

فصلنامه مطالعات سیاسی
سال نهم، شماره ۳۵، بهار ۱۳۹۶
صفحات: ۱۹۰-۱۷۱
تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۸/۴؛ تاریخ پذیرش نهایی: ۱۳۹۵/۱۱/۱۱

رسانه‌های عربی و تفرقه آفرینی مذهبی در خاورمیانه؛ مطالعه موردی عملکرد شبکه العربیه

دکتر سمیه تاجیک اسماعیلی* / شادی مکی**

چکیده

در دنیای امروز نقش رسانه‌ها در جهت دادن به نگاه‌ها، اندیشه‌ها و افکار عمومی بر کسی پوشیده نیست. تقریباً تمام شناخت هریک از شهروندان خاورمیانه‌ای نسبت به اتفاقات جهان وامدار رسانه یا رسانه‌هایی است که دنبال می‌کنند و بر اساس همین آگاهی‌ها به تحلیل، تفسیر و عکس‌العمل به حوادث مختلف می‌پردازند. با توجه به حوادث تفرقه‌انگیز اخیر در کشورهای اسلامی خصوصاً عراق، مصر و سوریه و رشد و گسترش جریان‌های افراطی و بهره‌برداری این جریان‌های افراطی از فضای سایر تمرکز این تحقیق بر مطالعه عملکرد شبکه العربیه وابسته به جریان افراطی وهابیت و دولت آل سعود می‌باشد. در تحقیق توصیفی - تحلیلی حاضر و در پاسخ به این سوال که شبکه العربیه چگونه زمینه ساز تفرقه مذهبی در خاورمیانه شده است فرضیه ارائه شده بر این مهم تاکید دارد که این شبکه تلویزیونی عربستانی با تاکید بر مولفه‌ها و مقوله‌های چون شیعه‌هراسی، ایران‌هراسی بواسطه فعالیت هسته‌ای به رغم توافقنامه برجام و نیز معرفی جریان‌های تکفیری به عنوان نیروهای مبارز و اسلامی واقعی زمینه ساز تفرقه مذهبی در منطقه شده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد اقدامات تفرقه‌انگیز این شبکه متعلق به جریان افراطی وهابیت و دولت سعودی منجر به تضعیف وحدت اسلامی و تخریب چهره رحمانی اسلام خواهد شد.

کلید واژه‌ها

شبکه العربیه، جریان افراطی وهابی، اسلام‌هراسی، ایران‌هراسی، شیعه‌هراسی.

s.t.esmaeili@gmail.com
shadi.maki@yahoo.com

*استادیار گروه علوم ارتباطات، واحد تهران شرق، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
**دانشجوی دکتری علوم ارتباطات، واحد تهران شرق، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

مقدمه

مقوله رسانه و جنگ رسانه‌ای از جمله مقولاتی است که هر روز بر اهمیت آن افزوده می‌شود، به ویژه آنکه رسانه‌ها با ابزار و اختیاراتی که در دست دارند و با تحریف حقایق و اشاعه اکاذیب، می‌توانند روند رخ دادها و امور جاری به خصوص در عرصه نظامی و میدانی را در بحران‌های منطقه ای تغییر دهند. در این بین رسانه‌های عربی وابسته به شیوخ نفتی حوزه خلیج فارس سابقه‌ای طولانی در این امر دارند. در حال حاضر رسانه‌های جهان عرب در دو دسته قابل تقسیم بندی هستند. یک بخش رسانه‌های مربوط به کشورهای معتدل عربی (مثل الجزایر، موریتانی، مغرب و سودان و...) هستند. این کشورها ابعاد رسانه ای محدود و بیشتر سیاست‌های بی طرفانه دارند. اما سه کشور عمده در جهت دهی رسانه‌ها، شکل دهی و مهندسی افکار عمومی جهان عرب نقش دارند و آن قطر، عربستان سعودی و مصر است. قطر دارای رسانه قدرتمند مثل الجزیره است که در حال حاضر هشت شبکه زیر مجموعه الجزیره قرار دارد. عربستان سعودی با داشتن یکصد رسانه ماهواره ای و گردش مالی سالانه ۱۰ میلیارد دلار در حوزه رسانه و مصر به علت داشتن نیروهای با تجربه رسانه ای در حقیقت افکار عمومی جهان عرب را مهندسی می‌کنند. به همین دلیل به نظر می‌آید که این سه کشور یعنی عربستان، مصر و قطر بیشترین نقش را در سازماندهی رسانه‌ها و افکار عمومی اعراب دارند. عربستان سعودی بیشترین جهت دهی را به لحاظ سیاسی و عقیدتی و قطر هم به لحاظ حمایت از جریان‌های تکفیری سلفی نقش مؤثری دارد.

نوشتار حاضر که با بهره گیری از روش توصیفی تحلیلی و با هدف شناخت عملکرد شبکه العربیه در تفرقه آفرینی مذهبی در منطقه به رشته تحریر در آمده است تلاش دارد به این سوال پاسخ دهد که این شبکه تلویزیونی عربستانی با تاکید بر چه مولفه‌ها یا مقوله‌های زمینه ساز تفرقه مذهبی در منطقه شده است. در پاسخ به این سوال فرضیه تحقیق بر این مهم تاکید دارد که شبکه العربیه به واسطه تمرکز بر مسایلی چون شیعه هراسی، ایران هراسی بواسطه فعالیت هسته ای به رغم توافقنامه برجام و نیز معرفی جریان‌های تکفیری به عنوان نیروهای مبارز و اسلامی واقعی زمینه ساز تفرقه مذهبی در منطقه شده است.

۱. ادبیات نظری تحقیق

۱-۱. نظریه های موجود در باب رسانه

امروزه رسانه یکی از منابع مهم قدرت نرم به شمار می آید و صاحبان قدرت در تلاش اند که بهره گیری خود را از رسانه ها افزایش دهند. در بحث اسلام هراسی در رسانه ها، یکی از مسائل مطرح، تسلط گروه ها و جریان هایی خاص بر رسانه های غربی است که این جریان ها می کوشند پیام های مورد نظر خود را (در جهت افزایش قدرت و اعمال نفوذ بیشتر) به مخاطبان انتقال دهند و از همه توان خود در جهت شکل دهی به افکار عمومی استفاده کنند. به نظر نمی رسد که این ادعاها بر اساس نظریه توهیم توطئه بنا شده باشد؛ زیرا هم اکنون سیطره برخی جریان های سیاسی و اقتصادی در قالب شرکت های فیلم سازی و یا خبری و... به طور صریح آشکار گشته و از سوی دیگر، برخی نظریه های غربی هم، بر این مساله اذعان دارند که رسانه ها از استقلال کامل برخوردار نیستند و اغلب ابزار دست صاحبان قدرت هستند. برای آگاهی از برخی نظریه های موجود در باب رسانه ها در این بخش سه نظریه مارکسیستی، کارکردگرایی و انتقادی به اجمال بررسی می شود.

۱-۱-۱. **نظریه مارکسیستی:** در نظریه مارکسیستی، از تسلط طبقه حاکم بر رسانه ها و محصولات رسانه ای بحث می شود. به عبارت دیگر، بر اساس این نظریه، طبقه حاکم با تسلط سیاسی و اقتصادی بر رسانه ها، محتویات و پیام های آن ها را کنترل می کند و به وسیله قدرت ایدئولوژیک و قدرت شکل دهی افکار، توانایی نفوذ و هدایت افکار عمومی را به دست می آورد. این قدرت در اختیار کسانی است که رسانه ها را در اختیار و توانایی مالی اداره و کنترل آن ها را دارند (Fourie, 2001: 122). بر این اساس، به نظر می رسد گروه کوچکی از نخبگان اقتصادی، توانایی تسلط بر رسانه ها را دارند و بدین وسیله، افکار و اخبار مورد نظر خود را انتشار می دهند. تامپسون چهار نوع قدرت را از هم تفکیک می کند: اقتصادی، سیاسی، فیزیکی (نظامی - قهری) و نمادین؛ که قدرت نمادین به معنای قدرت بالقوه و بالفعلی است که در بخش های فرهنگی جامعه، مانند کلیساها، مؤسسات آموزشی و رسانه ها متمرکز است. رسانه ها این توانایی را دارند که رفتار و عقاید مردم را شکل دهند. آن ها اشکال و اصطلاحاتی را خلق می کنند تا مردم وادار شوند در مسیرهایی که رسانه ها برای آن ها در نظر گرفته اند، تفکر کنند (Fourie, 2001: 123). جامعه سرمایه داری نوعی سلطه طبقاتی است و رسانه ها هم (هرچند تحت سلطه طبقه خاصی هستند) بخشی از عرصه ایدئولوژیک هستند که در آن دیدگاه های طبقاتی مختلف به

مبارزه خود ادامه می‌دهند. از نظر مارکسیسم کلاسیک، رسانه‌های جمعی، بخشی از ابزار تولید هستند که در جوامع سرمایه‌داری ضمن تعلق به طبقه سلطه، صرفاً عقاید و دیدگاه‌های جهانی این طبقه را منتشر می‌سازند و با عقاید دیگر مخالفت می‌کنند یا آن‌ها را رد می‌کنند. البته این مساله به دیدگاهی افراطی منجر می‌شود که تولید رسانه‌ای را بیانگر منسجمی از ارزش‌های طبقه حاکم می‌داند و هرگونه تنوع ارزش‌ها در طبقه مسلط و درون رسانه‌ها و نیز امکان برداشت‌های مخالف توسط مخاطبان رسانه‌ای را نادیده می‌گیرد.

۱-۲. **نظریه کارکردگرایی:** بر اساس این نظریه، جامعه یک کل هماهنگ دیده می‌شود که در آن وظیفه همه اجزا برقراری تعادل و نظم اجتماعی است (گیدنز، ۱۳۸۷: ۸۰۰). علاوه بر این، جامعه به عنوان یک دستگاه مشاهده و تحلیل می‌شود که دارای اجزای مختلفی است که هر کدام کارکرد مجزا ولی هدف واحدی را دنبال می‌کنند. اگر یکی از اجزا دچار مشکل گردد، تأثیر آن بر کل دستگاه خواهد بود. رسانه‌ها به عنوان ابزاری که باید در جهت یکپارچه‌سازی و اتحاد بخشی جامعه فعالیت داشته باشند، دیده می‌شوند که به مثابه یک ابزار اجتماعی قدرتمند در شکل‌دهی به افکار عمومی از طریق آموزش، ارائه اطلاعات و یا سرگرمی نقش اساسی دارند. این نظریه، کنترل دولت و جریان حاکم را بر رسانه نادیده نمی‌انگارد و بر این مطلب اذعان دارد که رسانه می‌تواند دیدگاه دولت را نشان دهد و در طرف مقابل، مردم حق دارند نظر خود را در مورد مسائل جاری بیان کنند و لزومی به پذیرش دیدگاه دولت ندارند؛ هرچند که در عالم واقعیت، تحقق این بخش از نظریه، امری مشکل و بعید می‌نماید (ریتزر، ۱۳۸۲: ۱۳۱).

۱-۳. **نظریه انتقادی:** نظریه انتقادی در زمره نظریه‌هایی است که نگاه منفی و بدبینانه به رسانه و تأثیرهای آن دارد. شاید این نظریه را بتوان یکی از جامع‌ترین نظریه‌ها نسبت به تأثیرهای فرهنگی رسانه دانست. در گفتمان نظریه انتقادی رسانه‌ها به مثابه فراگیرترین کارگزار ایدئولوژیک در اواخر سده ۲۰ و اوایل سده ۲۱ محسوب می‌شوند (Fourie, 2001: 241). متفکران انتقادی بر نقش خرفت‌کنندگی رسانه‌ها و صنعت فرهنگ تأکید دارند و معتقدند که صاحبان رسانه‌ها به وسیله تولیدات رسانه‌ای و نفوذ بر این تولیدات بر همه اقشار جامعه اثرگذار هستند. تلاش این نظریه، در جهت آگاهی بخشی به مخاطبان، نسبت به تأثیرات مخرب رسانه است و می‌کوشد تا به رسالت خود یعنی رهایی بخشی از اجبار و اضطراب خودخواست و نیز تحمیلی دست پیدا کند (نوذری، ۱۳۸۳: ۱۳۰). در این نظریه هم شاهد

هستیم که تأکید بر این است که رسانه به مثابه ابزار دست طبقه حاکم، باعث از خودبیگانگی انسان‌ها می‌شود.

همان‌طور که گفته شد، با بررسی کلی و اجمالی این نظریه‌ها و دیدگاه‌های بیان شده در باب رسانه‌ها، نقاط مشترکی قابل مشاهده است: اول، نظریه‌ها به نقش محوری رسانه‌ها در جهان معاصر اذعان دارند و مطلب دوم اینکه در هر سه نظریه کنترل رسانه‌ها توسط جریان‌های خاص قدرت و نیز عدم استقلال کامل و بی‌طرفی رسانه‌ها پذیرفته شده است.

۱-۲. نقش رسانه‌ها در فرایند عملیات روانی

با گسترش و پیچیده شدن مناسبات اجتماعی و سیاسی در جهان معاصر و شکل‌گیری گونه‌های مختلف اعمال قدرت، ابزارهای آن نیز متنوع و پیچیده شده است. بر همین اساس، امروزه رسانه یکی از ابزارهای بسیار مؤثر به شمار می‌آید که به شکل آشکاری توانسته رفتار انسان و گروه‌های انسانی را کنترل و جهت‌دهی کند و از این طریق، سیاست‌مداران توانسته‌اند به نحو مؤثرتری اراده خود را بر رفتار دیگران تحمیل کنند. بهره‌گیری از رسانه برای اعمال قدرت و کنترل رفتارها و مناسبات اجتماعی امروزه به حدی گسترش یافته است که باید رسانه را مؤلفه‌ای از قدرت سیاسی جوامع مدرن تلقی کرد. مؤلفه‌ای که می‌تواند با تصویرسازی‌های متنوع خود، جریان قدرت را در جوامع تغییر دهد (جنیدی، ۱۳۸۸: ۸۰-۷۹).

آلوین تافلر، نظریه‌پرداز سرشناس آمریکایی، درباره نقش رسانه‌ها در فرایند عملیات روانی در آینده معتقد است که وسایل ارتباطی عرصه نبرد آینده را می‌سازند که از گلوله‌های سلاح‌های جنگی بسیار مرگبارترند (شکرخواه، ۱۳۸۲: ۸۵). رسانه‌ها نه تنها در گسترش و انتقال اخبار و اطلاعات در جامعه نقش دارند، بلکه در شکل‌دهی و اثرگذاری بر افکار عمومی و ارائه واقعیت‌ها به اشکال خاص، نقش بسزایی ایفا می‌کنند (Gurevitch et al., 1995: 78).

با وجود تفاوت میان رسانه‌های مختلف (رسانه‌های سنتی و نوین) همگی در یک مطلب مشترک هستند و آن هم اثرگذاری روی افکار عمومی است و این اثرگذاری به حدی است که عموماً رسانه‌ها به عنوان یکی از منابع موثق برای کسب اطلاعات به شمار می‌آیند. در این میان رسانه‌ها به سبب جایگاه محوری خود در نزد افکار عمومی، این توانایی را دارند که مباحث مورد نظر خود را طرح و تعریف کنند.

از جمله مسائلی که در چند دهه اخیر و به ویژه پس از پیروزی انقلاب اسلامی ایران مورد توجه رسانه‌های جهانی و به صورت خاص، رسانه‌های عربی و از جمله شبکه العربیه قرار گرفته بحث شیعه‌هراسی، ایران‌هراسی بواسطه فعالیت هسته‌ای به رغم توافقنامه برجام و نیز معرفی جریان‌های تکفیری به عنوان نیروهای مبارز و اسلامی است. موضوعی که پس از نضج و گسترش بیداری اسلامی به یک گفتمان غالب رسانه‌ای تبدیل شده است.

۳-۱. کارکردهای جنگ رسانه‌ای

این جنگ برخلاف جنگ‌های نظامی که بین دو کشور یا چند ائتلاف و اتحاد با یک کشور صورت می‌گیرد، ممکن است بین یک گروه از کشورها صورت پذیرد، همچون جنگ رسانه‌ای غرب با جهان اسلام یا نظام سلطه علیه انقلاب اسلامی. در عصر کنونی به دلیل پیچیدگی اجتماعی و اهمیت یافتن نقش رسانه‌های جمعی در ایجاد روابط افقی و عمودی در جوامع، کاربرد این وسایل در زمینه‌های فرهنگی، اقتصادی، سیاسی و نظامی بیش از پیش مشهود است. کارکرد رسانه‌ها در تصمیم‌گیری‌های روزمره زندگی برای مردم هم سودمند و هم زیان‌آور است زیرا «رسانه‌های گروهی همچون تیغ دو دم هستند که می‌توانند پیوستگی و همگنی پدید آورند، قادر به وسعت بخشیدن و ژرف‌تر ساختن شکاف‌های اجتماعی هستند و هم می‌توانند بشارت‌دهنده توسعه باشند و هم بذر ایدئولوژی ضدتوسعه را در فضای جامعه بپراکنند. آن‌ها حس امنیت کاذبی را القاء می‌نمایند، ذهن‌ها را از مسائل عینی دور می‌سازد ضمن اینکه می‌توانند به ایجاد شور و شوق، حیات و بالندگی در یکایک اعضای جامعه که یکی از کارکردهای مثبت رسانه‌های جمعی است با انتقال و بیان واقعیت‌های جامعه و روشنگری در عرصه تهدیدات منافع ملی و نه گروهی و شخصی تحقق بخشند» (بی‌نام، ۱۳۸۱: ۱۸).

حجم وسیع کارکرد رسانه‌ها در جنگ رسانه‌ای در نبردهای نظامی و بحران‌ها متمرکز است به گونه‌ای که بیشتر در موقعیت‌های جنگی مورد بهره‌برداری قرار می‌گیرد. رسانه‌ها در تمامی جنگ‌های قرن بیستم به مثابه ابزاری برای جنگ روانی و تبلیغات جنگی از سوی بسیاری از کشورها مورد استفاده قرار گرفتند در جنگ جهانی دوم در حالی که نیروهای آلمان نازی در فوریه ۱۹۴۳ شکست سختی خورده بودند، رادیو آلمان به دروغ پرداز می‌بندی بر مقاومت سربازان آلمانی در برابر سربازان روس مشغول بود. اما واقعیت این بود که نیروهای آلمانی در برابر رزم نیروهای روسی تسلیم شده بودند.

آمریکا در جنگ ویتنام از رسانه‌ها و ابزارهای تبلیغی و رسانه‌ای و بهره‌برداری کرد، اما رسانه‌های آزاد از جنایات آمریکا در ویتنام افکار عمومی را به شدت تحت تاثیر قرار داد. سرانجام تصاویر تکان دهنده در سال ۱۹۷۲ منجر به عقب نشینی نیروهای آمریکایی در سال بعد شد.

در سال ۱۹۸۳، آمریکا در اشغال گرانادا با درسی که از جنگ ویتنام و عملکرد رسانه‌ها گرفته بود سیاست‌های رسانه‌ای خود را بازبینی و هدایت کرد و از ورود خبرنگاران به مناطق جنگی جلوگیری نمود. در سال ۱۹۹۱، در جنگ اول خلیج فارس نیز رسانه‌های غربی اجازه ورود به خطوط جنگی را پیدا نکردند. در جنگ کوزوو، ناتو هر روزه کنفرانس مطبوعاتی برگزار می‌کرد و در آن تصاویر از قبل تهیه شده را با چارچوب مشخص و معین در اختیار رسانه‌ها قرار می‌داد. در جنگ افغانستان نیروهای شرکت کننده در جنگ در قبال افکار عمومی دنیا شیوه سکوت و ضد اطلاعات را در پیش گرفتند.

در سال ۲۰۰۳، در جنگ دوم خلیج فارس رسانه‌های تصویری از انحصار بی.بی.سی و سی.ان.ان بیرون آمدند و شبکه‌های نوظهور در صحنه‌های جنگ حضور یافتند. در این جنگ، به حوزه اینترنت به عنوان رقیب رسانه‌های مکتوب و الکترونیک توجه ویژه‌ای شد، به گونه‌ای که در آمریکا و اروپا میزان استفاده کاربران از اینترنت به بالای ۷۰ درصد پس از آغاز جنگ رسید. از جمله دلایل رویکرد افکار عمومی به اینترنت افزون بر تردید در یک سویه بودن اخبار شبکه‌های غربی، پدیده وبلاگ نویسی جنگی توسط سربازانی بود که از خط مقدم و مناطق درگیر به انتشار اخبار، دیدگاه‌ها و خاطرات خود می‌پرداختند. این مساله در فضای تبلیغاتی و روزنامه‌ای به آلترناتیو مدیا معروف شد. نکته جالب توجه در این جنگ، بهره‌گیری چشمگیر از رسانه اینترنتی و استفاده از پست الکترونیکی (ایمیل) بود. در نخستین ساعت شروع جنگ بیش از ۱۱۶ میلیون ایمیل توسط شرکت امریکن آنلایین ارسال و دریافت شد (www.geocities.com/shmtsب)

در جنگ ۲۰۰۳ آمریکا و انگلیس در اشغال عراق، این رسانه‌ها بودند که ابزار جایگزین نیروها و سلاح‌های جنگی در اختیار عملیات روانی نظام سلطه قرار گرفتند و بدین سبب معروف شد که در جنگ ۲۰۰۳ نبرد نظامی پیوسته جنگ روانی بود. از دیگر کارکردهای رسانه‌ها و سربازان آن در جنگ رسانه‌ای ظهور نوع جدیدی از خبرنگاران بود که از ماه‌ها قبل توسط پنتاگون آموزش دیده بودند و با اعزام به منطقه خلیج فارس و عراق همراه واحدهای

نظامی در صحنه‌های نبرد حضور یافته و برابر دستورالعمل پنتاگون (دستورالعمل ۱۲ صفحه‌ای پنتاگون برای خبرنگاران (اتوسن، ۱۳۸۳: ۱۲) از صحنه‌های جنگ خبر و تصویر تهیه و افکار عمومی را مستقیماً در جریان جنگ (جنگ رسانه‌ای) خود قرار دادند. این گروه از خبرنگاران که تعدادشان بیش از پانصد تن بودند به خبرنگاران همراه معروف شدند (اتوسن، ۱۳۸۳: ۲۲۶). بیشترین خبرنگاران همراه متعلق به شبکه‌های بی.بی.سی، سی.سی.ان.ان، و فاکس نیوز و... بودند البته علاوه بر آن‌ها پانصد نفر، هزار خبرنگار نیز در عربستان، کویت و عراق مستقر شدند. با در نظر گرفتن خبرنگاران فعال در شمال عراق و مرز ایران و عراق این رقم به دو هزار خبرنگار در منطقه رسید.

با توجه به کارکرد دو سویه رسانه‌ها و توان بهره‌برداری طرف‌های دیگر، مخالفان جنگ نیز از طریق تهیه و تولید پیام‌های اینترنتی، پایگاه‌های اینترنتی و انتقال پیام‌های الکترونیکی، به سازماندهی و اجرای تظاهرات ضدجنگ در اقصی نقاط جهان اقدام نمودند به گونه‌ای که در یک روز بیش از ششصد شهر جهان شاهد برپایی تظاهرات همزمان ضد جنگ بودند.

فعالیت‌های ویژه رسانه‌ای، مخالفان جنگ، نفوذ در سایت‌های کشورهای حامی جنگ، سایت‌های نظامی و خبری، قرار دادن پیام‌های ضدجنگ و حتی حمایت از جنگ، بمباران الکترونیک صندوق‌های پستی اینترنتی ایجاد پارازیت و اختلال و... بود.

تلاش خبرنگاران همراه جهت دهی افکار عمومی که با ارسال گزارش‌ها و تصاویر مستقیم از صحنه‌های جنگ انجام می‌شد پس از مدتی مورد بی‌مهری مخاطبان قرار گرفت زیرا اخبار آنان یا نیمه‌کاره بود و یا کاملاً غلط بود. این امر، که بی‌طرفی آنان را مورد سؤال و تردید قرار داد و اخبارشان را بی‌تاثیر کرد. بهره‌گیری از مدرن‌ترین تجهیزات پوشش رسانه‌ای به منظور پخش زنده جنگ و حتی نمایش صحنه‌های حملات شبانه برای بینندگان از کارکردهای جدید رسانه‌ها در آغاز قرن بیست و یک بود.

استفاده تروریست‌ها از رسانه‌ها در جهت اجرای مقاصد خود با تهیه و پخش فیلم، تصویر و صدای گروگان‌ها و لحظات گروگان‌گیری، انفجارها و پخش پیام‌ها؛ هدف تاثیرگذاری بر افکار عمومی و تصمیم‌سازی، جزء اقدامات رسانه‌ها در آغاز این قرن به شمار می‌رود (شیرازی، ۱۳۷۶: ۱۵-۱۴).

۱-۳-۱. **فرماندهان و سربازان جنگ رسانه‌ای:** فرماندهان جنگ رسانه ای، استراتژیست‌های عملیات روانی و متخصصان تبلیغاتی و کارگزاران رسانه ای بین المللی می باشند. اما سربازان این جنگ در ظاهر، نویسندگان، خبرنگاران، مفسران، تصویربرداران، تولیدکنندگان خبری و مطبوعاتی، کارگردانان، تهیه کنندگان و عکاسان رسانه‌ها هستند. سلاح و تجهیزات این سربازان نیز رادیو، تلویزیون، اینترنت، ماهواره، خبرگزاری‌ها، دوربین‌ها، کاغذ و قلم و دستگاه‌های چاپ و نشر و... می باشد. لیکن واقعیت آنست که در پشت صحنه عملیات رسانه ای، سیاست رسانه ای قدرت‌ها و نظام سلطه به مثابه راهبرد این حرکت قرار گرفته است که به صورت رسمی و سازمان یافته اما پنهان با اختصاص بودجه ای سری توسط سازمان‌های اطلاعاتی و امنیتی و سرویس‌های جاسوسی و تشکیلات ویژه نظامی هدایت می‌شود (شاه‌محمدی، ۱۳۸۲: ۴۵-۴۴).
بخش دیگری از متولیان و رهبران رسانه‌ها صاحبان پول و سرمایه‌ها هستند، آنان به منظور افزایش سرمایه‌های بی حد و حصر خود جنگ رسانه ای به راه می‌اندازند و ملت‌ها را برای مصرف کالای خود و یا گرایش به سوی خود راهبری می‌نمایند.

۱-۳-۲. **ویژگی‌ها و فنون جنگ رسانه‌ای:** جنگ رسانه ای ویژگی‌ها و نکات بسیار مهم و پیچیده ای دارد. کارگزاران، برای مؤثر واقع شدن جنگ رسانه ای بر مخاطبین به اجرای فنون و بهره گیری از ویژگی‌های آن نیاز دارند. پرواضح است که رسانه‌ها هم می‌توانند تاثیر منفی بگذارند و هم می‌توانند تاثیرات مثبت داشته باشند. در دنیای کنونی تمام فنون، ابزار و همه سربازان جنگ رسانه ای در اختیار کسانی است که هدفشان تحت سلطه در آوردن ملت‌ها و دولت‌هاست. در این بخش به برخی دیدگاه‌ها و نظرات کارشناسان و طرح‌های ارائه شده اشاره می‌شود (اتوسن، ۱۳۸۳: ۱۸).

۱-۲-۳-۱. **مراحل تدارک و اجرای جنگ رسانه‌های به‌منظور تعدیل افکار عمومی:**

- مرحله مقدماتی؛ شامل ارائه دلیل و توجیه مردم به منظور افزایش فقر، استبداد، هرج و مرج به دنبال بروز جنگ؛
- مرحله توجیه؛ با انعکاس اخبار مهم و تجزیه و تحلیل مقدمات مداخله نظامی فراهم می‌شود؛
- مرحله اجرا؛ بسیج منابع و سانسور به منظور ایجاد زمینه مهار پوشش خبری؛
- مرحله پس از جنگ؛ عادی سازی وضعیت و کاهش ضایعات خبری.

۱-۳-۲-۲. روش دیگر آماده سازی: شیوه دیگری نیز برای آماده سازی ملت‌ها برای جنگ توسط فلیپ ناتیلی روزنامه نگار محقق روزنامه انگلیسی گاردین ارایه گردیده است (اتوسن، ۱۳۸۳: ۱۸).

- بحران، بحران سازی از طریق گزارش‌های رسانه ای به گونه ای که م‌هار بحران عملی نیست.
- پلیدنمایی رهبر دشمن و مقایسه آن با افرادی چون هیتلر با توجه به ذهنیت منفی مردم نسبت به اینگونه افراد.

- شیطان جلوه دادن افراد دشمن به عنوان انسان‌های ضداخلاقی و ناسالم.
- تحریک افکار عمومی در قالب وحشی سازی و وحشی نمایی دشمن برای تحریک احساسات و افکار مخاطب.

۱-۳-۲-۳. انحصاری کردن رسانه‌ها توسط نظام سلطه: مایکل پارنتی نویسنده و دانشمند علوم سیاسی درخصوص انحصار رسانه ای روشی را به شرح زیر ارائه نموده و عنوان می‌کند به رغم اینکه رسانه‌های عمده آمریکا ادعا می‌کنند آزاد، همگانی و واقع گرا هستند، اما تکنیک‌هایی به کار می‌بندند که نتیجه آگاهانه و ناآگاهانه آن این است که با ادعاهای آن‌ها تعارض‌های بنیادینی دارد. این روش‌ها عبارتند از:

۱. پنهان کاری از طریق حذف: اجتناب از موضوعات احساس برانگیز که بدتر از هوچی گری و دروغ پردازی است.

۲. حمله و انهدام هدف: با اطلاع دستگاه سانسور از عدم کارایی حذف و اطلاع یافتن مردم از موضوع؛ رسانه‌ها به روش تهاجم زود هنگام روی آورده و موضوع را بی اعتبار می‌کنند و در مواردی نیز با بی اعتبار کردن روزنامه نگار وی را خاموش و افکار عمومی را از موضوع موردنظر منحرف می‌سازند.

۳. انگ زدن (برچسب زدن) رسانه‌ها با استفاده از برچسب‌های مثبت یا منفی تلاش می‌کنند تا دیدگاه‌ها و نظرات را درباره موضوعی معین از پیش تعیین کنند. برچسب، موضوع را تعریف و تشریح می‌کند بی آنکه ناگزیر باشد ویژگی‌های واقعی را که ممکن است به نتایج دیگری منجر شود، بیان نماید.

۴. فرض و تصور پیش گیرانه: رسانه‌ها اغلب سیاست‌هایی را که نیاز است مورد بررسی و مطالعه قرار گیرند، می‌پذیرند. این مساله به دلیل گستره محدود و کلاسیک گفتمان یا محدودیت معیارهای بحث است. به عبارت دیگر، فرض‌ها بیان نشده چارچوب بحث را شکل می‌دهد.

۵. پخش برنامه‌هایی با ارزش اسمی: (به صورت ظاهری) در این روش آنچه مسؤولان می‌گویند، بدون هرگونه نقد و تجزیه و تحلیل پذیرفته می‌شود. پخش برنامه‌هایی با ارزش اسمی، عملکرد رسانه‌ها را تقریباً در هر زمینه‌ای از سیاست خارجی و داخلی تشکیل می‌دهد.
۶. کوچک شمردن محتوا: در این روش به فقدان محتوا و جزئیات موضوعات می‌پردازند به طوری که فهم پیامدها و علل و عواقب آن برای مخاطبان دشوار شود. همچنین رسانه‌ها به پوشش خبری، تهیه و پردازش بیشتر اهمیت داده اما به مسائل اساسی اهمیت کمتری می‌دهند.
۷. توازن نادرست: این موضوع روشی است که در آن تصور ذهنی واقع‌نگری آزمایش می‌شود. از یک سو فقط دوجنبه ماجرا نشان داده می‌شود و از سوی دیگر تعریف توازن دشوار است، زیرا به خودی خود به معنای برابر نیست مانند جنگ‌های گواتمالا و السالوادور در دهه هشتاد که با نوع غلطی از توازن مورد بحث و بررسی قرار می‌گرفت.
۸. خودداری از پیگیری: در این شیوه مجریان رسانه‌ها و متولیان جنگ رسانه‌ای با روبه‌رو شدن با یک پاسخ مخالف که انتظار آن را نداشته‌اند فوراً موضوع بحث را تغییر می‌دهند و یا برنامه را به بهانه‌ای قطع می‌کنند یا به موضوع دیگری می‌پردازند (اتوسن، ۱۳۸۳: ۲۷-۲۳).

۲. شناخت شناسی شبکه العربیه

العربیه نام یک شبکه ی خبری عرب‌زبان است که در تاریخ ۳ مارس ۲۰۰۳ میلادی (سال حمله ائتلاف آمریکایی به عراق) فعالیت خود را آغاز کرد. این شبکه در دبئی، امارات و جده عربستان کنترل می‌شود. سرمایه‌گذاران اصلی العربیه مرکز پخش خاورمیانه، گروه حریری لبنان، عربستان سعودی، کویت و دیگر کشورهای اطراف خلیج فارس هستند که جهت پایگذاری العربیه ۳۰۰ میلیون دلار هزینه کردند. شبکه العربیه در واقع جزئی از گروه «ام. بی. سی»^۱ در بخش خاورمیانه است. مؤسس گروه «ام. بی. سی» ولید بن ابراهیم برادر زن (سوم) ملک فهد است. از زمانی که اولین شبکه گروه «ام. بی. سی» در سال ۱۹۹۱ میلادی در لندن تأسیس شد، تاکنون رویکرد این گروه نسبت به خاندان آل سعود کاملاً حمایتی بوده است و

1. MBC Group

گروهی که به ام‌بی‌سی پیوستند نیز کسانی بودند که معمولاً با سیاست‌های عربستان سعودی همراه و سازگار بوده‌اند. عربستان سعودی به طور کلی تلاش کرده تا هویت «ام. بی. سی» به‌طور عام و العربیه به‌طور خاص پنهان بماند. بر این اساس؛ ضمن به‌کارگیری گویندگان و مجریان غیرسعودی، هر گونه ارتباط آن با دستگاه حاکم سعودی را نفی کرده و ادعا می‌کند که العربیه رسانه‌ای مستقل و به‌صورت حرفه‌ای و به‌عنوان شبکه‌ی عرب‌های منطقه‌ی خلیج فارس پا به‌صحنه‌ی رقابت رسانه‌ای گذاشته است. به همین منظور؛ علاوه بر دفتر مرکزی این رسانه که در جدّه است، دفتری در مدیا سیتی دبی ایجاد کرده تا وجهه‌ی غیردولتی به آن بدهد.

در حال حاضر «سلمان الدوسری» مدیریت این شبکه را بر عهده دارد. پیش از او ترکی الدخیل بر سمت مدیریت شبکه العربیه، به‌عنوان تریبون تبلیغ سیاست‌های خاندان حاکم بر عربستان، تکیه زده بود که «جاشوا تیتلبوم» نویسنده صهیونیست او را «مردی شجاع» خوانده بود. او مترجم کتاب «عربستان و شواهدی از راهبرد نوین» است که نویسنده آن جاشوا تیتلبوم است. الدخیل به نوشتن آثار توخالی معروف است، مقالات او بیشتر مقالاتی در مدح گذشته و حال عربستان است و به نظر می‌رسد دستیابی به این سمت هم پاداشی برای همین مقالات باشد. یکی از مقالات جدید او مقاله «بیعت نه برای عربستانی‌ها، بلکه برای جهان» است که در آن مدعی شد بیعت با پادشاه جدید عربستان در چارچوب ثبات امنیت در منطقه و جهان است. این روزنامه‌نگار عربستانی که مدت زمانی مدیریت مرکز مطالعات و پژوهش‌های دبی را در اختیار داشت از کسانی است که روزگاری آرزو می‌کرد در کنار جهادگران (تندروها) در افغانستان بجنگد. این نکته ای است که در سال ۲۰۰۴ و در یکی از مصاحبه‌های مطبوعاتی خود به‌صراحت به آن اشاره کرده بود. او در ابتدا خود را لیبرالی با اندیشه‌های اسلامی معرفی کرد و با این وجهه توانست در سال ۲۰۰۲ اجرای برنامه‌ی اضاءات را در شبکه العربیه به دست بگیرد. برنامه‌ی ای که یکی از ماموریت‌های اساسی آن تاختن به بیداری اسلامی در عربستان بود. او فردی است که با آغاز بهار عربی در تونس، از این حرکت حمایت کرد و درباره بوعزیزی تونس، نوشت: او آتش به جسم خود نیفکنده است بلکه آتش به رنآکتور هسته‌ی ایی انداخت که بهار عربی خوانده می‌شود، اما همین فرد سال‌ها و ماه‌های اخیر جنبش‌های آزادی خواهانه را جنبش‌های جنجالی نامید. آنان که تغییرات را در عربستان پیگیری می‌کنند به خوبی می‌دانند دخیل در سابق خطیب مسجدی در ریاض بود. او به پیگیری اتفاقات در دربار سلطنتی عربستان شهره بود و به نظر می‌رسد از این نظر برای مدیریت شبکه العربیه مناسب باشد زیرا

در ماموریتش برای بهبود وجهه نظام جدید عربستان موفق عمل کرد و این موفقیت نیز بیش از هر چیزی مرهون نزدیکی خویشاوندی او با خاندان حاکم بر عربستان است. اگر پادشاه سابق عربستان در گسیل داشتن افراد مسلح به سوریه نقش ایفا می کرد ملک سلمان بر اساس تعریفی که ترکی الدخیل در آخرین مقاله خود از وی ارائه کرد چهره ای است که بیشترین تمرکز خود را بر داخل عربستان معطوف خواهد کرد. ترکی الدخیل پس از حادثه شارلی ابدو در پاریس در مقاله ای شعار نظام پلیسی را مطرح کرد و نوشت: «امنیت بهتر از آزادی است» (واحد مرکزی خبر، ۱۳۹۳).

برخی از پژوهشگران امور رسانه بر این باورند که شبکه العربیه و روزنامه الشرق الاوسط بخشی از امپراطوری رسانه‌ای عربستان به حساب می‌آیند که با پشتوانه نویسندگان و خبرنگاران «لیبرال» و غیر سعودی به طور مشخص در راستای پاسخ به اتهامات بین‌المللی که متوجه عربستان بوده و همچنین بهبود تصویر جهانی این حکومت فعالیت می‌کنند (باشگاه خبرنگاران جوان، ۱۳۹۲). گفتنی است علی‌رغم هزینه‌های قابل توجهی که حامیان سعودی العربیه برای اعمال سیاست‌های خود در منطقه از طریق این شبکه انجام می‌دهند آمارهای رسمی از نبود مخاطب جدی و به نوعی شکست رسانه‌ای العربیه سخن می‌گویند.

بر طبق نظر سنجی «موسسه زغبی» تنها ۹ درصد از مردم منطقه شبکه العربیه را به عنوان یک منبع دست اول خبر دنبال می‌کنند و این در حالی است که ۵۲ درصد از مردم منطقه اخبار الجزیره را پیگیری می‌کنند. «سایت خبری شبکه العربیه» نیز در سال ۲۰۰۴ به زبان عربی آغاز به کار کرد و پس از آن در سال ۲۰۰۷ زبان انگلیسی و در سال ۲۰۰۸ زبان‌های فارسی و اردو هم به آن اضافه شدند. نکته قابل توجه در رابطه با سایت شبکه العربیه این است که علی‌رغم اهداف برون مرزی طراحان و سرمایه‌گذاران آن، بیشتر بازدیدکنندگان و کسانی که در این سایت نظر می‌گذارند از عربستان هستند. بازدیدکنندگان عربی این سایت را ۳۲ درصد از عربستان، ۹ درصد از مصر، ۷ درصد از سوریه و همچنین ۸ درصد از آمریکا تشکیل می‌دهند. همچنین کشورهای عربی مراکش، الجزایر، یمن، عراق، و عمان با چیزی حدود ۳ الی ۴ درصد بازدید کننده و پس از آن نیز کشورهای تونس و لبنان با حدود ۱ درصد بازدید کننده، جزو کم مخاطب‌ترین حوزه‌های العربیه به شمار می‌روند. بنا بر نظر پژوهشگران امور رسانه، یکی از راه‌های جلب توجه مردم منطقه‌ای با خصوصیات خاورمیانه توسط یک رسانه خبری، قطعا

همسو نشان دادن سیاست‌های کلی این رسانه با خواسته‌های عمومی مردم منطقه و همراه نشان دادن خود در هر شرایطی با آنان است (باشگاه خبرنگاران جوان، ۱۳۹۲).

۳. راهبردها و تاکتیک‌های فضا سازی رسانه ای العربیه در خاورمیانه

تحولات و واقعیت‌های جدید خاورمیانه در عراق، سوریه، یمن، فلسطین و لبنان، در مجموع برآیند قابل توجه افزایش نقش و نفوذ منطقه ای ایران را در پی داشته است و این مساله نکته ای است، که دولت‌های آمریکا و عربستان سعودی هر دو از آن احساس نگرانی می‌کنند. در کنار این موارد، تداوم برنامه هسته ای ایران در قالب برجام، نگرانی‌های آمریکا و عربستان را از برهم خوردن توازن قدرت منطقه ای و افزایش نقش ایران بیشتر کرده است. بر این اساس، واقعیت‌های منطقه ای، بعد از اشغال عراق و ظهور داعش، منجر به ظهور نگرانی‌های مشترک در واشنگتن و ریاض شد، که مرکز ثقل آن افزایش نفوذ ایران بود و این مساله به تدریج و به ویژه بعد از سال ۲۰۰۶، به نزدیکی بیشتر این دو کشور برای حل و فصل مسائل منطقه ای و گذار از وقفه در روابط استراتژیک شده است. با وجود تشابه اهداف و نگرانی‌های آمریکا و عربستان در منطقه، اختلافات قابل توجهی نیز در راهبرد آن‌ها در قبال مسائل مهم خاورمیانه وجود دارد، که این اختلافات می‌تواند فضاهای جدیدی را برای عملکرد بهتر ایران در سطح منطقه ای ایجاد کند. بنابراین، شرایط جدید منطقه ای و همچنین عدم موفقیت آمریکا در ایجاد ثبات، امنیت و سرکوب شورشی‌های داعش در عراق و سوریه، افغانستان و فشار افکار عمومی داخل آمریکا و نیز محدودیت‌های منطقه ای و بین المللی، احتمال رویارویی مستقیم آمریکا با ایران را به شدت کاهش داده است، اما با این حال، ایران گسترش نفوذ منطقه ای و برنامه هسته ای خود را در قالب برجام تداوم می‌دهد و آمریکا ناچار است به شیوه‌های گوناگون، از جمله تحریم‌های جدید و ایجاد بازدارندگی با تقویت عربستان سعودی، مانع از این گسترش شود. البته باید توجه داشت که آمریکا گزینه‌های دیگر هم چون رویارویی نظامی را هرگز به طور کامل نگذاشته است.

در حالی که آمریکا برای بازداشتن ایران از تداوم سیاست‌های کنونی خود گزینه‌های مختلفی، از جمله تهدیدهای نرم، تحریم‌های اقتصادی بیشتر، اعمال فشار منطقه ای و بین المللی و حتی گزینه نظامی را مدنظر قرار می‌دهد، عربستان سعودی رویکردی موازی - اما نه دقیقاً مشابه - برای ایجاد بازدارندگی در مقابل ایران را دنبال می‌کند (Heydarian, 2010: 8-).

11). سعودی‌ها بیشتر در پی ایجاد توازن قدرتی ظریف در مقابل ایران هستند و تمایلی به رویارویی با ایران ندارند. بنابراین، آن‌ها تلاش می‌کنند تا با استفاده از راهکارهای جنگ رسانه‌ای در قالبی نرم به مقابله با ایران بپردازند، که یکی از این موارد سیاست مقابله جویانه رسانه‌ای عربستان در قبال ج.ا.ایران و عملکرد شبکه العربیه است، که متعلق به عربستان سعودی است این شبکه وسیله‌ای برای توجیه سیاست‌های سازشکارانه با غرب و رژیم اسرائیل و از سویی دیگر ضدایرانی عربستان است. عربستان سعودی، که خود را ناتوان از رقابت سیاسی با ایران می‌بیند سعی دارد تا از طریق شبکه العربیه به مقابله با ایران بپردازد. العربیه تاکنون محورهای گوناگونی در سیاست خبری خود علیه جمهوری اسلامی ایران به کار گرفته که می‌توان مهم‌ترین آن‌ها را در ۵ محور خلاصه نمود:

۳-۱. مخالفت با فعالیت‌های صلح آمیز هسته ای جمهوری اسلامی ایران

شبکه العربیه تنها شبکه عرب زبان منطقه است، که به هنگام پخش گزارش‌های مربوط به فعالیت‌های هسته ای ایران از واژه «اللازمه» به معنی بحران استفاده می‌کند. همچنین این شبکه در گزارش‌های خبری خود در مورد فعالیت‌های هسته ای ایران از مواجهه جامعه جهانی با جمهوری ایران نام می‌برد. هدف العربیه ایجاد جو روانی و فضا سازی علیه فعالیت‌های هسته ای صلح آمیز ایران در قالب برجام است. تحلیل‌ها و اخبار این شبکه به گونه‌ای تنظیم می‌شود، که این توهم در ذهن ملت‌های منطقه شکل بگیرد، که ایران، در صدد تولید سلاح هسته ای در قالب برجام است، که این شیوه همواره از سوی رسانه‌های اسرائیلی نیز تعقیب می‌شود.

۳-۲. ایران هراسی

به موازات تبلیغ علیه فعالیت‌های صلح آمیز هسته ای ایران موضوع خطر گسترش تشیع و تشکیل هلال شیعی در منطقه با هدف پیشبرد پروژه ایران هراسی را پیوسته مورد توجه قرار می‌دهد و هر روز ده‌ها خبر و تحلیل در زمینه خطر تشیع پخش و بر روی سایت عربی و فارسی خود ارسال می‌کند. این شبکه همچنین در این زمینه به تحریک کشورها و ملت‌های عرب علیه ج.ا.ایران می‌پردازد و ج.ا.ایران را متهم به داشتن مقاصد خصمانه و سلطه جویانه در منطقه، علیه کشورهای حاشیه خلیج فارس می‌کند. به عنوان مثال العربیه در نسخه انگلیسی خود در گزارشی به قلم «عبدالرحمن الراشد» به اختلافات و قدرت نمایی ایران و عربستان در

عراق اشاره کرده و به نوعی ایران را جزء کشورهای دانیسته که ذی نفع بوجود آمدن گروه تروریستی داعش است (English.alarabiya, Jun 15, 2016).

العربیة در این گزارش می‌نویسد: «ایران کشوری است که به دنبال گسترش نفوذ خود در منطقه است و می‌داند که غرب خیلی به ایران اجازه نخواهد داد تا به یک منبع انرژی در منطقه تبدیل شود برای همین تهران در تلاش است تا راه‌های متفاوتی را در این زمینه امتحان کند هرچند که در برخی موارد نیز به شدت موفق بوده است.» (English.alarabiya, Jun 15, 2016).

مقاله نویس العربیة در ادامه می‌نویسد: «بدون شک اکنون داعش موجب شده است که ایران به نوعی به ائتلاف روسیه و کشورهای غربی در آید و زیر پرچم آن‌ها علیه تروریسم بجنگد. در اوایل حمله آمریکا به عراق ایران نقش دیگری را در عراق داشت اما اکنون ایران به دنبال ثبات در عراق است و می‌خواهد اوضاع در سوریه را نیز بدست گیرد. اکنون ایران در عراق است و بهانه ایران نیز حفاظت از عراق در مقابل داعش است. ایران با حمایت از شیعیان عراق و جنبش محبوب مردمی که شامل ارتش عراق نیز می‌شود، ائتلافی را تشکیل داده است. به نظر من ایران خود نیز یکی از طراحان اصلی داعش است هرچند که بسیار سخت تا این ادعا را ثابت کنیم. باید گفت ایران از ایجاد داعش نفع می‌برد و همین امر نیز باعث شده است تا ایران به راحتی وارد دیگر کشورها شود» (English.alarabiya, Jun 15, 2016).

این مقاله نویس در ادامه می‌نویسد: «داعش تکرار گروه‌های القاعده‌ای است که یک زمانی با ایران در برخی از پروژه‌ها همکاری می‌کرد. سفیر عربستان در عراق نیز اخیراً گفته است که برخی به دنبال ایجاد شکاف بین عربستان و عراق هستند و این ایران است که بدنبال حکومت در عراق است. کشورهای عربی خلیج نیز اکنون از گسترش داعش در عراق، سوریه و یمن اطلاع دارند و این کشورهای نیز مانند ایران بدنبال استفاده از گروه‌های تندرو هستند تا بتوانند در منطقه کاری را که می‌خواهند انجام دهند.» (English.alarabiya, Jun 15, 2016).

۳-۳. حمایت رسانه ای از مخالفان و معارضین ج.ا.ایران

از دیگر فعالیت‌های مغرضانه العربیة، مصاحبه با مخالفان و معارضین ج.ا.ایران و پخش نوارهای ویدئویی فعالیت‌های تروریستی علیه نیروهای نظامی ایران و گروگان گیری نظامیان ایرانی است. العربیة هماهنگ با شبکه صدای آمریکا، فعالیت‌های تروریستی گروهک موسوم به

جندالله علیه مردم سیستان و بلوچستان و ج.ا.ایران را اقدامی انقلابی قلمداد نموده و کلیه امکانات تبلیغاتی خود را در اختیار این گروهک تروریستی قرار می دهد. این شبکه طی سال های اخیر از گروهک تروریستی ریگی بارها حمایت رسانه ای کرده و از این گروه به عنوان یک گروه سنی که در مقابل ظلم و تبعیض به اهل سنت ایران مبارزه می کنند یاد می کند.

۳-۴. دروغ پراکنی در باب انتخابات در ایران

موضوع دیگری که شبکه العربیه بر اساس آن به تبلیغات منفی علیه ایران دست زد، انتخابات دوازدهم ریاست جمهوری است. العربیه اعتراض ها به نتیجه انتخابات را گسست بین نظام و مردم، اختلاف سران نظام و بی ثباتی ج.ا.ایران القاء می نمود و سعی می کرد تا در برنامه ها و وب سایت فارسی خود بر آن دامن زند. موضع مغرضانه العربیه در جریان انتخابات دوازدهم ریاست جمهوری را می توان در بین شبکه های عربی زبان بی نظیر و آن را در کنار شبکه هایی؛ هم چون «سی. ان. ان»، «بی.بی.سی» و «وی.او.ای» قرار داد. بنابراین، عربستان سعودی شیوه های مردم سالارانه ج.ا.ایران را تهدیدی علیه نظام سیاسی بسته خود تلقی نموده و همواره مشغول ایجاد خدشه در آن است. از این رو، در فرآیند انتخابات مختلف در ایران به این امر متوسل می شود.

همین موضع گیری ها را نیز در رسانه های محلی عربستان سعودی نیز شاهد هستیم، به گونه ای که تیتراژی از سرمقاله های روزنامه الرياض این چنین بود: «پایان رهبری... هنوز نه» و «مذهب جایگاه والای خود را از دست می دهد». ما این شادی رسانه های سعودی را در روزنامه های مصر، مراکش، بحرین و امارات عربی متحده، شاهد نیستیم، هر چند کشورهای مذکور، اختلافاتی نیز با ایران دارند. در این رابطه یکی از خبرنگاران شبکه العربیه می گوید: شاید دلیل این بی تفاوتی از سوی رژیم های مذکور عربی و رسانه های آنان، احتمال سرایت «انفلونزای ایرانی» به کشورشان و اعتراض ها علیه رژیم باشد.

1. CNN
2. BCC
3. VOA

۳-۵. متهم نمودن ج.ا.ایران به دخالت در امور داخلی کشورهای منطقه

این شبکه هم چنین ج.ا.ایران را متهم به دخالت در امور داخلی کشورهای عربی، از جمله سوریه، عراق، یمن، لبنان، فلسطین و یمن نموده و به‌طور گسترده به این موضوع می‌پردازد. به‌عنوان مثال و در این زمینه این شبکه در مورخه اقدام به مصاحبه‌ای با عمر البشیر، رئیس‌جمهوری سودان که برای دیدار با ملک سلمان به ریاض رفته بود، می‌نماید. در این مصاحبه عمر البشیر می‌گوید: ایران از طریق مراکز فرهنگی در خارطوم تلاش داشت که تشیع را در این کشور گسترش دهد و این مراکز موجبات درگیری میان شیعه و سنی را در سودان فراهم می‌آورد. لذا مراکز فرهنگی ایران به‌دلیل همین فعالیت‌های خطرناکش تعطیل شد. همچنین در این مصاحبه عمرالبشیر می‌گوید علیرغم اینکه ما تاکید کرده بودیم اجازه استفاده از خاک سودان علیه پادشاهی سعودی را نخواهیم داد، طرف سعودی اطلاعاتی درباره کنش‌های ضد سعودی در سودان داشت و معتقد بود وجود مرکز فرهنگی ایران موجب ایجاد حساسیت‌هایی شده است. ما نیز در پایان به این نتیجه رسیدیم که فعالیت این مرکز باید متوقف شود. عمر البشیر در ادامه در اظهاراتی گستاخانه همسو با سیاست‌های ایران هراسی العربیه وابسته به آل سعود می‌افزاید آمریکایی‌ها پس از سقوط صدام، دولت شیعی را در عراق تاسیس کردند و این چیزی بود که به ایران امکان داد چهار پایتخت عربی یعنی دمشق، بغداد، بیروت و صنعاء را در اختیار بگیرد.» (شبکه العربیه، ۵ فوریه ۲۰۱۷).

نتیجه‌گیری

مروری بر خروجی‌های خبری شبکه العربیه نشان می‌دهد این شبکه وابسته جریان وهابی در عربستان سعودی در راستای برهم زدن نظم منطقه ای به نفع عربستان سعودی و به قیمت تضعیف وحدت جهان اسلام سه هدف عمده را به عنوان استراتژی تبلیغاتی خود قرار داده است:

هدف اول این شبکه توجیه سیاست‌های رژیم اسراییل و آمریکا در منطقه و شکستن قبح عمل برقراری ارتباط با مقام‌های این رژیم است که در این زمینه انجام مصاحبه ای طولانی و زنده با نخست وزیر رژیم اسراییل، وزیر جنگ، وزیر امور خارجه و با رئیس این رژیم اشغالگر، نمونه‌هایی از این تابوشکنی است. هدف دوم ایجاد جو روانی و فضا سازی علیه فعالیت‌های هسته ای صلح آمیز ایران حتی پس از برجام است، زیرا اخبار و تحلیل‌های این شبکه به گونه

ای تنظیم می شود که این توهم در ذهن ملت های مطلقه شکل می گیرد که ایران همواره در صدد تولید سلاح هسته ای است که این شیوه معمولاً از سوی رسانه های صهیونیستی تعقیب می شود. به موازات آن موضوع خطر موهوم گسترش تشیع و تشکیل هلال شیعی در منطقه با هدف پیشبرد پروژه ناکام ایران هراسی پیوسته مورد توجه این رسانه به ظاهر عربی قرار دارد و هر روز ده ها خبر و تحلیل در زمینه خطر تشیع پخش و بر روی سایت عربی و فارسی خود ارسال می کند. نفاق رسانه ای این شبکه در برخورد با مسائل تروریسم و فعالیت های هسته ای صلح آمیز ایران و نقش شیعیان در منطقه و همناوایی این شبکه با تروریست های جنرالته و گروهک مجاهدین خلق به خوبی نشان می دهد که گردانندگان اصلی و پشت پرده این شبکه آمریکایی ها و اسرائیلی ها هستند که هدف آنان ایجاد شکاف میان مسلمانان منطقه و تعقیب پروژه ایران هراسی و در نهایت انزوای شیعیان است.

فهرست منابع

الف) منابع فارسی

- اتوسن (۱۳۸۲). **جنگ نرم ۲ (ویژه جنگ رسانه ای)**. تهران: انتشارات بین المللی ابرار معاصر تهران.
- الیاسی، محمدحسین (۱۳۸۴). «عملیات روانی امریکا علیه جمهوری اسلامی ایران»، **فصلنامه عملیات روانی**، سال دوم، شماره ۹، تابستان .
- باشگاه خبرنگاران جوان (۱۳۹۲). «روایتی متفاوت از العربیه عبری؛ شبکه ای با اهداف کاملاً ضد ایرانی ۷، آبان ماه، مندرج در سایت <http://www.yjc.ir/fa/news/4606345>
- جنیدی، رضا (۱۳۸۸). **تکنیک های عملیات روانی و شیوه های مقابله**، مشهد: آستان قدس رضوی، شرکت به نشر
- ریتزر، جورج (۱۳۸۲). **نظریه های جامعه شناسی در دوران معاصر**، ترجمه محسن ثلاثی، چاپ هفتم، تهران: انتشارات علمی.
- شاه محمدی، عبدالرضا (۱۳۸۲). «وسایل ارتباطی سربازان اصلی میدان جنگ های نوین»، **فصلنامه پژوهش و سنجش**، سال دهم، شماره ۳۴، تابستان.
- شکرخواه، یونس (۱۳۸۲). «جنگ روانی رسانه ای»، **فصلنامه عملیات روانی**، سال اول، شماره ۱، تابستان .

شیرازی، محمد (۱۳۷۶). *عملیات روانی و تبلیغات [مفاهیم و کاربردها]*. تهران: انتشارات سپاه پاسداران انقلاب اسلامی.

گیدنز، آنتونی (۱۳۸۷). *جامعه‌شناسی*، ترجمه منوچهر صبوری، چاپ بیست و دوم، تهران: نشر نی.
مجله *پگاه حوزه* (۱۳۸۸). «سایه شیعه ستیزی و ایران هراسی بر جنگ یمن»، شماره ۲۷۲، بهمن، صص ۸-۴.

نوذری، حسینعلی (۱۳۸۳). *نظریه انتقادی مکتب فرانکفورت در علوم اجتماعی و انسانی*، تهران: نشر آگه.

واحد مرکزی خبر (۱۳۹۳). «مدیر جدید شبکه العربیه کیست؟» شنبه، ۱۱ بهمن ماه، مندرج در سایت <http://www.khabaronline.ir/detail/398018/World/middle-east>

ب) منابع انگلیسی

Al-Rashed, Abdulrahman (2016). "The Saudi-Iranian struggle in Iraq", June 15, 2016, at English.Alarabiya.Net/en/views/news/middle.../The-Saudi-Iranian-struggle-in-Iraq.html.

Heydarian, Richard Javad (2010). "Iran-Saudi Relations: Rising Tensions and Growing Rivalry," *Foreign Policy in Focus* (6 August 2010): Accessed 4 December 2011, http://www.fpif.org/articles/iran-saudi_relations_rising_tensions_and_growing_rivalry.

P.J. Fourie, (2001). *Media Studies*, Volume One: Institutions, Theories and Issues. Lansdowne: Juta Education.