

بررسی تکنیک‌های عملیات روانی بی‌بی‌سی فارسی با موضوع فعالیت هسته‌ای در دوره یازدهم ریاست جمهوری

نویسنده: علیرضا جعفری^۱

فصلنامه (علمی-تخصصی) مطهر، سال چهاردهم، شماره ۴۲، پاییز ۱۳۹۶

چکیده

شاید بتوان ادعا نمود قدمت استفاده از عملیات روانی، با عمر انسان، برابر است. پیشرفت تکنولوژی و خبررسانی سریع، باعث شده است قدرت رسانه‌ها افزایش یابد. امروزه، رسانه‌ها در نزاع‌های بین‌المللی، در دو بُعد داخلی و خارجی، زمینه‌های روانی را برای غلبه بر دشمن بادیست کاری آگاهانه و هوشمندانه عادت و عقاید، نظریه‌ها فراهم می‌سازد. جمهوری اسلامی، بعد از پیروزی انقلاب، همواره مورد تهاجم گسترده رسانه‌های مختلف غربی قرار داشته و دارد که در بین آنها بی‌بی‌سی می‌توان به عنوان یکی از تأثیرگذارترین شبکه‌ها نام برد. این شبکه، مهمترین و بارزترین ابزارهای دیپلماسی عمومی انگلیس برای تشریح سیاست‌های منطقه‌ای انگلیس و سپس توجیه این اقدامات برای مخاطبان عام و خاص ایرانی است که این رویکرد، در چارچوب شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی، تجلی می‌یابد. تلاش برای خطرناک نشان دادن فعالیت‌های هسته‌ای ایران، جهت‌دهی افکار عمومی جهان در سطح شهروندان و مسئولان، برای ایجاد یک جبهه واحد علیه ایران، نشان دادن ایران به عنوان یک کشور منزوی، ایجاد وحشت در کشورهای همسایه ایران، ایجاد حساسیت نسبت به برنامه‌های هسته‌ای ایران بر ضد محیط زیست، ادعای اینکه ایران به علت نفت و گاز فراوان، نیازی به انرژی هسته‌ای ندارد، باشناسایی متغیرهای عمده تأثیرگذار در حوزه تکنیک‌های عملیات روانی رسانه‌ای، در پی کشف در زمینه به کارگیری تکنیک‌هایی مانند، توسل به ترس، تکرار، برجسته‌سازی، الگودهی، استناد مجازی، بزرگنمایی، سانسور، چینی خبری، محک زدن، شایعه، پاره‌گویی حقیقت، جهت‌دار کردن، کلی‌بافی، محتوای نافی، اثبات، دروغ بزرگ، فریب، تحقیر، ایجاد تفرقه، تخدیر، استهزا و تمسخر کردن، روش القای افسردگی و ناامیدی و... است؛ همچنین اهداف دیگری مانند حوزه اصلی اخبار، موضوع غالب اخبار، روش تولید اخبار، منابع اخبار، جهت‌گیری اخبار و ارزشهای خبری، اخبار فعالیت‌های هسته‌ای در سایت بی‌بی‌سی فارسی در دولت یازدهم ریاست جمهوری، در موضوع هسته‌ای از چه تکنیک‌های عملیات روانی استفاده کرده است؟ در این تحقیق، از روش کتابخانه‌ای و تحلیل محتوای کمی و از حجم نمونه که به صورت تمام شمار کلیه محتوای مجموعه اخبار و تحلیل‌های سایت بی‌بی‌سی، تصاویر که به صورت مکتوب در سایت این شبکه موجود می‌باشد، استفاده شده است..

واژگان کلیدی: بی‌بی‌سی فارسی، انگلستان، عملیات روانی، ایران، انرژی هسته‌ای.

۱. مدرس و پژوهشگر دانشکده شهید مطهری بسیج، دانشگاه افسری و تربیت پاسداری امام حسین (ع).

تاریخچهٔ عملیات روانی، مربوط به قبل از اسلام می‌باشد، اما به جرأت میتوان گفت بعد از دوران جنگ سرد، تحولات این نوع اقدامات تا اندازه‌های است که تأثیرات آن با کل قرون گذشته، قابل مقایسه نیست. پیشرفت تکنولوژی و خبر رسانی سریع، باعث شده است قدرت رسانه‌ها افزایش یابد. امروزه رسانه‌ها در نزاع‌های بین‌المللی، در دو بُعد داخلی و خارجی، زمینه‌های روانی را برای غلبه بر دشمن با دست‌کاری آگاهانه و هوشمندانهٔ عادت و عقاید، نظریه‌ها فراهم می‌سازد. شاید اگر بگوییم طی چند ساله گذشته، اثرات آن، بسیار مخرب‌تر از بمب اتم بوده است، سخنی گزاف نبوده باشد؛ زیرا بمب اتمی، حداکثر یک شهر را ویران می‌کند و و اثرات انسانی و طبیعی آن، محدود به محدودهٔ جغرافیایی خاص است، اما اثرات مخرب رسانه‌ای، بعضاً یک کشور را در بر می‌گیرد و ارکان حاکمیتی آن با یک خبر راست یا دروغ، در هم می‌نوردد و مردم آن کشور را سال‌ها دچار بحران و مصیبت می‌نماید که لیبی، تونس، مصر، سوریه و... نمونه‌های بارز آن می‌باشند. مارشال مک لوهان می‌گوید: «جنگ‌هایی که در آینده رخ خواهند داد، به وسیلهٔ تسلیحات جنگی و در میدان‌های نبرد نخواهند بود، بلکه این جنگ‌ها به دلیل تصوراتی رخ خواهند داد که رسانه‌های جمعی، به مردم القا می‌کنند» (الیاسی، ۱۳۸۱: ۳۷).

جمهوری اسلامی، بعد از پیروزی انقلاب، همواره مورد تهاجم گستردهٔ رسانه‌های مختلف غربی قرار داشته و دارد که در بین آنها از بیبسی فارسی میتوان به عنوان یکی از تأثیرگذارترین شبکه‌ها نام برد. به نظر میرسد رسانهٔ مذکور از طریق سرعت و صحت انتقال خبر (قبل از رسانه‌های داخلی) در دو مسیر گام برداشته است. یکی اینکه از طریق پخش اخبار صحیح و سریع، اقدام به جلب اعتماد مخاطبین نموده است؛ به طوری که مخاطبین داخلی، تصور میکنند به این علت فلان خبر از شبکهٔ داخلی پخش میشود که بیبسی آن را قبلاً گفته و با این اقدام خود، آنها را در یک عمل انجام‌شده قرار داده است. دوم اینکه از این طریق، با کسب اعتماد افکار عمومی، بستر لازم برای پذیرش هرگونه اخبار را فراهم آورده است و زمانی که اخبار هدایت‌شده‌ای را در اختیار قرار میدهد، به لحاظ نهادینه شدن ذهنیت مثبت قبلی در افکار مردم کشور یا جامعهٔ هدف، مخاطب به صحت خبر، هیچ شکي نخواهد کرد (باصری، ۱۳۹۱: ۳۳).

در بسیاری از موارد، رسانه‌های بیگانه، بازوی اجرایی شورای امنیت سازمان ملل و سرویس‌های جاسوسی بوده‌اند و برای تأخیر در مذاکرات و اتهام‌آفرینی علیه ایران، تلاش‌های بی‌شائبه‌ای را داشته‌اند، این رویکرد رسانه‌ای، حاکی از آماده‌باش تمام عیار رسانه‌های بیگانه، برای حداکثر بهره‌برداری از مذاکرات هسته‌ای ژنو، به سود دولت‌های متبوع خود بودند. جامعه‌شناسان، نقش به خصوصی را برای رسانه‌ها به خصوص رسانه‌های

تصویری مانند تلویزیون، در تأثیرگذاری بر جامعه، قائل شده‌اند و برای تأثیر رسانه‌ها، تحقیقات گوناگونی انجام و به موفقیت بالای آن پی برده‌اند. بخش داخلی بی‌بی‌سی بسیار گسترده و متشکل از پنج شبکهٔ رادیویی و دوازده شبکهٔ تلویزیونی است. بخش بی‌بی‌سی جهانی هم مجموعهٔ گسترده‌تری است و بی‌بی‌سی فارسی، بخشی از آن به شمار می‌رود. تأسیس تلویزیون بی‌بی‌سی فارسی در سال ۱۳۸۵ توسط وزارت خارجهٔ انگلیس، پیشنهاد و در سال ۱۳۸۶ این پیشنهاد پذیرفته شد، مقدمات ایجاد این شبکه، پس از تعیین بودجهٔ رسمی سالانه به مبلغ پانزده میلیون پوندی (۲۲ میلیون دلار) مهیا و سرانجام در ۲۵ دی ۱۳۸۷ و چند روز بعد از هفتاد سالگی، رادیو بی‌بی‌سی فارسی، فعالیت آن آغاز گردید. با توجه به پیشرفت همه‌جانبهٔ علوم و فنون هسته‌ای در طول نیم قرن گذشته، هنوز این تکنولوژی در اذهان عمومی ناشناخته مانده است. وقتی صحبت از انرژی اتمی به میان می‌آید، اغلب مردم بمب اتمی یا رآکتورهای اتمی برای تولید برق را در ذهن خود مجسم می‌کنند و کمتر کسی را می‌توان یافت که بداند چگونه جنبه‌های دیگری از علوم هسته‌ای، در طول نیم قرن گذشته، زندگی روزمرهٔ او را دچار تحول نموده است. این در حالی است که در طول این مدت، به خاطر تلاش پیگیر پژوهشگران و مهندسين هسته‌ای، این تکنولوژی نقش مهمی را در ارتقاء سطح زندگی مردم، رشد صنعت و کشاورزی و ارائهٔ خدمات پزشکی، ایفا نموده است. پس از پیروزی انقلاب اسلامی ایران، تصمیم گرفت همچنان به عضویت و پایبندی خود باقی مانده، با وجود این حسن نیت، کشورهای غربی، اجرای موافقتنامه‌ها و قراردادهای خود از جمله ساخت نیروگاه هسته‌ای بوشهر را به حالت تعلیق درآوردند، شرکت زیمنس، حاضر به تکمیل نیروگاه هسته‌ای بوشهر نشد و سایر کشورهای غربی و آمریکا نیز از انتقال هرگونه تجهیزات و موافقت‌نامهٔ پادمان و اساسنامهٔ آژانس را ادامه دهند؛ بنابراین، راهبرد در جنگ رسانه‌ای دنیای غرب، علیه جمهوری اسلامی ایران، از جمله رسانه‌های فارسی زبان معاند نظام مقدس جمهوری اسلامی ایران، می‌توان شبکه ماهواره‌ای تلویزیونی بی‌بی‌سی فارسی انگلیس را نام برد که به عنوان یکی از رسانه‌های مطرح علیه جمهوری اسلامی ایران، فعالیت می‌کند. در این رسانه، نسبت به دیگر رسانه‌های فارسی زبان، نقش دولت انگلیس در پشتیبانی و سیاست‌گذاری، برجسته می‌باشد (محمد خانی، ۱۳۹۰: ۴۹).

بخش فارسی رادیو بی‌بی‌سی، پس از انقلاب اسلامی، گروه خود را گسترش داد و برنامه‌های خود را از ترجمهٔ صرف اخبار و گزارش‌های تهیه شده در شبکهٔ جهانی بی‌بی‌سی، به تولیدات جدید به زبان فارسی تغییر داد. بخش فارسی بی‌بی‌سی در سال‌های اخیر، شمار نسبتاً زیادی از روزنامه‌نگاران ایرانی را استخدام کرده و گروه‌های رادیویی و آنلاین خود را گسترش داده است. سایت فارسی بی‌بی‌سی آنلاین نیز با بهره‌گیری از وبسایت‌های

پشتیبان و ناظر، حوزه فعالیت خود را گسترش داده است. بودجه پخش برون مرزی بی بی سی را دولت، تأمین می کند، اما مسئولان این شبکه، به دنبال ارائه چهره‌ای مستقل از این شبکه هستند. مهمترین اهداف اشکار و پنهان شبکه بی بی سی در مورد ایران، عبارتند از: ارائه تصویر واقعی مسائل از سیاسی، تحولات فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی، ایران و جهان و پاسخ به نیاز مخاطبان، شکست انحصار صدا و سیما در پخش اخبار، پر کردن خلأ رسانه‌ای در جامعه ایران، پدید آوردن معیارهای نو در عرصه پوشش اخبار به زبان فارسی. هدف سرویس بی بی سی فارسی، تغییر رژیم نیست، بلکه تعامل است. ایران، یک جامعه پویا، پر چالش و متفرق است که فاقد رسانه‌های مستقل است. تأثیرگذاری بر افکار عمومی در بلند مدت، ایجاد تریبون برای مخالفان و منتقدان نظام، براندازی نرم، تغییر نگرش و رفتار مخاطبان، ظرفیت‌سازی در ساختار فکری مخاطبان؛ موجه نشان دادن و ترمیم چهره غرب، ویژگیهای سایت بی بی سی، استفاده از عکس و گرافیک خبری، ترجمه فارسی تمامی گفتگوها به منظور اعتبار بخشی به مصاحبه‌ها و گفتگوها، نوع برخورد رسانه‌های دولت بریتانیا با جمهوری اسلامی ایران، به ویژه سایت بی بی سی فارسی در جریان موضوع هسته‌ای و مذاکرات ژنو، بالاخص در دولت یازدهم جمهوری اسلامی ایران، به لحاظ رویکردش، مورد توجه فعالان سیاسی قرار گرفت و به انتشار اخبار و مطالب جهتدار پرداخت. همین موضوع، اهمیت بررسی رویکرد این سایت انگلیسی را بیشتر کرد؛ زیرا این شبکه توانسته بود نسبت به دیگر شبکه‌های غربی، از جمله صدای آمریکا، موفق تر عمل کند. بر این اساس، ما بر آن شدیم که مقطعی مهم از فعالیت‌های این شبکه را راجع به موضوع هسته‌ای بررسی و تحلیل کنیم. با نگاهی به سیاست‌های این شبکه، می توان فهمید که با زیرکی خاص می کوشد با مؤثرترین روش‌های تأثیرگذاری، مخاطبان را به سوی خود بکشد، این شبکه، مهمترین و بارزترین ابزارهای دیپلماسی عمومی انگلیس، برای تشریح سیاست‌های منطقه‌ای انگلیس و سپس توجیه این اقدامات برای مخاطبان عام و خاص ایرانی است که این رویکرد، در چارچوب شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی، تجلی می یابد (همان: ۵۱).

تکنیکهای متنوع و مؤثری که در عملیات روانی وجود دارد و با به کارگیری آن‌ها بر روی مخاطبین در زمان و موقع مناسب، یکی از این روشهایی است که با ترکیب آنها، بر اساس حالات ذهنی و روانی مخاطبین، می توانند بر افکار، اعتقادات، احساسات، تمایلات و رفتار آنها در جهت دلخواه، تحت تأثیر قرار دهند. به همین سبب، در این تحقیق، تلاش می شود تکنیکهای عملیات روانی شبکه بی بی سی فارسی در خصوص فعالیت‌های هسته‌ای ایران که یکی از مؤلفه‌های اصلی و بنیادین امنیت ملی جمهوری اسلامی ایران است، مورد ارزیابی قرار گیرد الیاسی (۱۳۸۸) در تحقیقی با عنوان عملیات روانی آمریکا علیه ایران،

اقدام به تجزیه و تحلیل برنامه‌های رادیو فردا و رادیو صدای آمریکا با روش تحلیل محتوا تلاش داشته تا در بخشی از این تحقیق بررسی نماید، آمریکا در عملیات روانی خود، از چه فنون و تکنیک‌هایی استفاده کرده است که پس از رصد برنامه‌های این دو شبکه به مدت دو ماه، به این نتیجه رسیده است که دستگاه عملیات روانی آمریکا از روش‌های برجسته‌سازی، هم‌رنگی و سرایت، نام‌گذاری، استناد مجازی، ایجاد ابهام، الگو دهی، استفاده مکرر بیشتر از سایر روش‌های عملیات روانی استفاده کرده است (اسماعیلی، ۱۳۹۲: ۲۲). در پژوهشی به بررسی تکنیک‌های عملیات روانی شبکه تلویزیون فارسی زبان بی‌بی‌سی پس از انتخابات ریاست جمهوری سال ۸۸ پرداخته که در نتیجه آن مشخص شد این شبکه، از اکثر تکنیک‌های عملیات روانی بهره گرفته و در این میان، از تکنیک‌های تحریک، شبهه و بدبینی، برجسته‌سازی، شایعه، تطمیع، سیاه‌نمایی، مشروعیت‌زدایی و متهم‌سازی، بیشترین استفاده را نموده است. امیر محمدی در مطالعه‌ای که با عنوان «بررسی تکنیک‌های عملیات روانی بی‌بی‌سی فارسی در انتخابات سال ۱۳۹۲» با روش تحلیل محتوای کمی (مقطعی) انجام داد، نتایج نشان می‌دهد این سایت، از اخبار دارای تکنیک‌های عملیات روانی القاء، ایجاد شبهه و بدبینی، تخریب و ترور شخصیت و تظاهر به بی‌طرفی در حوزه رقابت انتخاباتی و تفرقه در موضوع نامزدها و سیاه‌نمایی در موضوع نظام و رهبری و تکنیک تحریک و تکرار قالب خبر، بیشترین بهره‌برداری را نموده است.

اهداف تحقیق

هدف اصلی: شناسایی و تعیین تکنیک‌های عملیات روانی سایت بی‌بی‌سی فارسی در راستای فعالیت‌های هسته‌ای جمهوری اسلامی ایران در سال ۹۴.

اهداف فرعی عبارتند از:

۱. شناسایی و تعیین مهمترین حوزه‌های خبری به کار گرفته شده در سایت بی‌بی‌سی فارسی در خصوص فعالیت‌های هسته‌ای ایران در سال ۹۴.
۲. شناسایی روش‌های تولید متن سایت بی‌بی‌سی فارسی در خصوص فعالیت‌های هسته‌ای ایران در سال ۹۴.
۳. شناسایی جهت‌گیری خبری سایت بی‌بی‌سی فارسی در خصوص فعالیت‌های هسته‌ای ایران در سال ۹۴.
۴. شناسایی منابع خبری سایت بی‌بی‌سی فارسی در خصوص فعالیت‌های هسته‌ای ایران در سال ۹۴.
۵. شناسایی قالب محتوای اخبار منتشره از سایت بی‌بی‌سی فارسی در خصوص فعالیت‌های هسته‌ای ایران در سال ۹۴.

سؤالات تحقیق

سؤال اصلی: سایت بی‌بی‌سی فارسی در دولت یازدهم ریاست جمهوری در موضوع هسته‌ای از چه تکنیک‌های عملیات روانی استفاده کرده است؟

سؤالات فرعی

۱. شناسایی و تعیین مهمترین حوزه‌های خبری به کار گرفته شده در سایت بی‌بی‌سی فارسی در خصوص فعالیت‌های هسته‌ای ایران در سال ۹۴ کدام است؟
۲. مهمترین روش‌های تولید متون خبری سایت بی‌بی‌سی فارسی در خصوص فعالیت‌های هسته‌ای ایران در سال ۹۴ کدامند؟
۳. جهت‌گیری متون خبری سایت بی‌بی‌سی فارسی در خصوص فعالیت‌های هسته‌ای ایران در سال ۹۴ کدامند؟
۴. منابع خبری سایت بی‌بی‌سی فارسی در خصوص فعالیت‌های هسته‌ای ایران در سال ۹۴ کدامند؟
۵. قالب محتوای اخبار مطالب منتشره از سایت بی‌بی‌سی فارسی در خصوص فعالیت‌های هسته‌ای ایران در سال ۹۴ چگونه می‌باشد؟

مبانی نظری

عملیات روانی

عملیات روانی، به عنوان علمی میان رشته‌ای، پدیدارهای اجتماعی را از منظر علوم روان‌شناسی، علوم اجتماعی، علوم ارتباطات، علوم سیاسی و ژئوپلیتیک رسانه، مورد پژوهش و بررسی قرار می‌دهد. از ویژگی‌های ممتاز عملیات روانی، تأثیر شگفت و بی‌واسطه آن بر حیات کشورها است که در قالب سناریوها و تکنیک‌های آن اجرا می‌شود.

امروزه به دلیل انقلاب اطلاعاتی - ارتباطی، عملیات روانی رسانه‌ای، به عنوان مهمترین عامل شکل‌گیری افکار و تمایلات بشری نقش‌آفرینی می‌کند؛ اگر هرکسی از خود بپرسد «افکار من از کجا آمده است؟» و «اگر در یک محیط رسانه‌ای دیگری می‌زیستم، آیا به ناچار این‌گونه فکر می‌کردم؟» با قدری تأمل، به این نتیجه می‌رسد که رسانه‌ها در خانه‌های ما نیستند، بلکه ما درون رسانه‌ها زندگی می‌کنیم و همانند زندانیانی که از غل و زنجیر فیزیکی، رها و البته گرفتار پابندی-های ذهنی قدرتمندتری شده‌اند، هیچ‌گونه مفری از امواج مسحور کننده آن‌ها نداریم (جنیدی، ۱۳۹۱: ۹).

جنگ رسانه‌ای

جنگ رسانه‌ای، یکی از برجسته‌ترین جنبه‌های جنگ نرم و جنگ‌های جدید بین‌المللی

است. در جنگ رسانه‌ای، هر کشوری از حداکثر توان خود برای پیشبرد اهداف سیاسی خویش با استفاده از رسانه‌ها، بهره‌گیری می‌کند. تحقیقات متعدد چامسکی (۲۰۰۵)، فریدمن (۲۰۰۸) و ویندال و همکاران (۲۰۰۶) نشان می‌دهد که کنش جمعی و جنبش اجتماعی موجود در عصر حاضر، با کمک و هدایت مستقیم و هدایت سازمان‌یافته رسانه‌ها، شکل می‌گیرد یا استمرار نمی‌یابد، مگر آنکه یکی یا چند رسانه جمعی «آتش تهیه» آن را فراهم نماید. چون رسانه‌ها با پوشش خبری مستمر و فراگیر خود می‌توانند:

۱. توده‌های مختلف را تهییج و تحریک نمایند.
۲. با بهره‌گیری از اصول سرایت، هم‌رنگی و حیثیت گروه‌های خاکستری بی‌تفاوت را برای دست‌یازیدن به کنش‌های جمعی برانگیزند.
۳. جرأت‌ورزی و خشونت‌طلبی معترضان را افزایش دهند.
۴. انسجام و روح گروهی کنشگران معترض را فزونی بخشند.

بر این اساس، یکی از مهمترین ابزارهای مورد استفاده برای تضعیف کشور هدف، رسانه می‌باشند. رسانه‌ها نقش مهمی در نگهداری و ایجاد روابط اجتماعی و محیط زیست اجتماعی دارند (فرانس کویک و همکاران، ۲۰۰۱). بهره‌گیری از توان و ظرفیت رسانه‌ای اعم از رسانه‌های مکتوب مانند مطبوعات و خبرگزاری‌ها، رسانه‌های دیداری و شنیداری مانند رادیو، تلویزیون و رسانه‌های جدید مانند اینترنت و شبکه‌های اجتماعی به منظور دفاع از منافع ملت خود و کاهش روحیه و انسجام اجتماعی کشور هدف را «جنگ رسانه‌ای» می‌نامند (ضیائی‌پرور، ۱۳۸۴: ۸۳).

اگرچه جنگ رسانه‌ای، عمدتاً به هنگام جنگ‌های رسانه‌ای کاربرد بیشتری پیدا می‌کند، اما این حاکی از آن نیست که در سایر مواقع، جنگ رسانه‌ای در جریان نیست یا مورد استفاده قرار نمی‌گیرد. جنگ رسانه‌ای تنها جنگی است که حتی در شرایط صلح نیز بین کشورها به صورت غیر رسمی وجود دارد. در این راستا، هر کشوری از حداکثر توان خود برای پیشبرد اهداف سیاسی خویش با استفاده از رسانه‌های خودی و بی‌طرف بهره‌گیری می‌کند. جنگ رسانه‌ای، ظاهراً میان گردانندگان شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی، مفسران مطبوعاتی، خبرگزاری‌ها، شبکه‌های خبری و سایت‌های اینترنتی جریان دارد، اما در واقع، کارشناسان جنگ رسانه‌ای، متخصصان تبلیغات، استراتژیست‌های تبلیغات بین‌المللی و کارگزاران رسانه‌ها هستند (ضیائی‌پرور، ۱۳۸۷: ۱۲۱). جنگ رسانه‌ای، مقوله‌ای است که همکاری هماهنگ و نزدیک بخش‌های نظامی، سیاسی، اطلاعاتی، امنیتی، رسانه‌ای و تبلیغاتی یک کشور را می‌طلبد. طراحان جنگ رسانه‌ای نه لزوماً ژنرال‌ها، بلکه ممکن است پرفسورهای کالج‌ها و دپارتمان‌های رسانه‌ای در دانشگاه‌های معتبر هر کشور باشند (همان، ۱۳۸۹: ۲۹).

این نوع جنگ، جنگ بدون خونریزی، آرام و جنگ بهداشتی و تمیز تلقی می‌شود، جنگی که بر صفحات روزنامه‌ها، میکروفن رادیوها، صفحات تلویزیون‌ها و عدسی دوربین‌ها جریان دارد. مردمی که تحت بمباران جنگ رسانه‌ای قرار دارند، حتی ممکن است خود از وجود جنگ سنگینی که بر فضای تنفسی آن‌ها جریان دارد، بی‌اطلاع باشند. جنگ رسانه‌ای، بر خلاف جنگ‌های نظامی که عمدتاً میان دو یا چند کشور که به عنوان ائتلاف با یک کشور جریان می‌یابند، می‌تواند میان یک گروه از کشورها با گروه بزرگ دیگری از کشورها با ویژگی مشخص جریان یابد. جنگ رسانه‌ای غرب علیه جهان اسلام و جنگ رسانه‌ای غرب علیه کشورهای جهان سوم، دو نمونه بارز از موضوعی هستند که می‌توانیم آن را به «جنگ جهانی رسانه‌ای» تعبیر کنیم (باصری، ۱۳۹۱: ۳۵).

اهداف جنگ رسانه‌ای

هدف اصلی جنگ رسانه‌ای، تغییر کارکرد و عملکرد دولت‌ها از طریق کنترل افکار عمومی است، در این جنگ، ادراک و باورهای ملت‌ها در اولین خط مقدم حمله دشمن، قرار می‌گیرند؛ به گونه‌ای که این عقیده وجود دارد که اگر افکار و اراده عمومی را نسبت به موضوع یا جریان و پدیده‌ای بتوان اقناع کرد یا به سمت خواسته‌های خود جهت‌دهی نمود، مسلماً دولت‌ها تحت فشار افکار عمومی ملت‌ها به سوی اهداف مورد نظر سوق یافته و در آن جهت قرار خواهند گرفت. مخاطب این جنگ، مردم کشورهای هدف، مردم خودی و نیروهای عمل‌کننده رقیب هستند (ضیائی‌پرور، ۱۳۸۷: ۱۲۳).

رسانه‌های جمعی

ویژگی‌های وسایل ارتباط جمعی موفق

توفیق وسایل ارتباط جمعی در عرصه رقابت به عواملی همچون در اختیار داشتن کارکنان کارآمد و حرفه‌ای، توانایی‌های فنی، گستردگی دامنه پوشش، انعطاف‌پذیری تشکیلاتی و توانایی‌های پشتیبانی و مالی بستگی دارد. علاوه بر این، گردانندگان وسایل ارتباط جمعی، باید به گونه‌ای برنامه‌ریزی کنند که بتوانند با جذب مخاطب، از امکانات ذکر شده، استفاده مناسب را به عمل آورند. یک رسانه موفق، زمانی می‌تواند به اهداف خود دست یابد که در برقراری ارتباط و افزایش گسترده دامنه مخاطبان، توفیق یابد. دسترسی به این هدف، مستلزم «شناخت مخاطبان از نظر انگیزه‌ها، تمایلات و سلیقه‌ها»، «سخن گفتن با زبان مطلوب مخاطبان»، «اقناع مخاطبان» و «جلب اعتماد مخاطبان» است. نقش رسانه‌های جمعی، شامل: نقش خبری و اطلاع‌رسانی، نقش آموزشی، نقش تفریحی و سرگرمی می‌باشد (لرنی، ۱۳۸۸: ۴۱).

پیشینه عملیات روانی

عملیات روانی، ریشه در اندیشه انسان‌ها دارد، از همین رو، با اطمینان می‌توان گفت عملیات روانی، سابقه‌ای به قدمت تاریخ بشریت دارد؛ چرا که انسان‌ها برای تحت تأثیر قرار دادن طرف مقابل، به شیوه‌ها و ترفندهای گوناگون متوسل می‌شدند و این فعالیت، از ارتباط چهره به چهره دو فرد گرفته تا اجتماعات کوچک و بزرگتری، ادامه یافته است و این گونه فعالیت‌ها و اقدامات در زمان‌های خاص همچون بحران‌ها، جنگ‌ها، نزاع‌های محلی به صورت‌های مختلف و گوناگونی اتفاق افتاده است (اسماعیلی، ۱۳۸۹: ۹).

پل لاین بارگر، سابقه استفاده از جنگ روانی را به جنگ کیدئون با مادها نسبت می‌دهد. در این جنگ، کیدئون بر خلاف رسوم نظامی زمان خود که هر دسته صد نفره یک مشعل داشتند، به هر یک از سپاهیان مشعلی داد و این توهم را در ذهن دشمن ایجاد کرد که تعداد افرادش، صد برابر میزان واقعی است، مطمئناً قبل از این واقعه و بعد از آن، نمونه‌های متعدد دیگری از جنگ روانی سنتی را می‌توان یافت.

عملیات روانی برای تأثیرگذاری روانی و استفاده از آن در جنگ، صلح و سیاست به تازگی کشف نگردیده است؛ بلکه کمتر برهه‌ای از تاریخ حیات سیاسی و نظامی بشر را می‌توان یافت که فارغ از این عنصر باشد. در جنگ احد، دشمن که توانایی مقابله با سپاهیان اسلام را نداشت، شایعه کرد که: «ألا قد قُتل رسول الله، ألا قد قُتل رسول الله» یعنی پیامبر کشته شده است، پیامبر کشته شده است. بنابراین، لشکریان اسلام تحت تأثیر قرار گرفتند؛ به‌طوری که گروه بی‌شماری از مسلمانان، دست از جنگ کشیدند و به کوه پناه بردند و تنها گروه اندکی در میدان باقی ماندند. حتی گروهی از مسلمانان، به‌قدری وحشت‌زده شده بودند که برای نجات جان خود، نقشه می‌کشیدند به عبدالله آبی، متوسل شوند تا از ابوسفیان برای آن‌ها امان بگیرد (مرادی، ۱۳۸۷: ۷۷).

هجمه‌های عملیات روانی علیه حضرت علی (ع) به حدی بود که پس از شهادت آن حضرت در محراب، عده‌ای از مردم شام با تعجب می‌پرسیدند: «مگر [حضرت] علی (ع) نماز می‌خواند که در محراب عبادت شهید شده است؟!»

در تاریخ اسلام، روشن کردن آتش توسط سپاهیان اسلام، در شب فتح مکه و ایجاد رعب در مکیان از این طریق، نقش مهمی در شکستن مقاومت آن‌ها داشت و حیلۀ قرآن بر سر نیزه کردن عمر و عاص و شکست دادن سپاه در حال پیروزی امام علی (ع) با این وسیله، نمونه‌های برجسته‌ای (البته با ارزش‌های متفاوت) از جنگ‌های روانی است که به اقتضای فرصت و بر اساس ذوق و نبوغ طراحان آن، به اجرا درآمده‌اند. عملیات روانی در دوران معاصر، بعد از اتمام جنگ جهانی دوم و شروع جنگ سرد به جنگ روانی نیز

به صورت‌های دیگری توجه شد و در واقع، چهره‌ای جدید از عملیات روانی مطرح شد و به گفتهٔ صلاح نصر (حقیقت کاشانی، ۱۳۸۷)، عملیات روانی در این مرحله، به وضعی دچار شد که نه جنگ واقعی بود و نه صلح حقیقی. در این شرایط، هر یک از اردوگاه‌ها سعی داشتند مشکلات بین‌المللی را به روش و مفهوم سیاسی مورد نظر خود حل کرده و فقط به منافع خود فکر کنند. دو طرف در عرصهٔ عملیات روانی که در تاریخ عصر جدید بی‌سابقه است، به مسابقه پرداختند.

ویژگی‌های عملیات روانی جدید که از جنگ جهانی دوم به بعد شکل گرفته به طور خلاصه به شرح زیر است:

- عملیات روانی جدید، بخشی از کشور داری و در کنار دیگر ابزارهای قدرت ملی، جا گرفته است.
- عملیات روانی جدید، پدیده‌ای همیشگی و پیوسته است.
- چه در زمان صلح و چه در زمان جنگ، کشورها باید برای به کارگیری آن یا دفاع در مقابل آن، آماده باشند.
- عملیات روانی جدید، عملی سازمان‌یافته و برنامه‌ریزی شده است؛ عملیات روانی جدید، بر علم و پژوهش‌های علمی متکی است.
- کشوری می‌تواند تشکیلات جنگ روانی کارآمد راه اندازد که بنیان‌های علمی لازم را در علوم انسانی و اجتماعی دارا باشد.
- عملیات روانی جدید، بُرد وسیع و گسترده‌ای دارد، اجرای عملیات روانی جدید، مستلزم داشتن توان مالی و صنعتی است (عظیمی، ۱۳۸۴: ۵۳).

تلویزیون فارسی بی‌بی‌سی

جایگاه بی‌بی‌سی در ایران قبل از انقلاب

جنگ جهانی دوم و پیامدهای آن، جایگاه بی‌بی‌سی را به عنوان یکی از رسانه‌های خبری تثبیت کرد. در ایران نیز پس از سقوط رضا شاه و حضور آشکار انگلیس در تحولات ایران، رادیو بی‌بی‌سی، اهمیت ویژه‌ای پیدا کرد. با این حال، نگاه مردم ایران به این رسانهٔ انگلیسی، نگاهی دوگانه و سرگردان میان حس اعتماد و بی‌اعتمادی بود. از یک سو، پیشینهٔ عملکرد انگلیسی‌ها در ایران و به ویژه در دوران قاجار، مردم ایران را نسبت به «هر چیز انگلیسی» بدبین کرده بود. مداخلهٔ مستقیم در امور سیاسی و حضور پررنگ در اقتصاد ایران، انگلیس را در ذهن ایرانیان، به پدیده‌ای بدل کرده بود که «همهٔ کارها زیر سر اوست». رادیو فارسی بی‌بی‌سی، با خبر رسانی گسترده از آنچه در ایران رخ می‌داد- و گاه با ارائهٔ تحلیل از آنچه ممکن بود رخ دهد- حس بدبینی عمومی جامعهٔ ایران را تقویت

می‌کرد. اما از سوی دیگر، همین تصویر ذهنی از انگلیس، باوری کلی در میان ایرانیان، ایجاد می‌کرد که رسانه دولتی این کشور، رادیو بی‌بی‌سی، بدون شک «می‌داند» این حس اعتماد اگرچه همراه با نگرانی بود، اما به هر روی شنوندگان بسیاری را به بی‌بی‌سی فارسی، جذب می‌کرد. گزارش‌های خبری بی‌بی‌سی فارسی از ماجرای حمله متفقین به ایران و برکناری رضا شاه از سلطنت، نمونه مشخص و چه بسا نقطه عطفی بود که هر دو حس اعتماد همراه با نگرانی و بی‌اعتمادی را در میان ایرانیان تقویت کرد. اما نتیجه این هر دو حس، افزایش شنوندگان و گسترش دامنه پوشش بی‌بی‌سی فارسی در ایران بود. در طول بیش از نیم قرن حضور در فضای رسانه‌ای ایران، رادیو فارسی بی‌بی‌سی، همچنان انبوهی از رخدادهای تاریخ معاصر ایران را پوشش داده است؛ از افول سلطنت پهلوی تا پیروزی انقلاب اسلامی. در تمام این دوران، کم نبوده‌اند کسانی که نقش رادیو فارسی بی‌بی‌سی را بیش از خبر رسانی صرف می‌دانسته‌اند (رجبی، ۱۳۹۲: ۱۷).

گسترش بخش فارسی رادیو بی‌بی‌سی پس از انقلاب اسلامی

بخش فارسی رادیو بی‌بی‌سی پس از انقلاب اسلامی، گروه خود را گسترش داد و برنامه‌های خود را از ترجمه صرف اخبار و گزارش‌های تهیه شده در شبکه جهانی بی‌بی‌سی، به تولیدات جدید به زبان فارسی تغییر داد. بخش فارسی بی‌بی‌سی در سال‌های اخیر، شمار نسبتاً زیادی از روزنامه‌نگاران ایرانی را استخدام کرده و گروه‌های رادیویی و آنلاین خود را گسترش داده است. سایت فارسی بی‌بی‌سی آنلاین نیز با بهره‌گیری از وبسایت‌های پشتیبان و ناظر، حوزه فعالیت خود را گسترش داده است. بودجه بخش برون مرزی بی‌بی‌سی را دولت تأمین می‌کند، اما مسئولان این شبکه، به دنبال ارائه چهره‌ای مستقل از این شبکه هستند. از این رو، مدعی هستند که دولت انگلیس در محتوای برنامه‌ها یا تعیین مأموریت خاصی برای این شبکه دخالت نمی‌کند، در حالی که این امر، واضح و مبهرن است که برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی و چه بسا پایگاه‌های اینترنتی سرویس جهانی بی‌بی‌سی، از جمله مهمترین و بارزترین ابزارهای دیپلماسی عمومی انگلیس، برای تشریح سیاست‌های منطقه‌ای انگلیس و سپس توجیه این اقدامات، برای مخاطبان عام و خاص ایرانی است که این رویکرد، در چارچوب شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی، تجلی می‌یابد (محمد خانی، ۱۳۹۰: ۵۱).

تاریخچه فعالیت‌های هسته‌ای ایران

مقدمات تأسیس سازمان انرژی اتمی ایران از اوایل سال ۱۳۵۳ فراهم شد و با تصویب اساسنامه آن در تاریخ ۱۶ تیر ۱۳۵۳ به صورت یک شخصیت حقوقی در آمد. اولین گام مهم ایران برای دستیابی به فناوری صلح‌آمیز هسته‌ای در ۵ مارس ۱۹۵۷ که اولین

موافقت‌نامه اتمی بین ایران و آمریکا امضا شد، به وقوع پیوست. ایران در سال ۱۹۵۸ به عضویت آژانس بین‌المللی انرژی اتمی درآمد. در سال ۱۳۴۶ با همکاری شرکای آمریکایی، اولین رآکتور آب سبک ۵ مگاواتی آموزشی و تحقیقاتی، با غنای سوخت ۹۳ درصد و تجهیزات جداسازی پلوتونیوم، در دانشکده فنی دانشگاه تهران نصب شد. آمریکا متعهد شده بود سوخت این رآکتور را تحویل و قدرت آن را به ۱۰ مگاوات افزایش دهد، اما نه سوخت را تحویل داد و نه مبلغ دو میلیون دلاری را که بابت آن دریافت کرده بود، بازگرداند. محمد رضا شاه، تصمیم گرفته بود تا سال ۲۰۰۰ میلادی، ۲۳ هزار مگاوات برق مورد نیاز کشور، از انرژی هسته‌ای، تأمین شود. ایران در ۱۰ تیر ۱۳۴۷، معاهده منع تکثیر تسلیحات اتمی را امضا کرد و در ۱۳ بهمن ۱۳۴۹ به تصویب مجلس شورای ملی رساند. در چارچوب سیاست‌های غرب نسبت به رژیم پهلوی، در سال ۱۳۵۵ قرارداد خرید دو رآکتور ۱۲۰۰ مگاواتی برای نصب در نیروگاه اتمی بوشهر بین ایران و آلمان به امضا رسید. همچنین دو رآکتور ۹۰۰ مگاواتی نیز برای نصب در بندر عباس از فرانسه خریداری شد. ایران، یک قرارداد ۱۰ ساله قابل تمدید سوخت هسته‌ای را در سال ۱۹۷۴ با ایالات متحده، در سال ۱۹۷۶ با آلمان و در سال ۱۹۷۷ با فرانسه منعقد کرد. در این راستا، پاریس در سال ۱۳۵۶ برای ساخت دو نیروگاه هسته‌ای با ظرفیت ۹۰۰ مگاوات در منطقه دارخوین نزدیک اهواز با ایران به توافق رسید. پس از پیروزی انقلاب، جمهوری اسلامی ایران تصمیم گرفت تعهد خود نسبت به اساسنامه آژانس، نظام پادمان و پیمان NPT را ادامه دهد و در اواخر دهه سال ۱۹۸۰ اولین عضو آژانس بود که به صورت داوطلبانه از بازرسان مدیر کل آژانس برای بازدید از تأسیسات هسته‌ای خود دعوت به عمل آورد. متعاقب آن، بین سال‌های ۱۹۸۸ تا ۱۹۹۱ تعداد زیادی از مهندسان سازمان انرژی اتمی، برای آموزش به چین سفر کردند که اکثر آنان پس از بازگشت در مرکز فناوری اصفهان، استخدام شدند. بخش آموزش مهندسان فیزیک هسته‌ای نیز در دانشگاه صنعتی شریف فعال شد و همزمان به جذب و بازگرداندن دانشمندان با تجربه ایرانی نیز توجه گردید. در ابتدای دهه ۱۹۹۰ فدراسیون روسیه و جمهوری اسلامی ایران، یک موسسه تحقیقاتی مشترک به نام پرسپولیس تأسیس نمودند و در حوزه تبادل کارشناس و انتقال فناوری اطلاعات، به همکاری پرداختند (ذوالفقاری، ۱۳۹۱: ۱۰۶-۱۰۷). با شروع جنگ تحمیلی، شرکت آلمانی، مسئول تکمیل نیروگاه هسته‌ای بوشهر، به بهانه وقوع جنگ و مسائل سیاسی-امنیتی، از ادامه کار و تکمیل این نیروگاه منصرف شد و شکایات ایران نیز به جایی نرسید و حتی نتوانست غرامت دریافت کند. از سال ۱۳۷۶ شورای فناوری‌های پیشرفته تشکیل شد. دغدغه اصلی مسئولان امر این بود که بدون افتتاح فاز اول کارخانه، تبدیل سوخت هسته‌ای اصفهان، عملاً ساخت سایر تأسیسات اتمی نیز بی‌فایده است؛

از این‌رو، در سال ۱۳۷۹ مراحل اجرایی پروژه UCF آغاز و با وجود عدم همکاری‌های طرف چینی این پروژه، متخصصان توانمند داخلی توانستند در مدت چهار سال، آن را تکمیل کنند (همان: ۱۰۸-۱۰۹). ایالات متحده در سال ۲۰۰۲ با جنگ روانی- رسانه‌ای و استفاده ابزاری از گروهک منافقین (سازمان مجاهدین خلق) توانست بررسی موضوع فعالیت‌های هسته‌ای ایران را در دستور کار ۳۵ عضو شورای حکام آژانس اتمی قرار دهد. اولین قطعنامه شورای حکام در ۱۲ سپتامبر ۲۰۰۳ علیه فعالیت‌های صلح‌آمیز هسته‌ای ایران، صادر گردید و از آن زمان، دیپلماسی خصمانه گام به گام آمریکا و متحدانش، برای مهار جنبش تازه پای‌نرم-افزایی تولید علم در ایران، از طریق ارائه تصویب قطعنامه‌های زنجیره‌ای آغاز شد. متعاقب آن قطعنامه علیه ایران در ۲۶ نوامبر ۲۰۰۳، ۱۳ مارس ۲۰۰۴، ۱۸ ژوئن ۲۰۰۴، ۱۸ سپتامبر ۲۰۰۴، ۲۹ نوامبر ۲۰۰۴، ۲۴ سپتامبر ۲۰۰۵ و ۴ فوریه ۲۰۰۶، از سوی شورای حکام آژانس اتمی، صادر گردید و در بند هشتم آخرین قطعنامه، از مدیر آژانس خواسته شد در نشست عادی آتی شورای حکام، به تاریخ مارس ۲۰۰۶ گزارش خود را در مورد تمکین ایران به قطعنامه‌های پیشین این شورا ارائه دهد. در ژانویه ۲۰۰۳ پایگاه اینترنتی سوخت هسته‌ای اعلام کرد شبکه عبدالقدیر خان (پدر بمب اتمی پاکستان)، اطلاعات مربوط به ساخت سانتریفیوژها را که از شرکت هلندی (یورنکو) در دهه ۷۰ میلادی سرقت کرده، در اختیار ایران گذاشته است (همان: ۱۰۹). جمهوری اسلامی ایران در فوریه ۲۰۰۳ به آژانس بین‌المللی انرژی اتمی اطلاع داد تا اوایل سال ۲۰۰۵ قصد دارد نصب دستگاه‌های سانتریفیوژ p-1 در نطنز را تا سقف ۵۰ هزار سانتریفیوژ در قالب قطعات مجزای سه هزار تایی مرکب از چندین آبشار ۱۶۴ تایی سازماندهی و اورانیوم غنی‌شده سطح پایین را برای تأمین سوخت نیروگاه بوشهر فراهم نماید. مدیر کل آژانس، در ۲۱ فوریه ۲۰۰۳ از کارخانه غنی‌سازی سوخت آزمایشگاهی نطنز بازدید کرد، در ۱۳ مهر ۱۳۸۲ اکتبر ۲۰۰۳، آژانس سه مکان در مجتمع صنعتی کلاهدوز، واقع در غرب تهران را بازرسی کرد. گروهک منافقین، مدعی شده بود ایران در این اماکن، فعالیت مربوط به غنی‌سازی را انجام می‌دهد ولی نتایج بازرسی‌های محیطی نشان داد که هیچ‌گونه عملیات غنی‌سازی در این مجتمع صورت نگرفته است (سلطانی‌فر، ۱۳۸۶: ۶۱۴). دولت جمهوری اسلامی ایران در ۲۹ مهر ۱۳۸۲ (۲۱ اکتبر ۲۰۰۳)، وزرای خارجه سه کشور تروئیکای هسته‌ای اتحادیه اروپا (فرانسه، انگلستان و آلمان) را به ایران دعوت کرد و در پی مذاکرات، تصمیم گرفته شد، ایران به صورت کامل با آژانس بین‌المللی انرژی اتمی همکاری نماید تا ابهامات و سؤالات باقی مانده آژانس، مرتفع شود. مؤسسه علوم و امنیت بین‌الملل آمریکا در ۲۵ شهریور ۱۳۸۳ (۱۶ سپتامبر ۲۰۰۴)، هفت عکس ماهواره‌ای از مراکز نظامی پارچین منتشر و ادعا کرد ایران، در این مرکز، در حال آزمایش

مواد منفجره با قدرت انفجاری بالا از هسته اورانیوم ضعیف شده به شکل نوعی آزمایش خشک است تا بداند بمب اتمی با مواد شکاف پذیر چگونه عمل می-کند. این مؤسسه در ۲۸ بهمن ۱۳۸۳، ۱۷ فوریه ۲۰۰۵، تصاویر جدیدی از کارخانه تبدیل اورانیوم اصفهان را منتشر کرد و مدعی شد، ایران تونل‌های زیر زمینی برای انتقال هگزافلوراید اورانیوم حفر کرده است (ذوالفقاری، ۱۳۹۱: ۱۱۳-۱۱۵). در تیر ماه ۱۳۸۴ به دنبال انتخاب محمود احمدی‌نژاد به ریاست جمهوری ایران، اعلام شد که ایران، تعلیق داوطلبانه را لغو و فعالیت‌های UCF اصفهان را تحت نظارت آژانس ادامه می‌دهد (همان: ۱۱۶).

نظریه برجسته‌سازی

یکی از رایج‌ترین رویکردها در مطالعه اثرات رسانه‌ها که در اوایل دهه هفتاد، پدیدار شد با عنوان اثر برجسته‌سازی رسانه-های توده‌ای مطرح است (دنسباخ، ۲۰۰۸: ۱۴۵). نظریه برجسته‌سازی در سال ۱۹۷۲ توسط «مکسول مک کامبز» و «دونالد شاو» ارائه شد. آن‌ها در مطالعاتشان در مورد نقش رسانه، در مبارزه انتخاباتی ریاست جمهوری در چیل هیل، کارولینای شمالی مطرح شد (مک هوم و شاو، ۱۹۷۲: ۱۷۹). فرضیه اول تحقیق این بود که رسانه‌ها با تأکید بر موضوعاتی خاص، آن‌ها را نزد مخاطبان، مهم جلوه می‌داد، به طوری که این موضوعات، در نظر مخاطبان، در اولویت قرار می‌دهند (کوهن، ۱۹۶۳: ۱۲۰). بنا به گفته کوهن در سال ۱۹۶۸، «رسانه‌ها به مردم نمی‌گویند چه فکر کنند؛ بلکه می‌گویند به چه فکر کنند» (سورین و همکاران، ۱۳۸۴: ۲۳۲). نظریه برجسته‌سازی را می‌توان در زمره نظریه‌های موج سوم قرار داد. به موجب این نظریه، اهمیت این موضوع از نظر مردم، تابع میزان اهمیتی است که رسانه‌ها به آن موضوع می‌دهند (همان: ۱۲۰).

روش تحقیق

در این تحقیق، از روش «تحلیل محتوی کمی» (مقطعی) استفاده شده است؛ یعنی محتوای مجموعه اخبار و تحلیل‌های ارائه شده در سایت بی‌بی‌سی فارسی در دوره مورد بررسی (اول فروردین ماه ۹۴ تا پایان تیر ماه ۹۴)، با استفاده از این روش، تحلیل و بررسی شده است. با توجه به اینکه محقق می‌کوشد به شناختی در مورد این رسانه دست پیدا کند، لذا به مطالعه عینی، منظم و منطقی محتوای آشکار و پنهان پیام‌های اخبار این رسانه پرداخته و در همین راستا، از روش تحلیل محتوای کمی که به محقق کمک نموده تا به لایه‌های پنهان و زیرین پدیده‌های مرتبط با موضوع پژوهش دست یافته و به اهدافی که پژوهش در راستای آن انجام می‌گیرد، نزدیک شود. روش گردآوری اطلاعات در این خصوص عبارتند از: روش کتابخانه‌ای استفاده از کتب، فصلنامه‌ها، مجلات، پایان‌نامه‌ها و مراجعه به شبکه‌های اینترنتی مرتبط که نمونه بارز آن، مراجعه به آرشیو سایت بی‌بی‌سی

فارسی و دریافت مجموعه اخبار و تحلیل‌های ارائه شده در سایت بی‌بی‌سی فارسی در دوره تحقیق (اول فروردین ماه ۹۴ تا پایان تیر ماه ۹۴) و با استفاده از فیش برداری مطالب مربوط به موضوع مورد پژوهش استخراج، اطلاعات ثبت و به روش دستی محاسبه شده است.

یافته‌های پژوهش

عملیات روانی علیه صنعت هسته‌ای ایران

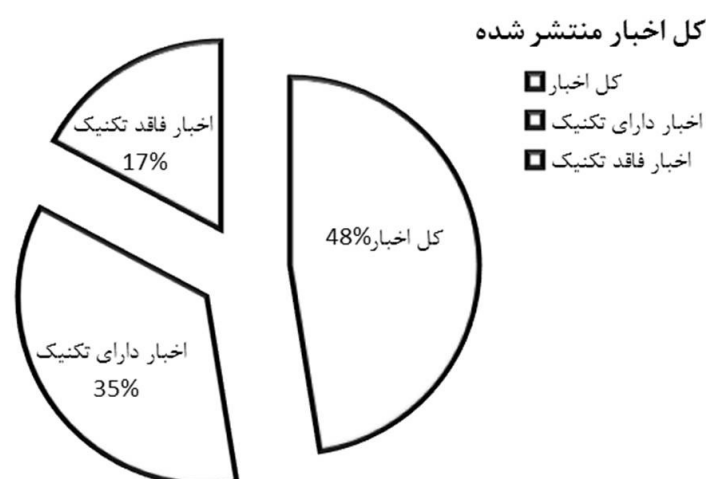
دستیابی ایران به انرژی هسته‌ای، هزینه زیادی داشته است. زیر سؤال بردن ارزش بهره‌مندی از تکنولوژی هسته‌ای، مردم را دلسرد می‌کند. بی‌بی‌سی فارسی در میان اخبار فناوری هسته‌ای، برچیده شدن نیروگاه‌های هسته‌ای در جهان را سوژه خود کرده است. این شبکه، گزارش داده است که سوئیس برای برچیدن نیروگاه‌های هسته‌ای خود، همه‌پرسی به راه انداخته است. از عوارض، خطرات و گرانی نیروگاه‌های هسته‌ای و روی آوردن به انرژی تجدیدپذیر، به عنوان دلایل موجه برچیده شدن آن نیروگاه‌ها سخن گفته است. این، در حالی است که عمر استفاده از نیروگاه‌های هسته‌ای در این کشور، به چهل سال می‌رسد. این شبکه، پیش از توافق هسته‌ای هم از جمع شدن نیروگاه‌های هسته‌ای در آلمان خبر داده بود. بی‌بی‌سی فارسی، اولین بار، ۶ سال پیش، از برنامه آلمان برای برچیدن نیروگاه هسته‌ای‌اش تا سال ۲۰۲۰ خبر داد. (ذوالفقاری، ۱۳۹۱: ۱۱۳-۱۱۵). تکنیک‌های به کار رفته در این گزارش، تکنیک القاء غیر مستقیم، تکنیک تحریک و تکنیک تفرقه می‌باشد در این گزارش، با بکارگیری تکنیک‌های فوق، در صورتی که ایران، در کورس مذاکرات هسته‌ای به سر می‌برد، می‌خواهد ارزش انرژی هسته‌ای را در نزد افکار عمومی پایین بیاورد و از طرف دیگر، با تحریکی که در گزارش‌های بی‌بی‌سی نهفته است و اعلام اینکه کشورهای دیگر به دلیل هزینه داشتن نیروگاه‌های انرژی هسته‌ای، به فکر برچیدن آن هستند و علاوه بر تکنیک‌های اشاره شده که در متن گزارش آمده، بی‌بی‌سی فارسی به دنبال ایجاد تفرقه بین مردم و مسئولین می‌باشد.

ارزیابی کل اخبار منتشره در سایت بی‌بی‌سی فارسی در خصوص فعالیت‌های هسته‌ای ۹۴

جدول شماره ۱- توزیع فراوانی و درصد کل اخبار بی‌بی‌سی فارسی

عنوان	فراوانی	درصد
اخبار دارای تکنیک	۲۹۸	۶۳,۸۱
اخبار فاقد تکنیک	۱۶۹	۳۵,۱۹
کل اخبار	۴۶۷	۱۰۰

همان‌طوری که در جدول شماره ۱ نشان داده شده است؛ سایت بی‌بی‌سی فارسی در دوره زمانی مورد بررسی، یعنی از اول فروردین ماه ۹۴ تا پایان تیر ماه ۹۴، در خصوص فعالیت‌های هسته‌ای دولت یازدهم در سال ۹۴، از اخبار دارای تکنیک عملیات روانی ۶۳،۸۱ درصد، و اخبار فاقد تکنیک با ۳۵،۱۹ درصد استفاده نموده است. در نتیجه، این سایت بیشتر از اخباری استفاده نموده که دارای تکنیک آشکار عملیات روانی می‌باشد.



نمودار شماره ۱- نمودار درصدی کل اخبار بی‌بی‌سی فارسی

ارزیابی حوزه اصلی اخبار سایت بی‌بی‌سی فارسی (اولویت ۱) در خصوص فعالیت‌های هسته‌ای ۹۴

جدول شماره ۲- توزیع فراوانی و درصد حوزه اصلی اخبار بی‌بی‌سی فارسی (اولویت ۱)

ردیف	حوزه اخبار	فراوانی	درصد
۱	توافق ایران و گروه ۱+۵	۵۳	۱۳،۹۵
۲	تمدید مذاکرات	۳۹	۱۰،۲۶
۳	قطعنامه‌های سازمان ملل علیه ایران	۳۸	۱۰
۴	دیدگاه مردم نسبت به مذاکرات هسته‌ای	۳۷	۹،۷۴
۵	لغو تحریم‌ها و تحریم	۳۶	۹،۴۷
۶	دستاوردهای مذاکرات هسته‌ای برای طرفین	۳۵	۹،۲۱
۷	مذاکرات ایران و گروه ۱+۵	۳۱	۸،۱۶
۸	پیروزی بدون جنگ	۳۱	۸،۱۶
۹	آژانس بین‌المللی انرژی اتمی	۲۸	۷،۳۷

۱۰	شفاف‌سازی برنامه هسته‌ای ایران	۲۵	۶,۵۸
۱۱	تأسیسات هسته‌ای	۱۱	۲,۸۹
۱۲	مواضع رهبری ایران در برابر مذاکرات	۸	۲,۱۱
۱۳	دانشمندان هسته‌ای	۸	۲,۱۱
	مجموع	۳۸۰	۱۰۰

همان‌طوری که در جدول شماره ۲ نشان داده شده است؛ سایت بی‌بی‌سی فارسی در دوره زمانی مورد بررسی، یعنی از اول فروردین ماه ۹۴ تا پایان تیر ماه ۹۴، در خصوص فعالیت‌های هسته‌ای دولت یازدهم، از اخبار در حوزه اصلی (اولویت ۱) توافق ایران و گروه ۱+۵ با ۱۳,۹۵ درصد، بیشترین حوزه خبری و اخبار در حوزه دانشمندان هسته‌ای با ۲,۱۱ درصد، کمترین حوزه اخبار را به خود اختصاص داده‌اند.

ارزیابی حوزه اصلی اخبار سایت بی‌بی‌سی فارسی (اولویت ۲) در خصوص فعالیت‌های هسته‌ای ۹۴

جدول شماره ۳- توزیع فراوانی و درصد موضوع غالب اخبار بی‌بی‌سی فارسی

ردیف	موضوعات غالب	فراوانی	درصد
۱	سلاح هسته‌ای و خلع سلاح هسته‌ای	۵۴	۱۸,۱۲
۲	توقف برنامه موشکی ایران	۴۵	۱۵,۱۰
۳	راستی آزمایی	۴۳	۱۴,۴۳
۴	توقف کامل فعالیتهای غنی‌سازی	۴۲	۱۴,۰۹
۵	غیر صلح‌آمیز بودن فناوری هسته‌ای ایران	۴۰	۱۳,۴۲
۶	بازرسی از مراکز هسته‌ای و سایت‌های نظامی	۳۹	۱۳,۰۹
۷	اجماع جهانی بر علیه ایران	۳۶	۱۲,۰۸
	مجموع	۲۹۸	۱۰۰

همان‌طوری که در جدول شماره ۳ نشان داده شده است؛ سایت بی‌بی‌سی فارسی در دوره زمانی مورد بررسی، یعنی از اول فروردین ماه ۹۴ تا پایان تیر ماه ۹۴ در خصوص فعالیت‌های هسته‌ای دولت یازدهم، از اخبار در حوزه اصلی (اولویت ۲) سلاح هسته‌ای و خلع سلاح هسته‌ای با ۱۸,۱۲ درصد، بیشترین حوزه خبری و اخبار در حوزه اجماع جهانی بر علیه برنامه هسته‌ای ایران با ۱۲,۰۸ درصد، کمترین حوزه اخبار را به خود اختصاص داده‌اند.

جدول شماره ۴- توزیع تکنیک عملیات روانی اخبار بی بی سی فارسی

ردیف	تکنیک عملیات روانی	فراوانی	درصد
۱	برجسته سازی و بزرگ نمایی	۲۸	۹
۲	تحریک	۳۲	۱۱
۳	عرفی سازی یا همراهی	۴	۱
۴	کلی بافی فریبنده	۱۹	۶
۵	تفرقه	۱۴	۵
۶	شبیه افکنی و بدبینی	۲۳	۸
۷	تظاهر به بی طرفی	۹	۳
۸	سیاه نمایی	۲۴	۸
۹	القاء	۶۷	۲۲
۱۰	تخریب و ترور شخصیت	۶	۲
۱۱	مظلوم نمایی	۸	۳
۱۲	تکرار	۴۱	۱۴
۱۳	دروغ بزرگ	۱۶	۵
۱۴	اعتبار بخشی	۷	۳
	جمع	۲۹۸	۱۰۰

همان طوری که در جدول شماره ۴ نشان داده شده است؛ سایت بی بی سی فارسی در دوره زمانی مورد بررسی، یعنی از اول فروردین ماه ۹۴ تا پایان تیر ماه ۹۴ در خصوص فعالیت های هسته ای دولت یازدهم، از اخبار دارای تکنیک عملیات روانی القا با ۲۲ درصد و تکنیک تکرار با ۱۴ درصد فراوانی، بیشتر از سایر تکنیک ها و از اخبار دارای تکنیک عملیات روانی عرفی سازی و همراهی با ۱،۳۴ درصد و تکنیک تخریب و ترور شخصیت با ۲،۰۱ درصد، کمتر از سایر تکنیک ها استفاده کرده است. همچنین از اخبار دارای تکنیک عملیات روانی، برجسته سازی و بزرگ نمایی ۹ درصد تکنیک تحریک با ۱۱ درصد و تکنیک کلی بافی فریبنده با ۶ درصد و تکنیک شبیه افکنی و بدبینی با ۸ درصد و تکنیک تظاهر به بی طرفی با ۳ درصد، تکنیک سیاه نمایی با ۸ درصد و تکنیک مظلوم نمایی با ۳ درصد و تکنیک دروغ بزرگ با ۵ درصد و تکنیک اعتبار بخشی با ۳ درصد، استفاده کرده است.

منظور از سایر تکنیک‌های عملیات روانی، فریب و تکنیک استناد مجازی با ۰,۲ درصد و تکنیک پاره حقیقت‌گویی و تکنیک ارائه اطلاعات گزینش شده و تکنیک چیدن خبر نادرست در میان چند خبر درست و تکنیک مستند سازی با ۰,۵ درصد و تکنیک برچسب زدن و تکنیک اشاره به پیشینه رویدادها با ۰,۸ درصد می‌باشد.

ارزیابی قالب محتوای اخبار سایت بی‌بی‌سی فارسی در خصوص فعالیت‌های هسته‌ای ۹۴

جدول شماره ۵- توزیع فراوانی و درصد قالب محتوای اخبار بی‌بی‌سی فارسی

قالب محتوای اخبار	فراوانی	درصد
گزارش	۴۱	۱۴
خبر	۱۷۹	۶۰
یادداشت	۸	۲
تحلیل و تفسیر	۶۲	۲۱
نظرسنجی	۸	۳
جمع	۲۹۸	۱۰۰

همان‌طوری که از جدول فوق بر می‌آید؛ سایت بی‌بی‌سی فارسی در دوره زمانی مورد بررسی، یعنی از اول فروردین ماه تا پایان تیر ماه ۹۴، در خصوص فعالیت‌های هسته‌ای ایران در قالب محتوای اخبار، از قالب خبر با ۴۹,۴ درصد و قالب تحلیل و تفسیر با ۲۱ درصد، بیشتر از سایر قالب‌ها و از قالب یادداشت با ۲,۲ درصد، کمتر از سایر قالب‌ها استفاده کرده است. همچنین از قالب گزارش با ۱۴ درصد و از قالب نظر سنجی با ۳ درصد، استفاده کرده است.

ارزیابی روش‌های تولید اخبار سایت بی‌بی‌سی فارسی در خصوص فعالیت‌های هسته‌ای ۹۴

جدول شماره ۶- توزیع فراوانی و درصد روش‌های تولید اخبار بی‌بی‌سی فارسی

روش‌های تولید اخبار	فراوانی	درصد
تولیدی	۹۳	۳۱,۲۰
استفاده از سایر منابع	۸۳	۲۷,۸۵
ترکیبی	۸۵	۲۸,۵۲

نامشخص	۳۷	۱۲,۴۱
جمع	۲۹۸	۱۰۰

همان‌طوری که در جدول شماره ۶ نمایش داده شده است؛ سایت بی‌بی‌سی فارسی در دوره زمانی مورد بررسی، یعنی از اول فروردین ماه تا پایان تیر ماه ۹۴، در خصوص فعالیت‌های هسته‌ای ایران در روش‌های تولید اخبار، از روش تولیدی با ۳۱,۲۰ درصد بیشتر از سایر روش‌ها و از روش نامشخص با ۱۲,۴۱ درصد کمتر از سایر روش‌ها استفاده کرده است. همچنین از روش ترکیبی با ۲۸,۵۲ درصد و از روش استفاده از سایر منابع با ۲۷,۸۵ درصد استفاده کرده است.

ارزیابی جهت‌گیری اخبار سایت بی‌بی‌سی فارسی در خصوص فعالیت‌های هسته‌ای ۹۴

جدول شماره ۷- توزیع فراوانی و درصد جهت‌گیری اخبار بی‌بی‌سی فارسی

جهت‌گیری اخبار	فراوانی	درصد
مثبت	۳۷	۱۲
منفی	۱۷۲	۵۸
خنثی	۸۹	۳۰
جمع	۲۹۸	۱۰۰

همان‌طوری که در جدول شماره ۷ نمایش داده شده است؛ سایت بی‌بی‌سی فارسی در دوره زمانی مورد بررسی از اول فروردین ماه تا پایان تیر ماه ۹۴، در خصوص فعالیت‌های هسته‌ای ایران از اخبار دارای جهت‌گیری منفی با ۵۸ درصد بیشتر از سایر جهت‌گیری‌ها و از اخبار با جهت‌گیری مثبت با ۱۲ درصد، کمتر از سایر جهت‌گیری‌ها استفاده کرده است. همچنین از اخبار با جهت‌گیری خنثی، با ۳۰ درصد استفاده کرده است.

ارزیابی منابع اخبار سایت بی‌بی‌سی فارسی در خصوص فعالیت‌های هسته‌ای ۹۴

جدول شماره ۸- توزیع فراوانی و درصد منابع اخبار بی‌بی‌سی فارسی

منابع اخبار	فراوانی	درصد
سفید	۱۱۲	۳۸
سیاه	۱۹	۶
خاکستری	۱۶۷	۵۶

جمع	۲۹۸	۱۰۰
-----	-----	-----

همان‌طوری که جدول شماره ۸ نمایش داده شده است؛ سایت بی‌بی‌سی فارسی در دوره زمانی مورد بررسی یعنی از اول فروردین ماه تا پایان تیر ماه ۹۴، در خصوص فعالیت‌های هسته‌ای ایران در منابع اخبار، از منبع خاکستری با ۵۶ درصد، بیشتر از سایر منابع و از منبع سیاه با ۶ درصد، کمتر از سایر منابع استفاده کرده است. همچنین از منبع سفید با ۳۸ درصد، استفاده کرده است.

ارزیابی قالب محتوای اخبار سایت بی‌بی‌سی فارسی در خصوص فعالیت‌های هسته‌ای ۹۴

جدول شماره ۹- توزیع فراوانی و درصد قالب محتوای اخبار بی‌بی‌سی فارسی

درصد	فراوانی	قالب محتوا اخبار
۱۴	۴۱	گزارش
۶۰	۱۷۹	خبر
۲	۸	یادداشت
۲۱	۶۲	تحلیل و تفسیر
۳	۸	نظرسنجی
۱۰۰	۲۹۸	جمع

همان‌طوری که از جدول فوق برمی‌آید؛ سایت بی‌بی‌سی فارسی در دوره زمانی مورد بررسی، یعنی از اول فروردین ماه تا پایان تیرماه ۹۴، در خصوص فعالیت‌های هسته‌ای ایران در قالب محتوای اخبار، از قالب خبر با ۴۹,۴ درصد و قالب تحلیل و تفسیر با ۲۱ درصد، بیشتر از سایر قالب‌ها و از قالب یادداشت با ۲,۲ درصد، کمتر از سایر قالب‌ها استفاده کرده است. همچنین از قالب گزارش با ۱۴ درصد و از قالب نظرسنجی با ۳ درصد، استفاده کرده است.

بررسی ارتباط بین حوزه‌های خبری و تکنیک‌های عملیات روانی

جدول شماره ۱۰- توزیع درصد حوزه اصلی اخبار (اولویت ۱) در تکنیک‌های عملیات روانی اخبار
بی‌بی‌سی فارسی

تأمید مذاکرات	توافق ایران و گروه ۱+۵	مذاکرات ایران و گروه ۱+۵	مواضع رهبری ایران در برابر مذاکرات	قطعه‌نامه‌های سازمان ملل علیه ایران	تاسیسات هسته‌ای	آژانس بین‌المللی انرژی اتمی	تکنیک عملیات روانی حوزه اصلی اخبار
۲	۳	۰	۳	۴	۳	۵	برجسته‌سازی یا بزرگ‌نمایی
۷,۱	۱۰,۷	۰	۱۰,۷	۱۴,۳	۱۰,۷	۱۷,۹	
۶	۰	۸	۰	۳	۰	۰	تحریک
۱۸,۸	۰	۲۵	۰	۹,۴	۰	۰	
۲	۰	۰	۰	۰	۰	۱	عرفی‌سازی یا همراهی
۵۰	۰	۰	۰	۰	۰	۲۵	
۰	۶	۰	۰	۰	۰	۰	کلی‌بافی فریبنده
۰	۳۱,۶	۰	۰	۰	۰	۰	
۱	۳	۰	۱	۲	۱	۰	تفرقه
۷,۱۴	۲۱,۴۳	۰	۷,۱۴	۱۴,۲۸	۷,۱۴	۰	
۲	۴	۰	۰	۴	۰	۱	شبیه‌افکنی و بدبینی
۸,۶	۱۷,۴	۰	۰	۱۷,۴	۰	۴,۳	
۴	۰	۵	۰	۰	۰	۰	تظاهر به بی‌طرفی
۴۴,۴۴	۰	۵۵,۵۵	۰	۰	۰	۰	

سیاه‌نمایی	۰	۰	۴	۰	۵	۳	۵
	۰	۰	۱۶,۶	۰	۲۱	۱۲,۵	۲۱
القاء	۱۵	۰	۴	۰	۶	۷	۱
	۲۲,۴	۰	۶	۰	۹	۱۰,۲	۱,۵
تخریب و ترور شخصیت	۰	۰	۰	۲	۰	۰	۰
	۰	۰	۰	۳۳,۴	۰	۰	۰
مظلوم‌نمایی	۰	۰	۰	۳	۰	۰	۰
	۰	۰	۰	۳۷,۵	۰	۰	۰
تکرار	۰	۰	۶	۰	۰	۱۵	۴
	۰	۰	۱۴,۶	۰	۰	۳۶,۶	۹,۷
دروغ بزرگ	۰	۰	۳	۰	۰	۰	۳
	۰	۰	۱۸,۷	۰	۰	۰	۱۸,۷
اعتبار بخشی	۱	۰	۰	۰	۰	۱	۰
	۱۴,۳	۰	۰	۰	۰	۱۴,۳	۰
مجموع ستونی	۲۳	۴	۳۳	۶	۲۴	۴۲	۳۰
	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

تکنیک عملیات روانی	لغو تحریم‌ها و تحریم	دانشمندان هسته‌ای	پیروزی بدون جنگ	دستاوردهای مذاکرات هسته‌ای برای طرفین	شفاف‌سازی برنامه هسته‌ای ایران	دیدگاه مردم نسبت به مذاکرات هسته‌ای	مجموع سطری
حوزه اصلی اخبار							
برجسته‌سازی یا بزرگ‌نمایی	۳	۰	۰	۵	۰	۰	۲۸
	۱۰,۷	۰	۰	۱۷,۹	۰	۰	۱۰۰
تحریک	۰	۰	۰	۷	۰	۸	۳۲
	۰	۰	۰	۲۱,۸	۰	۲۵	۱۰۰

۴	۰	۰	۰	۱	۰	۰	عرفی سازی یا همراهی
۱۰۰	۰	۰	۰	۲۵	۰	۰	
۱۹	۵	۰	۳	۰	۰	۵	کلی بافی فریبنده
۱۰۰	۲۶,۳	۰	۱۵,۸	۰	۰	۲۶,۳	
۱۴	۲	۱	۰	۱	۲	۰	تفرقه
۱۰۰		۷,۱۴	۰	۷,۱۴	۱۴,۲۸	۰	
۲۳	۶	۰	۰	۴	۲	۰	شبهه افکنی و بدبینی
۱۰۰	۲۶,۳	۰	۰	۱۷,۴	۸,۶	۰	
۹	۰	۰	۰	۰	۰	۰	تظاهر به بی طرفی
۱۰۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	
۲۴	۱	۲	۴	۰	۰	۰	سیاه نمایی
۱۰۰	۴,۱	۸,۴	۱۶,۶	۰	۰	۰	
۶۷	۴	۴	۳	۱۵	۰	۸	القاء
۱۰۰	۶	۶	۴,۵	۲۲,۴	۰	۱۲	
۶	۰	۳	۰	۰	۱	۰	تخریب و ترور شخصیت
۱۰۰	۰	۴۹,۹	۰	۰	۱۶,۷	۰	
۸	۱	۰	۲	۲	۰	۰	مظلوم نمایی
۱۰۰	۱۲,۵	۰	۲۵	۲۵	۰	۰	
۴۱	۰	۰	۴	۵	۰	۷	تکرار
۱۰۰	۰	۰	۹,۷	۱۲,۳	۰	۱۷,۱	
۱۶	۶	۰	۰	۰	۰	۴	دروغ بزرگ
۱۰۰	۳۷,۶	۰	۰	۰	۰	۲۵	
۷	۱	۴	۰	۰	۰	۰	اعتبار بخشی
۱۰۰	۱۴,۳	۵۷,۱	۰	۰	۰	۰	
۲۹۸	۳۴	۱۴	۲۸	۲۸	۵	۲۷	مجموع ستونی
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	

با توجه به اطلاعات جدول شماره ۱۰ (اولویت ۱) می توان بیان نمود که:

۱. از تکنیک برجسته سازی یا بزرگ نمایی، بیشتر در حوزه آژانس بین المللی انرژی اتمی

- و همچنین دستاوردهای مذاکرات هسته‌ای برای طرفین با ۱۷,۹ درصد فراوانی استفاده شده است.
۲. از تکنیک تحریک، بیشتر در حوزه مذاکرات ایران و گروه ۵+۱ و همچنین دیدگاه مردم نسبت به مذاکرات هسته‌ای با ۲۵ درصد فراوانی استفاده شده است.
۳. از تکنیک عرفی‌سازی یا همراهی، بیشتر در حوزه تمدید مذاکرات با ۵۰ درصد فراوانی استفاده شده است.
۴. از تکنیک کلی‌بافی فریبنده، بیشتر در حوزه توافق ایران و گروه ۵+۱ با ۳۱,۶ درصد فراوانی استفاده شده است.
۵. از تکنیک تفرقه، بیشتر در حوزه توافق ایران و گروه ۵+۱ با ۲۱,۴۳ درصد فراوانی استفاده شده است.
۶. از تکنیک شبهه‌افکنی و بدبینی، بیشتر در حوزه دیدگاه مردم نسبت به مذاکرات هسته‌ای با ۲۶,۳ درصد فراوانی استفاده شده است.
۷. از تکنیک تظاهر به بی‌طرفی، بیشتر در حوزه مذاکرات ایران و گروه ۵+۱ با ۵۵,۵۵ درصد فراوانی استفاده شده است.
۸. از تکنیک سیاه‌نمایی، بیشتر در حوزه مذاکرات ایران و گروه ۵+۱ و تمدید مذاکرات با ۲۱ درصد فراوانی استفاده شده است.
۹. از تکنیک القا بیشتر در حوزه آژانس بین‌المللی انرژی اتمی و پیروزی بدون جنگ با ۲۲,۴ درصد فراوانی استفاده شده است.
۱۰. از تکنیک تخریب و ترور شخصیت، بیشتر در حوزه شفاف‌سازی برنامه هسته‌ای ایران با ۴۹,۹ درصد فراوانی استفاده شده است.
۱۱. از تکنیک مظلوم‌نمایی، بیشتر در حوزه مواضع رهبری ایران در برابر مذاکرات، با ۳۷,۵ درصد فراوانی استفاده شده است.
۱۲. از تکنیک تکرار، بیشتر در حوزه توافق ایران و گروه ۵+۱ با ۳۶,۶ درصد فراوانی استفاده شده است.
۱۳. از تکنیک دروغ بزرگ، بیشتر در حوزه دیدگاه مردم نسبت به مذاکرات هسته‌ای، با ۳۷,۶ درصد فراوانی استفاده شده است.
۱۴. از تکنیک اعتبار بخشی، بیشتر در حوزه شفاف‌سازی برنامه هسته‌ای ایران، با ۵۷,۱ درصد فراوانی استفاده شده است.

پاسخ به سؤالات تحقیق

سؤال اصلی

سایت بی‌بی‌سی فارسی در دولت یازدهم ریاست جمهوری در موضوع هسته‌ای، از چه تکنیک‌های عملیات روانی در سال ۹۴ بیشتر استفاده کرده است؟

نتایج به دست آمده از، یافته‌ها نشان می‌دهد، همان‌طوری که در جدول شماره ۸ نشان داده شده است؛ سایت بی‌بی‌سی فارسی از تکنیک القاء، بیشتر از دیگر تکنیک‌ها در خصوص فعالیت‌های هسته‌ای ایران، استفاده نموده است و از تکنیک عرفی‌سازی یا همراهی با یک درصد، کمترین میزان استفاده را داشته است. با بررسی‌های انجام شده، در خصوص موضوع فوق، به نظر می‌رسد با استفاده از روش‌های نوین رسانه و بکارگیری به موقع و کاربردی تکنیک‌های عملیات روانی، فن ترکیب و تولیدات جدید با استفاده از منابع مختلف در دسترس و با توجه به شناختی که از مخاطبین خود دارد، موضوعات در خور او را فراهم نموده و در زمان و موقعیت مناسب با استفاده از تکنیک‌های کاربردی (القاء و تکرار) که در تحقیق پیش‌رو نیز بالاترین درصد فراوانی را به خود اختصاص داده‌اند، استفاده کرده و بیشترین اثرگذاری که تغییر در افکار، باور و نگرش او و در نهایت تغییر رفتار اوست، دست می‌یابد.

پاسخ به سؤال اول تحقیق

الف) شناسایی و تعیین مهمترین حوزه‌های خبری (اولویت ۱) به کار گرفته شده در سایت بی‌بی‌سی فارسی در خصوص فعالیت‌های هسته‌ای ایران، در سال ۹۴ کدام است؟ لازم به ذکر است از کل اخبار منتشره که رقم آن ۴۶۷ خبر، گزارش، یادداشت، تحلیل و تفسیر و سایر منابع به دست آمده اخبار دارای تکنیک عملیات روانی با فراوانی ۲۸۹ و ۶۳,۸۱ درصد و اخبار فاقد تکنیک با فراوانی ۱۶۹ و ۳۵,۱۹ درصد استفاده نموده است که در قالب ۱۳ حوزه اصلی (اولویت ۱) دسته‌بندی شده‌اند. تجزیه و تحلیل یافته‌ها نشان می‌دهد همان‌طوری که در جدول شماره ۲ نشان داده شده است؛ سایت بی‌بی‌سی فارسی در دوره زمانی مورد بررسی یعنی از اول فروردین ماه ۹۴ تا پایان تیر ماه ۹۴، در خصوص فعالیت‌های هسته‌ای دولت یازدهم، از اخبار در حوزه اصلی (اولویت ۱) توافق ایران و گروه ۱+۵ با ۵۳ فراوانی و ۱۳,۹۵ درصد، بیشترین حوزه خبری و اخبار در حوزه دانشمندان هسته‌ای با ۸ بار فراوانی و ۲,۱۱ درصد، کمترین حوزه اخبار را به خود اختصاص داده‌اند.

ب) شناسایی و تعیین مهمترین حوزه‌های خبری (اولویت ۲) به کار گرفته شده در سایت بی‌بی‌سی فارسی در خصوص فعالیت‌های هسته‌ای ایران، در سال ۹۴ کدام است؟ لازم به ذکر است از کل اخبار منتشره که رقم آن ۴۶۷ خبر، گزارش، یادداشت، تحلیل و تفسیر و سایر منابع به دست آمده، اخبار دارای تکنیک عملیات روانی با فراوانی ۲۸۹ و ۶۳,۸۱ درصد و اخبار فاقد تکنیک با فراوانی ۱۶۹ و ۳۵,۱۹ درصد استفاده نموده است که در قالب ۷ حوزه اصلی (اولویت ۲) دسته‌بندی شده‌اند. تجزیه و تحلیل یافته‌ها نشان

می‌دهد همان‌طوری که در جدول شماره ۳ نشان داده شده است؛ سایت بی‌بی‌سی فارسی در دوره زمانی مورد بررسی یعنی از اول فروردین ماه ۹۴ تا پایان تیر ماه ۹۴، در خصوص فعالیت‌های هسته‌ای دولت یازدهم، از اخبار در حوزه اصلی (اولویت ۲) سلاح هسته‌ای و خلع سلاح هسته‌ای با ۵۴ فراوانی و ۱۸,۱۲ درصد، بیشترین حوزه خبری و اخبار در حوزه اجماع جهانی بر علیه ایران با ۳۶ بار فراوانی و ۱۲,۰۸ درصد، کمترین حوزه اخبار را به خود اختصاص داده‌اند.

۲. مهمترین روش‌های تولید سایت بی‌بی‌سی فارسی در خصوص فعالیت‌های هسته‌ای ایران، در سال ۹۴ کدامند؟

تجزیه و تحلیل یافته‌ها نشان می‌دهد همان‌طوری که در جدول شماره ۶ نمایش داده شده است؛ سایت بی‌بی‌سی فارسی در دوره زمانی مورد بررسی، یعنی از اول فروردین ماه تا پایان تیر ماه ۹۴، در خصوص فعالیت‌های هسته‌ای ایران در روش‌های تولید اخبار، از روش تولیدی با ۳۱,۲۰ درصد، بیشتر از سایر روش‌ها و از روش نامشخص با ۱۲,۴۱ درصد، کمتر از سایر روش‌ها استفاده کرده است. همچنین از روش ترکیبی با ۲۸,۵۲ درصد و از روش استفاده از سایر منابع با ۲۷,۸۵ درصد، استفاده کرده است.

۳. جهت‌گیری خبری سایت بی‌بی‌سی فارسی در خصوص فعالیت‌های هسته‌ای ایران، در سال ۹۴ کدامند؟

تجزیه و تحلیل یافته‌ها نشان می‌دهد همان‌طوری که در جدول شماره ۷ نمایش داده شده است؛ سایت بی‌بی‌سی فارسی در دوره زمانی مورد بررسی از اول فروردین ماه تا پایان تیر ماه ۹۴، در خصوص فعالیت‌های هسته‌ای ایران، از اخبار دارای جهت‌گیری منفی با ۵۸ درصد، بیشتر از سایر جهت‌گیری‌ها و از اخبار با جهت‌گیری مثبت با ۱۲ درصد، کمتر از سایر جهت‌گیری‌ها استفاده کرده است. همچنین از اخبار با جهت‌گیری خنثی با ۳۰ درصد، استفاده شده است.

۴. منابع خبری سایت بی‌بی‌سی فارسی در خصوص فعالیت‌های هسته‌ای ایران، در سال ۹۴ کدامند؟

تجزیه و تحلیل یافته‌ها نشان می‌دهد همان‌طوری که جدول شماره ۸ نمایش داده شده است؛ سایت بی‌بی‌سی فارسی در دوره زمانی مورد بررسی، یعنی از اول فروردین ماه تا پایان تیر ماه ۹۴، در خصوص فعالیت‌های هسته‌ای ایران در منابع اخبار از منبع خاکستری با ۵۶ درصد، بیشتر از سایر منابع و از منبع سیاه با ۶ درصد، کمتر از سایر منابع استفاده کرده است. همچنین از منبع سفید با ۳۸ درصد، استفاده کرده است.

۵. قالب محتوای خبری مطالب منتشره از سایت بی‌بی‌سی فارسی در خصوص فعالیت‌های هسته‌ای ایران، در سال ۹۴ چگونه می‌باشد؟

تجزیه و تحلیل یافته‌ها نشان می‌دهد همان‌طوری که از جدول شماره ۹ نمایش داده شده است؛ سایت بی‌بی‌سی فارسی در دوره زمانی مورد بررسی، یعنی از اول فروردین ماه تا پایان تیر ماه ۹۴، در خصوص فعالیت‌های هسته‌ای ایران، در قالب محتوای اخبار از قالب خبر با ۴۹,۴ درصد و قالب تحلیل و تفسیر با ۲۱ درصد، بیشتر از سایر قالب‌ها و از قالب یادداشت با ۲,۲ درصد، کمتر از سایر قالب‌ها استفاده کرده است. همچنین از قالب گزارش با ۱۴ درصد و از قالب نظر سنجی با ۳ درصد، استفاده کرده است.

نتیجه‌گیری

نتایج حاصل از تحقیق نشان‌دهنده آن است که محقق با بهره‌گیری از نظریه اثرگذاری رسانه و پیام بر روی مخاطبین با نگاه فرآیندی به مدلی مفهومی رسیده است که پس از تأیید علمی، در ادامه، جهت آزمون و توصیف و تحلیل سؤالات به جمع‌آوری اطلاعات از سایت خبری بی‌بی‌سی فارسی در بازه زمانی چهار ماهه اول سال ۱۳۹۴ که علیه «فعالیت‌های صلح آمیز هسته‌ای ایران» از چه تکنیک‌های عملیات روانی بهره گرفته که در نهایت با هدف گذاری دقیق رسانه‌ای منجر به نابودی و برچیده شدن این فعالیت شده است. جمع‌بندی یافته‌های این پژوهش، نشان می‌دهد این سایت، از اخبار دارای تکنیک‌های عملیات روانی القاء، تکرار، تحریک، برجسته‌سازی و بزرگ‌نمایی، سیاه‌نمایی، کلی‌بافی فریبنده، شبهه‌افکنی و بدبینی و در نهایت، تفرقه در اولویت‌های مورد بررسی بیشترین بهره‌برداری را نموده است؛ یعنی در واقع، به نظر می‌رسد تأکید بر اینکه این سایت به طور همزمان به دنبال جلب توجه موافقان و طرفداران بهبود رابطه با غرب، به عنوان هدف کوتاه مدت و در عین حال از بین بردن مقبولیت حکومت اسلامی با القاء ناکارآمدی نظام مردم‌سالاری دینی، به عنوان هدف بلند مدت می‌باشد.

همچنین بر اساس نتایج تحقیق حاضر روشن است که سایت بی‌بی‌سی فارسی در بلند مدت با شیوه‌هایی به دنبال اجرای عملیات روانی مورد نظر خود بر مخاطبان ایرانی است:

- القای ناامیدی و یأس (در خصوص به انجام نرسیدن توافق ایران و گروه ۵+۱).
- القای غم و افسردگی و ایجاد رعب و وحشت (از طریق القاء وضعیت نابسامان اقتصادی در ایران و تحریم‌های پیش‌رو).
- ایجاد تضاد و دو دستگی (از طریق تضاد بین دولت و مجلس).
- ایجاد آشفتگی و پریشانی (با پوشش گسترده التهاب آفرینی اخبار و رویدادهای ایران).
- ایجاد بی‌اعتمادی به نظام و ارکان اساسی آن (با رواج شایعات و استفاده از منابع خبری نامعتبر و استفاده از اخبار بی‌اساس).
- ایجاد تردید و شبهه (مصاحبه با افراد فرصت‌طلبی (به اصطلاح) کارشناس که مسیر

خود را از انقلاب جدا کرده‌اند و اکنون گذشته نظام را تقبیح می‌کنند).

راهکارهای پیشنهادی:

۱. با توجه به استفاده وسیع بی‌بی‌سی فارسی از تکنیک‌های عملیات روانی القاء، تکرار و تحریک احساسات مخاطبین، پیشنهاد می‌گردد در سطح رسانه ملی با ارائه اخبار سریع، کامل و اقناع‌کننده اثرات این تکنیک‌های عملیات روانی بی‌بی‌سی فارسی را خنثی نماییم.
۲. شناخت و تحلیل جامعه هدف رسانه‌های غربی بالاخص بی‌بی‌سی فارسی و تولید محتوای اقناع‌کننده متناسب با تحلیل جامعه هدف.
۳. هدفمند سازی ظرفیت‌های اقناع و روشنگری انقلاب برای جامعه هدف دشمن از طریق هماهنگی یعنی (قرارگاهی عمل کردن طبق فرمایشات امام خامنه‌ای).
- الف) ستاد نماز جمعه ب) سازمان بسیج ج) آموزش و پرورش د) وزارت علوم ه) حوزه علمیه و) هیأت‌های مذهبی ز) رسانه‌های همسو شامل (فضای مجازی، خبرگزاری‌ها، کتاب، روزنامه، مستند سازی و ...).

فهرست منابع

منابع فارسی:

- اسماعیلی، محمد علی (۱۳۸۹)، جنگ نرم در همین نزدیکی، تهران: نشر ساقی.
- الیاسی، محمد حسین (۱۳۸۱)، عملیات روانی رسانه‌ای برای کنترل اذهان، تهران: فصلنامه پژوهش و سنجش، شماره ۳۴.
- الیاسی، محمد حسین (۱۳۸۹)، عملیات روانی و رسانه، تهران: نشر ساقی.
- الیاسی، محمد حسین (۱۳۸۸)، مقدمه‌ای بر عملیات روانی در بحران، تهران: مرکز تألیف کتب درسی معاونت آموزش سپاه.
- باصری، احمد (۱۳۹۱)، طراحی مدل مقابله با جنگ رسانه‌ای غرب علیه جمهوری اسلامی ایران، با تأکید بر اعتماد به رسانه. دانشگاه امام حسین (ع).
- جنیدی، رضا (۱۳۹۱)، تکنیک‌های عملیات روانی و شیوه‌های مقابله، مشهد: انتشارات آستان قدس رضوی.
- ذوالفقاری، مهدی (۱۳۹۱)، تحلیل عملیات آمریکا علیه جمهوری اسلامی ایران، مطالعه موردی: پرونده هسته‌ای، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).
- رجبی، علی (۱۳۹۲)، مروری گذرا به شبکه‌های ماهواره‌ای معارض، مرکز رصد شهید بصیر.
- سلطانی‌فر، محمد (۱۳۸۶)، «از جنگ روانی بیشتر بدانیم»، تهران: نیروی دریایی سپاه، دو هفته‌نامه بشری، سال دوم شماره ۳۱.
- ضیائی‌پرور، حمید (۱۳۸۹)، «ایران و جنگ رسانه‌ای»، مجله پرسمان، شماره ۸۳، ص ۳۳.
- ضیائی‌پرور، حمید (۱۳۸۴)، جنگ نرم (۱): ویژه جنگ رسانه‌ای، چاپ چهارم، تهران: انتشارات ابرار معاصر.
- ضیائی‌پرور، حمید (۱۳۸۷)، جنگ نرم (۲): ویژه جنگ رایانه‌ای، تهران: مؤسسه فرهنگی مطالعات و تحقیقات بین‌المللی ابرار معاصر.
- عظیمی، عباسعلی (۱۳۸۴)، عملیات روانی و انواع آن، تهران: معاونت آموزش نیروی مقاومت بسیج.
- لرنی، منوچهر و مصلحتی (۱۳۸۸)، «بررسی نقش کارکردی رسانه‌ها در امنیت ملی و عمومی»، فصلنامه مطالعات امنیت اجتماعی، سال دوازدهم، شماره ۱.
- محمدخانی، محمد (۱۳۹۰)، بررسی ساختار و محتوای برنامه‌های شبکه تلویزیونی ماهواره‌ای بی‌بی‌سی فارسی، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- مرادی، حجت‌اله (۱۳۸۷)، «عملیات روانی نظامی: مفهوم، تکنیک و روش‌ها»، فصلنامه عملیات روانی، ش ۱۹.

منابع انگلیسی:

- Cohen, Bernard (1963), **The press and foreign policy**, Princeton: Princeton University Press.
- Donsbach, Wolfgang (2008), **The international encyclopedia of communication**, Newyork: Blackwell Publishing.
- McCombs, Maxwell E., Donald Shaw (1972) **Agenda-Setting Function of Mass Media**. Public Opinion Quarterly 36 (2), pp 176–187.