

The Analytical Model of BBC and Radio Farda's Media Policy with an Emphasis on the 2019 Gasoline Crisis

Ali. Zakeri¹, Masoud. Motalebi^{2*}, Abdolreza. Bay³

¹ Ph.D. Student in Political Science, Iranian Issues, Shahroud Branch, Islamic Azad University, Shahroud, Iran

² Assistant Professor of Political Science, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

³ Assistant Professor of International Relations, Azadshahr Branch, Islamic Azad University, Azadshahr, Iran

* Corresponding author email address: mmtph2006@yahoo.com

Article Info

Article type:

Original Research

How to cite this article:

Zakeri, A., Motalebi, M., & Bay, A. (2025). The Analytical Model of BBC and Radio Farda's Media Policy with an Emphasis on the 2019 Gasoline Crisis. *Journal of Social-Political Studies of Iran's Culture and History*, 4(3), 1-12.



© 2025 the authors. This is an open access article under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0) License.

ABSTRACT

Decoding the media coverage strategies of opposition media outlets regarding the rival discourses of the Islamic Revolution is the objective of this study. The sudden announcement of gasoline price increases in Iran on November 15, 2019, triggered a wave of protests. Consequently, BBC Persian and Radio Farda news websites, aiming to launch a media offensive against the Islamic Republic of Iran, published 744 news reports on their websites within a 48-day period. The primary research question is why BBC Persian and Radio Farda played an extensive role in providing real-time coverage of the protests against the gasoline price hike in Iran. To achieve the research objective, the content analysis method was employed. The main research hypothesis posits that the strategy of highlighting challenges in Iran was adopted to gradually distance the public from the government in the long term. The findings indicate that these news websites, after identifying the challenges within Iranian society, utilized agenda-setting and framing techniques to disproportionately amplify the incidents in Iran.

Keywords: Virtual space, social networks, soft war, gasoline price increase, protest victims, agenda-setting.

EXTENDED ABSTRACT

Introduction

The emergence of modern communication technologies in the 1990s significantly increased the influence of social movements in shaping and directing global public opinion. The rapid transmission of data through virtual space has played a crucial role in the success of movements in mobilizing protests and challenging governments. Virtual space serves as both a platform for political and social actors and a tool for promoting and disseminating political, social, and cultural symbols. This dual role has contributed to the widespread use of terms such as "global village" and "end of geography" in contemporary discourse. In this context, the media landscape has become an essential component of political processes, necessitating that governments engage with civil society in a responsive and responsible manner.

The 2019 gasoline price hike in Iran serves as a critical case study to explore the role of media in shaping public perception. The sudden announcement of price increases led to widespread protests across the country, drawing significant attention from international media outlets, particularly BBC Persian and Radio Farda. These media organizations published 744 news reports over 48 days, employing various strategies to frame the protests and influence public sentiment. The primary research question of this study is to examine why BBC Persian and Radio Farda extensively covered the gasoline price protests and how their media policies contributed to the broader discourse surrounding the Islamic Republic of Iran.

The theoretical framework of this study is based on the agenda-setting theory, which posits that media influence the public by highlighting specific issues and shaping perceptions (Badiei, 1998; Bagheri-Hoshi et al., 2013; Dearing & Rogers, 2006). Previous studies have demonstrated that foreign media tend to exaggerate internal issues in Iran, focusing on human rights, economic challenges, and political dissent (Bagheri-Hoshi et al., 2013; Forghani & Taqavipur, 2019; Iranianpour-Nozari, 2009; Majidi & Nourizadeh, 2011; Naderloo, 2007). This research aims to build on existing literature by providing a comprehensive analysis of the media strategies employed by BBC Persian and Radio Farda during the 2019 gasoline crisis.

Methods and Materials

This study employed a qualitative content analysis method to examine the media strategies of BBC Persian and Radio Farda. The research analyzed 744 news articles published by these outlets within a 48-day period following the announcement of the gasoline price increase. Data collection focused on identifying recurring themes and patterns in media coverage, including agenda-setting techniques, framing strategies, and the use of persuasive language.

The analysis process involved categorizing news content into various themes such as economic grievances, government inefficiency, public dissent, and human rights violations. The data was systematically coded and analyzed to identify key narratives and their impact on public perception. Special attention was given to the frequency of coverage, tone, and the sources cited in the news reports.

Findings

The findings reveal that BBC Persian and Radio Farda employed a range of media strategies to amplify the protests and shape public perception. The analysis of the 744 articles indicated a strong emphasis on the economic hardships faced by the Iranian public, portraying the government as inefficient and disconnected from the needs of its citizens. The following key findings emerged from the content analysis:

1. **Framing Techniques:** Both media outlets predominantly used crisis framing, highlighting the hardships caused by the gasoline price hike and presenting the protests as a widespread national

movement. The use of emotionally charged language and images played a significant role in shaping public sentiment.

2. **Agenda-Setting Strategies:** BBC Persian published 395 reports and Radio Farda 349 reports, with a notable focus on key cities such as Tehran and Mahshahr. The emphasis on protests in specific regions aimed to amplify the perception of national unrest.
3. **Themes and Narratives:** The most frequently covered topics included the sudden nature of the price increase, the government's lack of transparency, and allegations of human rights abuses during the protests. The repetition of these themes reinforced the narrative of government failure and societal dissatisfaction.
4. **Social Media Amplification:** Both media outlets leveraged social media platforms to extend their reach and engage with audiences. User-generated content, such as videos and personal testimonies, were frequently incorporated into their reporting to enhance credibility and emotional appeal.
5. **Comparison with Official Narratives:** The study found significant discrepancies between the narratives presented by BBC Persian and Radio Farda and those of Iranian state media. While the opposition media focused on protester grievances and government repression, state media emphasized the necessity of the price hike and efforts to maintain order.

Discussion and Conclusion

The analysis of BBC Persian and Radio Farda's coverage of the 2019 gasoline protests reveals a concerted effort to influence public perception and challenge the legitimacy of the Iranian government. The agenda-setting and framing techniques employed by these outlets were instrumental in shaping the discourse surrounding the crisis. By emphasizing themes of economic hardship, government inefficiency, and human rights violations, these media organizations sought to create a narrative of widespread dissatisfaction and unrest.

The findings underscore the significant role of media in shaping public opinion, particularly in times of crisis. The extensive coverage by opposition media outlets contributed to the amplification of public discontent and reinforced perceptions of government incompetence. Furthermore, the strategic use of social media allowed these outlets to bypass traditional media gatekeepers and engage directly with audiences, increasing their influence and reach.

From a policy perspective, the study highlights the need for governments to adopt proactive communication strategies to address public concerns and counteract negative media narratives. Transparency, responsiveness, and engagement with civil society are crucial elements in building public trust and mitigating the impact of opposition media coverage.

In conclusion, the 2019 gasoline crisis in Iran provides a compelling case study of the power of media in shaping public perception and influencing political discourse. The findings of this study contribute to a deeper understanding of media strategies and their implications for governance and public trust. Future research could explore the long-term impact of media coverage on public attitudes and policy responses, as well as comparative analyses of media strategies in different geopolitical contexts.



الگوی تحلیل سیاست رسانه‌ای بی بی سی و رادیو فردا با تاکید بر بحران بنزین سال ۹۸

علی ذاکری^۱، مسعود مطلبی^{۲*}، عبدالرضا بای^۳

۱. دانشجوی دکتری علوم سیاسی، گرایش مسائل ایران، واحد شاهرود، دانشگاه آزاد اسلامی، شاهرود، ایران

۲. استادیار علوم سیاسی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۳. استادیار روابط بین الملل، واحد آزادشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، آزادشهر، ایران

*ایمیل نویسنده مسئول: mmtph2006@yahoo.com

چکیده

اطلاعات مقاله

نوع مقاله

پژوهشی/اصیل

نحوه استناد به این مقاله:

ذاکری، علی، مطلبی، مسعود، و بای، عبدالرضا. (۱۴۰۴). الگوی تحلیل سیاست رسانه‌ای بی بی سی و رادیو فردا با تاکید بر بحران بنزین سال ۹۸. *مطالعات سیاسی-اجتماعی تاریخ و فرهنگ ایران*، ۴(۳)، ۱-۱۲.



© ۱۴۰۴ تمامی حقوق انتشار این مقاله متعلق به نویسنده است. انتشار این مقاله به صورت دسترسی آزاد مطابق با گواهی (CC BY-NC 4.0) صورت گرفته است.

رمز گشایی از نحوه پوشش رسانه ای، سوژه‌های رقیب گفتمان انقلاب اسلامی از سوی رسانه‌های اپوزیسیون هدف پژوهش حاضر است. اعلام ناگهانی افزایش قیمت بنزین از ۲۴ آبان ۱۳۹۸ در ایران، موجی از اعتراضات با خود به همراه داشت و همین باعث شد تا سایت‌های خبری بی بی سی فارسی و رادیو فردا با هدف هجمه رسانه‌ای به جمهوری اسلامی ایران در یک بازه زمانی ۴۸ روزه، ۷۴۴ خبر روی خروجی سایت‌های خود بارگذاری نمایند. علت نقش آفرینی گسترده سایت‌های خبری بی بی سی فارسی و رادیو فردا برای پوشش لحظه‌ای اعتراضات به افزایش قیمت بنزین در ایران سؤال اصلی پژوهش است و برای دستیابی به هدف پژوهش از روش تحلیل محتوا بهره گرفته شده است. اتخاذ راهبرد برجسته سازی چالش‌ها در ایران به منظور فاصله گرفتن مردم از حاکمیت در بلند مدت فرضیه اصلی تحقیق است. نتایج نشان می‌دهد این سایت‌های خبری پس از شناسایی چالش‌های جامعه ایرانی با استفاده از تکنیک‌های جریان سازی و برجسته سازی اقدام به بزرگنمایی نامتعارف حوادث در ایران می‌کنند.

کلیدواژگان: فضای مجازی، شبکه‌های اجتماعی، جنگ نرم، افزایش قیمت بنزین، قربانیان اعتراضات، برجسته سازی.

مقدمه

فناوری‌های نوین ارتباطی در دهه ۱۹۹۰، به افزایش قدرت جنبش‌های اجتماعی جدید، در شکل دهی و هدایت افکار عمومی جهانی، اعتراض‌ها، ایجاد چالش‌های جدی و ناآرامی‌ها برای حکومت‌ها تبدیل شده است. فضای مجازی با توانایی شبکه سازی، قدرت انتقال سریع داده‌ها بر موفقیت جنبش‌ها در بسیج ناآرامی‌ها و اعتراض‌ها تاثیر قابل توجهی داشته است. بنابراین باید گفت فضای مجازی از یک سو با جای دادن طیف گسترده‌ای از بازیگران و کنشگران سیاسی، اجتماعی در درون خود و از سوی دیگر ابزاری برای تبلیغ و اشاعه نمادهای سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و عقاید کنشگران اجتماعی گوناگون است که به دلیل تاثیر گسترده آن در زوایای گوناگون زندگی اصطلاحاتی همچون دهکده جهانی، آگاهی سیاره‌ای و پایان جغرافیا در جهان رواج یافته‌اند. به طوری که امروزه گفته می‌شود سیاست بر بال رسانه‌ها و فضای مجازی می‌چرخد. بنابراین در عصر جدید، ضرورت دارد سیاست دولت‌ها با جامعه مدنی مبتنی بر تعاملی باشد و در قبال چالش‌ها، تقاضاها و مطالبات آن‌ها پاسخگو و مسئولیت پذیر باشند.

امروزه بنزین به عنوان یکی از تولیدات استراتژیک کشورهای توسعه یافته شناخته می‌شود که افزایش یا ثبات قیمت آن به طور مستقیم روی قیمت دیگر کالا و خدمات اثر می‌گذارد. در ایران نیز این مهم جاری است و بسیاری از شهروندان در مورد افزایش و یا عدم افزایش قیمت بنزین حساس هستند. دولت یازدهم در سال ۱۳۹۳ با افزایش قیمت بنزین به لیتری هزار تومان سهمیه بندی را از میان برداشت و این رویه تا نیمه دوم سال ۱۳۹۸ ادامه یافت تا اینکه در این مقطع زمانی به واسطه افزایش هزینه‌های تولید، افزایش نرخ ارز و قاچاق سوخت با تصمیم سران سه قوه قیمت بنزین افزایش و نیز سهمیه بندی به جریان افتاد و بالاخره بامداد ۲۴ آبان ماه ۱۳۹۸ با اعلام ناگهانی گرانی بنزین موجی از اعتراضات با خود به همراه داشت و همین شد که ناآرامی در قالب اعتراض و اغتشاش تهران و برخی نقاط کشور را فراگرفت که تبعات آن در کنار تخریب اموال عمومی و خصوصی، به آتش کشیده شدن برخی از مکان‌ها نظیر بانک‌ها و در نهایت قطعی اینترنت بود. مدت زمان کوتاهی پس از قطعی اینترنت در کشور، نه تنها این موضوع بازتاب گسترده‌ای در ایران داشت بلکه واکنش دولت‌ها و رسانه‌های خارجی را نیز به حدی برانگیخت که آن‌ها اقدام به پوشش لحظه‌ای اغتشاشات و هجمه رسانه‌ای به ایران نمودند.

با توجه به مطالب فوق، مقاله حاضر با طرح این سوال که علت نقش آفرینی گسترده سایت‌های خبری بی بی سی فارسی و رادیو فردا برای پوشش لحظه‌ای اعتراض‌ها به افزایش قیمت بنزین در ایران چیست؟ اتخاذ سیاست برجسته سازی چالش‌ها در ایران با هدف فاصله گرفتن مردم از حاکمیت در بلندمدت از سوی رسانه‌های اپوزیسیون غربی فرضیه اصلی تحقیق حاضر به شمار می‌آید. در این میان سایت‌های خبری بی بی سی فارسی با ۳۹۵ گزارش و رادیو فردا با ۳۴۹ خبر با هدف هجمه رسانه‌ای به جمهوری اسلامی ایران در زمره پربسامدترین رسانه‌ها در پوشش اخبار این رویداد در بازه زمانی ۴۸ روزه بوده اند. لذا برای دستیابی به هدف پژوهش از روش تحلیل محتوای کیفی بهره گرفته شده است. شناسایی سیاست تکنیک‌های جریان سازی و برجسته سازی سایت‌های خبری بی بی سی فارسی و رادیو فردا در فضای مجازی از اهداف این پژوهش است.

درباره پیشینه تحقیق باید گفت: مقاله «از گفتمان سازی تا جریان سازی بی بی سی فارسی بر محور پرونده‌های حقوق بشری» با تلاش محمد مهدی فرقانی و محمدرضا تقوی پور در شماره ۱ فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، ۱۳۹۸ به بررسی روند جریان سازی و تکنیک‌های برجسته سازی اخبار پرونده‌های حقوق بشری در بخش فارسی بی بی سی می‌پردازد.

باقری هوشی و همکاران (۱۳۹۲) نشان دادند که بیشترین موضوعات مورد توجه شبکه‌های خارجی بزرگ نمایی مسایل داخلی ایران بوده است. موضوعات حقوق بشری، فعالیت‌های هسته ای، اقتصاد و تروریسم از موضوعات مورد توجه این شبکه فارسی زبان بوده است

(Bagheri-Hoshi et al., 2013). یافته‌های پژوهش مجیدی و نوری زاده (۱۳۹۰) نشان داد که القای نقض حقوق بشر و آزادی‌های مدنی در ایران، ناکارآمدی دولت و نظام، تقویت جریان‌های مخالف و تعمیق شکاف سیاسی در ایران از مهم‌ترین محورهای سیاست رسانه بی بی سی فارسی بوده است (Majidi & Nourizadeh, 2011). اگر چه درباره سیاست رسانه‌های اپوزیسیون در ارتباط با سیاست جریان سازی گفتمان‌های رقیب انقلاب اسلامی پژوهش‌های انجام شده، اما هیچ مورد از این آثار تحلیل آماری قابل استناد به سیاست رسانه‌ای سایت‌های خبری بی بی سی فارسی و رادیو فردا در فضای مجازی نداشته‌اند، بنابراین توجه به الگوی تحلیل سیاست رسانه‌ای بی بی سی فارسی و رادیو فردا با تأکید بر بحران بنزین سال ۹۸ در نوع خود موضوع مطالعاتی جدیدی به شمار می‌آید.

برای تحلیل سیاست رسانه‌ای بی بی سی فارسی و رادیو فردا در پوشش اخبار بحران بنزین ۹۸ در فضای مجازی نظری برجسته سازی چشم انداز مناسبی ارائه می‌دهد. برجسته سازی را معادل AGENDA SETTING ترجمه کرده‌اند، که به معنی اولویت گذاری بر برنامه‌ای خاص اطلاق می‌شود. در این رویکرد نظری برجسته سازی یعنی این اندیشه که رسانه‌های خبری موضوع‌هایی را که مردم درباره آن‌ها می‌اندیشند تعیین می‌کنند و ممکن است در اغلب اوقات موفق نشوند به اشخاص بگویند چگونه فکر کنند، اما با تأثیر فوق العاده‌ای که بر آن‌ها دارند، می‌توانند بگویند به چه چیز باید فکر کنند. رسانه‌ها می‌توانند با برجسته سازی و تأکید انتخابی خود بر ارزش‌ها، هنجارها و رویدادهای گوناگون، به شکل گیری ادراکات ما از محیط اطراف کمک کنند. پژوهش‌هایی که در زمینه برجسته سازی پیام‌های خبری انجام شده‌اند، همگی موید این مطلب اند که رسانه‌ها با تأکید و برجسته سازی خبرها و موضوعات مختلف، اولویت‌های ذهنی مخاطبان را شکل می‌دهند (Badiei, 1998). لاسول دو کارکرد اصلی رسانه‌های جمعی را نظارت و هماهنگی می‌داند. از نگاه او، کارکرد نظارت، همان دروازه بانی و کارکرد هماهنگی، همان برجسته سازی است (Dearing & Rogers, 2006). مک کامبز و شاو، نخستین مطالعه نظام مند را در مورد فرضیه برجسته سازی در سال ۱۹۷۲ گزارش کرده‌اند. آن‌ها برجسته سازی را در مبارزات ریاست جمهوری سال ۱۹۶۸، مورد مطالعه قرار دادند و این فرضیه را مطرح می‌کنند که رسانه‌های جمعی برای هر مبارزه سیاسی، اولویت‌هایی را تعیین می‌کنند و بر اهمیت نگرش‌های راجع به موضوعات سیاسی اثر می‌گذارند (Forghani & Taqavipur, 2019). بر اساس نظریه برجسته سازی، رسانه‌ها با تأکید بر بعضی موضوعات، افکار عمومی را تحت تأثیر قرار می‌دهند. به گفته لیپمن افراد عادت کرده‌اند اطلاعات را غیر مستقیم دریافت کنند و برداشت خود را در آن قالب شکل دهند. آن‌ها سرانجام موفق نمی‌شوند تفاوت بین رخداد‌های واقعی و اتفاقی را که از رسانه‌ها می‌گیرند، حس کنند. به این ترتیب، تقریباً ناخود آگاه از رسانه‌ها تأثیر می‌پذیرند (کتبی، ۱۳۹۶: ۱۵۹). تحقیق بر روی فرایند برجسته سازی نشان می‌دهد که اهمیت نسبی یک موضوع مطرح در اولویت رسانه تعیین می‌کند که چگونه اولویت عموم شکل می‌گیرد (Iranianpour-Nozari, 2009). یکی از راه‌های برجسته سازی اخبار، پخش آن در اولویت بالا یا در زمان‌های آغازین خبرهای تلویزیونی است که در چینش خبری نوع رسانه مهم است (Naderloo, 2007). در نتیجه برای تحلیل سیاست رسانه‌ای سایت‌های خبری بی بی سی فارسی و رادیو فردا در نحوه پوشش بحران بنزین شناخت تکنیک‌های برجسته سازی در فضای مجازی و رسانه‌ای اهمیت یافته است. درک تکنیک‌های تکرار خبری، شایعه سازی، اقناع سازی، کلی گویی، برجسته سازی ادعاهای غیر واقعی، اغراق و بزرگ سازی، افزایش اعتبار منابع همسو می‌تواند نتایج جامعی ارائه دهد که امکان تبیین واقعیت‌های موجود را دارند.

توجه به برجسته سازی در فضای مجازی از آن نظر حائز اهمیت است که یکی از ویژگی‌های مهم فضای سایبری سرعت بالای آن در انتقال اطلاعات و گزارش‌ها است و این شبکه‌های مجازی از جمله کارگزاریانی هستند که از اینترنت و فناوری اطلاعات و فضای مجازی برای روایت سازی، بحران سازی و بسیج افکار عمومی در جوامع شبکه‌ای بسیار شتابان استفاده می‌کنند. در چنین شرایطی شناخت ساختارهای پیچیده سیاست‌های رسانه‌ای می‌تواند به عنوان ابزار قدرت نرم و چه بسا قدرت هوشمند نقش آفرینی نماید.

روش پژوهش

این پژوهش با استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی انجام شده است. زمانی می‌توانیم برای پاسخگویی به موضوع‌های پژوهشی از تحلیل محتوایی استفاده کنیم که پیشینه پیام‌های آن دسته از بازیگران صحنه سیاست که مورد توجه ما هستند به صورت مادی در دسترس پژوهشگر باشد و نخستین گام در راه آماده شدن برای تحلیل محتوایی، تعیین تعداد پیام‌هایی است که قصد بررسی آن‌ها را داریم. تحلیل محتوا از جمله روش‌های مرسوم برای مطالعه دقیق و نظام مند انواع متون، به ویژه متون رسانه‌ای است و در تمامی شاخه‌های علوم اجتماعی کاربرد دارد. اگر بیرون کشیدن محتوای یک متن نوعی گردآوری داده‌ها در نظر گرفته شود، تحلیل محتوا می‌تواند در زمره روش‌های گردآوری اطلاعات نیز به شمار رود و منظور از محتوا انواع واحدهای انتقال پیام، اعم از واژه‌ها، معانی، نمادها و تصاویر است که در متن یافت می‌شود.

یافته‌ها

با شمارش اخبار سایت‌های خبری بی بی سی فارسی و رادیو فردا مشخص شد که در بازه زمانی پس از افزایش قیمت بنزین به صورت کلی ۷۴۴ خبر مرتبط با موضوع سهمیه بندی و افزایش ناگهانی قیمت بنزین در این رسانه‌ها منتشر شده است که شامل ۳۱۱۸۶۵ کلمه می‌باشد که در **جدول ۱** به تفصیل اشاره شده است.

جدول ۱

تعداد اخبار و فراوانی کلمات آن‌ها در ارتباط با افزایش قیمت بنزین در ایران

عنوان سایت خبری	تعداد خبر	تعداد کلمه
بی بی سی فارسی	۳۹۵	۲۰۴۵۱
رادیو فردا	۳۴۹	۱۰۷۱۴
جمع	۷۴۴	۳۱۱۸۶۵

پس از واکاوی اخبار مربوط به افزایش قیمت بنزین در ایران، با بررسی‌های صورت گرفته یک مقوله از میان اخبار گوناگون استخراج شد که در **جدول ۲** می‌توان آن‌ها را مشاهده نمود سپس این اخبار به صورت جداگانه در هر رسانه مورد شمارش قرار گرفت تا فراوانی اخبار مورد نظر مشخص شود. در **جدول ۱** فراوانی مقولات مورد بحث در هر دو سایت خبری به صورت یکجا آورده شده است که علاوه بر اختصار به مقایسه نیز می‌توان دست زد. البته این مقایسه در **شکل ۱**، به صورت درصد با استفاده از نمودار دقیق‌تر قابل قیاس است؛ چرا که مقایسه بر اساس فراوانی خام اخبار، انچنان نمی‌تواند مورد بحث قرار گیرد و لذا بر اساس درصد باید پیش رفت تا نتیجه‌ای که حاصل می‌شود عینی‌تر و کمی‌تر قابل استناد باشد.

جدول ۲

فراوانی مقوله‌ها در سایت‌های خبری بی بی سی فارسی و رادیو فردا

ردیف	مقوله	بی بی سی فارسی	رادیو فردا
۱	افزایش قیمت بنزین	۵۱۰	۸۸
۲	قطع اینترنت	۵۵	۶۹
۳	قربانیان اعتراضات	۱۳	۱۷
۴	ماهشهر	۱۱۶	۱۴۶
۵	سازمان عفو بین‌الملل	۲۰	۱۰
۶	اعتراضات ایران	۸۰	۱۳

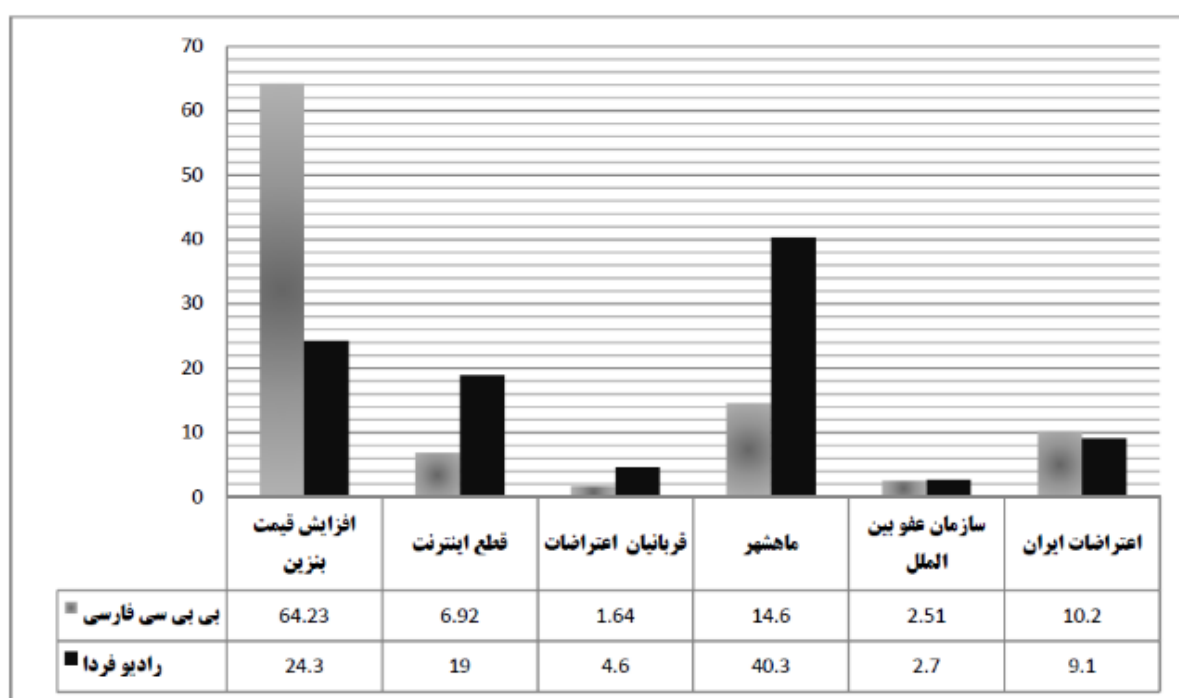
جدول ۳

میزان درصد مقوله‌ها در رسانه‌های بی بی سی فارسی و رادیو فردا

مقوله	بی بی سی فارسی	رادیو فردا
افزایش قیمت بنزین	٪۶۴.۲۳	٪۲۴.۳
قطع اینترنت	٪۶.۹۲	٪۱۹
قربانیان اعتراضات	٪۱.۶۴	٪۲.۶
ماهشهر	٪۱۴.۶	٪۴۰.۳
سازمان عفو بین‌الملل	٪۲.۵۱	٪۲.۷
اعتراضات ایران	٪۱۰.۲	٪۹.۱

شکل ۱

مقایسه هر مقوله در دو سایت بی بی سی فارسی و رادیو فردا



بر اساس نمودار فوق که مطابق **جدول ۳** طراحی شده است می‌توان به روشنی مشاهده کرد که هر کدام از سایت‌ها خبری بی بی سی فارسی و رادیو فردا بر چه مولفه‌هایی تاکید و مانور بیشتری داشته‌اند و نسبت به رسانه دیگر که براساس تبدیل فراوانی به درصد هم تراز شده‌اند، چقدر کمتر یا بیشتر به موضوع خبر اشاره داشته‌اند و براساس آن سوژه‌های جریان ساز را انتخاب و اقدام به برجسته سازی با هدف تاثیر بر افکار عمومی جامعه نموده‌اند.

بحث و نتیجه‌گیری

در این پژوهش سیاست رسانه‌ای بی بی سی فارسی و رادیو فردا در فضای مجازی درباره افزایش قیمت بنزین در ایران از ۲۴ آبان تا ۸ دی ۹۸ بررسی شده است. در این بازه زمانی محدود مشخص شد که سایت خبری بی بی سی فارسی ۳۹۵ خبر معادل ۲۰۴۴۵۱ کلمه و رادیو فردا نیز با ۳۴۹ خبر و ۱۰۷۴۱۴ کلمه اخبار و حواشی افزایش ناگهانی قیمت بنزین در ایران را روی خروجی پایگاه‌های خبری خود قرار داده‌اند که در مجموع ۷۴۴ خبر با ۳۱۱۸۶۵ کلمه، این دو سایت گردآوری و اطلاع رسانی نموده‌اند. علت نقش آفرینی گسترده سیاست‌های خبری بی بی سی فارسی و رادیو فردا برای پوشش لحظه‌ای اعتراضات به افزایش قیمت بنزین در ایران سؤال اصلی این مقاله است. در راستای تبیین فرضیه اصلی، نتایج پژوهش نشان داد که سایت‌های خبری بی بی سی و رادیو فردا با پوشش ویژه اخبار نا آرامی‌های افزایش قیمت بنزین با بزرگ نمایی رویدادهای داخلی ایران قصد دارند نمایش تقابل مردم با جمهوری اسلامی ایران را ترسیم نمایند که این از جهاتی با یافته‌های محمدمهدی فرقانی و محمدرضا تقوی پور همسو می‌باشد. در این نوشتار با اتکا به مدل مفهومی نظریه برجسته سازی و برشمردن تکنیک‌های ۶ گانه تکرار خبری، شایعه سازی، اقناع، کلی گویی، تاکید بر ادعاهای غیر واقعی و اغراق نشان دادیم که رسانه‌های بی بی سی و رادیو فردا با سیاست بزرگ نمایی و برجسته سازی تنش‌های داخلی ایران در فضای مجازی بدنبال تقابل و شکاف بین حاکمیت و مردم بوده‌اند. موضوع سهمیه بندی و افزایش ناگهانی قیمت بنزین از ۲۴ آبان ماه ۱۳۹۸، به عنوان خوراک رسانه‌ای سایت‌های خبری بی بی سی فارسی و رادیو فردا قرار می‌گیرد و این رسانه‌ها در تلاشند با مهندسی افکار زمینه التهاب و نابسامانی اجتماعی در ایران را فراهم و مدیریت نمایند، آن‌ها با استفاده از اینترنت و بستر فضای اجتماعی مجازی از یک سو با جریان سازی رسانه‌ای وسعت بخشیدن به گستره اعتراضات مردمی را در دستور کار قرار داده‌اند و از سوی دیگر با انتشار گسترده و لحظه‌ای اخبار این حوادث سعی دارند اعتراضات مردمی را به یک جنبش اجتماعی توده‌ای سوق دهند. درواقع از اینترنت و فضای مجازی به عنوان محیط ثانویه برای فعالیت بیشتر کنشگران اجتماعی بهره برداری و از فضای سایبری اهداف پنهان خویش را پایه گذاری و اقدام به بزرگ نمایی رفتار کنشگران اجتماعی می‌نمایند.

با رصد تحلیل محتوای اخبار مکتوب بی بی سی فارسی مشخص شد که این سایت خبری در بازه زمانی ۴۸ روزه، ۵۱۰ بار مقوله "افزایش قیمت بنزین" را تکرار نموده که با بررسی تکنیک‌های خبری رسانه‌ای برای مهندسی افکار عمومی مشخص می‌شود که بی بی سی فارسی با تکنیک تکرار و پوشش مکرر این مقوله به دنبال تثبیت این موضوع به عنوان یک دغدغه در ذهن مخاطب است. واکاوی اخبار بارگذاری شده در خروجی سایت خبری رادیو فردا حکایت از تکنیک انعطاف پذیری رسانه‌ای دارد و نشان می‌دهد که این رسانه خبری در تلاش است با استفاده از بازنشر ویدیو مخاطبان، فراهم آوردن دیدن نظرات آن‌ها و قابلیت ارسال پیام و ویدیو از سوی کنشگران اجتماعی با مخاطبان حس قربت برقرار نماید و برای تحقق این هدف ۸۸ بار موضوع افزایش و سهمیه بندی بنزین در ایران را پوشش رسانه‌ای داده است.

"قطع اینترنت" یکی دیگر از کلید واژه‌های بحران بنزین است که رمز گشایی از آن می‌تواند پاسخ بسیاری از مجهولات باشد. امروزه اینترنت یکی از بسترهای هماهنگی و همگرایی میان کنشگران جنبش‌های اجتماعی است که به تناسب دربرگیری جنبش در محیط سایبری می‌تواند بستر مناسب رشد گفتمان فکری و اجتماعی جنبش‌ها و اعتراضات را پدید آورد. همزمان با بروز اعتراضات آرام در برخی شهرها داده‌های موجود در شبکه‌های اجتماعی نشان داد که فضای مجازی به عنوان منبع اصلی اطلاعات سایت‌ها و رسانه‌های اپوزیسیون است که

این می‌تواند زمینه ساز گسست اجتماعی و سو استفاده علیه حاکمیت قرار گیرد. برای پیش گیری از پیامدهای احتمالی داده‌های شبکه‌های اجتماعی اینترنت در ایران قطع و این یعنی رگ اطلاعاتی رسانه‌های اپوزیسیون مختل شده و پیوند آن‌ها با کاربران ضعیف و ناممکن می‌شود. در این مرحله رادیو فردا و بی بی سی فارسی به طور هماهنگ موضوع قطع اینترنت را در صدر اخبار خود قرار داده به طوری که فراوانی پوشش این خبر در رادیو فردا به ۶۹ بار می‌رسد. در تاریخ ۲۹ آبان در وب سایتش می‌نویسد: «اعتراضات مردم ایران در حالی ادامه دارد که اینترنت همچنان قطع است». بی بی سی فارسی هم با نگرانی شدید از قطعی اینترنت در ایران ۵۵ بار این خبر را در سایت خود بارگذاری نموده است و در تاریخ ۲۵ آبان می‌نویسد: «اختلال گسترده اینترنت در ایران و به نقل از سازمان نت بلاکس می‌گوید این اختلال از شهر مشهد آغاز شده که از روز جمعه با مشکلاتی روبرو شده است».

سایت خبری بی بی سی فارسی در این مقوله با هدف اتهام زنی به حاکمیت، قطعی اینترنت را مترادف نقض آزادی‌های مدنی در جامعه ایرانی برشمرده و حتی برای جلب اعتماد حداکثری مخاطبان پس از وصل شدن اینترنت اقدام به پخش فیلم‌ها و تصاویر دریافتی گذشته نموده است.

از جمله روش‌های پرکاربرد بی بی سی فارسی در موضوع افزایش قیمت بنزین روایت نمایش تقابل مردم با حاکمیت و استفاده از پازل‌های از پیش طراحی شده با هدف تضعیف انقلاب اسلامی است، به طوری که بی بی سی فارسی تنها چند ساعت پس از سهمیه بندی بنزین می‌نویسد «گزارش‌هایی که در شبکه‌های مجازی منتشر شده و ویدیویی که به دست بی بی سی فارسی رسیده حکایت از آن دارد که یکی از معترضین در شهر سیرجان کشته شده است» و در ادامه در ۲۶ آبان ماه آمار کشته سازی را تحت عنوان گزارش‌هایی تایید نشده به نقل از شاهد علوی روزنامه نگار در آمریکا که اعتراضات ایران را از نزدیک دنبال می‌کند، آمار تایید نشده کشته‌ها را ۱۵ نفر اعلام می‌کند. با وجود آنکه اعتراضات به افزایش قیمت بنزین در ایران ۴۸ ساعت به طول انجامید اما سایت خبری بی بی سی فارسی در اخبار مختلف آمار گوناگونی از کشته شدگان در اختیار مخاطبان قرار می‌دهد، تا جایی که ۷ دی ماه ۱۳۹۸ در یک گزارش تحت عنوان گاهشمار اعتراضات آبان ۹۸ و به بهانه چهلیم کشته شدگان دو آمار متفاوت ارائه می‌نماید. ابتدا به نقل از سازمان حقوق بشری عفو بین الملل نوشته بیش از ۳۰۰ نفر در جریان اعتراضات اخیر کشته شده اند و در ادامه به نقل از خبرگزاری رویترز می‌نویسد در گزارش اختصاصی به نقل از منابع دولتی در ایران از کشته شدن حدود ۱۵۰۰ نفر در جریان اعتراضات آبان ماه خبر می‌دهد. نکته کلیدی و قابل تامل در اخبار سایت خبری بی بی سی فارسی این است که برای هیچکدام از ادعاهای فوق نه تنها اسناد معتبر و ویدیویی ارائه نمی‌دهد حتی نام منبع خبری را ذکر نمی‌کند. با بررسی دقیق خبرهای این سایت فارسی زبان می‌توان دریافت که این رسانه به صورت حرفه‌ای در یک پروسه زمانی خاص با تکنیک شایعه سازی و ارائه اخبار فیک و دروغین تلاش می‌کند از تاکتیک تقابل سازی مردم با حاکمیت رونمایی نموده و به ایجاد تفرقه افکنی و شکاف سیاسی میان دولت-ملت دامن بزند.

از سوی دیگر صدای آمریکا همسو با بی بی سی فارسی در روز اول سهمیه بندی و افزایش ناگهانی قیمت بنزین می‌نویسد: «دست کم هفت نفر در اعتراض‌ها به گرانی بنزین در ایران در تیراندازی مأموران کشته شدند». این سایت خبری هم هیچ اشاره‌ای به مکان وقوع و منبع خبری آمار ارائه شده نمی‌کند و با استفاده از تکنیک افزایش اعتبار منابع همسو سعی در جلب اعتماد حداکثری مخاطب دارد. برای پی بردن به این ادعا کافی است به خبر ۱۲ دی ماه ۱۳۹۸ این رسانه توجه کرد «این اعتراضات کشته‌های بی شماری برجای گذاشت تا جایی که خبرگزاری رویترز شمار کشته شدگان را حدود ۱۵۰۰ نفر عنوان کرده است» و در ادامه همین خبر می‌نویسد «آمار سازمان عفو بین الملل سازمان حقوق بشر در ایران و وب سایت کلمه نیز حکایت از آن دارد که شمار کشته‌ها بین ۳۰۴ تا ۶۳۱ نفر است». این اختلاف فاحش در آمار کشته شدگان و استناد هر دو سایت بی بی سی فارسی و صدای آمریکا به خبر رویترز و سازمان عفو بین الملل درباره تعداد کشته شدگان

نشان روشنی از تکنیک افزایش اعتبار منابع همسو می‌دهد که با جریان سازی و تکرار مکرر یک خبر سعی در اقناع و باورپذیری مخاطبان دارند.

یافته‌های پژوهش در مقوله بحران بنزین حاکی از آن است که صدای آمریکا می‌کوشد با استفاده از تکنیک‌های تفرقه افکنی یا تقابل ساز مردم را در یک سوی میدان و حاکمیت را در مقابل آن‌ها قرار دهد. از این رو این رسانه در ۲۵ آبان ماه می‌نویسد: «اگرچه هنوز امار دقیق و رسمی از تعداد شهرهایی که از روز شنبه ۲۵ آبان شاهد اعتراضات بود گزارش نشده، اما بررسی ویدیوهای ارسالی صدای آمریکا نشان می‌دهد در دست کم ۵۴ شهر ایران اعتراضات مردمی جریان داشته است» و در ادامه به ذکر اسامی شهرهایی که تجمع اعتراضی در آن‌ها برگزار شده اشاره می‌نماید و از مخاطبان می‌خواهد اگر در شهر محل سکونت تان تجمعی برگزار شده است، به ما خبر دهید و عکس‌ها و فیلم‌های خود را به تلگرام صدای آمریکا بفرستید. با یک نگاه رسانه‌ای می‌توان دریافت که این سایت خبری در حال کد دادن به مخاطبان برای بزرگ نمایی و جریان سازی است به طوری که ۱۴۶ بار در خبرهای خود به تجمع اعتراضی در شهرستان ماهشهر می‌پردازد که بیشترین فراوانی خبر در میان شهرهای ایران است. برای رمزگشایی از این سیاست رسانه‌ای و توجه خاص به اعتراضات در ماهشهر باید چالش‌ها و پتانسیل‌ها این حوزه را واکاوی نمود. ماهشهر مرکز استقرار شرکت‌های پتروشیمی و در واقع قلب انرژی ایران است و رسانه‌های اپوزیسیون تلاش می‌کنند به مردم القا نمایند که سهم اهالی ماهشهر از این کانون ثروت چیزی جز فقر و بیکاری در کنار آلودگی زیست محیطی نیست و با استفاده از ترکیب جمعیتی ناهمگن و مهاجر پذیر بودن ماهشهر و احساس تبعیض بومیان در تصاحب مناسب مدیریتی به صورت هدفمند اعتراضات این شهر را نشانه رفته تا با ایجاد خرابکاری موجب اخلاص در اقتصاد کشور شود.

بی بی سی فارسی هم به اعتراضات در ماهشهر روی خوش نشان داده و ۱۱۶ بار حوادث و اعتراضات ماهشهر را روی خروجی خبرگزاری خود قرار داده و با استفاده از تکنیک کلی گویی سعی در تهییج و اقناع افکار عمومی دارد و می‌نویسد «نماینده مجلس ایران: در ماهشهر تعداد زیادی کشته شده اند» و همچنین در خبر دیگری اشاره می‌کند: «اعتراض‌های ایران؛ در ماهشهر چه اتفاقی افتاد؟» با رصد این اخبار روشن می‌شود که اتاق فکر بی بی سی فارسی به صورت غیرحرفه‌ای در تلاش است با درج اخبار کلی و غیر رسمی و حتی بدون ذکر منبع خبری که ذکر منبع خبر از ارکان اولیه اصول حرفه‌ای خبرنگاری است، اقدام می‌نماید و با این عمل سعی در موج سواری و برجسته سازی اعتراضات ماهشهر دارد.

«اغراق و بزرگ سازی» نام تکنیک جریان سازی دیگری است، که بی بی سی فارسی و رادیو فردا با این رویکرد تلاش می‌کنند تا نشان دهند که آمار کشته شدگان حوادث آبان ماه در ایران بسیار زیاد است و سعی دارند با استفاده از آمار بدون پشتوانه سازمان عفو بین الملل این موضوع را به دغدغه‌ای بین المللی تبدیل کنند تا به این ترتیب، فشار افکار عمومی جهان را علیه حاکمیت افزایش دهند.

استفاده از ارزش‌ها برای تاثیر گذاری بر نگرش‌ها «از پر پسمندترین تکنیک‌های دیگر به کار گرفته شده از سوی بی بی سی فارسی و رادیو فردا» در بحران بنزین است. این سایت‌ها خبری کوشیده اند با بهره گیری از مفاهیم مدنی و عواطف مخاطب، اقدامات و اعتراضات خرابکارانه آشوبگران را در پوشش اعتراضات قانونی و به حق معرفی کنند. به طوری که بی بی سی فارسی در ۲۸ آبان می‌نویسد «بنزین یک کالای مصرفی است. قیمت آن روی زندگی مردم تاثیر مستقیم دارد. در اکثر نقاط جهان، قیمت آن با نرخ آزاد، بر اساس هزینه تولید و واردات محاسبه می‌شود، اما در ایران کنترل قیمت بنزین به طور انحصاری در اختیار دولت‌ها بوده است». همچنین رادیو فردا نیز در ۲۶ آبان به واکنش سخنگوی وزارت خارجه آمریکا به قطع اینترنت در ایران پرداخته می‌نویسد: «بگذارید مردم حرفشان را بزنند». نتایج حاصل از بررسی یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که اخبار سایت‌ها خبری بی بی سی فارسی و رادیو فردا با پایش تحولات سیاسی، اجتماعی و اقتصادی در ایران سوژه‌های جریان ساز را بر می‌گزینند و حول محور جریان سازی اقدام به بزرگ نمایی و برجسته سازی چالش‌ها می‌نمایند. لذا شناسایی کدهای این

سایت‌ها برای تأثیر گذاری بر روند تحولات اجتماعی در ایران و شناخت کمیت جریان اطلاعاتی آن‌ها می‌تواند از یک سو به اندازه گیری دما سنج رفتار کنشگران و از سوی دیگر به اتخاذ سازو کارهای مناسب تصمیم سازی کمک نماید.

تعارض منافع

در انجام مطالعه حاضر، هیچ گونه تضاد منافع وجود ندارد.

مشارکت نویسندگان

در نگارش این مقاله تمامی نویسندگان نقش یکسانی ایفا کردند.

موازن اخلاقی

در انجام این پژوهش تمامی موازن و اصول اخلاقی رعایت گردیده است.

شفافیت داده‌ها

داده‌ها و مآخذ پژوهش حاضر در صورت درخواست از نویسنده مسئول و ضمن رعایت اصول کپی رایت ارسال خواهد شد.

حامی مالی

این پژوهش حامی مالی نداشته است.

References

- Badiei, N. (1998). Content Analysis of Articles in 10 Tehran Newspapers. *Media*(9).
- Bagheri-Hoshi, M., Javidkar, M., & Aqa-Mohammad, M. (2013). The Role of Persian-Language Satellite Channels in Advancing U.S. Objectives in the Islamic Republic of Iran (Case Study: Radio Farda). *Media and Culture*, 29-58.
- Dearing, J., & Rogers, E. (2006). *Media Agenda-Setting Foundations*. Cooperative Organization of Main Departments.
- Forghani, M.-M., & Taqavipur, M.-R. (2019). From Discourse-Making to Agenda-Setting by BBC Persian on Human Rights Cases. *Quarterly of Communication Research*, 26(97), 77-110.
- Iranianpour-Nozari, E. (2009). Highlighting. *Ketab Mah Social Sciences*(23), 82-91.
- Majidi, H., & Nourizadeh, J. (2011). BBC Persian Television and Representation of Iran's Internal Developments in 2009. *Culture-Communication Studies*, 189-223.
- Naderloo, Y. (2007). *Analysis of News Arrangement in Islamic Republic of Iran Broadcasting (IRIB)* [Tehran Broadcasting University].