

A Comparative Study of the Structural and Content Dimensions of Six Entertaining Political Programs of Manoto, Voice of America, and IRIB.

Kazem Moazzen¹

(Received on: 2023-05-31; Accepted on: 2023-08-14)

Abstract

Entertaining political programs are one of the clear examples of the well-known phenomenon of mixing information and entertainment in the global arena, which has also entered Persian-language televisions in recent years. The aim of this article is to know the degree of realization of the theoretical discussions and the concerns raised about the phenomenon of the fusion of politics and entertainment and the case study of this phenomenon in the media space of Iran. Using the concepts of "information-entertainment" and "soft news" in this research, the researcher has achieved a conceptual model that can be helpful in understanding this phenomenon. In this framework, seven structural characteristics and seven content characteristics of entertaining political programs were extracted and six programs "Shabake Nim", "Dr. Copy", "Antenna", "Parasite (Parazit)", "Just for information" and "Don't be sensitive" in Manoto, Voice of America and IRIB have been compared using the method of quantitative content analysis. The highest share of agreement (concordance) with the structural features of the entertaining political program was recorded in the program "Nim Network" and the programs of the Manoto network. The average agreement (concordance) of all entertainment political programs is 48.31%. The highest share of content agreement (concordance) was registered in the "Just for Information" program and RIB programs. The average content concordance of all entertaining political programs is equal to 31.53%.

Keywords: Entertaining Political Programs, Information-Entertainment, Soft News, Manoto, Voice of America, IRIB.

1. Independent researcher. kazem.moazzen@gmail.com

بررسی مقایسه‌ای ابعاد ساختاری و محتوایی شش برنامه سیاسی سرگرم‌کننده شبکه من و تو، صدای آمریکا و صدا و سیمای ایران

کاظم مؤذن^۱

[تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۳/۱۰؛ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۵/۲۳]

چکیده

برنامه‌های سیاسی سرگرم‌کننده یکی از مصادیق بارز پدیده شناخته شده آمیختگی اطلاعات و سرگرمی در عرصه جهانی است که در سال‌های اخیر به تلویزیون‌های فارسی‌زبان نیز وارد شده است. شناخت میزان تحقق مباحث نظری و دغدغه‌های مطرح شده درباره پدیده آمیختگی سیاست و سرگرمی و مصداق‌شناسی این پدیده در فضای رسانه‌ای ایران، هدف این مقاله است. محقق در این پژوهش با بهره‌گیری از مفاهیم «اطلاعات-سرگرمی» و «نرم‌خبر» به الگویی مفهومی دست یافته است که می‌تواند در شناخت این پدیده راه‌گشا باشد. در این چارچوب هفت ویژگی ساختاری و هفت ویژگی محتوایی برنامه‌های سیاسی سرگرم‌کننده استخراج شده و شش برنامه «شبکه نیم»، «دکتر گپی»، «آنتن»، «پارازیت»، «صرفاً جهت اطلاع» و «حساس نشو» در سه رسانه من و تو، صدای آمریکا و صدا و سیمای ایران با استفاده از روش تحلیل محتوای کمی به صورت مقایسه‌ای بررسی شده است. بیشترین سهم همخوانی با ویژگی‌های ساختاری برنامه سیاسی سرگرم‌کننده در برنامه «شبکه نیم» و برنامه‌های شبکه من و تو ثبت شده است. میانگین همخوانی کل برنامه‌های سیاسی سرگرم‌کننده معادل ۴۸٫۳۱ درصد است. بیشترین سهم همخوانی محتوایی در برنامه «صرفاً جهت اطلاع» و برنامه‌های صدا و سیمای ایران ثبت شده است. میانگین همخوانی محتوایی کل برنامه‌های سیاسی سرگرم‌کننده معادل ۳۱٫۵۳ درصد است.

کلیدواژه‌ها: برنامه‌های سیاسی سرگرم‌کننده، اطلاعات-سرگرمی، نرم‌خبر، من و تو، صدای آمریکا، صدا و سیمای ایران.

مقدمه

برنامه‌های سیاسی سرگرم‌کننده یکی از پدیده‌های نسبتاً جدید در عرصه جهانی است که ریشه‌های تاریخی عمیقی در تاریخ ارتباطات رسانه‌ای دارد و رشدشان در فضای رسانه‌ای فارسی‌زبان داخلی و خارجی در طول سال‌های اخیر کاملاً محسوس بوده است. باید توجه داشت که موضوع آمیخته‌شدن اخبار با سرگرمی، موضوعی حساس و حیاتی برای جوامع جدید است و می‌تواند پیامدهای مهمی در عرصه‌های مختلف، به‌ویژه عرصه سیاسی، داشته باشد. اخبار صرفاً تولیدی رسانه‌ای نیست، بلکه ابزاری برای فعالیت در فرآیندهای دموکراتیک است و بر چارچوب سیاست داخلی و روابط بین‌المللی اثر می‌گذارد. برخی از صاحب‌نظران معتقدند روند جهانی آمیختگی اطلاعات و سرگرمی به استعمار جمعی حوزه عمومی منتهی می‌شود، چراکه روزنامه‌نگاری و خدمات عمومی رسانه‌ها در اطلاع‌رسانی را از کار می‌اندازد و به کالایی شدن اخبار و اطلاعات منتهی می‌شود (Blumler & Gurevitch, 1995).

این برنامه‌ها دو کارکرد متفاوت و بعضاً متضاد رسانه، یعنی اطلاع‌رسانی و سرگرم‌کنندگی، را با هم ترکیب کرده، به شکل هم‌زمان پیش می‌برند؛ دو کارکردی که معمولاً در فضای رسانه‌ای به صورت جداگانه و در قالب‌های کاملاً متفاوتی پیگیری می‌شده است (Carpini & Williams, 2001: 160-162). این قبیل برنامه‌ها توانسته‌اند در میان طیف گسترده‌ای از مخاطبان، به‌ویژه جوانان، جایگاه ویژه‌ای کسب کنند و تأثیرات عمیقی بر فرهنگ و سیاست جوامع داشته باشند. دو شبکه فارسی‌زبان «صدای آمریکا» و «من و تو» به عنوان دو شبکه ماهواره‌ای پُرطرفدار، به تولید و انتشار محتوای سیاسی در قالب اطلاعات سرگرم‌کننده و نرم‌خبر اقدام کرده‌اند و شبکه‌های تلویزیونی صدا و سیمای ایران نیز از این گونه تلویزیونی استفاده‌هایی داشته‌اند.

آمیختگی اطلاعات و اخبار با سرگرمی، نوعی روند شناخته‌شده جهانی است که در کشورهای مختلف، اعم از توسعه‌یافته و در حال توسعه، در حال وقوع و پیشروی است (توسو،

۱۳۸۸:۲). فارغ از رویکردهای مثبت و منفی که درباره این پدیده در میان صاحب‌نظران و محققان علوم ارتباطات شکل گرفته است، شناخت ابعاد آن در عرصه داخلی و سپهر رسانه‌ای کشور موضوعی است که جای آن در ادبیات علمی رسانه و ارتباطات ایران خالی است. این پدیده و جریان جهانی در عرصه ارتباطات، وارد فضای رسانه‌ای کشور ما شده، و محتمل است که همچون هر پدیده اجتماعی دیگری ابعاد مختص به خود را پیدا کند. این پژوهش، مسئله اصلی‌اش را بررسی میزان و کیفیت تحقق پدیده آمیختگی سیاست و سرگرمی در برخی از برنامه‌های پُربیننده تلویزیون‌های فارسی‌زبان قرار می‌دهد که از نوع برنامه‌های سیاسی سرگرم‌کننده محسوب می‌شوند.

چارچوب نظری

اطلاعات-سرگرمی

مفهوم «اطلاعات-سرگرمی» در اغلب منابع علمی درباره برنامه‌های تلویزیونی خبری یا سیاسی با ویژگی سرگرم‌کنندگی استفاده شده است. اگرچه این مفهوم درباره وبگاه‌های خبری سرگرم‌کننده یا شبکه‌های اجتماعی نیز مطرح می‌شود که کارکرد مشابهی دارند. این مفهوم عمدتاً مفهومی منفی است که در بردارنده نوعی نگرانی یا انتقاد درباره پیامدهای آن بر علایق و اطلاعات سیاسی عمومی است. برچسب «اطلاعات-سرگرمی» عمدتاً در راستای این نگرانی مطرح شده است که روزنامه‌نگاری از انتقال اخبار جدی که دغدغه‌های عمومی را منعکس می‌کرد به سرگرمی بدل شده و ارزش‌های خبری را جابه‌جا کرده است.

مفهوم «اطلاعات-سرگرمی» به گروهی از انواع برنامه‌های تلویزیونی اشاره دارد که مرز سنتی میان ژانرهای تلویزیونی اطلاعات محور و سرگرمی محور را محو کرده‌اند. ابتدا تعبیر

«اطلاعات-سرگرمی» تعبیری تحقیق‌آمیز بود که برای مشخص کردن کاهش سخت‌خبرها و مباحثات مبتنی بر امور عمومی، و متقابلاً افزایش نمایش‌های تلویزیونی مبتنی بر مسخره‌کردن اخبار به کار می‌رفت. با این حال، هم‌زمان در سال‌های اول قرن ۲۱ تعداد فزاینده‌ای از برنامه‌های تلویزیونی دیده شده‌اند که محتوا و فرم ژانرهای مختلف امور عمومی و سرگرمی را کاملاً با یکدیگر ترکیب کرده‌اند (Baym, 2008: 2276).

کرنر (۲۰۰۰) درباره این پدیده می‌گوید استقراض گسترده از ظاهر مستندگونه در انواع دیگر برنامه‌ها و استقراض گسترده از ظاهر غیرمستند (ظاهر دراماتیک، ظاهر تبلیغاتی، ظاهر ویدئویی عامه‌پسند) در برنامه‌های مستند، قوانین به رسمیت شناختن فیلم مستند را پیچیده کرده است. گرب و همکاران (Grabe et al., 1998) تفاوت‌های کمی بین اخبار تلخیصی یا اطلاعات-سرگرمی در برنامه هاردکپی (Hard Copy) و اخبار استاندارد ارائه شده در برنامه ۶۰ دقیقه را در به‌کارگیری پنج تکنیک تولید می‌دانند: موسیقی، جلوه‌های صوتی، حرکت آهسته، استفاده از قاب فلش به عنوان انتقال (transitions) بین عکس، و لحن دخالت جویانه خبرنگاران. در کارهای بعدی، گرب و همکاران (۲۰۰۰) دریافتند که در سبک اطلاعات-سرگرمی، تحریک مخاطبان و جلب توجهشان در مقایسه با قالب استاندارد افزایش می‌یابد. علاوه بر این، بینندگان، نسخه‌های استاندارد را باورپذیرتر و آموزنده‌تر از نسخه‌های تلخیصی اخبار (همان اطلاعات-سرگرمی) توصیف کرده‌اند، اما تفاوت معناداری بین دو نوع سبک در زمینه یادآوری روایت خبری وجود ندارد. اما دریافت مختلف از سبک‌های مختلف بسته‌بندی مارابه این سمت نمی‌برد که میان اخبار استاندارد و اطلاعات-سرگرمی خط روشنی ترسیم کنیم (Stockwell, 2004).

این طیف از برنامه‌ها ویژگی‌هایی از ژانرها و اسلوب‌های سرگرم‌کننده را قرض گرفته و انطباق داده‌اند. آنها تمایل دارند از طریق انتشار چیزهای بی‌اهمیت، ترکیب حقیقت با

دروغ یا حتی تحریف واقعیت، رویکردی تلخیصی (tabloid) را پیگیری کنند (Downie, 2012: 9). Alonso, 2012: 9. & Kaiser, 2002.

یکی از برجسته‌ترین تفاوت‌های احتمالی این ژانر جدید خبری آن است که «شهرت» جایگاه ویژه‌ای در آن ندارد. شخصیت اصلی این نوع اخبار بعضاً افراد ناشناسی هستند که قربانی ماجرابی بوده‌اند یا نقش قهرمان را در آن ایفا کرده‌اند و حالا داستان آن را با برنامه تلویزیونی به اشتراک می‌گذارند (Ortells, 2011: 33).

در این نوع برنامه‌ها نحوه ارائه واقعیت در قالب تصاویر نیز متناسب با این سبک تغییر کرده است. تکنیک‌های ضبط تصاویر در این قبیل برنامه‌ها به ابداع نوعی سبک جدید ارائه واقعیت نمادین منجر شد که در قالب آن تصاویر با دوربین‌های دستی ضبط می‌شود و در عین حال از لحاظ زیبایی‌شناختی کیفیت لازم را ندارد (Ibid).

بنابراین، عنصر اصلی اطلاعات-سرگرمی مفهومی در زمینه شیوه ارائه یا سبک و قالب است. ارائه اخبار و اطلاعات در قالب تصویری جذاب و مبتنی بر جلوه‌های بصری و زیبایی‌شناسی چشم‌گیر که می‌تواند به شکل ناخودآگاه مخاطبان را مسحور خود کند. این تغییر عمدتاً مبتنی بر نیازها و علایق نسل جدید مخاطبان است که عادت به دریافت اطلاعات از طُرُق جذاب دارد.

نرم‌خبر

یکی از مفاهیم مرتبط با موضوع آمیختگی سیاست و سرگرمی در رسانه، مفهوم «نرم‌خبر» است که عمدتاً در فضای کار خبری معنا پیدا می‌کند و به اخبار تلویزیونی یا مطبوعاتی هم اختصاصی ندارد. به صورت کلی، ماهیت محتوای خبر در طول دهه‌های گذشته در نتیجه دگرگونی در فضای رسانه تغییر یافته است. با ظهور رسانه‌های جدید نظیر

تلویزیون کابلی، تلویزیون ماهواره‌ای و اینترنت، بازار رسانه خبری رقابتی‌تر و محتوای خبر نرم‌تر و مخاطب محورتر از همیشه شده است. تعاریف ارائه شده از «نرم‌خبر» بسیار متنوع است. با این حال، یکی از مشخصه‌های معمولی آن تفاوت آشکارش با «سخت‌خبر» است.

یکی از تفاوت‌های میان «سخت‌خبر» و «نرم‌خبر» در لحن ارائه آنها است. گزارش مبتنی بر سخت‌خبر، واقعیت‌هایی درباره رخدادها به مخاطب می‌گوید و تصمیم‌گیری درباره اطلاعات را به خود مخاطب واگذار می‌کند، در حالی که گزارش مبتنی بر نرم‌خبر در صدد است هم‌زمان به مخاطب خود سرگرمی و آگاهی ارائه کند. همچنین، نرم‌خبر، در مقایسه با دیگر انواع اخبار، احساسی‌تر، شخصیت محورتر، عملی‌تر، رویداد محورتر و کمتر وابسته به زمان توصیف شده است (Ban, 2008: 4736).

نرم‌خبرها در مقایسه با دیگر خبرها معمولاً بیشتر شخصیت محور، کمتر مقید به زمان، عمل‌گرایانه‌تر و بیشتر مبتنی بر حادثه‌اند. در نهایت، نرم‌خبرها نشان‌دهنده تغییر در واژگان خبری هستند. گفته شده است زبان نرم‌خبرها شخصی‌تر شده‌اند و از لحاظ قالب ارائه آشناتر و کمتر رسمی شده است (Reinemann et al, 2011: 225). همیلتون می‌گوید نرم‌خبرها «برنامه‌هایی با سطح پایین اطلاعاتی درباره امور عمومی» همچون برنامه‌هایی نظیر سرگرمی امشب (Entertainment Tonight) است که عمدتاً بر «سرگرمی، سلامت یا اطلاعات مربوط به سبک زندگی» تمرکز دارد (Ham-ilton, 2003: 14-15).

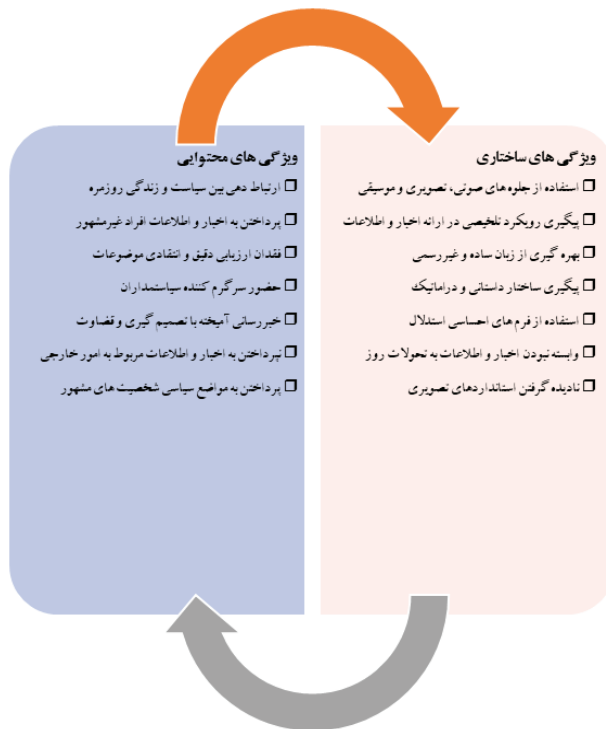
متی باوم (Matthew Baum) نشان می‌دهد که حضور شخصیت‌های سیاسی در برنامه‌های سرگرم‌کننده غیرسیاسی است و عمدتاً بر ویژگی‌های شخصی نامزد و برخلاف سیاست‌های او متمرکز است. از زمان مبارزات انتخاباتی ریاست جمهوری سال ۲۰۰۰،

حضور نامزدها در کمدهای روزانه و آخر شب متناسب با ویژگی‌های شخصی/علاقه‌مندی انسانی بوده است و بسته‌بندی پیام‌های آنها در قالبی جذاب برای مردم و با اندکی اغماض جذاب برای سیاست بوده است (Baum, 2003: 215).

تعاریف ذکرشده برای «نرم‌خبر» عمدتاً مبتنی بر تفاوت آن با «سخت‌خبر» بوده و هست. برخی از این تعاریف ساده و مبتنی بر یکی از ویژگی‌های شاخص آن بوده و برخی هم تصویری چندبُعدی از این مفهوم ترسیم می‌کند. اختلاف‌ها در زمینه نرم‌خبر صرفاً محدود به تعدد و تنوع ابعاد آن نیست. برخی از محققان، «نرم‌خبر» را به گونه‌ای تعریف می‌کنند که شباهت‌های فراوان با مفهوم «اطلاعات-سرگرمی» دارد و حتی به عنوان یکی از گونه‌های برنامه‌سازی مبتنی بر سرگرمی دیده می‌شود. در این میان، آنچه مسلم است ارتباط وثیق این مفهوم با بحث اطلاع‌رسانی سرگرم‌کننده است، با این تفاوت که نرم‌خبر تا حد بسیار به عرصه خبررسانی اختصاص دارد و جایگزین و رقیبی برای سخت‌خبر محسوب می‌شود.

چارچوب مفهومی پژوهش

محقق، برنامه‌های سیاسی سرگرم‌کننده را به عنوان وجه اشتراک دو پدیده «اطلاعات-سرگرمی» و «نرم‌خبر» بررسی می‌کند. مجموعه پژوهش‌ها و مباحثات دانشگاهی که درباره این دو مفهوم انجام شده، نشان می‌دهد که مجموعاً هفت ویژگی ساختاری و هفت ویژگی محتوایی در زمینه برنامه‌های سیاسی سرگرم‌کننده قابل طرح است و لذا همچون جزئی از الگوی نظری مطرح شده است. این ویژگی‌ها در ادامه مقاله، مبنای تحلیل و بررسی وضعیت ساختاری و محتوایی برنامه‌های سیاسی سرگرم‌کننده به شکل قیاسی قرار گرفته است.



نمودار ۱: جمع‌بندی ویژگی‌های ساختاری و محتوایی برنامه‌های سیاسی سرگرم‌کننده بر اساس دو مفهوم «اطلاعات-سرگرمی» و «نرم‌خبر»

روش‌شناسی

این پژوهش با استفاده از روش تحلیل محتوای کمی انجام می‌گیرد. تحلیل محتوایی از روش‌های پُرکاربرد و شناخته‌شده در تحلیل متون رسانه‌ای و ارتباطی است. در قالب این روش، محقق باید بر اساس روندی منظم و منطقی پیش رود تا از تحلیل خود نتیجه مطلوبی بگیرد. ویمر و دومینیک مراحل ذیل را برای تحلیل محتوا ذکر کرده‌اند: ۱. فرمول‌بندی کردن پرسش تحقیق؛ ۲. تعریف جامع و مانع؛ ۳. انتخاب نمونه؛ ۴. تدوین سیستمی برای کمیت‌پذیرکردن؛ ۵. کدگذاری محتوا؛ ۶. تحلیل داده‌ها؛ ۷. تفسیر نتایج (ویمر و دومینیک، ۱۳۸۴: ۲۱۹).

پرسش‌های تحقیق

۱. در چه میزان از برنامه‌های سیاسی سرگرم‌کننده، جلوه‌های صوتی، تصویری و موسیقی استفاده شده است؟
۲. در چه میزان از برنامه‌های سیاسی سرگرم‌کننده، رویکرد تلخیصی در ارائه اخبار و اطلاعات به کار رفته است؟
۳. چه میزان از برنامه‌های سیاسی سرگرم‌کننده، از زبان ساده و غیررسمی بهره می‌گیرند؟
۴. چه میزان از برنامه‌های سیاسی سرگرم‌کننده، ساختار داستانی و دراماتیک دارند؟
۵. در چه میزان از برنامه‌های سیاسی سرگرم‌کننده، فرم‌های احساسی استدلال استفاده می‌شود؟
۶. چه میزان از اخبار و اطلاعات مطرح شده در برنامه‌های سیاسی سرگرم‌کننده جدید نبوده و با تحولات روز مرتبط نیست؟
۷. در چه میزان از برنامه‌های سیاسی سرگرم‌کننده استانداردهای تصویری نادیده گرفته می‌شود؟
۸. چه شباهت‌ها و تفاوت‌هایی میان برنامه‌های سیاسی سرگرم‌کننده منتخب، میان برنامه‌های سیاسی سرگرم‌کننده در سه رسانه منتخب و میان برنامه‌های تلویزیون داخلی و شبکه‌های ماهواره‌ای در زمینه ویژگی‌های ساختاری وجود دارد؟
۹. چه میزان از برنامه‌های سیاسی سرگرم‌کننده بین سیاست و زندگی روزمره ارتباط برقرار می‌کند؟
۱۰. چه میزان از برنامه‌های سیاسی سرگرم‌کننده به اخبار و اطلاعات مرتبط با افراد غیرمشهور می‌پردازد؟
۱۱. چه میزان از برنامه‌های سیاسی سرگرم‌کننده به ارزیابی دقیق و انتقادی موضوعات می‌پردازد؟
۱۲. در چه میزان از برنامه‌های سیاسی سرگرم‌کننده، چهره‌ای سرگرم‌کننده از سیاست‌مداران ترسیم و ارائه می‌شود؟

۱۳. در چه میزان از برنامه‌های سیاسی سرگرم‌کننده، خبررسانی همراه با تصمیم‌گیری و قضاوت انجام می‌شود؟
۱۴. سهم اخبار و اطلاعات مربوط به حکومت و امور خارجی در برنامه‌های سیاسی سرگرم‌کننده، چه میزان است؟
۱۵. در چه میزان از برنامه‌های سیاسی سرگرم‌کننده، مواضع سیاسی شخصیت‌های مشهور مطرح می‌شود؟
۱۶. چه شباهت‌ها و تفاوت‌هایی میان برنامه‌های سیاسی سرگرم‌کننده منتخب، میان برنامه‌های سیاسی سرگرم‌کننده در سه رسانه منتخب و میان برنامه‌های تلویزیون داخلی و شبکه‌های ماهواره‌ای در زمینه ویژگی‌های محتوایی وجود دارد؟

تعاریف عملیاتی

استفاده از جلوه‌های صوتی یا تصویری یا موسیقی: منظور استفاده از هر گونه صدای طبیعی یا مصنوعی، افکت‌های صوتی، کارهای گرافیکی، کاریکاتور، تصاویر و موسیقی‌های مرتبط یا غیرمرتبط است که به تکمیل فضای طنزآمیز و سرگرم‌کننده برنامه کمک کند. بر این اساس، استفاده از کارهای گرافیکی، تصاویر و موسیقی به غیر از هدف سرگرمی و طنز در بخش‌های جدی برنامه و استفاده از کلیپ‌های طنزآمیز در این تعریف نمی‌گنجد. به‌کارگیری این قبیل جلوه‌ها می‌تواند به صورت حاشیه‌ای و محدود در برنامه انجام شود یا اینکه بنای کارکرد سرگرم‌کنندگی و طنز برنامه بر آن بنیان نهاده شده باشد. شایان ذکر است که استفاده از این قبیل جلوه‌ها، در هر کدام از اجزای ثابت و متغیر برنامه مد نظر محقق خواهد بود. بر این اساس، به‌کارگیری این جلوه‌ها در تیتراژ ابتدایی و انتهای برنامه‌ها نیز در این تعریف گنجانده می‌شود.

پیگیری رویکرد تلخیصی: منظور مواجهه با اخبار و اطلاعات در قالبی کوتاه، مرور خلاصه‌وار و مبتنی بر ساده‌سازی است. لذا بخش‌هایی از برنامه‌های سیاسی سرگرم‌کننده، که در آن اخبار یا موضوعات سیاسی و اجتماعی در مدت زمان بسیار کوتاه بیان و مرور می‌شود و بدون توجه به جزئیات و ابعاد مختلف آن به روایت ساده‌انگارانه پرداخته می‌شود، ذیل رویکرد تلخیصی تعریف می‌شوند. پیگیری این رویکرد می‌تواند به صورت کامل (یعنی با سه ویژگی «مدت زمان بسیار کوتاه»، «خلاصه‌سازی» و «نگاه ساده‌انگارانه») انجام گیرد یا به صورت نسبی و جزئی (یعنی با حداقل دو تا از ویژگی‌های مذکور) پیگیری شود. بر اساس این تعریف، امکان پیگیری این رویکرد صرفاً درباره بخش‌هایی از برنامه‌های سیاسی سرگرم‌کننده مصداق پیدا می‌کند که حاوی اخبار یا اطلاعات باشد و محتواهای صرفاً سرگرم‌کننده و بخش‌های ثابت برنامه نظیر تیتراژ از دایره این مفهوم خارج‌اند. همچنین، بخش‌های تحلیلی، همراه با تفسیر، مصاحبه‌ها و ... حاوی رویکرد تلخیصی نیستند. شایان ذکر است که پیگیری این رویکرد ممکن است در قالب‌های مختلفی، از جمله مرور اخبار، آیت‌های نمایشی و ... صورت گیرد.

استفاده از زبان ساده و غیررسمی: استفاده از زبان ساده و غیررسمی در برنامه‌های سیاسی سرگرم‌کننده، مرسوم و رایج است. با این حال، بخش‌هایی از این برنامه‌ها فاقد این ویژگی است و در آنها زبان رسمی استفاده می‌شود. استفاده از زبان ساده و غیررسمی ممکن است در قالب‌های مختلفی از جمله تک‌گویی مجری، نریشن، آیت‌های نمایشی و ... استفاده شود. طبیعی است که این ویژگی برنامه‌های سیاسی سرگرم‌کننده صرفاً درباره بخش‌هایی از برنامه مصداق پیدا می‌کند که در آن گفت‌وگو وجود داشته باشد و این گفت‌وگوها را عوامل برنامه تولید و هدف‌گذاری کرده باشند. بر این اساس، آیت‌هایی که در آن کلیپ‌ها، محتواهای آرشیوی از سخنان دیگران و ... کارگذاری شده باشد، ذیل استفاده از زبان ساده و غیررسمی نمی‌گنجد. استفاده از زبان ساده و غیررسمی ممکن است به صورت کامل

صورت گیرد و ممکن است به صورت نسبتاً غیررسمی، یعنی همراه با اصطلاحات و لحن رسمی، پیگیری شود.

پیگیری ساختار داستانی و دراماتیک: منظور پیگیری موضوعات در قالب آیت‌های نمایشی است. این آیت‌های نمایشی ممکن است به گونه‌های مختلفی از قبیل روابط بین عوامل برنامه، بین شخصیت‌های سیاسی، انیمیشن، نمایش عروسکی و... اتفاق بیفتد. پیگیری این رویکرد ممکن است به صورت کامل در برنامه اجرایی شود، یعنی برنامه‌ساز برای مطرح کردن ایده‌های سناریوی مشخص و در خور توجهی طراحی کرده باشد، یا به صورت محدود به کار گرفته شود، یعنی در بخش‌هایی از برنامه به صورت حاشیه‌ای و در کنار دیگر قالب‌ها روابط نمایشی اتفاق بیفتد.

استفاده از فرم‌های احساسی استدلال: منظور استفاده از لحن هیجانی، ضعف در به‌کارگیری منطق و استدلال و درگیرسازی احساسات مخاطب (نظیر ترس، ترحم و نفرت) است. بر این اساس، محتوایی که هر سه ویژگی مذکور را پیگیری کند، به صورت کامل از فرم‌های احساسی استدلال بهره‌گرفته است و محتوایی که حداقل دو تا از ویژگی‌های مذکور را در خود داشته باشد، به صورت نسبی از فرم‌های احساسی استدلال بهره‌گرفته است. باید توجه داشت که این ویژگی صرفاً درباره بخش‌هایی از برنامه‌های سیاسی سرگرم‌کننده مصداق پیدا می‌کند که حاوی استدلال باشد و به تعبیر بهتر در پی اقناع مخاطب باشد. بر این اساس، محتواهایی که صرفاً انتقادی جزئی را به عملکرد مسئولان مطرح می‌کند، یا در پی تمسخر یا سرگرمی صرف است، ذیل این مفهوم معنا پیدا نمی‌کند. نقطه مقابل استفاده از فرم‌های احساسی استدلال، بخش‌هایی از برنامه‌های سیاسی سرگرم‌کننده است که به صورت مستدل، مستند یا بی‌طرفانه، ایده و استدلالی را مطرح می‌کند.

وابسته‌بودن اخبار و اطلاعات به تحولات روز: منظور آن است که اخبار و اطلاعات ارائه شده در برنامه، مربوط به تحولات جدید سیاسی و اجتماعی نباشد. باید توجه داشت که

برنامه‌های تحلیل‌شده به دلیل پخش هفتگی، حداکثر هفت روز از تحولات فاصله دارند. بر این اساس، پرداختن برنامه‌های تحلیل‌شده به اخبار و موضوعات هفته قبل از پخش برنامه، «جدید» محسوب می‌شوند. اما اگر برنامه به تحولات سیاسی و اجتماعی هفته‌های پیش از آن پردازد، تا سقف یک ماه، «نسبتاً قدیمی» محسوب می‌شود و اخبار و اطلاعات پیش از آن «قدیمی» فرض می‌شود. طبیعی است که این مفهوم صرفاً درباره بخش‌هایی از برنامه‌های سیاسی سرگرم‌کننده مصداق پیدا می‌کند که حاوی اخبار یا اطلاعات باشد.

نادیده‌گرفتن استانداردهای تصویری: منظور استفاده برنامه‌ساز از محتواهای تصویری تولیدشده به دست افراد غیرحرفه‌ای (به وسیله تلفن‌های همراه و دوربین‌های شخصی) یا محتواهای آرشیوی، قدیمی و فاقد کیفیت است. این قبیل محتواها از لحاظ کیفیت تصویری در سطوح مختلفی قرار دارند. بر این اساس، محتواهای تولیدشده به دست برنامه‌ساز از هر نوعی که باشد، دارای استانداردهای تصویری فرض می‌شود.

ارتباط‌دهی بین سیاست و زندگی روزمره: منظور محتوایی است که موضوعات سیاسی و اجتماعی را به گونه‌ای با دغدغه‌های عمومی و عینی مردم در زندگی روزمره ارتباط می‌دهند. این امر معمولاً در قالب موضوعاتی از قبیل گرانی، آلودگی هوا، بیکاری، حجاب و ... اتفاق می‌افتد اما ممکن است برنامه‌ساز موضوعات کاملاً سیاسی را نیز به شکلی به زندگی روزمره مردم ربط دهد. طبیعی است که محتواهای صرفاً سرگرم‌کننده، غیرسیاسی، و بخش‌های ثابت برنامه از دایره این مفهوم خارج‌اند. ارتباط‌دهی بین سیاست و زندگی روزمره ممکن است به صورت محوری جزء اهداف یکی از آیتم‌های برنامه باشد و ممکن است به صورت جزئی و حاشیه‌ای به این موضوع اشاره شود.

پرداختن به اخبار و اطلاعات افراد غیرمشهور: منظور از افراد غیرمشهور افرادی هستند که جزء دسته سیاست‌مداران، مسئولان، هنرمندان، ورزشکاران و شخصیت‌های شناخته‌شده در فضای اجتماعی و رسانه‌ای نباشند. حال این اخبار و اطلاعات ممکن است ناظر به فرد

خاص و مشخصی باشد یا درباره گروهی از افراد با ویژگی خاصی باشد. نکته مهم در این زمینه آن است که افراد غیرمشهور باید در قالب برنامه با هویت مشخصی جای گیرند. بر این اساس، اعلام خبر و اطلاعات درباره گروهی از مردم بدون آنکه نام یا تصویرشان مشخص باشد، ذیل این مفهوم نمی‌گنجد. پرداختن به اخبار و اطلاعات افراد غیرمشهور ممکن است به صورت محوری جزء اهداف یکی از آیت‌های برنامه باشد و ممکن است به صورت جزئی و حاشیه‌ای به آن اشاره شود. طبیعی است که این مفهوم صرفاً درباره بخش‌هایی از برنامه‌های سیاسی سرگرم‌کننده مصداق پیدا می‌کند که حاوی اخبار یا اطلاعات باشد.

فقدان ارزیابی دقیق و انتقادی موضوعات: منظور آن است که برنامه‌ساز در مطرح کردن انتقادات و ایده‌های انتقادی‌اش، موضوعات را دقیق و عمیق ارزیابی کند. در واقع، این مفهوم ناظر به بخش‌های انتقادی تفسیرمحور در برنامه‌های سیاسی سرگرم‌کننده است و مشخص می‌کند تا چه اندازه برنامه‌ساز از ارزیابی دقیق و انتقادی بهره برده است. معمولاً برنامه‌های سیاسی سرگرم‌کننده تمایلی به پیگیری این رویکرد ندارند اما برخی از برنامه‌ها در قالب‌های جدی و حتی سرگرم‌کننده، موضوعات را عمیقاً بررسی، و بعضاً جوانب مختلف موضوع و استدلال‌های رقیب را مطرح و رد می‌کنند. بر اساس این تعریف، بخش‌هایی از برنامه‌های سیاسی سرگرم‌کننده که ایده‌های انتقادی را در قالب‌های کوتاه و هیجانی می‌پردازند، فاقد این ویژگی هستند و محتواهای غیرانتقادی و محتواهای سرگرم‌کننده نیز از دایره این مفهوم خارج‌اند.

حضور سرگرم‌کننده سیاست‌مداران: منظور از این مفهوم، حضور سیاست‌مداران داخلی یا خارجی در برنامه‌ها در فضایی سرگرم‌کننده است. در واقع، حضور سیاست‌مداران و شخصیت‌های سیاسی شناخته‌شده در برخی از برنامه‌های سیاسی سرگرم‌کننده، تصویری سرگرم‌کننده و طنزآمیز از آنان ارائه می‌کند که با تصاویر مرسوم رسانه‌ای از آنان فاصله دارد. بر اساس تعریف عملیاتی محقق این حضور ممکن است به صورت فیزیکی،

یا از طریق ارتباط تصویری و همچنین حضور عروسک یا انیمیشن سیاست‌مداران در برنامه باشد. حضور سیاست‌مداران در برنامه‌های تحلیل‌شده ممکن است در فضایی کاملاً سرگرم‌کننده و مفرح رخ دهد و ممکن است به سمت مطرح کردن فضای جدی و رسمی حرکت کند. باید توجه داشت که صرف پرداختن برنامه به اخبار سیاست‌مداران در برنامه، ذیل این مفهوم نمی‌گنجد و شخص سیاست‌مدار یا عروسک و انیمیشن او باید در برنامه حضور پیدا کند، یا با برنامه‌ساز اختصاصاً مصاحبه کند. طبیعی است بخش‌هایی از برنامه که فاقد حضور سیاست‌مداران است، از دایره این مفهوم خارج است.

خبررسانی آمیخته با تصمیم‌گیری و قضاوت؛ منظور پرداختن برنامه به اخبار و تحولات همراه با تفسیر جانبدارانه و قضاوت درباره آن رویداد است؛ در واقع، آنجایی که برنامه‌ساز از مرور اخبار فراتر می‌رود و درباره آن رویدادها قضاوت می‌کند. طبیعی است که این مفهوم درباره بخش‌هایی از برنامه‌های سیاسی سرگرم‌کننده مصداق پیدا می‌کند که حاوی اخبار است. تصمیم‌گیری و قضاوت برنامه‌ساز درباره اخبار ممکن است به صورت محوری و مفصل صورت گیرد و ممکن است به صورت جزئی و اشاره‌وار باشد.

نپرداختن به اخبار و اطلاعات مربوط به امور خارجی؛ منظور از امور خارجی، همه تحولات و موضوعاتی است که مستقیماً با ایران مرتبط یا غیرمرتبط است. به تعبیر بهتر، اخبار و اطلاعات مرتبط با سیاست خارجی و امور بین‌المللی ذیل این مفهوم می‌گنجد. طبیعی است که این مفهوم درباره بخش‌هایی از برنامه‌های سیاسی سرگرم‌کننده مصداق پیدا می‌کند که حاوی اخبار یا اطلاعات است. پرداختن به اخبار و اطلاعات مربوط به امور خارجی ممکن است به صورت محوری جزء اهداف بخشی از برنامه باشد، ممکن است به صورت جزئی و حاشیه‌ای به آن اشاره شود و ممکن است هیچ ارتباطی با امور خارجی نداشته باشد.

پرداختن به مواضع سیاسی شخصیت‌های مشهور: منظور از شخصیت‌های مشهور هنرمندان، ورزشکاران و شخصیت‌های شناخته‌شده در فضای اجتماعی و رسانه‌ای، غیر از سیاست‌مداران، است. بر این اساس، بخش‌هایی از برنامه‌ها که در قالب‌های مختلف، از جمله اخبار و مصاحبه، به مواضع سیاسی شخصیت‌های مشهور می‌پردازد، ذیل این مفهوم می‌گنجد. پرداختن به مواضع سیاسی شخصیت‌های مشهور ممکن است به صورت محوری جزء اهداف بخشی از برنامه باشد، ممکن است به صورت جزئی و حاشیه‌ای به آن اشاره شود یا هیچ ارتباطی با شخصیت‌های مشهور نداشته باشد. طبیعی است که محتواهای فاقد اخبار و اطلاعات یا غیرسیاسی از دایره این مفهوم خارج است.

جامعه آماری و نمونه‌گیری

جامعه آماری این تحقیق تمامی قسمت‌های پخش‌شده برنامه‌های «شبکه نیم»، «دکتر کُپی»، «آنتن»، «پارازیت»، و «آیتم‌های «صرفاً جهت اطلاع» و «حساس نشو» است. این برنامه‌ها جزء برنامه‌های سیاسی سرگرم‌کننده پرمخاطب در رسانه‌های فارسی‌زبان (در ایام اجرای این پژوهش) بوده و بعدها نیز نمونه‌های مشابه آن در سایر رسانه‌های داخلی و خارجی تولید شده است. با توجه به اینکه هر کدام از این برنامه‌ها در بازه‌های زمانی مختلفی پخش شده‌اند، نمی‌توان بازه زمانی یکسانی را برای همه برنامه‌های تحلیل‌شده، مشخص کرد. انتخاب دو برنامه از هر رسانه به منظور فراهم شدن امکان مقایسه بین رسانه‌ای بوده است. سیستم نمونه‌گیری تصادفی ساده بوده و حجم نمونه به میزان ده قسمت از قسمت‌های مختلف هر برنامه است. واحد تحلیل پژوهشگر از نوع «مدت زمان» است. اطلاعات و ویژگی‌های شش برنامه تحلیل‌شده در جدول ذیل به صورت خلاصه ذکر شده است.

مقوله‌بندی

تدوین سیستمی برای کمیت‌پذیرکردن مفاهیم، بخش مهمی از فرآیند تحلیل محتوای کمی است. در این بخش برای پاسخ‌گویی به پرسش‌های تحلیل محتوای کمی، گدنامه جامعی ارائه می‌شود که در آن مفاهیم به همراه مقوله‌بندی آن مشخص شده‌اند.

جدول ۱: مقوله‌بندی تحلیل محتوای کمی برنامه‌های سیاسی سرگرم‌کننده

مقوله‌بندی	مفهوم	ردیف
استفاده محوری از جلوه‌های صوتی یا تصویری یا موسیقی	استفاده از جلوه‌های صوتی یا تصویری یا موسیقی	۱
استفاده جزئی و محدود از جلوه‌های صوتی یا تصویری یا موسیقی	فایده‌های صوتی یا تصویری یا موسیقی	
فایده‌های صوتی یا تصویری یا موسیقی		
پیگیری کامل رویکرد تلخیصی در ارائه اخبار و اطلاعات	پیگیری رویکرد تلخیصی	۲
پیگیری نسبی و جزئی در ارائه اخبار و اطلاعات		
پیگیری نکردن رویکرد تلخیصی در ارائه اخبار و اطلاعات		
محتوای فایده‌های اخبار و اطلاعات		
استفاده کامل از زبان ساده و غیررسمی	استفاده از زبان ساده و غیررسمی	۳
استفاده از زبان نسبتاً ساده و غیررسمی		
استفاده نکردن از زبان ساده و غیررسمی		
پیگیری ساختار کاملاً داستانی و دراماتیک	پیگیری ساختار داستانی و دراماتیک	۴
پیگیری محدود ساختار داستانی و دراماتیک		
پیگیری نکردن ساختار داستانی و دراماتیک		
استفاده از استدلال‌های احساسی	استفاده از فرم‌های احساسی استدلال	۵
استفاده از استدلال‌های نسبتاً احساسی		
استفاده از استدلال‌های غیراحساسی		
محتوای فایده‌های استدلال		

ردیف	مفهوم	مقوله‌بندی
۶	وابسته‌نبودن اخبار و اطلاعات به تحولات روز	اخبار و اطلاعات کاملاً قدیمی
		اخبار و اطلاعات نسبتاً قدیمی
		اخبار و اطلاعات کاملاً جدید
		محتوای فاقدهای اخبار و اطلاعات
۷	نادیده‌گرفتن استانداردهای تصویری	محتوای کاملاً فاقد استانداردهای تصویری
		محتوای نسبتاً ضعیف در زمینه استانداردهای تصویری
		محتوای دارای استانداردهای تصویری
۸	ارتباط‌دهی بین سیاست و زندگی روزمره	دارای ارتباط با زندگی روزمره
		دارای ارتباط جزئی با زندگی روزمره
		فاقد ارتباط با زندگی روزمره
		محتوای غیرسیاسی یا غیرمرتبط
۹	پرداختن به اخبار و اطلاعات افراد غیر مشهور	دارای ارتباط با افراد غیر مشهور
		دارای ارتباط جزئی با افراد غیر مشهور
		فاقد ارتباط با افراد غیر مشهور
		محتوای فاقد شخصیت یا غیرمرتبط
۱۰	فقدان ارزیابی دقیق و انتقادی موضوعات	فاقد ارزیابی دقیق و انتقادی
		دارای ارزیابی نسبتاً غیردقیق و غیرانتقادی
		دارای ارزیابی دقیق و انتقادی
		محتوای غیرانتقادی یا غیرمرتبط
۱۱	حضور سرگرم‌کننده سیاست‌مداران	حضور کاملاً سرگرم‌کننده و غیرجدی سیاست‌مداران
		حضور نسبتاً سرگرم‌کننده یا ترکیبی سیاست‌مداران
		حضور جدی و غیرسرگرم‌کننده سیاست‌مداران
		محتوای فاقد حضور سیاست‌مداران یا غیرمرتبط

ردیف	مفهوم	مقوله‌بندی
۱۲	خبررسانی آمیخته با تصمیم‌گیری و قضاوت	خبررسانی کاملاً همراه با تصمیم‌گیری و قضاوت
		خبررسانی تا حدی همراه با تصمیم‌گیری و قضاوت
		خبررسانی صرف، بدون تصمیم‌گیری و قضاوت
		محتوای فاقد خبر یا غیر مرتبط
۱۳	نپرداختن به اخبار و اطلاعات مربوط به امور خارجی	محتوای سیاسی کاملاً بی‌ارتباط با امور خارجی
		محتوای نسبتاً بی‌ارتباط با امور خارجی
		محتوای سیاسی مرتبط با امور خارجی
		محتوای فاقد اخبار و اطلاعات یا غیرسیاسی
۱۴	پرداختن به مواضع سیاسی شخصیت‌های مشهور	پرداختن محوری به مواضع سیاسی شخصیت‌های مشهور
		ارجاع جزئی و محدود به مواضع سیاسی شخصیت‌های مشهور
		فقدان ارتباط با مواضع سیاسی شخصیت‌های مشهور
		محتوای فاقد اخبار و اطلاعات یا غیرسیاسی
۱۵	ویژگی‌های ساختاری	استفاده از جلوه‌های صوتی یا تصویری یا موسیقی
		پیگیری رویکرد تلخیصی
		استفاده از زبان ساده و غیررسمی
		پیگیری ساختار داستانی و دراماتیک
		استفاده از فرم‌های احساسی استدلال
		وابسته‌نبودن اخبار و اطلاعات به تحولات روز
		نادیده‌گرفتن استانداردهای تصویری
۱۶	ویژگی‌های محتوایی	ارتباط‌دهی بین سیاست و زندگی روزمره
		از بین رفتن اهمیت شهرت
		فقدان ارزیابی دقیق و انتقادی موضوعات
		حضور سرگرم‌کننده سیاست‌مداران
		خبررسانی آمیخته با تصمیم‌گیری و قضاوت
		نپرداختن به اخبار و اطلاعات مربوط به امور خارجی
پرداختن به مواضع سیاسی شخصیت‌های مشهور		

یافته‌های تحقیق

ویژگی‌های ساختاری

استفاده از جلوه‌های صوتی، تصویری و موسیقی

بیشترین سهم محتواهای دارای استفاده محوری از جلوه‌های صوتی یا تصویری یا موسیقی، در برنامه «آنتن»، و کمترین آن در برنامه «پارازیت» مشاهده شده است. برنامه‌های سیاسی سرگرم‌کننده شبکه من و تو بیشترین استفاده از این جلوه‌ها را داشته و کمترین آن در برنامه‌های صدای آمریکا مشاهده شده است. در مجموع نیز در ۸۸٫۱۷ درصد از مدت زمان کل برنامه‌ها از جلوه‌های صوتی یا تصویری یا موسیقی استفاده شده است و برنامه‌های تلویزیون داخلی و شبکه‌های ماهواره‌ای در این زمینه تا حد بسیار مشابهت دارند.

پیگیری رویکرد تلخیصی در ارائه اخبار و اطلاعات

بیشترین سهم محتواهای دارای رویکرد کاملاً تلخیصی در ارائه اخبار و اطلاعات در برنامه «شبکه نیم» و کمترین آن در برنامه «حساس نشو» مشاهده شده است. برنامه‌های سیاسی سرگرم‌کننده شبکه من و تو بیشترین استفاده از این رویکرد را داشته و کمترین آن در برنامه‌های صدای آمریکا مشاهده شده است. در مجموع نیز در ۶۳٫۳۱ درصد از مدت زمان کل برنامه‌ها، رویکرد تلخیصی در ارائه اخبار و اطلاعات پیگیری شده است. همچنین، سهم محتواهای کاملاً تلخیصی در برنامه‌های ماهواره‌ای بیشتر از برنامه‌های تلویزیون داخلی بوده است.

بهره‌گیری از زبان ساده و غیررسمی

بیشترین سهم محتواهای دارای زبان کاملاً ساده و غیررسمی در برنامه «دکتر کُپی» و کمترین آن در برنامه «حساس نشو» مشاهده شده است. برنامه‌های سیاسی سرگرم‌کننده شبکه من

و تو بیشترین سهم را در این زمینه داشته و کمترین آن در برنامه‌های صدا و سیمای ایران مشاهده شده است. در مجموع نیز در ۶۵٫۲۷ درصد از مدت زمان کل برنامه‌ها، از زبان ساده و غیررسمی استفاده شده است. همچنین، میزان بهره‌گیری از زبان ساده و غیررسمی در برنامه‌های ماهواره‌ای بیشتر از تلویزیون داخلی بوده است.

پیگیری ساختار داستانی و دراماتیک

بیشترین سهم محتواهای دارای ساختار داستانی و دراماتیک در برنامه «شبکه نیم» و کمترین آن در برنامه‌های «صرفاً جهت اطلاع» و «حساس نشو» مشاهده شده است. برنامه‌های سیاسی سرگرم‌کننده من و تو بیشترین سهم را در این زمینه داشته و کمترین آن در برنامه‌های صدا و سیمای ایران مشاهده شده است. در مجموع نیز در ۴۲٫۴۴ درصد از مدت زمان کل برنامه‌ها ساختار داستانی و دراماتیک پیگیری شده است. همچنین، میزان پیگیری ساختار داستانی و دراماتیک در برنامه‌های ماهواره‌ای بیشتر از برنامه‌های تلویزیون داخلی بوده است.

استفاده از فرم‌های احساسی استدلال

بیشترین سهم محتواهای دارای استدلال‌های کاملاً احساسی در برنامه «صرفاً جهت اطلاع» و کمترین آن در برنامه «شبکه نیم» مشاهده شده است. برنامه‌های سیاسی سرگرم‌کننده صدا و سیمای ایران بیشترین سهم را در این زمینه داشته و کمترین آن در برنامه‌های من و تو مشاهده شده است. در مجموع نیز ۲۹٫۶۹ درصد از مدت زمان کل برنامه‌های سیاسی سرگرم‌کننده دارای استدلال‌های احساسی بوده‌اند. همچنین، سهم محتواهای دارای استدلال‌های کاملاً احساسی در برنامه‌های تلویزیون داخلی بیشتر از برنامه‌های ماهواره‌ای بوده است.

وابسته نبودن اخبار و اطلاعات به تحولات روز

بیشترین سهم محتواهای کاملاً قدیمی در برنامه «پارازیت» و کمترین آن در برنامه «حساس نشو» مشاهده شده است. برنامه‌های سیاسی سرگرم‌کننده من و تو بیشترین سهم را در این زمینه داشته و کمترین آن در برنامه‌های صدا و سیمای ایران مشاهده شده است. در مجموع نیز ۴۸٫۸۱ درصد از مدت زمان کل برنامه‌های سیاسی سرگرم‌کننده دارای اخبار و اطلاعات قدیمی بوده‌اند. همچنین، سهم محتواهای دارای اخبار و اطلاعات قدیمی در برنامه‌های تلویزیون داخلی کمتر از برنامه‌های ماهواره‌ای بوده است.

نادیده گرفتن استانداردهای تصویری

اکثریت مطلق محتواهای به‌کاررفته در برنامه‌های تحلیل شده، دارای استانداردهای تصویری بوده و سهم محتواهای فاقد استاندارد یا ضعیف در آنها بسیار ناچیز است. با این حال، دو برنامه «آنتن» و «صرفاً جهت اطلاع» بیشترین سهم محتواهای فاقد استانداردهای تصویری را در خود جای داده‌اند. از میان سه رسانه نیز شبکه صدای آمریکا بیشترین استفاده را از محتواهای فاقد استاندارد تصویری داشته است. در مجموع نیز ۰٫۴۹ درصد از کل مدت زمان برنامه‌های سیاسی سرگرم‌کننده به محتواهای فاقد استاندارد تصویری یا نسبتاً ضعیف اختصاص یافته است.

ویژگی‌های محتوایی

ارتباط‌دهی بین سیاست و زندگی روزمره

بیشترین سهم محتواهای دارای ارتباط با زندگی روزمره در برنامه «صرفاً جهت اطلاع» و کمترین آن در برنامه «آنتن» مشاهده شده است. برنامه‌های سیاسی سرگرم‌کننده صدا و سیمای ایران بیشترین سهم را در این زمینه داشته و کمترین آن در برنامه‌های صدای آمریکا مشاهده شده است. در مجموع نیز ۳٫۹۶ درصد از مدت زمان کل برنامه‌ها دارای ارتباط با

زندگی روزمره بوده‌اند. همچنین، میزان پیگیری محتواهای سیاسی دارای ارتباط با زندگی روزمره در برنامه‌های ماهواره‌ای کمتر از برنامه‌های تلویزیون داخلی بوده است.

پرداختن به اخبار و اطلاعات افراد غیرمشهور

سهم محتواهای دارای ارتباط با افراد غیرمشهور در مجموع ناچیز بوده و بیشترین سهم آن در برنامه «پارازیت» و کمترین آن در برنامه «شبکه نیم» مشاهده شده است. برنامه‌های سیاسی سرگرم‌کننده شبکه صدای آمریکا بیشترین سهم را در این زمینه داشته و کمترین آن در برنامه‌های شبکه من و تو مشاهده شده است. در مجموع نیز ۱,۵۹ درصد از مدت زمان کل برنامه‌ها اخبار و اطلاعات افراد غیرمشهور را پیگیری کرده‌اند. همچنین، میزان پیگیری این قبیل محتواها در برنامه‌های ماهواره‌ای بیشتر از برنامه‌های تلویزیون داخلی بوده است.

فقدان ارزیابی دقیق و انتقادی موضوعات

بیشترین سهم محتواهای فاقد ارزیابی دقیق و انتقادی در برنامه «شبکه نیم» و کمترین آن در برنامه «حساس نشو» مشاهده شده است. برنامه‌های سیاسی سرگرم‌کننده شبکه من و تو بیشترین سهم را در این زمینه داشته و کمترین آن در برنامه‌های صدا و سیمای ایران مشاهده شده است. در مجموع نیز ۸۱,۳۰ درصد از مدت زمان کل برنامه‌ها محتواهای فاقد ارزیابی دقیق و انتقادی را پیگیری کرده‌اند. همچنین، محتواهایی از این قبیل، در برنامه‌های ماهواره‌ای بیشتر از برنامه‌های صدا و سیمای ایران بوده است.

حضور سرگرم‌کننده سیاست‌مداران

بیشترین سهم حضور کاملاً سرگرم‌کننده و غیرجدی سیاست‌مداران در برنامه «شبکه نیم» و کمترین آن در برنامه «حساس نشو» دیده شده است. برنامه‌های سیاسی سرگرم‌کننده

شبکه من و تو بیشترین سهم را در این زمینه داشته و کمترین آن در برنامه های شبکه صدای آمریکا مشاهده شده است. در مجموع نیز در ۲۲,۲۷ درصد از مدت زمان کل برنامه ها محتوای دارای حضور سرگرم کننده و غیرجدی سیاستمداران پیگیری شده است. همچنین، میزان پیگیری این قبیل محتواها در برنامه های ماهواره ای بیشتر از برنامه های تلویزیون داخلی بوده است.

خبررسانی آمیخته با تصمیم گیری و قضاوت

بیشترین سهم محتوای حاوی خبررسانی کاملاً همراه با تصمیم گیری و قضاوت در برنامه «حساس نشو» و کمترین آن در برنامه «شبکه نیم» مشاهده شده است. برنامه های سیاسی سرگرم کننده صدا و سیما ایران بیشترین سهم را در این زمینه داشته و کمترین آن در برنامه های شبکه من و تو مشاهده شده است. در مجموع نیز در ۲۹,۲۰ درصد از مدت زمان کل برنامه ها محتوای دارای خبررسانی آمیخته با تصمیم گیری و قضاوت پیگیری شده است. همچنین، میزان این قبیل محتواها در برنامه های ماهواره ای کمتر از تلویزیون داخلی بوده است.

نپرداختن به اخبار و اطلاعات مربوط به امور خارجی

بیشترین سهم محتوای سیاسی کاملاً بی ارتباط با امور خارجی در برنامه «پارازیت» و کمترین آن در برنامه «دکتر گپی» مشاهده شده است. برنامه های سیاسی سرگرم کننده صدای آمریکا بیشترین سهم را در این زمینه داشته و کمترین آن در برنامه های صدا و سیما ایران مشاهده شده است. در مجموع نیز در ۸۰,۴۲ درصد از مدت زمان کل برنامه ها محتوای سیاسی بی ارتباط با امور خارجی پیگیری شده است. همچنین، میزان پیگیری این قبیل محتواها در برنامه های ماهواره ای بیشتر از برنامه های تلویزیون داخلی بوده است.

پرداختن به مواضع سیاسی شخصیت‌های مشهور

در مجموع، سهم محتواهای مرتبط با مواضع سیاسی شخصیت‌های مشهور در تمامی برنامه‌ها ناچیز است. با این حال، بیشترین سهم این قبیل محتواها در برنامه «پارازیت» و کمترین آن در برنامه‌های «شبکه نیم» و «دکتر کپی» بوده است. از میان سه رسانه نیز شبکه صدای آمریکا بیش از دو رسانه دیگر به این نوع از محتوا پرداخته است. در مجموع ۱،۹۸ درصد از مدت زمان کل برنامه‌ها به این قبیل محتوا اختصاص پیدا کرده است. سهم این نوع از محتوا در برنامه‌های سیاسی سرگرم‌کننده شبکه‌های ماهواره‌ای بیشتر از تلویزیون داخلی بوده است.

مقایسه برنامه‌ها و شبکه‌ها

محقق برای فراهم کردن امکان مقایسه بهتر دو گزینه نخست در هر ویژگی را (که همخوان با الگوی نظری پژوهش است) با یکدیگر تلفیق می‌کند.

جدول ۲: سهم محتواهای همخوان با ویژگی‌های ساختاری مطرح شده در الگوی نظری پژوهش به تفکیک شش برنامه سیاسی سرگرم‌کننده

ویژگی‌های ساختاری		شبکه نیم دکتر کپی		آنتن		پارازیت صرفاً جهت اطلاع حساس نشو	
استفاده از جلوه‌های صوتی یا تصویری یا موسیقی	۱۰۰	۹۰/۸	۹۰/۹	۸۶/۶	۴۰/۵	۷۴/۶	
پیگیری رویکرد تلخیصی	۹۵/۴	۵۷/۲	۵۲/۹	۵۱/۸	۷۲	۵۹/۳	
استفاده از زبان ساده و غیررسمی	۸۳/۴	۸۵/۹	۵۱/۲	۵۶	۴۷/۸	۴۰/۶	
پیگیری ساختار داستانی و دراماتیک	۹۴/۹	۶۳/۳	۲۲/۲	۱۸/۴	۴	۴/۹	
استفاده از فرم‌های احساسی استدلال	۱۲	۳۵	۳۱/۷	۳۸/۲	۲۶/۸	۲۹/۷	
وابسته‌نبودن اخبار و اطلاعات به تحولات روز	۹۵/۴	۶۳/۶	۲۱/۱	۴۰/۷	۲۰/۱	۱۱/۹	
نادیده‌گرفتن استانداردهای تصویری	۰	۰/۴	۰/۸	۰/۶	۱	۰/۵	
میلنگین	۶۸/۷۳	۵۶/۶۰	۳۸/۶۹	۴۱/۷۶	۳۰/۳۱	۳۱/۴۶	

در اکثر برنامه‌ها بیشترین همخوانی در زمینه ویژگی «استفاده از جلوه‌های صوتی یا تصویری یا موسیقی» و کمترین میزان همخوانی در زمینه ویژگی «نادیده گرفتن استانداردهای تصویری» است. در مجموع نیز بیشترین سهم همخوانی با ویژگی‌های ساختاری برنامه سیاسی سرگرم کننده در برنامه «شبکه نیم» (میانگین ۶۸٫۷۳ درصد) و کمترین سهم همخوانی در برنامه «صرفاً جهت اطلاع» (میانگین ۳۰٫۳۱ درصد) ثبت شده است.

جدول ۳: سهم محتواهای همخوان با ویژگی‌های ساختاری مطرح شده در الگوی نظری پژوهش به تفکیک سه رسانه

ویژگی‌های ساختاری	من و تو	صدای آمریکا	صدا و سیما
استفاده از جلوه‌های صوتی یا تصویری یا موسیقی	۹۵/۱۸	۸۸/۷۳	۶۱/۱۸
پیگیری رویکرد تلخیصی	۷۵/۵۴	۵۲/۳۶	۶۴/۲۵
استفاده از زبان ساده و غیررسمی	۸۴/۷۴	۵۳/۶۲	۴۳/۴۲
پیگیری ساختار داستانی و دراماتیک	۷۸/۴۷	۲۰/۲۹	۴/۵۲
استفاده از فرم‌های احساسی استدلال	۲۳/۹۸	۳۴/۹۶	۲۸/۵۹
وابسته نبودن اخبار و اطلاعات به تحولات روز	۷۸/۸۱	۳۰/۸۹	۱۵/۱۰
نادیده گرفتن استانداردهای تصویری	۰/۱۹	۰/۷	۰/۶۸
میانگین	۶۲/۴۲	۴۰/۲۲	۳۱/۱۱

در برنامه‌های شبکه من و تو و صدای آمریکا بیشترین همخوانی در زمینه ویژگی «استفاده از جلوه‌های صوتی یا تصویری یا موسیقی» و در برنامه‌های صدا و سیما ایران بیشترین همخوانی در زمینه ویژگی «پیگیری رویکرد تلخیصی» وجود دارد. کمترین میزان همخوانی هم در هر سه رسانه در زمینه ویژگی «نادیده گرفتن استانداردهای تصویری» وجود دارد. در مجموع نیز بیشترین سهم همخوانی با ویژگی‌های برنامه سیاسی سرگرم کننده شبکه من و تو (میانگین ۶۲٫۴۲ درصد) و کمترین سهم همخوانی در برنامه‌های صدا و سیما ایران (میانگین ۳۱٫۱۱ درصد) ثبت شده است.

جدول ۴: سهم محتوای همخوان با ویژگی‌های ساختاری مطرح‌شده در الگوی نظری پژوهش به تفکیک سه گروه از برنامه

ویژگی‌های ساختاری	تلویزیون ماهواره‌ای	تلویزیون داخلی	کل برنامه‌ها
استفاده از جلوه‌های صوتی یا تصویری یا موسیقی	۹۱/۷۴	۶۱/۱۸	۸۸/۱۷
پیگیری رویکرد تلخیصی	۶۳/۱۸	۵۲/۲۶	۶۳/۳۱
استفاده از زبان ساده و غیررسمی	۶۸/۱۶	۴۳/۴۲	۶۵/۲۷
پیگیری ساختار داستانی و دراماتیک	۴۷/۴۶	۴/۵۲	۴۲/۴۴
استفاده از فرم‌های احساسی استدلال	۲۹/۸۳	۲۸/۵۹	۲۹/۶۹
وابسته‌نبودن اخبار و اطلاعات به تحولات روز	۵۳/۲۷	۱۵/۱۰	۴۸/۸۱
نادیده‌گرفتن استانداردهای تصویری	۰/۴۶	۰/۶۸	۰/۴۹
میانگین	۵۰/۵۹	۲۹/۳۹	۴۸/۳۱

در سه گروه از برنامه‌ها بیشترین همخوانی در زمینه ویژگی «استفاده از جلوه‌های صوتی یا تصویری یا موسیقی» و کمترین میزان همخوانی در زمینه ویژگی «نادیده‌گرفتن استانداردهای تصویری» است. همچنین، میزان همخوانی برنامه‌های سیاسی سرگرم‌کننده شبکه‌های ماهواره‌ای (میانگین ۵۰٫۵۹ درصد) بیشتر از تلویزیون داخلی (میانگین ۲۹٫۳۹ درصد) است. میانگین همخوانی کل برنامه‌های سیاسی سرگرم‌کننده معادل ۴۸٫۳۱ درصد است.

جدول ۵: سهم محتوای همخوان با ویژگی‌های محتوایی مطرح‌شده در الگوی نظری پژوهش به تفکیک شش برنامه سیاسی سرگرم‌کننده

ویژگی‌های محتوایی	شبکه نیم دکترگی	آنتن	پارازیت	صرفاً جهت اطلاع حساس نشو
ارتباطدهی بین سیاست و زندگی روزمره	۵	۵/۵	۲/۱	۲/۲
از بین رفتن اهمیت شهرت	۰	۰/۸	۱/۴	۴
فقدان ارزیابی دقیق و انتقادی موضوعات	۹۴/۴	۷۱/۹	۷۴/۲	۸۸
حضور سرگرم‌کننده سیاستمداران	۶۲/۱	۲۴/۹	۴/۱	۹/۶
خبررسانی آمیخته با تصمیم‌گیری و قضاوت	۱/۱	۱۵/۳	۲۶/۴	۳۶/۶
نپرداختن به اخبار و اطلاعات مربوط به امور خارجی	۸۸/۶	۶۵/۶	۷۷/۳	۹۳
پرداختن به مواضع سیاسی شخصیت‌های مشهور	۰	۰/۲	۰/۷	۷/۳
میانگین	۳۵/۸۹	۲۶/۳۱	۲۶/۶۰	۳۴/۳۹

در اکثر برنامه‌ها بیشترین همخوانی در زمینه ویژگی‌های «نپرداختن به اخبار و اطلاعات مربوط به امور خارجی» و «فقدان ارزیابی دقیق و انتقادی موضوعات» و کمترین میزان همخوانی در زمینه ویژگی‌های «نپرداختن به مواضع سیاسی شخصیت‌های مشهور» و «از بین رفتن اهمیت شهرت» مشاهده شده است. در مجموع نیز بیشترین سهم همخوانی با ویژگی‌های محتوایی برنامه سیاسی سرگرم‌کننده در برنامه «صرفاً جهت اطلاع» (میانگین ۴۲٫۷۴ درصد) و کمترین سهم همخوانی در برنامه «دکتر کُپی» (میانگین ۲۶٫۳۱ درصد) ثبت شده است.

جدول ۶: سهم محتواهای همخوان با ویژگی‌های محتوایی مطرح‌شده در الگوی نظری پژوهش به تفکیک سه رسانه

ویژگی‌های محتوایی	من و تو	صدای آمریکا	صدای سیما
ارتباط‌دهی بین سیاست و زندگی روزمره	۵٫۲۴	۲٫۱۳	۶٫۸
از بین رفتن اهمیت شهرت	۰٫۴۲	۲٫۶۷	۱٫۳۶
فقدان ارزیابی دقیق و انتقادی موضوعات	۸۲٫۶۸	۸۱٫۱۵	۷۷٫۰۲
حضور سرگرم‌کننده سیاست‌مداران	۴۲٫۷۹	۶٫۹۰	۱۱٫۷۴
خبررسانی آمیخته با تصمیم‌گیری و قضاوت	۸٫۴۶	۳۱٫۵۳	۹۳٫۰۲
نپرداختن به اخبار و اطلاعات مربوط به امور خارجی	۷۶٫۶۳	۸۵٫۱۴	۷۴٫۷۶
نپرداختن به مواضع سیاسی شخصیت‌های مشهور	۰٫۱۰	۴	۰٫۴۶
میانگین	۳۰٫۹۰	۳۰٫۵۰	۳۷٫۸۸

بیشترین همخوانی در زمینه ویژگی‌های «نپرداختن به اخبار و اطلاعات مربوط به امور خارجی» و «فقدان ارزیابی دقیق و انتقادی موضوعات» و کمترین میزان همخوانی در زمینه ویژگی‌های «نپرداختن به مواضع سیاسی شخصیت‌های مشهور» و «از بین رفتن اهمیت شهرت» است. در مجموع نیز بیشترین سهم همخوانی با ویژگی‌های محتوایی برنامه

سیاسی سرگرم‌کننده صدا و سیما (میانگین ۳۷٫۸۸ درصد) و کمترین سهم همخوانی در برنامه‌های صدای آمریکا (میانگین ۳۰٫۵۰ درصد) ثبت شده است.

جدول ۷: سهم محتواهای همخوان با ویژگی‌های محتوایی مطرح‌شده در الگوی نظری پژوهش به تفکیک سه گروه از برنامه

ویژگی‌های محتوایی	تلویزیون ماهواره‌ای	تلویزیون داخلی	کل برنامه‌ها
ارتباطدهی بین سیاست و زندگی روزمره	۳/۵۸	۶/۸	۳/۹۶
از بین رفتن اهمیت شهرت	۱/۶۲	۱/۳۶	۱/۵۹
فقدان ارزیابی دقیق و انتقادی موضوعات	۸۱/۸۷	۷۷/۰۲	۸۱/۳۰
حضور سرگرم‌کننده سیاست‌مداران	۲۳/۶۷	۱۱/۷۴	۲۲/۲۷
خبررسانی آمیخته با تصمیم‌گیری و قضاوت	۲۰/۷۵	۹۳/۰۲	۲۹/۲۰
نپرداختن به اخبار و اطلاعات مربوط به امور خارجی	۸۱/۱۷	۷۴/۷۶	۸۰/۴۲
پرداختن به مواضع سیاسی شخصیت‌های مشهور	۲/۱۸	۰/۴۶	۱/۹۸
میانگین	۳۰/۶۹	۳۷/۸۸	۳۱/۵۳

در سه گروه از برنامه‌ها بیشترین همخوانی در زمینه ویژگی‌های «نپرداختن به اخبار و اطلاعات مربوط به امور خارجی» و «فقدان ارزیابی دقیق و انتقادی موضوعات» و کمترین میزان همخوانی در زمینه ویژگی‌های «پرداختن به مواضع سیاسی شخصیت‌های مشهور» و «از بین رفتن اهمیت شهرت» است. همچنین، میزان همخوانی برنامه‌های سیاسی سرگرم‌کننده شبکه‌های ماهواره‌ای (میانگین ۳۰٫۶۹ درصد) کمتر از تلویزیون داخلی (میانگین ۳۷٫۸۸ درصد) است. میانگین همخوانی کل برنامه‌های سیاسی سرگرم‌کننده معادل ۳۱٫۵۳ درصد است.

جمع‌بندی

برنامه‌سازی مبتنی بر آمیختگی سیاست و سرگرمی در سپهر رسانه‌ای ایران، امری پویا و در مرحله شکل‌گیری است و برنامه‌سازان متناسب با ساختارها و بسترهای رسانه‌ای موجود در هر رسانه، به قالب‌های فرمی و محتوایی خاص خود رسیده‌اند؛ آنچنان که سه الگوی کاملاً متفاوت و متمایز در سه رسانه تحلیل‌شده (شبکه من و تو، شبکه صدای آمریکا و صدا و سیما ایران) در این پژوهش احصا گردید.

برخی از برنامه‌های تحلیل‌شده با ساختارها و روندهای جهانی همخوان‌ترند، اما در مجموع میانگین همخوانی با شاخص‌های چهارده‌گانه فرمی و محتوایی کمتر از ۵۰ درصد است. بیشتر همخوانی‌ها در عرصه ساختار و فرم برنامه‌سازی است نه محتوا. از لحاظ ساختاری برنامه‌های پخش‌شده از شبکه‌های ماهواره‌ای، به خصوص برنامه‌های شبکه من و تو، همخوانی بیشتری با چارچوب مفهومی پژوهش داشته‌اند. از لحاظ محتوایی، این موضوع تا حدی متفاوت است و برنامه‌های صدا و سیما همخوانی بیشتری با روندهای جهانی داشته‌اند.

دو برنامه بررسی‌شده از صدا و سیما ایران، عمدتاً اطلاعات محور و خبرمحورند و وجه سرگرم‌کنندگی و نمایشی در آن تقریباً وجود ندارد. در نقطه مقابل، برنامه‌های شبکه من و تو نمایش محور بوده و غلبه سرگرمی در آنها مشهودتر است. در میانه این دو گونه، برنامه‌های شبکه صدای آمریکا قرار دارد، که ترکیبی از این دو رویکرد را پیگیری کرده‌اند. با این حال، همه برنامه‌های بررسی‌شده، چند وجه محتوایی و ساختاری مشترک دارند که می‌توان از آنها تحت عنوان «الگوی بومی برنامه‌سازی مبتنی بر آمیختگی سیاست و سرگرمی» یاد کرد که شامل اجزای ساختاری و محتوایی مشترک این برنامه‌ها است.

نمودار ۲: مؤلفه‌های ساختاری و محتوایی الگوی فعلی برنامه‌سازی مبتنی بر آمیختگی سیاست و سرگرمی در تلویزیون‌های فارسی‌زبان



این برنامه‌ها مبتنی بر استفاده از ادبیات خودمانی در توصیف مسائل سیاسی و بهره‌گیری از جلوه‌های صوتی و تصویری و موسیقی هستند و استانداردهای تصویری غالباً در آن رعایت می‌شود. هم‌زمان با اطلاع‌رسانی سرگرم‌کننده، مباحث جدی را هم بالحنی غیر سرگرم‌کننده پیگیری می‌کنند و طیف وسیعی از موضوعات (از مسائل فرهنگی و اقتصادی گرفته تا موضوعات حقوقی و رسانه‌ای) را پوشش می‌دهند. مرور کنایه‌محور و تلخیصی اخبار و ارائه تفاسیر طنزآمیز و غیر دقیق از رویدادها در آنها جایگاه ویژه‌ای دارد. بر رویدادها و

موضوع‌گیری‌های عجیب و متناقض مسئولان کشور و مشکلات اقتصادی و رفاهی مردم تأکید دارند و اخبار امور خارجی، اخبار افراد غیرمشهور و مواضع سیاسی شخصیت‌های مشهور جایگاه خاصی در این قبیل برنامه‌ها ندارد.

منابع

توسو، دایا کیشان (۱۳۸۸). «اطلاع‌رسانی سرگرم‌کننده جهانی به منزله ایدئولوژی»، در: فصل‌نامه جهانی رسانه، ش ۷، ص ۱۷۱-۱۸۷.

ویمر، راجر دی.؛ دوومینیک، جوزف آر. (۱۳۸۴). تحقیق در رسانه‌های جمعی، ترجمه: کاووس سیدامامی، تهران: سروش.

- Alonso, Paul T. (2012). Satiric Infotainment TV Shows (American Jon Stewart, British Sacha Baron Cohen, and Peruvian Jaime Bayly in Perspective), A Dissertation for the Degree of Doctor of Philosophy in the University of Texas at Austin.
- Ban, Hyun (2008). "Soft News", In: W. Donsbach (ed.), Encyclopedia of Communication (Vol. VII), London: International Communication Association / Blackwell Publishing, pp. 4736- 4738.
- Baum, M. (2003). "Soft News and Political Knowledge: Evidence of Absence or Absence of Evidence"?, in: Political Communication, No. 20, pp. 173-190.
- Baym, Geoffrey (2008). "Infotainment", In: W. Donsbach (ed.), Encyclopedia of Communication (Vol. VII), London: International Communication Association / Blackwell Publishing, pp. 2276- 2280.
- Blumler, J. G.; Gurevitch, M. (1995). The Crisis of Public Communication, London: Routledge.
- Carpini, M. X.; Williams, B. A. (2001). "Let us Infotain You: Politics in the New Media Environment", In: L. W. Bennett & R. M. Entman (eds.), Mediated Politics: Communication in the Future of Democracy, Cambridge: Cambridge University Press, pp. 160-181.
- Grabe, Maria et al. (1998). "Explicating Sensationalism: Content and the Bells and Whistles of Form", Association for Education in Journalism and Mass Communication Conference Papers.

- Hamilton, James (2003). *All The News That's Fit to Sell: How the Market Transforms Information into News*, Princeton: Princeton University Press.
- Kishan Thussu, D. (2009). *Global Infotainment as Ideology*. *Global Media Journal- Edition*, 4(1). (In Persian)
- Ortells, Sara (2011). "Commodification and Infotainment: The Basis of New News", *Quaderns Del CAC*, vol. XIV (1), No. 36, pp. 31-37.
- Reinemann, Carsten et al. (2011). "Hard and Soft News: A Review of Concepts, Operationalizations and Key Findings", in: *Journalism*, vol. 13, No. 2, pp. 221–239.
- Stockwell, Stephen (2004). "Reconsidering the Fourth Estate: The Functions of Infotainment", Refereed Paper Presented to the Australian Political Studies Association University of Adelaide 29 September – 1 October 2004, www.adelaide.edu.au/apsa/docs_papers/Others/Stockwell.pdf.
- Wimmer, Roger D and Dominick, Joseph R (2009) *Mass media research: An Introduction*. Translation by Kavous Seyed Emami. Tehran: Soroush (In Persian).