

اسطوره‌زدایی در روایت‌های شبکه خبری بی‌بی‌سی از خبرهای مذهبی و دینی

لیلا شعبانی^۱

باقر ساروخانی^۲

تاریخ وصول: ۹۵/۱۰/۱۲

تاریخ پذیرش: ۹۶/۰۶/۰۳

چکیده

این پژوهش در پی تحلیل روایت‌های خبری بی‌بی‌سی فارسی در خصوص پوشش خبری وقایع موسوم به اهانت به پیامبر توسط مجله کارتونی شارلی ابدو فرانسه است. به عبارت دیگر این پژوهش می‌کوشد نسبت به سیاست‌های خبری و رسانه‌ای در خصوص واقعه مورد نظر شناخت پیدا کند. هدف اصلی این تحقیق بررسی روایت‌های تلویزیون بی‌بی‌سی فارسی از حادثه مجله کارتونی شارلی ابدو در ارتباط با هتک حرمت پیامبر اسلام، است. به همین منظور از نظریه‌های انتقادی حوزه خبر همچون چارچوب‌سازی، انگاره‌سازی و نظریه گفتمان و ایدئولوژی و نظریات مربوط به حوزه دیپلماسی استفاده شده است. برای گردآوری داده‌های این تحقیق از روش مشاهده و استفاده از اسناد دیداری در راستای شناسایی شاخص‌های مورد بررسی در روایت‌های تلویزیون بی‌بی‌سی استفاده شد. نتیجه بررسی‌ها نشان داد که رسانه‌های مختلف بر اساس سیاست‌های رسانه‌ای و خبری که دارند، در صدد برجسته‌سازی بخش‌هایی از خبر هستند که بتوانند مخاطب خود را جذب کنند و خبرهای خود را واقعی جلوه دهند که معمولاً گرایش‌های سیاسی در این فرآیند دخالت دارند.

واژگان کلیدی: تحلیل روایت، اسطوره‌زدایی، شبکه خبری بی‌بی‌سی، خبرهای مذهبی.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

۱- دکترای جامعه‌شناسی سیاسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز، تهران، ایران. (نویسنده مسئول).

leilashaabani@yahoo.com

۲- استاد گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات، تهران، ایران

مقدمه

جوامع گوناگون از لحاظ گرایش به چیزهای مقدس یا قداست‌زدایی از آن‌ها در طیف مقدس‌گرایی - عرفی‌گرایی قرار دارند. جوامع غربی پس از عصر نوزایی با تمام تلاش، سعی کردند مظاهر تقدس را که به واسطه تسلط کلیسا به وجود آمده بود، حتی مسائل نجومی را نیز که در این زمره قرار می‌گرفت، از صحنه زندگی خارج سازند. اکنون در غرب، خدا، پیامبر، کلیسا و متولیان مسائل دینی حریمی ندارند و برای آن‌ها چیزی به نام تابو جز در مواردی محدود، ملاحظه نمی‌شود، بلکه تمامی این امور از تندبادهای انتقاد، که گاهی جنبه توهین‌آمیز به خود می‌گیرد، در امان نمی‌ماند. به عکس، در جوامع شرقی، مظاهر تقدس بیشتر به چشم می‌خورد. با این وجود، هر کدام از متولیان مقدس‌گرایی و عرفی‌گرایی در جامعه خود، به حدود خویش پای‌بند نیستند و سعی می‌کنند صحنه اجتماع را به نفع خود تصاحب کنند. فرایند قدسی‌شدن سعی دارد قداست را به درون سیاست، هنر، فرهنگ و نهادها تزریق نماید. در مقابل، فرایند عرفی‌شدن تلاش می‌کند از سیاست، قانون و ارزش‌ها، قداست‌زدایی کند و جامعه را از اجتماعی دینی به سوی جامعه‌ای غیردینی هدایت کند.

تقدس مسری است، تقدس محدوده‌ای نمی‌شناسد؛ به این معنا که در هر محدوده‌ای که جریان قدسی کردن آغاز شود، می‌خواهد تا انتهای مسیر را بپیماید. کسانی که در پی دینی‌کردن امور، اعم از جامعه، انسان، هنر، معرفت، شهر، آموزش و حکومت هستند، در واقع می‌خواهند اموری را که در چند قرن اخیر عرفی شده‌اند، مجدداً قدسی سازند (Majidi, 2006: 24). امر مقدس معمولاً تبدیل به اسطوره می‌شود و برای اینکه بتوان حریم قدسی یک امر اجتماعی را از بین برد، اسطوره‌زدایی نیز صورت می‌گیرد تا به عرفی شدن نزدیک شود (Campbell, 2006: 22). عرفی‌شدن جامعه با اسطوره‌زدایی از آنچه که مقدس شمرده می‌شود، همراه است و در این راستا نقش نهادهای آموزشی و به خصوص رسانه‌های جمعی بسیار مؤثر است. رسانه‌های جمعی با گزینش خبرهایی که به مخاطبان خود انتقال می‌دهند، می‌توانند نقشی فعال برای نیل به هدف تقدس‌زدایی بردارند. یکی از راه‌کارهای رسانه‌ها در گزینش اطلاعات، برجسته کردن خبرهایی است که می‌تواند با هدف عرفی‌شدن هم‌راستا باشد و در عین حال، نادیده گرفتن اخباری که به اسطوره‌گرایی دامن می‌زند نیز از سیاست‌های رسانه‌ها می‌باشد. در صورتی که این دو سیاست در کنار هم عمل کنند، راه به سوی عرفی شدن جامعه هموار می‌شود. از سوی دیگر گسترش رسانه‌های ارتباطی این امکان را فراهم می‌سازد که نظم‌های نوینی در جامعه شکل گیرد، قدرت به صورت متکثر در نهادهای مختلف جامعه نمود پیدا کند و رسانه‌ها نیز در اعمال قدرت سهیم شوند.

اینیس معتقد است که توسعه امپراتوری‌ها بیش از اینکه بر مهارت نظامیان متکی باشد، بر رسانه‌های ارتباطی متکی است که دستورات پایتخت را ابلاغ می‌کنند. به همین ترتیب، ساختار نظم‌های بعدی هم به فن‌آوری رسانه‌ای موجود در آن زمان بستگی داشته است. برای مثال اختراع

تلگراف این امکان را ایجاد کرد که کنترل موثرتری بر نقاط بسیار دور دست قابل اعمال شود. اینیس که در اصل یک اقتصاددان بود نشان داد که چگونه نخبگان کانادا از همان ابتدا هرچه در توان داشتند برای بسط کنترل خود بر قاره آمریکا به کار گرفتند و در نهایت فناوری‌های ارتباطی در این مورد خیلی کارا تر از زور بودند. مک لوهان بر خلاف اینیس چندان اهمیتی به اینکه چه کسی رسانه‌ها را کنترل می‌کند و یا چه کسی بر دهکده جهانی حکومت می‌کند، نداشت (Cazeneuve, 2015: 187). وی بر خلاف اینیس بسیار نسبت به آینده‌ای که فناوری‌های نوین ارتباطی برای ما به ارمغان خواهند آورد، خوشبین بود. منتقدان فرهنگی معمولا با مک لوهان مخالفند و در کل معتقدند آرای مک لوهان تنها یک انحراف از آرای اینیس است.

مک لوهان بر خلاف اینیس کمتر تمایل داشت به اقتصاد سیاسی رسانه‌ها توجه کند و سرشت رسانه را به سرشت انسان متصل می‌کرد. مدل اینیس سوگیری را به عنوان یک ابزار واسطه (یا مترجم و یا موتور) در نظر می‌گرفت که جهان طبیعی را به صف‌بندی‌های اجتماعی ناشی از جریان ثروت، دانش و قدرت که همان جریان‌های تعیین‌کننده تاریخند، وصل می‌کرد.

کورت لوین از نظریه‌پردازان برجسته‌سازی در رسانه‌ها است که مفهوم دروازه‌بانان را در مورد رسانه‌ها به کار می‌برد و ویلیور شرام سخن از صافی‌ها به میان می‌آورد (Saroukhani, 2010: 65). این نظریه رسانه را سلطه‌گر می‌داند که به شیوه‌های متفاوت انتقال خبر را انجام می‌دهد. در این نظریه، رسانه است که تصمیم می‌گیرد مخاطب با چه رخدادهایی روبرو شود و رخدادی که رسانه منتشر می‌کند، الزاما همان خبری است که مورد توجه جامعه قرار می‌گیرد. فعال بودن مخاطب در این نظریه تنها به دلیل تعدد منابع خبری است و انتخاب خبر از سوی مخاطب در صورتی از دست می‌رود که تمام رسانه‌ها در راستای هدفی واحد گام بردارند و چشم‌انداز مشترکی داشته باشند (Razzaghi, 2006: 92). بنابراین نظریه برجسته‌سازی حتی به انتخاب خبر و نوع انتقال آن به مخاطبان از طریق رسانه‌ها توجه کرده است (Mehdizadeh, 2001: 46).

نقش واسطه‌هایی مانند خبرنگاران، زمانی که در راستای اهداف رسانه باشد با زمانی که واسطه در راستای اهداف مخاطب گام برمی‌دارد، تفاوت‌های زیادی دارد. فهم ماهیت و اهمیت آرایش یا چینش اخبار در گرو درک تعریف و سابقه مفهوم برجسته‌سازی در رسانه‌هاست. بنابراین چینش اخبار نوعی برجسته‌سازی است، مانند مطبوعات که با اندازه و مکان استقرار تیترو، رنگ و برجسته‌سازی حجم و غیره، اهمیت خبر را تعیین و توجه مخاطب را جلب می‌کنند. در رادیو و تلویزیون یکی از راه‌های اهمیت خبر و جلب توجه مخاطبان، ترتیب قرار گرفتن خبرهاست. همچنین در خبرهای تلویزیونی اولویت‌های خبری و مدت زمانی که به یک خبر اختصاص می‌یابد، مهم است.

در حادثه‌ای که در مجله کارتونی شارلی ابدو فرانسه رخ داد و با کاریکاتوری به پیامبر اسلام توهین شد، تلویزیون‌های مختلف به گزارش این رخداد پرداختند و سعی کردند تا روایتی را ارائه دهند که

مخاطبان آن را بپذیرند. اما نکته مهم این بود که آنچه از رسانه‌های مختلف به مردم عرضه شد، همسان نبودند و گاهی مردم در یافتن روایت درست دچار شک می‌شدند. در همین راستا می‌توان به اعتراضات گسترده مردم ترکیه و نیز سکوت کشورهای مَثَل عربستان اشاره کرد و از طرف دیگر حمایت تلویزیون‌های کشورهای اروپایی از این حادثه نیز بعد دیگری از این رویداد بود. در زمینه توهین موردنظر، روایت‌های مختلفی از رسانه‌های متفاوت در سطح جهان مخابره شد که این روایت‌ها جنبه‌های مختلفی از این رویداد را گزارش می‌کردند و نقش رسانه در این میان، بسیار پررنگ‌تر از گذشته خودنمایی می‌کرد. بی‌بی‌سی قدیمی‌ترین و بزرگ‌ترین بنگاه پخش خبر در جهان است. فعالیت اصلی بی‌بی‌سی فارسی تولید برنامه و سرویس‌های خبری است. هزینه همه سرویس‌ها و شبکه‌های بی‌بی‌سی فارسی از هزینه ماهیانه‌ای که هر یک از خانواده‌های صاحب تلویزیون در بریتانیا باید بپردازند، تأمین می‌شود، به جز سرویس جهانی و سرویس فارسی این شبکه که توسط وزارت امور خارجه بریتانیا پرداخت می‌شود. با توجه به تأمین هزینه این شبکه خبری توسط دولت بریتانیا و انعکاس برنامه‌های این شبکه در کشورهای فارسی‌زبان که بیش‌تر آن‌ها مسلمان هستند و از سوی دیگر خاستگاه این شبکه خبری که جامعه‌ای با هدف تقدس‌زدایی و معرفی کردن امر سیاسی، دینی و اجتماعی است، پژوهشگر به تحلیل روایت‌های شبکه خبری بی‌بی‌سی از یک واقعه‌ی دینی؛ هتک حرمت از پیامبر اسلام با استفاده از کاریکاتور در مجله شارلی ابدو پرداخته است. با توجه به مطالبی که ذکر گردید سوال اصلی پژوهش این است که روایت‌های خبری بی‌بی‌سی فارسی در خصوص پوشش خبری وقایع موسوم به اهانت به پیامبر توسط مجله کارتون شارلی ابدو چگونه است؟ و سوالات فرعی پژوهش نیز عبارتند از:

- ۱- شیوه‌های مواجهه شبکه خبری BBC با واقعه هتک حرمت پیامبر اسلام در نشریه شارلی ابدو فرانسه بر چه اصولی استوار بود؟
- ۲- اهداف شبکه خبری BBC از پوشش گسترده خبر هتک حرمت پیامبر اسلام چه بوده است؟
- ۳- استراتژی شبکه خبری BBC در بازنمایی امر اجتماعی - دینی چه بوده است؟

ابزار و روش

در این تحقیق خبرها و گزارش‌های منتشر شده از تلویزیون BBC فارسی راجع به هتک حرمت پیامبر مدنظر است. از آنجا که در این پژوهش قصد پاسخ دادن به سوالاتی وجود دارد که در زمان گذشته رخ داده‌اند، استفاده از روش تاریخی یا گذشته‌ای ضروری به نظر می‌رسد. در مطالعاتی که با هدف کشف مکانیسم‌های پنهان واقعیت آغاز می‌شوند و شیوه‌هایی را به کار می‌گیرند تا آنچه که کنش‌گران اجتماعی آن‌ها را بدیهی انگاشته‌اند، اما در یک فرآیند اجتماعی شکل گرفته است و به گردآوری داده‌ها از زمان‌های پیشین می‌پردازند، باید از این روش استفاده شود (Blaikie, 2012: 149). در این گونه مطالعات،

زمان رخدادهای مورد مطالعه در انتخاب روش تحقیق نقش مهمی دارد و به دلیل اینکه داده‌ها باید از دوران گذشته گردآوری شوند، از روش تاریخی استفاده می‌شود. از آنجا که اسناد تاریخی که در این تحقیق مورد استفاده قرار گرفته‌اند، خبرها و گزارش‌های منتشر شده از رسانه‌های دیداری و شنیداری هستند، به همین دلیل ارکان اصلی پوشش خبری که شامل وقایع و رخدادها، شیوه‌بازنمایی واقعیت، وسایل ارتباطی، چینش اخبار، سطوح مختلف خبر که حوزه پوشش آن را مشخص می‌کند نیز در تحلیل‌ها یکی از اجزای ضروری تحلیل است. پژوهش‌گر از تحلیل روایت برای تحلیل داده‌های گردآوری شده استفاده کرده است. از ویژگی ممتاز تحلیل روایت این است که در این روش، مبنای تحلیل، طبقه‌بندی و تحلیل از درون واقعیت است. ولادیمیر پراپ که عموماً به عنوان پیشگام روایت‌شناسی شناخته شده، معتقد است که با طبقه‌بندی داستان بر اساس ساختار روایت، نسبت به طبقه‌بندی بیرونی که مبتنی بر شواهد تجربی است، مبنای محکم‌تری می‌توان برای قضاوت‌ها و تحلیل‌ها ایجاد کرد. به این ترتیب، اعتبار هرگونه تحلیل روایتی مبتنی بر خود داستان و فرضیه‌ها و تفسیرهای مستخرج از آن است (Barthes, 2013: 47). از دیگر مزیت‌های تحلیل روایت نسبت به دیگر شیوه‌های تحلیل، زمان‌مند بودن و فرآیند داشتن این روش در ساختار و همچنین در منطق تبیینی است. تأکید بر زمان‌مند بودن کنش اجتماعی، امکان دستیابی به دانش عمیق نظری را فراهم می‌سازد. به بیان دیگر، رویدادها نقاط دسترسی ما به ساخت ذهنی محسوب می‌شوند و از طریق آنهاست که امکان توصیف، بازسازی و درک فراهم می‌آید.

یافته‌ها

تصویر واقعیت و شرح رویداد؛ کاریکاتور محمد (ص)، پیامبر مسلمانان بر جلد مجله شارلی ابدو با تیتراژ "۱۰۰ ضربه شلاق، اگر از خنده غش نکنی" در پاریس منتشر شد. پس از انتشار این مجله، حمله تروریستی به تاریخ ۷ ژانویه ۲۰۱۵ است که توسط ۲ فرد مسلح به نام‌های سعید کواشی و شریف کواشی صورت گرفت. آنان وارد ساختمان دفتر شارلی ابدو در خیابان نیکولا اپر پاریس شدند و با اسلحه‌های اتوماتیک از جمله کلاشینکف به سوی نگهبانان این دفتر و کارکنان آن آتش گشودند که در این تیراندازی ۱۲ نفر کشته و ۱۰ نفر زخمی شدند. تیراندازی حدود ساعت ۱۱:۳۰ صبح به وقت اروپای مرکزی رخ داد. بنابر ویدیوی آپلود شده در یوتیوب از لحظه تیراندازی، این افراد با فریاد "الله اکبر" اقدام به کشتن کارکنان این نشریه کردند و به گفته شاهدان با فریاد "ما انتقام پیامبرمان را گرفتیم" و "شارلی ابدو را کشتیم" محل را ترک کردند. گزارش‌های ابتدایی حاکی از کشته‌شدن ۱۲ نفر و بر جای گذاشتن ۱۰ زخمی و شلیک دست‌کم ۵۰ گلوله بوده است. ۲ نفر از کشته‌شدگان، افسر پلیس نگهبان بودند. تعقیب گسترده برای دستگیری مظنونین بلافاصله پس از حمله آغاز شد. این رخداد، مرگ‌بارترین

رخداد از زمان جنگ الجزایر در ۱۹۶۱ و بدترین حمله در زمان صلح فرانسه بوده است. برادران کواشی پس از گریختن از دفتر مجله، فردای آن روز به چاپخانه‌ای در شهر دمارتن پناه بردند و یک تن را به گروگان گرفتند، با یورش ماموران به چاپخانه دمارتن، سعید و شریف کواشی در محاصره پلیس قرار گرفته و از پناهگاه خود خارج شده و با پلیس درگیر شدند، اما در نتیجه این درگیری هر دو برادر کشته شدند و گروگان آن‌ها نیز آزاد شد. انعکاس خبرهای این واقعه در شبکه‌های زیادی از جمله شبکه بی‌بی‌سی با گزینش بخش‌هایی از آنچه اتفاق افتاده بود همراه شد. خبرهایی که از سرویس خبری BBC مخابره شدند در کنار خبرهای مربوط به این واقعه تحلیل روایت شده‌اند.

هفتم ژانویه ۲۰۱۵؛ سالگرد حمله به هفته‌نامه شارلی ابدو؛ یک سال از کشتار روزنامه‌نگاران و کاریکاتوریست‌های هفته‌نامه شارلی ابدو فرانسه گذشت. برادران کواشی به دفتر هفته‌نامه در مرکز پاریس حمله کردند و ده تن از نام‌آورترین روزنامه‌نگاران این هفته‌نامه را به خاک و خون کشیدند. کشتار این روزنامه‌نگاران و کاریکاتوریست‌ها، فرانسه را بدل به دومین قتل‌گاه روزنامه‌نگاران در سال ۲۰۱۵ میلادی کرد. یکی از مسئولان این هفته‌نامه می‌گوید: «ما همچنان تحت تأثیر این اتفاق هستیم و نمی‌توانیم آن را مخفی کنیم. هیچ‌گاه این کشتار را فراموش نخواهیم کرد. با یاد آن‌ها زندگی خواهیم کرد. کارمان بسیار پیچیده است؛ اما تسلیم نخواهیم شد. چرا که تروریست‌ها نباید یک لحظه فکر کنند که پیروز شده‌اند.»

کشتار این روزنامه‌نگاران و کاریکاتوریست‌ها، ملت فرانسه را به غم و ماتم برد. اولین شماره شارلی ابدو پس از کشتار با تیراژ یک میلیونی به فروش رفت. هفته‌نامه شارلی ابدو به دلیل چاپ کاریکاتور پیامبر اسلام مدت‌ها مورد تهدید نیروهای اسلامی افراط‌گرا در فرانسه و سراسر جهان قرار گرفت و مدیرمسئول آن هیچ‌گاه کوتاه نیامد و حاضر به خودسانسوری نشد. به‌همین دلیل مدیرمسئول این هفته‌نامه همواره توسط یک یا دو محافظ همراهی می‌شد. در روز حمله برادران کواشی یکی از محافظان با مدیرمسئول شارلی ابدو در دفتر هفته‌نامه حضور داشت؛ اما او هم در حمله برادران کواشی کشته شد. برادران کواشی پس از حمله به دفتر هفته‌نامه موفق به فرار شدند و نیروهای امنیتی در تعقیب آن‌ها بودند. نهایتاً در این چاپخانه دو عامل حمله به شارلی ابدو محاصره شدند و پس از چندین ساعت تبادل آتش با پلیس فرانسه این دو برادر از پای درآمدند. همان روز کول‌آبادی یکی از نزدیکان برادران کواشی به یک فروشگاه در شرق پاریس حمله کرد و مشتریان و کارکنان این فروشگاه را به گروگان گرفت. در جریان این حمله مسلحانه چهار نفر از جمله سه مشتری و یکی از کارکنان این فروشگاه جان باختند. پلیس فرانسه نهایتاً موفق شد عامل حمله را از پای درآورد. حمله به شارلی ابدو کشور فرانسه را به عزای عمومی برده و یازدهم ژانویه میدان ری‌پابلیک یا همان جمهوری مملو از مردمانی شد که به یاد کشته‌شدگان شارلی ابدو گرد هم آمدند.

اسطوره‌زدایی در روایت‌های شبکه خبری بی‌بی‌سی از خبرهای مذهبی و دینی

رهبران کشورهای مختلف جهان در همبستگی با مردم فرانسه و با محکوم کردن کشتار شارلی‌ابدو در راهپیمایی مردم فرانسه در پاریس شرکت کردند و فریاد "من شارلی هستم" را سر دادند. سال ۲۰۱۵ یکی از تاریک‌ترین سال‌های تاریخ فرانسه بود؛ چرا که هشت ماه پس از حمله به شارلی‌ابدو در سیزدهم نوامبر، اسلام‌گرایان افراطی جان ۱۳۰ تن را در چهار رستوران یک سالن در کنسرویز گرفتند و شعار مرگ بر فرانسه، صلوات بر محمد (ص)، مرگ بر شارلی‌ابدو، سفیر فرانسه اخراج باید گردد، سر دادند. نشریه لوموند، دولت فرانسه را به جاسوسی از خبرنگارانش متهم کرد. این نشریه ادعا می‌کند که دستگاه اطلاعاتی فرانسه گفتگوهای تلفنی و فعالیت‌های یک روزنامه‌نگار را به طور قانونی برای شناسایی منبع خبری، زیر نظر گرفته است. نمایندگان پارلمان خواستار توضیح وزیر کشور در این رابطه شدند.

تحلیل خبر هفتم ژانویه از شبکه BBC

شبکه خبری BBC		
محورها	نخستین سالگرد حمله به شارلی‌ابدو - تپتری به عنوان مقصر دانستن خداوند	
کلمات	اسلام‌گرایان افراطی - توهین به سکولاریسم	
مضامین	خشونت‌طلبی اسلامی / افراط‌گرایی اسلامی	
دال و مدلول	خشم مسلمان - خشونت علیه فرانسه (کلیساها و مراکز فرهنگی و پرچم فرانسه)	
نحوه گفتار	نحوه خشونت‌آمیز اعتراض مسلمانان و درگیری با مأموران امنیتی همان کشور	
برجسته سازی	پوشش خبری	توهین به پیامبر اسلام، نشانه آزادی بیان غرب است / قطع سخنان یا عدم انتشار راهپیمایی معترضان
	آرایش خبری	بیان دین اسلام به مثابه دیدگاه یک گروه خاص
تقدم و تأخر	اشاره به حملات تروریستی داعش به نشریه شارلی‌ابدو، سپس مقایسه خشونت‌بار بودن آن با حملات تروریستی در عراق	
تفسیر	عادی جلوه دادن توهین به پیامبر اکرم به وسیله نشریه شارلی‌ابدو، به دلیل نازکی نداشتن این موضوع و وجود موارد مشابه در خصوص دیگر ادیان در پرونده فعالیت این نشریه در سال‌های قبل.	

این برنامه که اولین سالگرد حمله به نشریه شارلی‌ابدو در ۷ ژانویه ۲۰۱۶ را به نمایش گذاشته است به روایت یک حادثه در خصوص حمایت مردم از این نشریه پرداخته و سعی در نشان دادن چهره‌ای مظلوم از وضعیت آزادی بیان غربی دارد. این گزارش در صدد است تا با نشان دادن چهره‌های خشن از اسلام و فرهنگ اسلامی به عنوان فرهنگی ضد آزادی فردی و آزادی بیان در راستای نمادسازی از یک نشریه همراهی کند؛ نشریه‌ای که توانسته است با اهانت به مقدسات اسلامی، افرادی را در این راستا با خود متحد ساخته و بدین ترتیب با معناسازی این حرکت، دنیایی را برای افکار عمومی جهان ترسیم کند و نشان دهد که در آن آزادی بیان در غرب، شکل متمدانه آزادی بیان است. اما این آزادی بیان متمدانه توسط عده‌ای مسلمان متحجر، به دور از منطق و مسلح که تاب شنیدن نقیض اعتقادات خود را ندارند، و به وسیله زور جاهلی خود می‌خواهند این آزادی را تهدید شده است. این برنامه با استفاده از فرآیند پیونددهی مفهوم خشونت به مفهوم اسلامیت در صدد است تا به وسیله پیوند دادن اشخاص (تروریست‌ها) به اسلام و حکومت اسلامی (داعش) دیدگاه خشونت‌طلبی و وحشی‌گری را در اذهان عمومی غرب و جهان برجسته سازد و در گزارش‌های خبری نیز با رعایت تقدم و تاخر در روند

اطلاع‌رسانی در خصوص این وقایع به شیوه‌های انتقال خبر و حرکت به سمت اهداف پنهانی خود که همانا توهین به پیامبر اسلام، به عنوان بزرگترین نماد اسلامی می‌باشد، مشروعیت ببخشند.

بیست و پنجم دسامبر ۲۰۱۴؛ نخستین اکران فیلم فانتزی موزیکال در جنگل؛ من شارلی ابدو هستیم. هزاران نفر از مردم جهان از سیدنی گرفته تا مکزیکوسیتی، میزبون و مونترال همبستگی خود را با قربانیان کشتار در دفتر تحریریه هفته‌نامه شارلی ابدو نشان دادند. این موج به دنیای سینما هم رسید. در لندن مراسم نخستین اکران فیلم فانتزی موزیکال «در جنگل» تحت تاثیر این رخداد قرار گرفت. مریل استریت هنرپیشه سرشناس آمریکایی با ایفای نقش اول زن در این فیلم می‌گوید: «خبرهای بد زیادی به ما رسیده. همه این‌ها نشان می‌دهد که شیاطین آسمانی خلاصه هیوط خواهند کرد. وحشتناک بود، وحشتناک. تاسف‌آور بود. پادزهر آن همین است که با شادی، مدارا و احتیاط زندگی کنیم».

امیلی برانت دیگر ستاره سینما گفت: «این‌ها نشانه‌های وحشتناکی هستند که می‌گویند در این دنیا باید کاملا مراقب حرفی که می‌زنید، باشید». الیور مگاتون کارگردان فیلم هم در این رابطه گفت: «با هیچ واژه‌ای نمی‌توان آن را توصیف کرد. قربانیان فقط هنرمند و کاریکاتوریست بودند. اسلحه نداشتند. من این دنیا را نمی‌فهمم. نمی‌دانم چرا اروپای قدیمی به این جا رسیده است». فارست استیگر ستاره مشهور سینما درباره حمله به مجله شارلی ابدو گفت: «این که مردم به این شیوه کشته می‌شوند، تاثربرانگیز است. نمی‌دانم چطور با این مسئله برخورد خواهیم کرد. هنوز واقعا دنیا را سروسامان نداده‌ایم. باید این مسئله را درک کرد و شناخت». جانی هالییدی ستاره موسیقی راک فرانسه هم به این کمپین پیوسته است. بسیاری از هنرمندان، خوانندگان جهان در فضای مجازی خود را در غم عمیق مردم فرانسه شریک می‌دانند. من شارلی ابدو هستیم.

تحلیل خبر ۲۵ دسامبر از شبکه B.B.C

شبکه خبری B.B.C	
محورها	تاکید بر آنچه توسط مسلمانان افراطی توهین تلقی می‌شود
کلمات	تلقی
مضامین	عوض شدن تاریخ آزادی در فرانسه
دال و مدلول	بیان اهمیت موضوع با سوالاتی که القا کننده تجدید دشمنی با مسلمانان و عرب‌های فرانسوی است. بیان ترس مسلمانان و عرب‌های فرانسوی زبان از نتایج حملات تروریستی
نحوه گفتار	به صورت مستقیم
برجسته سازی	درگیری و شلوغی‌های فرانسه و امکان تجدید دشمنی‌ها علیه مراکز مسلمانان در فرانسه و سایر کشورهای اروپایی به صورت خبر سخت و همراه با گزارش خبری
تقدم و تأخر	ابتدا صحبت از ایجاد شلوغی و درگیری در فرانسه، بعد بیان تازه شدن اختلافات گذشته میان مسلمانان و مسیحیان و ترس مسلمانان و اعراب فرانسوی زبان از این موضوع
تفسیر	بیان اهمیت موضوع و نتایج آن به ضرر مسلمانان و الغاء ترس به آن‌ها همچنین بیان جداسازی مسلمانان از تروریست‌ها به عنوان عاملی برای الغاء غیر مستقیم این موضوع که مسلمانان تروریست هستند.

در گزارش خبری ۲۵ دسامبر که به نوع دیگری به صورت خبر نیمه‌سخت آرایش خبری داده شده بود، در سالگرد حمله برادران کواشی به‌عنوان تروریست‌های مسلمان در ۷ ژانویه ۲۰۱۶، و تروریست‌های بی‌منطقی که با اسلحه گرم به یک طنز هنری پاسخ گفته‌اند، پرداخته شده است و به این نکته پرداخته که این رویداد توانسته است تاریخ آزادی را در فرانسه به عنوان مهد آزادی بیان به چالش بکشد. بدین ترتیب درگیری و شلوغی‌های فرانسه به عنوان عاملی تلقی می‌شود که موجب مفهوم‌سازی و معناسازی برای تجدید دشمنی‌های گذشته مسیحیان و مسلمانان فرانسه می‌شود؛ فرانسه که مهد آزادی بیان در اروپا و جهان غرب است، محسوب می‌گردد. در همین راستا است که با بیان تعداد کشته شدگان این نشریه به عنوان کشته شدگان راه آزادی به مفهوم‌سازی در راستای توهین به مقدسات اسلامی به مثابه آزادی بیان و آزاداندیشی پرداخته شده و با بیان کلمات و عباراتی از جمله توهین به هنر و تروریست‌های وابسته به حکومت اسلامی سعی در پیوند دادن این جریان‌ها به اسلام و ایده اسلامی دارد. در این گزارش دست‌اندرکاران شبکه بی‌بی‌سی فارسی پا را از این هم فراتر گذاشته و با بیان و نمایش قربانیان و تروریست‌ها به عنوان عاملین جنایت بزرگ در فرانسه، سعی در ساختن این مفهوم در ذهن مخاطبان خود داشتند که فویباسازی از اسلام و اسلام‌هراسی را دامن بزنند.

شانزدهم ژانویه ۲۰۱۴: انتشار شماره ویژه شارلی ابدو؛ در نخستین سالگرد حمله به
مجله فکاهی شارلی ابدو شماره ویژه این هفته‌نامه فرانسوی در روز چهارشنبه منتشر شد. طرح روی جلد آن تصویر فردی با ریش و لباس آغشته به خون است که اسلحه‌ای روی دوشش دارد. شارلی ابدو این تیتراژ را برای کاریکاتور انتخاب کرده است: "قاتل هنوز آزاد است". رئیس، سردبیر و مدیر شارلی ابدو که این کاریکاتور را هم کشیده، در میزگرد رادیویی که به مناسبت سالگرد حمله برگزار شد، گفت که سکولاریسم در فرانسه به شدت مورد حمله قرار گرفته است. شارلی ابدو همیشه از سکولاریسم دفاع کرده، هرچند که کار برای این مجله در این راستا سخت‌تر شده است. شارلی ابدو به خاطر این که با افراط‌گرایی پیوند زده شده، دائماً مورد حمله و تهاجم قرار گرفته است. در حال حاضر سکولاریسم در فرانسه همراه با واژه‌هایی مرتبط با افراط‌گرایی مطرح می‌شود. در حمله به دفتر شارلی ابدو در پاریس ۱۲ نفر کشته شدند. در ویژه‌نامه این نشریه افراط‌گرایان مسلمان، تشکیلات مذهبی و ناکارایی دولت و دستگاه اطلاعاتی فرانسه در حمله سال گذشته متهم شناخته شدند؛ حمله‌ای که افراط‌گرایان مسلمان علیه کارکنان شارلی ابدو انجام دادند. دفتر این نشریه فکاهی برای چند سال به خاطر تهدید به حمله از مکان‌های حساس در پاریس بود.

تحلیل خبر سوم از شبکه B.B.C

شبکه خبری B.B.C		
محرورها	نخستین سالگرد حمله به شارلی ابدو - تیرتی به عنوان مقصر دانستن خداوند	
کلمات	افراط گرایان مسلمان - توهین به سکولاریسم	
مضامین	خشونت طلبی اسلامی / افراط گرایی اسلامی	
دال و مدلول	خشم مسلمان - خشونت علیه فرانسه / کلیساها و مراکز فرهنگی و پرچم فرانسه	
نحوه گفتار	نحوه خشونت آمیز اعتراض مسلمانان و درگیری با مأموران امنیتی همان کشور /	
برجسته سازی	پوشش خبری	توهین به پیامبر اسلام، نشانه آزادی بیان غرب است / قطع سخنان یا عدم انتشار معترضان
	آرایی خبری	بیان دین مبین اسلام به مثابه دیدگاه یک گروه خاص
تقدم و تأخر	بازتاب خشونت بار بودن نسبت به حملات تروریستی در عراق بعد از اشاره به حملات تروریستی داعش به نشریه شارلی ابدو	
تفسیر	عادی جلوه دادن توهین به پیامبر اکرم به وسیله نشریه شارلی ابدو، به دلیل نازکی نداشتن این موضوع و وجود موارد مشابه در خصوص دیگر ادیان در پرورده فعالیتی این نشریه در سال های قبل.	

این خبر نیز که به روز سالگرد حادثه تروریستی علیه نشریه شارلی ابدو در ۷ ژانویه ۲۰۱۶، در میان هنرمندان طنزپرداز آمریکایی می‌پردازد. با مصاحبه با هنرمندانی که همکاران این کشته‌شدگان از نظر عرصه مشترک هنری هستند سعی در نشان دادن چهره معصوم این هنرمندان و دفاع از این هنر داشته و در مقابل سعی در بیان این مفهوم دارد که طنز فی نفسه امر قبیحی نبوده و می‌تواند در خصوص هر فردی چه در رأس یک جامعه و چه در سطوح پایینی جامعه صورت گرفته و تنها هدف آن خدمت به هنر و شاد کردن مردم می باشد. لذا این بسیار دور از منطبق است که هنرمندانی تنها به دلیل شوخی با مقدسات عده‌های این‌گونه با خشونت و حتی مرگ مواجه شوند. در ادامه نیز به بیان این نکته که نشریه شارلی ابدو قبلاً نیز با دیگر ادیان و گروه‌های مذهبی شوخی کرده بود. ولی با برخوردی چنین شدید مواجه نشده بود، پرداخته و سعی در الغاء این مفهوم نمود که ایده اسلامی جز خشونت و بی منطقی نیست. و در این میان این آزادی بیان و این هنر است که قربانی این قبیل خشونت های متحجرانه بدور از منطبق خواهد شد.

بحث و نتیجه‌گیری

بعد از حملات یازده سپتامبر گزارش‌ها و اخبار رسانه‌های ضد مسلمانان و اعراب، چهره مسلمانان را نزد افکار عمومی به شدت مخدوش کردند. رسانه‌ها به جای توجه به واقعیات موجود در جهان اسلام، توجه خود را عمداً یا غیرعمدی بر روی فضای آلوده ضداسلام متمرکز کرده‌اند و در راستای تقویت همین فضای ضداسلامی حرکت می‌کنند و در پی تکرار گزینشی پیوند میان اسلام و خشونت هستند. در جوامع مدرن رسانه‌ها علاوه بر اینکه یکی از نهادهای مهم در اجتماعی‌شدن افراد به شمار می‌روند، یکی از منابعی هستند که توانایی اعمال قدرت، زور و فشار را بر مردم دارند. رسانه‌های همگانی از قدرتمندترین سازمان‌های عصر نوین هستند. به عنوان مثال، اکثریت مردم در کشورهای پیشرفته در هر جای جهان می‌گویند که به تلویزیون بیش از هر منبع اطلاع‌رسانی دیگری اعتماد دارند. تلویزیون به خاطر دیداری بودن، آنی بودن و راحت بودن از حیث اعتبار، گوی سبقت را از سایر وسایل ارتباطی ربوده

است (Lull, 2000: 8-87). از طرفی رسانه‌ای مثل تلویزیون به دلیل ویژگی‌های خاص خود دارای قابلیت‌هایی برای اطلاع‌رسانی سریع است و از طرف دیگر ارتباط تنگاتنگی با نظریه برجسته‌سازی دارد. چون رسانه‌ها برای انتقال پیام خود نیازمند مهم و مطلوب جلوه دادن چهره‌ها و نماها هستند که این کار تنها با برجسته کردن خبرها امکان‌پذیر است.

شبکه BBC فارسی، در نقش خبری خود، آئینه انعکاس رویدادها و واقعیت دنیای اجتماعی - سیاسی نبوده، بلکه برعکس، آفریننده واقعیت‌های اجتماعی و سیاسی است و به برداشت افراد از دنیای اطرافشان هستی می‌بخشد. دست‌اندرکاران شبکه BBC فارسی، در تهیه خبر، علاوه بر انتخاب داده‌ها، آن‌ها را بر اساس فرمول‌ها و قالب‌های جاافتاده، به هم ربط می‌دهند و معنی‌دار می‌سازند. لذا، این رویداد نیست که قالب را تعیین می‌کند، بلکه این قالب است که داده‌ها را برمی‌گزیند و روابط آن‌ها را شکل می‌بخشد. فرآیند گردآوری، گزینش و انتشار اخبار، فرآیندی عینی و بی‌طرفانه نیست، بلکه آمیخته به ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگی، سیاسی و اجتماعی است. این گزینش خبری از تکنیک‌های برجسته‌سازی بهره می‌برد و برای انتقال خبر سعی در چینش اخبار برای جذب مخاطب خود دارد. لذا در همین راستا است که شبکه BBC فارسی در آرایش خبری‌اش درباره توهین نشریه شارلی‌ابدو، ضمن قرار دادن اخبار اعتراضات روی داده در پی اقدامات این نشریه، و به سخره گرفتن احساسات مسلمانان، در صف اخبار نیمه‌سخت و سخت قرار گرفته است.

علاوه بر اینکه رویکرد این شبکه به اخبار رخداد هتک حرمت از پیامبر اسلام، رویکردی بود که سعی در عرفی کردن ارزش‌های دینی داشت، پوشش و آرایش اخبار نیز به سمت نشان دادن خشونت مسلمانان گرایش داشت و برای تأکید بر این نکته به مواردی از جمله منطقه جغرافیایی کشورهای اسلامی و یا سابقه مستعمره بودن آن‌ها اشاره می‌کرد. شبکه خبری بی‌بی‌سی با این تأکیدات سعی در مفهوم‌سازی این اتفاقات به معنای مسئله اسلامی نبودن این قیام‌ها و جهت دادن افکار عمومی به سمتی داشت که به نظر برسد این اعتراضات به نیاتی غیر از اعتراض به شارلی‌ابدو بوده است.

بی‌بی‌سی فارسی با توجه به گستره حوزه فعالیت و تولید برنامه به زبان فارسی برای بیش از ۱۲۸ میلیون فارسی زبان در سراسر جهان، تبدیل به بخشی از دستگاه دیپلماسی عمومی میان جهان اسلام و جهان غرب، به خصوص پس از حملات یازده سپتامبر گردیده است. در همین راستا انتقال خبر از این شبکه، توان تأثیرگذاری بر نگرش‌های عمومی برای شکل‌دهی و اجرای سیاست‌های خارجی رسانه‌ای مطلوب خود را دارد. سیاست‌های این رسانه شامل ابعادی از روابط بین‌المللی در مناسبات برنامه‌ای این دستگاه خبری است و فراتر از تعامل میان منافع گروه‌های خصوصی یک کشور با منافع گروه‌های خصوصی در کشورهای دیگر و در فرآیندی از ارتباطات میان‌فرهنگی عمل می‌نماید. در این گونه از دیپلماسی، دست‌اندرکاران شبکه بی‌بی‌سی فارسی به گونه‌ای فراگیر که شامل دو گونه دیپلماسی فرهنگی و ارتباطی می‌باشد، عمل نموده و با استفاده از ابزارهای بین فرهنگی و ارتباطات بین‌المللی در

سیاست خارجی سعی در پیشبرد اهداف خود داشته‌اند. این شبکه با تعریف شرایط، به یک رویداد یا شخصیت مشروعیت اعطا نموده و با انعکاس خبری موضوعات تحریف شده و در مقابل، نمایش شفاف جریان مقابل آن اقدام به مخدوش کردن رویداد خبری پرداخته و جریان مطلوب خود را با برجسته کردن خبرهای مربوط به آن، تایید نموده است. بدین ترتیب به عنوان ابزار تبلیغات سیاسی در شکل‌دهی و پیاده‌سازی سیاست خارجی حامیان خود مطرح شده و منبع ارزشمند اطلاعات برای حکومت‌های حامی خود می‌باشد.

اثر آنی و در ضمن کوتاه‌مدت تبلیغات سیاسی مستلزم استفاده بیشتر از ابزاری است که نمادهای مورد توجه مخاطبان، چهره دلخواه آنان و پیام مطلوب مردم را برای ارائه آماده سازد. ضرورت در کنار هم قرار دادن دو ویژگی قانع کردن مردم و مهم جلوه دادن پیام در مدت کوتاه تبلیغات سیاسی توجه به پیام‌های مورد نیاز جامعه را ضروری می‌سازد. به نظر می‌رسد روایت‌های تلویزیون BBC فارسی به برجسته ساختن ابعاد سیاسی امور دینی پرداخته است و اشتراکات زیادی بین پروپاگاندا و برجسته‌سازی را عیان کرده است.

تبلیغات سیاسی^۱ یا «پروپاگاندا» به‌عنوان محمل پندارها و قالب‌های فکری- سیاسی در هر نظام اجتماعی، نقش قانونی و پسندیده‌ای را بر عهده دارد که دستیابی به چنین هدفی مستلزم ایجاد سازمان‌ها در قالب سازمان تبلیغاتی با توجه به شرایط سیاسی خواهد بود (Dadgaran, 2005: 122). تبلیغات سیاسی یا پروپاگاندا می‌تواند جهت‌دهنده افکار عمومی به سویی باشد که رسانه‌ها برای رسیدن به هدفی خاص مشخص کرده‌اند. از سویی دیگر گاهی تبلیغات سیاسی در برخی جوامع جهت‌گیری مردم را به سمت و سویی مخالف سوق می‌دهد که با بسترهای اجتماعی جامعه مورد نظر ارتباط دارد. پروپاگاندا، نخستین بار برای تبلیغ و ترویج مسیحیت در بین اقشار وسیع جامعه و متقاعد کردن آن‌ها برای گرویدن به دین مسیحیت، سازماندهی شد (Asadi, 1992: 191). بنابراین برای اسطوره‌زدایی و تقدس‌زدایی از امر دینی با توجه به برجسته ساختن برخی جنبه‌های مورد نظر سیاست‌های رسانه‌ای، تبلیغات سیاسی نقش مهمی در مخابره روایت‌ها دارد. به نظر جاووت و اودانل «تبلیغات تلاشی است سنجیده و منظم برای شکل دادن به ادراک‌ها، ساختن یا دست‌کاری کردن شناخت‌ها و هدایت رفتار برای دستیابی به پاسخی که خواسته مورد نظر مبلغ را تقویت می‌کند. تبلیغ تلاشی برای برقراری ارتباط مستقیم و هدایت‌شده با هدفی از پیش تعیین‌شده است (Sabilan Ardestani, 2002: 222). بنابراین می‌توان انعکاس خبری شبکه بی‌بی‌سی را برجسته‌سازی با توسل به پروپاگاندا دانست که قصد برجسته ساختن جنبه عرفی ارزش‌های دینی و کاستن از ابعاد قدسی آن داشته است. بنابراین می‌توان چنین دریافت که روایت‌های خبری از رسانه‌ها، گرچه با برجسته‌سازی سیاست‌های رسانه‌ی مورد نظر همخوانی دارد، اما گرایش‌های سیاسی برجسته ساختن این ابعاد نقش موثری را ایفا می‌کند و به عبارت دیگر برجسته‌سازی یک روایت خاص از

1- propaganda

اسطوره‌زدایی در روایت‌های شبکه خبری بی‌بی‌سی از خبرهای مذهبی و دینی

امر اجتماعی واقع که دینی هم هست، علاوه بر اسطوره‌زدایی و تقدس‌زدایی بر اساس گرایشات سیاسی صورت می‌گیرد. بنابراین تلویزیون‌های غربی با استراتژی‌های مختلفی از جمله عرفی کردن شخصیت پیامبر اسلام و تقدس‌زدایی از اسلام، گسترش اسلام‌هراسی و پیوند زدن اسلام، مسلمانان و خشونت اقدام به گزینش و برجسته‌سازی خبرهایی می‌کند که اهداف آن شبکه خبری را تأمین کند. این استراتژی، تنها یک استراتژی فرهنگی و معطوف به رسانه‌ها نیست، بلکه قلمرو سیاست نیز در این مسیر با رسانه‌ها هم‌پیمان شده و از رسانه‌های گروهی حمایت می‌کند.



References

- Asadi, A. (1992). public opinion and communications. Tehran: Soroush Press. (Text in Persian).
- Barthes, R. (2013). Introduction to the structural analysis of the narrative. (Ragheb, Mohammad). Tehran: Rokhdad-e-no Press. (Text in Persian).
- Blaikie, Norman W. H. (2012). Designing social research: the logic of anticipation. Translated by Hasan Chavoshian. Tehran: Ney Press. (Text in Persian).
- Campbell, J. (2006). Oriental mythology. Translated by Hasan Bahrami. Tehran: Javaneh Roshd Press. (Text in Persian).
- Cazeneuve, J. (2015). La societe de l'ubiquite; communication et diffusion. Translated by KeramatoAllah Rasekh. Tehran: Ettelaat Press. (Text in Persian).
- Dadgaran, S.M. (2005). Mass Communication foundations. Tehran: Firouzeh & Morvarid Press. (Text in Persian).
- Lull, J. (2000). Media, Communications, Culture, Global Approach. Translated by Majid Nekoodast. Tehran: Iran Assosiation Press. (Text in Persian).
- Majidi, F. (2006). In search of aesthetic mentality. Hikmat and Maarefat Magazine. Vol. 1, No. 12, pp:346-7. (Text in Persian).
- Mehdizadeh, M. (2001). Foundations and Theories of Mass Communication. Tehran: Pars Sina Press. (Text in Persian).
- Razzaghi, A. (2016). Commentson social communication. Tehran: PeykanPress. (Text in Persian).
- Sabilan Ardestani, H. (2002). Advertising in the news. Communications Research Magazine. Vol. 8, No. 32, pp: 212-240. (Text in Persian).
- Saroukhni, B. (2010). Theory of Mass Communication. Tehran: Tehran University Press. (Text in Persian).

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی