

بی بی سی فارسی و انتخابات ۸۸ ایران

اردشیر زابلی زاده

فارس

بی بی سی فارسی و انتخابات ۸۸ ایران

سرشناسه: زابلی زاده، اردشیر، ۱۳۳۹ -
عنوان و نام پدیدآور: بی بی سی فارسی و
انتخابات ۸۸ ایران [کتاب] / اردشیر زابلی زاده.
مشخصات نشر: تهران: خبرگزاری فارس، ۱۳۹۰.
مشخصات ظاهری: ۱۵۴ ص.؛ نمودار: ۱۴/۵ × ۲۰/۵ س.م.
شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۰۸۰۸-۴-۷
یادداشت: کتابخانه، ص. [۱۵۱] - ۱۵۴.
موضوع: روسای جمهور -- ایران -- انتخابات -- ۱۳۸۸ -- دخالت انگلستان
موضوع: Participation, British -- Election -- ۲۰۰۹ -- Iran -- Presidents
موضوع: روسای جمهور -- ایران -- انتخابات -- ۱۳۸۸ -- پوشش مطبوعاتی
موضوع: Press coverage -- Election -- ۲۰۰۹ -- Iran -- Presidents
موضوع: انتخابات -- ایران
موضوع: Elections -- Iran
شماره از مجموعه: خبرگزاری فارس
رده بندی کنگ: JQ1789 / ۱۶۵۱۶
رده بندی درسی: ۳۲ / ۸۰
شماره کتابشناسی: ۲۳ / ۵۳۹۰

نویسنده: اردشیر زابلی را

ناشر: مؤسسه خبرگزاری فارس

چاپ و صحافی: پردیس دانش

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۰۸۰۸-۴-۷

شمارگان: ۵۰۰ نسخه

قیمت: ۹۰,۰۰۰ تومان

نوبت چاپ: سوم، ۱۴۰۳

معاونت آموزش و پژوهش خبرگزاری فارس، تهران، خلیج شمال
شرقی تقاطع انقلاب اسلامی و خیابان حافظ، کوچه شهید سمیعی،
معاونت آموزش و پژوهش خبرگزاری فارس، انتشارات خبرگزاری
فارس - شماره تماس: ۶۶۹۷۳۹۷۴ - ۲۱.

www.book.farsnews.ir

فارس

فهرست

۱۱.....	مقدمه
۱۲.....	خلاصه
۱۳.....	طرح مسئله
۱۵.....	پرسش‌های اصلی تحقیق
۱۷.....	رویکرد نظری تحقیق
۱۸.....	ارتباطات سیاسی
۲۱.....	عناصر ارتباطات سیاسی
۲۳.....	رسانه‌ها و انتخابات
۲۸.....	نظریه برجسته‌سازی
۳۱.....	دروازه‌بانی در رسانه‌ها
۳۳.....	مفهوم دروازه‌بانی
۳۵.....	معیارهای گزینش و ارزش‌های خبری
۴۲.....	دو نوع کنترل در دروازه‌بانی
۴۵.....	مدل‌های دروازه‌بانی خبر
۴۶.....	عینیت و سوگیری
۴۸.....	مفهوم نظری عینیت و سوگیری
۵۲.....	پژوهش‌های تجربی عینیت و سوگیری
۵۵.....	روش تحقیق
۵۶.....	شبکه مورد بررسی
۵۶.....	جامعه آماری و نمونه آماری
۵۷.....	واحد تحلیل

- ۵۹ بررسی یافته‌های تحقیق
- ۵۹ بی بی سی قبل از اعلام نتایج انتخابات
- ۵۹ ۱. فقر ادبیات سیاسی در ایران و انتخابات ریاست جمهوری
- ۶۰ ۲. پیش‌بینی ناپذیری انتخابات
- ۶۱ ۳. تردید در سلامت و آزاد بودن انتخابات ایران
- ۶۴ ۴. تخریب مستمر احمدی‌نژاد
- ۶۴ ۵. اصلاح‌طلبان و ریاست جمهوری در آرزوی دوم خردادی دیگر
- ۶۵ ۶. روشنفکران و انتخابات ریاست جمهوری
- ۶۵ ۷. قومیت‌ها و اقلیت‌ها در انتخابات ریاست جمهوری
- ۶۶ ۸. ن. و انتخابات ریاست جمهوری
- ۶۷ ۹. مران کاندیداها و انتخابات ریاست جمهوری
- ۶۷ ۱۰. نامزدهای انتخابات ریاست جمهوری و فلسطین و لبنان
- ۶۸ ۱۱. انتخابات ایران و انتخابات لبنان
۱۲. محدودیت‌های رسانه‌ای و ضرورت بهره‌گیری از نمادها و پوستره‌ای دارای پیام در انتخابات ریاست جمهوری ۶۸
۱۳. اقتصاد و انتخابات ریاست جمهوری ۶۸
۱۴. رسانه‌ها و انتخابات ریاست جمهوری ۶۹
۱۵. برنامه نوبت شما و انتخابات ریاست جمهوری ۶۹
۱۶. مناظره‌های انتخاباتی ۸۱
۱۷. استقبال جوانان: هیجان انتخاباتی یا شورش انتخابات ۸۴
۱۸. شبیه‌سازی انتخابات ریاست جمهوری ۸۴
۱۹. وبلاگ و انتخابات ریاست جمهوری ۸۵
۲۰. حواشی دهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری ۸۵
۲۱. گمانه‌زنی‌ها در مورد نتیجه انتخابات ۸۷
- جریان‌سازی بی بی سی پس از اعلام نتایج انتخابات ۹۳
- ادامه جریان‌سازی بی بی سی فارسی پس از اعلام نتایج انتخابات ریاست جمهوری ایران در تیرماه ... ۹۶
۱. تاکید بر خط محوری تقلب در انتخابات ایران ۹۶
۲. انمکاس گسترده ناآرامی‌ها و برجسته‌سازی آن ۹۸
۳. معرفی اعتراضات به عنوان یک جنبش دامنه‌دار ۹۹

۴. خودجوش بودن اعتراضات در مقابل تئوری مداخله بیگانگان و تأکید بر توهم توطئه در ایران و توجیه بی‌طرفی بی‌بی‌سی و ارائه چهره جانب‌داری و انحصاری از رسانه ملی ایران.....	۱۰۱
۵. مداخله گروه‌ها، چهره‌ها و نهادهای مؤثر.....	۱۰۲
۶. زیر سؤال بردن مشروعیت نظام جمهوری اسلامی.....	۱۰۳
۷. نقد جایگاه ولایت فقیه در جمهوری اسلامی و عملکرد رهبری.....	۱۰۵
۸. انعکاس وسیع واکنش‌های منفی به نتیجه انتخابات در سطح بین‌الملل.....	۱۰۶
۹. گزارش‌هایی از عملکرد گذشته و حال احمدی‌نژاد با تأکید بر این نکته که ریاست جمهوری برای ایران پرهزینه خواهد بود.....	۱۰۷
۱۰. ناآرامی درونی و رفتن دولت دهم.....	۱۰۸
۱۱. نقض مستند حقه بشر.....	۱۰۹
۱۲. برجسته‌سازی، زیکی بی که در واکنش به حوادث اخیر ساخته شده است.....	۱۱۲
۱۳. اختلافات بین مردم، رجحانیت و مقامات جمهوری اسلامی.....	۱۱۳
مرحله سوم رادیکال شدن حوادث، از انتخابات و خروج از فضای بحران.....	۱۱۸
راهبردهای بی‌بی‌سی فارسی.....	۱۱۹
الف) راهبرد مشروعیت‌زدایی.....	۱۱۹
ب) راهبرد استحاله هویتی.....	۱۲۲
ج) راهبرد مانع‌تراشی در برابر توفیق جمهوری اسلامی.....	۱۲۲
د) راهبرد جلب مخاطب.....	۱۲۳
سوزده‌های خبری بی‌بی‌سی فارسی.....	۱۲۴
هتک حرمت عکس امام خمینی(ره).....	۱۲۴
فوت آیت‌الله منتظری.....	۱۲۵
عاشورا؛ فاز جدید اعتراضات.....	۱۲۶
بیانیه هفدهم میرحسین موسوی.....	۱۲۹
شخصیت‌ها در بی‌بی‌سی فارسی.....	۱۳۱
امام‌خمینی(ره) از نگاه بی‌بی‌سی فارسی در دی‌ماه.....	۱۳۲
رهبری از نگاه بی‌بی‌سی فارسی در دی‌ماه.....	۱۳۳
اکبر هاشمی رفسنجانی از نگاه بی‌بی‌سی فارسی در دی‌ماه.....	۱۳۴
میرحسین موسوی از نگاه بی‌بی‌سی فارسی در دی‌ماه.....	۱۳۵
مهدی کروبی از نگاه بی‌بی‌سی فارسی در دی‌ماه.....	۱۳۶
مقایسه سران داخلی و خارجی از نگاه بی‌بی‌سی در دی‌ماه.....	۱۳۷

نتیجه گیری..... ۱۳۹

منابع..... ۱۵۱

www.ketab.ir

فهرست نمودارها

- نمودار ۱: مقایسه تعداد نامزدهای تأیید صلاحیت شده به کل داوطلبان در دوره‌های گذشته انتخابات ریاست جمهوری..... ۶۱
- نمودار ۲: توجه بی‌بی‌سی به مقوله انتخابات به تفکیک محورهای برجسته..... ۸۸
- نمودار ۳: توجه بی‌بی‌سی به نامزدهای انتخاباتی (قبل از اعلام نتایج)..... ۸۹
- نمودار ۴: رویکرد بی‌بی‌سی به کاندیداهای انتخاباتی (قبل از اعلام نتایج)..... ۹۰
- نمودار ۵: توجه بی‌بی‌سی فارسی به سیاست داخلی ایران (قبل از اعلام نتایج)..... ۹۰
- نمودار ۶: سیر پخش خبرهای تخریبی بی‌بی‌سی علیه نامزدهای انتخاباتی در خردادماه..... ۹۱
- نمودار ۷: سیر پخش اخبار حمایتی بی‌بی‌سی از نامزدهای انتخاباتی در طول خردادماه..... ۹۲
- نمودار ۸: سیر پخش اخبار خنثای بی‌بی‌سی از نامزدهای انتخاباتی در طول خردادماه..... ۹۳
- نمودار ۹: محورهای برجسته زیر سؤال بردن مشروعیت نظام جمهوری اسلامی توسط بی‌بی‌سی..... ۱۰۵
- نمودار ۱۰: انعکاس واکنش‌های منفی به نتایج انتخابات ریاست جمهوری ایران توسط بی‌بی‌سی..... ۱۰۷
- نمودار ۱۱: تخریب مستمر احمدی‌نژاد با تأکید بر محورهایی توسط بی‌بی‌سی..... ۱۰۹
- نمودار ۱۲: القای نقض گسترده حقوق بشر به تفکیک محورهای بررسی شده توسط بی‌بی‌سی..... ۱۱۲
- نمودار ۱۳: محورهای برجسته تحریک‌کننده بی‌بی‌سی از اعتراضات به نتایج انتخابات (به درصد)..... ۱۱۴
- نمودار ۱۴: میزان توجه بی‌بی‌سی به نامزدهای انتخاباتی..... ۱۱۵
- نمودار ۱۵: رویکرد بی‌بی‌سی به نامزدهای انتخابات ریاست جمهوری ایران در تیرماه..... ۱۱۶
- نمودار ۱۶: میزان پرداخت بی‌بی‌سی به مقوله سیاست داخلی ایران به تفکیک موضوع در برنامه نوبت شما..... ۱۱۷
- نمودار ۱۷: میزان توجه بی‌بی‌سی به سوژه هتک حرمت عکس امام(ره) در طول هفته..... ۱۲۴
- نمودار ۱۸: تغییرات توجه بی‌بی‌سی به امام خمینی در دی ماه به تفکیک رویکردهای مثبت، منفی و خنثی..... ۱۳۲
- نمودار ۱۹: تغییرات توجه بی‌بی‌سی به رهبری در دی ماه به تفکیک رویکردهای مثبت، منفی و خنثی..... ۱۳۴

- نمودار ۲۱: تغییرات توجه بی بی سی به میرحسین موسوی در دی ماه به تفکیک رویکردهای مثبت، منفی و خنثی... ۱۳۶
- نمودار ۲۲: تغییرات توجه بی بی سی به مهدی کروبی در دی ماه به تفکیک رویکردهای مثبت، منفی و خنثی... ۱۳۷
- نمودار ۲۳: مقایسه فراوانی مطالب درباره سران داخلی و سران خارجی در دی ماه..... ۱۳۷
- نمودار ۲۴: مقایسه ارزش گذاری شده توجه بی بی سی به سران داخلی معارضان در دی ماه..... ۱۳۸

مقدمه

پیشرفت فناوری‌های مختلف در دنیای ماصر، گسترش سریع و فراگیر رسانه‌های جمعی را به دنبال داشته است. چنین فضایی فرصت‌ها و امکانات جدید و بسیار تأثیرگذاری را در اختیار انسان ماصر قرار داده است. تأثیرگذاری رسانه‌های گروهی، در جهان امروز، حاصل بهره‌گیری آنها از انواع گسترده منابع مختلفی است که واقعیت‌های جهان فیزیکی را در چارچوب نظام‌های نشانه‌ای به انسان ارائه می‌کنند. از جمله این منابع می‌توان به استفاده از تصویر، موسیقی و زبان اشاره کرد که هر یک به نحوی، در قالب نظامی از نشانه‌ها، بخشی از واقعیت مربوط به جهان بیرون، جهان ذهنی انسان و روابط پیچیده او با هم‌نوعان و پیرامونش را بازنمایی می‌کنند.

شیوه بازنمایی جهان و واقعیت‌های آن، و رسانه‌ای که برای این کار انتخاب می‌شود، بر برداشت خاصی که در افراد شکل می‌گیرد تأثیر بسزایی

دارند. ارنست کاسیرر (۱۹۴۴)، فیلسوف بزرگ قرن بیستم، در این باره گفته است که انسان‌ها دیگر فقط در دنیایی فیزیکی زندگی نمی‌کنند، بلکه دنیایی نمادین نیز در زندگی آنها دخیل است. او همچنین بر این باور است که متناسب با رشد فعالیت‌های بازنمایانه انسان، تماس مستقیم او با واقعیت فیزیکی کاهش می‌یابد. از این رو، به نظر می‌رسد که گسترش رسانه‌ها و تأثیرگذاری ژرف آنها بر زندگی و ذهن مخاطبان - به دلیل استفاده گسترده آنها از «نشانه‌ها» برای ثبت و بازنمایی ایده‌ها - انسان را از واقعیتی که نشانه‌های رسانه‌ای بر آنها دلالت دارند، دور ساخته است. به بیان دیگر، می‌توان گفت که نمادها و تصاویری که رسانه‌ها، با توجه به اهداف صاحبان خود، به مخاطب ارائه می‌دهند، جایگزین واقعیتی شده است که این نمادها و تصاویر بر آنها دلالت دارند.

خلاصه

گزارش تحلیلی حاضر ناظر به برنامه‌ها، خبری و تولیدی ماههای خرداد و تیر ماه ۱۳۸۸ شبکه بی بی سی فارسی در ارتباط با انتخابات دهمین دوره ریاست جمهوری اسلامی ایران است. تدارک وسیع این شبکه برای جست‌وجوی یک نقش تأثیرگذار در عرصه سیاسی داخلی ایران همسو با اهداف رسانه‌ای تعریف شده شبکه بی بی سی فارسی است، اما اینکه این اهداف رسانه‌ای به چه معناست و آیا می‌توان به همان موارد ادعایی مدیران این شبکه نظیر اطلاع‌رسانی آزاد، پوشش اخبار مهم و ... کفایت کرد و آیا می‌توان اهدافی پشت پرده و سیاسی را در پس این ادعاها ملاحظه کرد، نکات قابل

تأملی است که ضرورت دارد محققان علوم سیاسی و ارتباطات روی آن تحقیق کنند.

بی‌بی‌سی فارسی که در سال ۱۳۸۷ با رویکردی اجتماعی و فرهنگی آغاز به کار کرد و با چینش پلکانی از اجتماع و فرهنگ به اقتصاد و در نهایت و در لفافه به سیاست می‌پرداخت، در سال ۱۳۸۸ آشکارا رویکردی کاملاً سیاسی و جانبدارانه را از یک گروه سیاسی در ایران در پیش گرفت. علت اصلی این موضوع برگزاری انتخابات دهمین دوره ریاست جمهوری و حوادث پس از آن بود که تا زمستان به طول انجامید.

از این رو برنامه‌های بی‌بی‌سی فارسی را باید در سه بخش زیر مورد بررسی قرارداد:

الف: جریان سازی بی‌بی‌سی قبل از اعلام نتایج انتخابات

ب: جریان سازی بی‌بی‌سی در حوادث پس از انتخابات

ج: مرحله سوم رادیکال شدن حوادث بعد از انتخابات و خروج از فضای بحران.

تحلیل بی‌بی‌سی در دو بخش جریان سازی مربوط به انتخابات با روش موضوع‌محوری و در بخش سوم جریان سازی با روش تحلیل محتوا به بررسی مطالب بی‌بی‌سی فارسی پرداخته شده است.

طرح مسئله

بی بی سی^۱ یا بنگاه خبررسانی بریتانیا، قدیمی ترین و بزرگترین بنگاه پخش اخبار در سراسر جهان است که در تاریخ ۱۸ اکتبر ۱۹۲۲ بنیان گذاشته شده است. فعالیت اصلی این بنگاه خبری تولید برنامه و سرویس های خبری است. این بنگاه هم اکنون یک بنگاه دولتی نسبتاً مستقل است که توسط «هیأت امنای بی بی سی» اداره می شود.

بی بی سی خود مدعی است که تحت نفوذ هیچ نهاد و سازمان تجاری یا سیاسی نیست. فقط پاسخگوی مخاطبان خود است. این بنگاه در عرصه رسانه ای دارای فعالیت گسترده ای و شبکه های بسیاری به زبان های مختلف دنیاست. یکی از این شبکه ها، شبکه خبری بی بی سی فارسی است. گروه «آسیا-اروپا»، که بخش فارسی و دنیای بی بی سی جزئی از آن است، از طریق سرویس جهانی بی بی سی در سال ۱۳۸۵، پیشنهاد تأسیس یک شبکه تلویزیونی را به وزارت خارجه بریتانیا ارائه داد. این نهاد در سال ۱۳۸۶ پذیرفته شد و مقدمات ایجاد این شبکه پس از تعیین بودجه سالانه آن فراهم شد.

سرانجام این شبکه در ساعت ۱۷ چهاردهم ژانویه ۲۰۰۷ میلادی (۲۵ دی ۱۳۸۷) پخش برنامه های خود را به زبان فارسی به مدت ۸ ساعت در روز آغاز کرد (www.BBC.co.uk).

این شبکه در برنامه های خود توجه خاصی به رویدادهای پس از انتخابات ریاست جمهوری ایران در خرداد ۱۳۸۸ مبذول داشت.

با توجه به اهمیت انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۳۸۸ و

رویدادهای پس از آن از سویی و تأثیر رسانه‌های داخلی و خارجی در شکل‌گیری، جهت‌گیری یا تشدید آثار این رویدادها از سوی دیگر، بررسی نقش و تأثیر رسانه‌ها در این رویدادها ضروری به‌نظر می‌رسد.

در این میان، با توجه به تمرکز و نگاه پرسش برانگیز بی‌بی‌سی فارسی به این رویدادها، ضرورت واکاوی و تحلیل محتوا و قلاب‌بندی (farming) حاکم بر برنامه‌ها، بی‌بی‌سی به رویدادهای پس از انتخابات سال ۸۸ دوچندان به‌نظر می‌رسد. از این رو، این پژوهش در پی بررسی نقش و تأثیر بی‌بی‌سی در این رویدادها و بررسی و واکاوی علمی آنهاست.

پرسش‌های اصلی تحقیق

پرسش‌های اصلی این پژوهش به‌صورت زیر مطرح می‌شوند:

- ۱ - شبکه بی‌بی‌سی فارسی در ارتباط با انتخابات سال ۸۸ ایران، اصل بی‌طرفی رسانه‌ای را رعایت کرده است؟
- ۲ - بی‌بی‌سی فارسی در طرح مطالب خود چه رنج‌بندی به هریک از نامزدها داشته است؟
- ۳ - مطالب مطروحه از طرف بی‌بی‌سی از چه سطوح و ابعادی برخوردار و برجسته شده است؟