

## مقایسه کاربرد عکس خبری در وبگاه شبکه‌های خبر، العالم و پرس تی‌وی

فاطمه عظیمی فرد\*، سیاوش صلواتیان\*\*، علیرضا عمادالدین\*\*\*

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۲/۲۵ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۵/۱۴

### چکیده

مخاطب به محض ورود به یک وبگاه خبری در ابتدا عکس‌های آن وبگاه را مرور می‌کند و این عکس خبر است که مخاطب را به مطالعه متن خبر ترغیب و یا از مطالعه آن دلسرد می‌کند و همچنین درک اولیه مخاطب از خبر را شکل می‌دهد. هدف این مقاله مقایسه تطابقی محتوایی عکس و متن اخبار در وبگاه شبکه‌های خبر، العالم و پرس تی‌وی است. در راستای این هدف، برای تحلیل نشانه‌شناسانه تصاویر از الگوی نشانه پیرس (نماد، نمایه و شمایل)، برای تحلیل گفتمان تصاویر از الگوی کرس و ونلیوون (فاصله اجتماعی، زاویه اجتماعی و تعامل اجتماعی)، برای تحلیل متن خبر از الگوی نشانه‌شناسی متن رولان بارت (دلالت صریح، دلالت ضمنی و اسطوره) و برای بررسی ارتباط تصاویر و متن نیز از الگوی بارت (لنگرگاه و بازپخش)

---

\* دکتری زبان‌شناسی، مرکز پژوهش و سنجش افکار صداوسیما. azimifard@gmail.com  
\*\* استادیار دانشکده ارتباطات و رسانه، دانشگاه صداوسیما. (نویسنده مسئول). salavatian@gmail.com  
\*\*\* کارشناسی ارشد روزنامه‌نگاری، دانشگاه صداوسیما. alirezaamad@yahoo.com

بهره گرفته شد. جامعه این پژوهش اخبار وبگاه شبکه‌های خبر، العالم و پرس‌تی‌وی طی دو ماه آذر و دی ۱۳۹۴ بود. پس از دو مرحله گزینش و از بین ۶۶۴ خبر، به صورت نمونه‌گیری هدفمند تعداد ۳۰ خبر (۱۰ خبر از هر سایت) انتخاب و تحلیل شد. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که در نمونه‌های بررسی شده، وبگاه شبکه پرس‌تی‌وی عملکرد بهتری در زمینه کاربرد عکس دارد. وبگاه شبکه العالم که نسبت به وبگاه شبکه پرس‌تی‌وی در کاربرد عکس کمی ضعیف‌تر عمل کرده است، با اختلافی اندک در رتبه دوم قرار دارد و در انتها وبگاه شبکه خبر قرار دارد که عملکردی بسیار ضعیف در کاربرد عکس در اخبار از خود نشان داد. همچنین بر اساس یافته‌های پژوهش مشخص شد که ۱۶ خبر از ۳۰ خبری که مورد تحلیل قرار گرفتند (تقریباً نیمی از اخبار) دارای تطابق عکس و متن خبر هستند، در ۸ خبر به طور کامل عدم تطابق عکس و متن خبر مشاهده شد و در ۶ خبر نیز تا حدودی مطابقت بین عکس و متن خبر وجود داشت.

**واژه‌های کلیدی:** فوتوژورنالیسم، عکس خبری، العالم، شبکه خبر،

پرس‌تی‌وی

## مقدمه

شاید هر کس با مرور یک وبگاه خبری با خبری برخورد کرده باشد که به نظر عکس و متن آن مطابقت نداشته است. این اتفاق به این دلیل رخ می‌دهد که دبیر خبر بدون در نظر گرفتن معنای ضمنی عکس، دست به انتخاب عکس برای خبر می‌زند. یعنی دبیر خبر تنها با در نظر گرفتن معنای صریح عکس آن را برمی‌گزیند. هر عکس علاوه بر معنای سطحی یا صریح، معنای ضمنی و پنهانی دارد که اغلب از کنار آن به سادگی عبور می‌شود. علاوه بر این تاکنون پژوهش‌های اندکی در زمینه شناخت و تحلیل نشانه شناسانه تصاویر خبری در وبگاه‌های خبری و تطابق عکس و متن انجام شده است؛ در

کشور ما نیز بیشتر پژوهش‌ها و رساله‌هایی که به نوعی مرتبط با عکس و عکاسی هستند، در دانشکده‌های هنر و در رشته عکاسی یا تصویرسازی به رشته تحریر درآمده‌اند. این بدان معناست که در هیچ‌یک از آن‌ها جنبه ارتباطاتی عکس‌ها مورد تحلیل قرار نگرفته و فقط مبانی هنری، فنی و زیبایی شناسانه عکاسی مورد نقد و بررسی قرار گرفته است. در دنیای امروز که مخاطب بخش زیادی از زمان خود را صرف حضور در فضای مجازی و بازدید وبگاه‌های خبری می‌کند، بررسی تطابق محتوایی عکس و متن خبر در یک وبگاه خبری به‌طور ویژه توسط دانشجویان رشته ارتباطات - ضروری به نظر می‌رسد. در این پژوهش برای نیل به هدف اصلی، وبگاه سه شبکه خبر، العالم و پرس‌تی‌وی مورد تحلیل قرار گرفته است. علت انتخاب وبگاه این شبکه این است که این شبکه‌ها، شبکه‌های خبری سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران با ۳ زبان مختلف و همچنین گروه‌های مخاطب متفاوتی هستند و با تحلیل اخبار وبگاه این سه شبکه می‌توان سیاست‌های سازمان صداوسیما در نحوه پوشش خبری برای مخاطبان مختلف با زبان‌های فارسی، عربی و انگلیسی را مورد بررسی قرار داد و عملکرد این وبگاه‌ها را نیز با یکدیگر مقایسه کرد.

هر متن نشانه‌ای از دو گونه معنا خبر می‌دهد. «در برخی متون و آثار هنری آنچه در ابتدا به ذهن می‌نشیند با کمی گذشت زمان و اندکی تأمل در معرض معنا یا معناهای ضمنی و نا آشکار رنگ می‌بازد. برخی از عکس‌ها دارای معنای صریح و آشکاری هستند و برخی عکس‌ها علاوه بر معنای صریح و اضافه بر آن و مهم‌تر از همه، معنا یا معناهایی را درون خود پنهان دارند که خود نشانی از خلاقیت و تیزبینی و درک بصری بالای عکاس در لحظه گرفتن عکس و یا انتخاب هوشیارانه قابی مناسب است» (مهدی زاده، ۱۳۹۲: ۷۱). فلوسر<sup>۱</sup> (۱۳۹۳) نیز معتقد است که مفهوم تصویر در سطح آن است و با یک

---

1. Vilem Flusser

نگاه می‌توان آن را دریافت، اما این درک به صورت سطحی باقی خواهد ماند. چنانچه بخواهیم به عمق این مفهوم دست‌یابیم، یعنی ابعاد حذف شده را بازسازی کنیم، باید بگذاریم نگاهمان آزادانه بر روی سطح تصویر حرکت کند. این حرکت بر روی سطح تصویر، جارو کردن تصویر توسط نگاه، یا اسکن کردن نام دارد. بدین ترتیب نگاه ما مسیری را دنبال می‌کند که متشکل از ساختار تصویر از یک سو و قصد بیننده از سوی دیگر است. «مفهومی که طی این فرآیند از تصویر به دست می‌آید بیانگر تلفیق دو هدف است: هدف ظاهری تصویر و هدف بیننده آن. از این رو تصویر را نمی‌توان مجموعه‌ای روشن از نمایه‌ها که ذاتاً دارای مفهوم خاصی است در نظر گرفت، بلکه تصویر مجموعه‌ای مبهم از نمایه‌هاست که به مفهوم خاصی اشاره دارند: آن‌ها امکان تفسیر شدن توسط بیننده را فراهم می‌کنند» (فلوسر، ۱۳۹۳: ۱۸). با توجه به نکته‌ای که فلوسر درباره امکان تفسیر شدن عکس توسط بیننده بیان می‌کند، اهمیت این که عکس با چه تیتراژ، شرح عکس و متنی همراه شود و مورد استفاده قرار گیرد بیش از پیش اهمیت می‌یابد. عکس با هم‌نشینی با هر متن خاص، دلالت ضمنی متفاوتی می‌یابد و پیامی متفاوت از پیام اولیه خود را تداعی خواهد کرد. هدف این مقاله مقایسه این نکته است که عکس‌های به کار گرفته شده در اخبار وبگاه شبکه‌های خبر، العالم و پرس تی‌وی تا چه میزان با متن اخبارشان تطابق دارند. ضرورت انجام چنین پژوهشی، شناخت چگونگی انتقال معنا در هم‌نشینی تصویر و نوشتار و همچنین در اهمیت تفاوت معنای صریح و معنای ضمنی عکس است. به باور گیرو (۱۳۸۷) «قرارگیری تصویر در کنار متن به تألیف اثر سومی منجر می‌شود که ماهیتی متفاوت با صرفاً تصویر یا متن نوشتاری دارد و تأویل متن و تصویر هر دو دستخوش تغییر می‌شود» (گیرو، ۱۳۸۷: ۲۴). بنابراین انتخاب عکس برای یک خبر و میزان تطابق این دو مؤلفه با یکدیگر از اهمیت بالایی برخوردار است؛ چراکه

هم‌نشینی این دو با یکدیگر، اثر سومی را خلق می‌کند که درک بیننده از کلیت یک خبر را شکل می‌دهد و اگر شناخت خوبی از این اثر سوم که تازه به وجود آمده است وجود نداشته باشد، انتقال پیام به مخاطب دچار اختلال خواهد شد و مخاطب پیام خبر را-آن‌گونه که مورد نظر دبیر خبر بوده درک نخواهد کرد. هدف اصلی این پژوهش مقایسه کاربرد عکس خبری در وبگاه شبکه‌های خبر، العالم و پرس‌تی‌وی است. برای دستیابی به این هدف به پنج پرسش ذیل پاسخ داده می‌شود:

۱. در هرکدام از سایت‌های شبکه‌های خبر، العالم و پرس‌تی‌وی، عکس تا چه اندازه با متن خبر تطابق دارد؟
۲. چه نشانه‌هایی در این عکس‌ها به کاررفته است؟
۳. چه مقدار از عکس‌های استفاده شده در این سایت‌ها، تولیدی و چه مقدار از آن‌ها تأمین می‌شوند؟
۴. چه مقدار از عکس‌های استفاده شده در این سایت‌ها شرح عکس دارند؟
۵. چه تعداد از عکس‌های سایت‌های مورد بررسی با ذکر منبع ارائه شده‌اند؟

### پیشینه پژوهش

همان‌طور که اشاره شد، پژوهش‌ها و رساله‌هایی که در ایران درباره عکاسی انجام شده‌اند، در دانشکده‌های هنر و در رشته‌های عکاسی و تصویرسازی به رشته تحریر درآمده‌اند نه در دانشکده‌های ارتباطات. اغلب در پژوهش‌هایی که به تحلیل نشانه شناسانه تصاویر پرداخته‌اند ارتباط تصویر و متن از دیدگاه ادبیاتی و در قالب صور خیال و آرایه‌های ادبی مورد بررسی قرار گرفته است که مختص رشته‌های هنر به‌ویژه رشته تصویرسازی است نه ارتباط صرف متن و تصویر از دیدگاه ارتباطاتی آن و

مقایسه این دو مؤلفه در متن و عکس خبر. از پژوهش‌های پیشین مرتبط با این پژوهش می‌توان به این موارد اشاره کرد:

احمد سادات (۱۳۹۵) در مقاله‌ای با عنوان «تعامل کانال تلویزیونی العالم با مخاطبان از طریق فیس‌بوک» که با استفاده از روش‌های کمی و تحلیل محتوا و بهره‌گیری از نظریه استفاده و رضامندی صورت گرفته است، به این نتیجه می‌رسد که کانال تلویزیونی العالم برای کسب اعتماد و خشنودی مخاطبان خود، از ابزارهای متفاوت و متناسب با آن استفاده کرده است؛ چراکه مهم‌ترین روش برای خشنودی مخاطبان، توجه و اهمیت دادن به سلیقه‌ها و نیازمندی‌های مخاطبان، با در نظر گرفتن تنوع آن‌هاست که این شبکه با لحاظ کردن شاخص‌های اصلی سرگرمی، اطلاع و آگاهی، استفاده اجتماعی و کسب هویت شخصی، نسبت به ایجاد ۱۷ صفحه متنوع در فیس‌بوک، متناسب با گرایش‌های دینی، مذهبی، ملی، قومی، جنسیت و سطوح سنی و ... فضای مناسبی برای مخاطبانش ایجاد نموده است.

علی حسن‌پور (۱۳۹۴) در پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود با عنوان «بررسی تأثیر تکنولوژی دیجیتال بر عکاسی خبری ایران» که در دانشگاه هنر انجام شده است، به این نکته اشاره می‌کند که تأثیرات ظهور تکنولوژی دیجیتال محدود به ابعاد فنی نمی‌شود و این تکنولوژی، پیامدهای مادی، معنوی و اجتماعی بسیاری در عکاسی خبری ایران و جهان داشته است. افزایش کاربرد دستکاری کردن عکس‌ها با فتوشاپ و دیگر ابزارهای قدرتمند اصلاح، باعث شده است که مرزهای حقیقت نسبت به همیشه مبهم‌تر شوند و نیاز به بازتعریف اخلاق در عکاسی خبری ایران و جهان بیش‌ازپیش احساس شود.

پرویز اقبالی (۱۳۹۰) در رساله دکتری خود با عنوان «تبیین رابطه تصویر و متن در تصویرسازی کتاب‌های داستانی کودک در ایران از سال ۱۳۴۰ تا ۱۳۸۰» که به شیوه توصیفی و تحلیلی انجام شده، از طریق بررسی همه جوانب همسو با موضوع اصلی مثل صورت و معنا در اندیشه‌های گوناگون، شناخت کودک و ادبیات مرتبط با او و همچنین بررسی نقدهای صورت گرفته پیشین پیرامون تصویرسازی، مقدمه‌ای را برای

ورود به بحث اصلی، یعنی تجزیه و تحلیل آثار به وجود آورده است. برای بررسی دقیق فرضیات مطرح شده در رساله، ۵۰ نمونه از کتاب‌های تصویرسازی کودک مورد تجزیه و تحلیل دقیق قرار گرفت، نتیجه نهایی این تجزیه و تحلیل که در انتهای رساله و در جداولی ارائه و تنظیم گردید، اعلام می‌دارد که تصویرسازی کتاب‌های داستانی کودک در دو دسته کلی ارائه شده‌اند؛ ابتدا تصاویری که مغایر با متون داستانی هستند و از متن پیروی نمی‌کنند، و دیگری تصویرسازی‌هایی که بیان‌کننده متن‌ها و معناها را داستانی کتب هستند. همچنین تعدادی از تصویرسازی‌های کتاب کودک به دلیل گرایش بیش از حد تصویرساز به فنون تصویرسازی، باعث به وجود آمدن تغییر در فهم متون داستانی شده‌اند.

محمد هاتفی و حمیدرضا شعیری (۱۳۹۰) در مقاله خود با عنوان «وضعیت شبه گفتمانی: نشانه-معناشناسی تطبیقی متن و تصویر در کتاب مصور مردم معمولی» نحوه تجلی ارزش‌های پست‌مدرن در تعامل متن و تصویر در قالب تداخل و همزیستی ژانرها و شکل‌گیری بیناژانریت به مثابه یک «مسئله» را بررسی می‌کنند. در این راستا، یک کتاب مصور با عنوان مردم معمولی تألیف علیرضا میراسداله مورد تحلیل نشانه معناشناختی قرار می‌گیرد و نشان داده می‌شود که ارزش‌های دوره پست‌مدرن ناشی از رشد سریع فناوری و درهم ریختن مرزهای تعاملات جهانی باعث شده است که این متن در راستای انعکاس این ارزش‌ها از حالت بینامتنی ساده در قالب تأثیرپذیری محتوایی عناصر از یکدیگر خارج شود و به صورت مادی درهم بریزد و به نحوی انضمامی منعکس‌کننده تغییرات محتوایی در بستر اجتماعی - فرهنگی باشد.

منصوره فردوسی جاه (۱۳۹۰) در پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود با عنوان «زیبایی‌شناسی عکس‌های خبری از دیدگاه منتقدان و عکاسان» که در رشته پژوهش هنر به رشته تحریر درآمده است، با بررسی دیدگاه صاحب‌نظرانی چون سونتگ<sup>۱</sup>، برسون<sup>۲</sup>،

---

1. Susan Sontag  
2. Henri Cartier-Bresson

آدامز<sup>۱</sup> که هرکدام در زمینه نقد عکاسی، عکاسی خبری و عکاسی هنری بنام هستند نظر آن‌ها در باب زیبایی‌شناسی عکس مورد توجه قرار گرفته است. در این پژوهش با انتخاب ۳ عکاس و منتقد و آوردن نمونه‌هایی از عکس‌های خبری، تأکید ویژه‌ای بر اهمیت زیبایی در عکس‌هایی شده که در کسری از ثانیه توسط عکاس ثبت شده، به بار می‌نشینند و می‌توانند تأثیری جهانی داشته باشند.

جنسن<sup>۲</sup> (۲۰۱۴) در رساله کارشناسی ارشد خود با عنوان «عکاسی در صحنه: تحلیل محتوای تصویری و کلامی مجلات نشنال جئوگرافیک»<sup>۳</sup> ضمن تأکید بر این نکته که توسعه دوربین دیجیتال از جنبه‌های مختلف تأثیر بسزایی در جامعه داشته است و این که امروزه ما در جهان تصویر زندگی می‌کنیم، مجله نشنال جئوگرافیک را به عنوان نشریه‌ای که به قدرت تصویر به شدت واقف است مورد تحلیل قرار داده و نتیجه گرفته است که موفقیت این نشریه بر انتخاب عکس‌هایش استوار است.

استفان گیزنر<sup>۴</sup> و همکاران (۲۰۱۱) در مقاله خود با عنوان «قدرت تصاویر: زاویه عمودی در قدرت تصاویر» از سه نظریه تکاملی، یادگیری و تجسم برای بیان چرایی قدرت زاویه عمودی در عکس استفاده می‌کنند. آن‌ها بر اساس روش تکاملی بیان می‌کنند که ارتباطی غریزی (حتی در حیوانات) بین قد و سلطه یا قدرت وجود دارد و زاویه عمودی می‌تواند باعث تفاوت در سایز و نسبت واقعی شود. طبق نظریه یادگیری نیز بچه‌ها همواره با پدر و مادر بلندتر از خود روبرو هستند و همواره از پایین به بالا نگاه می‌کنند. و ما می‌دانیم که پدر و مادر از قدرت بیشتری نسبت به بچه‌ها برخوردارند. استفان گیزنر و همکاران در انتها با استفاده از نظریه تجسم، بیان می‌کنند که مفهوم قدرت در ذهن مردم به صورت خودکار با اندازه عمودی در فضا همراه است. بدین ترتیب وقتی مردم درباره قدرت فکر می‌کنند، ناخودآگاه کلمات «بالا»، «روی» و

- 
1. Ansel Adams
  2. Jensen
  3. National Geographic
  4. Steffen R. Giessner



«بزرگ» را نشانه‌هایی از داشتن قدرت تعبیر می‌کنند و کلمات «پایین»، «زیر» و «کوچک» را نشانه‌های ضعف می‌دانند.

دُلسی ام. آنجل<sup>۱</sup> (۲۰۰۸) در مقاله خود با عنوان «هر تصویری گویای داستانی است: زبان و نقش شرح عکس‌ها در روزنامه‌های فرانسوی» رابطه بین متن و تصویر را در پنج روزنامه فرانسوی بررسی کرده است. در این مقاله رابطه عکس با شرح عکس، تیتیر و متن خبر بررسی شده است. این مقاله نشان می‌دهد که عکس، شرح عکس، تیتیر و متن خبر، نقشی اساسی در ایجاد بینامتنیت در روزنامه دارند.

## ادبیات نظری

### فوتوژورنالیسم<sup>۲</sup>

در ساده‌ترین تعریف، عکس این موضوع را مخابره می‌کند که سوژه در شرایط به‌خصوص هنگام عکاسی، چگونه بوده است. «در طول تاریخ رسانه عکاسی، مهم‌ترین نقش تصویر، جایگزینی با حضور ملموس واقعیت بوده است. عکس‌ها نسخه‌ای ارزان، ساده، پایدار، آشکار و قابل‌استفاده‌تر از سوژه واقعی را مهیا می‌کنند» (جی<sup>۳</sup> و هورن<sup>۴</sup>، ۱۳۸۸: ۳۹). عکاسی مطبوعاتی (فوتوژورنالیسم) نوع خاصی از روزنامه‌نگاری است که در آن ارائه مطالب و شرح رویدادها عمدتاً با استفاده از عکس صورت می‌پذیرد. فوتوژورنالیسم در سطح جهانی و فراتر از محدودیت‌های زبانی و فرهنگی کاربرد دارد (فرزین، ۱۳۸۹: ۷). در این پژوهش منظور از عکس خبری، همان مفهوم فوتوژورنالیسم است. بارت نیز معتقد است که عکس خبری یک پیام است. این پیام، در کل، از یک منبع ارسال، یک مجرای انتقال، و یک مرکز دریافت تشکیل شده است. «منبع ارسال

- 
1. Engel
  2. Photojournalism
  3. Bill Jay
  4. David Hurn

همان هیئت تحریریه رسانه است، گروهی از متخصصان که بعضی از آن‌ها عکس را می‌گیرند، برخی دیگر عکس‌ها را گزینش، آرایش و پردازش می‌کنند و سرانجام عده‌ای دیگر برای عکس‌ها عنوانی انتخاب می‌کنند، و شرح عکس و تفسیری به آن می‌افزایند. مرکز دریافت همان مردمی هستند که مطالب رسانه را دنبال می‌کنند. و مجرای انتقال هم خود رسانه (روزنامه، خبرگزاری، تلویزیون و...) است» (بارت، ۱۳۸۹: ۹). تا به امروز بارها مرگ فوتوژورنالیسم (عکاسی خبری) را اعلام کرده‌اند. با ظهور تلویزیون، رابرت کاپا عکاس سرشناس جنگ و عضو هیئت مؤسس آژانس عکس مگنوم اظهار داشت که کار فوتوژورنالیسم تمام است (فرزین، ۱۳۸۹: ۱۹). عده‌ای نیز مرگ فوتوژورنالیسم را در پایان هفته‌نامه لایف دیدند. امروز هم برخی از صاحب‌نظران حوزه عکاسی معتقد هستند که ظهور نرم‌افزارهای انتشار عکس مثل اینستاگرام<sup>۱</sup> و همگانی‌تر شدن استفاده از عکس و افزایش سرعت مخابره و انتشار عکس در دنیا منجر به مرگ فوتوژورنالیسم خواهد شد. اما همگی آن‌ها اشتباه می‌کردند و در حال حاضر فوتوژورنالیسم هنوز زنده و سر حال است.

### تحلیل گفتمان ون لیوون

ون لیوون<sup>۲</sup> (۲۰۰۸) برای تفسیر نظام‌مند تصاویر به کار گرفته شده در گفتمان‌های رسانه‌ای، روشی پیشنهاد می‌کند که به‌نوعی ملهم از نوع نگاه نظام‌مند و نقش‌گرای اوست. ون لیوون چارچوبی سه‌بعدی را معرفی می‌کند که این چارچوب سه‌بعدی شامل فاصله اجتماعی، ارتباط اجتماعی و تعامل اجتماعی است. ۱. **فاصله اجتماعی:** مانند زندگی حقیقی، در تصویر هم فاصله نشان‌دهنده روابط بینا فردی است. به‌عنوان مثال ما فاصله خود را با غریبه‌ها حفظ می‌کنیم و یا با عزیزانمان نزدیک هستیم. میزان فاصله بیانگر دوری و نزدیکی است؛ خواه این نزدیکی موقتی یا دائم بوده و یا برای یک دوره

---

1. Instagram  
2. Van Leeuwen

زمانی خاص تداوم داشته باشد. از نظر ون لیوون و کرس، نمای دور، یعنی به تصویر کشیدن افراد از فاصله زیاد به معنای آن است که این افراد غریبه هستند؛ درحالی‌که استفاده از نمای نزدیک این معنا را می‌رساند که گویا آن‌ها یکی از ما هستند. ۲. **ارتباط اجتماعی**: بعد دوم تحلیل به زوایایی برمی‌گردد که از آن زاویه فرد را می‌بینیم و شامل زاویه عمودی (این که فرد را از بالا می‌بینیم یا از سطح زاویه چشم و یا از پایین) و زاویه افقی (دیدن فرد از مقابل یا طرفین یا چیزی بین این دو) می‌شود. این زوایا بیانگر دو جنبه از رابطه اجتماعی بین بیننده و فرد یا افرادی است که به تصویر کشیده می‌شوند. این دو جنبه عبارت‌اند از: قدرت و شمول. ون لیوون انتخاب زاویه عمودی را به تفاوت‌های قدرت مرتبط می‌داند. از نظر آن‌ها، به تصویر کشیدن یک فرد از بالا و از بالا به وی نگریستن نشان‌دهنده وجود تصور قدرت نمادین بر آن فرد است. اما تهیه عکس از زاویه پایین؛ یعنی از پایین به بالا نگریستن نشان‌دهنده قدرت نمادین موضوع عکس نسبت به موضوع می‌باشد. انتخاب زاویه طبیعی؛ یعنی سطح چشم نیز به معنای برابری و عدم قدرت از سوی طرفین تعبیر می‌گردد. ۳. **تعامل اجتماعی**: تعامل اجتماعی که بعد سوم تحلیل تصویر در چارچوب ون لیوون را تشکیل می‌دهد به این موضوع اختصاص دارد که آیا سوژه به بیننده نگاه می‌کند و با او تماس چشمی برقرار می‌کند یا خیر؟ اگر سوژه عکس به ما نگاه نکند، گویا از این که ما به او خیره شده‌ایم غافل است و با ما تعامل اجتماعی ندارد. درحالی‌که اگر تماس چشمی و نگاه سوژه به بیننده وجود داشته باشد، تصویر بیانگر نوعی «توی» تصویری است، نوعی تقاضای تصویری؛ افراد درون عکس تقاضایی از شما دارند و آنچه که مورد نظر است، با عناصر دیگری در عکس مانند حالت‌های صورت، ژست‌ها و زاویه نگاهشان (به بالا، پایین یا نگاه طبیعی) و این که بدنشان در زاویه چشم یا پشت به ماست به تصویر کشیده می‌شوند. در مجموع سه بعد فاصله، زاویه و تماس چشمی عواملی هستند که در تحلیل تصویر به کار گرفته می‌شوند. این سه بعد در تمام تصاویر به چشم می‌خورند و

نمی‌توان یکی از آن‌ها را نادیده گرفت. موضوع یک تصویر نسبت به بیننده یا نزدیک است یا دور، یا از بالاست یا از پایین و یا در سطح چشم، یا از روبروست یا از طرفین و در پایان یا نگاه سوژه به مخاطب است و یا خیر (خیرآبادی و خیرآبادی، ۱۳۹۱: ۶۶-۷۱).

### نشانه‌شناسی از دیدگاه پیرس

جامع‌ترین طبقه‌بندی‌ای که تاکنون از نشانه‌ها صورت گرفته، طبقه‌بندی چارلز ساندرز پیرس است. از ۶۶ گونه‌ای که پیرس شناسایی کرد، سه گونه نگاره‌ها (شمایل)، نمایه‌ها و نمادها برای تحقیق در پدیده‌های فرهنگی، مانند محصولات رسانه‌ای به شدت مفیدند. مارسل دانسی (۱۳۸۸) این سه گونه نشانه را این‌طور توصیف می‌کند:

نگاره، نشانه‌ای است که به مرجع خود به نحوی شباهت دارد. عکسِ چهره افراد، نگاره‌های دیداری‌ای هستند که چهره واقعی افراد را از منظر هنرمند نشان می‌دهند. نمایه، نشانه‌ای است که دلالت به چیزی مرتبط با چیز دیگری دارد یا آن را خاطر نشان می‌سازد. نمایه‌ها، مانند نگاره‌ها به مرجعشان شباهت ندارند؛ بلکه از طریق آن‌ها می‌توان مرجع‌ها را شناخت یا دریافت که کجا هستند. بارزترین نمونه نمایه‌ای بودن انسانی، انگشت اشاره است که مردم سراسر دنیا به شکلی مشخص و به‌طور گسترده از آن برای خاطر نشان ساختن یا نشان دادن محل چیزها، افراد یا رویدادها استفاده می‌کنند. نماد، نشانه‌ای است که بر چیزی به شکلی مبتنی بر قراردادی دلخواهی دلالت دارد. کلمه‌ها به‌طور کلی نشانه‌نمادین هستند، همین‌طور انواع ژست‌های دست (دانسی، ۱۳۸۸: ۷۵).

### جدول ۱- ابعاد سه‌گانه نشانه‌ها

نشانه	شمایل	نمایه	نماد
دلالت می‌کند بر:	شباهت	ارتباط علی	قرارداد
مثال	عکس چهره، مجسمه	دود، علائم بیماری	کلمه، عدد، پرچم
فرآیند	می‌تواند دیده شود	می‌تواند فهمیده شود	باید یاد گرفته شود

### نشانه‌شناسی از دیدگاه بارت

از دیدگاه بارت، کارِ نشانه‌شناس یافتن دلالت معنایی در گستره بی‌پایان زندگی بشر امروزی است (بارت، ۱۳۷۵: ۱۲). از این رو او به مطالعه انواع نشانه‌ها در زندگی روزمره می‌پردازد و به پوشاک، غذا، گونه‌های موسیقی، اتومبیل فرد، مبلمان و ... به‌منزله نشانه‌هایی نگاه می‌کند که همچون نوشتار، دارای پیام ثانویه در لابه‌لای سطور خود هستند. در نشانه‌شناسی بارت به سه مفهوم دلالتی اشاره می‌شود: دلالت صریح<sup>۱</sup> (یا معنای مستقیم)، دلالت ضمنی<sup>۲</sup> (یا معنای تلویحی) و اسطوره<sup>۳</sup>. چندلر می‌نویسد: «در دلالت مستقیم یا صریح، تمایل به ارائه معنای معین، ملفوظ، آشکار یا مطابق با عقل سلیم برای نشانه وجود دارد» (چندلر، ۱۳۸۷: ۲۱۰). به عبارتی دیگر، معنای صریح، معنایی است که تعداد بیشتری از اعضای یک جامعه دارای فرهنگ مشترک، در مورد آن توافق دارند. «اصطلاح دلالت ضمنی برای ارجاع به معناهای اجتماعی-فرهنگی و شخصی نشانه به کار می‌رود و به طبقه، سن، جنسیت و نژاد تفسیرگر بستگی دارد» (چندلر، ۱۳۸۷: ۲۱۰). علاوه بر دلالت صریح و ضمنی، بارت به مفهوم «اسطوره» اشاره می‌کند. بارت خود اسطوره را به‌مثابه سطح سوم دلالت طبقه‌بندی نکرده است. تحلیلگران گاه اسطوره را به‌عنوان سطح سوم دلالت طبقه‌بندی کرده‌اند؛ گاه آن را در قالب دلالت ضمنی، یعنی همان سطح دوم دلالت قرار داده‌اند (فیسک، ۱۳۸۶: ۱۳۱). و گاه آن را حاصل تلفیق دلالت‌های صریح و ضمنی دانسته‌اند (سجودی، ۱۳۸۷: ۸۶).

- 
1. Denotation
  2. Connotation
  3. Myth

### ترکیب‌بندی در عکاسی

به‌طور کلی ترکیب‌بندی یک عکس به معنای محل قرارگیری عناصر تصویر در عکس است. هارالد مانت<sup>۱</sup> (۱۳۹۱) عناصری که تصویر را می‌سازند و برای موفق ساختن عکس یا برای ارزیابی کردن آن باید در نظر گرفته شوند، را در پنج بخش (قطع، نقطه، خط، سطح و تضادها) تشریح می‌کند (مانته، ۱۳۹۱: ۷). وی برای جلوگیری از دچار شدن به ملاحظات بسیار کلی یا بسیار انتزاعی، این پنج بخش را به ۴۸ موضوع مجزا تقسیم کرده است. مانت به این نکته تأکید می‌کند که هر قدر موضوع عکس ساده‌تر باشد و عناصر ترکیب‌بندی شمار محدودتری داشته باشند، کوچک‌ترین جزئیات اهمیت بیشتری می‌یابند (مانته، ۱۳۹۱: ۷). کنت کوبر<sup>۲</sup> (۱۳۸۹) نیز درباره ترکیب‌بندی به موضوع اشاره می‌کند که «سه نیرو - ترکیب‌بندی، سبک و روش - سیمای عکس را تشکیل می‌دهد. ترکیب‌بندی قرار دادن مجموعه عناصر در عکس است» (کوبر، ۱۳۸۹: ۱۷۳). عکاس از این نکته آگاه است که عناصر موجود در چارچوب برای جلب نظر بیننده با یکدیگر هم‌وردی می‌کنند. وقتی چشم در سراسر عکس می‌گردد، مکان قرار گرفتن عناصر، موجب می‌شود که چشم یا بی‌درنگ به حرکت ادامه دهد یا برای بررسی مکث کند (کوبر، ۱۳۸۹: ۱۷۳). با توجه به اجماع تصویر و متن در یک خبر، انتخاب عکسی با ترکیب‌بندی مناسب برای یک خبر از درجه اهمیت بالای برخوردار خواهد بود. کوبر در کتاب فوتوژورنالیسم (۱۳۸۹) به نقل از اریک درپر<sup>۳</sup> عکاس آسوشیتدپرس<sup>۴</sup> می‌گوید: «اگر عکس جذاب باشد، موجب خواهد شد که بیننده درنگ کند و آن را ببیند. اما عکس فقط نباید جذاب باشد. باید آگاهی بدهد» (کوبر، ۱۳۸۹: ۱۷۴).

- 
1. Harald Mante
  2. Kenneth Kobre
  3. Eric Draper
  4. Associated Press

### اجماع متن و تصویر

بارها در پژوهش‌ها و مقالات مختلف بر تأثیر شگرف عکس در درک معنای متن همراهش تأکید شده است. لورنس. آر. سایپ<sup>۱</sup> در مقاله خود با عنوان «کتاب‌های تصویری چگونه کار می‌کنند» تأثیر اجماع متن و تصویر با یکدیگر را بسیار بیشتر از هر کدام از آن‌ها می‌داند. همان‌طور که لورنس. آر. سایپ اشاره می‌کند، از تحلیل داده‌های این پژوهش نیز مشخص شد که تأثیر اجماع متن و تصویر با یکدیگر، بسیار بیشتر و متفاوت‌تر از هر کدام از آن‌ها به صورت جداگانه است؛ بنابراین، این که چه عکسی با چه تیتراً، شرح عکس و متنی مورد استفاده قرار بگیرد، در درک مخاطب از مجموعه یک خبر اهمیت بسزایی دارد. عکسی از رییس‌جمهور را تصور کنید که رییس‌جمهور در آن لبخندی بر چهره دارد. چنانچه این عکس با تیتراً «تورم را مهار کردیم» مورد استفاده قرار بگیرد، این پیام را منتقل می‌کند که رییس‌جمهور از مهار تورم و عملکرد دولت در این حوزه راضی است. اما اگر همان عکس با تیتراً «صحبت‌های پادشاه عربستان را جدی نمی‌گیریم» مورد استفاده قرار بگیرد، این پیام را منتقل می‌کند که اظهارات پادشاه عربستان خنده‌دار و مسخره است و هیچ ارزشی ندارد.

### روش پژوهش

هدف اصلی این پژوهش دستیابی به این نکته است که تطابق محتوایی عکس و متن خبر در وبگاه شبکه‌های خبری، العالم و پرس‌تی‌وی چگونه است. برای رسیدن به این هدف از دو روش نشانه‌شناسی و تحلیل گفتمان انتقادی استفاده شده است. از همین رو نشانه‌شناسی در بررسی تطابق عکس و متن خبری، قواعدی که بر متن و عکس حاکم هستند را مورد توجه قرار می‌دهد و تحلیل بی‌نقص‌تری را ارائه می‌دهد. در مجموع این

---

1. Lawrence.R.Sipe

دو روش -نشانه‌شناسی و تحلیل گفتمان- نگاه کامل‌تر و جامع‌تری برای بررسی تطابق متن و عکس اخبار در وبگاه‌های یاد شده به دست خواهند داد. چنانچه از هر روش دیگری برای این هدف استفاده می‌شد، کاستی‌های بیشتری داشت. این روش‌ها نیز بی‌شک بدون ضعف نیستند، اما با توجه به هدف تحقیق و روند کار این پژوهش، این دو روش از سایر روش‌ها کارآمدتر بودند. جامعه آماری این پژوهش کلیه اخبار وبگاه شبکه‌های خبر، العالم و پرس‌تی‌وی در دو ماه آذر و دی ۱۳۹۴ است. روش نمونه‌گیری نیز به این صورت بود که پس از دو مرحله گزینش و از بین ۶۶۴ خبر، به روش نمونه‌گیری هدفمند تعداد ۳۰ خبر (۱۰ خبر از هر وبگاه) انتخاب شد و مورد تحلیل قرار گرفت. مراحل اجرای این پژوهش بدین صورت است که در ابتدا و در مرحله نخست، بر اساس روش نمونه‌گیری غیر تصادفی هدفمند ۶۶۴ خبر از اخبار وبگاه شبکه‌های خبر، العالم و پرس‌تی‌وی که در بازه زمانی دو ماه آذر و دی ۱۳۹۴ روی خروجی وبگاه شبکه‌های یاد شده قرار گرفتند توسط پژوهشگر انتخاب شدند. پژوهشگر در این بازه زمانی به دنبال بهترین نمونه‌ها بود تا به بهترین شکل در راستای هدف پژوهش گام بردارد. این نمونه‌ها را در سه قالب اولیه جمع‌آوری کردیم: نخست، آن دسته از اخباری که در ظاهر تطابق کمی بین عکس و متنشان دیده شد و در نگاه اولیه استفاده درستی از عکس نکرده بودند؛ دوم، آن دسته از اخباری که در ظاهر و نگاه اول، عکس و متنشان با یکدیگر تطابق داشت و به نظر می‌رسید استفاده درستی از عکس کرده باشند. سوم؛ آن دسته از اخباری که از عکس‌های کلیشه‌ای و بسیار عادی -مثل عکسی ساده و بدون هیچ نکته خاصی از سخنگوی کشور عراق در خبری که وی درباره موضوعی به صحبت پرداخته است- استفاده کرده بودند و در ظاهر عکسی ساده برای خبر برگزیده بودند. در مرحله بعد، تعداد ۹۰ خبر از بهترین نمونه‌های جمع‌آوری شده که مطابق با اهداف پژوهش بودند از بین ۶۶۴ خبر اولیه برگزیده شد؛ در مرحله گزینش نهایی نیز ۱۰ خبر از بهترین اخبار هر سایت -مجموعاً ۳۰ خبر- که با اهداف پژوهش هم‌راستا بودند انتخاب شدند. در این پژوهش، هر یک از ۳۰ خبر منتخب طی



۶ مرحله به تفصیل مورد تحلیل قرار گرفته‌اند. این شش مرحله عبارت‌اند از: مرحله اول: تحلیل عکس از دیدگاه چارلز ساندرس پیرس (بررسی میزان استفاده از نماد، نمایه و شمایل در تصاویر اخبار). مرحله دوم: تحلیل عکس از دیدگاه کرس و ون‌لیوون (تحلیل سه مفهوم فاصله اجتماعی، ارتباط اجتماعی و تعامل اجتماعی در تصاویر اخبار). مرحله سوم: بررسی ترکیب‌بندی عکس‌ها. مرحله چهارم: بررسی استفاده یا عدم استفاده از شرح عکس. مرحله پنجم: تحلیل متن خبر با روش نشانه‌شناسی متن رولان بارت (تحلیل مفاهیم دلالت صریح، دلالت ضمنی و اسطوره در متن خبر). مرحله ششم: بررسی رابطه عکس و متن خبر با استفاده از مفاهیم لنگرگاه و بازپخش رولان بارت و تحلیل مضمون. لازم به ذکر است که با توجه به این که این پژوهش از نوع کیفی است، قابلیت تعمیم نداشته و این نتایج در محدوده ۳۰ خبر مورد بررسی قابل استناد است.

### یافته‌های پژوهش

در این بخش برای هر چه بیشتر روشن شدن روش پژوهش و همچنین آشنایی با روش‌های مورد استفاده در این پژوهش برای تحلیل عکس و متن اخبار، در ادامه به دو خبر از ۳۰ خبر مورد تحلیل قرار گرفته اشاره شده است. در تحلیل اخبار، هر یک از اخبار در ۶ مقوله مورد بررسی قرار گرفته‌اند که در بخش قبلی به این ۶ مرحله اشاره شد. در ادامه دو نمونه از تحلیل‌های انجام شده برای دو خبر بیان می‌شود و پس‌از آن یافته‌های کلی پژوهش ذکر خواهد شد:

### تحلیل نمونه اول

شرط‌بندی اردوغان: اگر پوتین ثابت کند استعفا می‌دهم - سه‌شنبه ۱۰ آذر ۱۳۹۴

- پایگاه اینترنتی شبکه‌العالم



عکس ۱- عکس نمونه اول

۱. تحلیل عکس از دیدگاه چارلز ساندرز پیرس (استفاده از نماد، نمایه یا

شمایل در عکس)

نماد: -

نمایه: -

شمایل: چهره اردوغان و پوتین شمایل است.

جدول ۲- نشانه از منظر پیرس

-	نماد
-	نمایه
چهره اردوغان و پوتین	شمایل

## ۲. تحلیل عکس از دیدگاه کرس و ونلیوون (فاصله اجتماعی، ارتباط اجتماعی

و تعامل اجتماعی)

**فاصله اجتماعی:** فاصله ما و سوژه عکس در این تصویر تقریباً نزدیک است و ما از یک نمای نزدیک اردوغان و پوتین را در عکس مشاهده می‌کنیم؛ این بدان معناست که ما با هر دو سوژه در ارتباط هستیم و مهم‌تر از ارتباط مخاطب با این دو، ارتباط دو سوژه تصویر با یکدیگر است که با نگاه و حالاتی ویژه در عکس مشاهده می‌شوند. این نوع نگاه نشان‌دهنده ارتباط خاص این دو است.

**ارتباط اجتماعی:** در این تصویر اردوغان و پوتین را از زاویه طبیعی (سطح چشم انسان) مشاهده می‌کنیم. نمایش سوژه از زاویه طبیعی (سطح چشم) به معنای برابری و عدم قدرت بین سوژه و موضوع خبر تعبیر می‌گردد. اما در ارتباط با دو سوژه حاضر در عکس، این نکته حائز اهمیت است که به نظر می‌رسد اردوغان بیشتر از گوشه چشم به پوتین نگاه می‌کند. این نوع نگاه به معنای موضع پایین‌تر نیست. نکته دیگر این که تصویر اردوغان واضح اما تصویر پوتین مبهم است؛ گویی عاملیت به اردوغان داده شده است. همچنین تصویر پوتین تار و گویی که او خواب است! دلالت ضمنی این تصویر این پیام را منتقل می‌کند که نتیجه شرط‌بندی از قبل مشخص است.

**تعامل اجتماعی:** در این تصویر سوژه‌های حاضر در عکس با مخاطب تعامل اجتماعی برقرار نمی‌کنند. ولی تعامل اجتماعی بین سوژه‌های تصویر وجود دارد. اردوغان باحالتی خم شده و از گوشه چشم به پوتین نگاه می‌کند که قدرت و تسلط پوتین روی موضوع را منتقل می‌کند. به‌خصوص این که پوتین با نگاهی بی‌تفاوت به روبروی خود نگاه می‌کند و در حقیقت اردوغان را نادیده می‌گیرد.

## جدول ۳- تحلیل عکس از دیدگاه کرس و ونلیوون

فاصله اجتماعی	سوژه عکس را از نمای نزدیک مشاهده می‌کنیم.
ارتباط اجتماعی	سوژه‌ها را از زاویه طبیعی مشاهده می‌کنیم.
تعامل اجتماعی	تعاملی بین سوژه‌های تصویر و مخاطب وجود ندارد. ولی بین سوژه‌ها تعامل اجتماعی دیده می‌شود.

۳. **ترکیب‌بندی عکس:** این عکس، از جمله عکس‌هایی است که مخاطب در آن محور نیست و دو شخصیت سیاسی حاضر در عکس و ارتباط آن‌ها با یکدیگر محور اصلی پیام عکس است. ترکیب‌بندی این عکس کاملاً هم‌راستا و همخوان با تیترو متن خبر است. تیترو متن به صحبتی که اردوغان درباره پوتین کرده اشاره می‌کنند. اهمیت رابطه دو کشور از دیدگاه اردوغان و ترس وی از برهم خوردن این ارتباط به‌خوبی در عکس مشاهده می‌شود. در تیترو خبر نیز، تأکید اردوغان -استفاده از واژه شرط‌بندی- بر این که پوتین درباره ترکیه و او اشتباه می‌کند، نشان از اهمیت فراوان رابطه سیاسی دو کشور برای اردوغان دارد. در این عکس فاصله کانونی (Focus) روی اردوغان است و وی با نگاهی آغشته به درماندگی و استیصال به پوتین نگاه می‌کند، درحالی‌که پوتین با بی‌تفاوتی به روبروی خود نگاه می‌کند. این ترکیب‌بندی به‌خوبی تقابل و چالش بین دو شخصیت سیاسی را به تصویر کشیده است. بنابراین از نظر ترکیب‌بندی شاهد یک عکس خوب هستیم. در این عکس به دلیل این که فوکوس روی اردوغان است، ذهن مخاطب در نگاه اول درگیر اردوغان و نوع نگاه وی به پوتین می‌شود. رنگ پس‌زمینه در این عکس مشکی است. به‌طورکلی رنگ سیاه نشانه غم و اندوه، ترس، رازداری و مبهم بودن است. با توجه به نکاتی که ذکر شد، در این تصویر جنبه ترس و مبهم بودن رنگ مشکی بیش از جنبه‌های دیگر آن برجسته شده است و به‌نوعی مکمل خبر است.
۴. **استفاده یا عدم استفاده از شرح عکس:** در این خبر از شرح عکس استفاده شده است. متن شرح عکس: «رییس‌جمهور ترکیه شرط بست که اگر رییس‌جمهور روسیه ثابت کند ترکیه از داعش نفت خریده است، از ریاست جمهوری کناره‌گیری می‌کند.» شرح عکس دقیقاً متناسب و هم‌راستا با پیام عکس نوشته شده است و به‌خوبی نشان‌دهنده اهمیت موضوع ارتباط دو کشور برای ترکیه است. در این تیترو شرح عکس، ترس اردوغان از برهم خوردن رابطه دو کشور به‌خوبی نمایان است.
۵. **تحلیل متن خبر (استفاده از دلالت صریح، دلالت ضمنی و اسطوره در متن خبر)**

جدول ۴- مصادیق دلالت ضمنی

ردیف	دالت صریح	دالت ضمنی
۱	رییس‌جمهور ترکیه شرط بست...	اطمینان از سخنی که بیان می‌کند و همچنین اهمیت بالای ارتباط با روسیه برای اردوغان
۲	باقی ماندن یا کناره‌گیری از پست درباره اثبات یک موضوع	اهمیت بالای آن موضوع و چالش شدید بین دو کشور
۳	به‌پیش آوردن بحث شرافت ملی	اطمینان کامل از سخنی که بیان می‌کند و تبرئه کردن خود از تهمتها
۴	ما در این زمینه خویشتن‌داری پیشه کرده‌ایم	بی‌گناهی ترکیه و صبوری این کشور در این مسئله

جدول ۵- مصادیق دلالت اسطوره‌ای

مصادیق اسطوره‌ای	دالها
اردوغان و سایر رییس‌جمهورهای ترکیه شرافت ملی را مقدم بر هر نکته دیگری می‌دانند.	شرافت ملی اقتضا می‌کند که از پست خود استعفا دهم.

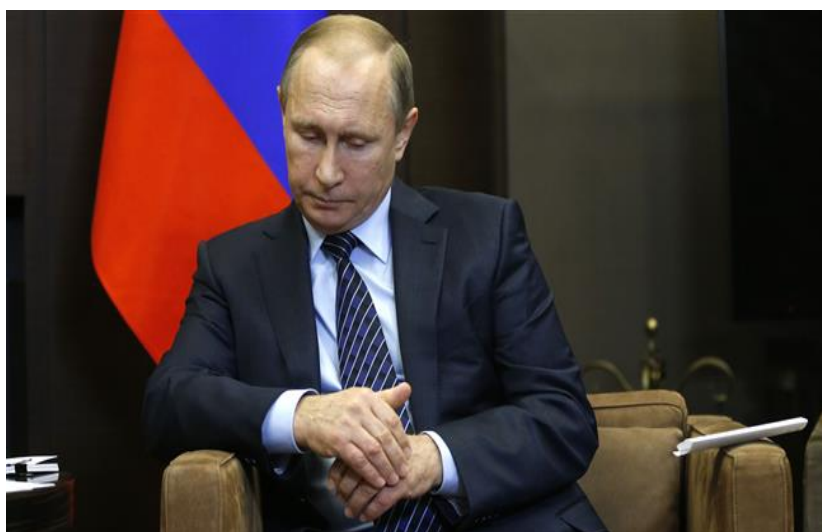
۶. رابطه بین عکس و متن: دلالت صریح متن خبر بیان‌کننده این نکته است که اردوغان با استفاده از ادبیاتی خاص بیان می‌کند که پوتین درباره ترکیه اشتباه می‌کند. درجه بالای اهمیت رابطه دو کشور برای اردوغان و ترکیه به‌خوبی قابل مشاهده است. دلالت‌های ضمنی متن نیز مشخص می‌کند که استفاده اردوغان از واژگانی چون شرط‌بندی، استعفا دادن و ... نشان‌دهنده اهمیت بالای موضوع برای اردوغان و ترس وی از برهم خوردن رابطه با روسیه است که با استفاده از چنین ادبیاتی سعی در حفظ ارتباط با روسیه دارد. علاوه بر این بی‌گناهی ترکیه در این ماجرا از دیگر دلالت‌های

ضمنی متن خبر است که اردوغان با اطمینان از سخنانش در حقیقت سعی دارد خود و کشورش را تبرئه کند. همان‌طور که ذکر شد، در این عکس فوکوس روی اردوغان است و وی با نگاهی حق‌به‌جانب و کمی هم آغشته به درماندگی و استیصال به پوتینی نگاه می‌کند که با بی‌تفاوتی‌ای خاص به روبروی خود نگاه می‌کند. این نوع نگاه و ترکیب‌بندی، این پیام را منتقل می‌کند که حفظ این رابطه برای اردوغان از درجه اهمیت بالاتری نسبت به پوتین برخوردار است و اردوغان در تکاپو برای بهبود روابط کشورش با روسیه است. حال آن‌که رییس‌جمهوری روسیه با بی‌تفاوتی به اردوغان نگاهش را به روبرو دوخته است. علاوه بر این ترس اردوغان از برهم خوردن رابطه با روسیه به‌خوبی به تصویر کشیده شده است؛ هم در متن خبر و هم در عکس. به‌طورکلی نکته اصلی که در متن خبر برجسته شده است، تکاپوی اردوغان برای حفظ رابطه با روسیه و ترس وی از برهم خوردن رابطه با روسیه است که با چنگ زدن به هر ریسمانی سعی در بهبود این وضعیت دارد؛ با چنگ زدن به ریسمان‌های کلامی چون: «شرط‌بندی اردوغان، کناره‌گیری از ریاست جمهوری و ...» که منتقل‌کننده پیامی است که خیال روسیه را آسوده کند که ترکیه از مسیر دوستی با روسیه خارج نشده است. نکته برجسته در عکس نیز چهره تقریباً پراسترس و درمانده اردوغان است که کمی هم به جلو خم شده و از زاویه‌ای پایین به بالا به پوتین نگاه می‌کند که نشان‌دهنده قدرت و برتری پوتین و روسیه است. بی‌تفاوتی پوتین نسبت به اردوغان نیز هم‌راستا با متن، این پیام را منتقل می‌کند که حفظ این رابطه و نگرانی از برهم خوردن آن، برای ترکیه به مراتب مهم‌تر از روسیه است. در نتیجه عکس و متن این خبر به لحاظ مضمونی نیز، به‌خوبی با یکدیگر در تطابق هستند. از نگاه بارت نیز از لنگرگاه بهره برده شده است؛ چرا که تصویر و متن خبر با یکدیگر مرتبط هستند.

## تحلیل نمونه دوم

پوتین: ترکیه از پشت به ما خنجر زد - سه‌شنبه ۳ آذر ۱۳۹۴ - پایگاه اینترنتی

شبکه پرس تی وی



عکس ۲- عکس نمونه دوم

۱. تحلیل عکس از دیدگاه چارلز ساندرز پیرس (استفاده از نماد، نمایه یا

شمایل در عکس)

نماد: پرچم روسیه

نمایه: حالت دست‌های پوتین که نشان از اندیشیدن او دارد.

شمایل: چهره پوتین

جدول ۶- نشانه از منظر پیرس

پرچم روسیه	نماد
حالت دست‌های پوتین که نشان از ناراحتی است	نمایه
چهره پوتین	شمایل

## ۲. تحلیل عکس از دیدگاه کرس و ونلیوون (فاصله اجتماعی، ارتباط اجتماعی

و تعامل اجتماعی)

فاصله اجتماعی: در این تصویر پوتین از نمایی نزدیک به تصویر کشیده شده است و بیننده با سوژه عکس، احساس ارتباط می‌کند.

ارتباط اجتماعی: در این تصویر پوتین را از زاویه طبیعی مشاهده می‌کنیم. یعنی زاویه عکس هیچ‌گونه برتری برای سوژه و بیننده قائل نیست.

تعامل اجتماعی: در این تصویر تماس چشمی بین پوتین و بیننده برقرار نشده است. حالت پوتین در این تصویر، مغموم و افسرده و زاویه نگاه او به پایین است. برداشتی که در نگاه اول از این عکس می‌شود، این است که پوتین از موضوعی غمگین است و در برطرف کردن آن مشکل ناموفق بوده است.

جدول ۷- تحلیل عکس از دیدگاه کرس و ونلیوون

فاصله اجتماعی	نمای نزدیک
ارتباط اجتماعی	زاویه طبیعی
تعامل اجتماعی	عدم برقراری تماس چشمی

## ۳. ترکیب‌بندی عکس: مانند بسیاری دیگر از عکس‌هایی که برای اظهارنظر

چهره‌های سیاسی درباره یک موضوع در اخبار به‌کاربرده می‌شوند، در این خبر نیز پوتین را در حالتی می‌بینیم که جز پرچمی در پشت سر او، نکته دیگری در کادر دیده نمی‌شود. چهره پوتین در این عکس مستأصل و غمگین است و بیننده در نگاه اول ناراحتی پوتین را به‌خوبی درک می‌کند. چهره غمگین و ناراحت پوتین، بر وجود یک مشکل و چالش تأکید می‌کند که همان ابتدا از تیتراژ خبر متوجه می‌شویم این چالش در



ارتباط با کشور ترکیه است. تیرگی پس‌زمینه تصویر نیز می‌تواند نشانه‌ای از تیرگی روابط روسیه با ترکیه باشد.

۴. استفاده یا عدم استفاده از شرح عکس: در این عکس از شرح عکس استفاده شده است. در شرح این عکس می‌خوانیم: «ولادیمیر پوتین، رئیس‌جمهور روسیه». این شرح عکس کامل و مفید نیست و می‌توانست اطلاعات مفیدتر دیگری همچون محل صحبت‌های پوتین، زمان آن، محور سخنان او، نام عکاس و ... را نیز در بر بگیرد تا مخاطب بیشتر در جریان موضوع قرار بگیرد.

۵. تحلیل متن خبر (استفاده از دلالت صریح، دلالت ضمنی و اسطوره در متن خبر)

جدول ۸- مصادیق دلالت ضمنی

ردیف	دلت صریح	دلت ضمنی
۱	اما سرنگونی جنگنده ما «خنجری بود که هم‌دستان تروریست‌ها به پشت روسیه زدند.»	ترکیه هم‌دست داعش است
۲	هرگز جنایاتی مانند اتفاق امروز را تحمل نمی‌کنیم	پیامدهای احتمالی بعدی برای ترکیه
۳	زمانی هدف قرار گرفت که یک کیلومتر با مرز ترکیه فاصله داشت	ترکیه درباره این موضوع دروغ می‌گوید
۴	نمی‌دانم چه کسی از آنچه که امروز اتفاق افتاد سود می‌برد، به‌طور قطع ما که سودی نمی‌بریم	کشور دیگری ترکیه را تحریک به این کار کرده است
۵	سرنگونی جنگنده روسیه «پیامدهای جدی» برای روابط مسکو و آنکارا خواهد داشت	ترکیه منتظر عواقب شدید این حادثه باشد

جدول ۹- مصادیق دلالت اسطوره‌ای

مصادیق اسطوره‌ای	دالها
روسیه قهرمان مبارزه با داعش است	ارتش روسیه «کار قهرمانانه‌ای» علیه تروریسم انجام داده است.
ترکیه و بسیاری دیگر از کشورها حامی تروریست و به‌ویژه داعش هستند.	پوتین تأکید کرد به نظر می‌رسد تماس‌های ترکیه با کشورهای عضو ناتو پس از سرنگونی جنگنده روسیه به معنای آن است که آن‌ها می‌خواهند «ناتو به حکومت اسلامی (داعش) خدمت کند.»

۶. رابطه بین متن و عکس: عکس و متن این خبر نه از نظر معنای سطحی و نه از نظر معنای ضمنی با یکدیگر تطابق ندارند. با توجه به نکاتی که ذکر شد، عکس القاکننده استیصال و ناراحتی پوتین درباره موضوع مورد نظر است و برجسته‌ترین نکته در عکس چهره غمگین پوتین و دست روی دست گذاشتن اوست؛ ولی متن خبر سرشار از تهدید و رجزخوانی پوتین برای ترکیه است و نشان می‌دهد که پوتین به‌هیچ‌وجه دست روی دست نگذاشته است. برای این خبر باید عکسی انتخاب می‌شد که قدرت و عصبانیت پوتین را نمایش دهد نه عکسی که پوتین را با چهره‌ای مغموم و درحالی‌که دست روی دست گذاشته به تصویر بکشد. به‌عنوان مثال عکسی از پوتین با کادری عمودی که وی را از زاویه پایین به بالا به تصویر کشیده و تسلط و قدرت وی را القا می‌کند. با دیدن این تصویر، اولین پیامی که به مخاطب منتقل می‌شود این است که پوتین در چالش با ترکیه درمانده شده و دست روی دست گذاشته و قادر به انجام کاری نیست. ولی پیامی که متن منتقل می‌کند دقیقاً برخلاف پیام متن است و القاکننده این پیام است که این اتفاق پیامدهای شدیدی برای ترکیه خواهد داشت. بنابراین عکس و متن این خبر با یکدیگر تطابق ندارند. ارتباط متن و تصویر نیز از نوع بازپخش است.

## تحلیل نمونه سوم

اردوغان در برابر روسیه ابراز پشیمانی کرد - شنبه ۷ آذر ۱۳۹۴ - وبسایت

شبکه العالم



اردوغان پشیمان است

العالم - رئیس جمهوری ترکیه با ابراز پشیمانی از اشتباه خود در سرنگون کردن جنگنده روسی خواستار حل مشکل میان دو کشور شد.

عکس ۳- عکس نمونه سوم

۱. تحلیل عکس از دیدگاه چالز ساندرز پیرس (استفاده از نماد، نمایه یا

شمایل در عکس)

نماد: پرچم ترکیه / نوشته‌های روی پرچم

نمایه: -

شمایل: چهره اردوغان / نوشته روی پرچم پشت سر اردوغان

جدول ۱۰- نشانه از منظر پیرس

پرچم ترکیه / نوشته‌های روی پرچم	نماد
-	نمایه
چهره اردوغان / نوشته روی پرچم پشت سر اردوغان	شمایل

## ۲. تحلیل عکس از دیدگاه کرس و ونلیوون (فاصله اجتماعی، ارتباط

### اجتماعی و تعامل اجتماعی)

فاصله اجتماعی: در این عکس اردوغان از نمای نزدیک به تصویر کشیده شده است که حس ارتباط مخاطب با موضوع خبر را تقویت می‌کند. ولی با توجه به عدم وجود تعامل اجتماعی در این تصویر، مخاطب نمی‌تواند به‌خوبی با اردوغان ارتباط برقرار کند.

ارتباط اجتماعی: در تصویر این خبر، اردوغان از زاویه طبیعی به تصویر کشیده شده است. به تصویر کشیدن سوژه از زاویه طبیعی این نکته را القا می‌کند که هیچ برتری و تسلطی نه از سوی سوژه و نه از سوی بیننده روی طرف مقابل وجود ندارد. در کاربرد زاویه در عکاسی، برای نشان دادن پشیمانی و درماندگی اردوغان -متناسب با تیتر خبر- بهتر بود از عکسی استفاده می‌شد که بیننده اردوغان را از زاویه بالا به پایین مشاهده کند که القاکننده حس تسلط و برتری بیننده به اردوغان باشد. اگر عکسی انتخاب می‌شد که از این زاویه اردوغان را به تصویر می‌کشید، به‌مراتب تطابق بیشتری با تیتر خبر و شرح عکس داشت که از پشیمانی اردوغان در برابر روسیه اطلاع می‌داد.

تعامل اجتماعی: در این عکس تماس چشمی بین اردوغان و بیننده برقرار نشده است ولی چهره و ژست اردوغان نشان‌دهنده نگرانی، ناراحتی و استرس اردوغان درباره موضوعی خاص است؛ چرا که زاویه نگاه او در عکس به پایین است و حس درماندگی او را به‌خوبی نشان می‌دهد. از این جهت عکسی مطابق با معنا و مفهوم متن خبر انتخاب شده است و درماندگی اردوغان به‌خوبی به بیننده منتقل می‌شود.

جدول ۱۱- تحلیل عکس از دیدگاه کرس و ونلیوون

فاصله نزدیک	فاصله اجتماعی
زاویه طبیعی	ارتباط اجتماعی
تماس چشمی برقرار نشده است	تعامل اجتماعی

۳. ترکیب‌بندی عکس: در این تصویر اردوغان را در حالتی که چهره‌ای مغموم و اشک‌آلود دارد و کنار پرچم ترکیه نشسته است می‌بینیم. دلالت ضمنی چهره غمگین و تقریباً اشک‌آلود اردوغان وجود یک مشکل جدی برای ترکیه است. تقریباً نیمی از تصویر را اردوغان اشغال کرده و نیمی دیگر را پرچم ترکیه. ترکیب‌بندی عکس به خوبی نگرانی اردوغان را منتقل می‌کند.

۴. استفاده یا عدم استفاده از شرح عکس: در این عکس از شرح عکس استفاده شده است. شرح عکس این خبر تا حد زیادی شبیه به تیتیر خبر نوشته شده که خبر از پیشیمانی اردوغان در برابر روسیه می‌دهد. بدین ترتیب شرح عکسی که انتخاب شده از نظر تطابق با عکس و تیتیر خبر در شرایط مناسبی قرار دارد.

۵. تحلیل متن خبر (استفاده از دلالت صریح، دلالت ضمنی و اسطوره در متن خبر)

جدول ۱۲- مصادیق دلالت ضمنی

ردیف	دلالت صریح	دلالت ضمنی
۱	دو طرف به شکل سازنده‌تری درباره این حادثه تعامل کنند.	تعامل دو کشور در مسئله سرنگونی جنگنده روسی تا به امروز چندان سازنده و منطقی پیش نرفته است.
۲	به روسیه می‌گوییم که بیایید مسئله را بین خودمان حل کنیم و به آن ابعادی ندهیم که به کل روابطمان آسیب برساند.	روابط آینده بین دو کشور ترکیه و روسیه از درجه اهمیت بالایی برای ترکیه برخوردار است و ترکیه نگران از بین رفتن روابط خود با روسیه است.
۳	مقام‌های روسیه در واکنش به این اقدام ترکیه، روز جمعه اعلام کردند که از ابتدای سال ۲۰۱۶ سفر بدون ویزای اتباع ترک به کشورشان را لغو خواهند کرد و ترکیه نیز روز شنبه (امروز) از شهروندانش خواست سفرهای غیر ضروری خود را به روسیه به تأخیر بیندازند.	چالش شدید و جدی بین دو کشور ترکیه و روسیه در پی سرنگونی جنگنده روسی

جدول ۱۳- مصادیق دلالت اسطوره‌ای

مصادیق اسطوره‌ای	دال‌ها
روابط دو کشور، برای ترکیه از درجه اهمیت بالاتری نسبت به روسیه برخوردار است و ترکیه نگران این تنش است.	نمی‌خواهیم بحران روابط با روسیه به نتایج ناراحت‌کننده‌ای در آینده منتهی شود

۶. رابطه بین متن و عکس: نکته‌ای که در عکس خبر برجسته شده است، ناراحتی و نگرانی اردوغان (رییس‌جمهور ترکیه) درباره یک موضوع است. با مطالعه متن خبر درمی‌یابیم نکته‌ای که در متن خبر برجسته شده، نگرانی ترکیه از برهم خوردن روابط این کشور با روسیه و تلاش ترکیه برای از بین بردن سوءتفاهم‌ها و مشکلات موجود بین دو کشور است. با توجه به تحلیل مضامین برجسته در عکس و متن، درمی‌یابیم که آینده رابطه ترکیه و روسیه برای ترکیه به مراتب مهم‌تر و حیاتی‌تر از روسیه است و این ترکیه است که در پی برهم خوردن این رابطه دچار مشکل خواهد شد. پس ترکیه در موضع ضعف و روسیه در موضع قدرت قرار دارد؛ موضع ضعف ترکیه در این تصویر به خوبی نشان داده شده و در متن خبر نیز به خوبی به آن پرداخته شده است. ولی در تصویر این خبر برخلاف متن، روسیه را در موضع قدرت نمی‌بینیم و روسیه در تصویر هیچ‌گونه نقش و حضوری ندارد. در نشان دادن ضعف ترکیه، عکس بسیار موفق عمل کرده و در تطابق کامل با متن قرار دارد، ولی در انتقال مفهوم قدرت و تسلط روسیه، عکس دچار ضعف است؛ برای انتقال مفهوم قدرت و تسلط روسیه، به عنوان مثال باید از عکسی استفاده می‌شد که رییس‌جمهور ترکیه و روسیه را در مقابل یکدیگر و درحالی‌که برتری و قدرت رییس‌جمهور روسیه در عکس برجسته شده است - به هر شکل ممکن و از طریق زاویه اجتماعی، ترکیب‌بندی عکس، حالات چهره‌ها، نحوه نشستن دو رییس‌جمهور روی صندلی، جایگاه آن‌ها نسبت به کادر عکس و از این قبیل - مشاهده می‌کردیم. پس در نتیجه نمی‌توان این عکس را در تطابق

کامل با متن خبر دانست و برای این متن بهتر بود از عکس دیگری استفاده می‌شد که تطابق بیشتری با مفهوم متن خبر داشت. تطابق بسیار خوبی بین شرح عکس و تیتر خبر وجود دارد، ولی با ورود به متن خبر، متوجه می‌شویم نکاتی در متن برجسته شده است که در تصویر خبر آن‌ها را نمی‌بینیم. نکته دیگر این که در تصویر خبر، ناراحتی و پشیمانی اردوغان بیش از حد برجسته شده است، در متن خبر مشاهده می‌کنیم که اردوغان در سخنرانی خود از موضعی پایین‌تر از روسیه ولی به مراتب باعزت‌تر از حالتی که در تصویر می‌بینیم به صحبت پرداخته است. میزان درماندگی و استیصال اردوغان در تصویر، بسیار بیشتر از مفهومی است که در متن خبر به آن اشاره شده است. پس می‌توان ادعا کرد عکس و متن این خبر تا حدودی در تطابق با یکدیگر هستند. ارتباط متن و تصویر نیز از نوع بازپخش است.

## یافته‌های پژوهش

### ۱- میزان ارتباط عکس و متن اخبار در ۳۰ نمونه مورد بررسی

همان‌طور که در جدول زیر مشاهده می‌کنید، نکته قابل توجه در ۳۰ خبر مورد بررسی این است که تنها ۱۶ خبر (تقریباً نیمی از اخبار) دارای تطابق عکس و متن خبر بودند. عکس و متن در ۶ خبر تا حدودی مطابقت داشتند؛ یعنی امکان داشت با دقت بیشتر، عکس بهتری به جای عکس فعلی برای خبر انتخاب کرد<sup>۱</sup>.

---

۱- از این جهت معتقد هستیم که امکان انتخاب عکسی بهتر برای این خبرها وجود داشت چون عکس و متن خبر «تا حدودی با یکدیگر مرتبط بودند». مثلاً در خبر شماره ۹ (اردوغان در برابر روسیه ابراز پشیمانی کرد)، عکسی از اردوغان را می‌بینیم که به شدت حالت ناچاری و درماندگی او در برابر روسیه را به تصویر کشیده است؛ در حالی که در متن خبر این درماندگی به مراتب کمتر از میزانی است که در تصویر می‌بینیم؛ یعنی در برخی از قسمت‌های متن اردوغان حتی از موضع قدرت نیز صحبت می‌کند؛ ولی در مجموع خبر می‌توان گفت موضع ضعف با اردوغان است و موضع قدرت با پوتین؛ پس متن و عکس این خبر تا حدودی با یکدیگر در ارتباط هستند؛ چراکه نه در تضاد با یکدیگرند و نه کاملاً در تطابق با یکدیگر؛ و شاید با انتخاب عکسی که این دو را روبروی یکدیگر به تصویر می‌کشید و با استفاده از زاویه دید و محل قرارگیری سوژه‌های تصویر این حس را القا می‌کرد که اردوغان در موضعی ضعیف‌تر قرار دارد، در آن صورت تطابق کامل متن و عکس را شاهد می‌بودیم.

در ۸ خبر نیز به‌طور کامل عدم تطابق عکس و متن خبر مشاهده شد و پیام عکس و متن خبر نه‌تنها مکمل و در راستای یکدیگر نبودند، بلکه در تضاد و تقابل با یکدیگر بودند.

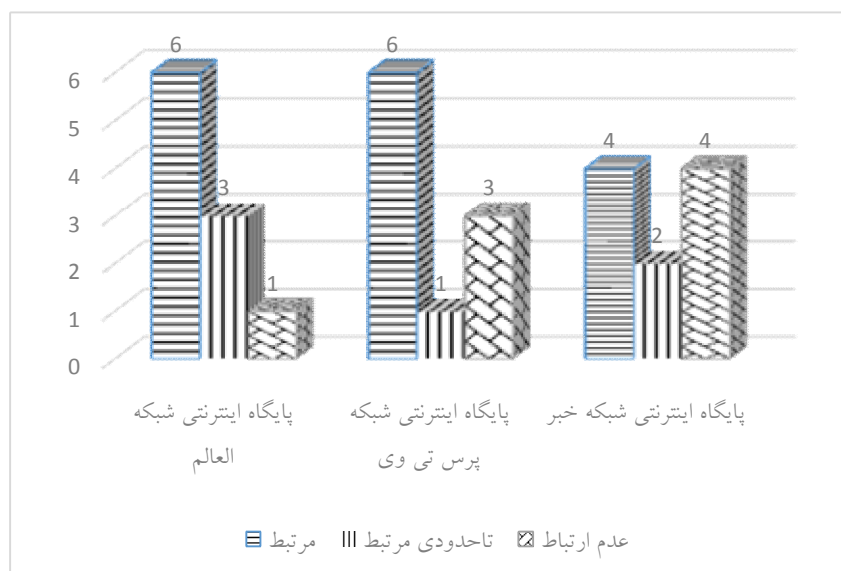
جدول ۱۴- میزان ارتباط عکس و متن خبر در ۳۰ خبر مورد بررسی

شماره خبر	تیترا خبر	پایگاه اینترنتی	میزان ارتباط
۱	شرط‌بندی اردوغان: اگر پوتین ثابت کند استعفا می‌دهم	شبکه العالم	مرتبط
۲	۷۵۰ آلمانی به داعش پیوسته‌اند	شبکه العالم	مرتبط
۳	کری: اجرای توافق هسته‌ای به‌زودی آغاز می‌شود	شبکه العالم	تا حدودی مرتبط
۴	اصابت موشک بالستیک به پایگاه مزدوران سعودی	شبکه العالم	مرتبط
۵	ارتش عراق منطقه‌ای مهم را در الرمادی آزاد کرد	شبکه العالم	تا حدودی مرتبط
۶	پیش‌بینی مجله آمریکایی درباره عربستان ۲۰۱۶	شبکه العالم	مرتبط
۷	تماس‌های محرمانه نماینده ویژه پوتین در امور سوریه	شبکه العالم	مرتبط
۸	عفو بین‌الملل اعلام کرد: رفتار غیرانسانی ترکیه با پناهجویان سوری	شبکه العالم	مرتبط
۹	اردوغان در برابر روسیه ابراز پشیمانی کرد	شبکه العالم	تا حدودی مرتبط
۱۰	سخنگوی داعش در الانبار کشته شد	شبکه العالم	عدم ارتباط
۱۱	مهر تأیید اردوغان بر نظام حاکم بر آلمان در دوران هیتلر	شبکه پرس‌تی‌وی	مرتبط
۱۲	نیروهای عراقی کنترل بخش زیادی از الرمادی را پس گرفتند	شبکه پرس‌تی‌وی	تا حدودی مرتبط



مقایسه کاربرد عکس خبری در وبگاه شبکه‌های ... ۱۲۷

۱۳	العبادی: اعضای ائتلاف سعودی قادر به مبارزه با تروریسم نیستند	شبکه پرس تی وی	عدم ارتباط
۱۴	تحریم‌های جدید امریکا علیه برنامه موشک بالستیک ایران	شبکه پرس تی وی	مرتبط
۱۵	پوتین: ترکیه از پشت به ما خنجر زد	شبکه پرس تی وی	عدم ارتباط
۱۶	مدارس تهران ششم دی تعطیل نیست	شبکه پرس تی وی	مرتبط
۱۷	روسیه: از چشم‌پوشی امریکا تعجب می‌کنیم	شبکه پرس تی وی	عدم ارتباط
۱۸	سوت پایان مسابقه فوتبال در دقیقه ۶۳ به دستور رییس‌جمهور موریتانی	شبکه پرس تی وی	مرتبط
۱۹	به پایتخت‌های اروپایی هشدار امنیتی داده شد	شبکه پرس تی وی	مرتبط
۲۰	سخنگوی گروه داعش در عراق کشته شد	شبکه پرس تی وی	مرتبط
۲۱	اجرای برجام شاید تا چند روز دیگر	شبکه خبر	مرتبط
۲۲	اردوغان: ترکیه نظامیانش را از عراق خارج نمی‌کند	شبکه خبر	مرتبط
۲۳	وزیر خارجه عراق: اتحادیه عرب با اجماع، اقدام ترکیه را محکوم کرد	شبکه خبر	عدم ارتباط
۲۴	تهران آلوده تر می‌شود	شبکه خبر	مرتبط
۲۵	سرنگونی جنگنده بحرینی در مرز عربستان	شبکه خبر	عدم ارتباط
۲۶	بازداشت سه هزار آواره در ترکیه	شبکه خبر	تا حدودی مرتبط
۲۷	عربستان حمله به سفارت ایران را انکار کرد	شبکه خبر	عدم ارتباط
۲۸	وزیر کشور وارد وین شد	شبکه خبر	عدم ارتباط
۲۹	جنگ تجاری روسیه با ترکیه کلید خورد	شبکه خبر	مرتبط
۳۰	هشدار درباره سقوط هلمند	شبکه خبر	تا حدودی مرتبط



نمودار ۱- میزان ارتباط عکس و متن خبر در اخبار مورد بررسی

## ۲- تعداد کل نشانه‌ها در ۳۰ خبر مورد بررسی

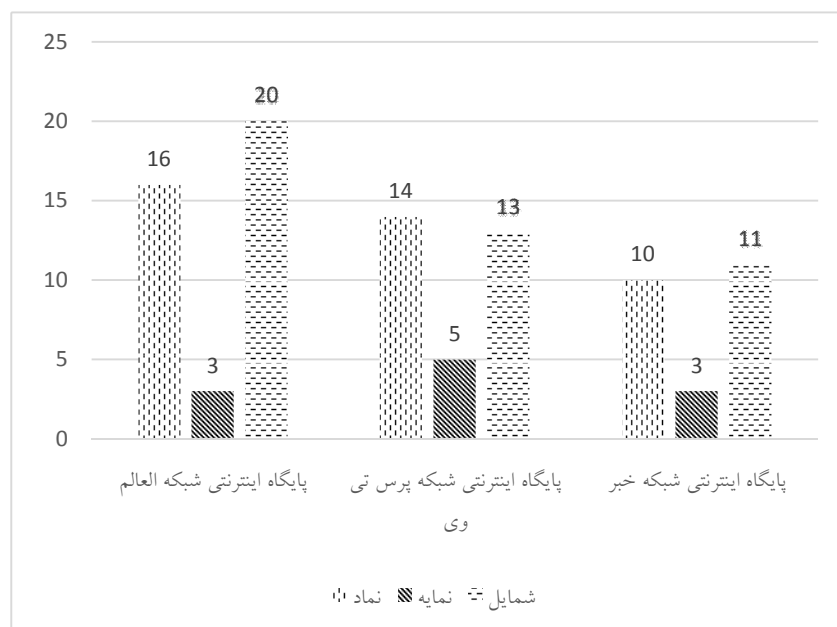
در جدول و نمودار زیر (جدول ۱۵ و نمودار ۲) میزان استفاده هر یک از سایت‌های شبکه‌های خبر، العالم و پرس‌تی‌وی از نشانه (نماد، نمایه و شمایل) به تفکیک بیان شده است. در مجموع ۳۰ خبری که در این پژوهش مورد تحلیل قرار گرفتند، ۹۵ مرتبه از انواع نشانه استفاده شده است که در این بین شمایل با ۴۴ مورد بیش از سایر نشانه‌ها مورد استفاده قرار گرفته است. پس از شمایل، نماد با ۴۰ مرتبه استفاده در رتبه دوم قرار دارد و نمایه با ۱۱ مرتبه استفاده در تصاویر رتبه سوم را به خود اختصاص داده است. در تصاویر پایگاه اینترنتی شبکه العالم در مجموع ۳۹ مورد انواع نشانه به کاررفته است. در تصاویر پایگاه اینترنتی پرس‌تی‌وی ۳۲ مرتبه از انواع نشانه استفاده شده است و در تصاویر پایگاه اینترنتی شبکه خبر نیز مجموعاً ۲۴ مورد انواع نشانه یافت شد. در بین این سه پایگاه اینترنتی، در تصاویر پایگاه اینترنتی شبکه العالم

مقایسه کاربرد عکس خبری در وبگاه شبکه‌های ... ۱۲۹

بیشترین تعداد نماد و شمایل به کار گرفته شده است. در تصاویر پایگاه اینترنتی شبکه پرسی‌وی نیز بیشترین تعداد نمایه به‌کاررفته است. بیشترین تعداد شمایل مربوط به چهره سیاستمداران و شخصیت‌های شناخته شده با ۱۳ مورد از مجموع ۴۴ مورد است، بیشترین تعداد نمایه نیز مربوط به حالات بدن و چهره شخصیت‌های حاضر در تصویر است که با ۴ مورد از ۱۱ مورد دال بر خوشحالی یا ناراحتی آن‌ها دارد. بیشترین تعداد نماد نیز مربوط به پرچم‌های موجود در تصاویر است که ۱۳ مورد از ۴۰ مورد نمادهای موجود در تصاویر را در بر گرفت.

جدول ۱۵- تعداد کل نشانه‌ها در ۳۰ خبر مورد بررسی

تعداد کل اخبار	تعداد کل نشانه‌ها	شمایل	نمایه	نماد	پایگاه اینترنتی
۱۰ خبر	۳۲	۱۳	۵	۱۴	شبکه پرسی‌وی
۱۰ خبر	۳۹	۲۰	۳	۱۶	شبکه العالم
۱۰ خبر	۲۴	۱۱	۳	۱۰	شبکه خبر
۳۰ خبر	۹۵	۴۴	۱۱	۴۰	مجموع



نمودار ۲- تعداد کل نشانه‌ها در اخبار

### ۳- میزان استفاده از عکس‌های تأمینی و تولیدی

همان‌طور که در جدول ۱۶ مشاهده می‌شود، تمام عکس‌های مورد استفاده در این پایگاه‌های اینترنتی از عکس‌های تأمینی هستند. مصداق این که عکس خبری تولیدی باشد، این است که نام پایگاه اینترنتی شبکه خبر، العالم یا پرس تی وی به‌عنوان منبع عکس ذکر شده باشد. بنابراین چنانچه نام منبع در عکس ذکر نشده باشد، عکس را مصداق عکس تأمینی دانسته‌ایم. از مرور عکس‌های این ۳۰ خبر و سایر عکس‌هایی که در این سایت‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرد، می‌توان دریافت که عکس‌های مورد استفاده در این پایگاه‌های اینترنتی، اصولاً تصاویری هستند که فقط با یک جستجوی ساده در موتورهای جستجوگر تأمین شده‌اند. تفاوت‌های موجود نیز بیشتر در نحوه به کار بردن همین تصاویر تأمینی است.

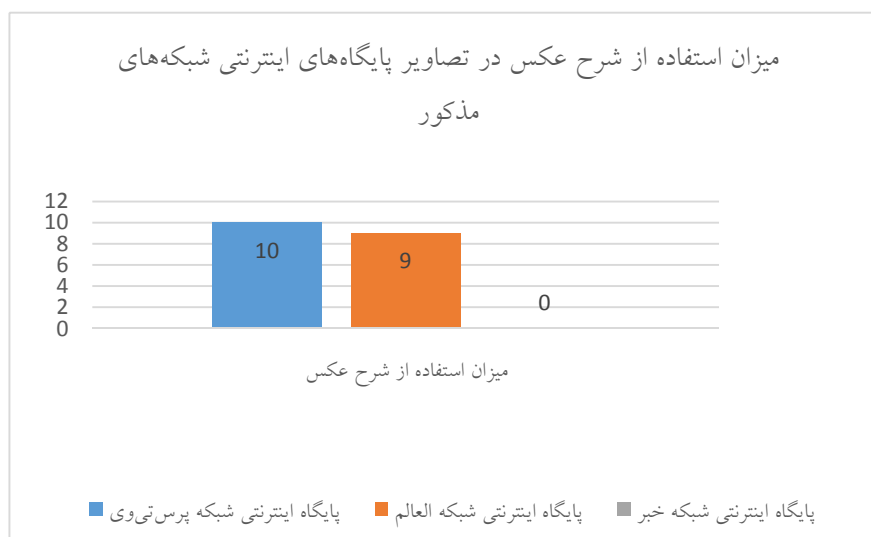
جدول ۱۶- میزان استفاده از عکس‌های تولیدی و تأمینی

عکس تأمینی	عکس تولیدی	پایگاه اینترنتی
۱۰	-	شبکه پرس تی وی
۱۰	-	شبکه العالم
۱۰	-	شبکه خبر
۳۰	-	جمع

#### ۴- میزان استفاده از شرح عکس برای تصاویر پایگاه‌های اینترنتی شبکه‌های

یاد شده

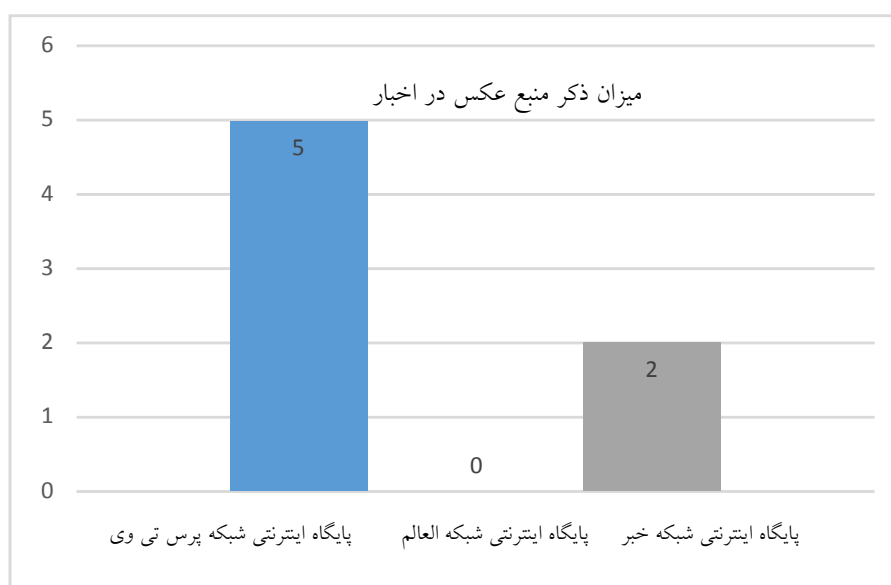
تمامی عکس‌ها در پایگاه اینترنتی شبکه پرس تی وی دارای شرح عکس مناسب بودند. پایگاه اینترنتی شبکه العالم جز در یک مورد در همه اخبار خود از شرح عکس استفاده کرده بود. در اخبار پایگاه اینترنتی شبکه خبر حتی برای یک تصویر نیز از شرح عکس استفاده نشده بود.



#### نمودار ۳- میزان استفاده از شرح عکس

#### ۵- میزان ذکر منبع در عکس‌ها

در نیمی از عکس‌های مورد استفاده در پایگاه اینترنتی شبکه پرس تی وی (۵ عکس) منبع عکس ذکر شده بود پایگاه اینترنتی شبکه خبر در ۲ عکس منبع را ذکر کرده بود. و پایگاه اینترنتی شبکه العالم در هیچ یک از عکس‌های مورد استفاده قرار گرفته منبع عکس را ذکر نکرده بود.



نمودار ۴- میزان ذکر منبع عکس

#### نتیجه‌گیری و پیشنهادها

از بررسی نتایج این پژوهش چنان برمی‌آید که با وجود پتانسیل بالای تصویر برای تکمیل و تسهیل انتقال پیام یک خبر به مخاطب، این ظرفیت از سوی دبیران و سردبیران خبر پایگاه‌های خبری سازمان صداوسیما چندان جدی گرفته نمی‌شود. استفاده از عکس‌های دارای ارتباط کم با متن، عدم ذکر منابع عکس‌ها، عدم وجود

عکس‌های تولیدی، شرح عکس‌های نامناسب و حتی در بسیاری از موارد عدم استفاده از شرح عکس - که تأثیر بسیار زیادی در چگونگی انتقال پیام عکس به مخاطب دارد - نشانگر عدم توجه به ظرفیت بالای عکس در وبگاه سه شبکه خبری سازمان صداوسیما است.

در بررسی نمونه‌ها مشخص شد که تنها حدود نیمی از اخباری که در وبگاه شبکه‌های مذکور روی خروجی قرار گرفته‌اند دارای تطابق متن و عکس هستند. عدم تطابق عکس و متن خبر در تقریباً نیمی از اخبار مورد بررسی نشان‌دهنده این است که کسی که به‌عنوان دبیر خبر و سردبیر در یک رسانه - به‌ویژه وبگاه شبکه خبری - فعالیت می‌کند، علاوه بر تحصیل و فراگیری علم ارتباطات و روزنامه‌نگاری، باید دانشی نسبی نسبت به عکس و عکاسی داشته تا بتواند در انتخاب عکس مرتبط با متن عملکرد قابل قبولی داشته باشد. همچنین با توجه به نتایج به‌دست‌آمده از این پژوهش، در بین وبگاه شبکه‌های خبر، العالم و پرس‌تی‌وی که اخبارشان در این پژوهش مورد تحلیل قرار گرفته است، وبگاه شبکه‌های پرس‌تی‌وی و العالم در مقایسه با وبگاه شبکه خبر عملکرد به‌مراتب بهتری در کاربرد عکس از خود نشان دادند. وبگاه شبکه خبر با این عملکرد ضعیف با اختلافی فاحش نسبت به وبگاه دو شبکه دیگر در رتبه آخر قرار دارد.

با توجه به نتایج پژوهش، پیشنهادهای زیر برای کاربست در عرصه عمل به دست‌اندرکاران حوزه خبر ارائه می‌گردد:

۱. در وبگاه‌های خبری می‌بایست دقت بیشتری در خصوص انتخاب عکس مناسب برای یک خبر اعمال شود تا تطابق بیشتری بین عکس و متن خبر وجود داشته باشد.
۲. در انتخاب عکس‌ها توجه به نشانه‌های هر عکس به‌عنوان بستری که معنا سازی از طریق آن صورت می‌گیرد، ضرورت دارد.
۳. استفاده بیشتر از عکس‌های تولیدی در اخبار وبگاه شبکه‌های خبر، العالم و پرس‌تی‌وی پیشنهاد می‌شود.

۴. استفاده بیشتر از ظرفیت شرح عکس در تصاویر اخبار در وبگاه شبکه‌های خبر، العالم و پرس تی وی پیشنهاد می‌شود.
۵. هر عکس توسط یک عکاس ثبت و توسط یک رسانه منتشر شده است؛ بنابراین، ذکر منبع عکس‌های تأمینی در این وبگاه‌ها الزامی است.
۶. پیشنهاد می‌شود دبیران و سردبیران خبر علاوه بر آموختن علم ارتباطات، آشنایی بیشتری با عکس و عکاسی پیدا کرده تا عملکرد بهتری در کاربرد عکس از خود نشان دهند.

## منابع

- ازکیا، مصطفی؛ دربان آستانه، علیرضا. (۱۳۸۲)، *روش‌های کاربردی تحقیق*، تهران: انتشارات کیهان.
- اقبالی، پرویز. (۱۳۹۰)، تبیین رابطه تصویر و متن در تصویرسازی کتاب‌های داستانی کودک در ایران از سال ۱۳۴۰ تا ۱۳۸۰. *رساله دکتری*. تهران: دانشکده هنر دانشگاه شاهد.
- بارت، رولان. (۱۳۸۹)، *پیام عکس*. ترجمه: راز گلستانی فرد. تهران: نشر مرکز
- حسن پور، علی. (۱۳۹۴)، بررسی تأثیر تکنولوژی دیجیتال بر عکاسی خبری ایران. *پایان‌نامه کارشناسی ارشد*. تهران: دانشکده هنرهای تجسمی دانشگاه هنر.
- جی، بیل و هورن، دیوید. (۱۳۸۸)، *درباره نگاه به عکس‌ها*. ترجمه: محسن بایرام نژاد. تهران: انتشارات حرفه هنرمند
- چندلر، دانیل. (۱۳۸۷)، *مبانی نشانه‌شناسی*. ترجمه: مهدی پارسا. تهران: انتشارات سوره مهر
- خیرآبادی، رضا؛ خیرآبادی، معصومه. (۱۳۹۳)، «شیوه‌های بررسی تحلیل عناصر بصری و تصاویر در چهارچوب تحلیل گفتمان انتقادی». *مجموعه مقالات*



مقایسه کاربرد عکس خبری در وبگاه شبکه‌های ... ۱۳۵

دومین هم‌اندیشی تحلیل گفتمان و کاربردشناسی. به کوشش فردوس آقاگل‌زاده. تهران: نشر نویسه پرسی، چاپ اول..

- دانسی، مارسل. (۱۳۸۹)، *نشانه‌شناسی رسانه‌ها*. ترجمه: گودرز میرانی و بهزاد دوران. تهران: انتشارات چاپار.

- رز، ژیلیان. (۱۳۹۴)، *روش و روش‌شناسی تحلیل تصاویر*. ترجمه: سید جمال‌الدین اکبر زاده جهرمی. تهران: انتشارات پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات و مرکز پژوهش و سنجش افکار صداوسیما.

- سادات، احمد. (۱۳۹۵)، *تعامل کانال تلویزیونی العالم با مخاطبان از طریق فیس‌بوک. فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین*. سال دوم. شماره ۵. تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی.

- سجودی، فرزانه. (۱۳۸۷)، *نشانه‌شناسی کاربردی*. تهران: نشر علم.

- عابدی جعفری، حسن؛ تسلیمی، محمدسعید؛ فقیهی، ابوالحسن؛ شیخ‌زاده، محمد. (۱۳۹۰)، *تحلیل مضمون و شبکه مضامین: روشی ساده و کارآمد برای تبیین الگوهای موجود در داده‌های کیفی*. اندیشه مدیریت راهبردی.

- فردوسی جاه، منصوره. (۱۳۹۰)، *زیبایی‌شناسی عکس‌های خبری از دیدگاه منتقدان و عکاسان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد*. تهران: دانشکده نر دانشگاه الزهرا (س).

- فرزین، علیرضا. (۱۳۸۹)، *بررسی نقش سیاست‌گذار و کارگزار ارتباطی در تولید متن عکاسانه (مطالعه موردی خبرگزاری‌های ایسنا و مهر)*. *پایان‌نامه کارشناسی ارشد*. تهران: دانشکده علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی.

- فلوسر، ویلم. (۱۳۹۳)، *در باب فلسفه عکاسی*. ترجمه: پوپک بایرامی. تهران: انتشارات حرفه نویسنده.

- فیسک، جان. (۱۳۸۶)، *درآمدی بر مطالعات ارتباطی*. (مترجم: م، غرایبی) تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.

- کوبر، کنت. (۱۳۸۹)، *فوتوژورنالیسم*. ترجمه: اسماعیل عباسی. جلد دوم. تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
- گیرو، پی‌یر. (۱۳۸۷)، *نشانه‌شناسی*. ترجمه: محمد نبوی. تهران: انتشارات آگاه
- مانته، هارالد. (۱۳۹۱)، *ترکیب‌بندی در عکاسی*. ترجمه: پیروز سیار. تهران: انتشارات صداوسیما جمهوری اسلامی ایران (سروش).
- مهدی زاده، علیرضا. (۱۳۹۲)، تحلیل کنش عکاسی و خوانش عکس از دیدگاه نشانه‌شناسی. *جلوه هنر (دو فصلنامه علمی ترویجی دانشگاه الزهراء)*. دوره جدید. شماره ۵.
- ویمر، راجر. دی؛ دومینیک، جوزف. آر. (۱۳۸۴)، *تحقیق در رسانه‌های جمعی*. ترجمه: کاووس سید امامی. تهران: انتشارات سروش.
- هاتفی، محمد؛ شعیری، حمیدرضا. (۱۳۹۰)، وضعیت شبه گفتمانی: نشانه-معناشناسی تطبیقی متن و تصویر در کتاب مصور مردم معمولی. *مطالعات تطبیقی هنر*. دوره ۱. شماره ۲. تهران: دانشگاه تربیت مدرس.
- Jensen, P. (2014). *Photography in the Field: A Content Analysis of Visual and Verbal Narratives in National Geographic Magazines*. A Thesis Presented to the Faculty of the Communication Department at Southern Utah University.
- Engel, Dulcie M. (2008). *Every picture tells a story: the language and function of French newspaper captions*. digital representations. articles from trade journals. anthologies. <http://wjfms.ncl.ac.uk/engel.pdf>
- Van Leeuwen; T. (2008). *Discourse and practice, News tools for critical discourse analysis*. Oxford university press.
- R. Giessner, K. Ryan, W. Schubert, & Van Quaquebeke, (2011). The Power of Pictures: Vertical Picture Angles in Power Pictures. *Media Psychology*, 442-464.