلیم کردستان عراق با چالش‌های متعددی در پوشش بحران‌ها روبه‌رو هستند. محدودیت‌های سیاسی و اجتماعی (E15, E14, E4, E25, E10, E21) به‌ویژه فشارهای دولتی، مانع از گزارش‌دهی آزادانه و بی‌طرفانه بحران‌ها می‌شود و برخی اخبار بحرانی ممکن است سانسور شوند. همچنین، مشکلات زیرساختی و فناوری (E26, E15, E11, E4) مانند دسترسی محدود به اینترنت پرسرعت و کمبود تجهیزات فنی، سرعت و دقت پوشش بحران‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهند. در این میان، ضعف در پیش‌بینی و پیشگیری از بحران‌ها (E18, E3, E6, E25, E26) نیز از مشکلات عمده است که باعث می‌شود بحران‌ها دیر شناسایی شوند و تأثیرات منفی بیشتری ایجاد کنند. علاوه بر این، محدودیت‌های قانونی و مقرراتی (E25, E12, E14, E7, E21) که به‌ویژه در مواقع بحران‌های جهانی یا محلی اعمال می‌شوند، باعث سانسور یا عدم شفافیت در گزارش‌ها می‌شوند. برای رفع این چالش‌ها، تقویت زیرساخت‌ها، آموزش‌های تخصصی برای خبرنگاران، و اصلاحات قانونی در زمینه آزادی بیان و گزارش‌دهی بحرانی ضروری به نظر می‌رسد.

جدول ۱

خروجی MAXQDA تحلیل محدودیت‌های شبکه‌های تلویزیونی ایران در ارتباط با بحران‌های اجتماعی

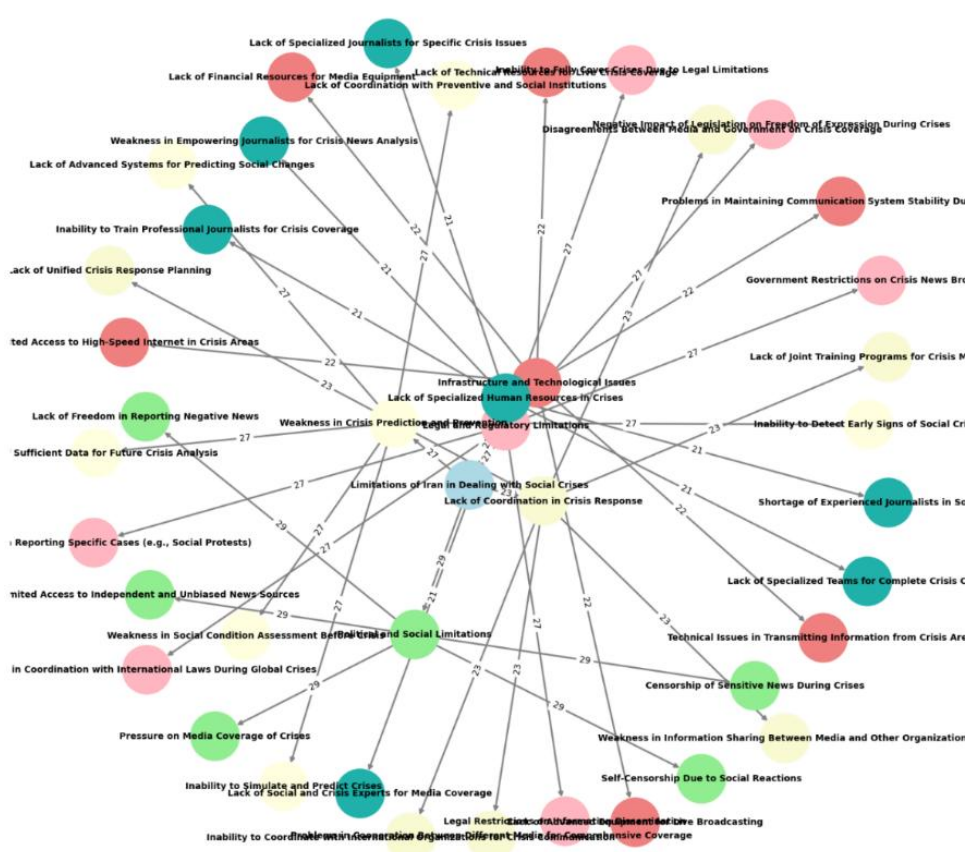
مقوله‌های اصلی	تعداد فراوانی	درصد فراوانی
محدودیت‌های سیاسی و اجتماعی	۲۹	۱۹.۴۶
مشکلات زیرساختی و فناوری	۲۲	۱۴.۷۷
ضعف در پیش‌بینی و پیشگیری از بحران‌ها	۲۷	۱۸.۱۲
محدودیت‌های قانونی و مقرراتی	۲۷	۱۸.۱۲
کمبود منابع انسانی متخصص در بحران‌ها	۲۱	۱۴.۱۰
عدم هماهنگی در پاسخ به بحران‌ها	۲۳	۱۵.۴۴

محدودیت‌های شبکه‌های تلویزیونی ایران در ارتباط با بحران‌های اجتماعی شامل چندین چالش اصلی است که بر اساس اولویت‌های موجود، به صورت عددی می‌توان به آن‌ها پرداخت. اولین و مهم‌ترین چالش، محدودیت‌های سیاسی و اجتماعی است که با ۱۹.۴۶٪ بیشترین

فراوانی را دارد. این مشکل باعث می‌شود که رسانه‌ها قادر به پوشش آزادانه بحران‌ها نباشند. در رتبه دوم، ضعف در پیش‌بینی و پیشگیری از بحران‌ها با ۱۸.۱۲٪ قرار دارد که منجر به ناتوانی در آمادگی رسانه‌ها برای مدیریت بحران‌ها می‌شود. محدودیت‌های قانونی و مقرراتی نیز با ۱۸.۱۲٪ در رتبه سوم قرار دارد و این مسئله به‌ویژه در بحران‌ها که نیاز به انتشار سریع اخبار دارد، باعث تأخیر در انتشار اطلاعات می‌شود. در رتبه چهارم، عدم هماهنگی در پاسخ به بحران‌ها با ۱۵.۴۴٪ قرار دارد که در نتیجه آن اطلاعات متناقض به مخاطبان منتقل می‌شود. مشکلات زیرساختی و فناوری با ۱۴.۷۷٪ در رتبه پنجم قرار دارند که بر کارایی رسانه‌ها در پوشش سریع بحران‌ها تأثیر می‌گذارد. در نهایت، کمبود منابع انسانی متخصص با ۱۴.۱۰٪ در رتبه ششم قرار دارد که مانع از تحلیل دقیق و مؤثر بحران‌ها می‌شود. این چالش‌ها به صورت ترکیبی، توانایی رسانه‌ها را در پاسخ به بحران‌های اجتماعی محدود می‌کنند.

شکل ۱

خروجی MAXQDA تحلیل محدودیت‌های شبکه‌های تلویزیونی جمهوری اسلامی ایران در ارتباط با بحران‌های اجتماعی



با وجود ظرفیت‌های ذکر شده در قسمت قبل، شبکه‌های تلویزیونی جمهوری اسلامی ایران با چالش‌هایی مانند محدودیت‌های سیاسی، فشارهای خارجی و منابع محدود مواجه هستند که می‌تواند بر سرعت و کیفیت پوشش بحران‌ها تأثیر بگذارد. که در جدول زیر به صورت کد گذاری مشخص شده است:

ب. بررسی محدودیت‌ها

بخش مذکور به تحلیل محدودیت‌ها و چالش‌های مختلف در پوشش بحران‌ها از دیدگاه مصاحبه‌شوندگان پرداخته است که شامل موانع سیاسی، اجتماعی، زیرساختی و فناوری، ضعف در پیش‌بینی و پیشگیری از بحران‌ها و محدودیت‌های قانونی و مقرراتی می‌باشد. مصاحبه‌شوندگان تأکید کرده‌اند که فشارهای سیاسی می‌تواند تأثیر منفی بر آزادی گزارش‌دهی بحران‌ها داشته باشد و در برخی موارد، رسانه‌ها به دلیل این فشارها نمی‌توانند اخبار بحران‌ها را آزادانه و بی‌طرفانه منتشر کنند (E15, E14, E4, E25, E10, E21). همچنین، مشکلات زیرساختی مانند کمبود تجهیزات فنی و دسترسی محدود به اینترنت پرسرعت در مناطق بحران‌زده موجب تأخیر در پوشش اخبار می‌شود (E26, E15, E11, E4). در زمینه پیش‌بینی و پیشگیری از بحران‌ها، مصاحبه‌شوندگان به ناتوانی در شبیه‌سازی و پیش‌بینی بحران‌ها اشاره کرده‌اند که باعث عدم آمادگی برای مقابله با بحران‌ها و تأثیرات منفی بیشتر می‌شود (E18, E3, E6, E25, E26). در نهایت، محدودیت‌های قانونی، از جمله قوانین سخت‌گیرانه در انتشار اطلاعات، باعث می‌شود که رسانه‌ها نتوانند اخبار بحرانی را به‌طور کامل و بدون سانسور منتشر کنند (E25, E12, E14, E7, E21). این محدودیت‌ها و چالش‌ها بر پوشش دقیق و مؤثر بحران‌ها تأثیرگذار بوده و برای بهبود وضعیت نیاز به تقویت زیرساخت‌ها، آموزش‌های تخصصی و اصلاحات قانونی احساس می‌شود.

جدول ۲

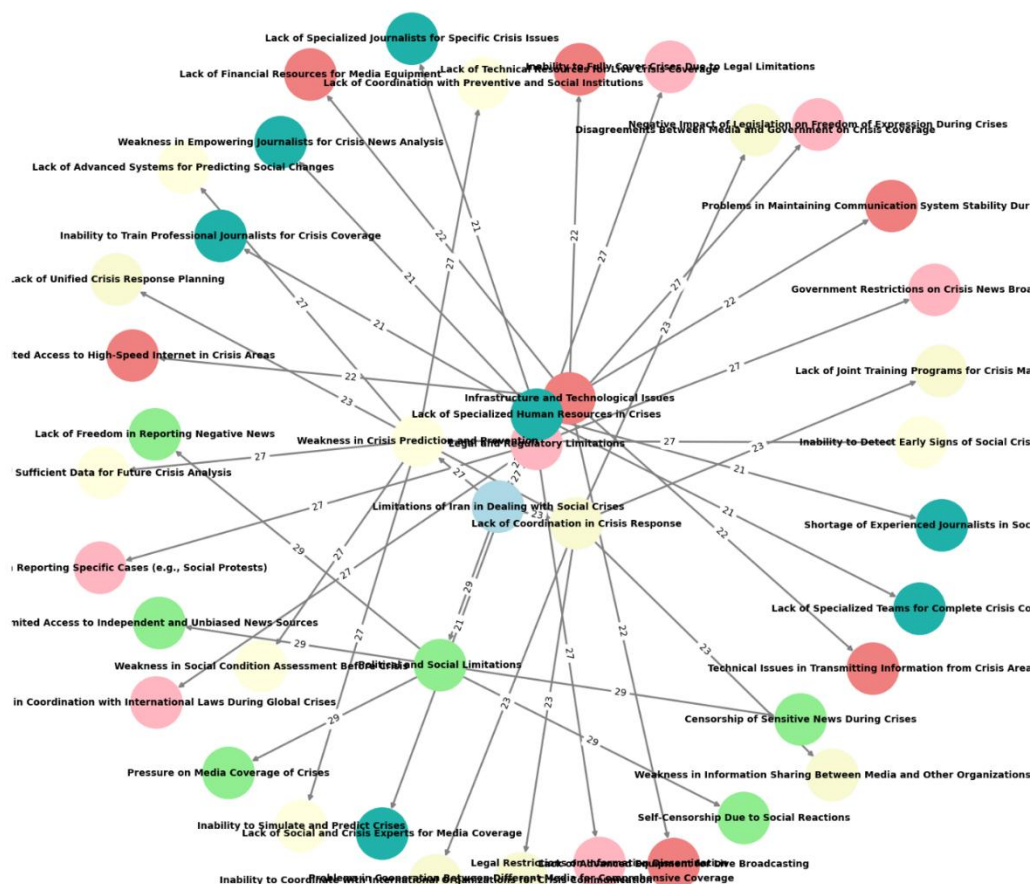
خروجی MAXQDA تحلیل محدودیت‌های شبکه‌های تلویزیونی ایران در ارتباط با بحران‌های اجتماعی

مقوله‌های اصلی	تعداد فراوانی	درصد فراوانی
محدودیت‌های سیاسی و اجتماعی	۲۹	۱۹.۴۶
مشکلات زیرساختی و فناوری	۲۲	۱۴.۷۷
ضعف در پیش‌بینی و پیشگیری از بحران‌ها	۲۷	۱۸.۱۲
محدودیت‌های قانونی و مقرراتی	۲۷	۱۸.۱۲
کمبود منابع انسانی متخصص در بحران‌ها	۲۱	۱۴.۱۰
عدم هماهنگی در پاسخ به بحران‌ها	۲۳	۱۵.۴۴

محدودیت‌های شبکه‌های تلویزیونی ایران در ارتباط با بحران‌های اجتماعی شامل چالش‌هایی است که به ترتیب اولویت عبارتند از: محدودیت‌های سیاسی و اجتماعی (۱۹.۴۶٪)، ضعف در پیش‌بینی و پیشگیری از بحران‌ها (۱۸.۱۲٪)، محدودیت‌های قانونی و مقرراتی (۱۸.۱۲٪)، عدم هماهنگی در پاسخ به بحران‌ها (۱۵.۴۴٪)، مشکلات زیرساختی و فناوری (۱۴.۷۷٪)، و کمبود منابع انسانی متخصص (۱۴.۱۰٪). محدودیت‌های سیاسی و اجتماعی به‌عنوان مهم‌ترین چالش شناخته می‌شود، زیرا فشارهای سیاسی و سانسور می‌تواند رسانه‌ها را از پوشش آزادانه و بی‌طرفانه بحران‌ها بازدارد. ضعف در پیش‌بینی و پیشگیری نیز دومین چالش بزرگ است که باعث می‌شود رسانه‌ها نتوانند به‌طور مؤثر به بحران‌ها واکنش نشان دهند. محدودیت‌های قانونی و مقرراتی، به‌ویژه در شرایط بحرانی که نیاز به اطلاع‌رسانی سریع دارد، می‌تواند منجر به تأخیر در انتشار اخبار و تحلیل‌ها شود. عدم هماهنگی در پاسخ به بحران‌ها موجب ارائه اطلاعات متناقض و ناکافی می‌شود، در حالی که مشکلات زیرساختی و فناوری ممکن است باعث کاهش سرعت و دقت پوشش بحران‌ها شوند. در نهایت، کمبود منابع انسانی متخصص در مدیریت بحران‌ها به‌عنوان یکی دیگر از چالش‌ها شناخته شده که رسانه‌ها را از تحلیل دقیق و ارائه راه‌حل‌های مناسب در زمان بحران ناتوان می‌سازد.

شکل ۲

خروجی MAXQDA تحلیل محدودیت‌های شبکه‌های تلویزیونی جمهوری اسلامی ایران در ارتباط با بحران‌های اجتماعی



بررسی سوال دوم: ظرفیت‌ها و محدودیت‌های شبکه‌های تلویزیونی اقلیم کردستان عراق در رابط با بحران‌های اجتماعی چگونه

است؟

شبکه‌های تلویزیونی اقلیم کردستان عراق به‌عنوان منابع اصلی اطلاع‌رسانی در بحران‌های اجتماعی، ظرفیت‌های قابل توجهی برای مدیریت بحران‌ها دارند، اما محدودیت‌هایی نیز پیش روی آن‌ها وجود دارد. این شبکه‌ها از داده‌های معتبر داخلی و بین‌المللی برای تحلیل دقیق بحران‌ها استفاده می‌کنند و با همکاری متخصصان داخلی و خارجی، گزارش‌های جامع و دقیقی تهیه می‌کنند (E10, E30). استفاده از منابع خبری متنوع داخلی و بین‌المللی، از جمله رسانه‌های اجتماعی، به آن‌ها امکان می‌دهد تا اخبار فوری و به‌روز را جمع‌آوری کنند و بحران‌ها را به‌طور جامع پوشش دهند (E15, E11). همچنین، این شبکه‌ها در زمان بحران‌ها تلاش می‌کنند تا پوشش زنده و تحلیل‌های چندجانبه ارائه دهند و در گفتگوهای اجتماعی و فرهنگی مشارکت کنند تا مردم را آگاه سازند (E4, E29). از دیگر ویژگی‌های این شبکه‌ها، توانمندی در استفاده از گویش‌های محلی برای ارتباط مؤثرتر با مخاطبان و انعطاف‌پذیری در پاسخ به بحران‌هاست که به آن‌ها این امکان را می‌دهد تا در شرایط بحرانی به سرعت واکنش نشان دهند و برنامه‌ها را تطبیق دهند (E8, E23).

در نهایت جدول اولویت بندی مقوله‌های اصلی براساس فراوانی و درصد فراوانی به شکل زیر خواهد بود:

جدول ۳

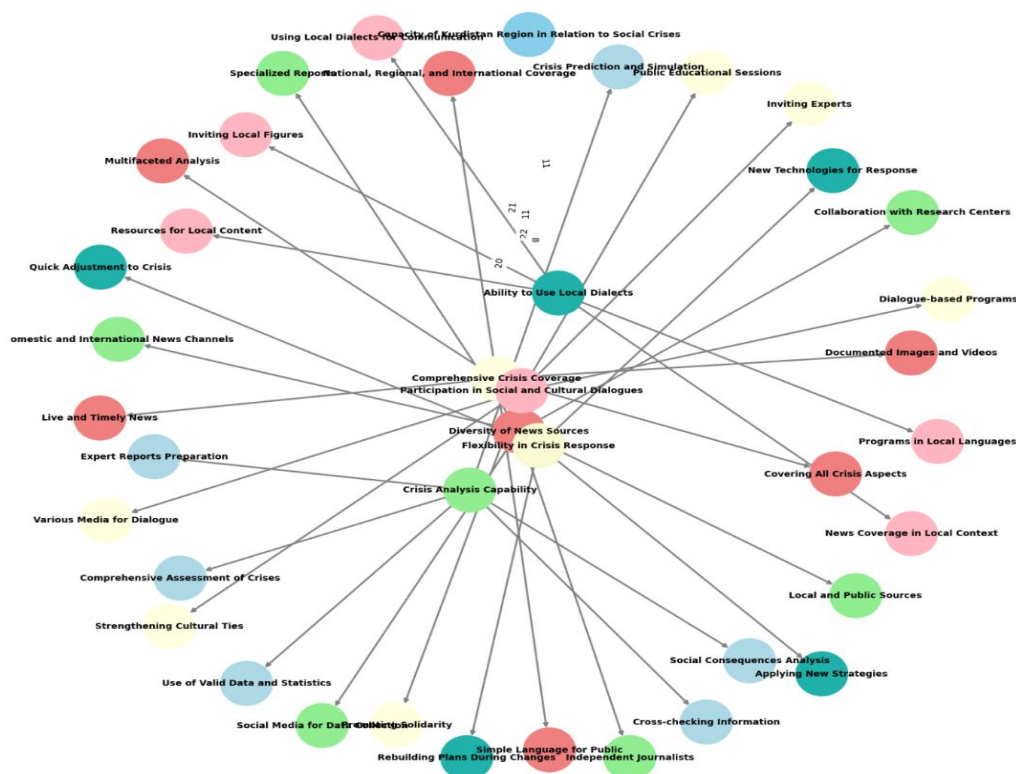
تحلیل ظرفیت‌های شبکه‌های تلویزیونی اقلیم کردستان عراق در رابطه با بحران‌های اجتماعی

مقوله‌های اصلی	تعداد	درصد فراوانی
تحلیل دقیق و مستند بحران‌ها	۲۰	۲۱.۵۱
تنوع منابع خبری	۲۲	۲۳.۶۶
پوشش جامع و همه‌جانبه بحران‌ها	۲۱	۲۲.۵۸
مشارکت در گفتگوهای اجتماعی و فرهنگی	۱۱	۱۱.۸۳
توانمندی در استفاده از گویش‌های محلی	۱۱	۱۱.۸۳
انعطاف‌پذیری در پاسخ به بحران‌ها	۸	۸.۶۰

شبکه‌های تلویزیونی اقلیم کردستان عراق ظرفیت‌های کلیدی برای مدیریت بحران‌های اجتماعی دارند که شامل تنوع منابع خبری، پوشش جامع بحران‌ها، تحلیل دقیق بحران‌ها، مشارکت در گفتگوهای اجتماعی و فرهنگی، استفاده از گویش‌های محلی و انعطاف‌پذیری در پاسخ به بحران‌ها می‌شود. مهم‌ترین ظرفیت، تنوع منابع خبری است که با استفاده از منابع داخلی و خارجی به پوشش دقیق و جامع بحران‌ها کمک می‌کند (۲۳.۶۶٪). پوشش جامع بحران‌ها، که تمام ابعاد بحران را به‌طور متوازن منتقل می‌کند، در رتبه دوم قرار دارد (۲۲.۵۸٪). تحلیل دقیق بحران‌ها با استفاده از داده‌ها و گزارش‌های مستند (۲۱.۵۱٪) و مشارکت در گفتگوهای اجتماعی و فرهنگی (۱۱.۸۳٪) نیز از ویژگی‌های مهم هستند. توانمندی در استفاده از گویش‌های محلی (۱۱.۸۳٪) و انعطاف‌پذیری در پاسخ به بحران‌ها (۸.۶۰٪) به ترتیب در رتبه‌های بعدی قرار دارند.

شکل ۳

خروجی MAXQDA تحلیل ظرفیت‌های شبکه‌های تلویزیونی اقلیم کردستان در ارتباط با بحران‌های اجتماعی



مقوله‌های مختلف در چالش‌های رسانه‌های تلویزیونی اقلیم کردستان عراق به‌طور هم‌زمان درگیر هستند. مشکلاتی همچون عدم دسترسی به منابع اطلاعاتی خارجی (E11) و نبود آزادی کامل در بیان نظرات مخالف (E12, E13) باعث می‌شود که رسانه‌ها نتوانند به‌طور مؤثر و شفاف اطلاعات بحرانی را منتقل کنند (E3, E7). همچنین، مشکلات فناوری و زیرساختی (E4) ممکن است زمان واکنش رسانه‌ها را افزایش دهد و منجر به تأخیر در انتشار اخبار بحرانی شود (E5). سانسور و محدودیت‌های دولتی (E6) هم در بسیاری از مواقع موجب کاهش دقت و سرعت در پوشش بحران‌ها می‌شود (E17). در این میان، نیاز به تقویت آموزش خبرنگاران (E6, E19) و تقویت هماهنگی مؤثر بین نهادها (E18, E19) جهت برخورد با بحران‌ها بیش از پیش احساس می‌شود.

جدول ۴

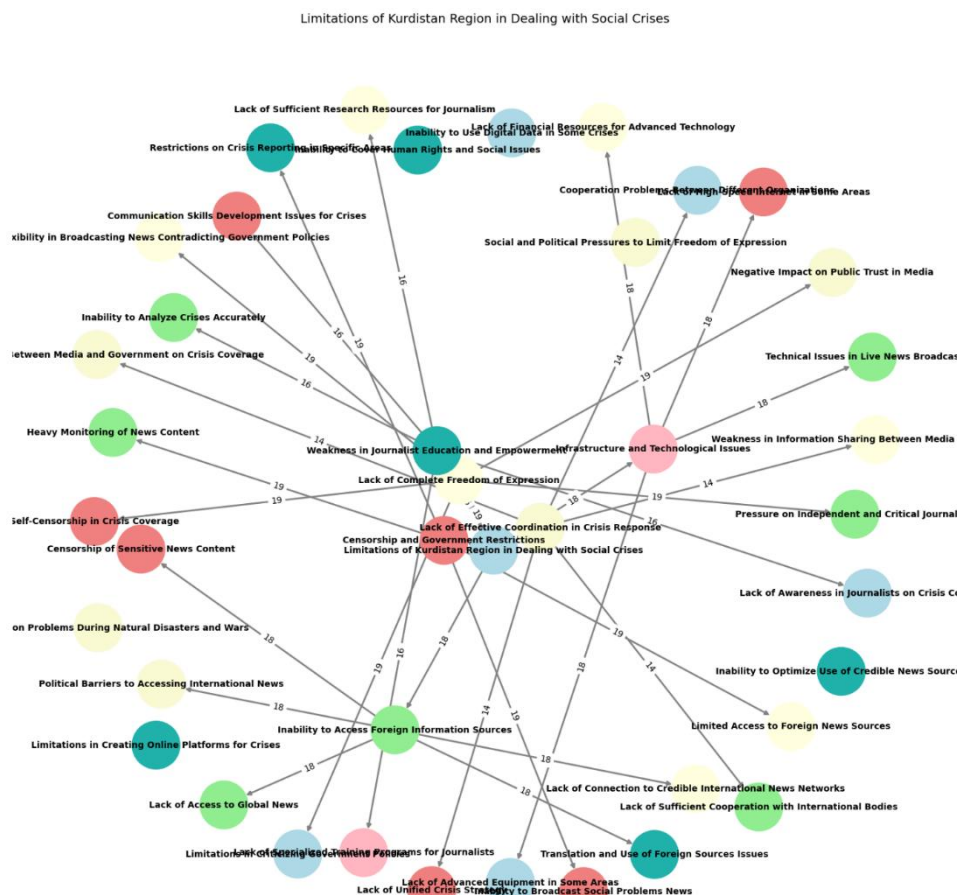
تحلیل محدودیت‌های شبکه‌های تلویزیونی اقلیم کردستان در ارتباط با بحران‌های اجتماعی

مقوله‌های اصلی	تعداد	درصد فراوانی
عدم دسترسی به منابع اطلاعاتی خارجی	۱۸	۱۷.۳۱
سانسور و محدودیت‌های دولتی	۱۹	۱۸.۲۷
نبود آزادی کامل در بیان نظرات مخالف	۱۹	۱۸.۲۷
مشکلات زیرساختی و فناوری	۱۸	۱۷.۳۱
ضعف در آموزش و توانمندسازی خبرنگاران	۱۶	۱۵.۳۸
نبود هماهنگی مؤثر در پاسخ به بحران‌ها	۱۴	۱۳.۴۶

محدودیت‌های شبکه‌های تلویزیونی اقلیم کردستان عراق در بحران‌های اجتماعی شامل چندین مشکل اساسی است که بر پوشش مؤثر بحران‌ها تأثیر می‌گذارد. از جمله این محدودیت‌ها می‌توان به سانسور و محدودیت‌های دولتی (۱۸.۲۷٪)، نبود آزادی کامل در بیان نظرات مخالف (۱۸.۲۷٪)، و عدم دسترسی به منابع اطلاعاتی خارجی (۱۷.۳۱٪) اشاره کرد. این مشکلات به‌ویژه در زمان بحران‌ها، باعث کاهش دقت و سرعت در انتشار اطلاعات می‌شوند. مشکلات زیرساختی و فناوری (۱۷.۳۱٪) نیز تأثیر زیادی بر کیفیت پوشش اخبار بحرانی دارند. علاوه بر این، ضعف در آموزش و توانمندسازی خبرنگاران (۱۵.۳۸٪) و نبود هماهنگی مؤثر در پاسخ به بحران‌ها (۱۳.۴۶٪) نیز از دیگر چالش‌هایی هستند که به کاهش کارایی رسانه‌ها در مدیریت بحران‌ها می‌انجامد. این محدودیت‌ها به‌طور کلی موجب می‌شوند که رسانه‌ها نتوانند به‌طور مؤثر اطلاعات دقیق و به‌موقع را به مردم منتقل کنند.

شکل ۴

خروجی MAXQDA تحلیل محدودیت‌های شبکه‌های تلویزیونی اقلیم کردستان در ارتباط با بحران‌های اجتماعی



محدودیت‌های رسانه‌های تلویزیونی اقلیم کردستان عراق در بحران‌های اجتماعی به‌طور هم‌زمان با مشکلات مختلفی مواجه است که بر پوشش مؤثر بحران‌ها تأثیر می‌گذارد. به‌عنوان مثال، عدم دسترسی به منابع اطلاعاتی خارجی (E11) و نبود آزادی کامل در بیان نظرات مخالف (E12, E13) موجب می‌شود که رسانه‌ها نتوانند اطلاعات بحرانی را به‌طور شفاف و مؤثر به مردم منتقل کنند (E3, E7). همچنین، مشکلات زیرساختی و فناوری (E4) می‌تواند زمان واکنش رسانه‌ها را افزایش دهد و باعث تأخیر در انتشار اخبار بحرانی شود (E5). در کنار این، سانسور و محدودیت‌های دولتی (E6) اغلب باعث کاهش دقت و سرعت در پوشش بحران‌ها می‌شود (E17). در این شرایط، نیاز به تقویت آموزش خبرنگاران (E6, E19) و بهبود هماهنگی بین نهادهای مختلف (E18, E19) جهت مدیریت مؤثر بحران‌ها بیش از پیش احساس می‌شود.

نتیجه گیری

نتیجه‌گیری این پژوهش به تحلیل چالش‌ها و محدودیت‌های موجود در پوشش بحران‌های اجتماعی توسط شبکه‌های تلویزیونی جمهوری اسلامی ایران و اقلیم کردستان عراق پرداخته است. این تحقیق نشان داد که بازنمایی‌های رسانه‌ای در این دو منطقه تحت تأثیر محدودیت‌های سیاسی، اجتماعی، زیرساختی و فناوری قرار دارد که به‌طور مستقیم بر کیفیت و سرعت اطلاع‌رسانی بحران‌ها تأثیر می‌گذارد. طبق نظریه‌های بازنمایی، رسانه‌ها نه تنها به‌عنوان سیستم‌های اطلاع‌رسانی عمل می‌کنند بلکه در بازسازی و ترویج گفتمان‌های اجتماعی و سیاسی نیز نقش دارند. چالش‌هایی مانند سانسور، کاهش بی‌طرفی، مشکلات فنی و زیرساختی موجب شده‌اند که رسانه‌ها نتوانند به‌طور مؤثر و سریع به بحران‌ها واکنش نشان دهند. در جمهوری اسلامی ایران، محدودیت‌های سیاسی و اجتماعی تأثیر زیادی بر کاهش بی‌طرفی، گزارش‌ها

و تأخیر در اطلاع‌رسانی دارند. این فرایند بازنمایی بحران‌ها در رسانه‌ها، به‌ویژه به‌دلیل سانسور، هویت‌ها و وقایع اجتماعی را به‌طور خاص تحت تأثیر قرار داده و موجب کاهش آزادی عمل در پوشش بحران‌ها شده است. در اقلیم کردستان عراق نیز مشکلات مشابهی وجود دارد که باعث کاهش شفافیت در گزارش‌دهی بحران‌ها و تأثیر منفی بر اطلاع‌رسانی سریع در شرایط بحرانی می‌شود. مشکلات زیرساختی و فناوری در هر دو کشور، مانع از واکنش مؤثر و سریع رسانه‌ها در برابر بحران‌ها گردیده است.

با تطبیق نتایج این پژوهش با پیشینه پژوهش‌های قبلی، می‌توان مشاهده کرد که یافته‌های این تحقیق با مطالعات پیشین درباره تأثیر سانسور، محدودیت‌های سیاسی و مشکلات زیرساختی در رسانه‌ها هم‌راستا است. در بسیاری از تحقیقات مشابه، به مشکلات مشابه در پوشش بحران‌ها و تأثیر آن‌ها بر افکار عمومی اشاره شده است. همچنین، با توجه به چالش‌های شبیه در هر دو منطقه، تأکید بر نیاز به اصلاحات در زیرساخت‌ها و فرایندهای رسانه‌ای از یافته‌های عمومی مطالعات قبلی نیز قابل تطبیق است. در نهایت، این پژوهش نشان می‌دهد که با وجود ظرفیت‌های قابل توجه در رسانه‌های هر دو منطقه، نیاز به اصلاحات اساسی در زمینه‌های مختلف رسانه‌ای، زیرساختی و فناوری برای بهبود مدیریت بحران‌ها و اطلاع‌رسانی در مواقع بحرانی وجود دارد. این تحقیق همچنین تأکید دارد که با بهبود این شرایط، رسانه‌ها می‌توانند نقش مؤثری در پوشش بحران‌ها ایفا کنند و اطلاعات ضروری را به‌طور شفاف و بی‌طرفانه به مردم منتقل نمایند.

تعارض منافع

در انجام مطالعه حاضر، هیچ‌گونه تضاد منافی وجود ندارد.

مشارکت نویسندگان

در نگارش این مقاله تمامی نویسندگان نقش یکسانی ایفا کردند.

موازین اخلاقی

در انجام این پژوهش تمامی موازین و اصول اخلاقی رعایت گردیده است.

شفافیت داده‌ها

داده‌ها و مآخذ پژوهش حاضر در صورت درخواست از نویسنده مسئول و ضمن رعایت اصول کپی رایت ارسال خواهد شد.

حامی مالی

این پژوهش حامی مالی نداشته است.

References

- Alipour, M. (2020). Defining media representation and its application in mass media. *Iranian Communication Research*, 16(1), 150-165.
- Anfan, X. (2022). Social representation of COVID-19 in Chinese social media. *Journal of Crisis Communication and Social Media*, 8(1), 34-49.
- Araz, S., & Morad, A. (2020a). The COVID-19 crisis and television media in the Kurdistan Region: An analysis of crisis representation in the media. *Kurdistan Media Research*, 11(2), 21-40.

- Araz, S., & Morad, A. (2020b). Social media and panic during the COVID-19 pandemic in Kurdistan. *Journal of Media and Public Health*, 9(1), 150-164.
- Ardakani-Fard, H., & Azimi Hashemi, M. (2021). The influence of media coverage on public opinion and its role in public priorities. *Media and Public Opinion Review*, 14(3), 33-50.
- Ardakani-Fard, M., & Azimi Hashemi, S. (2021). The role of media in social crises: Analyzing the impact of television networks. *Crisis Studies Journal*, 16(4), 200-213.
- Austin, J. (2020). The social construction of meaning in media: A structuralist approach. *Journal of Media Studies*, 14(2), 102-119.
- Bashir, M., & Tafreshi Shirazi, A. (2011). Crisis media management in Bahrain: The role of media in conflict communication. *Middle East Media Review*, 3(2), 180-195.
- Bashir, M., & Tafreshi Shirazi, A. (2012). Representation theory and its application in the media. *Cultural and Media Studies Quarterly*, 4(3), 99-115.
- Chandler, D. (2013). *Semiotics: The basics*. Routledge.
- Chen, A., Zhang, W., & Liu, X. (2022). Television's dual role in crisis situations: From source of crisis to crisis management tool. *Crisis and Media Management*, 14(5), 233-248.
- Chen, A., Zhou, J., & Li, H. (2022). Television and crisis communication: How media affect public perception during a crisis. *Journal of Crisis Communication*, 34(2), 81-95.
- Haghighoo, A., & Soleimani, F. (2021). The role of government media in crisis management: A case study of COVID-19 in Iran. *Journal of Crisis Communication Studies*, 9(1), 112-124.
- Hall, S., & Jhally, S. (2007). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. Sage.
- Hardawan, A., & Araz, A. (2019a). Budget and asset crisis in the Kurdistan Region and television media: Examining media performance during the crisis. *Economic Media Studies*, 7(3), 67-83.
- Hardawan, A., & Araz, A. (2019b). The influence of political affiliations on media during crises: A case study of Kurdish TV networks. *Media Politics*, 25(3), 144-161.
- Hardawan, A., & Araz, A. (2019c). The role of media in managing the Kurdistan region's environmental crises. *Media and Politics Review*, 13(2), 80-94.
- Hirsch, E., & Tajan, H. (2017a). Dual role of television networks in crisis situations: A case study on social crisis management. *International Journal of Media Studies*, 30(2), 99-115.
- Hirsch, E., & Tajan, H. (2017b). The ISIS crisis and television media in the Kurdistan Region: Media impacts on crisis representation. *Social Research in the Kurdistan Region*, 5(1), 45-61.
- Hirsch, E., & Tajan, H. (2017c). The media's role in raising awareness during environmental crises in the Kurdistan region. *Journal of Environmental Communication*, 10(4), 76-90.
- Huabin, L. (2022). The role of television networks in crisis management: Prevention, monitoring, and transforming crises into opportunities. *Journal of Media and Crisis Studies*, 15(3), 213-227.
- Khaniki, A., & Mousavi, S. (2019). The water crisis and television media: Evaluating the role of media in crisis representation. *Media Studies*, 8(2), 80-98.
- Khaniki, M., & Mousavi, F. (2019). Examining the role of national media in managing social crises in Iran. *Communication Research*, 7(2), 90-104.
- Khaniki, R., & Mousavi, S. (2019). Representation of Iran's water crisis in newspapers: A case study of media treatment of environmental issues. *Environmental Communication and Media*, 6(2), 45-60.
- Rabiei, S. (2017). Discourse and representation in the media: Discourse theory and media structures. *Media Studies*, 9(1), 67-82.
- Rita, J. (2021). The role of media representation in shaping public perceptions and reality. *Media Studies Journal*, 18(4), 225-240.
- Taghavi Ramazani, M. (2019). Media representation of political instability in Iran: A case study of BBC Persian coverage of the December 2017 protests. *Iranian Media Studies Quarterly*, 12(1), 101-120.
- Zhang, Y. (2021). Social media's role in managing the COVID-19 crisis in China. *Asian Journal of Media and Communication*, 17(3), 120-136.