

تحلیل محتوای بر نامه‌های شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی زبان پیرامون

موضوع انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۳۹۶

(مطالعه موردی سایت و شبکه بی‌بی‌سی فارسی)^۱

محمد میرزایی^۲

چکیده

زمینه و هدف: با توجه به عمق تأثیرگذاری رسانه‌ها بر افکار عمومی به‌ویژه در مورد اتفاقات اجتماعی و سیاسی مانند انتخابات و همچنین تلاش گسترده رسانه‌های خارجی برای تأثیرگذاری بر افکار عمومی کشورمان در زمان انتخابات، پژوهش حاضر در پی شناخت نحوه پرداخت رسانه فارسی بی‌بی‌سی به موضوع انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۳۹۶ است.

روش تحقیق: این پژوهش با استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی محتوای اخبار شبکه تلویزیونی بی‌بی‌سی فارسی و سایت این شبکه بررسی کرده است و تعداد ۳۰ خبر و تحلیل تلویزیونی و ۶۰ خبر و تحلیل از وبسایت را با روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب و مورد بررسی و تحلیل قرار داده است. **یافته‌ها و نتیجه‌گیری:** نتایج نشان‌دهنده آن است که بی‌بی‌سی فارسی در تلاش برای ایجاد و تثبیت دوقطبی خودساخته حول محور ولایت است. این رسانه با تسری این دوقطبی به نامزدهای ریاست جمهوری و بازنمایی منفی ولایت فقیه، ضمن «دیگری‌سازی» از چهره نظام جمهوری اسلامی و رهبری انقلاب، نامزدهایی را که متصل به جریان انقلاب می‌داند، در تقابل با منافع مردم بازنمایی نموده است. از سوی دیگر، درصدد آن بوده است تا با بازنمایی مثبت از نامزد نزدیک‌تر به لیبرالیسم و اندیشه غربی، وی را به عنوان «خودی» معرفی نماید.

واژه‌های کلیدی: انتخابات ریاست جمهوری، بی‌بی‌سی فارسی، رسانه، خبر تلویزیونی.

۱. این مقاله، مستخرج از طرحی است که با حمایت دفتر مطالعات و تحقیقات علوم اسلامی با عنوان «تحلیل محتوای برنامه‌های شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی زبان، پیرامون موضوع انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۳۹۶» به انجام رسیده است.

۲. کارشناس ارشد مدیریت رسانه. mmirzayi@chmail.ir

۱- مقدمه

در جهان امروز رسانه‌ها یکی از اساسی‌ترین ارکان هر جامعه‌ای را تشکیل می‌دهند و اجزای دیگر جامعه نیز هرکدام به نحوی نسبت خود با این رکن اساسی را تبیین می‌کنند. ابزار رسانه‌ها برای جریان‌سازی، بر وجه کارکردی «اطلاع‌رسانی رسانه‌ها» استوار است. در میان انواع مختلف رسانه‌ها، رسانه‌های صوتی - تصویری و رسانه‌های مجازی به‌ویژه تلویزیون و وب‌سایت‌های خبری از جایگاه خاصی در میان مخاطبان برخوردار است. در نظرسنجی گالوپ ۲۰۱۵ تلویزیون جایگاه دوم را در میان انواع راه‌های صرف اوقات فراغت در میان مردم جهان دارد (نورمن، ۲۰۱۶). همچنین در هنگام وقوع یک رخداد سیاسی مانند انتخابات، مردم برای برطرف کردن «نیاز به آگاهی» به پایگاه‌های اطلاع‌رسانی و شبکه‌های خبری مراجعه می‌کنند. در سپهر رسانه‌های ایران اسلامی، طیف بسیار متنوعی از رسانه‌ها مشغول به فعالیت هستند که هرکدام اهداف مطلوب خود را پیگیری می‌کنند. در این میان، شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان که در سال‌های اخیر گسترش فراوانی نیز داشته‌اند، در رویدادهای سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و ... به‌صورت جدی مشغول ایفای نقش هستند. این نقش‌آفرینی‌ها به‌ویژه در مناسبت‌های ملی - سیاسی به‌صورت برجسته‌تری ملاحظه می‌شود. انتخابات ریاست جمهوری به‌عنوان جدی‌ترین عرصه رقابت سیاسی و برجسته‌ترین جنبه‌های مردم‌سالاری دینی در جمهوری اسلامی ایران هیچ‌گاه از دیدرس این رسانه‌ها دور نبوده و همواره تلاش داشته‌اند با برجسته‌سازی، جنگ روانی و القای سیاست‌های مطلوب خود، نحوه حضور مردم در این عرصه را تحت تأثیر خود قرار دهند. از این رو لازم است با بررسی و تحلیل محتوای ارائه‌شده از سوی این شبکه‌ها با رویکردی آگاهانه نسبت به اقدامات آنان، واکنش مناسب را ارائه نمود و مانع از نفوذ و تأثیرگذاری گسترده این رسانه‌ها در عرصه سیاسی - فرهنگی کشور شد.

این کلام حضرت امیرالمؤمنین (علیه السلام) درباره تأثیر شگرف تغییر حاکمان که «إِذَا تَغَيَّرَ السُّلْطَانُ تَغَيَّرَ الزَّمَانُ» «هنگامی که حاکم تغییر کند، زمانه تغییر خواهد کرد» (نهج البلاغه، نامه ۳۱) نشان‌دهنده

اهمیت دوران تغییر حاکم نیز هست. بدیهی است آنچه باعث ایجاد تغییر در حاکمیت جامعه شود نیز از اهمیتی فوق‌العاده برخوردار است و از این‌روست که انتخابات به‌عنوان یک پدیده سیاسی بی‌مانند، کلیه ابعاد جامعه را تحت تأثیر قرار می‌دهد. افزون بر این، انتخابات به‌عنوان یکی از مصادیق اصلی مردم‌سالاری، همواره برای رهبران و مسئولان هر کشور و ساختار مبتنی بر مردم‌سالاری، موضوعی مهم و اساسی بوده است. به همین جهات است که این اتفاق مورد توجه رسانه‌های جمعی و محافل سیاسی مختلف بوده است. در میان تمام انواع انتخاباتی که در کشور ما برگزار می‌شود، انتخابات ریاست جمهوری با توجه به جایگاه رئیس‌جمهور، به‌عنوان شخصیت دوم کشور، میزان حضور مردم در این انتخابات، بازتاب آن در رسانه‌های داخلی و خارجی و حجم تبلیغات صورت‌گرفته در آن، از اهمیت بسیار بالاتری برخوردار است.

باید توجه داشت که در جهان امروز، رسانه‌ها یکی از اساسی‌ترین ارکان هر جامعه‌ای را تشکیل می‌دهند و دیگر اجزای جامعه نیز هر کدام به نحوی، نسبتی با این رکن اساسی دارند. رسانه‌ها به‌عنوان قلب تپنده نظام اجتماع و یکی از عوامل تأثیرگذار بر پیونددهندگی اعضای جامعه، از توانایی جریان‌سازی و گسیل افکار عمومی به‌سوی اهدافی خاص برخوردار هستند. رسانه‌ها برای جریان‌سازی رسانه‌ای، بر وجه کارکردی «اطلاع‌رسانی رسانه‌ها» استوار هستند. در میان انواع مختلف رسانه‌ها، رسانه‌های صوتی - تصویری و رسانه‌های مجازی به‌ویژه تلویزیون و وب‌سایت‌های خبری از جایگاه خاصی در میان مخاطبان برخوردارند.

یکی از رسانه‌های فعال در حوزه اطلاع‌رسانی و اخبار پیرامون ایران، شبکه تلویزیونی بی‌بی‌سی فارسی است. این رسانه ادعا می‌کند، یازده میلیون و پانصد هزار نفر بیننده در سال دارد (بی‌بی‌سی، ۲۰۱۳). همچنین پژوهش‌ها نشان می‌دهند این شبکه توانسته است بیشترین میزان اعتماد میان مخاطبان شبکه‌های ماهواره‌ای را به خود جلب نماید و وجهه بی‌طرفانه‌ای در میان مخاطبان خود پیدا کند که این موضوع تأثیرگذاری آن را افزایش می‌دهد (نصراللهی و درفشه، ۱۳۹۱؛ تربتی و نصیریان، ۱۳۹۱). بنابراین می‌توان از این شبکه به‌عنوان

یکی از مراجع خبری و رسانه‌های جریان‌ساز در این حوزه نام برد. بررسی نحوه پرداخت بی‌بی‌سی فارسی با ویژگی‌های ذکر شده نسبت به موضوع انتخابات، می‌تواند نشان‌دهنده اصلی‌ترین اثرگذاری شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان در میان مخاطبان باشد. بی‌بی‌سی فارسی در کنار شبکه تلویزیونی با استفاده از رادیو فارسی‌زبان و وبسایت خبری، در تلاش است تا نقش بسیار فعالی در سپهر رسانه‌ای ایفا نماید. از این رو در پژوهش حاضر، افزون بر شبکه تلویزیونی، تلاش شده است تا اخبار انتخاباتی وبسایت خبری بی‌بی‌سی فارسی نیز مورد تحلیل قرار گیرند. این پژوهش به بازنمایی اخبار پخش شده از شبکه تلویزیونی بی‌بی‌سی فارسی و وبسایت خبری این شبکه در رابطه با انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۳۹۶ از طریق ابزار تحلیل محتوای کیفی پرداخته است؛ به عبارت دیگر، این پژوهش در پی تحلیل ایدئولوژی خاص سازمان رسانه‌ای بی‌بی‌سی فارسی در تفسیر روند انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۳۹۶ است.

در هر کشوری که نظام مردم‌سالاری بر آن حکم فرما باشد، رخدادهایی همانند برگزاری انتخابات، از جمله پدیده‌های حیاتی آن نظام به‌شمار می‌روند. پس شناخت کنشگران فعال در زمینه جریان‌سازی خبری و گسیل افکار عمومی به سوی جهتی خاص از اهمیت والایی برخوردار است. در این میان، بدیهی است که همه فعالان عرصه رسانه‌ای، مسیری هم‌سو با مسیر موردنظر نظام جمهوری اسلامی اتخاذ نمی‌کنند و دشمنان داخلی و خارجی با توجه به تأثیر روزافزون رسانه‌ها از این عرصه غافل نخواهند بود. از این رو شناخت اهداف کنشگرانی که در مسیری ناهم‌سو با مسیر جریان اصلی حاکمیت در تلاش برای تأثیرگذاری بر افکار عمومی هستند، بسیار ضروری است. باید دانست که دیگران در این زمینه سیاسی چگونه قصد تأثیرگذاری دارند تا حین انتخابات، پس از آن و انتخابات سال‌های بعد، به نحوی شایسته با آن برخورد نمود. همان‌طور که اشاره شد در میان رسانه‌های سیاسی بیگانه، شبکه بی‌بی‌سی فارسی یکی از پرمخاطب‌ترین و فعال‌ترین رسانه‌هاست، پس در بررسی اهداف شبکه‌های ماهواره‌ای باید برای بررسی اهداف این شبکه اولویت قائل شد. با انجام پژوهش حاضر سعی

شده است به ساختار فکری متولیان و سرمایه‌گذاران شبکه خبری بی‌بی‌سی فارسی پی برده شود و اهداف و مسیر مورد نظر آنان در جریان انتخابات ریاست جمهوری عیان گردد. این پژوهش می‌تواند نقاط اتکا و مانور جبهه رسانه‌ای مقابل جریان انقلاب را نشان دهد. نتایج این پژوهش می‌تواند در برنامه‌ریزی نهادهای فعال سیاسی، امنیتی و رسانه‌ای نقش بسزایی ایفا نماید. نحوه بازآرایی صحنه سیاسی برای مواجهه با جریان‌سازی‌ها، شناخت بزنگاه‌هایی که رسانه‌ها برای ایجاد ناامنی در کشور بر آن تکیه می‌کنند و تدوین برنامه امنیتی مناسب برای مقابله با آن و همچنین ارائه جهت‌گیری رسانه‌ای مناسب، از جمله کاربردهای این پژوهش است.

اگر چنین پژوهش‌های انجام نشود، مدیران و تصمیم‌سازان این عرصه‌ها از شناخت کافی رقبای خود و طرز تفکر آن‌ها در مورد پدیده‌ای خاص همچون انتخابات که بر حیات سیاسی یک سرزمین تأثیر مستقیم می‌گذارد اطلاعات کافی نخواهند داشت. ضمن آنکه برنامه‌ریزی صحیح و مناسب باید بر اطلاعات دقیق و متقن از محیط یک سازمان استوار باشد. یکی از عوامل محیطی اثرگذار بر سازمان‌های رسانه‌ای، سیاسی و امنیتی کشور، شبکه‌های ماهواره‌ای است؛ پس لزوم بررسی تفکر حاکم بر این رقیب در پدیده‌هایی همچون انتخابات بیش‌ازپیش دیده می‌شود.

۲- تعریف مفاهیم

۲-۱- انگاره‌سازی در خبر

«انگاره» به معنای وهم، گمان و پندار است. ارائه تصویری از شخصیت‌ها، مکان‌ها، اشیا و رویدادها به مخاطب «انگاره‌سازی خبری» نام دارد. در انگاره‌سازی، واقعیت‌ها دستکاری و توأم با تفسیر پنهان ارائه می‌شود (مهدی‌زاده، ۱۳۸۹: ۱۹).

«بورستین» نویسنده کتاب «انگاره یا چه اتفاقی برای رؤیاهای آمریکایی افتاد»، انگاره را به‌عنوان واقعیتی جعلی که فرستنده پیام به شکلی مغرضانه و هدفمند برای گمراه کردن گیرنده ارائه می‌دهد، تعریف کرده است (گودرزی، ۱۳۸۹: ۵۴).

زمانی که فناوری‌های جدید ارتباطی از قدرت پوشش‌دهی زیادی برخوردار شدند و توانایی گسترش سیطره بر سراسر جهان را به دست آوردند، نوع جدیدی از امپریالیسم شکل گرفت که به آن «امپریالیسم رسانه‌ای» می‌گویند. کشورهای توسعه‌یافته استفاده از فناوری‌های ارتباطی را به انحصار خویش درآورده و از آن‌ها در راستای سیاست‌های امپریالیستی و سلطه‌گرانه خود بهره برده‌اند. چنان‌که می‌بینیم چهره کشورهای در حال توسعه به گونه‌ای زیرکانه و سیاست‌مدارانه در اذهان افکار عمومی جهان، تاریک و سیاه جلوه داده می‌شود. کشورهای سلطه‌گر با در دست داشتن فناوری‌های نوین ارتباطی، صاحب قدرت غیرقابل تصور جهانی شده‌اند و این قدرت‌های مرموز می‌توانند روند رویدادها را تسریع و حتی وارونه و تحریف نمایش دهند (همشهری آنلاین، ۱۳۸۴).

۲-۲- برجسته‌سازی

منظور از برجسته‌سازی رسانه‌ها، این است که به‌ویژه در اخبار و گزارش‌های خبری و برنامه‌های مستند، رسانه‌ها این قدرت را دارند که توجه عموم را به مجموعه‌ای از مسائل و موضوعات معین و محدود معطوف سازند و از مسائل و موضوعات دیگر چشم‌پوشی کنند. حاصل کار این می‌شود که بعضی از مسائل خاص توسط بسیاری از مردم در سپهر عمومی و خارج از قلمرو رسانه‌ها به بحث گذاشته می‌شود در حالی که به مسائل و موضوعات دیگر توجه نمی‌شود. (سولیوان، هارتلی، ۱۳۸۵: ۲۶).

«دونالد شاو و مکسول مک کومبز» واضعان نظریه برجسته‌سازی در مقاله «کارکرد برجسته‌سازی مطبوعات» می‌نویسند: رسانه‌ها در قالب گزارش‌های خبری، به‌طور قابل ملاحظه‌ای اهمیت موضوع‌های مهم را تعیین می‌کنند. این تأثیر وسایل ارتباط جمعی - قابلیت اثرگذاری بر تغییر شناخت و ادراک مخاطبان و ساخت و تغییر تفکر آنان - کارکرد برجسته‌سازی وسایل ارتباط جمعی نامیده می‌شود. مهم‌ترین تأثیر ارتباط جمعی در اعمال این کارکرد، ایجاد نظم فکری برای مخاطبان و نظم دادن به دنیای پیرامون ماست (شاو و مک کومبز، ۱۳۸۳: ۱۳۷).

۲-۳- خبر

انتشار خبر از طریق وسایل ارتباط جمعی، در واقع از زمان اختراع و ساخت آن وسایل آغاز شده است زیرا مهم‌ترین هدف ساخت وسایل ارتباطی مانند رادیو و سپس تلویزیون، اطلاع‌رسانی و آگاه کردن افراد جامعه از وقایع و رویدادهای روز بوده است. قبل از تولید انبوه مطبوعات و رادیو و تلویزیون، انتشار خبر در سطح جامعه و حتی در سطح بین‌المللی جریان داشت و از اهمیت ویژه‌ای برخوردار بود، به عبارت دیگر اگر چنانچه اخبار و رویدادهای مهم به موقع به گوش افراد نمی‌رسید منجر به یک فاجعه می‌شد. به طوری که قبل از اختراع تلگراف در سال ۱۸۱۵ دو هزار آمریکایی و انگلیسی در نبرد نیو اورلئان یکدیگر را کشتند زیرا خبر پیمان صلحی که دو هفته پیش از آن در بروکسل به امضا رسیده بود، به دستشان نرسیده بود (تافلر، ۱۳۷۲: ۲۴۴).

«معمدنژاد» در تعریف «خبر» چنین آورده است: «خبر عبارت است از اعلام و بیان وقایع و نقل افکار و اندیشه‌های دیگران. در صورتی که تفسیر مظهر قضاوت و عقاید افراد درباره وقایع اجتماعی است. بدین طریق می‌توان گفت که در تفسیر برعکس خبر که شامل جنبه‌های عینی وقایع است به اظهار نظر اشخاص و بررسی و ارزیابی قضاوت عمومی توجه می‌شود (معمدنژاد، ۱۳۸۶: ۲۷).

۲-۴- بی‌بی‌سی فارسی

بخش فارسی بی‌بی‌سی در سال‌های پایانی جنگ جهانی دوم تأسیس شد و در روابط انگلیس و دنیای فارسی‌زبان نقش عمده‌ای ایفا کرد. در واقع سال ۱۳۱۹ (۲۸ دسامبر ۱۹۴۰ میلادی) بخش فارسی رادیو بی‌بی‌سی به طور رسمی آغاز به کار کرد. در پس‌زمینه پیدایش بی‌بی‌سی فارسی در شرایط آن زمان به دو عامل هم‌راستایی با اهداف استعماری دولت انگلیس و همچنین مهم‌ترین دغدغه سیاست انگلیس در آن دوران یعنی جنگ جهانی دوم می‌توان اشاره کرد. در حقیقت می‌توان گفت که اندیشه تولید و پخش برنامه به زبان‌های غیرانگلیسی بیش از آنکه ابتکار دولت وقت انگلیس باشد، واکنشی در مقابل قدرت روزافزون ماشین

تبلیغات آلمان نازی بود (محمدخانی، ۱۳۸۶: ۵۴).

جنگ جهانی دوم و پیامدهای آن، جایگاه بی‌بی‌سی را به‌عنوان یکی از رسانه‌های خبری تثبیت کرد. در ایران نیز پس از سقوط رضاشاه و حضور آشکار انگلیس در تحولات ایران، رادیو بی‌بی‌سی اهمیت ویژه‌ای پیدا کرد. باین‌حال نگاه مردم ایران به این رسانه، نگاهی بود دوگانه و سرگردان میان حس اعتماد و بی‌اعتمادی. از یک‌سو پیشینه عملکرد انگلیسی‌ها در ایران و به‌ویژه در دوران قاجار، مردم ایران را نسبت به هر چیز انگلیسی بدبین کرده بود. مداخله مستقیم در امور سیاسی و حضور پررنگ در اقتصاد ایران، انگلیس را در ذهن ایرانیان به پدیده‌ای بدل کرده بود که «همه کارها زیر سر اوست». رادیو بی‌بی‌سی فارسی، با خبررسانی گسترده از آنچه در ایران رخ می‌داد و گاه با ارائه تحلیل از آنچه ممکن بود رخ دهد، حس بدبینی عمومی جامعه ایران را تقویت می‌کرد. گزارش‌های خبری بی‌بی‌سی فارسی از ماجرای حمله متفقان به ایران و برکناری رضاشاه از سلطنت نمونه مشخص و چه‌بسا نقطه عطفی بود که هر دو حس اعتماد همراه با نگرانی و بی‌اعتمادی را در میان ایرانیان تقویت کرد. نتیجه این دو حس، افزایش شنوندگان و گسترش دامنه پوشش بی‌بی‌سی فارسی در ایران بود. سرویس جهانی بی‌بی‌سی در سال ۱۳۸۵ پیشنهاد تأسیس یک شبکه تلویزیونی به زبان فارسی را به وزارت امور خارجه انگلیس ارائه کرد. این پیشنهاد سپس در سال ۱۳۸۶ پذیرفته شد و پس از تهیه مقدمات و تعیین بودجه سالیانه، این شبکه در دی‌ماه ۱۳۸۷ ایجاد گردید (کاردان و شوشتری‌زاده، ۱۳۸۹: ۳).

«نیگل چاپمن» رئیس شبکه جهانی بی‌بی‌سی بیان داشت که بودجه اولیه تأسیس این شبکه فارسی‌زبان ۲۲ میلیون دلار بوده و در آغاز روزی ۸ ساعت برنامه خواهد داشت. همچنین مخاطب اصلی آن ۱۰۰ میلیون فارسی‌زبان کشورهای ایران، افغانستان، تاجیکستان و سایر کشورهای جهان خواهد بود. در ساعت ۱۷ روز ۲۵ دی‌ماه ۱۳۸۷ تلویزیون فارسی بی‌بی‌سی با ۱۵۰ کارمند و از ساختمان مؤسسه بی‌بی‌سی، پخش برنامه‌های خود را رسماً آغاز کرد (محمدخانی، ۱۳۸۶: ۵۹).

مزیت نسبی سی‌ان‌ان، خبر فوری است و این رسانه این توانمندی و قابلیت را دارد که رویدادهای مختلف را زودتر از رسانه‌های دیگر و به صورت زنده پوشش دهد اما مزیت نسبی بی‌بی‌سی، خبر فوری نیست بلکه استفاده از آرشیو، مستندسازی و عمق‌بخشی به رویدادها و تحلیل محور بودن است که آن را از رسانه‌های دیگر متمایز می‌کند (نصراللهی، ۱۳۹۳: ۳۶۱).

سیاست شبکه خبری بی‌بی‌سی معمولاً این‌گونه است که خبرنگاران و گزارشگران خود را از میان کسانی که دوره‌های معتبر خبرنگاری آن کشور را گذرانده‌اند یا از بین افرادی که سابقه کار در رسانه‌های دیگر مانند رادیو و مطبوعات دارند، استخدام می‌کند. افرادی که به استخدام درمی‌آیند، پس از کسب تجربه کار در مراکز خبری محلی، معمولاً ابتدا دوره‌ای را به تهیه گزارش از نقاط مختلف انگلستان می‌پردازند و سرانجام برای پوشش اخبار بین‌المللی به کشورهای خارجی اعزام می‌شوند (پریدمور، ۱۳۸۳: ۱۶۳).

۳- روش تحقیق

تحلیل محتوای کیفی را می‌توان روش تحقیقی برای تفسیر ذهنی محتوایی داده‌های متنی از طریق فرایندهای طبقه‌بندی نظام مند، کدبندی و متن‌سازی یا طراحی الگوهای شناخته‌شده دانست (سیه و شانون، ۲۰۰۵: ۱۲۷۷).

بنابر اظهار نظر «کریپندورف» تحلیل محتوا عبارت است از «به‌کارگیری روشی قابل تکرار و معتبر برای برگرفتن استنباط‌هایی از محتوا در ارتباط با موقعیت‌ها یا ویژگی‌های منبع آن» (کریپندورف، ۱۹۶۹: ۱۰۳).

به عبارت دیگر، تحلیل محتوای کیفی رویکردی برای تحلیل تجربی و روشمند و کنترل‌شده محتواها با استفاده از قواعد تحلیل محتوا و مراحل آن، بدون کمی‌سازی عجولانه است (میرینگ، ۲۰۰۰).

فنون کیفی به محقق اجازه می‌دهد تا در محدوده‌ای کوچک و یا در مورد موضوعات وسیعی، ژرفانگری کند و اطلاعات کامل و همه‌جانبه‌ای در مورد موضوع تحقیق به دست آورد. در تحلیل محتوای کیفی نمی‌توان تنها فراوانی‌های یافته‌شده را بررسی کرد، بلکه به

برخی از خصیصه‌ها در پیام نیز باید توجه شود، زیرا از این طریق به هدف تحلیل محتوای کیفی می‌رسیم که می‌کوشد تحلیل کند که یک فرهنگ خاص، تمایل به ارائه کدام دیدگاه در مورد جهان به اعضای خود دارد، بر کدام نقش‌های اجتماعی تأکید مثبت یا منفی می‌کند، روابط مطلوب اجتماعی در پیام، کدام هستند و کدام روابط خانوادگی بیشتر به نمایش درمی‌آیند. در واقع افزون بر بررسی محتوای آشکار، باید محتوای پنهان پیام نیز بررسی شود (دلاور، ۱۳۷۴: ۲۸۰).

جامعه مورد مطالعه در این پژوهش، اخبار منتشر شده از شبکه تلویزیونی بی‌بی‌سی فارسی و وبسایت خبری این شبکه است. پس از بررسی جامعه آماری پژوهش با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند، تعداد ۲۰ خبر و تحلیل تلویزیونی و ۶۰ خبر و تحلیل از وبسایت بی‌بی‌سی فارسی مورد بررسی و تحلیل قرار گرفته‌اند.

۴- یافته‌ها

یافته‌های این پژوهش نشان‌دهنده آن است که شبکه تلویزیونی بی‌بی‌سی فارسی در تلاش بوده است تا با دو قطب‌سازی فضای کشور و انتخابات و «خودی» نمایی ارزش‌های لیبرالیسم و «دیگری» سازی نظام جمهوری اسلامی و رهبری، فضای انتخابات را برای مخاطبان جهت‌دهی کند.

پس از بررسی و تحلیل نمونه‌های انتخاب شده، محورهای پیگیری شده شبکه بی‌بی‌سی فارسی در موضوع انتخابات را می‌توان به شرح زیر ارائه نمود:

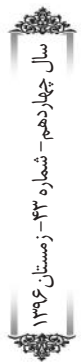
جدول (۱) محورهای پیگیری شده از جانب بی‌بی‌سی فارسی در جریان انتخابات ریاست جمهوری ۱۳۹۶

ردیف	مفهوم	مؤلفه
۱	برجسته‌سازی موضوع جانشینی رهبری حضور جانب‌دارانه رهبری در انتخابات پشتوانه ضعیف مردمی رهبر رفتار دیکتاتورمآبانه رهبر بینش سیاسی ضعیف رهبر	تخریب مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی)

ردیف	مفهوم	مؤلفه
۲	کارنامه ناموفق نظام جمهوری اسلامی ارائه چهره ضدحقوق بشری از نظام ایجاد دوگانه مردم - حکومت القای دیکتاتوری نظام	تخریب نظام جمهوری اسلامی
۳	حضور و دخالت سپاه در عرصه سیاسی کشور امنیتی شدن فضای کشور به دست سپاه حضور، دخالت و کارشکنی سپاه در عرصه اقتصادی لزوم مقابله دولت با سپاه	ایران در حال نظامی شدن
۴	تخریب شورای نگهبان ایجاد محدودیت سیاسی - امنیتی - رسانه‌ای برای منتقدین داخلی	فضای بسته امنیتی - سیاسی ایران
۵	تلاش برای جذب آرای خاکستری استفاده از نام سران فتنه برای جلب آرا عملکرد مناسب روحانی در دولت قبل تلاش برای قرار دادن روحانی در مقابل نظام و رهبری القای آینده بهتر در گرو انتخاب شدن روحانی روحانی خوب اما نه آرمانی	تلاش برای رأی آوری حجت‌الاسلام روحانی
۶	ارائه چهره مناسب از جهانگیری	بازنمایی مثبت چهره جهانگیری
۷	احمدی‌نژاد، اپوزوسیون جدید نظام	بازنمایی چهره احمدی‌نژاد به‌عنوان اپوزوسیون



ردیف	مفهوم	مؤلفه
۸	رئیس‌ی ناقض بزرگ حقوق بشر فضای امنیتی کشور در صورت برتری رئیس‌ی رئیس‌ی چهره‌ای حکومتی و غیر مردمی رئیس‌ی فاقد صلاحیت ریاست‌جمهوری رئیس‌ی جانشین احتمالی رهبری	بازنمایی منفی چهره حجت‌الاسلام سید ابراهیم رئیس‌ی
۹	تخریب چهره محمدباقر قالیباف قالیباف عنصر نامطلوب برای ریاست‌جمهوری	بازنمایی منفی چهره قالیباف
۱۰	تلاش برای دو قطبی‌سازی انتخابات	دو قطبی‌سازی انتخابات
۱۱	تقلب همیشگی در انتخابات تقلب در انتخابات ریاست‌جمهوری ۹۶	تقلب در انتخابات
۱۲	پایگاه اجتماعی پایین اصولگرایی شکست اصولگرایی به خاطر نوع نگاه به اسلام اصولگرایان متشتت، دروغ‌گو	تخریب اصولگرایی
۱۳	برجسته‌سازی موضوع فتنه ۸۸	برجسته‌سازی فتنه ۸۸
۱۴	اجازه نیافتن زنان برای حضور در عرصه سیاسی کشور بی‌توجهی به مسائل زنان از جانب مسئولان ارائه راهکار برای دفاع از حقوق زنان	بازنمایی حضور زنان در عرصه سیاست ایران



۴-۱- تخریب چهره رهبری

بر اساس مقوله‌های یافت‌شده و دسته‌بندی آن‌ها، می‌توان دریافت که محور مرکزی اهدافی که از سوی بی‌بی‌سی در جریان انتخابات ریاست‌جمهوری اسلامی سال ۱۳۹۶ پیگیری

می‌شد، تخریب و سیاه‌نمایی در مورد رهبر معظم انقلاب بوده است. ضدیت با حقوق بشر، دیکتاتوری و بی‌توجهی به نظر مردم، پشتوانه ضعیف مردمی، نظامی‌گری و ایجاد فضای امنیتی، حذف مخالفان و... از جمله هویت‌های منفی ساخته‌شده پیرامون شخصیت رهبر انقلاب هستند. محورهایی که با عنوان تخریب چهره رهبری می‌توان به آن اشاره نمود، به شرح زیر هستند:

۴-۲- برجسته‌سازی موضوع جانشینی رهبری

یکی از اولین و پرتکرارترین مفاهیمی که از سوی بی‌بی‌سی فارسی در موضوع انتخابات ریاست جمهوری به آن پرداخته شد، احتمال مطرح‌شدن موضوع جانشینی رهبری در دوره آتی ریاست جمهوری و فرارسیدن دوران رهبر جدید انقلاب اسلامی بوده است. بی‌بی‌سی فارسی با برجسته کردن این موضوع و مطرح کردن نام یکی از نامزدها (حجت‌الاسلام ابراهیم رئیسی) به‌عنوان جدی‌ترین گزینه برای رهبری آینده جمهوری اسلامی از یک‌سو و تخریب شدید چهره او در ادامه برنامه‌های خود از سوی دیگر، در حقیقت افزون بر تخریب وجهه رئیسی، هویت جایگاه رهبری جمهوری اسلامی ایران را نیز مورد‌دخشه و آسیب قرار می‌دهد.

القای این موضوع که زمان جانشینی رهبر جمهوری اسلامی، بسیار نزدیک است و انگاره‌سازی منفی پیرامون آن، این دیدگاه را تقویت می‌کند که بی‌بی‌سی فارسی در قالب پوشش اخبار انتخابات ریاست جمهوری در حال ساخت و پرداخت افکار عمومی جامعه، برای دوران تغییر رهبری است و یکی از مهم‌ترین اهداف درازمدت خود را اثرگذاری بر انتخاب رهبری آینده قرار داده است.

۴-۳- پشتوانه ضعیف مردمی رهبر

از دیگر محورهایی که در اخبار و تحلیل‌های بی‌بی‌سی فارسی پیرامون رهبر معظم انقلاب یافت می‌شود، القای حمایت نکردن مردم از رهبر انقلاب در موضوعات مختلف اجتماعی است. این شبکه با نمایش وارونه جامعه ایرانی و القای دوگانگی مردم و رهبری، حرکت

مردم را برخلاف نظر رهبر، به تصویر می‌کشد و نظرات ایشان را فاقد و جاهت عمومی قلمداد می‌کند. از سوی دیگر، رهبر انقلاب نیز به نداشتن صداقت با مردم و بی‌توجهی به نقش مردم در جامعه، متهم می‌شود.

۴-۴- رفتار دیکتاتورانه رهبر

بی‌بی‌سی فارسی با در کنار هم چیدن قطعات مختلف پازل خود، در حال به تصویر کشیدن یک رهبر دیکتاتور، بالای سر مردم ایران است. هنگامی که موضوع جانشینی رهبری را مطرح می‌نماید در کنار آن عنوان می‌کند که البته رأی مردم در این انتخابات و نظر آنان در مورد گزینه رهبر آینده، تأثیر چندانی بر رهبری و نهادهای نظردهنده نخواهد داشت و آنان نظر خود را فارغ از دیدگاه عموم مردم، خواهند گرفت زیرا فرایند انتخاب رهبری در کشور از نگاه بی‌بی‌سی فارسی فرایندی غیر دموکراتیک و دور از اصول دموکراسی است.

همین‌طور هنگامی که فقدان پشتوانه مردمی برای رهبر انقلاب القا می‌شود، در کنار آن رشد روزافزون قدرت نهادهای نظامی مانند سپاه در داخل و خارج کشور به تصویر کشیده می‌شود تا این‌گونه نشان داده شود که رهبر انقلاب فارغ از میزان مقبولیت مردم خود، در حال افزودن قدرت خود با تکیه بر نیروهای نظامی است. همچنین در هویت به تصویر کشیده شده از جانب بی‌بی‌سی فارسی، رهبر انقلاب متهم به نداشتن صداقت و راستی با مردم است؛ وی همچنین، تحمل انتقاد و مخالفت با خود را ندارد و در مقابل مخالفت‌ها، برخورد تند و خشنی دارد و حصر سران فتنه از نگاه این شبکه، یکی از نمونه‌های این برخورد است. همچنین این شبکه، نظام و رهبر را متهم می‌کند که به صورت آشکار و پنهان از حضور مجدد رؤسای جمهور گذشته ایران در گردونه رقابت و رودرو شدن با رأی مردم جلوگیری می‌نماید.

۴-۵- حضور جانب‌دارانه رهبری در انتخابات

بی‌بی‌سی بر آن است تا این‌گونه القا نماید که رهبر، هیچ‌گاه در انتخابات مختلف ریاست جمهوری آن‌طور که خود بیان می‌دارد بی‌طرف نبوده و همواره به صورت غیرمستقیم و حتی گاهی مستقیم از یک نامزد خاص حمایت نموده است... برجسته‌سازی انتقادات و

خاموش‌نمایی حمایت‌های رهبری از نامزدهای جریان اصلاح‌طلب و اتخاذ رویه معکوس در مقابل نامزدهای اصولگرا، شگرد بی‌بی‌سی برای این تفسیر غرض‌ورزانه است.

در یکی از تحلیل‌های ارائه‌شده، بی‌بی‌سی فارسی به مقایسه سخنان رهبری در قبال دو رئیس‌جمهور فعلی و سابق می‌پردازد و به‌گونه‌ای القا می‌کند که رهبری از رویکرد سیاست خارجی دولت احمدی‌نژاد و همچنین وضعیت اقدامات اقتصادی او رضایت کامل دارد و از سوی دیگر اقدامات دولت روحانی در زمینه سیاست خارجی و اقتصادی از نگاه رهبری فقط مشمول انتقاد و تویخ است. با توجه به سابقه پیشین این شبکه و برخی دیگر از شبکه‌ها نسبت به وضعیت اقتصادی برجای‌مانده از دولت احمدی‌نژاد و همچنین سابقه تحریم‌های ناجوانمردانه و سختی‌های پیرامون آن، که اغلب از سوی این شبکه به‌عنوان نتیجه عملکرد دولت احمدی‌نژاد در عرصه سیاست خارجی قلمداد شده است، ارائه چنین تفسیری از سخنان رهبری، نتیجه‌ای جز القای دیدگاهی منفی نسبت به مواضع ایشان نخواهد داشت.

۴-۶- بینش سیاسی ضعیف رهبری

یکی دیگر از محورهایی که بی‌بی‌سی فارسی بر آن است تا به مخاطب القا نماید، بینش سیاسی ضعیف رهبری انقلاب است و برای نیل به این هدف، حمایت‌های سابق رهبری انقلاب از دولت احمدی‌نژاد و موقعیت کنونی احمدی‌نژاد را دست‌آویز قرار می‌دهد و این‌گونه بیان می‌کند که با وجود هشدارهای مکرر، بسیاری از خواص جامعه در مورد احمدی‌نژاد، رهبر انقلاب از او حمایتی دوچندان داشته است و امروز احمدی‌نژاد فردی است که شورای نگهبان او را رد صلاحیت نموده، پرونده قضایی‌اش در قوه قضاییه، باز است و شخص رهبری او را از حضور در انتخابات نهی کرده است.

۴-۷- تخریب نظام جمهوری اسلامی ایران

یکی دیگر از محورهای برنامه‌های بی‌بی‌سی فارسی در جریان انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۳۹۶ تخریب نظام جمهوری اسلامی بوده است. این شبکه، نظام جمهوری اسلامی را در قطب منفی قرار می‌داد و با برچسب‌زنی اتهامات گوناگون، جایگاه نظام در قطب منفی

۴-۱۰-۱- القای دیکتاتوری نظام

همان‌طور که در توضیح محور تخریب چهره رهبری بیان شد، القای این مفهوم که مخاطبان در حال حاضر در کشوری با حکومتی دیکتاتورگونه زندگی می‌کنند، هرچند تناقضی آشکار است اما یکی از اهداف شبکه بی‌بی‌سی است. برای این منظور رفتار حکومت در قبال رأی مردم از سوی این شبکه به گونه‌ای بیان می‌شود که گویی تلاشی از سوی نظام برقرار شده تا این میزان مشارکت پوششی بر رویه غیردموکراتیک انتخابات در کشور قرار گیرد. تلاش برای رودررو قرار دادن «روحانی» و نظام برای مقابله با تک‌صدایی‌ها و القای مخالفت عناصر حکومت و نظام با رئیس‌جمهور منتخب مردم، از دیگر راهکارهای این شبکه برای القای دیکتاتوری نظام است.

۴-۱۱-۱- ارائه چهره ضد حقوق بشر از نظام

یکی از برجسته‌ترین موضوعات مورد تأکید بی‌بی‌سی فارسی در انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۳۹۶ موضوع حقوق بشر و تناقض منافع نظام جمهوری اسلامی با رعایت حقوق بشر بوده است.

موضوع اعدام‌های سال ۱۳۶۷ یکی از مطالبی بود که در این راستا برای تخریب چهره نظام، رهبری و «حجت‌الاسلام ابراهیم رئیسی» نامزد ریاست جمهوری مورد استفاده به‌صورت مکرر مورد استفاده قرار گرفت. در همین راستا سخنان آقای روحانی چند روز مانده به برگزاری انتخابات درباره آقای رئیسی که: «اردیبهشت ۹۶ هم یک‌بار دیگر مردم ایران اعلام می‌کنند آن‌هایی را که در طول ۳۸ سال، فقط اعدام و زندان بلد بودند، قبول ندارند» به‌عنوان نقطه عطفی در رفتار روحانی تعبیر شد و دستاویز این شبکه برای تأیید ادعاهایش مبنی بر رویه ضدحقوق بشری نظام جمهوری اسلامی قرار گرفت.

رفتار نامناسب با زنان و در نظر نگرفتن جایگاه ایشان در سیاست، بی‌توجهی به حقوق زنان در سخنان نامزدهای ریاست جمهوری از دیگر عناوین ضد حقوق بشری بوده است. همچنین رفتار خلاف اصول حقوق بشری با مهاجران افغان در ایران از موضوعات مورد اشاره از سوی



شبکه بی‌بی‌سی بوده است.

نکته دیگر در زمینه پرونده حقوق بشر نظام، القای حمایت رهبری نظام (امام خمینی و آیت‌الله خامنه‌ای) از تمام فعالیت‌های ضد حقوق بشری نظام از ابتدای انقلاب اسلامی تا ماجراهای فتنه ۸۸ و بعد از آن، بوده است. پرداختن مجدد به موضوع فتنه ۸۸ و ادعای تجاوز به معترضان از دیگر جنبه‌های اشاره‌شده در شبکه بی‌بی‌سی فارسی برای تثبیت هویت ضد حقوق بشری نظام جمهوری اسلامی بوده است.

۴-۱۲- ایران در اختیار سپاه

تصویر «ایران در اختیار سپاه» تصویری است که بی‌بی‌سی فارسی در تلاش است آن را به شکل‌های مختلف در میان مخاطبان القا نماید. حضور سپاه افزون بر عرصه‌های نظامی در عرصه سیاست و اقتصاد و تأثیر نامناسب بر این عرصه‌ها، تلاش برای امنیتی کردن فضای کشور و لزوم مقابله «روحانی» با این فزون‌طلبی سپاه، از جمله محورهایی است که بی‌بی‌سی به آن پرداخته است.

۴-۱۲-۱- حضور و دخالت در عرصه سیاسی کشور

حمایت سپاه و سپاهیان از نامزدی حجت‌الاسلام ابراهیم رئیسی، حضور قالیباف به‌عنوان یک سپاهی در عرصه سیاست و بی‌طرف نبودن عناصر نظامی، از جمله محورهایی است که در راستای القای حضور سپاه در سیاست، مورد تأکید بی‌بی‌سی قرار گرفته است.

۴-۱۲-۲- دخالت و کارشکنی سپاه در عرصه‌های اقتصادی کشور

بی‌بی‌سی فارسی مهم‌ترین عامل جاماندگی و عدم پیشرفت اقتصادی ایران را ممانعت سپاه و نهادهایی مانند آستان قدس رضوی برای انجام اصلاحات اقتصادی در کشور عنوان می‌کند و این‌گونه القا می‌کند که انجام اصلاحات اقتصادی در کشور باعث لطمه به منافع این نهادها خواهد شد، از این‌رو در مقابل آن ایجاد مانع می‌کنند و با به خطر انداختن امنیت اقتصادی کشور، از سرمایه‌گذاری خارجی و داخلی جلوگیری می‌کنند.

۴-۱۲-۳- امنیتی شدن کشور به دست سپاه

بی‌بی‌سی فارسی با اشاره به مواردی، از دستگیری افراد وابسته به اصلاح‌طلبان و ستادهای تبلیغاتی حسن روحانی به دست سپاه، این تصویر را القامی کند که سپاه با حضور امنیتی در عرصه سیاسی- اجتماعی کشور، فضای آزاد این عرصه را سلب نموده است و برای امنیتی شدن آن در تلاش می‌کند.

۴-۱۳- لزوم مقابله دولت با دخالت‌های سپاه

پس از آن که شبکه بی‌بی‌سی با تصویرسازی خود از سپاه پاسداران، این نهاد را در حال تصرف تمامی عرصه‌های فعالیت در کشور معرفی می‌کند، در توصیه‌هایی به دولت آینده و شخص آقای روحانی، به او راهنمایی می‌کند که باید با این افزون‌طلبی‌ها مقابله کند و برای این منظور می‌باید با در میان گذاشتن موضوع با مردم و افشاگری علیه سپاه، مردم را نیز علیه این نهاد وارد جبهه نماید تا قدرت کافی برای مقابله با آن را داشته باشد.

۴-۱۴- فضای بسته سیاسی ایران

در این زمینه عملکرد بی‌بی‌سی را می‌توان در دو دسته تقسیم کرد: تخریب و جهه شورای نگهبان و القای وجود محدودیت‌ها علیه منتقدان داخلی.

۴-۱۴-۱- تخریب شورای نگهبان

شورای نگهبان قانون اساسی یکی از نهادهایی است که همواره از سوی رسانه‌های مخالف جمهوری اسلامی ایران مورد حمله بوده است و ایام انتخابات ریاست جمهوری سال ۹۶ نیز از این قاعده مستثنا نبود و این شورا مورد حمله قرار می‌گرفت. اشاره به رد صلاحیت‌های گسترده از سوی این شورا، احتمال رد صلاحیت آقای روحانی رئیس‌جمهور فعلی از سوی شورای نگهبان، القای گزینش شدن نامزدهای تأییدشده از سوی این شورا و درگیری وزارت کشور و شورای نگهبان بر سر موضوع نحوه اعلام آرای شمارش‌شده، از جمله مواردی است که بی‌بی‌سی فارسی در راستای تخریب شورای نگهبان انجام داد.



۴-۱۴-۲- القای محدودیت‌های سیاسی-امنیتی- رسانه‌ای برای منتقدان داخلی

فضای بسته سیاسی، از جمله انگاره‌های منفی بازسازی شده از سوی بی‌بی‌سی در مورد جمهوری اسلامی ایران بوده است. ناتوانی در ابراز عقیده و انتقاد از نظام، از مؤلفه‌های این فضای بسته است. اشاره به حصر سران فتنه و ممنوع‌التصویر شدن آقای خاتمی، برجسته‌سازی دستگیری فعالان اصلاح طلب در فضای مجازی، برجسته‌سازی موضوع دستگیری برخی عناصر ستاد تبلیغاتی آقای روحانی از جانب سپاه و نهادهای قضایی، از جمله مواردی بود که بی‌بی‌سی برای القای این مورد به مخاطبانش از آن استفاده نمود.

۴-۱۵-۱- تقلب در انتخابات

از اولین عناصر دو قطبی‌سازی فضای انتخابات که از سوی بی‌بی‌سی فارسی به کار گرفته شد، اشاره به موضوع تقلب در انتخابات بود به نحوی که برای مخاطب این گونه القا شود که نظام در نظر دارد آقای رئیسی به عنوان رئیس جمهور برگزیده شود و اگر بنا باشد شخص دیگری از صندوق‌های آراء بیرون بیاید، نظام با تقلب و تغییر نتایج رأی‌گیری به نفع رئیسی، او را به عنوان رئیس جمهور اعلام خواهد نمود. در حقیقت این گونه به مخاطب القا می‌شود که در صورت برنده شدن آقای رئیسی در انتخابات، قطعاً تقلب شده است.

پس از برگزاری انتخابات و اعلام نتایج به نفع آقای روحانی و اعتراض آقای رئیسی نسبت به برخی اقدامات غیرقانونی در روز برگزاری انتخابات، بی‌بی‌سی فارسی با برجسته‌سازی این موضوع و مسکوت گذاردن دیگر موضوعات حول محور انتخابات، مجدداً بحث تقلب را پیش کشید تا تصویری مخدوش از برگزاری انتخابات در کشورمان به مخاطب ارائه دهد و تقلب را عنصری همیشگی در برگزاری انتخابات جمهوری اسلامی قلمداد نماید.

همچنین این شبکه پس از اعتراض اصولگرایان و طرفداران آقای رئیسی به نتیجه انتخابات، با مقایسه این اعتراضات به تقلب با اعتراضات سال ۸۸، این دو را یکسان فرض نمود و موضع متفاوت نظام نسبت به آن را در نگاه مخاطب محکوم کرد.

۴-۱۶- تخریب اصولگرایی

بازنمایی چهره اصولگرایی در نمای بی‌بی‌سی فارسی، نمایانگر آن است که این شبکه از میان ویژگی‌های متعدد اصولگرایان، نوع نگاه این طیف سیاسی به اسلام و اعتقادات عمیق به اسلام را هدف قرار داده است. این شبکه درصدد آن است که پایگاه اجتماعی این گروه سیاسی را ضعیف نشان دهد و این پایگاه اجتماعی ضعیف را به دلیل نوع نگاه خاص آن‌ها به اسلام معرفی نماید. نگاهی به اسلام که به دلیل تضاد با ویژگی‌های زندگی در دنیای مدرن از سوی قشر متوسط جامعه - که اکثریت را تشکیل می‌دهند - نمی‌تواند مورد قبول واقع شود. بی‌بی‌سی همچنین اصولگرایان را در حال عقب‌نشینی از اصول و آرمان‌هایشان توصیف می‌کند. این‌گونه می‌نماید که اصولگرایان از آرمان‌های آخرالزمانی خود و تلاش برای زمینه‌سازی ظهور امام زمان عقب‌نشسته و شعارهای خود را به خورد و خوراک مردم تقلیل داده‌اند.

همچنین این شبکه اصولگرایان را به‌عنوان متقدمان دولت روحانی، با وجهه دروغ‌گویی معرفی می‌سازد: دروغ‌گویی هنگام انتقاد از روحانی و همچنین دروغ‌گویی در وعده‌های ارائه‌شده به مردم.

۴-۱۷- تلاش برای دو قطبی‌سازی انتخابات

همان‌طور که پیش‌تر ذکر شد، رویه بی‌بی‌سی در انتخابات ریاست‌جمهوری بر آن بوده است تا با ایجاد یک دو قطبی در مقابل مخاطبان و ایجاد انگاره‌های مثبت و منفی، دیدگاه خود را به مخاطبان القا نماید. در همین چارچوب بی‌بی‌سی فارسی با قرار دادن نامزدهای ریاست‌جمهوری در این دو قطب، دو قطبی مفهومی پیشین را به دو قطبی قابل فهم برای مخاطبان تبدیل می‌سازد. عملکرد بی‌بی‌سی در این زمینه، با توجه به توصیه‌های مؤکد رهبر انقلاب برای جلوگیری از دو قطبی شدن انتخابات، قابل درک است.

بدین ترتیب بی‌بی‌سی فارسی از همان ابتدا فضای انتخابات را دو قطبی ترسیم نمود و این موضوع را برجسته ساخت. مطرح کردن نام روحانی و رئیسی به‌عنوان دو قطب انتخابات و

کوچک‌نمایی دیگر نامزدها در کنار این دو نفر، از رویه‌های بی‌بی‌سی فارسی بود. کنار کشیدن قالیباف به نفع رئیسی و جهانگیری به نفع روحانی، دوقطبی روحانی-رئیسی را تشدید نمود. نکته جالب اینکه در کنار این فضاسازی، محوریت نقش ولایت در این دوقطبی‌سازی است. همان‌طور که پیش‌تر ذکر شد می‌توانیم جایگاه ولایت‌فقیه را در منظومه اهداف بی‌بی‌سی فارسی، در مرکز ارزیابی نمود. بی‌بی‌سی فارسی هنگامی که فضای انتخابات را دوقطبی میان روحانی و رئیسی ارزیابی می‌کند، از دوقطبی «چالشی برای رهبر» و یا «مطیع رهبری» نام می‌برد که نمایانگر جایگاه اساسی «تخریب مقام ولایت» در برنامه‌های بی‌بی‌سی فارسی است.

۴-۱۸- تخریب چهره حجت‌الاسلام سید ابراهیم رئیسی

آقای رئیسی به‌عنوان یکی از دو قطب انتخابات ریاست جمهوری، بیشترین حجم مطالب منتشرشده از سوی بی‌بی‌سی فارسی را جمع به نامزدهای انتخابات را به خود اختصاص داده بود. میزان توجه این شبکه به او و تلاش برای متمرکز نمودن انگاره‌های منفی سازمان‌یافته پیرامون شخصیت ایشان، قابل توجه است.

از اولین موضوعاتی که بی‌بی‌سی فارسی درباره آقای رئیسی به آن اشاره می‌کند موضوع اعدام‌های سال ۶۷ و نقض‌های مکرر حقوق بشر و همچنین مطرح کردن نام او به‌عنوان جانشین احتمالی رهبری بود. ایجاد فضای امنیتی در کشور در صورت پیروزی رئیسی، معرفی رئیسی به‌عنوان چهره‌ای حکومتی و غیرمردمی، غیرعملی خواندن وعده‌های او، نداشتن سابقه اجرایی، یکسان‌نمایی او و احمدی‌نژاد از جمله دیگر موضوعاتی بود که بی‌بی‌سی فارسی در مورد آقای رئیسی به آن اشاره نمود.

۴-۱۹- تلاش برای رأی آوردن حجت‌الاسلام روحانی

در سوی دیگر دوقطبی انتخابات، حسن روحانی قرار دارد که طبق نتایج حاصل از این پژوهش، بی‌بی‌سی فارسی بر آن بود تا جایگاه قطب مثبت و «خودی» را به او اختصاص دهد. هم‌نشینی روحانی با هویت‌های مثبت برساخته شده بی‌بی‌سی، تمایل این شبکه برای حضور مجدد او را در جایگاه ریاست‌جمهوری نمایان می‌سازد. هرچند که بی‌بی‌سی او را

نیز به صورت کامل مطلوب نمی‌خواند و با قرار دادن او در کنار برخی هویت‌های منفی ساخته‌شده همچون ضدیت با حقوق بشر یا اعتقاد به خرافات روحانی را نیز مورد هجمه قرار می‌دهد.

فضای امنیتی کمتر، عملکرد مناسب در دوره گذشته، علاقه‌مند به ارتباط بهتر با جهان، حمایت منتقدان داخلی از روحانی، بهبود شرایط کسب‌وکار، کنترل تورم، مقابله روحانی با حکومت و دیکتاتوری اقلیت، مقابله با زیاده‌خواهی سپاه و ... از جمله انگاره‌های مثبتی است که پیرامون روحانی قرار گرفته‌اند و از او چهره‌ای مناسب برای ریاست جمهوری ارائه می‌دهند.

۴-۲۰- تلاش برای حضور بیشینه قشر خاکستری در انتخابات

از نکات جالب پوشش رسانه‌ای انتخابات از جانب بی‌بی‌سی فارسی در سال ۹۶ می‌توان به این موضوع اشاره کرد که تحلیل‌ها و اخبار این شبکه به گونه‌ای طراحی شدند که تا حد امکان باعث حضور قشر خاکستری (که تمایل چندانی به حضور در انتخابات ندارند یا هنوز رأی خود را انتخاب نکرده‌اند) در انتخابات شود. تغییر تدریجی رویکرد این شبکه در قبال برگزاری انتخابات در کشور از موضع تحریم به موضع تشویق برای حضور و رأی به نامزد مدنظر، می‌تواند نشان‌دهنده قدرت مردم‌سالاری دینی در کشورمان باشد به نحوی که حتی رسانه‌های مخالف نظام نیز وارد میدان بازی جمهوری اسلامی می‌شوند و برای حضور بیشینه مردم و رأی به نامزدی که مورد تأیید نظام جمهوری اسلامی نیست تلاش می‌نمایند.

بی‌بی‌سی فارسی به صورت صریح حضور کم‌رنگ قشر خاکستری در انتخابات را خطری برای «روحانی» عنوان می‌دارد و با شدت بخشیدن به ماهیت دوقطبی انتخابات، می‌کوشد تا این قشر را با انتخابات همراه سازد.

۴-۲۱- بازنمایی چهره دیگر نامزدهای ریاست جمهوری

در کنار بازنمایی چهره روحانی و رئیسی به عنوان دو قطب اصلی انتخابات، بی‌بی‌سی در چارچوب همان دوقطبی مطرح‌شده، دیگر نامزدها را نیز بازنمایی می‌کند. حجم مطالبی که راجع به دیگر نامزدهای انتخاباتی در سایت و شبکه بی‌بی‌سی ارائه شده است نسبت به دو

نامزد اصلی به مراتب کمتر بود و این شبکه بیشتر تلاش خود را به صورت هدفمند در زمینه ارائه چهره مورد نظر خود از روحانی و رئیسی متمرکز نموده بود. در این میان پس از دو نامزد اصلی، آقایان قالیباف و جهانگیری مورد توجه بودند و به آقایان میرسلیم و هاشمی طبا توجه چندانی، معطوف نشد.

در کنار نامزدهایی ریاست جمهوری که صلاحیت آنان تأیید شد، نامزدی محمود احمدی نژاد و سپس رد صلاحیت او مورد توجه بی بی سی قرار گرفت و این شبکه کوشش نمود از این موضوع، محملی برای ارائه تحلیل های خود در راستای دو قطبی سازی انتخابات ایجاد کند.

۴-۲۱-۱- قالیباف

آنچه از آقای قالیباف به عنوان یکی از نامزدهای اصولگرای حاضر در انتخابات در شبکه بی بی سی فارسی بازنمایی شده است، در همان چارچوب اشاره شده برای آقای رئیسی قابل بیان است. بی بی سی، قالیباف را فردی نظامی و وابسته به سپاه پاسداران انقلاب اسلامی معرفی می کند که همواره حضور او در انتخابات ریاست جمهوری با شکست مواجه بوده است. برجسته سازی ادعای ناکارآمدی او در منصب شهرداری تهران با تکیه بر دو موضوع املاک نجومی و همچنین حادثه آتش سوزی ساختمان پلاسکو، از دیگر محورهای رویکرد بی بی سی نسبت به قالیباف بود.

غیرعملی بودن وعده های او در انتخابات ریاست جمهوری، به ویژه در مورد ایجاد شغل و ارائه یارانه و دروغین نشان دادن بسیاری از ادعاهای مطرح شده از سوی او در مناظره های انتخاباتی ریاست جمهوری، از دیگر موضوعاتی بود که بی بی سی در مورد قالیباف مطرح نموده است.

۴-۲۱-۲- جهانگیری

حضور آقای جهانگیری در کنار آقای روحانی در این انتخابات، مورد توجه رسانه ها قرار گرفت. بی بی سی این موضوع را با احتمال رد صلاحیت روحانی پیوند زد و از او به عنوان جایگزینی در صورت روی دادن این اتفاق نام برد.

حمایت جهانگیری از میرحسین موسوی در انتخابات سال ۱۳۸۸ و انتقادات صریح و فراوان او از احمدی‌نژاد، از جمله مواردی است که بی‌بی‌سی آن را برجسته نمود. در کنار این موارد، رابطه خوب او با رهبر انقلاب و نقش کلیدی‌اش در فرماندهی قرارگاه اقتصاد مقاومتی، مورد توجه قرار گرفت.

۴-۲۱-۳- احمدی‌نژاد

حضور کوتاه‌مدت و البته پررنگ احمدی‌نژاد در جریان انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۳۹۶ بستر ارائه تحلیل‌های جالب‌توجهی از سوی رسانه‌ها شد. مخالفت او با نهی رهبری و اعلام نامزدی در انتخابات، بیان انتقادات شدیدالحن نسبت به قوه قضاییه، دولت، صداوسیما و... و در نهایت رد صلاحیت توسط شورای نگهبان، توسط بی‌بی‌سی فارسی پوشش داده شد. بی‌بی‌سی بر آن بود تا حضور احمدی‌نژاد را در این انتخابات به‌نوعی قرار گرفتن او در صف مخالفان نظام قلمداد نماید. در این راستا حضور او در انتخابات علیرغم نهی رهبری و انتقادات او از بسیاری از نهادهای کشوری، برجسته شدند.

بی‌بی‌سی فارسی با اشاره به حمایت‌های گذشته رهبر و بسیاری از علما و مقامات حکومتی از احمدی‌نژاد، رد صلاحیت او را در این انتخابات نشان‌دهنده عدم آگاهی سیاسی این افراد در زمان حمایت کردن از احمدی‌نژاد، تلقی می‌کند. همچنین این‌گونه القا می‌نماید که در صورت تأیید صلاحیت احمدی‌نژاد در انتخابات، فردی که آشکارا رودرروی رهبری قرار گرفته و تلاش دارد که دوقطبی احمدی‌نژاد- رهبری را پررنگ نماید، تأیید صلاحیت شده که باز هم برای نظام جمهوری اسلامی وجهه مناسبی ندارد.

پس از رد صلاحیت او از سوی شورای نگهبان، افزون بر ارائه تحلیل‌های گذشته مبنی بر مخالفت او با رهبری، بی‌بی‌سی این اقدام را در راستای مهندسی انتخابات و آرای مردم می‌خواند و این‌چنین القا می‌کند که در صورت حضور احمدی‌نژاد در کنار رئیسی، آرای اقشار مستضعف جامعه دچار انشقاق می‌شد و رأی رئیسی پایین می‌آمد.

۴-۲۲- بازنمایی حضور زنان در عرصه سیاست ایران

بی‌بی‌سی فارسی، همواره به موضوع زن در جامعه ایرانی نگاهی جدی و متمایز داشته است. با توجه به تفاوت اساسی نگاه دین مبین اسلام و تمدن غرب به زن، ترویج نگاه موردقبول غرب از زن یکی از راهبردهای اساسی شبکه‌های مخالف جمهوری اسلامی بوده است. در موضوع انتخابات نیز این راهبرد اساسی، فراموش نشده و در کنار دیگر مسائل مهم سیاسی عرصه انتخابات، موضوع جایگاه زن در سیاست ایران یکی از محورهای برجسته شده در بی‌بی‌سی فارسی بوده است. آنچه بی‌بی‌سی فارسی در این موضوع به آن پرداخته است در سه زمینه قابل‌ارائه است. اولین موضوع اجازه نیافتن زنان برای حضور در عرصه‌های سیاسی کشور است. همچنین بی‌توجهی سیاستمداران به زنان - که تشکیل‌دهنده نیمی از جامعه هستند - موضوع موردتوجه بی‌بی‌سی فارسی بوده است و در نهایت برای برون‌رفت از آنچه بی‌بی‌سی وضعیت نامطلوب زنان در جامعه ایران می‌داند، به ارائه راهکارهای مدنظر خود می‌پردازد. در همین راستا بی‌بی‌سی فارسی اقدامات خانم شهین دخت مولاوردی را در معاونت زنان ریاست جمهوری می‌ستاید و اقدامات او را در راستای استیفای حقوق زنان در ایران قلمداد می‌کند. همچنین این شبکه از زنان جامعه ایرانی می‌خواهد در انجام فعالیت‌های مرتبط با حقوق زنان، به صورت منسجم‌تر وارد شوند و با تبدیل کردن خواسته‌های خود به مطالبه‌ای عمومی در جامعه، حقوق محقق‌نشده خود را خواستار شوند. در همین راستا دعوت بی‌بی‌سی برای تمرکز منسجم‌تر فعالان حقوق زن برای تغییر تفسیر واژه «رجل سیاسی» در قانون اساسی، قابل توجه است.

۵- نتیجه‌گیری

اکنون با توجه به تحلیل داده‌ها و محورهای اصلی و فرعی احصاشده، می‌توان رویکرد اصلی شبکه بی‌بی‌سی فارسی را در قبال انتخابات ریاست جمهوری اسلامی ایران در سال ۱۳۹۶ به دست آورد.

همان‌طور که پیش‌تر نیز به آن اشاره شد، یکی از محوری‌ترین موضوعاتی که بی‌بی‌سی

فارسی به آن پرداخته بود، برساخت انگاره‌های منفی پیرامون شخصیت مقام معظم رهبری و نظام جمهوری اسلامی است. می‌توان این چنین بیان کرد که در مرکز شکل‌دهی رویکرد این شبکه، انگاره‌هایی پیرامون نظام جمهوری اسلامی و رهبری نظام قرار دارد و پس‌از آن با توجه به این موارد اقدام به دوقطبی سازی فضای انتخابات و معرفی قطب مثبت و قطب منفی، نموده است.

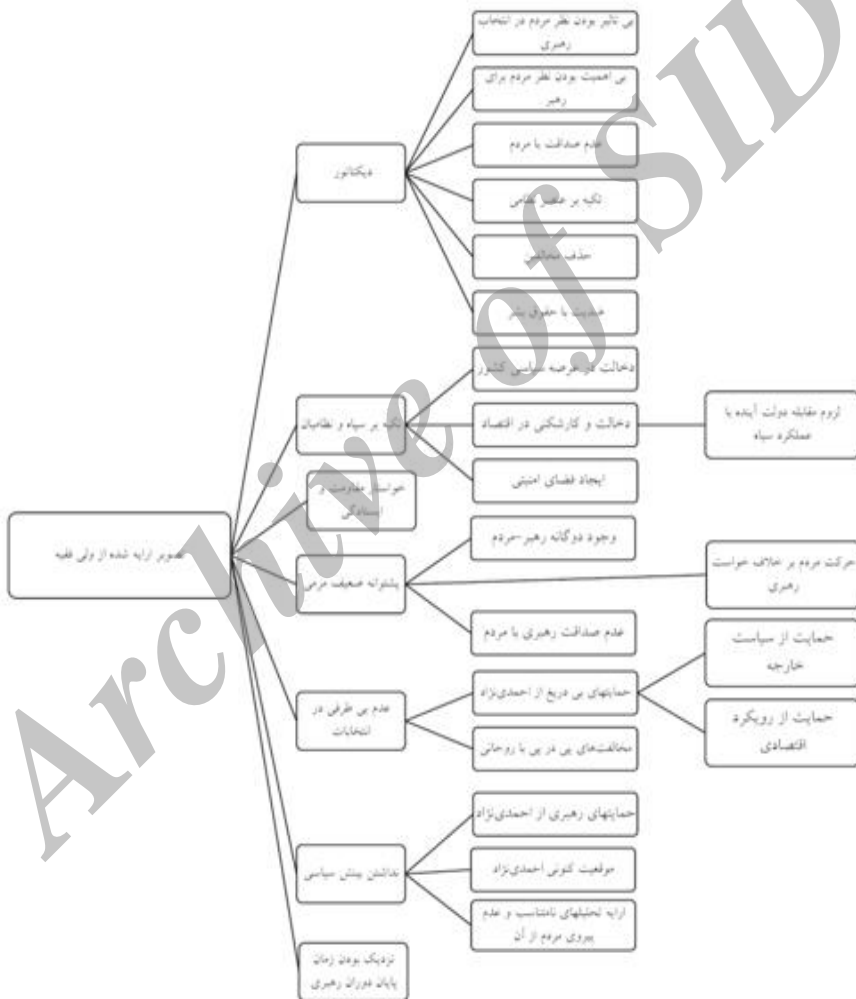
انگاره‌های ترسیم‌شده پیرامون شخصیت رهبری نظام به صورت عمومی، انگاره‌هایی با وجهه منفی هستند: شخصیتی دیکتاتور که توان ارائه تحلیل مناسب در زمان مناسب را ندارد و با از دست دادن جایگاه مردمی خود، تکیه بر قدرت نظامی زده است؛ قدرتی نظامی که خود منشأ بسیاری از کمبودها و فسادها در ایران است و تاکنون کسی نیز در مقابل او ایستادگی ننموده است؛ مردم در بیشتر موارد هنگام تصمیم‌گیری برخلاف خواسته رهبری عمل می‌کنند؛ همچنین فرایند انتخاب رهبر در ایران فرایندی کاملاً غیر دموکراتیک به تصویر کشیده می‌شود که رأی و نظر مردم تأثیر بر آن ندارد؛ افزون بر آن تأکید زیادی بر نزدیک بودن زمان اتمام رهبری در این شبکه دیده می‌شود.

گردآوردن این موارد حول محور رهبری و سپس وابسته نمودن نامزد خاص به این شخصیت و یا قرار دادن نامزد دیگر در مقابل آن، می‌تواند جمعیت رأی‌دهنده‌ای را که مخاطب این شبکه تلویزیونی هستند، تحت تأثیر قرار دهد و منجر به تغییر نحوه رأی‌دهی آن‌ها شود.

به صورت کلی تصویر ارائه‌شده از رهبری در اخبار و تحلیل‌های انتخاباتی را می‌توان به صورت نمودار (۱) ارائه نمود.

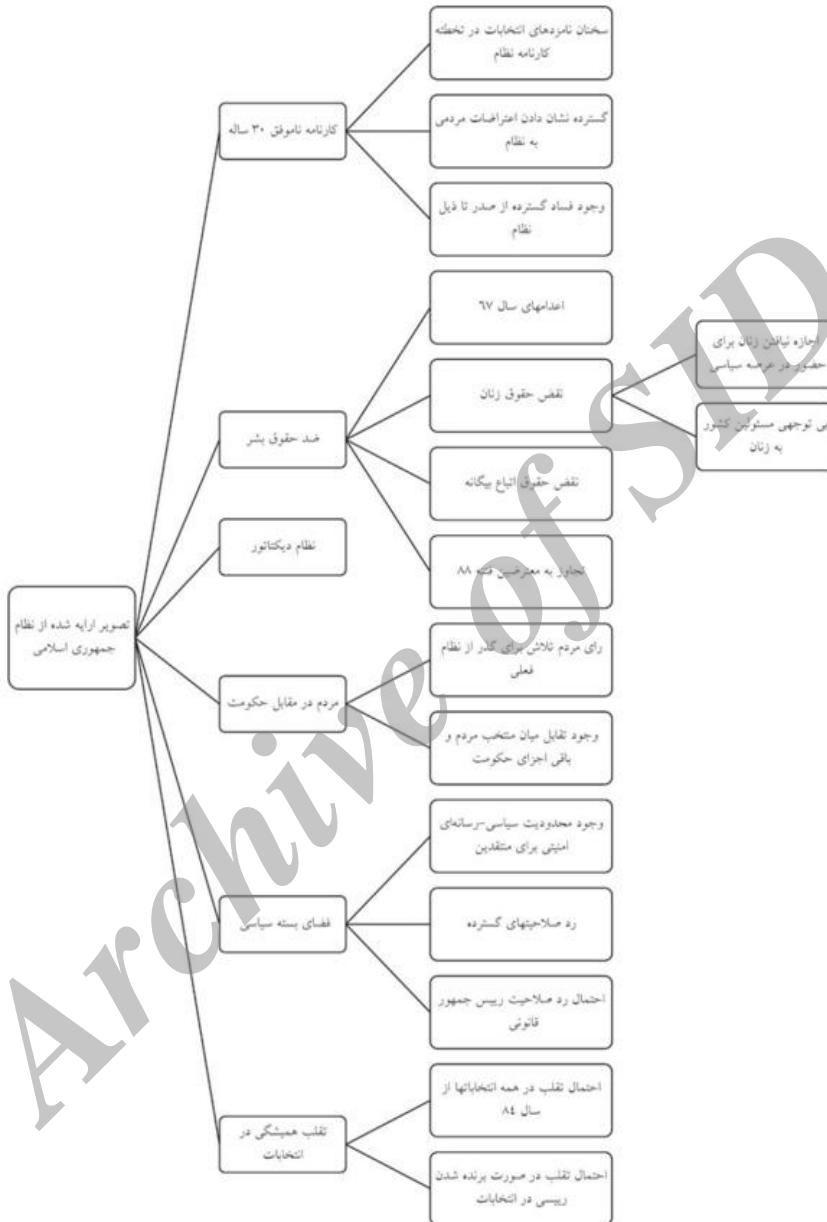
همچنین این شبکه پیرامون نظام جمهوری اسلامی نیز به ترسیم هویت‌هایی با وجهه منفی می‌پردازد. آنچه این شبکه در پی ترسیم آن بوده است را می‌توان به صورت خلاصه این گونه بیان نمود: نظامی دیکتاتورگونه که در زمینه حقوق بشر کارنامه سیاهی بر جای گذارده و همچنین در دیگر زمینه‌های موجود نیز کارنامه‌ای ناموفق داشته است. پس از گذشت بیش

از سی سال از عمر نظام، مردم در مقابل نظام قرار دارند و تلاش می‌کنند تا درجایی که توان تأثیرگذاری دارند، تا جایی که امکان دارد، از نظام اسلامی فاصله بگیرند. در قبال گروه‌های سیاسی منتقد، فضای کشور همواره بسته و در تلاش برای حذف آن‌ها بوده است؛ برای مثال، سران تأثیرگذار در جریان ناآرامی‌های سال ۱۳۸۸. همچنین در تمامی انتخابات در این نظام، صحبت از تقلب و جابه‌جایی آراء وجود دارد.



سال چهاردهم - شماره ۴۲ - زمستان ۱۳۹۶

نمودار (۱) تصویر ارائه‌شده از رهبری نظام از سوی بی‌بی‌سی فارسی در جریان انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۳۹۶

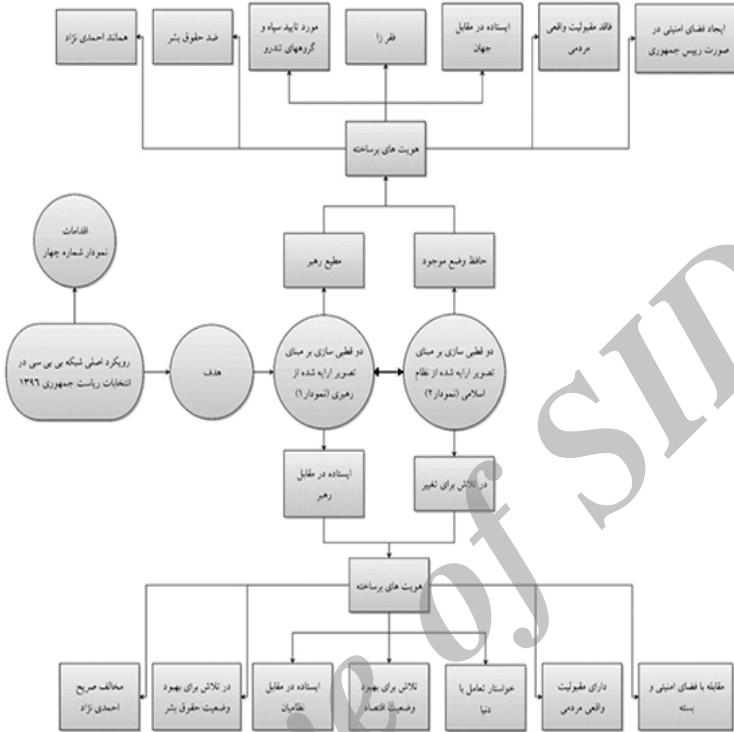


نمودار (۲) تصویر ارائه شده از نظام جمهوری اسلامی از سوی شبکه بی بی سی فارسی در جریان انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۳۹۶

با توجه به این تصویرسازی‌ها، شبکه بی‌بی‌سی تلاش داشته است تا فضای انتخاباتی کشور را کاملاً دوقطبی سازد و بر اساس آن نامزدهای انتخاباتی را دسته‌بندی نماید. بر اساس «تصویرسازی از رهبری نظام»، این شبکه نامزدهای انتخاباتی را به دو قطب «مطیع رهبر» و «ایستاده در مقابل رهبر» تقسیم می‌کند و بر اساس «تصویرسازی از نظام جمهوری اسلامی» نامزدها به دو قطب «حامی وضعیت موجود» و «در تلاش برای تغییر وضعیت» تقسیم می‌شوند. همچنین باید توجه داشت که تقسیم‌بندی «مطیع رهبر» و «حامی وضعیت موجود»، همسان و «ایستاده در مقابل رهبر» و «در تلاش برای تغییر وضعیت» نیز همسان و در یک راستا معرفی می‌شوند.

پس از این دوقطبی‌سازی، پیرامون هر کدام از آن دو اقدام به انگاره‌سازی می‌شود تا بیشترین تأثیرگذاری بر انتخاب مخاطبان این شبکه صورت پذیرد. در چنین فضای دوقطبی شده، یکی از دو قطب را به عنوان «خودی» و قطب دیگر را به عنوان «دشمن» یا «دیگری» معرفی می‌نماید. بدیهی است که انتخاب مخاطبانی که از سواد رسانه‌ای کافی در مواجهه با این نحوه از بازتاب مطالب برخوردار نباشند، تحت تأثیر این فضا سازی قرار می‌گیرند.

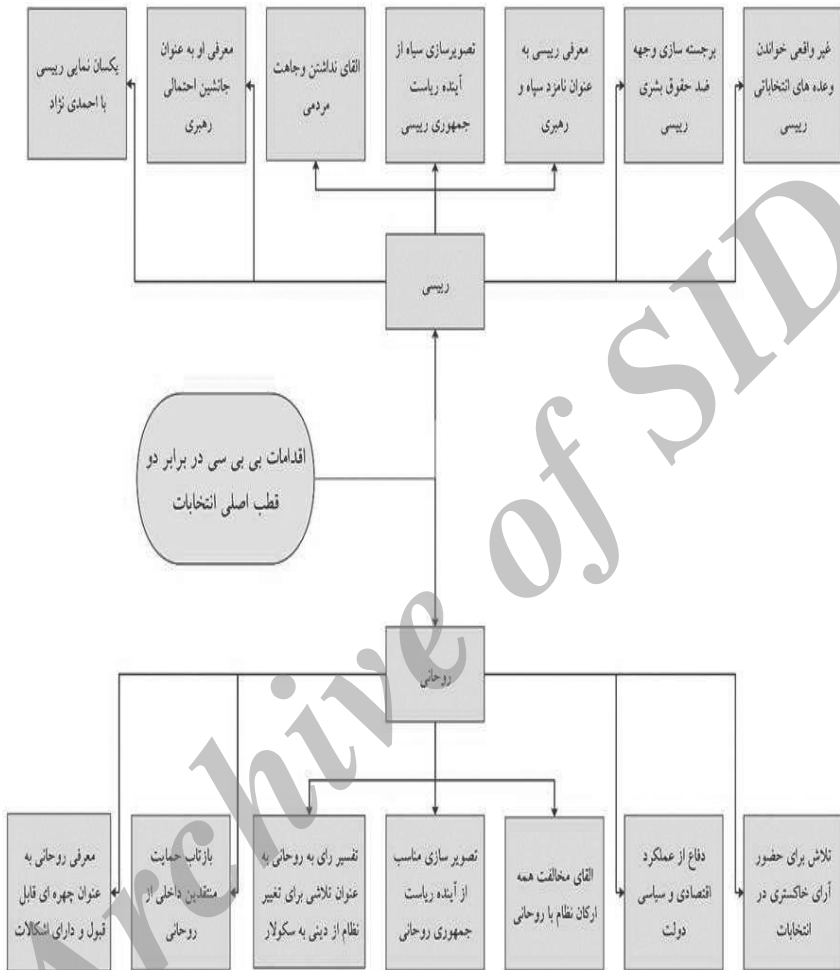
همان‌طور که در نمودار شماره (۳) نشان داده شده است، انگاره‌های شکل‌گرفته پیرامون قطب انقلابی و حامی ولایت، انگاره‌هایی با ویژگی‌های منفی و دفع‌کننده هستند و در نگاه مخاطب، ویژگی‌های «دیگری» را تداعی می‌سازند؛ اما در سوی دیگر انگاره‌های پیرامونی قطب ایستاده در مقابل رهبری، انگاره‌هایی عمدتاً مثبت و تداعی‌کننده ویژگی‌های «خودی» هستند.



نمودار (۳) رویکرد اساسی شبکه بی بی سی فارسی در قبال انتخابات ریاست جمهوری ۱۳۹۶

می توان رویکرد اصلی شبکه بی بی سی فارسی را در دو قسمت عمده «اهداف» و «اقدامات» نشان داد. از آنجاکه در دو دوقطبی شکل گرفته پیرامون نامزدهای انتخاباتی، در نهایت این دو قطب اصلی انتخابات یعنی آقایان «رئسی» و «روحانی» بودند که در معرض رأی مردم قرار گرفتند و از ابتدای پخش برنامه های انتخاباتی این شبکه نیز، بیشتر بر روی این دو نامزد تأکید شده بود، بنابراین می توان در نمودار شماره (۴) اصول اقدامات شکل گرفته بی بی سی در جریان انتخابات ۱۳۹۶ پیرامون این دو نامزد و اهم اقدامات این شبکه در قبال این دو نفر را مشاهده نمود.

طبیعی است که تصویرسازی های صورت گرفته از نظام و رهبری (نمودارهای ۱ و ۲) با انگاره های ارائه شده در مورد هر یک از دو قطب انتخابات (نمودار ۳) تناظر دارند.



سال چهاردهم - شماره ۴۲ - زمستان ۱۳۹۶

نمودار (۴) اقدامات شبکه بی‌بی‌سی فارسی در قبال دو قطب اصلی انتخابات ریاست جمهوری ۱۳۹۶

منابع

- تافلر، آلون (۱۳۷۲). جنگ و ضد جنگ. ترجمه شهین دخت خوارزمی، تهران: سیمرغ.
- ----- (۱۳۷۲). موج سوم، ترجمه شهین دخت خوارزمی، تهران: مهر (نشر اثر اصلی ۱۹۸۰).
- پریدمور، ج. (۱۳۸۳). الفبای کار در رسانه‌ها. تهران: مؤسسه انتشاراتی روزنامه ایران.
- چپمن، ن. (۱۳۸۱). گفتگوی رادیو بی بی سی با مدیر سرویس جهانی بی بی سی.
- دلاور، علی (۱۳۷۴). مبانی نظری و عملی پژوهش در علوم انسانی و اجتماعی، تهران: رشد.
- دیرینگ، ج. راجرز، ا. (۱۳۸۵). مبانی برجسته‌سازی رسانه‌ها، ترجمه علی اصغرکیا و مهدی رشکیانی، تهران: شرکت تعاونی سازمان معین ادارات.
- سولیوان، تام و همکاران (۱۳۸۵). مفاهیم کلیدی ارتباطات، ترجمه میرحسن رئیس‌زاده، تهران: فصل نو.
- شاو، دونالد و مکسول مک کومبز (۱۳۸۹). کارکرد برجسته‌سازی در مطبوعات، ترجمه امید مسعودی، تهران: خجسته.
- کاردان، ع. و ا. شوشتری‌زاده (۱۳۸۹). بولتن جنگ رسانه‌ای علیه جمهوری اسلامی ایران - تحلیل و بررسی بی بی سی فارسی، تهران: موسسه فرهنگی مطالعات و تحقیقات بین‌المللی ابرار معاصر تهران.
- گودرزی، ح. (۱۳۸۹). «مقایسه گفتمان خبری، خبرگزاری جمهوری اسلامی ایران (ایرنا) و سایت بی بی سی فارسی در مورد فردو اخبار هسته‌ای با تأکید بر مسئله ساخت تأسیسات هسته‌ای قم»، تهران: پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه صداوسیما.
- محمدخانی ملکوه، م. (۱۳۹۱). بررسی ساختار و محتوای برنامه‌های شبکه تلویزیونی ماهواره‌ای بی بی سی فارسی. تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- معتمدنژاد، ک. (۱۳۸۶). روزنامه‌نگاری با فصلی جدید در بازنگری روزنامه‌نگاری معاصر. تهران: سپهر.



- مهدی زاده، سید محمد (۱۳۸۹). نظریه‌های رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی، تهران: همشهری.
- نصراللهی، ا. (۱۳۹۳). راهنمای پوشش خبری در رسانه‌ها. تهران: انتشارات خبرگزاری فارس.
- نیک ملکی، م. و س. مرادی (۱۳۸۶). بررسی شبکه بی‌بی‌سی. تهران: اداره کل آموزش و پژوهش معاونت سیاسی صداوسیما.
- همشهری آنلاین (۱۳۸۴). رسانه‌های غرب؛ گرانیگاه سیاست‌های امپریالیستی بازیابی از همشهری آنلاین:

- http://hamshahrionline.ir/HAMNEWS/1384/841201/world/_siasatw.htm
- BBC. (2013). BBC Annual Report and Accounts 2012/13. London: bbc.co.uk/annualreport.
- Hsiu, Fang Hsieh & Sara E. Shanon (2005). "Three Approaches to Content Analysis", *Qualitative Health Research*, Vol.15, No.9.
- Krippendorff, k. (1969). Models of messages: three prototypes. In G. Gerbner, o.r. Holsti, k. Krippendorff, G. J. paisley, 8 ph. J. stone (Eds), *the analysis of communication content*. New York: wiley.
- Mayring, ph. (2000). Qualitative content Analysis, *forum Qualitative social Research*, 1(20), 1-10.
- Norman, J. (2016). TV Hits New Low as Favorite Way in U.S. to Spend Evening, Retrieved from Gallup: <http://www.gallup.com>.

