

مطالعه پوشش خبری رسانه‌ها و دموکراسی در بنگلادش

علیرضا دهقان^۱

دانشیار گروه ارتباطات دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران

سهیل احمد

دانشجوی دکتری ارتباطات دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران

(تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۲/۱۷ - تاریخ تصویب: ۱۳۹۶/۴/۱۷)

چکیده

هدف این مقاله، مطالعه چگونگی تضعیف دموکراسی با وجود افزایش تعداد رسانه‌های دولتی و خصوصی در بنگلادش است. برای رسیدن به این هدف، با توصیف وضعیت رسانه‌های بنگلادش و با استفاده از مدل پروپاگاندای هرمن و چامسکی، پوشش خبری رسانه‌ها در مورد برخی موضوعات مهم و رابطه آن با وضعیت دموکراسی در بنگلادش را تحلیل کرده‌ایم. نتیجه‌گیری این مقاله این است که پوشش خبری رسانه‌ها در دوره زمانی سه‌ماهه به نفع گروه‌های غالب سیاسی و اقتصادی بوده است. با وجود تفاوت زیاد در زمینه‌های اقتصادی، سیاسی، دینی و فرهنگی با آمریکا، مدل پروپاگاندا با اصلاح یک فیلتر، در مورد بنگلادش هم تعمیم پذیر است. افزون‌بر این، پوشش خبری رسانه‌های بنگلادش با هم تفاوت زیادی ندارند و به گسترش و تحکیم دموکراسی در این کشور کمک چندانی نمی‌کنند.

واژگان کلیدی

پروپاگاندا، پوشش خبری، دموکراسی، گروه‌های غالب اقتصادی و سیاسی

مقدمه

هرچند بر اساس قانون اساسی، بنگلادش کشوری دموکراتیک است و رسانه‌های زیادی در این کشور فعالیت می‌کنند، دست‌کم در یک دهه اخیر، مشارکت مردم در انتخابات و فعالیت‌های سیاسی در کشور کاهش یافته است. آخرین انتخابات مجلس بنگلادش در پنجم ژانویه ۲۰۱۴، بدون مشارکت بیشتر احزاب سیاسی از جمله بزرگ‌ترین حزب مخالف یعنی حزب ملی‌گرای بنگلادش بی‌ان‌پی^۱ و حزب اسلام‌گرا یعنی حزب جماعت اسلامی بنگلادش^۲ برگزار شد. کاهش مشارکت مردم در انتخابات مجلس در پنجم ژانویه ۲۰۱۴ مشهود بود. در این انتخابات فقط ۴۰ درصد واجدان شرایط شرکت کردند (Statistics Report, 2015:7)، درحالی که در انتخابات مجلس در سال ۲۰۰۸، بیش از ۸۷ درصد واجدان شرایط شرکت کرده بودند (Statistics Report, 2012:7).

از دیگرسو، در حال حاضر فعالیت احزاب سیاسی کشور خیلی کم شده و تشکیل پرونده علیه رهبران سیاسی مخالف هم بسیار افزایش رفته است. رتبه شاخص‌های دموکراسی^۳ شاخه اطلاعاتی اکونومیست^۴ درباره بنگلادش نشان می‌دهد که در سال‌های اخیر، دموکراسی در این کشور ضعیف شده است. بنگلادش در سال ۲۰۰۶ در فهرست دموکراسی در ردیف ۷۵ بود (Democracy Index, 2006:4)، اما در سال ۲۰۱۵ به ردیف ۸۶ نزول کرد (Index, 2015:1) که به معنای نزول یازده‌پله‌ای در فاصله ۱۰ سال، است. این در حالی است که در سال‌های اخیر تعداد رسانه‌ها در بنگلادش افزایش یافته است و شبکه‌های تلویزیونی خصوصی و رادیوهای شهری و منطقه‌محور غیردولتی نیز به فهرست رسانه‌ها در بنگلادش اضافه شده‌اند. این^۵ (۲۰۱۶) عنوان کرد، در دو دهه گذشته، غیر از انتشار روزنامه‌های جدید، ۴۱ شبکه تلویزیونی خصوصی، ۲۸ رادیو اف ام خصوصی و ۳۲ رادیو منطقه‌محور غیردولتی مجوز فعالیت گرفتند (Cited in Daily Jugantor, 2016).

فرضیه کلی در مورد جوامع دموکراتیک این است که با افزایش تعداد رسانه‌ها، وضع دموکراسی به‌خصوص مشارکت سیاسی مردم افزایش می‌یابد، اما در مورد بنگلادش این اتفاق رخ نداده است. در این مقاله با استفاده از مدل پروپاگاندای هرمن و چامسکی، پوشش خبری رسانه‌ها در مورد برخی موضوعات مهم و چگونگی رابطه آن با وضعیت دموکراسی بنگلادش را بررسی و تشریح کرده‌ایم.

1. Bangladesh Nationalist Party (BNP)
2. Bangladesh Jamaate Islami
3. Democracy Index
4. Economist Intelligence Unit

۵. وزیر اطلاع رسانی بنگلادش.

مدل پروپاگاندا

هرمن و چامسکی پنج فیلتر را مشخص کرده‌اند که یک خبر خام، قبل از رسیدن به مخاطبان باید از آنها عبور کند: ۱. میزان تمرکز مالکیت وسایل ارتباط جمعی؛ ۲. آگهی‌های تجاری به‌عنوان اصلی‌ترین منابع درآمد وسایل ارتباط جمعی؛ ۳. منابع خبری وسایل ارتباط جمعی؛ ۴. انتقاد یا مؤاخذه شدید از وسایل ارتباط جمعی؛ ۵. ضدیت با کمونیسم (اکنون ضدیت با دیگری دیکتاتور یا تروریسم) به‌مثابه ماشین کنترل. این پنج فیلتر سبب می‌شوند که اطلاعات و نظرها آزادانه رد و بدل نشوند. این در حالی است که تبادل آزادانه اطلاعات و نظرها برای دموکراسی در جوامع امروز اهمیت زیادی دارد.

فیلتر اول. میزان تمرکز مالکیت وسایل ارتباط جمعی

تا دهه ۱۹۹۰ تعدد مالکیت در عرصه رسانه‌های بنگلادش به‌صورت گسترده وجود داشت. هر رسانه سیاست جداگانه‌ای را دنبال می‌کرد و تنوع در اخبار و مقاله‌ها خیلی مشهود بود. اما در حال حاضر بیشتر رسانه‌ها زیر نظر شرکت‌های تجاری فعالیت می‌کنند و هر شرکت دارای رسانه‌های گوناگون است. به‌عبارت دیگر، در بنگلادش هم مالکیت وسایل ارتباط جمعی در دست سرمایه‌داران بزرگ افتاده است. پنج شرکت بزرگ تجاری بنگلادش در بخش‌های مختلف حوزه رسانه‌ای، بیشترین سرمایه‌گذاری را انجام دادند و اکثر مخاطبان رسانه‌ها را به طرف خود کشیدند. بیشتر سرمایه‌داران بنگلادش در عرصه سیاست کشور دارای نفوذند، به‌طوری که ۵۹ درصد از اعضای مجلس فعلی بنگلادش تاجرند (Akter & Rossette, 2014). تاجرانی که در حوزه رسانه سرمایه‌گذاری کردند، در حوزه‌های دیگر اقتصادی هم بسیار فعال‌اند و سرمایه‌گذاری کرده‌اند. این وضعیت سبب تداخل و یکی شدن منافع رسانه‌ها با دیگر بخش‌های اقتصادی و تجاری شده است. پنج شرکت بزرگی که در حوزه رسانه کنترل بیشتری دارند عبارت‌اند از: گروه باشوندارا^۱، گروه جامونا^۲، گروه بکسیمکو^۳، شرکت تولیدی مالتی‌مدیا^۴ و گروه ترانسکام^۵.

فیلتر دوم. آگهی به‌مثابه اصلی‌ترین منبع درآمد وسایل ارتباط جمعی

در اروپا مطبوعات تا چند دهه پیش، همه درآمد خود را از فروش نسخه روزنامه دریافت

1. Bashundhara Group
2. Jamuna Group
3. Beximco Group
4. Multi Media Production Company
5. Transcom Group

می‌کردند، اما در چند دهه اخیر رسانه‌ها برای جذب آگهی بیشتر، به شرکت‌های تجاری رجوع کردند و به آگهی‌دهندگان وابسته شدند.

در بنگلادش هم آگهی‌های تجاری اصلی‌ترین منبع درآمد وسایل ارتباط جمعی است. هم‌اکنون در حدود ۵۰ درصد فضای صفحات روزنامه‌های پرتیراژ را آگهی‌های تجاری پر می‌کند. به‌عنوان نمونه، در ۲۱ آبان ۱۳۹۴ بیش از ۵۰ درصد از فضای کل صفحات روزنامه پراتوم الو دارای آگهی بود. در همان تاریخ، در حدود ۴۵ درصد صفحات روزنامه جوگانتار که یکی دیگر از روزنامه‌های پرتیراژ این کشور است، با آگهی پر شده بود. در تلویزیون و رادیو هم در لابه‌لای برنامه‌ها آگهی‌های تجاری پخش می‌شود. در ساعت‌های پربیننده، پخش آگهی‌ها خیلی بیشتر می‌شود. صاحبان رسانه هم بارها بیان کرده‌اند که برای تأمین بودجه شبکه‌های تلویزیونی مجبورند آگهی‌های بیشتری پخش کنند.

فیلتر سوم. منابع خبری وسایل ارتباط جمعی

وسایل ارتباط جمعی، به جریان دائمی قابل اعتماد اطلاعات به‌عنوان مواد خام برنامه‌های خبری نیاز دارند. آنها برنامه‌های زمان‌بندی‌شده خبری متعددی دارند که باید در ساعات معین، پخش شوند. از سوی دیگر، رسانه‌های خبری قدرت اقتصادی به‌نسبت کمی دارند و فرستادن دوربین و خبرنگار به همه صحنه‌های مهم خبری برایشان امکان‌پذیر نیست. شرایط اقتصادی، آنها را وادار می‌کند که امکانات خود را تنها بر اتفاقات خبری بسیار مهم متمرکز کنند (هرمن و چامسکی، ۱۳۷۷: ۴۴).

در بنگلادش همه وزارتخانه‌ها به‌خصوص وزارت کشور، سازمان‌های امنیتی، دفتر نخست‌وزیر، دبیرخانه ملی و کاخ رئیس‌جمهور، مراکز اصلی فعالیت خبری هستند. شرکت‌های عظیم تجاری و صنعتی نیز به‌عنوان منابع دائمی و ارزشمند خبری مورد توجه‌اند. این بوروکراسی و تکنوکراسی‌ها، حجم عظیمی از اطلاعات را به‌طور مداوم و به‌شکلی قابل استفاده برای برنامه‌های خبری رسانه‌ها تهیه می‌کنند تا آنها بتوانند برنامه‌های خود را در زمان کوتاهی که تا پخش برنامه دارند، آماده کنند. بخش‌های رسانه‌ای^۱ به‌خصوص روابط عمومی سازمان‌های دولتی و خصوصی بنگلادش دارای بخش‌های خبررسانی قدرتمند و گسترده‌اند که از مهم‌ترین منابع خبری جامعه به‌حساب می‌آیند. به‌عنوان مثال، نیروهای امنیتی ویژه به نام "گردان اقدام سریع (رب)"^۲ به‌طور معمول عملیات شبانه انجام می‌دهند و بخش رسانه‌ای "رب" خبر عملیات و درگیری را به رسانه‌ها ارسال می‌کند. چون نیروهای ویژه به علل امنیتی

1. Media Cell
2. Rapid Action Battalion (RAB)

قبل از عملیات، اطلاعات را فاش نمی‌کنند و پس از عملیات از طریق بخش رسانه‌ای، اطلاع‌رسانی می‌شود، رسانه‌ها هم راه دیگری ندارند تا خبر ارسال‌شده نیروهای امنیتی را منتشر کنند.

فیلتر چهارم. مؤاخذه و سایل ارتباط جمعی

منظور از مؤاخذه، واکنش‌های منفی به محتوای سایل ارتباط جمعی است. مؤاخذه می‌تواند به شکل‌های گوناگون انجام گیرد. مثلاً مرکزی یا محلی سازمان‌یافته یا توسط افراد مستقل. اگر مؤاخذه در سطحی وسیع، توسط اشخاص یا گروه‌هایی با منافع و امکانات قوی سازمان یابد، می‌تواند در دسرهای بسیار جدی و حتی پرهزینه‌ای برای سایل ارتباط جمعی فراهم آورد (هرمن و چامسکی، ۱۳۷۷: ۵۵).

مؤاخذه رسانه‌ها در بنگلادش زیاد است. اگرچه قانون اساسی بنگلادش آزادی رسانه‌ها را تضمین کرده است، دولت به علت بهره‌مندی از برخی قوانین، قادر است محدودیت‌های رسانه‌ها را افزایش دهد. خبرنگاران از مزاحمت و تهدیدهای شخصی مکرر از طریق مقامات دولتی و نیروهای امنیتی رنج می‌برند. هر گاه که گزارشی علیه دولت پخش می‌شود، دولت با بهانه‌های مختلف علیه آن رسانه یا خبرنگاران آن اقدام می‌کند. خبرنگارانی که رابطه خوبی با دولت ندارند، مجوز رسمی خبرنگاری را هم از دست می‌دهند. به‌عنوان مثال، در ژوئن ۲۰۱۰ دولت به رهبری حزب عوامی لیگ، روزنامه طرفدار مخالفان به نام *امردش*^۱ را تعطیل و سردبیر آن محمود الرحمان را دستگیر کرد. رحمان، مشاور سابق امور انرژی دولت خالده ضیاء بود و بیشتر سهام آن روزنامه را در اختیار داشت. بعد از آن، دولت به رهبری حزب عوامی لیگ چهار شبکه تلویزیونی به نام‌های شبکه وان، جامونا، دیگانتا و اسلامیک تی وی را هم تعطیل کرد. البته پس از چند سال جامونا دوباره مجوز پخش را دریافت کرد.

فیلتر پنجم. دیگری‌سازی رسانه‌ها برای کنترل مخالفان

ضدیت با کمونیسم، به‌عنوان یک فیلتر خبری در رسانه‌های آمریکا در زمان جنگ سرد ارائه شد. در آن زمان نظام سرمایه‌داری جهان به‌خصوص آمریکا، کمونیسم را دشمن اصلی می‌دانست و خود را حامی جنبش‌های مدنی و آزادی رسانه‌ها معرفی می‌کرد. پس از دوران جنگ سرد، «ترساندن از تروریسم و مبارزه با تروریسم» جانشین کمونیسم‌ستیزی شده است. (Herman & Chomsky, 2009: 12-22). شیوه دیگر ترساندن از رقبا و دشمنان دیگری‌سازی است. برایان مایکل گاس در کتاب *اصلاح مدل پروپاگاندا*ی هرمن و چامسکی در قرن ۲۱، فیلتر «ما

1. Daily Amardesh

و دیگران» را جانشین ضدیت با کمونیسم کرده است. گاس معتقد است این دوگانگی از زمان قدیم بوده است (Goss, 2013:97).

چون ضدیت با کمونیسم دیگر به اندازه دوره جنگ سرد (۱۹۹۰-۱۹۴۵) مطرح نیست، فیلتر پنجم برای کشور بنگلادش هم معنای دیگری دارد. به نظر می‌رسد که در این کشور «منع انتقاد از موضوعات مربوط به جنگ استقلال» جایگزین این فیلتر شده است. بنگلادش پس از جنگ نه‌ماهه با پاکستان در سال ۱۹۷۱ به استقلال رسید. به هنگام جنگ، تعداد کمی از افراد بنگلادش علیه مبارزه استقلال موضع‌گیری کرده بودند. اکنون هر حزب یا گروهی که بخواهد حزب مقابل را خراب کند، از طریق رسانه‌های وابسته به خود، آن حزب را «ضد استقلال» می‌نامد و خود را حامی اصیل جنگ استقلال معرفی می‌کند.

موضوع «جنگ استقلال» آشکارا در محتوای رسانه‌ها مشهود کرد. رسانه‌های بنگلادش به بهانه ضد استقلال بودن یا طرفدار استقلال بودن، نحوه ارائه اخبار و گزارش‌ها و تحلیل‌ها را کنترل و تعیین می‌کنند. در این زمینه دیگر آزادی بیان مطرح نیست. به نظر می‌رسد اگر یک حزب، گروه یا شخص از جنگ استقلال انتقاد کند یا درباره حقوق مخالفان جنگ استقلال حرف بزند، آن حزب، گروه یا شخص از پوشش خبری مثبت محروم می‌شود و فقط خبرهای منفی پوشش خبری داده می‌شود.

روش‌شناسی

در این تحقیق برای جمع‌آوری داده‌ها و تحلیل اخبار و مطالب روزنامه‌ها و شبکه‌های تلویزیونی روش تحلیل محتوای کمی و کیفی به‌کار گرفته شد. بر مبنای این روش، اخبار و مطالب مورد نظر درباره چهار موضوع مهم بنگلادش در سه روزنامه و سه شبکه تلویزیونی به‌منظور آزمون پنج فیلتر هرمن و چامسکی استخراج، کدگذاری و تحلیل شده است.

تلویزیون و روزنامه به‌عنوان در دسترس‌ترین و پرمخاطب‌ترین وسایل ارتباطات جمعی بنگلادش برای تجزیه و تحلیل پوشش خبری انتخاب شد. از لحاظ آماری در میان وسایل ارتباط جمعی بنگلادش، شبکه‌های تلویزیون بیشترین تعداد مخاطب را به خود اختصاص داده‌اند و مطبوعات در ردیف دوم قرار دارد. از روزنامه‌های پرتیراژ، سه روزنامه، و از میان شبکه‌های تلویزیونی پرمخاطب، سه شبکه تلویزیونی انتخاب شد. بر اساس آمار وزارتخانه اطلاع‌رسانی بنگلادش و نظرسنجی انجمن بین‌المللی جمهوری^۱ در بنگلادش، شمار مخاطبان روزنامه‌ها و شبکه‌های تلویزیونی بنگلادش مشخص شد (Survey of Public Opinion, 2016). سپس سه

روزنامه پرمخاطب به نام پروتوم الو^۱، بنگلادش پراتیدین^۲ و جوگانتور^۳ برای گردآوری اطلاعات میدانی انتخاب شد. همچنین تلویزیون بی‌تی‌وی^۴ به‌عنوان شبکه دولتی و پرمخاطب و دو شبکه پرمخاطب دیگر به نام شوموی‌تی‌وی^۵ و ان‌تی‌وی^۶ انتخاب شد.

داده‌های این تحقیق اغلب اخبار منتشرشده در سه روزنامه و سه شبکه تلویزیونی در مدت سه ماه (از اول ژانویه تا ۳۱ مارس ۲۰۱۵) است. علت انتخاب این دامنه زمانی این است که پنجم ژانویه ۲۰۱۵ اولین سالگرد انتخابات ۲۰۱۴ بود و احزاب مخالف برنامه‌های مختلفی اعلام کرده بودند. در این دوره، کشمکش سیاسی زیاد شد و چند ماه طول کشید. این زمان برای تجزیه و تحلیل پوشش خبری رسانه‌ها مناسب است، زیرا در این مواقع فعالیت وسایل ارتباط جمعی به اوج خود می‌رسند و نسبتاً آمادگی بیشتری برای پوشش خبری دارند.

در دامنه زمانی سه‌ماهه تحقیق، حجم مطالب در سه روزنامه و سه شبکه تلویزیونی منتخب نسبتاً زیاد بود و در بعضی روزها، حجم اخبار چنان زیاد بود که گاهی زمان بخش خبری شبکه‌های تلویزیونی از زمان تعیین شده برای بخش اخبار فراتر می‌رفت. به‌علت حجم زیاد اخبار و گزارش‌های خبری، براساس جدول تصادفی، از ۹۰ روز ۴۵ روز انتخاب شد و پوشش خبری در ۴۵ روز انتخاب شده بررسی شد. براساس جدول تصادفی، در میان ۴۵ روز، پوشش اخبار ۱۴ روز در ژانویه، پوشش اخبار ۱۵ روز در فوریه و پوشش اخبار ۱۶ روز در مارس ۲۰۱۵ بررسی شد.

در مورد روزنامه‌ها، همه مطالب مربوط به چهار موضوع مشخص شده، تحلیل شد. هر سه روزنامه منتخب دارای نسخه چاپی و بی^۷ است و نسخه‌های چاپی و بی برای این مطالعه استفاده شده است. در مورد شبکه‌های تلویزیونی، هر روز یک بخش خبری کامل از هر سه شبکه تلویزیونی منتخب در ساعات پربیننده بررسی شد. بخش‌هایی خبری که برای بررسی پوشش خبری انتخاب شد، از نظر مدت پخش، قابلیت پخش همه رویدادهای روز را دارد. شبکه‌های تلویزیونی منتخب همه اخبار پخش شده در بخش‌های مختلف روز را در ساعات پربیننده به‌طور کامل تر پخش می‌کند. در بنگلادش ساعاتی که بیشتر مخاطبان تلویزیون، اخبار را تماشا

1. Prothom alo
2. Bangladesh Pratidin
3. Jugantor
4. BTv
5. Shomoy Tv
6. Ntv

۷. نسخه چاپی و بی نسخه‌ای است که بدون کم‌وکسر چاپ می‌شود و در اختیار مخاطبان قرار می‌گیرد و از نظر متن، رنگ، فرمت، تصویر و ... هیچ تفاوتی با نسخه چاپی ندارد. نسخه قابل مشاهده در صفحات وب را نسخه الکترونیک هم می‌گویند.

می‌کنند، به پرایم تایم (ساعت پربیننده) معروف است. این زمان از ساعت ۸ شب تا ۱۱ شب است (مصاحبه با پراواش امین)^۱. پس از ضبط، اخبار مربوط به موضوعات تعیین شده، بررسی و تحلیل شد.

چهار موضوع انتخاب شده برای تحلیل پوشش خبری که به مردم، سیاست، دولت و به خصوص به دموکراسی بنگلادش مربوط می‌شود، از این قرار است: ۱. آتش زدن وسایل نقلیه عمومی، ۲. قتل خودسرانه توسط نیروهای امنیتی^۲؛ ۳. صنعت نساجی و مشکلات کارگران آن؛ ۴. کشتن شهروندان بنگلادشی در مرز توسط مرزبانان هندی. هر چهار موضوع در چند سال اخیر بسیار مورد بحث بوده و به موضوعات اساسی کشور تبدیل شده است و به طور مستقیم یا غیرمستقیم به دموکراسی مربوط می‌شود.

تحلیل پوشش خبری چهار موضوع با مدل پروپاگاندا موضوع اول. آتش زدن وسایل نقلیه عمومی

آتش زدن وسایل نقلیه در بنگلادش پدیده چندان تازه‌ای نیست، در چند سال اخیر در حین کشمکش و خشونت سیاسی این پدیده بیشتر رخ داده است. در پنجم ژانویه ۲۰۱۴ انتخابات مجلس برگزار شد و ائتلاف ۲۰ حزب مخالف دولت انتخابات را تحریم کردند. قبل از برگزاری انتخابات، بر سر نحوه برگزاری آن کشمکش سیاسی شدید آغاز شد. چندی پس از برگزاری انتخابات پارلمانی سال ۲۰۱۴، خشونت سیاسی فروکش کرد؛ اما در آستانه اولین سالگرد برگزاری این انتخابات یعنی در آغاز سال ۲۰۱۵ دوباره خشونت سیاسی آغاز شد. در سه ماه اول سال ۲۰۱۵ در جریان کشمکش سیاسی بر اثر آتش زدن وسایل نقلیه افراد زیادی کشته و زخمی شدند.

درباره آتش زدن وسایل نقلیه عمومی چندین نظر وجود داشت. دولت ائتلاف حاکم به طور مستقیم احزاب مخالف را مقصر آتش زدن دانست. همچنین دولت ائتلاف مدعی شد کسانی که در آتش زدن وسایل نقلیه دست دارند، «ضد استقلال» هستند. درحالی که احزاب مخالف مدعی شدند خود دولت یا عواملش برای تخریب و جهت مخالفان وسایل نقلیه را آتش می‌زنند و مردم بی‌گناه را می‌کشند. نظر دیگر این بود که احتمال دارد فرصت طلبان با سوء استفاده از وضعیت بحرانی، این خرابکاری‌ها را انجام داده باشند تا کشور ضعیف‌تر شده و زمینه مداخله بیشتر شود. براساس مدل پروپاگاندا، رسانه‌ها از موضع‌گیری‌های دولت حمایت می‌کنند و

۱. پراواش امین، معاون رئیس خبر شبکه‌ای تی‌ان نیوز در ۲ آگوست ۲۰۱۵ در داکا.

مخالفان را مقصر جلوه می‌دهند. بر این اساس جدولی هشت‌ستونی تهیه شده است. در جدول یک، پوشش اخبار آتش زدن وسایل نقلیه در سه روزنامه و سه شبکه تلویزیونی از اول ژانویه تا ۳۱ مارس ۲۰۱۵ نشان داده شده است.

جدول ۱. پوشش اخبار آتش زدن وسایل نقلیه در سه روزنامه و سه شبکه تلویزیونی از اول ژانویه تا ۳۱

مارس ۲۰۱۵

نام رسانه	تعداد اخباری که در مورد آتش زدن وسایل نقلیه منتشر شده است	تعداد اخباری که در آنها احزاب، مخالف، مقصر آتش زدن معرفی شده‌اند	تعداد اخباری که در آنها عاملان آتش زدن «ضد استقلال» نامیده شده‌اند	تعداد اخباری که در آنها دولت مقصر آتش زدن معرفی شده است	تعداد اخباری که در آنها معرفی مقصر (آتش زدن) مبهم است	تعداد اخباری که در آنها دلیل ناآرامی ذکر شده است	تعداد اخباری که منبع اصلی خبر آنها نیروهای امنیتی یا سازمان‌های دولتی معرفی شده است
پروتوم الو	۱۱۳	۵۴	۲۱	۹	۴۸	۱۷	۶۰
بنگلادش پراتیدین	۱۰۹	۵۰	۱۸	۸	۵۴	۱۳	۶۷
جوگانتار	۸۵	۳۰	۱۰	۱۰	۴۵	۱۰	۶۱
ان تی وی	۹۰	۴۱	۱۵	۶	۴۳	۲۲	۵۱
شوموی	۱۱۴	۷۸	۳۱	۳	۳۳	۱۷	۷۶
بی تی وی	۱۲۹	۱۲۹	۷۰	۰	۰	۰	۱۱۷
جمع	۶۴۰	۳۸۲	۱۶۵	۳۶	۲۲۳	۷۹	۴۳۲

همان‌طور که در جدول ۱ مشاهده می‌شود، در مجموع ۶۴۰ فقره خبر و گزارش درباره آتش زدن وسایل نقلیه عمومی تحلیل شد. در میان آنها، در ۳۸ فقره خبر و گزارش خبری، یعنی در ۶۰ درصد خبرهای تحلیل‌شده، احزاب مخالف، مقصر معرفی شده و فقط در ۳۶ فقره خبر یعنی در حدود ۶ درصد آنها، دولت یا احزاب حاکم، مقصر معرفی شده‌اند. این در حالی است که پس از گذشت دو سال هنوز هم عوامل آتش زدن وسایل نقلیه مشخص نشده است. در ۱۶۵ فقره خبر و گزارش خبری یعنی در ۲۶ درصد از خبرهای مطالعه‌شده، عوامل آتش زدن وسایل نقلیه «ضد استقلال» نامیده شده‌اند و در هر کدام از این ۱۶۵ فقره خبر، به قول رهبران احزاب حاکم، عاملان آتش زدن، «ضد استقلال» نامیده شده‌اند. منظور رهبران ائتلاف حاکم از افراد «ضد استقلال» همان هواداران و رهبران احزاب مخالف است.

افزون بر این در ۲۲۳ فقره خبر یعنی حدود ۳۵ درصد خبرهای تحلیل شده، مقصر مبهم اعلام شده است. به بیان دیگر، در ۳۵ درصد خبرها، درباره مقصر آتش زدن به طور شفاف چیزی گفته نشده و عاملان آتش زدن با واژه «اشرار» معرفی شده‌اند که نشان‌دهنده مبهم بودن هویت عاملان آتش زدن وسایل نقلیه است. به بیان دیگر، این رسانه‌ها در مورد حدود ۳۵ درصد حادثه‌ها نمی‌دانند عاملان آتش زدن از محاصره‌کنندگان یا هواداران احزاب مخالف‌اند یا نه. این موضع‌گیری با واقعیت خیلی نزدیک است که عوامل خرابکاری نامشخص بوده است. زیرا در میان دستگیرشدگان در حین آتش زدن، چند نفر از احزاب حاکم هم بوده‌اند. در سال ۲۰۱۳ هم آتش زدن به وسایل نقلیه اتفاق افتاده بود و چند نفر از حزب حاکم دستگیر شده بودند. از طرف دیگر، ائتلاف احزاب مخالف مدعی‌اند که آتش زدن وسایل نقلیه توسط عوامل احزاب حاکم صورت می‌گرفت تا وجهه و محبوبیت احزاب مخالف صدمه ببیند.

فقط در ۷۹ خبر و گزارش خبری یعنی در ۱۲ درصد خبرها، دلیل ناآرامی‌ها به‌عنوان پیشینه خبر ذکر شده است. این در حالی است که ذکر دلیل و پیشینه ناآرامی مهم است، زیرا این ناآرامی‌ها پس از برگزاری انتخابات بدون مشارکت احزاب مخالف آغاز شد و قبل از سالگرد اول برگزاری این انتخابات ناآرامی‌ها شدت گرفت. احزاب مخالف این انتخابات را تحریم کرده بودند. این پیشینه خبر نشان می‌دهد که دولت از طریق انتخابات بدون مشارکت احزاب مخالف به قدرت رسید و این وضعیت برای دموکراسی خوب نیست.

همچنین از میان ۶۴۰ فقره خبر تحلیل شده، در ۴۱۱ فقره خبر یعنی در ۶۴ درصد خبرها، از یکی از منابع دولتی به‌عنوان منبع اصلی خبر استفاده شده است. منابع دولتی همیشه موضع‌گیری دولت را منعکس می‌کنند. استفاده از اطلاعات نیروهای امنیتی یا سازمان‌های دولتی یعنی برجسته کردن موضع دولت که سبب می‌شود خبر بررسی شده، خودبه‌خود به نفع دولت یا احزاب حاکم تمام شود، زیرا منابع دولتی همیشه از موضع احزاب حاکم حمایت می‌کنند. در اینجا، رسانه‌ها درباره پوشش خبری مربوط به آتش زدن وسایل نقلیه عمومی که مقصر معلوم نشده است، به نفع دولت عمل کرده‌اند.

موضوع دوم. قتل خودسرانه توسط نیروهای امنیتی

از آغاز تأسیس کشور بنگلادش در مورد قتل‌های انجام‌گرفته توسط نیروهای امنیتی، شک و تردید وجود داشته و نیروهای امنیتی همیشه پس از کشته شدن افراد تحت حفاظت آنها یک بیانیه صادر می‌کنند که در آن ذکر می‌شود، فرد مقتول در حین تبادل آتش با نیروهای امنیتی در تاریکی شب کشته شده است و نیروهای امنیتی تقصیری ندارند.

برای تحلیل این موضوع یک جدول شش‌ستونی تهیه شد. عنوان یکی از این ستون‌ها «تعداد اخباری که در آنها کلمات تبادل آتش در گیومه قرار نگرفته یا قبل از آن کلمات به اصطلاح استفاده نشده است» می‌باشد. منظور از این عنوان این است که ادعای نیروهای امنیتی به‌عنوان یک خبر مورد تأیید منتشر شد. اگر با تکیه بر بیانیه‌ی نیروهای امنیتی خبری منتشر شود که نشان‌دهنده‌ی تأییدیه‌ی رسانه‌ی مربوط باشد و هیچ شکی در آن ایجاد نشده باشد، خبر منتشر شده در ستون مورد نظر قرار می‌گیرد؛ اما اگر در خبر، جمله‌ای مانند «گفته می‌شود»، «نیروهای امنیتی مدعی شدند» قرار داشت یا قبل از کلمات تبادل آتش کلماتی مانند به اصطلاح استفاده شد و یا واژه‌های تبادل آتش در گیومه قرار داشت، شک و تردید درباره‌ی ادعای نیروهای امنیتی به حساب آمد و خبر در ستون مورد نظر قرار نگرفت. در ادبیات رسانه‌ای بنگلادش وقتی که واژه یا واژه‌ها در داخل گیومه قرار می‌گیرد، نشان‌دهنده‌ی نقل قول است و در داخل گیومه قرار گرفتن یک واژه خاص در داخل خبر، یعنی آن واژه توسط خود رسانه استفاده نشده و این واژه یک ادعاست. استفاده از این روش به معنای تأیید نشدن آن واژه توسط منابع دیگر است. در رسانه‌های بنگلادش این کار مشهود است. برای تحلیل موضع‌گیری، پیشینه‌ی قتل خودسرانه نیروهای امنیتی مهم است و در مورد این هم یک ستون تهیه شد. عنوان ستون «پیشینه قتل خودسرانه آورده نشد» است.

منظور از پیشینه‌ی قتل خودسرانه در این جدول این است که هر سال در بنگلادش توسط نیروهای امنیتی قتل‌های خودسرانه انجام می‌گیرد و نیروهای امنیتی در مورد این نوع قتل‌ها بیانیه منتشر می‌کنند که نشان‌دهنده‌ی بی‌گناهی آنهاست. این اطلاعات نشان می‌دهند که نیروهای امنیتی در این کار سابقه‌دارند و مسئولیت این نوع قتل‌ها را بر گردن نمی‌گیرند. اگر در خبر مربوط به قتل‌های خودسرانه‌ی نیروهای امنیتی، این اطلاعات نیامده باشد، واقعیت برای مخاطبان روشن نخواهد شد. عنوان ستون دیگر، «ذکر اظهارات مخالفان یا بستگان مقتول» است. اگر در خبری اظهاراتی از طرف مخالفان یا بستگان مقتول ذکر شده باشد، آن خبر در این جدول قرار می‌گیرد. وقتی که خبر قتل از قول نیروهای امنیتی منتشر می‌شود، انتظار می‌رود اظهارات بستگان و مخالفان هم در خبر بیاید، زیرا این نوع خبر را خود نیروهای امنیتی برای رسانه‌ها ارسال می‌کنند. در جدول ۲، پوشش اخبار قتل خودسرانه‌ی نیروهای امنیتی در سه روزنامه و سه شبکه‌ی تلویزیونی از تاریخ اول ژانویه تا ۳۱ مارس سال ۲۰۱۵ نشان داده شده است.

جدول ۲. پوشش اخبار قتل خودسرانه نیروهای امنیتی در سه روزنامه و سه شبکه تلویزیونی از اول ژانویه

تا ۳۱ مارس ۲۰۱۵

نام رسانه	تعداد اخباری که در مورد قتل خودسرانه نیروهای امنیتی منتشر شده است	تعداد اخباری که در آنها کلمات «تبادل آتش» در گیومه قرار نگرفته یا قبل از آن عبارت «به اصطلاح» استفاده نشده است	تعداد اخباری که در آنها به سابقه قتل خودسرانه اشاره شده است	تعداد اخباری که در آنها به اظهارات بستگان مقتول نیامده است	تعداد اخباری که منبع اصلی خبر آنها نیروهای امنیتی یا سازمان‌های دولتی معرفی شده است
پراتوم الو	۴۵	۳۲	۶	۲۴	۳۲
بنگلادش پراتیدین	۳۵	۳۰	۶	۹	۲۸
جوگانتار	۴۰	۳۴	۸	۱۷	۲۹
ان تی وی	۵۱	۳۲	۱۵	۷	۳۹
شومی	۲۶	۱۸	۱۲	۱۰	۲۳
بی تی وی	۱۱	۱۱	۰	۰	۱۱
جمع	۲۰۸	۱۵۷	۴۷	۶۷	۱۶۲

همان‌طور که در جدول ۲ مشاهده می‌شود، در مجموع ۲۰۸ فقره خبر و گزارش درباره قتل خودسرانه نیروهای امنیتی بنگلادش تحلیل شد. در میان آنها در ۱۵۷ فقره خبر و گزارش خبری یعنی در ۷۵ درصد خبر تحلیل شده، کلمات «تبادل آتش» در روزنامه‌های تحت مطالعه در گیومه قرار نگرفته و قبل از کلمات «تبادل آتش» کلماتی مثل «به اصطلاح» استفاده نشده است. فقط در ۴۷ فقره خبر یعنی در حدود ۲۲ درصد خبرها، قتل‌های خودسرانه گذشته به‌عنوان پیشینه اشاره شده و در ۷۸ درصد خبرها به پیشینه خبر اشاره‌ای نشده است. در ۶۷ فقره خبر یعنی حدوداً در ۳۲ درصد خبرهای تحلیل شده، اظهارات بستگان مقتول نیامده است. از میان ۲۰۸ فقره خبر تحلیل شده، در ۱۶۲ فقره خبر یعنی در ۷۷ درصد خبرها، یکی از منابع دولتی به‌عنوان منبع اصلی خبر استفاده شده است. براساس مدل پروپاگاندای هرمن و چامسکی در زمینه پوشش خبری، رسانه‌ها از دولت و قدرتمندان حمایت کرده و از منابع دولتی یا شرکت‌های تجاری بزرگ استفاده می‌کنند. رسانه‌ها درباره پوشش خبری مربوط به قتل خودسرانه نیروهای امنیتی بنگلادش، به نفع دولت و نیروهای امنیتی عمل کرده‌اند. رسانه‌های بنگلادش در ۷۵ درصد خبرهای منتشر شده درباره قتل خودسرانه نیروهای امنیتی، کلماتی مثل «به اصطلاح»، «گفته می‌شود» یا «تبادل آتش» را در گیومه قرار نداده‌اند. این نشان می‌دهد که رسانه‌ها به نوعی گفته نیروهای امنیتی درباره قتل‌های خودسرانه سؤال‌برانگیز را باور کردند یا حداقل می‌خواستند مخاطبان باور کنند.

قربانیان بارزش و بی‌ارزش

براساس آمار سازمان آئین و شالیش کندرا^۱ در سه ماه اول سال ۲۰۱۵ بر اثر آتش زدن وسایل نقلیه ۶۹ نفر جان باختند و همزمان ۶۴ نفر بدون محاکمه به دست نیروهای امنیتی کشته شدند (ASK, 2015). براساس آمار، تعداد کشته‌شدگان توسط نیروهای امنیتی با تعداد کشته‌شدگان بر اثر آتش زدن وسایل نقلیه خیلی نزدیک است. از این حساب، انتظار مقدار پوشش خبری در مورد کشته‌شدگان توسط نیروهای امنیتی نسبت به کشته‌شدگان آتش‌سوزی حداقل ۹۰ درصد است، اما در واقع چنین نبوده است. درباره موضوع اول ۱۱۳ فقره خبر و گزارش پوشش داده شد، در حالی که در مورد موضوع دوم ۴۴ فقره خبر و گزارش منتشر شده که فقط یک سوم موضوع اول است.

از این گذشته، ۶۹ نفری که در سه ماه بر اثر آتش زدن وسایل نقلیه کشته شدند، اکثر خبرهای آنها در صفحه اول منتشر شد، اما خبرهای ۶۴ کشته توسط نیروهای امنیتی در صفحه‌های داخلی که خواننده کمتری دارد، به چاپ رسید. پوشش خبری در مورد کشته‌شدگان توسط نیروهای امنیتی نسبت به کشته‌شدگان بر اثر آتش‌سوزی خیلی کم بوده و کشته‌شدگان توسط نیروهای امنیتی قربانیان بی‌ارزش واقع شده‌اند. این امر مدل پروپاگاندا را تأیید می‌کند. چون به‌نوعی پوشش خبری قتل‌های خودسرانه نیروهای امنیتی یعنی انتقادات از دولت است که رسانه‌های بنگلادش سعی کردند تا جای ممکن از آن چشم‌پوشی کنند.

موضوع سوم. صنعت نساجی و مشکلات کارگران این صنعت

براساس گزارش‌های سازمان‌های حقوق بشر، حقوق کارگران صنعت نساجی در بنگلادش به‌طور پیوسته ضایع می‌شود و با مشکلات زیادی روبه‌رو هستند. در این صنعت بزرگ که حدود پنج میلیون نفر مشغول به کارند، انتظار می‌رود پوشش خبری در مورد جمعیت کارگران و مشکلات آنان زیاد شود. اما فرضیه براساس مدل پروپاگاندا این است که به‌علت کارگر بودن یعنی کم‌درآمد بودن، پوشش خبر رسانه‌ها بیشتر به نفع صاحبان این صنعت خواهد بود.

برای تحلیل پوشش خبری درباره این موضوع، نخست تعداد خبرهایی که در این زمینه منتشر شده است، محاسبه شد. سپس با مطالعه دقیق، به‌تفکیک، خبرهایی که به نفع کارگران و به نفع صاحبان صنعت بود، مشخص و محاسبه شد. همچنین خبرهایی که در آنها مشکل اساسی کارگران صنعت نساجی مطرح شده است، ثبت و محاسبه شد. براساس مطالعات و

1. Ain o Salish Kendra(ASK)

آیین و شالیش کندرا: این یک سازمان حقوق بشر غیر دولتی بنگلادش است که در زمینه‌های مختلف از جمله نقض قانون توسط نیروهای امنیتی گزارش تهیه و منتشر می‌کند.

مصاحبه با کارگران، مشکلات اساسی آنها مشخص شد. در مورد اخبار و گزارش‌های مربوط به صنعت پوشاک و مشکلات کارگران آن هم منبع خبر تحلیل شد. در جدول ۳، پوشش صنعت نساجی و کارگران آن در سه روزنامه و سه شبکه تلویزیونی از اول ژانویه تا ۳۱ مارس ۲۰۱۵ نشان داده شده است.

جدول ۳. پوشش اخبار صنعت نساجی و کارگران آن در سه روزنامه و سه شبکه تلویزیونی از اول ژانویه تا

۳۱ مارس سال ۲۰۱۵

نام رسانه	تعداد اخباری که در مورد صنعت نساجی و مشکلات کارگران آن منتشر شد	تعداد اخباری که به نفع کارگران صنعت نساجی بود	تعداد اخباری که به نفع صاحبان این صنعت بود	تعداد اخباری که در آنها مشکلات اساسی کارگران این صنعت مطرح شد	تعداد اخباری که منبع اصلی آنها صاحبان، مقامات و مدیران کارخانه بود
پراتوم الو	۹	۲	۴	۲	۵
بنگلادش پراتیدین	۱۹	۱۲	۷	۲	۱۲
جوگانتار	۷	۳	۴	۱	۳
ان تی وی	۹	۳	۶	۳	۸
شوموی	۱۱	۴	۷	۲	۸
بی تی وی	۱۰	۳	۷	۲	۷
جمع	۶۵	۲۷	۳۵	۱۲	۴۳

همان‌طور که در جدول ۳ مشاهده می‌شود، در مجموع ۶۵ فقره خبر و گزارش درباره صنعت تولید پوشاک و مشکلات کارگران این صنعت در بنگلادش تحلیل شد. در میان آنها ۲۲ فقره خبر و گزارش خبری یعنی ۳۴ درصد خبرهای تحلیل شده، به نفع کارگران بود، اما فقط در ۱۲ فقره خبر به مشکلات اساسی کارگران اشاره شد. در حالی که در ۴۰ فقره خبر یا گزارش خبری یعنی در ۶۲ درصد خبرها از صاحبان خبر دفاع شد. از این گذشته، از میان ۶۵ فقره خبر تحلیل شده، در ۴۳ فقره خبر یعنی در ۶۶ درصد آنها، یکی از منابع دولتی به عنوان منبع اصلی خبر استفاده شده است. براساس مدل پروپاگاندای هرمن و چامسکی در زمینه پوشش خبری، رسانه‌ها از دولت و قدرتمندان حمایت می‌کنند و از منابع دولتی یا منابع شرکت‌های تجاری بزرگ بهره می‌گیرند. بنابراین، رسانه‌ها درباره پوشش خبری مربوط به

صنعت تولید پوشاک و مشکلات کارگران این صنعت در بنگلادش، به نفع قشر قدرتمند کار کرده‌اند.

موضوع چهارم. قتل بنگلادشی‌ها توسط مرزبانان هندی

موضوع چهارم، «کشتن شهروندان بنگلادشی در مرز توسط مرزبانان هندی» است. برای تحلیل پوشش خبری، تعداد اخبار منتشرشده درباره موضوع محاسبه می‌شود. تعداد اخبار در این زمینه از این جهت هم مهم است که سازمان‌های حقوق بشر آمار دقیق ماهانه درباره تعداد کشته‌ها، زخمی‌ها و ربوده‌شدگان بنگلادشی در مرز هند منتشر می‌کنند و میانگین روزانه هم مشخص است که برخی انتظارات درباره پوشش خبری (از نظر آماری) را ایجاب می‌کند. فرضیه درباره این موضوع این است که چون دولت فعلی با دولت هند روابط خوبی دارد و دولت هند از اقدامات دولت فعلی حمایت می‌کند و هند کشوری پرنفوذ در منطقه است، رسانه‌ها مطالبی را حذف خواهند کرد تا دولت‌های بنگلادش و هند ناراحت نشوند. یعنی احتمالاً ذکر نظر مردم منطقه یا شاهدان و گزارش‌های تحقیقی اهمیت پیدا نمی‌کند.

در ضمن ستونی با عنوان «از مرزبانان یا مسئولان هند انتقاد شده است» اختصاص داده شد تا مشخص شود در خبر مورد مطالعه به دلیل این نوع اقدامات، انتقادی صورت گرفته یا برعکس از زخمی‌ها، کشته‌ها یا ربوده‌شدگان بنگلادشی انتقاد شده است. برای ثبت تعداد خبرهایی که در آنها از زخمی‌ها، کشته‌ها و ربوده‌شدگان انتقاد شد، یک ستون جداگانه اختصاص یافت.

پیشینه درباره زخمی‌ها، کشته‌ها و ربوده‌شدگان بنگلادشی توسط مرزبانان هندی در ستون دیگر در جدول ثبت شد. منظور از این سابقه این است که آمار این نوع اتفاقات که در گذشته هم خیلی رخ داده، بیان شده باشد یا گفته شده باشد که این نوع حوادث، به صورت مداوم رخ می‌دهد. این نوع اطلاعات به مخاطب کمک می‌کند که متوجه شود این شکل کشتن اولین بار اتفاق نیفتاده است که بتوان آن را اتفاقی غیرعمدی یا اشتباه معرفی کرد. چون قبلاً هم بارها این اتفاقات رخ داده است. این نوع اطلاعات در نهایت به ضرر قاتلان است.

در قوانین بنگلادش، هند و بین‌المللی، این نوع اقدامات غیرمجاز شناخته شده است. با مطالعه دقیق اخبار مربوط به موضوع، مشخص خواهد شد که آیا به قوانین موجود و مربوط در خبر اشاره شده است یا نه؟ یادآوری قوانین یعنی موضع‌گیری علیه اقدامات این چنین است. درباره این موضوع، منابع خبر به سه دسته تقسیم شد: ۱. مرزبانان یا مسئولان بنگلادشی؛ ۲. مرزبانان هندی یا مسئولان آن کشور؛ ۳. مردم منطقه یا شاهدان. وقتی که منبع، مرزبانان هندی یا بنگلادشی یا مسئولان دولتی این دو کشور باشد، احتمال می‌رود واقعیت به مخاطبان گفته

نشود. اما اگر منبع اظهارات مردم منطقه یا خود شاهد باشد، معنایش این است که رسانه‌ها در پوشش خبری علیه اقدامات مرزبانان هندی موضع‌گیری کرده‌اند و قصد دارند واقعیت را به مخاطبان برسانند. برای شفاف‌سازی در مورد این نوع قتل‌های ادامه‌دار باید گزارش تحقیقی تهیه شود. در ستون جداگانه آمار درباره داشتن گزارش تحقیقی تهیه شد. براساس کم یا زیاد بودن گزارش‌های تحقیقی می‌توان اهمیت این موضوع نزد رسانه‌ها را تحلیل کرد. در جدول ۴، پوشش قتل و زخمی شدن بنگلادشی‌ها توسط مرزبانان هندی در سه روزنامه و سه شبکه تلویزیونی از اول ژانویه تا ۳۱ مارس ۲۰۱۵ نشان داده شده است.

جدول ۴. پوشش اخبار قتل و زخمی شدن بنگلادشی‌ها توسط مرزبانان هندی در سه روزنامه و سه شبکه تلویزیونی از اول ژانویه تا ۳۱ مارس ۲۰۱۵

نام رسانه	تعداد اخبار منتشر شده درباره قتل و زخمی شدن بنگلادشی‌ها توسط مرزبانان هندی	تعداد اخباری که در آنها از مرزبانان یا مسئولان هند انتقاد شده است	تعداد اخباری که در آنها از زخمی‌ها یا کشته‌شدگان بنگلادشی انتقاد شده است	منابع خبر		
				مرزبانان یا مسئولان هندی	مردم منطقه یا شاهدان	مرزبانان بنگلادشی و مسئولان
پراتوم الو	۱۹	۱	۳	۲	۴	۱۳
بنگلادش پراتیدین	۲۱	۰	۳	۲	۵	۱۴
جوگانتار	۱۵	۴	۰	۱	۲	۱۲
ان تی وی	۲۹	۴	۷	۰	۶	۱۹
شومی	۱۶	۰	۲	۳	۱	۱۱
بی تی وی	۴	۰	۰	۰	۰	۴
جمع	۱۰۴	۹	۱۵	۸	۱۸	۷۳

همان‌طور که در جدول ۴ مشاهده می‌شود، در مجموع ۱۰۴ فقره خبر و گزارش درباره قتل و زخمی شدن شهروندان بنگلادشی توسط مرزبانان هندی تحلیل شد. در میان آنها فقط در ۸ فقره خبر و گزارش خبری، یعنی ۸ درصد خبرهای تحلیل‌شده، از قاتلان یعنی از مرزبانان یا مسئولان انتقاد شده است. از این گذشته، حتی خبر یا گزارشی خبری مشاهده نشد که در آن پیشینه خبر با آمار کلی کشته یا زخمی‌شدگان توسط مرزبانان هندی ذکر شده باشد. از طرف دیگر، در ۹ خبر از کشته یا زخمی‌شدگان بنگلادشی انتقاد شده است.

از ۱۰۴ فقره خبر تحلیل شده، در ۷۳ فقره یعنی ۷۰ درصد خبرها، از یکی از منابع دولتی بنگلادش به عنوان منبع اصلی خبر استفاده شده است. در کنار آن، در ۸ فقره خبر، مرزبانان هندی یا مسئولان هندی منبع اصلی خبر بوده‌اند. این در حالی است که فقط در ۱۸ خبر یعنی ۱۷ درصد خبرها، مردم یا شاهدان منطقه منبع اصلی خبر بوده‌اند. در دامنه زمانی تحت مطالعه، هیچ گزارش تحقیقی منتشر نشد. از این گذشته، رسانه‌ها در خبرهای مربوط به قتل و زخمی شدن بنگلادشی‌ها توسط مرزبانان هندی به قوانین موجود هیچ اشاره‌ای نکرده‌اند.

نتیجه

پوشش خبری شش رسانه در دامنه زمانی سه‌ماهه به نفع گروه‌های غالب در زمینه سیاسی و اقتصادی بوده است. این مقاله در زمینه نظریه حداقل دو نتیجه مهم دارد. اول اینکه نشان داده شد با وجود تفاوت زیاد در زمینه‌های اقتصادی، سیاسی، دینی و غیره مدل پروپاگاندا در مورد بنگلادش هم تعمیم‌پذیر است و این چارچوب نظری برای تحقیق و مطالعه رسانه‌های مختلف این کشور مناسب است. دوم اینکه مشخص شد با وجود اهمیت زیاد برای رشد دموکراسی، پوشش خبری در مورد رویدادهای مهم و عمومی کشور به نسبت کم است. گذشته از این، نحوه پوشش خبری رسانه‌های مختلف در مورد رویدادهای کشور به نسبت یکسان است.

این مقاله نشان داد که رسانه‌ها درباره موضوعات مهم کشور در مرحله اول از منافع قدرت‌های سیاسی و اقتصادی حمایت می‌کنند. رسانه‌های معروف و پرمخاطب بنگلادش هم در اختیار چند شرکت بزرگ و شخصیت سیاسی است و هدف اصلی آنها سود مالی و اهداف سیاسی است. تحلیل محتوای پوشش خبری چهار موضوع مشخص نشان داد که رسانه‌های بنگلادش اخبار و گزارش‌هایی را منتشر می‌کنند که منافع قدرتمندان سیاسی و اقتصادی را به خطر نمی‌اندازد. رسانه‌های بنگلادش هم دچار همان کاستی‌هایی هستند که متخصصان اقتصاد سیاسی برای روزنامه‌نگاری آمریکا شناسایی کرده‌اند و همه این کاستی‌ها منشأ واحد دارد. ریشه این مشکلات، تجارت محور شدن صنعت رسانه‌هاست. رسانه‌های بنگلادش وظیفه اصلی خود یعنی دیدبانی دموکراسی را انجام نمی‌دهند. رسانه‌ها باید اطلاعات دقیق و قابل اعتمادی را ارائه دهند تا شهروندان بتوانند براساس آنها اقدام کنند؛ اما این پژوهش نشان داد که واقعیت در بنگلادش این چنین نیست.

در واقع، مدل پروپاگانداي هرمن و چامسکی در مورد رسانه‌های بنگلادش تعمیم‌پذیر است و با اصلاح یکی از پنج فیلتر مدل پروپاگاندا، این مدل در رسانه‌های بنگلادش نیز به کار می‌رود. شبکه‌های تلویزیونی دولتی هم که هر سال ضرر مالی آنها بیشتر می‌شود، به عنوان بلندگوی دولت فعالیت می‌کنند. تحلیل محتوای پوشش خبری یکی از سه شبکه تلویزیونی

دولتی نشان داد که شبکه‌های دولتی بسیار سیاست‌زده‌اند و اخبار مربوط به احزاب مخالف را پوشش نمی‌دهند. از این لحاظ، تلویزیون دولتی بنگلادش با ساختار و عملکرد فعلی نمی‌تواند بی‌طرفانه فعالیت کند. به بیان دیگر، این اندیشه که با افزایش تعداد شبکه‌های تلویزیونی می‌توان در روند انحصاری شدن رسانه‌ها مانع ایجاد کرد، پذیرفتنی نیست.

منابع و مآخذ

الف) فارسی

۱. هرمن، ادوارد؛ و چامسکی، نوام (۱۳۷۷). *فیلترهای خبر*، مترجم: تزا میرفخرایی، تهران: انتشارات مؤسسه ایران.

ب) خارجی

2. ASK- Ain o Salish Kendra. (2015, March 31). **Death by Law Enforcing Agencies**. Dhaka. <http://www.askbd.org/ask/2015/03/31/death-law-enforcing-agencies-january-march-2015/>
3. Akter, M., & Rossette, J. (2014, July 7). **Parliament Watch of 10th parliament**. https://www.tibangladesh.org/beta3/images/2014/ppt_pw_nis_10_parliament_s1_14_bn.pdf
4. Bagdikian, B. (1987, June 1). The.....50, 26, 20 Corporations that own Our Media. **FAIR Fairness & Accuracy in Reporting**. <http://fair.org/extra/the-50-26-20-corporations-that-own-our-media/>
5. Community Radio Policy. (2008). Dhaka: Bangladesh Ministry of Information. <http://www.caluniv.ac.in/global-mdia-journal/DOCUMENT-june2010/c%20r%20policy%20bangladesh%202008.pdf>
6. Daily Jugantor.(2016, June 26). Nibondhoner jonno 1717 ti onliner abedon. <http://www.jugantor.com/online/national/2016/06/26/17479/>
7. Democracy Index. (2006). The Economist Intelligence Unit. **The Economist**. http://www.economist.com/media/pdf/DEMOCRACY_TABLE_2007_v3.pdf
8. Democracy Index. (2015). The Economist Intelligence Unit. *The Economist*. http://www.economist.com/media/pdf/DEMOCRACY_TABLE_2015_v3.pdf
9. Goss, B. M. (2013). **Rebooting the Herman & Chomsky Propaganda Model in the Twenty-First Century**. New York, NY: Peter Lang Publishing.
10. Herman, E., & Chomsky, N. (2009). The Propaganda Model After 20 Years: Answers To Ten Questions. **Westminster Papers in Communication and Culture**, 6(2), Special Issue.
11. Internetlivestats. (2015, March 12). <http://www.internetlivestats.com/internet-users/bangladesh/>
12. NMDS (2013). **National Mass media and Demographic Survey 2013**. Dhaka: ACNielsen.
13. Statistics Report. (2012). **9th parliamentary elections**. Dhaka: Election commission Secretariat. <http://www.ec.org.bd/MenuExternalFilesEng/304.pdf>
14. Statistics Report. (2015). **10th parliamentary elections**. Dhaka: Election commission Secretariat.
15. Survey of Public Opinion -Bangladesh. (2016, February). Nielsen-Bangladesh & International Republican Institute. http://www.iri.org/sites/default/files/wysiwyg/iri_survey_of_bangladesh_public_opinion-february_2016_-_public.pdf