

از گفتمان‌سازی تا جریان‌سازی بی‌بی‌سی فارسی

بر محور پرونده‌های حقوق بشری

دکتر محمد مهدی فرقانی*، محمدرضا تقوی‌پور✉

چکیده

یکی از بهانه‌های همیشگی هجمه رسانه‌ای به جمهوری اسلامی ایران، موضوع حقوق بشر بوده است. در میان رسانه‌های جریان‌ساز در این باره، بی‌بی‌سی فارسی حرفه‌ای‌ترین و پرمخاطب‌ترین رسانه خبری خارجی است. در میان پرونده‌های حقوق بشری نیز پرونده‌های نرگس محمدی، نازنین زاغری، امید کوکبی و محمدعلی طاهری در زمره پربسامدترین‌ها هستند و بررسی تجمیعی این موارد، نتایج جامعی را ارائه می‌کند. برای دستیابی به هدف پژوهش، از روش تحلیل محتوای کیفی با رویکرد قیاسی - استقرایی استفاده شده است. به منظور دسترسی به اطلاعات کامل، ۱۹۵ گزارش وبسایت بی‌بی‌سی، مرتبط با موضوع پژوهش، در بازه زمانی تقریبی ۸ ساله تمام‌شماری شد و با طی این روند، بیش از ۳۰۳ کد به دست آمد که در ۵۳ مقوله جای گرفت. مقولات به دست آمده، در نهایت، ذیل دو محور اصلی «انتخاب سوژه‌های جریان‌ساز» و «تکنیک‌های جریان‌سازی» دسته‌بندی شدند. ذیل محور نخست مشخص شد که بی‌بی‌سی به دقت، گفتمان‌های رقیب گفتمان انقلاب اسلامی را شناسایی می‌کند و جریان‌سازی خود را حول محور این گفتمان‌ها شکل می‌دهد. همچنین ذیل محور تکنیک‌های جریان‌سازی، تکنیک متفاوت شناسایی شد که ۶ مورد از آنها در تمامی موارد این پژوهش مشترک هستند. ۶ تکنیک نیز در این پژوهش کشف و نامگذاری شد. این ۶ مورد، شامل تکنیک‌های «برجسته‌سازی اظهارات نامتعارف»، «افزایش اعتبار منابع همسو»، «راوی همجنس»، «برچسب‌های اقتضایی»، «اسطوره‌سازی» و «طرح ادعای بدون پشتوانه» است.

کلید واژه‌ها: حقوق بشر، جریان‌سازی، بی‌بی‌سی فارسی، نرگس محمدی، نازنین زاغری، امید کوکبی، محمدعلی طاهری

* دکترای علوم ارتباطات اجتماعی، دانشیار دانشگاه علامه طباطبائی
✉ نویسنده مسئول: کارشناس ارشد مدیریت رسانه، دانشگاه صداوسیما

Email: taghavipour69@gmail.com

پذیرش نهایی: ۹۷/۱۲/۲۱

تاریخ دریافت: ۹۷/۸/۲۸

DOI: 10.22082/CR.2019.97990.1733

مقدمه

با پیروزی انقلاب اسلامی، امریکا و کشورهای هم‌پیمان او، همواره تحریم را به‌عنوان یکی از ابزارهای اصلی تغییر رفتار ایران به‌کار گرفته‌اند. این تحریم‌ها به‌طور عمده با بهانه ۳ موضوع کلیدی و راهبردی «انرژی هسته‌ای»، «سامانه‌های موشکی» و «حقوق بشر» صورت گرفته است. با توجه به اینکه افکار عمومی داخلی، در مورد دو موضوع نخست، اغلب موافق با موضع جمهوری اسلامی ایران بوده است، هجمه رسانه‌ای کشورهای غربی برای توجیه تحریم‌ها به‌طور عمده معطوف به افکار عمومی جهانی بوده و در اقلان ایرانیان توفیق چندانی نداشته است؛ اما موضوع پرونده‌های حقوق بشری به‌دلیل برخورداری از قابلیت ایجاد همدردی در مردم و همچنین بی‌اطلاعی عموم افراد از منافع اجرای مجازات مجرمان، در قیاس با دو موضوع گذشته، بیشتر مورد توجه رسانه‌های ماهواره‌ای برای تحت تأثیر قرار دادن افکار عمومی داخلی قرار گرفته است؛ به‌طوری که همواره به‌عنوان یکی از مهم‌ترین و پربسامدترین موضوعات مورد بحث و بررسی در این رسانه‌ها مطرح بوده است. شبکه‌های ماهواره‌ای همیشه تلاش کرده‌اند جمهوری اسلامی را به‌دلیل اجرای مجازات مجرمان مورد حمایت غرب، محکوم کنند. موضوعی که باعث فاصله گرفتن مردم از حاکمیت در بلندمدت می‌شود و باید برای مقابله با آن چاره‌ای اندیشید. بی‌تردید، کشف و شناسایی تکنیک‌های مورد استفاده رسانه‌های بیگانه در موضوع پرونده‌های حقوق بشری می‌تواند گام بلندی در راه کمک به رسانه‌های داخلی برای انتخاب راهکارهای مطلوب مقابله با تحت تأثیر قرار دادن افکار عمومی داخلی باشد. از میان شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان، بررسی و تحلیل اخبار پرونده‌های حقوق بشری در شبکه بی‌بی‌سی فارسی، بیشترین اطلاعات را در اختیار فعالان رسانه‌ای می‌گذارد؛ چراکه این شبکه از سویی، پرمخاطب‌ترین شبکه خبری ماهواره‌ای فارسی‌زبان است و در مقایسه با دیگر شبکه‌ها، بر طیف گسترده‌تری از مخاطبان تأثیر می‌گذارد و از سوی دیگر، چون به‌گواه تحلیل‌گران و پژوهشگران، حرفه‌ای‌ترین رسانه خبری فارسی‌زبان خارجی است، شناسایی تکنیک‌های به‌کار گرفته شده در آن، راهنمایی جامع و کامل است که تکنیک‌های مورد استفاده دیگر رسانه‌ها را نیز

از گفتمان سازی تا جریان سازی بی‌بی‌سی فارسی بر محور پرونده‌های حقوق بشری ❖ ۷۹

شامل می‌شود. روند جریان‌سازی در مجموعه رسانه‌ای بی‌بی‌سی فارسی به این صورت است که تیم فکری این مجموعه، ابتدا محورهای مورد نظر خود را به شکل مکتوب در وبسایت بی‌بی‌سی منتشر می‌کنند و چندی بعد، این محورها در قالب مستند و گزارش‌های خبری از طریق تلویزیون این شبکه پخش می‌شوند. از این رو، برای شناسایی مهم‌ترین محورهای محتوایی مجموعه بی‌بی‌سی فارسی، رصد و تحلیل وبسایت این شبکه منبعی غنی و جامع به شمار می‌رود. در میان پرونده‌های حقوق بشری مورد تأکید بی‌بی‌سی فارسی، پرونده‌های نرگس محمدی، نازنین زاغری، امید کوکبی و محمدعلی طاهری در زمره پربسامدترین‌ها هستند. این شبکه با پوشش جزئی‌ترین موارد مطرح‌شده در این پرونده‌ها از ابتدای تشکیل تاکنون، نشان داده که چه اهمیتی برای آنها قایل است. بی‌بی‌سی فارسی تاکنون نزدیک به ۲۰۰ بار در وبسایت خود به این پرونده‌ها پرداخته است. هریک از پرونده‌های ذکر شده با نظر کارشناسان حوزه رسانه انتخاب شده‌اند. به اعتقاد آنان با توجه به موضوع متفاوت هریک از این پرونده‌ها، بررسی تجمیعی آنها می‌تواند نتایجی جامع و چندبعدی در پی داشته باشد؛ بنابراین پژوهش حاضر به دنبال شناسایی تکنیک‌های جریان‌سازی بی‌بی‌سی فارسی در موضوع پرونده‌های حقوق بشری است.

پیشینه پژوهش

یافته‌های پژوهش باقری هوشی و همکاران (۱۳۹۲) نشان داده است که بیشترین موضوعات مورد توجه ماهواره‌های (شبکه‌ها) خارجی بزرگ‌نمایی مسائل داخلی ایران بوده است. موضوعات مرتبط با حقوق بشر، فعالیت‌های هسته‌ای، اقتصاد و تروریسم، سایر موضوعات مورد توجه این شبکه را تشکیل می‌دهند.

رضاییان (۱۳۹۱) در مقاله خود به این نتیجه رسیده است که از سال ۲۰۰۱ تا ۲۰۰۸، ۵٫۲ درصد از مطالب مطبوعات امریکا درباره ایران به حقوق بشر اختصاص یافته است. مطبوعات انگلیس برخلاف مطبوعات امریکایی در همین دوره زمانی ۴٫۸ درصد از مقالات خود را به «بررسی مسئله حقوق بشر در ایران» اختصاص داده‌اند.

مجیدی و نوری‌زاده (۱۳۹۰) در مقاله خود، برخی از مهم‌ترین محورهای

جریان‌سازی رسانه‌ای بی‌بی‌سی فارسی در سال ۱۳۸۸ را فهرست کرده‌اند: القای نقض حقوق بشر و آزادی‌های مدنی در ایران، القای ناکارآمدی دولت و نظام، تقویت جریان‌های مخالف و تعمیق شکاف سیاسی در ایران.

تقوی پور و همکاران (۱۳۹۴) معتقدند که شبکه خبری بی‌بی‌سی با تأیید و تقویت ایده مذاکره تحت هر شرایط و با نفی مقاومت، به توجیه بیشتر حملات اسرائیل در قیاس با حملات حماس پرداخته است. بی‌بی‌سی همچنین به القای وجود شکاف میان حماس و مردم غزه می‌پردازد و در عین حال، چهره‌ای مقتدر از ارتش اسرائیل به تصویر می‌کشد؛ اقدامی که در عرصه روایتگری، نوعی سوگیری یا نبود پابندی به اصل روزنامه‌نگاری عینی را نشان می‌دهد.

چارچوب نظری پژوهش

برجسته‌سازی

رسانه‌ها می‌توانند با برجسته‌سازی و تأکید انتخابی خود بر ارزش‌ها، هنجارها و رویدادهای گوناگون، به شکل‌گیری ادراکات ما از محیط اطراف کمک کنند. پژوهش‌هایی که در زمینه برجسته‌سازی پیام‌های خبری انجام شده‌اند، همگی مؤید این مطلب‌اند که رسانه‌ها با تأکید و برجسته‌سازی خبرها و موضوعات مختلف، اولویت‌های ذهنی مخاطبان را شکل می‌دهند (بدیعی، ۱۳۷۷: ۲۳). لاسول^۱ دو کارکرد اصلی رسانه‌های جمعی را نظارت و هماهنگی می‌داند. از نگاه او، کارکرد نظارت، همان دروازه‌بانی و کارکرد هماهنگی، همان برجسته‌سازی است (دیرینگ^۲ و راجرز^۳، ۱۹۸۸: ۱۱).

مک‌کامبز^۴ و شاو^۵ نخستین مطالعه نظام‌مند را در مورد فرضیه برجسته‌سازی در

^۱Laswel

^۲Dearing

^۳Ragers

^۴McCombs

^۵Shaw

از گفتمان‌سازی تا جریان‌سازی بی‌بی‌سی فارسی بر محور پرونده‌های حقوق بشری ❖ ۸۱

سال ۱۹۷۲ گزارش کرده‌اند. آنها برجسته‌سازی را در مبارزات ریاست جمهوری سال ۱۹۶۸، مورد مطالعه قرار دادند و این فرضیه را مطرح کردند که رسانه‌های جمعی برای هر مبارزه سیاسی، اولویت‌هایی را تعیین می‌کنند و بر اهمیت نگرش‌های راجع به موضوعات سیاسی اثر می‌گذارند (سورین و تانکارد، ترجمه دهقان، ۱۳۸۶: ۲۷).

یکی از راه‌های برجسته‌سازی اخبار، پخش آن در اولویت بالا یا در زمان‌های آغازین خبرهای تلویزیونی است. در چینش خبری، نوع رسانه نیز مهم است. برای مثال، رسانه‌های محلی به اخبار مربوط به یک منطقه توجه بیشتری دارند و برحسب منطقه، خبرها را اولویت‌بندی می‌کنند. در رسانه‌های محلی توجه بیشتری به موضوع فراوانی، جمعیت و مسائلی از این قبیل می‌شود اما در سطح ملی و در رسانه‌های با پوشش گسترده‌تر، موضوعات جهانی حتی ممکن است در اولویت خبری قرار گیرند (ندرلو، ۱۳۸۶: ۳).

چارچوب‌بندی

گفته شد که براساس نظریه برجسته‌سازی، رسانه‌ها با تأکید بر بعضی موضوعات، افکار عمومی را تحت تأثیر قرار می‌دهند. به گفته مک‌کامبز، هر یک از موضوعاتی که در اولویت قرار می‌گیرند، «خصیصه‌های بسیاری دارند» یعنی ویژگی‌هایی که تصویر هر موضوع را نمایش می‌دهد. وقتی موضوعات از نظر اهمیت و برجستگی تغییر پیدا می‌کنند، صفات هر یک از آنها نیز تغییر می‌یابد (شیفر، ۲۰۰۷: ۲۲). بر این اساس، رسانه این امکان را می‌یابد که به مخاطبان بگوید درباره چه فکر کنند نه اینکه چگونه فکر کنند؛ اما نظریه چارچوب‌بندی علاوه بر اینکه به مخاطب می‌گوید درباره چه فکر کند، با چارچوب‌بندی وقایع، چگونگی فکر کردن مخاطب را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد (مک‌کامبز و رینولدز، ۲۰۰۴: ۱۰۳). مک‌کامبز، چارچوب‌بندی را نسخه پالایش شده برجسته‌سازی می‌داند. از این دیدگاه، چارچوب‌بندی به معنای برجسته

۱ Sheaffer

۲ Reynolds

ساختن برخی جنبه‌های یک موضوع از طریق شیوه‌های مختلف ارائه موضوع و در نتیجه، تغییر رفتارهای مردم در مقابل آن است. او این پدیده را سطح دوم برجسته‌سازی می‌داند (شیوفل^۱ و تیوکسبری^۲، ۲۰۰۷: ۱۵).

انتمن^۳ تأکید کرد که چارچوب‌ها برای جلب توجه افراد، به برخی عناصر و توجه نکردن به برخی عناصر دیگر به کار می‌روند. او همچنین بر این باور است که «شیوه چارچوب‌بندی یک موضوع باید مشخص کند مردم چگونه می‌توانند موضوعی را درک و ارزیابی کنند» (۱۹۹۳: ۵۸-۵۱).

در قلمرو مطالعات و پژوهش‌های ارتباطی، چارچوب‌بندی به این معناست که رسانه‌ها نه آینه‌ای برای انعکاس واقعیت، بلکه سازنده واقعیت و شکل‌دهنده به آن هستند. بر پایه این نظریه، رسانه‌ها در مرحله نخست، از طریق برجسته‌سازی، توجه مخاطب را بر بعضی موضوعات و رویدادها متمرکز می‌کنند و سپس، آنها را در چارچوب معنایی خاص قرار می‌دهند؛ بنابراین، کار رسانه‌ها، تنها انتخاب رویدادها و حوادث خاص از میان رویدادهای بسیار نیست، بلکه معنی دادن به آنها نیز هست (مهدی‌زاده، ۱۳۸۳: ۸۱).

مک‌کامبز و قائم (۲۰۰۳) دو گروه کلی از صفت‌ها را در سطح دوم برجسته‌سازی معرفی می‌کنند: صفات شناختی (ذاتی) و صفات عاطفی یا ارزشی (۸۲- ۶۷). صفات شناختی به توصیف و تعریف موضوع در رسانه مربوط می‌شوند در حالی که صفات عاطفی، به لحن رسانه برای ارائه موضوع و ارزشگذاری آن (مثبت، منفی یا خنثی) اختصاص دارند. تفاوت ظاهری بین این نوع صفات، همیشه واضح و روشن نیست (شیفر، ۲۰۰۷: ۲۳).

جریان‌سازی خبری

از نگاه رسانه‌ای، جریان‌سازی تدبیری است که برای اداره مغزها به کار می‌برند. باید توجه داشت با هر رسانه برای خود هدفی دارد که در طول فعالیت رسانه‌ای، تحقق آن را دنبال

^۱Scheufele

^۲Tewkesbury

^۳Entman

از گفتمان‌سازی تا جریان‌سازی بی‌بی‌سی فارسی بر محور پرونده‌های حقوق بشری ❖ ۸۳

می‌کند. از این رو، دنبال کردن هدف در رسانه‌ها لزوماً به معنای جریان‌سازی نیست. رسانه برای جریان‌سازی و رسیدن به هدف‌های سیاسی، تجاری یا فرهنگی خود باید بر موضوعی خاص تمرکز کند و در طول فرایندی زمان‌دار به تولید محتوا درباره آن بپردازد. جریان‌سازی رسانه‌ای ممکن است در انواع مختلفی از تولیدات رسانه‌ای شکل بگیرد. از مهم‌ترین، ملموس‌ترین و زودبازده‌ترین جریان‌سازی‌ها، جریان‌سازی خبری است. به نظر می‌رسد که جریان‌سازی خبری را بتوان این‌گونه تعریف کرد. البته توجه به این نکته ضروری است که ریشه این تعریف در نظریه برجسته‌سازی است: «پوشش خبری گسترده، مستمر و فرایندهمدار واقعه یا موضوعی که از سوی یک یا چند رسانه جمعی یا کاربران رسانه‌های اجتماعی، با استفاده آگاهانه یا ناآگاهانه از روش‌های مختلف، از جمله برجسته‌سازی و چارچوب‌بندی انجام می‌شود تا خبر مذکور برای مدت کوتاهی به اولویت فکری و خبری رسانه‌ها، کاربران و مخاطبان تبدیل شود» (ناصری طاهری و همکاران، ۱۳۹۴: ۷۵).

تصویرسازی

بسیاری از فعل‌و‌انفعالات امنیتی ابتدا در حوزه ادراکات موجودیت می‌یابند. در واقع، تهدید چیزی نیست جز مخاطره‌ای که در نسبت بین - حداقل - دو تصویر موضوعیت می‌یابد و سپس مبنای عمل در مناسبات عینی قرار می‌گیرد. بر این اساس آنچه در عینیت مشاهده می‌شود، فاقد اصالت است و این تصویرها هستند که اهمیت دارند و طی فرایندی در عینیات تجلی می‌یابند. به این ترتیب، تصاویر نقش تعیین‌کننده‌ای در رفتار ایفا می‌کنند. در واقع، تصویرسازی‌ها چه از نوع مثبت و چه منفی، نگرش‌ها را دستخوش تحول می‌کنند و با تغییر نگرش، رفتارها نیز متناسب با آن شکل می‌گیرند (افتخاری و ذوالفقاری، ۱۳۹۳).

مولانا (۱۳۸۰) در مقاله «انتفاضه فلسطین و انگاره‌سازی رسانه‌های غرب» ضمن بیان خصوصیات انگاره، قسمت‌های مختلف آن را برمی‌شمارد. انگاره مجموعه

تصاویری است که ما در مغز و ذهنمان از حقایق و ابعاد مختلف آن داریم و همه آنها با یکدیگر در ارتباطاند و بر هم تأثیر می‌گذارند. تغییر یک انگاره در مغز ما گاه منجر به تغییر تصوراتمان از اشیا، افراد و پدیده‌های دیگر می‌شود و یک حالت تعادلی یا غیر تعادلی ایجاد می‌کند. انگاره یا تصویر از سه قسمت تشکیل شده است. احساسات، ادراک و آگاهی، عملکرد. در بعد احساسی یا ارزشی دوست داشتن یا نداشتن یک موضوع یا شیء مورد نظر است که اغلب با موافقت داشتن یا نداشتن ادراکی سروکار دارد. در بُعد ادراکی و آگاهی یک انگاره، دانش ما از طبیعت همیشگی یا موروثی موضوع یا پدیده مورد نظر است و خصایص مستقل آن را بیان می‌کند؛ اما بُعد عملکردی یک انگاره، با جنبه‌های رفتاری فرد، چگونگی برخورد با موضوع مورد نظر و کلیه ترکیبات و مختصات آن سروکار دارد. در بحث تصویرسازی یا انگاره‌سازی به دو مفهوم اساسی می‌توان اشاره کرد:

۱. مفهوم گزینشگری: این مفهوم در رشته ارتباطات بسیار مهم است. رسانه‌ها در هر حال و همیشه، خواسته یا ناخواسته، مشغول تأکید بر یک مسئله و یا امیدزدایی از آن هستند.
۲. مفهوم تغییر شکل: برخی از مصرف‌کنندگان فکر می‌کنند که کنترل رسانه را در اختیار دارند؛ مانند معتادانی که تصور می‌کنند هر وقت بخواهند ترک می‌کنند اما همین توهم است که بلای جان آنها می‌شود. این عادت و انگاره، ابتدا مانند تارهای عنکبوت است؛ اما به تدریج به میله‌های ضخیم یک قفس تبدیل می‌شود و این همان مفهوم تغییر شکل است که کارشناسان رسانه نسبت به آن هشدار می‌دهند تا مبادا وسیله به هدف تبدیل شود (شکرخواه، ۱۳۸۲).

تبلیغات سیاسی و تکنیک‌های آن

تعاریف متعددی از تبلیغات سیاسی ارائه شده است. «ژاک الول» در تعریف تبلیغات سیاسی می‌نویسد: «تبلیغات سیاسی» شامل تکنیک‌هایی می‌شود که از سوی یک دولت،

!Jack Olwell

از گفتمان سازی تا جریان سازی بی‌بی‌سی فارسی بر محور پرونده‌های حقوق بشری ❖ ۸۵

یک حزب، یک سازمان یا یک گروه فشار برای تغییر رفتار عامه و تأثیر بر آنها به کار برده می‌شود. در تبلیغات سیاسی، شیوه‌ها، حساب‌شده و جزئی و اهداف، مشخص و در عین حال محدود است. در نهایت، موضوعات مورد تبلیغ نیز در اغلب موارد سیاسی است (همایون، ۱۳۷۴: ۸۰). قواعد اصلی تبلیغات سیاسی شامل موارد زیر است:

(۱) قاعده ایجاد شرایط سرایت روانی: سرایت روانی در حوزه روان‌شناسی اجتماعی مطرح می‌شود و محصول کنش‌های متقابل دورانی است. به این صورت که ابتدا یک محرک به وقوع می‌پیوندد و موجب پاسخ در گروه‌های جمعیتی می‌شود و سپس این پاسخ که به نوبه خود، می‌تواند نقش محرک داشته باشد، پاسخ دیگری ایجاد می‌کند؛ در یک کنش دورانی، این روند ادامه می‌یابد و با افزوده شدن بر تعداد محرک - پاسخ‌ها و درصد چرخش، منجر به اپیدمی می‌شود.

(۲) قاعده مربوط به اعتبار منبع: اعتبار منبع عبارت است از درجه مورد قبول واقع شدن ارتباط‌گر. تبلیغات‌گر سیاسی کوشش می‌کند سخن خود را از رسانه‌ها یا منابع معتبر و یا دست‌کم، به نقل از یک منبع معتبر مطرح کند یا به آن منبع شکل معتبر بدهد.

(۳) قاعده قرار دادن هدف در پس‌زمینه: در بسیاری از موارد، تبلیغات‌گر سیاسی سعی دارد هدفش را پنهان کند تا مخاطب نفهمد که تبلیغات‌گر سیاسی ذی‌نفع است.

(۴) قاعده استفاده از ارزش‌ها برای اثرگذاری بر نگرش‌ها: در اصل، در همه جهان و در تمام طول تاریخ، تبلیغات‌گر سیاسی موضوع مورد نظر خود را امری به‌هنجار و مقدس و عکس آن را نابه‌هنجار، زشت و شیطانی جلوه داده است. بر همین اساس، کشورهای متخاصم به‌راحتی در طول جنگ‌ها، به هم دشنام می‌دهند همچنان‌که در طول جنگ جهانی دوم، کشورهای غربی برای برانگیختن نفرت مردمشان، آلمان و مردمش را وحشی و درنده می‌خواندند.

(۵) قاعده اصل سادگی در پیام: در این تکنیک، ادبیات ساده به کمک القای اهداف سیاسی پیچیده می‌آید تا دامنه نفوذ و تأثیرگذاری پیام را افزایش دهد.

(۶) قاعده استفاده از نمادهای جایگزین: در این قاعده، واژه‌ها و نمادها جایگزین

یکدیگر می‌شوند؛ برای مثال، هنگام تصادف دو خودرو هم می‌توان از «برخورد» خودروها و هم از «تصادف شدید» آنها استفاده کرد؛ اما بار معنایی آنها کاملاً متفاوت خواهد بود (محسنیان‌راد، ۱۳۸۲).

۷) قاعده برچسب زدن مثبت یا منفی: با استفاده از این تکنیک، به یک شخص، ایده، یا گروه که هدف تبلیغات‌گر سیاسی است، برچسب خوب یا توهین‌آمیز و ناپسند زده می‌شود (مهرداد، ۱۳۸۰: ۱۹۰).

۸) قاعده تعمیم جذابیت: در استفاده از این تکنیک، سعی می‌شود بین یک‌چیز با چیز دیگری که معرف خوبی، درستی، پاکی و امثال آن است، ارتباط داده شود تا به این ترتیب، صفات نیک آن چیز، به چیز اول تعمیم یابد. هدف اصلی در اینجا تشویق پیام‌گیر به پذیرش و تأیید چیز اول است، بدون اینکه دلیل آن را بدانیم (مهرداد، ۱۳۸۰: ۱۹۱).

۹) قاعده انتقال: هدف از این تکنیک، انتقال اقتدار، ضمانت قانونی و اعتبار یکی از چیزهای مورد احترام همگان، به چیزی دیگر، به‌منظور کسب اعتبار و عزت بیشتر برای آن است. به‌عبارت دیگر، سازوکار انتقال براساس فرایند ارتباط بین دو عامل عمل می‌کند (مهرداد، ۱۳۸۰: ۱۹۰).

۱۰) استقرا و تعمیم ناقص: یکی از مغالطه‌های مرسوم در گفتارها و مناظره‌های علمی و روزمره، مغالطه تسری جزء به کل است. در این مغالطه، موجودیت و اوصاف یک کلیت فیزیکی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و... به مدد ترسیم و تصویر یک یا چند جزء آن بیان و توضیح داده می‌شود؛ بی‌آنکه کلیت آن به تمام و کمال مورد بررسی قرار گیرد.

۱۱) قاعده تکرار: تکرار یکی از قواعد شناخته‌شده قدیمی، هم برای آموزش و هم برای تبلیغات سیاسی است. پژوهش‌ها نشان داده است که یادگیری از طریق تکرار افزایش پیدا می‌کند؛ اما این افزایش روند ثابتی ندارد. هنگامی که تبلیغات شروع می‌شود، اقناع مخاطب سیر صعودی دارد اما سرانجام، در جایی، این سیر اقناع در مسیر مستقیم قرار می‌گیرد و سپس سیر نزولی پیدا می‌کند (محسنیان‌راد، ۱۳۸۲).

۱۲) قاعده شهادت دادن: تکنیک شهادت دادن یا تصدیق در تبلیغات سیاسی در

از گفتمان‌سازی تا جریان‌سازی بی‌بی‌سی فارسی بر محور پرونده‌های حقوق بشری ❖ ۸۷

حالتی است که شخص محترم و مورد اعتماد یا شخص غیرقابل اعتماد و منفوری درباره درستی یا نادرستی یک فکر، یک برنامه، یک محصول یا فردی ابراز عقیده می‌کند. این تکنیک شیوه‌ای متداول، به‌ویژه در عرصه آگهی‌های تجارتي و مبارزات انتخاباتی محسوب می‌شود (مهرداد، ۱۳۸۰: ۱۹۳).

۱۳) قاعده اغراق و بزرگ‌سازی: این پدیده همان موضوعی است که ادعا می‌کند دروغ هرچه بزرگ‌تر باشد، بیشتر اثر دارد. اغراق به‌طور معمول، از یک هسته اولیه آغاز می‌شود و سپس آن را بزرگ و بزرگ‌تر می‌کنند. ماجرای عراق نمونه بسیار مهمی از اغراق و بزرگ‌سازی در مورد صدام و سلاح‌های کشتار جمعی بود (محسنیان‌راد، ۱۳۸۲).

۱۴) تفرقه‌افکنی: در این روش، مجری عملیات روانی با شناسایی نقاط اختلاف جناح‌های دشمن همواره تشدید اختلافات داخلی را سرلوحه کار خود قرار می‌دهد. به این ترتیب، گروه‌ها، یکدیگر را دشمن می‌پندارند و تمام توجه خود را معطوف به برخورد با جناح مقابل می‌کنند (براتی، ۱۳۷۶: ۴۰).

۱۵) پاره حقیقت‌گویی: گاه نیز حادثه، خبر یا سخنی مطرح می‌شود که از نظر منبع و محتوای پیام، مجموعه‌ای به‌هم‌پیوسته و مرتب است که اگر بخشی از آن، نقل و بخشی، نقل نشود، جهت و نتیجه پیام منحرف می‌شود (تشکری، ۱۳۹۰: ۱۶).

۱۶) بی‌طرف‌نمایی یا عینیت‌نمایی: تکیه این روش بر چیدمان و مهندسی پیام است. برای مثال، در یک برنامه به‌ظاهر تعاملی، نظرهای موافق و مخالف مطرح می‌شود؛ اما تحلیل دقیق برنامه نشان می‌دهد که تمامی دیدگاه‌های مطرح شده، براساس یک مدل چیدمان نظر شکل گرفته است تا گزاره مطلوب رسانه در پوشش بیان نظرهای موافق و مخالف به مخاطب منتقل شود (یارمحمدی و احمدی، ۱۳۹۴: ۱۱۵).

۱۷) اهریمن‌سازی: در این تکنیک، مبلغ تلاش دارد تا تنفر و دشمنی جمعیت مخاطب را نسبت به عقیده، گروه و یا کشوری خاص برانگیزد؛ بر این اساس، اگر گروهی منفور (از دیدگاه رسانه)، سیاستی را پشتیبانی کند، صرف‌نظر از درست یا نادرست بودن آن، وجهه منفی گروه حامی این سیاست را بزرگنمایی می‌کند تا از این طریق بر مواضع جمعیت مخاطب اثر بگذارد (رضایی، ۱۳۹۰).

۱۸) توسل به منابع نامشخص: از این شگرد در بیشتر مواقع برای قوت بخشیدن به تکنیک شایعه استفاده می‌شود. رسانه‌ها با بیان عبارت‌ها و اصطلاحاتی چون «برخی منابع ناشناس گزارش دادند»، «به گزارش خبرگزاری‌ها» و... خبر مورد نظر خود را منتشر می‌کنند. در این حالت، سیاستگذاران رسانه‌ای یا خبری می‌دانند که مخاطبان چندان به دنبال پیگیری منبع خبری نیستند و هدفشان تنها انتشار خبر با استناد به «برخی منابع» است تا به راحتی بتوانند مقاصدشان را از این طریق دنبال کنند (آذربخش، ۱۳۹۲: ۲۱۰).

۱۹) ارزش‌گذاری و ارزش‌زدایی: در این تکنیک، به عنصر پیام از نظر ارزش توجه می‌شود، به این معنا که خوب یا بد و شایسته یا ناشایست بودن بار ارزشی پیام در جریان‌سازی مورد نظر است (آذربخش، ۱۳۹۲: ۱۹۵). به عبارت دیگر، از سوی، رسانه، عناصر مورد نظر خود را ارزشمند، از سوی دیگر، عناصر رقیب را فاقد ارزش معرفی می‌کند.

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش با استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی انجام شده است. کریپندورف این روش را به عنوان یک فن پژوهشی برای ربط دادن داده‌ها به مضمون آن، به گونه‌ای معتبر و تکرارپذیر تعریف می‌کند (ویمر و دومینیک، ترجمه سیدامامی، ۱۳۸۴). همچنین تحلیل محتوای کیفی را می‌توان روش پژوهشی برای تفسیر ذهنی محتوای داده‌های متنی، از طریق فرایندهای طبقه‌بندی نظام‌مند، کدبندی و تم‌سازی یا طراحی الگوهای شناخته شده دانست. همچنین یکی از ویژگی‌های بنیادین پژوهش‌های کیفی، نظریه‌پردازی به جای آزمون نظریه است. تحلیل محتوای کیفی به پژوهشگران اجازه می‌دهد اصالت و حقیقت داده‌ها را به گونه ذهنی، ولی با روش علمی تفسیر کنند. عینیت نتایج نیز از طریق یک فرایند کدبندی نظام‌مند تضمین می‌شود (ایمان و نوشادی، ۱۳۹۰: ۲۱).

رویکردهای عمده روش تحلیل محتوای کیفی، شامل رویکردهای استقرایی و قیاسی است؛ در پژوهش حاضر نیز از شیوه ترکیبی قیاسی - استقرایی استفاده شده

از گفتمان سازی تا جریان سازی بی‌بی‌سی فارسی بر محور پرونده‌های حقوق بشری ❖ ۸۹

است. در این رویکرد، ضمن استفاده از چارچوب‌های نظری پیشین، شیوه‌های جدید نیز به موارد قبلی افزوده می‌شود. در پژوهش حاضر، موارد انتخاب شده برای بررسی، با نظر خبرگان حوزه رسانه برگزیده شدند. همچنین به‌منظور دسترسی به اطلاعات کامل و جامع، وبسایت بی‌بی‌سی فارسی به‌عنوان جامعه مورد بررسی انتخاب شد. به‌منظور جامعیت نتایج، ۱۹۵ گزارش این وبسایت، مرتبط با موضوع پژوهش، در بازه زمانی حدوداً ۸ ساله (از تاریخ ۱ دی ۱۳۸۷ تا ۲۱ مهر ۱۳۹۵) تمام‌شماری شد. طی این روند بیش از ۳۰۳ کد به‌دست آمد که در ۵۳ مقوله جای گرفت. مقولات به‌دست‌آمده در نهایت ذیل دو محور اصلی دسته‌بندی شدند. به‌منظور افزایش اعتبار پژوهش، از معیارهای لینکلن و گوبا استفاده شده است. این دو پژوهشگر ۴ معیار باورپذیری، انتقال‌پذیری، وابستگی و اعتمادپذیری را برای ارزیابی نتایج پژوهش کیفی ارائه کرده‌اند (فلیک، ترجمه جلیلی، ۱۳۸۸: ۴۲۰).

سندلوسکی برای افزایش باورپذیری پیشنهاد می‌کند که از نقل قول اصیل و مستقیم استفاده شود چون می‌تواند توجه خواننده را به این موضوع جلب کند که نتایج از چه داده‌ها، کدها و مقولاتی به‌دست آمده است (مؤمنی‌راد و همکاران، ۱۳۹۲: ۲۱۶). به این منظور، در پژوهش حاضر، بخش‌هایی از گزارش‌های بی‌بی‌سی درباره موضوع پژوهش عیناً آمده است.

انتقال‌پذیری، مشابه تعمیم‌پذیری در رویکرد کمی به پژوهش است. در این زمینه لازم نیست که پژوهشگر به جنبه‌های قابل‌انتقال نظریه در بسترهای دیگر اشاره کند. جامعیت بخشیدن به بررسی داده‌ها در این زمینه کافی است. وابستگی، به ثبات نتایج در طول زمان می‌پردازد. شنتون^۱ (۲۰۰۴) در این باره می‌نویسد: «پیروی از روشی واحد از ابتدا تا انتهای کدگذاری، ثبت دقیق مراحل و شیوه ترکیب، تلفیق و تلخیص داده‌ها می‌تواند به محققان دیگر در تکرار پژوهش و نه الزاماً رسیدن به نتایج پژوهش کمک کند.» در این پژوهش تمامی مراحل کدگذاری را یک پژوهشگر انجام داده و این نکته

^۱Shenton

باعث پیروی از روشی واحد شده است. همچنین با ارائه کدهای اولیه پژوهش، به همراه بخش‌هایی از متن وبسایت بی‌بی‌سی در مقاله، تلاش شده است تا شیوه ترکیب داده‌ها تبیین شود. تأییدپذیری نیز به میزان تأیید ویژگی‌های داده‌های مورد بررسی پژوهشگر از سوی خوانندگان اشاره می‌کند. معادل این مؤلفه در رویکرد کمی، عینیت است. عینیت بررسی می‌کند که آیا یافته‌های پژوهش منعکس‌کننده خصوصیات داده‌ها هستند یا ترجیحات و سوگیری‌های پژوهشگر. مهم‌ترین تکنیک برآورده کردن تأییدپذیری بازبینی نتایج و فرایندهای پژوهش است (مؤمنی‌راد و همکاران، ۱۳۹۲: ۲۱۷). با هدف افزایش تأییدپذیری، این پژوهش چندین مرحله مورد بازبینی قرار گرفت و سوگیری‌های احتمالی ذهن پژوهشگر از آن حذف شد. همچنین پژوهشگر دوم این پژوهش، نتایج حاصل از روند کدگذاری ابتدایی را برای تحقق عینیت بررسی کرد تا تأییدپذیری افزایش یابد.

تحلیل یافته‌ها

۱. پرونده «نرگس محمدی»

الف) ویژگی‌های پرونده

این بخش سه دسته از ویژگی‌های «شخصیتی»، «خانوادگی» و «حقوقی» نرگس محمدی را در برمی‌گیرد. از جمله ویژگی‌های شخصیتی که می‌تواند از محمدی سوژه‌ای ارزشمند برای بی‌بی‌سی بسازد جوانی^۱، چهره رسانه‌ای، قلم شیوا و گفتار بلیغ وی است. همچنین بازنمایی ظلم به محمدی با توجه به جنسیت وی به دلیل فرهنگ غالب مردم کشورمان، خصوصیتی است که می‌تواند به جریحه‌دار شدن افکار عمومی و برانگیخته شدن احساسات منجر شود؛ چراکه اعتقاد به مظلومیت زنان و لزوم دفاع از حق ایشان در پس ذهن غالب مردم ایران وجود دارد. به این موارد باید وضعیت

۱. عبارات توپر، همان کدهای اولیه پژوهش در مرحله کدگذاری هستند.

از گفتمان سازی تا جریان سازی بی‌بی‌سی فارسی بر محور پرونده‌های حقوق بشری ❖ ۹۱

نامناسب جسمانی محمدی را نیز افزود. سوژه مورد نظر بی‌بی‌سی از بیماری آمبولی ریه رنج می‌برد و به دلیل اختلالات عصبی دچار فلج عضلانی نیز هست. دربند بودن چنین شخصی می‌تواند به درگیر کردن احساسات افکار عمومی منجر شود. نرگس محمدی از بعد خانوادگی، دارای ویژگی‌های منحصر به فردی است که باعث می‌شود بی‌بی‌سی وی را در صدر توجه خود قرار دهد. تقی رحمانی، همسر محمدی دارای سابقه محکومیت سیاسی است و اکنون به دلیل فرار از محکومیت در فرانسه زندگی می‌کند. از سوی دیگر، محمدی دارای فرزندان خردسال دوقلویی است که یکی از آنها نیز از بیماری رنج می‌برد. مانور رسانه‌ای روی چنین سوژه‌ای می‌تواند در تغییر نگاه مخاطبان نسبت به حاکمیت تأثیرگذار باشد و اقدامات حاکمیت را دلیل اصلی ازهم‌پاشیدگی خانواده محمدی معرفی کند. همچنین دوری محمدی از فرزندانش بیش از پیش عواطف مخاطب را درگیر می‌کند. از بعد ویژگی‌های حقوقی نیز محمدی نایب رئیس کانون مدافعان حقوق بشر است. همچنین وی رئیس هیئت اجرایی شورای ملی صلح است. به علاوه، محمدی برنده جایزه کمیته علمی بنیاد الکساندر لانگر^۱ است؛ بنابراین، از وجهه حقوقی مناسبی برای مطرح شدن در افکار عمومی برخوردار است و همین نکته ارزش خبری مهمی برای بی‌بی‌سی فارسی در پوشش مفصل اخبار مرتبط با اوست.

ب) شیوه پرداخت

مقوله‌بندی یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که بی‌بی‌سی در پوشش پرونده نرگس محمدی، بیش از ۱۶ تکنیک رسانه‌ای را به کار بسته است که هر یک از آنها، موارد دیگری را در برمی‌گیرد.

بی‌بی‌سی طی فرایندی با استفاده از تکنیک «ادعای بی‌پشتوانه»، تلاش کرده است تا مهم‌ترین نهاد حقوقی جمهوری اسلامی را ناقض قانون معرفی کند. این شبکه با به‌کارگیری تکنیک «اهریمن‌سازی» و با استفاده از دو موضوع تصویرسازی منفی از عوامل

^۱Alexander Longer

انسانی قوه قضاییه و نقض حریم بیماران زندانی از سوی این قوه سعی کرده است به «ایجاد تقابل میان مردم و قوه قضاییه» دست یابد. بخشی از گزارش وبسایت بی‌بی‌سی (۱۳۸۹) در این باره به این شرح است: «همسر خانم محمدی دوبار نامه پزشک را به زندان اوین برده که بار نخست اعلام شده نامه گم شده است و بار دوم نامه را تحویل گرفتند اما دیر ترتیب اثر داده شد و بیماری نرگس محمدی تشدید شده است. همسر محمدی می‌گوید: با این شرایط همچنان بازجویی از همسرم انجام می‌گرفته است».

«تکنیک تکرار» یکی دیگر از تکنیک‌های به کار گرفته شده است تا به این ترتیب، با پوشش مکرر «وضعیت جسمانی»، «وضعیت محکومیت و حقوقی» و «وضعیت نامناسب فرزندان» محمدی، این پرونده در ذهن مخاطبان تثبیت شود. تکنیک «عینیت‌نمایی» به کمک نمایش حذف واسطه‌ها روش دیگری است که علاوه بر احساس نزدیکی مخاطب با سوژه، موجب جلب اعتماد وی می‌شود.

«اغراق و بزرگ‌سازی» تکنیکی است که این شبکه با استفاده از آن تلاش می‌کند پرونده محمدی را برای مخاطب فارسی‌زبان، به شکل دغدغه‌های جهانی جلوه دهد و ضریب اهمیت آن را نزد افکار عمومی بالا ببرد. بی‌بی‌سی همچنین به وسیله تکنیک «شهادت دادن» با پوشش مفصل حمایت‌های اشخاص و نهادهای معتبر خارجی (همچون اتحادیه اروپا و وزارت خارجه ایالات متحده آمریکا) از محمدی، سعی می‌کند از اعتبار این افراد و نهادها برای نشان دادن اهمیت موضوع استفاده کند. این شبکه به کمک «اسطوره‌سازی» سعی کرده است چهره‌ای قهرمان‌گونه از محمدی ترسیم کند. «راوی همجنس» نام تکنیک دیگری است که بی‌بی‌سی فارسی برای القای حس نزدیکی مخاطبان به ویژه بانوان با نرگس محمدی از آن بهره برده است.

این رسانه همچنین سعی کرده است به مقتضای زمان انتشار، موضوع و روح حاکم بر گزارش، از تکنیک «برچسب‌های اقتضایی» استفاده کند. بی‌بی‌سی تلاش می‌کند به منظور نزدیکی هرچه بیشتر به مخاطب و آشنایی او با محورهای مورد نظر شبکه، پیام‌هایش را هرچه ساده‌تر منتقل کند. این رسانه حتی در برخی موارد به انتشار مطالبی با نگارش غیررسمی اقدام کرده است. این گزارش‌ها به‌طور عمده جنبه عاطفی بیشتری دارند و برای ایجاد حس قرابت میان مخاطب و رویداد تنظیم می‌شوند.

از گفتمان سازی تا جریان سازی بی‌بی‌سی فارسی بر محور پرونده‌های حقوق بشری ❖ ۹۳

از جمله روش‌های پرکاربرد بی‌بی‌سی در این پرونده «استفاده از ارزش‌ها برای تأثیرگذاری بر نگرش‌ها» است. این رسانه سعی کرده است در پوشش اخبار محمدی، «اقدامات وی را در پوششی خیرخواهانه به مخاطب عرضه کند.» بی‌بی‌سی با استفاده از القابی چون فعال حقوق بشر، حامی حقوق زندانیان سیاسی، دموکراسی‌خواه، مدافع آزادی بیان و فعال مدنی از محمدی چهره‌ای خیرخواه ترسیم کرده است. از سوی دیگر بی‌بی‌سی بر روابط عاطفی خانوادگی محمدی تأکید بسیار زیادی دارد. در برخی گزارش‌ها ماجرای زندگی خانوادگی محمدی را از زاویه نگاه کودکان خردسال وی ترسیم می‌کند و در برخی دیگر، از دیدگاه نرگس محمدی به‌عنوان یک مادر، به ترسیم این زندگی برای مخاطب می‌پردازد و در نهایت، این خانواده از هم‌پاشیده را حاصل ظلم حکومت معرفی می‌کند. برای نمونه، بی‌بی‌سی در تاریخ ۹۴/۴/۳۰ به نقل از نرگس محمدی در وب‌سایتش می‌نویسد: «ساعت ۱۰ و نیم مأموران وزارت اطلاعات برای بازداشت من وارد خانه شدند. علی جان گریه می‌کرد. روی پاهایم گذاشتمش. لالایی خواندم تا خوابید. کیانا بی‌تاب و بی‌قرار بود. ساعت ۱ و نیم نصفه‌شب بود. مأموران نه کودک بی‌قرارم را می‌دیدند و نه مادر آشفته حال را. دستور دادند حرکت کن، باید برویم. سعی کردم کیانا را از خودم جدا کنم. دست‌های کوچکش را با تمام توانش دور گردنم قلاب کرده بود. با دست‌هایم به‌زحمت دستانش را باز کردم و بغل تقی (تقی رحمانی همسر خانم محمدی) دادم. با صدای بلند گریه می‌کرد. چشمانم جلوی پاهایم را نمی‌دید، با ناله‌اش قلبم پاره‌پاره می‌شد، اما باید می‌رفتم».

بی‌بی‌سی همچنین در این پرونده از تکنیک «استقرا و تعمیم ناقص» بهره برده است. این رسانه در بررسی پرونده نرگس محمدی سعی دارد تا اتهام‌هایی را متوجه قوه قضاییه کشور کند. بی‌بی‌سی وضعیت ترسیم‌شده را شامل همه زندانیان سیاسی معرفی می‌کند و با استفاده از این تکنیک، اشکالات ادعا شده را به کل حاکمیت تعمیم می‌دهد. «پاره حقیقت‌گویی» تکنیک دیگری است که این رسانه در گزارش‌های مختلف خود به‌کار برده است. به‌علاوه، برای جلب اعتماد حداکثری مخاطب، از تکنیک «افزایش اعتبار منابع همسو» نیز استفاده شده است.

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که بی‌بی‌سی با استفاده از تکنیک «برجسته‌سازی اظهارات نامتعارف» سعی دارد تصویری غیرعقلانی از مقامات قضایی حکومت ارائه کند. این شبکه با تأکید بر چنین اظهاراتی، تلاش می‌کند تا مسئولان قضایی کشور و در مقام بالاتر، کلیت حاکمیت را در تقابل با خردگرایی جلوه دهد.

یکی از پرکاربردترین تکنیک‌های مورد استفاده بی‌بی‌سی در این پرونده «تفرقه‌افکنی» است. این رسانه کوشیده است تا از شکاف‌های سیاسی، جنسیتی و مذهبی موجود در کشور استفاده کند. در زمینه شکاف‌های جنسیتی، بی‌بی‌سی با گزاره‌هایی چون تجاوز قوه قضاییه به حریم بانوان مسلمان، تبعیض آشکار و سختگیری‌های افراطی علیه زنان زندانی سیاسی - عقیدتی، ایجاد شرایط دشوار برای زنان و لزوم تغییر آن به میدان آمده است. برای مثال، می‌توان به بخشی از نامه همسر نرگس محمدی به دادستان تهران که در وبسایت بی‌بی‌سی منتشر شده است، اشاره کرد: «مأموران امنیتی در ورودی خانه را با دیلم شکسته بودند و بدون گفتن کلمه‌ای یا صدایی در حالی وارد منزل او شدند که نه او لباس مناسبی بر تن داشته و نه حجابی بر سر. آیا با وضع ظاهری درون خانه دیدن من، یک مادر، یک زن ۳۷ ساله در منزل شخصی و در شب‌هنگام توسط مردان ناشناس و نامحرم هیچ گناهی در پیشگاه خداوند متعال نیست؟» (۱۳۸۹).

در زمینه شکاف‌های مذهبی نیز این شبکه تلاش می‌کند تا حمایت نرگس محمدی از لغو اعدام چند تن از اهل سنت را به موضوعی اختلافی تبدیل کند. در موضوع شکاف‌های سیاسی اما بی‌بی‌سی به دنبال ایجاد تقابل میان جریان‌های داخلی کشور و حامیان آنان با محوریت حقوق بشر است. این رسانه با ایجاد دوقطبی، برخی از جریان‌های سیاسی و سیاستمداران را در مقابل یکدیگر قرار می‌دهد.

۲. پرونده «نازنین زاغری»

الف) ویژگی‌های پرونده

این پرونده نیز سه دسته از ویژگی‌های «شخصیتی»، «خانوادگی» و «حقوقی» نازنین

از گفتمان سازی تا جریان سازی بی بی سی فارسی بر محور پرونده های حقوق بشری ❖ ۹۵

زاغری را شامل می شود. از جمله خصوصیات که ذیل مقوله ویژگی های شخصیتی وی قرار می گیرد، می توان به زن بودن و جوانی زاغری اشاره کرد. داشتن همسر بریتانیایی و همچنین مادری فرزندی خردسال نیز ذیل ویژگی های خانوادگی وی تعریف می شود. همچنین از دو تابعیتی بودن و عضویت در بنیاد خیریه رویترز می توان به ویژگی های حقوقی زاغری اشاره کرد؛ بنابراین تمامی موارد گفته شده، زمینه لازم را برای پوشش مفصل پرونده زاغری از سوی بی بی سی فراهم می کند.

الف) شیوه پرداخت

به نظر می رسد که بی بی سی فارسی در پوشش پرونده نازنین زاغری از ۸ تکنیک جریان سازی بهره برده است.

این رسانه با استفاده از تکنیک «اهریمن سازی» تلاش کرده است با مطرح کردن مواردی چون مراقبت های پزشکی ناکافی، نداشتن دسترسی به وکیل، ظالمانه بودن حکم صادر شده، گرفتن اعترافات اجباری، جدا کردن مادر از فرزند و به طور کلی، نقض حقوق زندانیان سیاسی زن، تصویری منفی از قوه قضاییه ارائه کند. برای مثال، بی بی سی می نویسد: «آقای تکلیف (همسر زاغری) گفته همسرش در هفته های اول در انفرادی بوده و تحت فشار مجبور به امضای اعتراف شده است» (۱۳۹۵).

بی بی سی با روشی موسوم به «ادعای بی پشتوانه» بدون ارائه سند، مدعی اعلام آزادی مشروط زاغری از سوی مسئولان جمهوری اسلامی در ازای دریافت پول از بریتانیا شده است. این رسانه همچنین با استفاده از تکنیک «شهادت دادن» به حمایت اشخاص و نهادهای تأثیرگذاری چون نخست وزیر انگلستان، مدیر بنیاد تامسون رویترز^۱ و سازمان حقوق بشری عفو بین الملل از زاغری پرداخته است تا به این ترتیب، پرونده یاد شده را پرونده ای جهانی و مهم معرفی کند. بی بی سی می نویسد: «ترزا می^۲، نخست وزیر بریتانیا در گفتگوی تلفنی با حسن روحانی، رئیس جمهور ایران در مورد

^۱ Thomson Reuters

^۲ Theresa May

پرونده چند شهروند دارنده تابعیت دوگانه ایرانی - بریتانیایی از جمله نازنین زاغری ابراز نگرانی کرده است» (۱۳۸۵).

«اغراق و بزرگ‌سازی» نام تکنیک جریان‌سازی دیگری است که در این زمینه مطرح می‌شود. بی‌بی‌سی با این رویکرد تلاش می‌کند تا نشان دهد که پرونده‌های حقوق بشری جمهوری اسلامی به دغدغه‌ای بین‌المللی تبدیل شده است و به این ترتیب، فشار افکار عمومی را علیه حاکمیت افزایش دهد.

«استفاده از ارزش‌ها برای تأثیرگذاری بر نگرش‌ها» تکنیک دیگر به کار گرفته شده از سوی بی‌بی‌سی در این پرونده است. این شبکه کوشیده است با بهره‌گیری از مقدسات و عواطف مخاطب، اقدامات زاغری را در پوشش فعالیت خیریه معرفی کند. همچنین با پرداختن به جدایی متهم از فرزند، مادر، همسر و خواهر تلاش کرده است از احساسات مخاطبان استفاده کند. بی‌بی‌سی در این باره می‌نویسد: «خانم زاغری از زمان دستگیری در روز سوم آوریل (۱۵ فروردین) به وکیل دسترسی نداشته، اجازه نداشته با همسرش در خارج از کشور تماس بگیرد و حتی اجازه نداشته با دختر ۲۲ ماهه خود ملاقات کند» (۱۳۹۵).

«قاعده تکرار» نیز از جمله تکنیک‌های مورد استفاده در پوشش این پرونده است. از دیگر تکنیک‌های جریان‌سازی در این پرونده می‌توان به «استقرا و تعمیم ناقص»؛ همچنین «تفرقه‌افکنی» اشاره کرد.

۳. پرونده «امید کوکبی»

الف) ویژگی‌های پرونده

یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که دو دسته از «ویژگی‌های شخصیتی» و «ویژگی‌های علمی» باعث توجه بی‌بی‌سی به این پرونده شده است. محکومیت در شرایط نامساعد جسمی و ابتلا به سرطان کلیه در عین جوانی از جمله ویژگی‌هایی است که می‌تواند ارزش خبری مهمی برای بی‌بی‌سی فارسی باشد. همچنین امید کوکبی در زمره اقلیت‌های قومی و

از گفتمان سازی تا جریان سازی بی‌بی‌سی فارسی بر محور پرونده‌های حقوق بشری ❖ ۹۷

مذهبی کشور است. وی فردی ترکمن و سنی مذهب است. از جمله ویژگی‌های علمی که وی را به یکی از پربسامدترین سوژه‌های حقوق بشری بی‌بی‌سی تبدیل کرده است، می‌توان به رتبه ۲۹ وی در کنکور سراسری سال ۷۹ در رشته ریاضی و همچنین رتبه سوم المپیاد علمی شیمی ایران اشاره کرد. دریافت لوح تقدیر از رهبر ایران به ادعای وکیل کوکبی، تحصیل در دانشگاه صنعتی شریف و بارسلون اسپانیا و همچنین تحصیل در دانشگاه تگزاس امریکا در رشته فیزیک اتمی و در مقطع دکترا، از دیگر ویژگی‌های علمی کوکبی است که می‌تواند برای مخاطبان جذاب باشد.

ب) شیوه پرداخت

به نظر می‌رسد که بی‌بی‌سی فارسی در پوشش این پرونده از ۹ تکنیک جریان‌سازی بهره گرفته است.

«تقابل سازی» یا «تفرقه‌افکنی» یکی از پرکاربردترین تکنیک‌های این رسانه بوده است. بی‌بی‌سی با دامن زدن به اختلافات قومی و مذهبی، همچنین ایجاد شکاف میان جامعه علمی و حاکمیت کوشیده است تا دودسته‌گی ایجاد کند. این رسانه در بسیاری از گزارش‌های خود به این مطلب اشاره می‌کند که «آقای کوکبی سنی مذهب و از قوم ترکمن ایران است» (۱۳۹۳).

علاوه بر این، برخی از فعالان شبکه‌های اجتماعی (به‌مثابه کل مردم ایران) و برخی از عناصر مخالف نظام و حامیان کوکبی را در یک طرف رقابت و در مخالفت با جمهوری اسلامی قرار داده است.

بی‌بی‌سی همچون دو پرونده دیگر، در این پرونده نیز از تکنیک «اغراق و بزرگسازي» برای جریان‌سازی استفاده کرده است. پوشش اخبار نامه کوکبی به رئیس‌جمهور، نامه ۱۸ برنده جایزه نوبل به رهبر انقلاب و تبدیل شدن موضوع امید کوکبی به ترند نخست دنیا در توییتر از جمله مواردی است که در گزارش‌های بی‌بی‌سی به چشم می‌خورد. این رسانه می‌نویسد: «روز گذشته گروه پرشماری از کاربران اینترنت در توییتر با توییت‌های خود با هشتک #FreeOmid و #امید کوکبی خواستار آزادی

او شدند. تعداد زیاد توییت‌ها باعث شد این هشتک به ترند اول توییتر تبدیل شود» (۱۳۹۵). بی‌بی‌سی با استفاده از تکنیک اغراق نیز سعی می‌کند پرونده یاد شده را نزد افکار عمومی، بزرگ جلوه دهد.

همچنین می‌توان از پوشش خبر حمایت انجمن فیزیكدانان امریکا، مدیر بخش خاورمیانه دیده‌بان حقوق بشر و انجمن گسترش علوم امریکا از امید کوکی به‌عنوان بخشی از طرح به‌کارگیری تکنیک «شهادت دادن» اشاره کرد. یکی دیگر از این تکنیک‌ها «هریمن‌سازی» است. گرفتن اعتراف اجباری، ممانعت از دسترسی به مراقبت‌های پزشکی ضروری، قطع ارتباط زندانی با خانواده، ایجاد خوف، ترس و اکراه، تهدید و سلول انفرادی، از جمله گزاره‌هایی است که بی‌بی‌سی به قوه قضاییه نسبت داده است.

این رسانه با استفاده از تکنیک «ادعای بی‌پشتوانه» مدعی زندانی شدن کوکی به‌دلیل امتناع از همکاری با مراکز تحقیقات نظامی جمهوری اسلامی ایران و مداخله دست‌های فراقانونی در این زمینه شده است (۱۳۹۳). بی‌بی‌سی در کنار این موارد، از تکنیک‌هایی چون «توسل به منابع نامشخص»، «افزایش اعتبار منابع همسو»، «استفاده از ارزش‌ها برای اثرگذاری بر نگرش‌ها» و همچنین «قاعدۀ تکرار» نیز برای جریان‌سازی درباره این پرونده استفاده کرده است.

۴. پرونده «محمدعلی طاهری»

الف) ویژگی‌های پرونده

یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که شخص محمدعلی طاهری، دارای ویژگی‌هایی است که وی را به چهره‌ای قابل توجه برای رسانه‌ها تبدیل می‌کند. بنیانگذاری عرفان حلقة و شهرت قابل توجه از جمله این ویژگی‌هاست. بیان گیرا و حمایت مقطعی حاکمیت از وی نیز دلایل دیگری است که این پرونده را در زمره پربسامدترین پرونده‌های حقوق بشری بی‌بی‌سی جای می‌دهد. همچنین می‌توان به تعداد قابل توجه حامیان جوان طاهری در داخل و خارج از کشور با ظرفیت کمپین‌سازی اشاره کرد.

از گفتمان سازی تا جریان سازی بی‌بی‌سی فارسی بر محور پرونده‌های حقوق بشری ❖ ۹۹

ب) شیوه پرداخت

در این پرونده نیز ۹ تکنیک جریان‌سازی به کار گرفته شده است: بی‌بی‌سی در این پرونده، بارها از تکنیک «ارزش‌زدایی و ارزش‌گذاری» استفاده کرده است. این رسانه در بند پایانی اغلب گزارش‌های وبسایت خود، می‌نویسد: «حکومت ایران، از سال‌ها پیش مقابله با آیین‌های معنوی متفاوت با مفاهیم سنتی اسلام را در دستور کار قرار داده و بسیاری از رهبران و پیروان این آیین‌ها را دستگیر کرده است» (۱۳۹۴). بی‌بی‌سی سعی می‌کند با استفاده از نسبت دادن گزاره «مفاهیم سنتی» به اسلام، از دین رسمی کشور ارزش‌زدایی کند و در مقابل، با توصیف عقاید طاهری و پیروانش به‌عنوان «آیین معنوی» به آن ارزش مثبت ببخشد. همچنین این رسانه می‌کوشد تا از این طریق، چهره‌ای سنتی و متحجر از جمهوری اسلامی ترسیم کند. بی‌بی‌سی با استفاده از تکنیک «تفرقه‌افکنی» یا «تقابل‌سازی»، «مردم، قانون‌گرایی، نوگرایی دینی و آزادی عقیده» را در یک سوی میدان و حاکمیت را در مقابل آن قرار می‌دهد. علاوه بر این، با بهره‌گیری از تکنیک «ادعای بی‌پشتوانه» مدعی برچسب زدن جمهوری اسلامی به رقبا و پیشنهاد اعتراف طاهری به ارتباط با امریکا به‌منظور رهایی از اعدام می‌شود.

بی‌بی‌سی در کنار استفاده از موارد یاد شده، از تکنیک‌های دیگری چون «توسل به منابع نامشخص»، «شهادت دادن» و «اهریمن‌سازی» نیز استفاده کرده است. برای نمونه بی‌بی‌سی در وبسایت خود می‌نویسد: «آقای طاهری در نامه‌ای خطاب به احمد شهید، گزارشگر سابق حقوق بشر سازمان ملل برای ایران، گفته بود بازجویان سپاه با اعمال فشار و شکنجه روانی او را وادار به اعترافات ساختگی کردند» (۱۳۹۵). «اغراق و بزرگ‌سازی»، «تکرار» و همچنین «قاعدده استفاده از ارزش‌ها برای اثرگذاری در نگرش‌ها» از دیگر تکنیک‌های مورد استفاده بی‌بی‌سی در این پرونده است.

جدول ۱. کدهای اولیه پژوهش

ردیف	نام پرونده	کدها
۱	نرگس محمدی	<p>جوانی چهره رسانه‌ای، قلم شیوا، گفتار بلیغ، زن بودن، وضعیت نامناسب جسمانی و بیماری آمبولی ریه، اختلالات عصبی و فلج عضلانی، محکومیت سیاسی همسر محمدی، زندگی همسر محمدی در فرانسه به دلیل محکومیت سیاسی، داشتن فرزندان خردسال دوقلو، بیماری یکی از فرزندان، معرفی حاکمیت به عنوان عامل دوری محمدی از فرزندان، نایب رئیسی کانون مدافعان حقوق بشر، رئیس هیئت اجرایی شورای ملی صلح، برنده جایزه کمیته علمی بنیاد الکساندر لانگر، تصویرسازی منفی از عوامل انسانی قوه قضاییه و نقض حریم بیماران زندانی، ایجاد تقابل میان مردم و قوه قضائیه، پوشش مفصل حمایت‌های اشخاص و نهادهای معتبر خارجی (همچون اتحادیه اروپا و وزارت خارجه ایالات متحده امریکا)، ترسیم چهره‌ای قهرمان گونه، به کار بردن القابی چون فعال حقوق بشر، حامی حقوق زندانیان سیاسی، دموکراسی خواه، مدافع آزادی بیان و فعال مدنی، ترسیم چهره‌ای خیرخواه، روایت از زاویه نگاه کودکان خردسال، روایت از زاویه نگاه نرگس محمدی به عنوان یک مادر، ارائه تصویری غیرعقلانی از مقامات قضایی حکومت، دامن زدن به شکاف‌های سیاسی، جنسیتی و مذهبی موجود، تجاوز قوه قضاییه به حریم بانوان مسلمان، تبعیض آشکار و سختگیری‌های افراطی علیه زنان زندانی سیاسی - عقیدتی، ایجاد شرایط سخت برای زنان و لزوم تغییر شرایط برای آنان، حمایت نرگس محمدی از لغو اعدام چند تن از اهل سنت</p>
۲	زینب زعفرانی	<p>زن بودن، جوانی، داشتن همسر بریتانیایی، مادری فرزندی خردسال، دو تابعیتی بودن، عضویت در بنیاد خیریه رویترز، مراقبت‌های پزشکی ناکافی، نداشتن دسترسی به وکیل، ظالمانه بودن حکم صادرشده، گرفتن اعترافات اجباری، جدا کردن مادر از فرزند، نقض حقوق زندانیان سیاسی زن، اعلام آزادی مشروط زاغری در ازای دریافت پول از بریتانیا از سوی مسئولان جمهوری اسلامی، حمایت نخست‌وزیر انگلستان، مدیر بنیاد تامسون رویترز و سازمان حقوق بشری عفو بین‌الملل از زاغری، دغدغه‌ای بین‌المللی، بهره‌گیری از مقدسات و عواطف مخاطب، پوشش اقدامات زاغری در قالب فعالیت خیریه، محکوم کردن حاکمیت به دلیل جدا کردن متهم از فرزند، مادر، همسر و خواهر</p>

از گفتن‌سازی تا جریان‌سازی بی‌بی‌سی فارسی بر محور پرونده‌های حقوق بشری ❖ ۱۰۱

ادامه جدول ۱

ردیف	نام پرونده	کدها
۳	کوکبی	شرایط نامساعد جسمی و مبتلا بودن به سرطان کلیه در عین جوانی، اقلیت‌های قومی و مذهبی، ترکمن، سنی مذهب، رتبه ۲۹ در کنکور سراسری سال ۷۹ در رشته ریاضی، کسب رتبه سوم المپیاد علمی شیمی ایران، دریافت لوح تقدیر از رهبر ایران به ادعای وکیل کوکبی، تحصیل در دانشگاه صنعتی شریف و بارسلون اسپانیا، تحصیل در دانشگاه تگزاس امریکا در رشته فیزیک اتمی و در مقطع دکترا، دامن زدن به اختلافات قومی، مذهبی و همچنین ایجاد شکاف میان جامعه علمی و حاکمیت، پوشش اخبار نامه کوکبی به رئیس‌جمهور، نامه ۱۸ برنده جایزه نوبل به رهبر انقلاب و تبدیل شدن موضوع امید کوکبی به ترند نخست دنیا در توئیتر، حمایت انجمن فیزیکدانان امریکا، مدیر بخش خاورمیانه دیدبان حقوق بشر و انجمن گسترش علوم امریکا از کوکبی، گرفتن اعتراف اجباری، ممانعت از دسترسی به مراقبت‌های پزشکی ضروری، قطع ارتباط زندانی با خانواده و خوف، ترس، اکراه، تهدید و سلول انفرادی، زندانی شدن کوکبی به دلیل امتناع از همکاری با مراکز تحقیقات نظامی جمهوری اسلامی ایران و مداخله دست‌های فراقانونی در زندانی کردن او
۴	ممنوع‌الخروج	بنیانگذاری عرفان حلقه، شهرت قابل توجه، بیان گیرا، حمایت مقطعی حاکمیت از وی و تعداد قابل توجه حامیان جوان در داخل و خارج از کشور با ظرفیت کمپین‌سازی، تقابل جمهوری اسلامی با آیین‌های معنوی متفاوت با مفاهیم سنتی اسلام، ترسیم چهره‌ای سنتی و متحجر از حاکمیت، برچسب زدن جمهوری اسلامی به رقبا و پیشنهاد اعتراف طاهری به ارتباط با امریکا به منظور رهایی از اعدام

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج حاصل از بررسی یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که گزارش‌های شبکه بی‌بی‌سی فارسی، مرتبط با موضوع پژوهش را می‌توان در دو بخش «انتخاب سوژه‌های جریان‌ساز» و «تکنیک‌های جریان‌سازی» دسته‌بندی کرد. در بخش انتخاب سوژه‌های

جریان‌ساز، تعداد ۶۲ کد و در بخش تکنیک‌های جریان‌سازی، بیش از ۲۴۱ کد شناسایی شدند که در مجموع، حدود ۳۰۳ کد اولیه را شامل می‌شود.

در بخش انتخاب سوژه‌های جریان‌ساز، پژوهشگر به دنبال دلایل انتخاب این سوژه‌ها از سوی بی‌بی‌سی فارسی بوده است؛ به عبارت دیگر، این دلایل، ارزش‌های خبری ویژه بی‌بی‌سی در پرونده‌های حقوق بشری هستند. نتیجه‌گیری از یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که این رسانه به دلایل خاصی روی این پرونده‌ها تمرکز کرده است. به نظر می‌رسد که بی‌بی‌سی، دارای پازلی طراحی شده از وضع مطلوب بازنمایی پرونده‌های حقوق بشر از منظر خود است و در انتخاب سوژه‌هایش سعی می‌کند اجزای این پازل را تکمیل کند. در ادامه، با بررسی موردی این سوژه‌ها، پازل طراحی شده این شبکه بازمهندسی شده است.

نتایج پژوهش نشان می‌دهد که بی‌بی‌سی در انتخاب نرگس محمدی به‌عنوان پربسامدترین سوژه خود در پرونده‌های حقوق بشری، هدفمند عمل کرده است. وی به‌دلیل شرایط ویژه جسمی و خانوادگی، از قابلیت تحریک احساسات و عواطف عمومی برخوردار است. از طرفی، او یک زن است و پوشش اخبار محکومیت‌های او می‌تواند انگاره تقابل قوه قضاییه (به‌مثابه نماینده جمهوری اسلامی) با حقوق زنان را ایجاد کند؛ انگاره پایمال شدن حقوق زنان در اسلام که سال‌هاست از سوی مخالفان حاکمیت تبلیغ و ترویج می‌شود.

از سوی دیگر، نرگس محمدی به‌عنوان یک وکیل و همچنین نایب رئیس کانون مدافعان حقوق بشر، سوژه مناسبی برای نمایش تقابل جمهوری اسلامی با قوانین حقوق بشری است. روایت تقابل یک حقوقدان با قوه قضاییه می‌تواند عملکرد مجموعه نظام قضایی کشور را با تردید روبه‌رو کند چراکه در اینجا سوژه انتخابی دارای تخصص مرتبط با موضوع است و همین نکته باعث تقویت انگاره مورد نظر بی‌بی‌سی می‌شود.

در مورد دلایل انتخاب نازنین زاغری نیز باید گفت که وی به‌دلیل دو تابعیتی بودن، نماینده خوبی برای دو تابعیتی‌ها و ایرانیان خارج از کشور است. بی‌بی‌سی با انتخاب این سوژه به دنبال نمایش برخورد حاکمیت با ایرانیان خارج از کشور است. از سوی دیگر، نازنین زاغری همچون نرگس محمدی دارای شرایط ویژه خانوادگی است.

از گفتمان‌سازی تا جریان‌سازی بی‌بی‌سی فارسی بر محور پرونده‌های حقوق بشری ❖ ۱۰۳

به علاوه، او نیز یک زن است و مواردی که درباره نرگس محمدی بیان شد، در خصوص وی نیز صادق است.

امید کوکبی اما دارای خصوصیتی است که می‌تواند بخش‌های دیگری از پازل انگاره‌سازی بی‌بی‌سی از جمهوری اسلامی را تکمیل کند. وی در گزارش‌های این شبکه به دلیل برخوردار بودن از شرایط برجسته علمی در جایگاه نماینده علم و پیشرفت در مقابل تحجر حاکمان گذاشته می‌شود. به بیان دیگر، انگاره تقابل علم و دین یا تقابل جمهوری اسلامی با پیشرفت، از طریق انتخاب کوکبی تقویت می‌شود. انگاره‌ای که از آن با عنوان ایران سیاه - غرب طلایی یاد می‌شود. از سوی دیگر، امید کوکبی از اقلیت‌های قومی و مذهبی است و در گزارش‌های بی‌بی‌سی به عنوان نماینده این اقلیت‌ها در مقابل جمهوری اسلامی قرار می‌گیرد تا ظرفیت نهفته در این قشر از جامعه را علیه حکومت فعال کند.

نتایج حاصل از پژوهش درباره تکنیک‌های انتخاب سوژه در خصوص محمدعلی طاهری نیز حکایت از انتخاب دقیق وی به عنوان نماینده گفتمان نوگرایی و روشنفکری دینی در مقابل گفتمان سنت‌گرایی منتسب به حاکمیت دارد. طاهری در گزارش‌های بی‌بی‌سی به عنوان نماد آزادی اندیشه و پویایی تفکر دینی معرفی می‌شود و قوه قضاییه به عنوان نماینده حاکمیت، در جایگاه جمود فکری و تحجر دینی قرار می‌گیرد. همچنین جریان‌سازی روی این سوژه می‌تواند به انگاره قدیمی مخالفت اسلام با آزادی بیان در جامعه دامن بزند.

به این ترتیب، بی‌بی‌سی با انتخاب چنین سوژه‌هایی به دنبال ایجاد انگاره‌هایی از قبیل «تقابل اسلام و حقوق زنان»، «تقابل اسلام و حقوق بشر»، «تقابل انقلاب اسلامی با ایرانیان خارج از کشور»، «ایران سیاه - غرب طلایی»، «تقابل علم و دین» و «مخالفت اسلام با آزادی بیان و اندیشه» است.

به نظر می‌رسد که این رسانه در سطح سیاست‌گذاری، گفتمان‌های رقیب گفتمان انقلاب اسلامی را شناسایی کرده است و در انتخاب سوژه‌هایش، به طور دقیق، از پازل طراحی شده خود برای تضعیف گفتمان انقلاب و تقویت گفتمان مورد نظر خویش پیروی می‌کند.

با بررسی نتایج پژوهش در بخش تکنیک‌های جریان‌سازی، مشخص شد؛ بی‌بی‌سی

۱۰۴ ❖ پژوهش‌های ارتباطی / سال بیست‌وششم / شماره ۱ (پیاپی ۹۷) / بهار ۱۳۹۸

فارسی از ۱۸ تکنیک متفاوت استفاده کرده است که از این میان ۶ تکنیک در مورد هر ۴ سوژه مشترک است. همان‌طور که در جدول ۲ مشاهده می‌شود، تکنیک‌های «تفرقه‌افکنی»، «شهادت دادن»، «استفاده از ارزش‌ها برای اثرگذاری بر نگرش‌ها»، «اغراق و بزرگ‌سازی»، «اهریمن‌سازی» و «ادعای بی‌پشتوانه» از این قبیل هستند.

جدول ۲. تکنیک‌های جریان‌سازی مورد استفاده بی‌بی‌سی فارسی

محمدعلی طاهری	امید کوکبی	نازنین زاغری	نرگس محمدی	تکنیک جریان‌سازی
*	*	*	*	۱. تفرقه‌افکنی
*	*	*	*	۲. شهادت دادن
			*	۳. پاره حقیقت‌گویی
		*	*	۴. استقرا و تعمیم ناقص
*	*	*	*	۵. قاعده استفاده از ارزش‌ها برای اثرگذاری بر نگرش‌ها
			*	۶. سادگی در پیام
*	*	*	*	۷. اغراق و بزرگ‌سازی
*		*	*	۸. تکرار
			*	۹. عینیت‌نمایی
*	*	*	*	۱۰. اهریمن‌سازی
*				۱۱. ارزش‌گذاری و ارزش‌زدایی
*	*			۱۲. توسل به منابع نامشخص
*	*	*	*	۱۳. طرح ادعای بدون پشتوانه
			*	۱۴. برجسته‌سازی اظهارات نامتعارف
			*	۱۵. راوی هم‌جنس
	*		*	۱۶. افزایش اعتبار منابع همسو
			*	۱۷. برچسب‌های اقتضایی
			*	۱۸. اسطوره‌سازی

از گفتمان‌سازی تا جریان‌سازی بی‌بی‌سی فارسی بر محور پرونده‌های حقوق بشری ❖ ۱۰۵

از میان ۱۸ تکنیک شناسایی‌شده در این پژوهش، ۱۲ مورد در مبانی نظری پیشین این حوزه موجود است و ۶ مورد، تکنیک‌هایی بوده که در پژوهش حاضر کشف و شناسایی شده است. این ۶ مورد شامل تکنیک‌های «برجسته‌سازی اظهارات نامتعارف»، «افزایش اعتبار منابع همسو»، «استفاده از راوی همجنس»، «استفاده از برجسب‌های اقتضایی»، «اسطوره‌سازی» و «طرح ادعای بدون پشتوانه» است. در ادامه، ابتدا مهم‌ترین تکنیک‌ها در ۱۲ تکنیک از پیش موجود در مبانی نظری توضیح داده می‌شود و سپس نحوه عملکرد ۶ تکنیک نوآورانه و کشف شده در این پژوهش مورد بحث قرار می‌گیرد.

بی‌بی‌سی با استفاده از تکنیک «تفرقه‌افکنی» در تلاش است تا به بهانه‌های گوناگون، میان مردم ایران و حاکمیت جدایی بیندازد. این رسانه می‌کوشد «زنان»، «جامعه علمی کشور»، «اقلیت‌های قومی - مذهبی»، «روشنفکران یا دگراندیشان دینی» و «ایرانیان خارج از کشور» را در مقابل جمهوری اسلامی قرار دهد.

از تکنیک‌های مشترک بی‌بی‌سی در جریان‌سازی پرونده‌های حقوق بشری «شهادت دادن» و «اغراق و بزرگ‌سازی» است. این رسانه با استفاده از تکنیک‌های یاد شده تلاش می‌کند با برجسته‌سازی حمایت افراد و نهادهای معتبر خارجی و بین‌المللی از زندانیان، از اعتبار این افراد و نهادها برای نفوذ بیشتر استفاده کند. توجه به این نکته زمانی اهمیت بیشتری می‌یابد که بدانیم این منابع نزد مخاطبان بی‌بی‌سی از اعتبار بالایی برخوردارند؛ به عبارت دیگر، بی‌بی‌سی ابتدا مخاطب‌شناسی می‌کند و سپس به استفاده از تکنیک‌ها مبادرت می‌ورزد. از سوی دیگر بی‌بی‌سی با استفاده از تکنیک «اغراق» در روایتگری به دنبال نمایش تبدیل شدن این پرونده‌ها به دغدغه‌های بین‌المللی و در نتیجه، افزایش فشار به حاکمیت است.

یکی دیگر از این تکنیک‌ها «استفاده از ارزش‌ها برای تأثیرگذاری بر نگرش‌ها» است که می‌توان آن را در کنار تکنیک «اهریمن‌سازی» تحلیل کرد. بی‌بی‌سی فارسی تلاش می‌کند با استفاده از ارزش‌ها و عواطف مخاطبان، ابزار تفکر منطقی را در ایشان کمرنگ کند. برای مثال، زمین بازی را طوری تعریف می‌کند که گفتمان رقیب در مقابل عواطف مادر و فرزند قرار گیرد. بدیهی است که هر کنشگری در این بازی از پیش باخته و محکوم به شکست است.

یکی دیگر از راهکارهای بی‌بی‌سی در پوشش پرونده‌های حقوق بشری، استفاده از تکنیک «پاره حقیقت‌گویی» است. به این ترتیب که این رسانه، صرفاً بخش‌های مطلوب خود را از ماجرا منعکس می‌کند؛ در حالی که پوشش کامل این رویدادها از سوی رسانه‌های حکومت می‌تواند شبهات مطرح‌شده در جامعه را از بین ببرد. از این رو، ضروری است که مقامات قوه قضاییه با اطلاع کافی از وضعیت انتشار شبهات در میان مردم، شبهاتی را که به‌طور گسترده شایع شده‌اند، انتخاب کنند و به روشن‌گری کامل و دقیق از چنین پرونده‌هایی بپردازند.

شش تکنیک کشف‌شده و نوآورانه

• **طرح ادعای بدون پشتوانه:** در حالی که اصول حرفه‌ای روزنامه‌نگاری اقتضا می‌کند رسانه‌های خبری برای مطالب خود، سند و منبع معتبری ارائه کنند، بی‌بی‌سی در پرداختن به برخی موارد، این اصل را زیر پا می‌گذارد و با استفاده از طرح ادعای بدون پشتوانه، ضمن بهره بردن از خلأ اطلاع‌رسانی قوه قضاییه، این دستگاه را بدون ارائه هیچ سندی متهم می‌کند.

• **برجسته‌سازی اظهارات نامتعارف:** بی‌بی‌سی با رصد دقیق اظهارات مقامات حاکمیت، مواردی را که با ذهنیت مخاطبان فاصله دارد، شناسایی می‌کند و به آن ضریب می‌دهد؛ تا به این ترتیب، جمهوری اسلامی را به‌دور از منطق و خرد نمایش دهد. استفاده از مشاوران رسانه‌ای خبره می‌تواند راه‌حلی برای این موضوع باشد. مشاورانی که علاوه بر شناخت دقیق چارچوب‌ها و ملزومات رسانه، از نزدیک با جامعه در ارتباط باشند و مخاطب‌شناسانی خبره در نظر گرفته شوند.

• **استفاده از راوی همجنس:** بی‌بی‌سی در روایت اخبار حقوق بشری مربوط به بانوان تلاش می‌کند تا از راویان و همچنین خبرنگاران زن استفاده کند. این تکنیک باعث افزایش پیوند عاطفی میان سوژه و مخاطبان زن می‌شود و بر اثرگذاری روایت می‌افزاید.

از گفتمان‌سازی تا جریان‌سازی بی‌بی‌سی فارسی بر محور پرونده‌های حقوق بشری ❖ ۱۰۷

• **افزایش اعتبار منابع همسو:** بی‌بی‌سی فارسی سعی دارد برای جلب اعتماد حداکثری مخاطب، اعتبار منابع همسو با خود را افزایش دهد. ذکر تخصص منابع همسو با مقاصد بی‌بی‌سی یکی از همین موارد است. برای مثال، این شبکه در تشریح چگونگی ظلم حاکمیت به زندانیان بیمار، صرفاً به شرایط بد آنان در زندان اشاره نمی‌کند؛ بلکه به نقل از پزشک معالج، مواردی را مبنی بر نقض حقوق زندانیان بیمار مطرح می‌سازد.

• **استفاده از برجسب‌های اقتضایی:** از این تکنیک، زمانی استفاده می‌شود که رسانه در زمان‌ها و موقعیت‌های متفاوت به روایت‌های متفاوتی از یک رویداد واحد نیاز دارد. بی‌بی‌سی فارسی علاوه بر این سعی دارد به مقتضای زمان انتشار، موضوع و روح حاکم بر گزارش، از برجسب‌های اقتضایی استفاده کند. برجسب‌هایی که حتی اگر با هم مقایسه شوند، در برخی موارد، یکدیگر را نقض می‌کنند. برای مثال، بی‌بی‌سی در برخی گزارش‌ها به نقل از نرگس محمدی وی را فردی غیرسیاسی و غیر برانداز معرفی می‌کند؛ اما زمانی که می‌خواهد میان او و انتخابات سال ۸۸ پیوند ایجاد کند، لقب زندانی سیاسی را به وی نسبت می‌دهد.

• **اسطوره‌سازی:** بی‌بی‌سی در پوشش اخبار مرتبط با پژوهش، تلاش می‌کند از سوژه‌های مورد نظر خود اسطوره‌هایی تأثیرگذار و قهرمان‌گونه بسازد. این شبکه ضمن مخفی نگاه داشتن نقاط ضعف سوژه‌ها، به‌طور ویژه، بر نقاط قوت آنها تأکید می‌کند. این تکنیک، مکمل تکنیک اهریمن‌سازی از رقیب است بی‌بی‌سی در اغلب موارد، تصاویری محدود و در عین حال، به‌دقت ممیزی شده از سوژه‌ها نمایش می‌دهد. این اقلام، در صورت همراه شدن با سانسور این افراد از سوی رسانه‌های حامی جمهوری اسلامی می‌تواند به اسطوره‌ای شدن این افراد کمک کند. چراکه اسطوره هر قدر کمتر با مخاطب مواجه شود و هر قدر تصاویر پخش شده از آن، با هدف نمایش قابلیت‌های خارق‌العاده وی بیشتر ممیزی شده باشد، قدرت بیشتری در ذهن مخاطب به‌دست می‌آورد. نمایش بی‌واسطه این افراد در رسانه، مخاطب را متوجه ضعف‌های آنان می‌کند و برساخت شکل گرفته نزد افکار عمومی را از بین می‌برد.

منابع

- آذربخش، سیدعلی محمد. (۱۳۹۲). *درآمدی بر نقش رسانه‌ها در جریان‌سازی*. قم: مرکز پژوهش‌های اسلامی صداوسیما.
- افتخاری، اصغر و ذوالفقاری، مهدی. (۱۳۹۳). *الگوی مدرن عملیات روانی امریکا علیه جمهوری اسلامی ایران*. مجلس و راهبرد، ۲۳۳-۲۰۱.
- ایمان، محمدتقی و نوشادی، محمودرضا. (۱۳۹۰). *تحلیل محتوای کیفی*. پژوهش، ۴۴-۱۵.
- باقری هوشی، مهدی؛ جاویدکار، مرتضی و آقامحمد، محسن. (۱۳۹۲). *نقش شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان در پیشبرد اهداف امریکا در جمهوری اسلامی ایران* (بررسی موردی صدای امریکا). *رسانه و فرهنگ*، ۵۸-۲۹.
- بدیعی، نعیم. (۱۳۷۷). *تحلیل محتوای مطالب ۱۰ روزنامه تهران*. رسانه، ۹ (۱).
- براتی، رضا. (۱۳۷۶). *مبانی نظری و علمی جنگ روانی*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه امام صادق (ع) تهران.
- تقوی‌پور، محمدرضا؛ فیاضی‌بروجنی، سیدمحمدرضا و صلواتیان، سیاوش. (۱۳۹۴). *تحلیل روزنامه‌نگاری عینی بی‌بی‌سی فارسی در عرصه روایتگری*. *جهانی رسانه*، ۱۰۶-۸۹.
- تشکری، محمود. (۱۳۹۰). *سازوکارهای بهره‌گیری نیروی مقاومت بسیج از عملیات روانی در تحقق امنیت اجتماعی*. *مطالعات اجتماعی*، ۳۲-۱۳.
- رضایی، علی‌اکبر. (۱۳۹۰). *تکنیک‌های جنگ رسانه‌ای*. *روزنامه رسالت*.
- رضاییان، محمدجواد. (۱۳۹۱). *بازنمایی «حقوق بشر در ایران» در رسانه‌های مکتوب انگلیس و امریکا*. *مطالعات میان‌فرهنگی*، ۱۰۴-۷۱.
- سورین، ورنر جوزف و تانکارد، جیمز. (۱۳۸۶). *نظریه‌های ارتباطات* (ترجمه علیرضا دهقان). تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- شکرخواه، یونس. (۱۳۸۲). *جنگ روانی، صورت شدید انگاره‌سازی*. پژوهش، ۱۸۶-۱۸۱.
- فلیک، اوه. (۱۳۸۸). *درآمدی بر تحقیق کیفی* (ترجمه هادی جلیلی). تهران: نی.
- مجیدی، حسن و نوری‌زاده، جواد. (۱۳۹۰). *تلویزیون بی‌بی‌سی فارسی و بازنمایی تحولات داخلی ایران در سال ۱۳۸۸*. *مطالعات فرهنگ - ارتباطات*، ۲۲۳-۱۸۹.

از گفتنمان سازی تا جریان سازی بی‌بی‌سی فارسی بر محور پرونده‌های حقوق بشری ❖ ۱۰۹

محسنیان‌راد، مهدی. (۱۳۸۲). *جامعه‌شناسی تبلیغات*. منتشر نشده: جزوه درسی کارشناسی ارشد علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی.

مولانا، حمید. (۱۳۸۰). *انتفاضه فلسطین و انگاره‌سازی رسانه‌های غربی*. تهران: جام جم. مؤمنی‌راد، اکبر؛ علی‌آبادی، خدیجه؛ فردانش، هاشم و مزینی، ناصر. (۱۳۹۲). تحلیل محتوای کیفی در آیین پژوهش. *اندازه‌گیری تربیتی*، ۲۲۲-۱۸۸.

مهدی‌زاده، سیدمحمد. (۱۳۸۳). *نظریه‌های رسانه؛ اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی*. تهران: همشهری.

مهرداد، هرمز. (۱۳۸۰). *مقدمه‌ای بر نظریات و مفاهیم ارتباط جمعی*. تهران: فاران. ناصری طاهری، عباس؛ صلواتیان، سیاوش و علی اکبرزاده آرانی، مصیب. (۱۳۹۴). مطالعه تطبیقی عملکرد دو طیف رسانه‌ای جریان‌ساز و رقیب در مدیریت جریان خبری اسیدپاشی‌های اصفهان. *مطالعات فرهنگ - ارتباطات*، ۹۲-۶۹.

ندرلو، یوسف. (۱۳۸۶). *بررسی چینش اخبار در سیمای جمهوری اسلامی ایران*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه صداوسیما تهران.

ویمر، راجرد و دومینیک، جوزف آر. (۱۳۸۴). *تحقیق در رسانه‌های جمعی* (ترجمه کاووس سیدامامی) تهران: سروش.

همایون، محمدهادی. (۱۳۷۴). *تبلیغات؛ یک واژه در دو حوزه فرهنگ*. تهران: سازمان تبلیغات اسلامی.

یارمحمدی، حمیدرضا و احمدی، حاجی محمد. (۱۳۹۴). *مطالعه جهت‌گیری و نحوه پوشش اخبار بحران داعش در سایت‌های ایرنا، بی‌بی‌سی فارسی و صدای امریکا*. *مطالعات جامعه‌شناسی*، ۱۱۸-۹۹.

Dearing, H.w. & Rogers, E.M . (1988). **Communiation Concepts: Agenda Setting**. Thousand Oaks: Sage.

Entman, R. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43, 51-58.

- McCombs, M. & Ghanem, S. (2003). The Convergence of Agenda Setting and Framing in S.D. Reese, O. Gandy, & A.E. Grant (Eds). **Framing Public Life**, 67-82.
- McCombs, M. & Reynolds, A. (2004). **News Influence on our Pictures of The World. In Media Effects: Advances in Theory and Research** (1-1۸). □□: □□□□□□□□: □□□□□□.
- Scheufele, D. & Tewkesbury, D. (2007). Framing, Agenda Setting, and Priming: The Evolution of Three Media Effects Models. **Journal of Communication**, 9-20.
- Sheafer, T. (2007). How to Evaluate It: The Role of Story-Evaluative Tone in Agenda Setting and Priming. **Journal of Communication**, 57, 21-39.
- Shenton, A. (2004). Strategies for Ensuring Trustworthiness in Qualitative. **Education for Information**, 22, 63-75.