

BBC and CNN Propaganda in Iran's Nuclear Crisis Following the U.S. Violation of the JCPOA (May 2018 to December 2024)

Mohammad Moghadamfar¹, Hassan Eyvazzadeh², Malek Zolghadr³

¹ Ph.D. Student, Department of International Relations, Faculty of Humanities and Arts, Zanjan Branch, Islamic Azad University, Zanjan, Iran. mohammadmogadam33@gmail.com

² Assistant Professor, Department of International Relations, Faculty of Humanities and Arts, Zanjan Branch, Islamic Azad University, Zanjan, Iran (**Corresponding author**). hasan1402ey@gmail.com

³ Assistant Professor, Department of International Relations, Faculty of Humanities and Arts, Zanjan Branch, Islamic Azad University, Zanjan, Iran. malek.zolghadr@yahoo.com

Abstract

For decades, media propaganda has been employed as a powerful tool to shape public opinion and influence global policies, significantly affecting decision-making processes. News narratives and reports target the general public and are sometimes misleading. This study, utilizing content analysis and referencing news reports from CNN and BBC extracted from their websites, examines the propaganda employed by these two media outlets in the Iranian nuclear crisis following the U.S. violation of the Joint Comprehensive Plan of Action (JCPOA) from May 2018 to December 2024. Of the total 1,276 selected news reports, interviews, and analytical pieces related to Iran's nuclear program during the specified period, 529 (41.5%) were sourced from CNN, and 747 (58.5%) from BBC. All evidence (100%) was directly extracted from these two media outlets' websites, ensuring the authenticity and firsthand nature of the sources while providing new insights into various topics and events related to Iran's nuclear program. This study seeks to answer two fundamental questions: (1) What role have BBC and CNN played in portraying an accurate image of Iran's nuclear issue after the U.S. violation of the JCPOA, and within what framework has this role been performed? (2) What are the similarities and differences in their roles in reflecting the issue? The research hypotheses are as follows: (1) These media outlets have played a decisive role in shaping policymakers' decisions regarding Iran's nuclear issue; (2) These media outlets, based on their governing ideologies, have adopted different approaches to the subject. Specifically, BBC, with a biased, targeted, and indirect perspective, seeks to persuade its audience and subtly convey its hidden objectives in a particular direction; in contrast, CNN presents the issue in a direct, transparent, and relatively impartial manner, aiming to present its purpose more explicitly, with somewhat realistic and reasonably persuasive arguments. The findings confirm the above hypotheses. In other words, different propaganda strategies have been observed in these two media outlets concerning Iran's nuclear issue in the post-JCPOA era. BBC, employing black propaganda, not only explicitly describes Iran's nuclear program as a crisis but also portrays the situation as highly dangerous and fragile, depicting the JCPOA as effectively collapsed and reinforcing doubts through rhetorical questioning. Meanwhile, CNN has adopted a gray propaganda approach, with overall evidence suggesting its effort to maintain neutrality, revive the JCPOA, consider both sides, and present a relatively clear and optimistic image of the agreement.

Keywords: Iran, United States, JCPOA, nuclear crisis, BBC, CNN, media, press, news agencies.

پروپاگانداى BBC و CNN در بحران هسته‌ای ایران پس از نقض برجام توسط ایالات متحده (می ۲۰۱۸ تا دسامبر ۲۰۲۴)

محمد مقدم‌فر^۱، حسن عیوض‌زاده^۲، مالک ذوالقدر^۳

^۱ دانشجوی دکتری، گروه روابط بین‌الملل، دانشکده علوم انسانی و هنر، واحد زنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، زنجان، mohammadmogadam33@gmail.com، ایران.

^۲ استادیار، گروه روابط بین‌الملل، دانشکده علوم انسانی و هنر، واحد زنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، زنجان، ایران، hasan1402ey@gmail.com. (نویسنده مسئول)

^۳ استادیار، گروه روابط بین‌الملل، دانشکده علوم انسانی و هنر، واحد زنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، زنجان، ایران. malek.zolgadr@yahoo.com

چکیده

دهه‌هاست که تبلیغات رسانه‌ای به‌عنوان ابزاری قدرتمند برای شکل دادن به افکار عمومی و تأثیرگذاری بر سیاست‌های جهانی به‌کار گرفته می‌شود و به‌طور قابل توجهی بر تصمیم‌گیری‌ها تأثیرگذار بوده است. روایت‌ها و گزارش‌های خبری، عموم مردم را هدف قرار می‌دهند و گاهی نیز نادرست هستند. پژوهش حاضر با استفاده از تحلیل محتوا و استناد به اخبار سی.ان.ان. و بی.بی.سی. که از وبسایت آنها استخراج شده، به بررسی پروپاگانداى این دو رسانه در بحران هسته‌ای ایران پس از نقض برجام توسط ایالات متحده (می ۲۰۱۸ تا دسامبر ۲۰۲۴) پرداخته است. از مجموع ۱۲۷۶ خبر، گزارش، مصاحبه و تحلیل خبری منتخب مرتبط با برنامه هسته‌ای ایران در بازه زمانی مذکور از وبسایت این رسانه‌ها، استناد از سی.ان.ان. ۵۲۹ مورد (۴۱/۵٪) و بی.بی.سی. ۷۴۷ مورد (۵۸/۵٪) بود. ۱۰۰٪ شواهد، به‌طور مستقیم از سایت این دو رسانه استخراج شدند که نشان‌دهنده اصالت و دست اول بودن منابع می‌باشد و اطلاعات جدیدی از موضوعات و رویدادهای مختلف مرتبط با برنامه هسته‌ای ایران به دست می‌دهد. این پژوهش درصدد پاسخ به دو سوال اساسی است: (۱) CNN و BBC در انعکاس تصویری حقیقی از مسئله هسته‌ای ایران پس از نقض برجام چه نقشی داشته و در چه چارچوبی نقش خود را ایفا کرده‌اند؟ (۲) شباهت‌ها و تفاوت‌های نقش آنها در انعکاس موضوع چگونه بوده است؟ فرضیه‌های پژوهش نیز به این شرح است: ۱. رسانه‌های مذکور نقشی تعیین‌کننده در جهت‌دهی به تصمیمات سیاست‌گذاران در رابطه با موضوع هسته‌ای ایران داشته‌اند؛ ۲. این رسانه‌ها براساس ایدئولوژی‌های حاکم بر خود، رویکردی متفاوت به موضوع

پژوهش حاضر مستخرج از: رساله دکتری محمد مقدم‌فر با عنوان «نقش رسانه‌های بین‌المللی در جهت‌دهی به روند مذاکرات هسته‌ای ایران و ۱+۵ پس از خروج آمریکا از برجام با تمرکز بر CNN و BBC» می‌باشد.

استاد به این مقاله: مقدم‌فر، محمد؛ عیوض‌زاده، حسن؛ ذوالقدر، مالک (۱۴۰۳). پروپاگانداى BBC و CNN در بحران هسته‌ای ایران پس از نقض برجام توسط ایالات متحده (می ۲۰۱۸ تا دسامبر ۲۰۲۴). سیاست‌پژوهی/ایرانی، ۱۱(۴)، ص ۱۱۳-۱۳۶.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۳/۲۸؛ تاریخ اصلاح: ۱۴۰۲/۰۵/۰۲؛ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۵/۲۱؛ تاریخ انتشار آنلاین: ۱۴۰۳/۱۰/۰۲

ناشر: دانشگاه آزاد اسلامی واحد قم

نوع مقاله: پژوهشی

© نویسندگان



داشته‌اند. به این معنی که، BBC با نگاهی جانبدارانه، هدفمند و غیرمستقیم سعی در اقناع مخاطب و انتقال اهداف پنهان خود در جهت خاصی دارد؛ در مقابل، CNN نگاهی صریح، شفاف و بی‌طرفانه به مسئله داشته و هدف آن را مستقیم، تا حدودی منطبق با واقع و با استدلال‌های کمابیش قانع‌کننده مطرح می‌کند. نتایج مؤید فرضیه‌های فوق می‌باشد. به عبارتی پروپاگانداى متفاوتی در جریان هسته‌ای ایران در پسابرجام از دو رسانه مورد بحث نشان داده شده است. BBC با بکارگیری تبلیغاتی سیاه، نه تنها به صراحت برنامه هسته‌ای ایران را یک بحران توصیف می‌کند، بلکه وضعیت آن را بسیار خطرناک و شکننده و برجام را ناپود شده ترسیم کرده و با طرح منظور خود در غالب سوال، تردیدها را نسبت به موضوع تقویت می‌کند. در حالی که CNN، پروپاگانداى خاکستری در پیش گرفته و مجموع شواهد، حاکی از تلاش این رسانه در حفظ بی‌طرفی، احیای برجام، توجه به هر دو طرف و ارائه تصویری کمابیش روشن و امیدوارکننده از برجام است.

کلیدواژه‌ها: ایران، آمریکا، برجام، بحران هسته‌ای، BBC، CNN، رسانه، مطبوعات، خبرگزاری‌ها.

۱. مقدمه

مسئله هسته‌ای ایران از همان آغاز افزایش تردیدها و گمانه‌زنی‌های جامعه جهانی، به‌ویژه آمریکا در مورد انگیزه‌های واقعی ایران در پس‌گسترش استفاده از انرژی هسته‌ای در سال ۱۹۷۴، یعنی زمانی که شاه ایران برنامه خود را برای ساخت ۲۳ نیروگاه اتمی در ایران اعلام کرد، مورد توجه افکار عمومی و رسانه‌ها در سراسر جهان قرار گرفته و حائز اهمیت گردید. آنچه باعث ایجاد این تردیدها گردید، تنش‌های فزاینده ایران با عراق بر سر منطقه مورد مناقشه شط‌العرب بود. از این‌رو، این ترس قوی وجود داشت که هدف واقعی تلاش‌های تهران از ساخت نیروگاه‌های مذکور، برای توسعه قابلیت‌های هسته‌ای نظامی‌اش باشد. به‌طوری‌که، گزارش‌های بعدی آژانس وابسته به سازمان اطلاعات آمریکا (سیا) نشان داد که ایران مخفیانه به دنبال خرید مواد هسته‌ای از اسرائیل، هند و پاکستان است. از این پس، نحوه فعالیت‌های هسته‌ای ایران و به‌ویژه نوع افشای این موضوع توسط رسانه‌ها، توجهات بسیاری را به این مسئله جلب کرده و باعث شده تا بسیاری از کشورها به اشکال گوناگون، بر این موضوع تمرکز مداوم داشته باشند و همین توجهات مضاعف، باعث به‌وجود آمدن تنش‌های فراوانی بین ایران و جامعه ملل بر سر برنامه هسته‌ای شده است. مناقشات زیادی نیز پس از انقلاب ۱۳۵۷ بر سوابق این اختلافات افزوده شد؛ چه اختلافات ناشی از اعتراضات منطقه‌ای به ایران هسته‌ای و چه اختلاف‌هایی که ریشه ایدئولوژیک دارند، مانند مخالفت اسرائیل با قدرت‌یابی ایران. اگرچه، ایران همواره ادعای تولید تسلیحات هسته‌ای را رد کرده؛ اما افشای فعالیت‌های هسته‌ای مخفی‌اش در سال ۲۰۰۲، بر ماهیت تهدیدزای این برنامه تأثیرگذار بوده است. این افشاگری با تأیید اتهامات قبلی، بهانه‌ای مناسب برای ایالات متحده در افزایش فشار بر ایران در قالب تهدیدات نظامی و تحریم‌های ویرانگر در سال‌های بعد فراهم کرد. اعمال تحریم‌های مختلف سیاسی و اقتصادی علیه ایران، رصد فعالیت‌های هسته‌ای کشورمان، طرح برنامه هسته‌ای در شورای امنیت سازمان ملل و... همه حاکی از عطف توجه به این مسئله می‌باشد. به‌نحوی که علی‌رغم به رسمیت شناختن حقوق ایران برای توسعه انرژی هسته‌ای برای مقاصد صلح‌آمیز، چین و روسیه پس از سال ۲۰۰۶، چندین قطعنامه شورای امنیت سازمان ملل متحد علیه ایران را به دلیل نقض کنوانسیون‌های آژانس بین‌المللی انرژی اتمی^۱ تأیید کرده‌اند. از سویی نیز، شاهد دخالت شدید اتحادیه اروپا در «بحران هسته‌ای ایران» هستیم؛ که از درخواست برای ادامه مذاکرات تا اعمال تحریم‌های فلج‌کننده و در عین حال، رد استفاده از نیروی نظامی را دربرمی‌گیرد. وجود مسایل متعدد دیگری نیز این مسئله را حساس‌تر نموده

و تنش‌های فراوانی را پیرامون آن ایجاد کرده است؛ که از مهم‌ترین آنها می‌توان به نگرانی‌های منطقه‌ای و جهانی از ایران هسته‌ای و خطر اشاعهٔ تسلیحات اتمی و... اشاره کرد.

در این میان، رسانه‌ها به‌عنوان یکی از مهم‌ترین ابزارها در این مناقشات، مورد استفاده قرار گرفته‌اند و اخباری که از مسئلهٔ هسته‌ای ایران توسط رسانه‌ها منتشر می‌شود، تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم مهمی بر این مسئله دارد. هرچند موضوع هسته‌ای، فی‌نفسه یک مسئلهٔ بحران‌آفرین می‌باشد که همواره موجبات درگیری‌ها و اختلاف نظرهای فراوان در سطح منطقه‌ای و بین‌المللی گردیده است؛ لکن تبلیغات رسانه‌ای و پوشش بیش از حد اخبار مربوطه، به‌ویژه پس از انقلاب اسلامی، اوضاع را در این مورد، حساس‌تر کرده و رسانه‌های متعدد داخلی و خارجی با توجه به وابستگی‌ها و خط فکری‌های حاکم، اوضاع را طبق تفسیر خودشان به تصویر می‌کشند. از دید اغلب این رسانه‌ها (غالباً خارجی) ایران درصدد دستیابی به تسلیحات هسته‌ای و در نتیجه خطرناک می‌باشد؛ در حالی‌که، از سوی رسانه‌های رقیب (غالباً داخلی) با ۱۸۰ درجه اختلاف، ایران کشوری فاقد اهداف مورد نظر مخالفان و در نتیجه دارای فعالیت‌های صلح‌آمیز هسته‌ای به تصویر کشیده می‌شود.

با توجه به مقدمهٔ فوق، تحقیق توصیفی - تحلیلی حاضر با محور قرار دادن مذاکرات پسابرجام و رویکرد BBC و CNN در پوشش مسئلهٔ هسته‌ای ایران از می ۲۰۱۸ تا سپتامبر ۲۰۲۴، درصدد پاسخ به این دو پرسش است:

۱) با توجه به تلاش‌های روزافزون بین‌المللی در مقابله با برنامهٔ هسته‌ای ایران و تلاش‌های این کشور در دفاع از حق برخورداری از انرژی صلح‌آمیز هسته‌ای، این دو رسانهٔ مطرح بین‌المللی، در انعکاس تصویری حقیقی از موضوع، چه نقشی داشته و در چه چارچوبی نقش خود را ایفا کرده‌اند؟

۲) شباهت‌ها و تفاوت‌های نقش این دو رسانه در انعکاس برنامهٔ هسته‌ای ایران، در بازه مورد اشاره چگونه بوده است؟ در پاسخ به دو سؤال فوق، پژوهش حاضر با تأکید بر حساسیت مسئله، درصدد تحلیل این فرضیه‌ها است که رسانه‌های مذکور، نقشی تعیین‌کننده در نحوهٔ تصمیم‌سیاست‌گذاران در رابطه با موضوع هسته‌ای ایران داشته و براساس ایدئولوژی‌های حاکم بر خود، دیدگاهی متفاوت به موضوع داشته‌اند؛ یعنی در حالی‌که BBC با نگاهی جانبدارانه، هدمند، پنهان و غیرمستقیم سعی در اقناع مخاطب و انتقال اهداف خود در جهت خاصی دارد؛ CNN نگاهی صریح، شفاف و مستقل به مسئله داشته و هدفش را مستقیم، تا حدودی منطبق با واقع و با استدلال‌های کمابیش قانع‌کننده مطرح می‌نماید. با این رویکرد، نوآوری و هدف نهایی پژوهش حاضر ارائهٔ تصویری از پروپاگانداى این دو رسانه از برنامهٔ هسته‌ای ایران در پسابرجام می‌باشد.

۲. چارچوب نظری

پروپاگاندا، انتشار اطلاعات در حمایت از یک هدف است. درست یا نادرست بودن اطلاعات یا اینکه دلایل درست هستند یا نه، چندان مهم نیست و همه این‌ها تبلیغات (پروپاگاندا) است. پروپاگاندا اغلب به معنای منفی به کار می‌رود، به ویژه برای سیاست‌مدارانی که ادعاهای نادرستی برای انتخاب خود دارند، یا شایعاتی را برای رسیدن به خواسته خود منتشر می‌کنند. در واقع، هر کمپینی که برای اقناع استفاده شود را می‌توان تبلیغات نامید. پژوهش حاضر، بر مبنای مدل پروپاگاندا هرمن و چامسکی انجام شده است. مدل پروپاگاندا درصدد توصیف رفتار رسانه از طریق بررسی فشارهای نهادی، در جهت تأثیرگذاری بر محتوای اخبار در یک سیستم هدایت‌شده انتفاعی است. این مدل، که برای اولین بار توسط ادوارد هرمان و نوام چامسکی در کتاب «تولید رضایت اقتصاد سیاسی رسانه‌های جمعی» (۱۹۸۸) مطرح شد، پیش‌بینی می‌کند رسانه‌های خبری، به طور مداوم، محتوای خبری را در خدمت منافع قدرت تأسیس‌کننده تولید می‌کنند. براساس این مدل، یک خبر قبل از رسیدن به مخاطبان، باید از پنج فیلتر: میزان مالکیت وسایل ارتباط جمعی؛ آگهی‌های تجاری به‌عنوان اصلی‌ترین منابع درآمد وسایل ارتباط جمعی؛ منابع خبری وسایل ارتباط جمعی؛ انتقاد یا مؤاخذه شدید از وسایل ارتباط جمعی؛ ضدیت با کمونیسم (در حال حاضر ضدیت با دیگری، دیکتاتور یا تروریسم) به‌مثابه ماشین کنترل، عبور کند. به‌رغم اینکه امروزه تبادل آزادانه اطلاعات و نظرات، اهمیت زیادی دارد؛ اما این پنج فیلتر، مانع جریان آزاد آنها هستند (دهقان و احمد، ۱۳۹۸، ص ۷۷). در نهایت، این فیلترها به اخباری که مخاطبان دریافت می‌کنند، شکل می‌دهند و تعیین می‌کنند که چه حوادثی مهم تلقی می‌شوند، چگونه پوشش داده شوند، چه جایگاهی در رسانه دارند و چه مقدار از این اخبار را مخاطبان دریافت می‌کنند.^۱ در این مدل تجزیه و تحلیل، پنج متغیر علی که بیشترین تأثیر را بر تولید اخبار دارند، شناسایی می‌شوند که الگوهای علت و معلولی آن، با توجه به منافع نخبگان و بسترهای شکل‌گیری و سایر شرایط، متفاوت است. هرمان و چامسکی، اگرچه این فیلترها را مختص به رسانه‌های آمریکا می‌دانند؛ اما معتقدند که این پنج فیلتر برای رسانه‌های دیگر هم صدق می‌کند (Pedro, 2011, p. 1908).

الف) میزان مالکیت وسایل ارتباط جمعی: با توجه به هویت انگلیسی و آمریکایی دو شبکه خبری بی.بی.سی. و سی.ان.ان. و حاکم بودن فضای مالکیت و فرهنگ متفاوت بر این دو رسانه، شناخت دیدگاه آنها درباره نحوه پوشش اخبار هسته‌ای در پسابرجام و جهت‌گیری در ارائه تحلیل‌های خبری

مربوطه، حائز اهمیت است. بی.بی.سی. به لحاظ مالکیت، جزو رسانه‌های خدمت عمومی است و سی.ان.ان، رسانه‌ای خصوصی با الزامات نظام بازار است. به لحاظ ارزش مشترک، هر دو لیبرال دموکراسی را در خود نهادینه کرده‌اند. دلیل اینکه بر CNN، به عنوان پیشتاز و پیشرو جهان خبر، انگشت می‌گذارند، سلطه این بنگاه خبری بر بازار اخبار جهانی است. سی.ان.ان. به ۱۵۰ میلیون تلویزیون خانگی در بیش از ۲۱۲ کشور و منطقه جهان وارد شده است؛ یعنی بیش از ۸۰۰ میلیون نفر در سراسر جهان به این رسانه دسترسی دارند و همین امر، آن را از سایر رقبای اروپایی‌اش مانند اسکای‌نیوز و سرویس‌های جهانی بی.بی.سی پیشتاز کرده است. رمز موفقیت شبکه‌های خانواده CNN یک اصل ساده است: «موضوع خبری مشخصی را بگیرد و آن را به انواع و اشکال مختلف در دیگر شبکه‌های این سازمان عظیم پخش کنید». BBC نیز که کهن‌ترین سازمان رسانه‌ای ملی جهان با هزاران کارمند می‌باشد، از سال ۱۹۳۲ تحت منشور سلطنتی تأسیس شد و تحت توافق با وزارت فرهنگ، رسانه و ورزش دولت بریتانیا فعالیت و خدمات فراگیر آنلاین، رادیو و تلویزیون را به فارسی و ۲۹ زبان دیگر دنیا پخش می‌کند. فعالیت اصلی آن، تولید برنامه و سرویس‌های خبری بوده و شعارش این است: «هر ملت باید با صلح و آرامش، با ملتی دیگر صحبت کند».

ب) آگهی‌های تجاری به عنوان اصلی‌ترین منابع درآمد وسایل ارتباط جمعی: با وجودی که در چند دهه اخیر، رسانه‌ها برای جذب آگهی بیشتر به منظور تأمین مالی خود، به سراغ شرکت‌ها و آگهی دهندگان می‌روند؛ اما اوضاع CNN و BBC از این نظر متفاوت است. چراکه تأمین مالی این دو رسانه، به واسطه شرکت‌های اقتصادی بزرگ صورت می‌گیرد و در نتیجه، این دو رسانه تقریباً هیچ حسابی روی پیام‌های بازرگانی برای جذب سرمایه ندارند. در کشوری مانند آمریکا، رسانه‌های خبری، تحت نفوذ و مالکیت شرکت‌های غول‌پیکر اقتصادی هستند. CNN متعلق به وارنر برادرز دیسکاوری^۱، عضو جناح لیبرال ایالات متحده آمریکا است و هزینه فعالیت آن توسط وی و اسپانسرهای شرکت‌های رسانه‌ای تأمین می‌شود. هزینه فعالیت BBC نیز مطابق یک کارمزد سالانه پروانه تلویزیون در پادشاهی متحد، از آن دسته از خانوارها، شرکت‌ها و سازمان‌های بریتانیایی که تجهیزات دریافت، یا ضبط رسانه‌های زنده تلویزیونی را دارند، تأمین می‌گردد.

پ) منابع خبری وسایل ارتباط جمعی: وسایل ارتباط جمعی، به جریان دائمی قابل اعتماد اطلاعات به عنوان مواد برنامه‌های خبری نیاز دارند. آنها برنامه‌های زمان‌بندی شده متعددی دارند که باید در ساعات معین، پخش شوند. از سوی دیگر، رسانه‌های خبری، قدرت اقتصادی نسبتاً کمی

دارند و فرستادن دوربین و خبرنگار به همه صحنه‌های مهم خبری برایشان امکان‌پذیر نیست. شرایط اقتصادی آنها را وادار می‌کند که امکانات‌شان را تنها بر اتفاقات خبری بسیار مهم متمرکز کنند (هرمان و چامسکی، ۱۳۷۷، ص ۴۴). البته شرایط دورسانه ۲۴ ساعته CNN و BBC بسیار متفاوت‌تر از سایر رسانه‌ها است. آنها به واسطه سرمایه مالی و انسانی قابل توجه خود، وسیع‌ترین پوشش خبری، متنوع‌ترین منابع و بیشترین تعداد مخاطبان را دارند. در حال حاضر، سی.ان.ان. با زیرمجموعه‌ای بزرگ شامل ۳۶ اداره، که شامل ۱۰ سازمان داخلی و ۱۶ سازمان بین‌المللی، ۹۰۰ ایستگاه تلویزیونی محلی پخش برنامه‌ها و چند شبکه دیگر به زبان‌های مختلف، و برخورداری از چندین وبسایت، شبکه ماهواره‌ای، سایت اینترنتی و رادیو اینترنتی در رده مؤثرترین بنگاه‌های تولید خبر در جهان است، به ۱۵۰ میلیون تلویزیون خانگی در بیش از ۲۱۲ کشور و منطقه جهان وارد شده است. یعنی بیش از ۸۰۰ میلیون نفر در سراسر جهان به این رسانه دسترسی دارند. BBC نیز که فعالیت و خدمات فراگیر آنالاین، رادیو و تلویزیون را به فارسی و ۲۹ زبان دیگر دنیا پخش می‌کند، دارای میلیون‌ها مخاطب و ده‌ها برنامه متنوع، شامل اخبار روزانه تا برنامه‌های «۶۰ دقیقه»، «کوک»، «پرگار»، «صفحه ۲»، «به عبارت دیگر»، «کلیک» و... است.

ت) مؤاخذه وسایل ارتباط جمعی: منظور از مؤاخذه، واکنش‌های منفی به محتوای وسایل ارتباط جمعی است. مؤاخذه می‌تواند به اشکال مختلف مثل مرکزی، محلی، سازمان‌یافته یا به واسطه افراد مستقل انجام شود. اگر در سطحی وسیع، توسط اشخاص یا گروه‌هایی با منافع و امکانات قوی سازمان یابد، می‌تواند دردهای بسیار جدی و حتی پرهزینه برای وسایل ارتباط جمعی فراهم آورد (هرمن و چامسکی، ۱۳۷۷، ص ۵۵). در عصر مشارکت فعال و آزاد رسانه‌ای، پوشش بین‌المللی یک کشور در جنبه‌های اساسی خبرنگاری با بحران مواجه است. عامل اصلی مشکل در پوشش رسانه‌های بین‌المللی از ایالات متحده، فشار مالی از سوی سازمان‌های خبری است. CNN، به دلیل عقب ماندن از اخبار ایران، مورد انتقاد قرار گرفت. BBC نیز به دلیل تأمین سرمایه‌اش از سوی دولت بریتانیا و مالیات‌های شهروندان این کشور، عملکردش به شدت زیر ذره‌بین است.

ث) دیگری‌سازی رسانه‌ها برای کنترل مخالفان: ضدیت با کمونیسم به‌عنوان یک فیلتر خبری در رسانه‌های آمریکا، در زمان جنگ سرد ارائه شد. در آن زمان، نظام سرمایه‌داری جهان به خصوص آمریکا، کمونیسم را دشمن اصلی می‌دانست و خود را حامی جنبش‌های مدنی و آزادی رسانه‌ها معرفی می‌کرد. پس از دوران جنگ سرد، «ترساندن از کمونیسم و مبارزه با آن» جانشین کمونیسم‌ستیزی شد (هرمان و چامسکی، ۱۳۷۷، ص ۲۲-۱۲). شیوه دیگر ترساندن از رقبا و دشمنان، دیگری‌سازی است. گاس در کتاب «اصلاح مدل پروپاگاندا ی هرمن و چامسکی در قرن ۲۱»، فیلتر «ما و دیگران»

را جانشین ضدیت با کمونیسم کرده است. گاس معتقد است، این دوگانگی از زمان قدیم بوده است (Goss, 2013, p. 97). چون در حال حاضر ضدیت با کمونیسم دیگر به اندازه قبل مطرح نیست، ضدیت با کشورمان و انتقاد از آن در موضوع هسته‌ای، جایگزین فیلتر پنجم شده است.

۳. مفاهیم پژوهش

۳-۱. بحران^۱

از جنبه‌های گوناگون، دارای تعاریف متعددی است؛ ولی به نظر بسیاری از کارشناسان، عبارت است از هر حادثه یا وضعیتی که حالتی فوق‌العاده دارد و در هر کشوری که رخ دهد، آن کشور را از حالت تعادل خارج می‌کند و برای برطرف کردن آن نیاز به اقدامات اضطراری، اساسی و فوق‌العاده است. به عقیده بورت «بحران، انتهای طیفی است که با حادثه شروع می‌شود، با تعارض ادامه می‌یابد و به بحران که شدیدترین حالت به هم‌ریختگی است، ختم می‌شود» (Bournet, 1998, p. 474). تقریباً همه محققان، به صورت مستقیم یا غیرمستقیم، بحران را مترادف رخداد غیرمنتظره، تغییر ناگهانی، اوضاع دشوار، وضع غیرعادی، آشفتگی، نقطه عطف، تهدید تعادل و منافع، کاهش کنترل و تغییر روابط عادی می‌دانند (نصراللهی، ۱۳۸۹، ص ۳۷). همچنین، به لحظه تصمیم‌گیری هنگام وجود مشکل یا خطر بزرگ، زمان خطرناکی در سیاست و اقتصاد، لحظه تعیین‌کننده، مقطع حیاتی و نقطه برگشت برای بهتر و یا بدتر شدن وضعیت نیز تعریف شده است که وضعیت اضطرار، تهدید به خطر و نیاز به اقدام را منعکس می‌کند. حالت و شرایطی است که، به نابه‌سامانی منجر می‌شود (احمدی، ۱۳۸۵). در این پژوهش، بحران موقعیتی تعریف شده که تهدیدی غیرمنتظره متوجه ارزش‌های حیاتی می‌شود و زمان تصمیم‌گیری در آن محدود است. به عبارت دیگر، شرایط غیرعادی ناشی از تهدیدات خارجی، داخلی و طبیعی است که امنیت اجتماعی مردم و جامعه را مورد تهدید قرار می‌دهد (حسینی، ۱۳۹۰).

۳-۲. برجام^۲

برنامه جامع اقدام مشترک که به «توافق هسته‌ای ایران ۲۰۱۵» نیز معروف است، نتیجه یک فرآیند طولانی مذاکره بین کشورمان و گروه ۵+۱ (پنج کشور عضو شورای امنیت سازمان ملل شامل چین، فرانسه، انگلستان، روسیه، ایالات متحده آمریکا به‌علاوه آلمان) به ریاست مستقیم اتحادیه اروپا می‌باشد (Halil Rahim, 2019, p. 29)، که پس از سال‌ها تهدید نظامی، تحریم‌های بین‌المللی و

1. Crisis

2. Joint Comprehensive Plan of Action (JCPOA)

چندین دور مذاکرات فشرده، در ۱۴ ژوئیه ۲۰۱۵ (۱۳۹۴/۰۴/۲۳) به امضای يك توافق بین‌المللی در وین اتریش منجر، و مبنایی برای جلوگیری از جنگ هسته‌ای در آینده شد. این توافق‌نامه که یکی از اسناد مهم بین‌المللی سازمان ملل متحد به‌شمار می‌آید، در ۱۸ اکتبر همان سال امضاء و در ۱۶ ژانویه ۲۰۱۶ لازم‌الاجرا شد و با صدور قطعنامه ۲۲۳۱ شورای امنیت سازمان ملل، مورد حمایت قرار گرفت. پس از آن، کشورهای امضاءکننده به اجرای کامل تعهدات مندرج در آن موظف شدند.

۳-۳. پروپاگاندا^۱

پروپاگاندا یا تبلیغات سیاسی، واژه‌ای نولاتین و بازسازی‌شده از فعل لاتینی کهن پروپاگاره^۲ به معنی منتشر ساختن و برانگیختن، نشا کردن و چیزی را شناساندن مشتق شده، که در واقع نشان‌دهنده سه مرحله کاشت، داشت و برداشت است (محسنیان‌راد، ۱۳۸۴، ص ۳۲۴). همچنین، گونه‌ای ارتباط است که در آن اطلاعات هماهنگ و جهت‌دار برای بسیج افکار عمومی از طریق تبلیغات سیاسی پخش و فرستاده می‌شود. تبلیغات سیاسی، شکلی از ارتباط است که هدف آن، تأثیر بر گرایش یک جمع یا جماعت همسو با موضع و دلیل دلخواه مَبْلَغ سیاسی است. پروپاگاندا، برخلاف تهیه اطلاعات غیرجانبدارانه در اصلی‌ترین معنای خود، دادن اطلاعات با هدف تأثیر جهت‌دار بر مخاطب است (میرشکاری، ۱۳۸۷). در اصطلاح، شکلی از ارتباطات است که برای انتشار اطلاعات و ترویج یک دیدگاه خاص، مورد استفاده قرار می‌گیرد. این اطلاعات، به‌گونه‌ای طراحی می‌شوند تا مردم، یک مسئله به‌خصوص را باور کنند یا احساس خاصی در آنها شکل بگیرد. همچنین، می‌تواند روی نظر افراد اثر بگذارد و رفتار آنها را کنترل کند. به قول جووت و اودانل (۲۰۰۶)، نوعی از ارتباطات اجتماعی است که هدف آن، نیل به محتوای مورد نظر مَبْلَغ بوده و او می‌کوشد آن محتوا یا موضوع را ارزشمندتر جلوه دهد و لذا، از ابزار متنوع مانند برجسته‌سازی، تغییر ماهیت و محتوای داده‌ها استفاده می‌کند (Jowett & O'Donnell, 2006, p. 2-3). به‌عبارتی، نوعی استراتژی و تاکتیک متقاعدسازی برای تغییر عقاید، نگرش‌ها و رفتارها با به‌کارگیری دروغ، فریب و نفرت‌آفرینی است (Idris, 2019, p. 81).

۳-۳-۱. تکنیک‌ها و روش‌های پروپاگاندا

از نظر الول، پروپاگاندا شامل تکنیک‌هایی می‌شود که به وسیله یک دولت، حزب، سازمان یا یک گروه فشار، برای تغییر رفتار عامه و تأثیر بر آنها به‌کار برده می‌شود. در تبلیغات، شیوه‌ها حساب‌شده و

1. Propaganda

2. Propagere

جزئی؛ اهداف، مشخص و در عین حال محدود؛ و سرانجام، موضوعات مورد تبلیغ، غالباً سیاسی است. به باور وی، بدون شک، تبلیغات یک تکنیک مدرن است؛ بدین معنا که بر پایه یک یا چند شاخه از علم قرار گرفته است و به خودی خود وجود نخواهد داشت؛ ولی بدون آن هیچ چیزی اتفاق نخواهد افتاد. او تبلیغات را به عنوان یک پدیده ویژه می داند که در همه کشورهای از ماهیت یکسانی برخوردار است (همایون، ۱۳۸۴، ص ۸۰). به گفته «لی.ای» و «لی.بی» حداقل هفت روش پروپاگاندا وجود دارد: «نام گذاری» یا برجسب زدن^۱، «زرق و برق پردازی»^۲ یا اعلام شعارهای فریبنده، «دستگاه انتقال»^۳، «توسل به شهادت نامه‌ها»^۴، «جلوه‌نمایی مطالب به شکل مردمی و ساده»، «بارگذاری کارت»^۵ و «دنباله‌روی واکن قطار»^۶.

۳-۲. انواع پروپاگاندا

پروپاگانداى سفید: تبلیغات روشن و شفافی است که می توان از آن با استدلال‌های قانع کننده دفاع کرد. مبانی حق، آزادی و اصول بشردوستانه مانند تبلیغ برای حقوق بشر، حفظ محیط زیست و مبارزه با استبداد و مسائلی که به ارزش‌های عدالت و دموکراسی و مشروعیت بستگی دارد. به این تبلیغات، تبلیغات آشکار^۷ یا تبلیغات مستقیم^۸ نیز می گویند.

پروپاگانداى خاکستری: تبلیغاتی قانع کننده و هدفمند است و در الفاظ و عناصر خود، مطالبی غیر از آنچه اعلام می شود را پنهان می کند. اما می توان با بررسی اهداف آن و ماهیت گروه‌ها یا نیروهایی که پشت سر آن ایستاده‌اند، هدف واقعی آن را مشخص و بدین ترتیب، آن را افشا و هدف واقعی آن را آشکار کرد.

پروپاگانداى سیاه: که به آن تبلیغات پنهان^۹ یا تبلیغات غیرمستقیم^{۱۰} هم می گویند. تبلیغاتی پنهان است که به شایعاتی با منشأ نامعلوم نزدیک است. این تبلیغات، توسط سرویس‌های اطلاعاتی و مأموران مخفی انجام و به شیوه‌های پنهان، رشد و تکثیر می یابد. با جنگ شایعات و جنگ روانی از خلال جنگ‌ها هم پوشانی دارد.

-
1. Name calling
 2. Glittering generality
 3. Transfer device
 4. Testimonials
 5. Bandwagon
 6. Appeal to Authority
 7. Overt propaganda
 8. Direct propaganda
 9. Covert propaganda
 10. Indirect propaganda

۴. روش پژوهش

به منظور جمع‌آوری و تحلیل اخبار رسانه‌های مذکور، اعم از وب‌سایت‌ها و شبکه‌های تلویزیونی (به دلیل در دسترس‌تر و پرمخاطب‌تر بودن آنها)، از روش تحلیل محتوای کمی و کیفی استفاده شد. داده‌ها، مربوط به یک بازه حدوداً ۷ ساله از می ۲۰۱۸ تا سپتامبر ۲۰۲۴ می‌باشد. دلیل انتخاب این بازه، خروج یک‌جانبه دولت جمهوری‌خواه ترامپ از برجام (۲۰۱۸) و روی کار آمدن دولت دموکرات بایدن (۲۰۲۱) می‌باشد؛ که با توجه به سیاست‌های دولت‌شان، رویکردی متفاوت به برنامه هسته‌ای ایران داشتند. اخبار مورد نظر، براساس آزمون پنج فیلتر هرمن و چامسکی استخراج، کدگذاری و تحلیل شد. به علت حجم زیاد اخبار و گزارش‌های خبری در بازه نسبتاً طولانی ۷ ساله، به‌ویژه برخی مواقع مهم مثل مبارزات انتخاباتی و تغییر دولت و نیز اتخاذ تصمیمات مهم مثل اعلام خروج آمریکا از برجام، اعمال تحریم‌های جدید و انجام مذاکره و... طبق جدول تصادفی، اخبار غالباً مهم و مقارن رویدادهای برجسته، انتخاب شدند. برای این منظور، کلیه اخبار، گزارش‌ها و تحلیل‌های مرتبط در برهه‌های حساس که قابلیت پخش و تحلیل کامل موضوع را داشته باشد، از وب‌سایت‌ها و بخش‌های خبری کامل این دو رسانه در ساعات پربیننده (ساعت ۲۲ بی.بی.سی. و ساعت ۲۱ سی.ان.ان.) انتخاب گردید.

۵. پیشینه تحقیق

با شکل‌گیری اجماع جهانی پیرامون مسئله هسته‌ای ایران، مباحث مربوط به این پدیده، مورد توجه جدی پژوهشگران واقع شده و اخیراً نیز مطالعات متنوعی پیرامون این موضوع، رونق گرفته است. موارد زیر از جمله مهم‌ترین آنها است:

خانجانی^۱ (۲۰۱۷) در پژوهشی با عنوان «پوشش خبری رسانه‌ها و انتخاب منابع اخبار در مباحث سیاست خارجی آمریکا؛ مطالعه موردی توافقنامه ایران (برجام)»، شواهدی قوی از وجود ارتباط بین پوشش اخبار سیاست خارجی آمریکا توسط رسانه‌های آمریکایی و مقام و سمت افراد در دولت آمریکا نشان می‌دهد. در حالی که پژوهش حاضر، پروپاگاندای BBC و CNN را در بحران هسته‌ای ایران در پسابرجام بررسی می‌کند.

اعجازی و همکاران (۱۳۹۹). با مطالعه «تأثیر رسانه‌های اصلی ایالات متحده بر سیاست خارجی آمریکا در قبال ایران (۲۰۲۰-۲۰۰۷)» نشان می‌دهند که رسانه‌های آمریکایی - با بزرگ‌نمایی برخی از موضوعات از قبیل برنامه هسته‌ای ایران - از یک‌سو، بر برداشت نخبگان سیاسی

ایالات متحده از ایران تأثیری مخرب گذاشته‌اند و از سوی دیگر، بازتاب‌دهنده دیدگاه‌های منفی رهبران سیاسی آمریکا درباره ایران بوده‌اند. در واقع، تأثیرگذاری رسانه‌های ایالات متحده بر نخبگان سیاسی آمریکا و تأثیرپذیری آنها از نخبگان سیاسی آمریکا در جهت تصویرسازی منفی از ایران، در طول دو دهه گذشته استمرار داشته است. تفاوت این پژوهش با تحقیق حاضر، در بازه، موضوع و رسانه‌های مورد مطالعه می‌باشد. بازه پژوهش پیش‌رو ۲۰۲۴-۲۰۱۸ است. ضمن اینکه موضوع آن، مشخصاً پروپاگاندهای دو رسانه BBC و CNN درباره پسابرجام می‌باشد.

ناصری ظاهری و شیرزادیان (۱۳۹۸). در پژوهشی با عنوان «مقایسه نحوه پوشش اخبار خروج آمریکا از برجام در وبسایت‌های پرس.تی.وی. و سی.ان.ان»، نشان می‌دهند که هر دو وبسایت، موضوع خروج آمریکا از برجام را بیشتر، از نگاه سیاسی منعکس کرده‌اند. جهت‌گیری پرس.تی.وی. بیشتر منفی و جهت‌گیری سی.ان.ان. بیشتر خنثی بوده است. سی.ان.ان. بیشتر از ظرفیت همگرایی چندرسانه‌ای برای ارائه اطلاعات حداکثری به مخاطب در فضای محدود وبسایت استفاده کرده است. این در حالی است که، پژوهش حاضر ضمن بسط موضوع نقض برجام از دوره ترامپ به دوره بایدن به جای پرس.تی.وی. نیز بی.بی.سی. را جایگزین کرده و موضوع را از دیدگاه تبلیغات رسانه‌ای بررسی می‌کند.

۶. بحث

در چند دهه اخیر، ایران به دلیل ایستادگی سرسختانه در برابر قدرت‌های غربی درخصوص تعدادی از موضوعات، تیر رسانه‌های جهانی شده است. مهم‌ترین آنها مسئله هسته‌ای ایران، به‌ویژه پس از نقض برجام بوده است. قدرت‌های غربی، گمان می‌کنند که ایران برنامه هسته‌ای مخفی خود را برای اهداف نظامی اجرا می‌کند؛ اما مقامات آمریکایی هنوز راه‌حلی برای این موضوع پیدا نکرده‌اند. بسیاری فکر می‌کردند اعمال تحریم‌ها یا طرح پرونده هسته‌ای ایران در شورای امنیت، می‌تواند در کنترل موضوع کارساز باشد. حمله نظامی نیز به‌عنوان آخرین راه‌حل، هیچ‌گاه از گزینه‌های دولت‌های غربی حذف نگردید. با ناکامی گزینه‌های مذکور، در حال حاضر به نظر می‌رسد دیگر این ژنرال‌ها نیستند که سرنوشت برجام را تعیین می‌کنند؛ بلکه هکرها و روزنامه‌نگاران هستند که به‌عنوان سربازان جدید، در حال مبارزه با نوع جدیدی از جنگ علیه ایران می‌باشند. ایالات متحده، به‌منظور برهم زدن و تضعیف تأسیسات هسته‌ای ایران، علاوه بر استفاده پنهانی از جنگ فنی یا سایبری، از قدرت رسانه‌ای خود نهایت بهره را می‌برد. سایر دولت‌های غربی و حتی منطقه‌ای (به‌خصوص اسرائیل) نیز بیشتر به این ابزارها متوسل شده‌اند. لذا رسانه، انتخاب ارجح بسیاری از کارشناسان سیاسی برای تغییر واقعیت هسته‌ای ایران از طریق تبلیغات رسانه‌ای و جنگ روانی است.

کاری که موفقیت در آن، به کارآمدی دولت‌ها در کنترل رسانه‌های جهانی بستگی دارد.

کارشناسان آژانس بین‌المللی انرژی اتمی^۱ در وین، با وقوف به اهمیت نقش رسانه‌ها، هشدار داده‌اند که قدرت‌های غربی به‌جای «تغذیه اطلاعات نادرست و تبلیغات» از طریق رسانه‌ها، باید اطلاعات دقیق‌تری دربارهٔ ایران در اختیار بازرسان هسته‌ای قرار دهند. منابع نزدیک به این آژانس، به The Tyee گفتند که آژانس به اطلاعات بیشتری از سایر کشورها نیاز دارد. یک کارشناس آژانس مذکور گفت: برخی کشورهایی که به دلایلی غیر از فعالیت‌های هسته‌ای ایران با این کشور مشکلاتی دارند، از نشت‌گزینی اطلاعات استفاده می‌کنند تا «به‌منظور ایجاد تصور عمومی از ایران به‌عنوان متخلف سریالی، دستور کار خاصی را ارائه دهند». این منبع، در اینکه «یک بازی تبلیغاتی از هر طرف در حال انجام است»، ابراز ناامیدی کرد و گفت که آژانس بین‌المللی انرژی اتمی هیچ مأموریتی برای جاسوسی از کشورها یا جستجوی سایت‌ها، بدون اطلاع آن کشور یا رسانه ندارد. او گفت که، با بالا گرفتن شایعات و اتهامات در مورد برنامهٔ تسلیحات هسته‌ای ایران، بازرسان آژانس بین‌المللی انرژی اتمی، جزئیات خاصی برای اقدام ندارند. این منبع، تأکید کرد که آژانس می‌تواند تصاویر ماهواره‌ای پیچیده تهیه کند؛ اما اگر نداند به کجا نگاه کند، این امر کمکی نمی‌کند. این منبع افزود: «بسیاری از مردم می‌گویند ایران برنامه تسلیحات هسته‌ای دارد، اما هیچ‌کس اطلاعات قابل‌اجرای به ما نداده است. ما جاسوس نداریم، در فضا ماهواره نداریم. ما به آنچه بازرسان در محل می‌بینند یا مقالات روزنامه‌ها و اطلاعات کشورهای عضو ارائه می‌کنند، تکیه کرده و همهٔ اینها را ترکیب می‌کنیم. ما ظرفیت جستجوی هر اینچ از هر کشور را نداریم. این هدر دادن منابع است که بگوییم ما اطلاعات داریم و به آنجا می‌رویم و چیزی پیدا نمی‌کنیم. برخی، هنوز به سبک جنگ سرد عمل می‌کنند».^۲

به این ترتیب، برنامه هسته‌ای ایران به یکی از چالش‌برانگیزترین مسائل دهه‌های اخیر برای رسانه‌های بین‌المللی تبدیل شده، رسانه‌ها براساس سیاست‌های رسانه‌ای و حاکمیتی خود مسئله را از زوایای خاصی منعکس می‌کنند. در این راستا BBC و CNN دو رسانه پیش‌رو هستند که به‌منظور تحلیل پروپاگاندای آنها از مسئله هسته‌ای ایران در دورهٔ پسابرجام، به برجسته‌ترین شواهد از نظر بسامد و محتوی در وبسایت‌شان (۲۰۲۴-۲۰۱۸) استناد می‌گردد.

۶-۱. پروپاگاندای بی.بی.سی.

بی.بی.سی. برنامهٔ هسته‌ای ایران را به‌وضوح یک بحران معرفی می‌کند و همواره نیز بر این دیدگاه

1. IAEA

2. <https://www-iaea-org.translate.goog>: 2019

اصرار داشته است. نمونه واضح این رویکرد، پژوهشی با عنوان «بحران هسته‌ای ایران» (منتشرشده در ۱۶ نوامبر ۲۰۲۱ در وبسایت انگلیسی این رسانه می‌باشد) است، که در این مقاله آمده: «قدرت‌های جهانی و ایران در تلاش برای احیای توافق هسته‌ای تاریخی هستند که سه سال است در آستانه فروپاشی بوده است. ایران همواره بر صلح‌آمیز بودن برنامه هسته‌ای خود تأکید کرده، اما سوءظن استفاده از آن به‌عنوان پوششی برای تولید بمب هسته‌ای، سازمان ملل، ایالات متحده و اتحادیه اروپا را بر آن داشت تا تحریم‌های فلج‌کننده‌ای را از سال ۲۰۱۰ اعمال کنند. در سال ۲۰۱۵، ایران با شش قدرت (چین، فرانسه، آلمان، روسیه، آمریکا و بریتانیا) به توافق رسید که براساس آن، فعالیت‌های هسته‌ای خود را در ازای لغو تحریم‌ها، محدود کند. کانون نگرانی‌ها، تولید اورانیوم غنی‌شده ایران بود که مصارف غیرنظامی دارد؛ اما می‌تواند در سلاح‌های هسته‌ای نیز استفاده شود. لذا، محدودیت‌هایی بر روی سطح خلوص، تعداد و نوع ماشین‌های سانتریفیوژ مورد استفاده برای انجام غنی‌سازی و مقدار موادی که می‌توانست ذخیره کند، اعمال شد. علاوه‌بر این، ایران با اجازه بازرسی‌های بین‌المللی موافقت کرد. در سال ۲۰۱۸، ترامپ، رئیس‌جمهور وقت ایالات متحده، این توافق را نقض کرد و تحریم‌های آمریکا را بازگرداند. او خواهان توافق جدیدی بود که برنامه موشکی بالستیک ایران و دخالت آن در درگیری‌های منطقه‌ای را نیز محدود کند. اما ایران امتناع کرد و دید که با اعمال تحریم‌ها، اقتصادش وارد رکود شده است. زمانی که تحریم‌ها در سال ۲۰۱۹ تشدید شدند، ایران شروع به نقض محدودیت‌های توافق کرد. ذخایر اورانیوم غنی‌شده این کشور، اکنون چندین برابر بیشتر از حد مجاز است. بخشی از آن، درست کمتر از خلوص مورد نیاز برای یک بمب است و صدها سانتریفیوژ پیشرفته در حال چرخش هستند. گفت‌وگوها برای نجات این پیمان در ماه می، پس از ریاست‌جمهوری بایدن، آغاز شد. او می‌گوید در صورتی که ایران همه تعهدات خود را از سر بگیرد، آمریکا دوباره به برجام ملحق شده و تحریم‌ها را لغو خواهد کرد. همتای ایرانی بایدن، ابراهیم رئیسی، می‌گوید آمریکا باید اولین قدم را بردارد».

بی.بی.سی. در پرداختن به برنامه هسته‌ای ایران، به‌وفور به سراغ عباراتی با مضامین منفی می‌رود که تصویر نهایی آن، غالباً القای غیرصلح‌آمیز و خطرناک بودن اهداف هسته‌ای ایران می‌باشد. این رسانه با انتخاب تیترا و اصطلاحاتی هیجانی، رمزآلود، تهدیدآمیز، سؤال‌ی و تردیدآمیز، سعی در القای نظامی و تسلیحاتی بودن اهداف برنامه هسته‌ای ایران دارد. اینگونه برخورد بی.بی.سی.، بارها سبب تغییر نگرش بین‌المللی و متعاقباً مسیر مذاکرات برجام شده است. برای نمونه، آخرین ساعات قبل از اعلام رسمی نقض برجام توسط ترامپ (۸ مه ۲۰۱۸) را اینگونه توصیف می‌کند: «برجام در ساعات سرنوشت؛ ۴ سناریوی ترامپ، ۵ واکنش احتمالی ایران». یکی از برجسته‌ترین ویژگی‌های

بی.بی.سی.، ایجاد سؤال و ابهام در ذهن مخاطب می‌باشد که درخصوص برنامه هسته‌ای ایران، به کرات قابل مشاهده است، مثل: «ایران چقدر با ساخت بمب هسته‌ای فاصله دارد؟» (۱ دسامبر ۲۰۲۴)، «نشست شورای حکام آژانس: مذاکرات هسته‌ای در سرایش سقوط یا چشم‌انداز حل اختلاف؟» (۱۸ نوامبر ۲۰۲۴)، «خامنه‌ای آب پاکی را روی دست طرفداران مذاکره با آمریکا ریخت؛ حالا تکلیف پزشک‌های چیست؟» (۲۵ ژوئن ۲۰۲۴)، «نشست شورای حکام آژانس بین‌المللی انرژی اتمی؛ آیا بر سر قطعنامه علیه ایران توافق خواهد شد؟»، «مذاکرات هسته‌ای؛ در سال ۱۴۰۲ چه سرنوشتی در انتظار برجام است؟» یا «عاقبت جدال هسته‌ای برای ایران چه خواهد بود؟» و...؛ که صراحتاً بیان تمامی عبارات مطرح‌شده، حاکی از رویکرد منفی این رسانه به برنامه هسته‌ای ایران و تلاش در راستای القای تردید در جامعه جهانی و جلب توجه آنها به محدود ساختن برنامه مذکور می‌باشد.

عمده تمرکز بی.بی.سی. بر تهدیدآمیز بودن اهداف هسته‌ای ایران و نگرانی‌های منطقه‌ای و به‌ویژه اسرائیل از آن می‌باشد. در این راستا به‌وفور، به غنی‌سازی‌های غیرمتعارف توسط کشورمان و صدور قطعنامه‌های شورای امنیت و نیز تلاش‌های مقابله‌جویانه کشورهای منطقه و اسرائیل اشاره می‌کند. برای نمونه: به برگزاری «رزمایش ارتش اسرائیل برای تمرین مقابله با تهدید ایران» (۲ ژوئن ۲۰۲۲)، خواسته محمد بن سلمان مبنی بر اینکه «در صورت اتمی شدن ایران، عربستان هم باید به اسلحه اتمی دست یابد» (۲۱ سپتامبر ۲۰۲۳)، خواست اسرائیل از چین که «مانع دستیابی ایران به سلاح هسته‌ای شود» (۱۸ آوریل ۲۰۲۳)، اتحاد منطقه‌ای علیه ایران به نقل از نتانیاهو در مجمع عمومی با عنوان: «تهدید ایران، اسرائیل و کشورهای عربی را به هم نزدیک‌تر کرده» (۲۲ سپتامبر ۲۰۲۳)؛ انتقاد تند کشورهای غربی از ایران در شورای امنیت (۷ ژوئیه ۲۰۲۳).

گویا از نظر بی.بی.سی.، قصد ایران برای دستیابی به سلاح هسته‌ای، امری ثابت شده و غیرقابل انکار است. شواهد بسیاری می‌توان بر این ادعا آورد. افزون‌بر شواهد فوق که ریشه خارجی دارند، این رسانه با بهره‌گیری از برخی مسائل داخلی مثل اعتراضات سال ۱۴۰۱ و موارد مشابه نیز بر لزوم جلوگیری از دستیابی ایران به سلاح هسته‌ای تأکید می‌کند. در این راستا طی گزارشی از اعتراضات سال ۱۴۰۱، به نقل از دولت آلمان عنوان می‌کند: «به دلیل همین سرکوب‌ها در ایران است که حکومت این کشور نباید به سلاح اتمی دست پیدا کند» (۱۵ نوامبر ۲۰۲۲)؛ همچنین با طرح «واکنش رابرت مالی به درگذشت مهسا امینی» از وی نقل می‌کند: «تصور کنید ایران با رسیدن به سلاح هسته‌ای، چه خواهد کرد» (۲۱ سپتامبر ۲۰۲۲).

در نهایت، تصویری که بی.بی.سی. از وضعیت برجام در بازه مورد بحث ارائه می‌دهد، تصویری

نامیدکننده و بر پایه فیلتر «ما و دیگری» است، که ایران تضعیف‌شده به قول سولیوان را، که می‌تواند به دنبال سلاح هسته‌ای باشد (۲۲ دسامبر ۲۰۲۴)، در یک طرف و جامعه جهانی نگران را در طرف مقابل قرار می‌دهد؛ که با مکانیسم ماشه، یکدیگر را تهدید می‌کنند. وزیر اطلاعات ایران تصریح می‌کند «اگر به ناچار به سراغ بمب اتمی برود، دیگران مقصرند» (۸ فوریه ۲۰۲۱)، عراقچی هشدار می‌دهد که: «اگر مکانیسم ماشه فعال شود، ایران به فکر دستیابی به سلاح اتمی می‌افتد» (۲۸ نوامبر ۲۰۲۴) و بریتانیا نیز به نمایندگی از ۱۵+۱ هشدار می‌دهد: «برای جلوگیری از دستیابی ایران به سلاح هسته‌ای، اگر لازم شود مکانیسم ماشه را فعال می‌کنند» (۲۴ نوامبر ۲۰۲۴). در بیشتر موارد مطرح از سوی بی.بی.سی، ایران در تقابل با سایر کشورها قرار دارد؛ که قصد تسلیم و تمکین ندارد. لذا، یگانه و اصلی‌ترین مقصر وضعیت فعلی برجام و سرنوشت مبهم آن، ایران می‌باشد؛ زیرا به قول آقای رئیسی: «ایران حتی یک قدم هم عقب‌نشینی نمی‌کند» و در نتیجه، به تعبیر مدیرکل آژانس اتمی: شرایط دشوارتر شده است (۹ ژوئن ۲۰۲۲). همچنین «سطح همکاری با آژانس بین‌المللی انرژی اتمی را کاهش داده» (۸ ژوئن ۲۰۲۲)؛ و به اعلام «رئیس سازمان انرژی اتمی: به فعالیت تمام دوربین‌های فریادمانی پایان می‌دهد» (۱۰ ژوئن ۲۰۲۲)؛ حتی آژانس انرژی اتمی ایران، اعلام می‌دارد: «در حال گسترش فعالیت هسته‌ای است» (۱۱ اکتبر ۲۰۲۲) و «توانایی فنی ساخت بمب هسته‌ای را دارد» (۱۷ ژوئیه ۲۰۲۲)؛ یا «نصف روز» برای اورانیوم ۹۰ درصد و «یک هفته» برای ساخت سلاح اتمی دارد، که اروپا را به پای میز مذاکره جلب می‌کند (۲۴ آوریل ۲۰۲۴) و سایر موارد مشابه. در مقابل، اتحادیه اروپا، گروه ۱+۵، آمریکا، اسرائیل و سایر کشورها (منطقه و بین‌الملل) بسیار نگران توصیف می‌شوند.

۶-۲. پروپاگانداى سی.ان.ان.

به‌رغم اینکه اخبار اخیر سی.ان.ان. درباره برنامه هسته‌ای ایران، اندکی نامیدکننده است و این رسانه به سراغ اخباری با مضمون احتمال بازنگری ایران در دکتترین هسته‌ای و خطر ساخت سلاح هسته‌ای توسط ایران می‌رود؛ از جمله چند خبر به نقل از جیک سالیوان مشاور امنیت ملی کاخ سفید مبنی بر اینکه: «سالیوان از کاخ سفید می‌گوید، ایران ضعیف‌شده می‌تواند به دنبال سلاح هسته‌ای باشد» (۲۲ دسامبر ۲۰۲۴)؛ یا «تعجب‌آور نیست که ایران در دکتترین هسته‌ای خود بازنگری کند» (۲۳ دسامبر ۲۰۲۴)؛ یا «این خطر وجود دارد که ایران از قول خود مبنی بر عدم ساخت سلاح هسته‌ای صرف‌نظر کند» (۲۳ دسامبر ۲۰۲۴)؛ نیز به نقل از ناظر هسته‌ای که: «غنی‌سازی اورانیوم ایران نگران‌کننده است» (۶ دسامبر ۲۰۲۴)؛ یا از قول «منبع غربی می‌گوید جهش هسته‌ای ایران «بسیار جدی» به دیپلماسی لطمه می‌زند»، «ترامپ در حال بررسی اقدام نظامی علیه ایران است»

(۱۴ دسامبر ۲۰۲۴)؛ و اخبار و گزارشاتی را تحت این عناوین که «سازمان ملل می‌گوید ایران در حال افزایش ذخایر اورانیوم خود نزدیک به درجه تسلیحاتی است» (۱۹ نوامبر ۲۰۲۴)؛ «یک گزارش محرمانه دربارهٔ ذخایر اورانیوم غنی‌شده ایران هشدار می‌دهد» (۲۰ نوامبر ۲۰۲۴)؛ «ایران می‌گوید نصب سانتریفیوژهای جدید را پس از قطعنامه ناظر هسته‌ای سازمان ملل آغاز کرده است» (۲۲ نوامبر ۲۰۲۴)، «ایران سرعت غنی‌سازی اورانیوم را به درجه نزدیک به بمب افزایش می‌دهد» (۶ دسامبر ۲۰۲۴) و...، اما برخلاف بی.بی.سی.، رویکردی معتدل‌تر به موضوع داشته و غالباً سعی در حفظ بی‌طرفی دارد و در اخبار و گزارش‌هایش، ایران را به ساخت تسلیحات هسته‌ای یا تلاش برای این کار، متهم نمی‌کند. سی.ان.ان. هنوز کمابیش به احیای برجام امیدوار است. گواهِش نیز پرداختن به اخبار مرتبط با توافق هسته‌ای و مصاحبه با مقامات آمریکایی در این خصوص است. در این باره، دو نقل از جیک سالیوان دارد با این عنوان که: «فرصت توافق هسته‌ای با ایران در دوره ترامپ وجود دارد» (۲۲ دسامبر ۲۰۲۴) و «ترامپ می‌تواند کلید احیای توافق هسته‌ای ایران باشد» (۲۳ دسامبر ۲۰۲۴) که در بخشی از آن آمده: «... سالیوان مدعی شد که در پی فروپاشی دولت سوریه، ایران در کنار متحدانش در محور مقاومت تضعیف شده ... به گفتهٔ سالیوان، دولت بایدن نگرانی‌های خود را در مورد تغییر احتمالی تهران به سمت تسلیحات هسته‌ای به تیم ترامپ منتقل کرده است. سالیوان گفت: «خطر حرکت ایران به سمت توسعهٔ سلاح‌های هسته‌ای، واقعی است و ما با هوشیاری، این احتمال را زیر نظر داریم. وی در ادامه مدعی شد که، حملات نظامی اخیر اسرائیل علیه حزب‌الله لبنان، حماس و سایت‌های موشکی و دفاعی ایران، نفوذ منطقه‌ای ایران را بیشتر تضعیف کرده و افزود: «تعجبی نخواهد داشت اگر برخی در ایران در پاسخ به این چالش‌ها از ارزیابی مجدد دکترین هسته‌ای خود دفاع کنند. این مشاور، فاش کرد که بحث در مورد سیاست هسته‌ای ایران به دولت آمریکا محدود نشده و گفت‌وگوهایی با مقامات اسرائیلی نیز انجام شده است که بر نگرانی‌های مشترک در مورد تغییر احتمالی در موضع هسته‌ای تهران تأکید شده است. اما جمهوری اسلامی، موضع قاطع خود را در مورد عدم اشاعهٔ هسته‌ای حفظ می‌کند. به گزارش رسانه دولتی ایران، تهران بار دیگر تأکید کرده که محور مقاومت، مستقل عمل می‌کند و نیابتی ایران نیست. علاوه بر این، رهبران ایران پیوسته پابندی خود را به مقررات بین‌المللی حاکم بر فعالیت‌های هسته‌ای تأیید کرده‌اند. رهبر انقلاب اسلامی نیز پیش از این، تولید و استفاده از سلاح هسته‌ای را حرام شرعی اعلام کرده بودند...».

اسرائیل، یکی از منابع خبری هر دو رسانه است. سی.ان.ان. در ۲۴ دسامبر ۲۰۲۴ نگرانی اسرائیل را از اهداف هسته‌ای ایران چنین نقل می‌کند: «روزهایی پر از شکست در انتظار جمهوری اسلامی؛ عزم راسخ اسرائیل در برابر تهدیدات هسته‌ای و گروه‌های تروریستی منطقه» نیز «دیپلمات اسرائیلی: پس

از تغییر دولت در واشنگتن، ایران جرأت ساخت سلاح هسته‌اى ندارد».

سى.ان.ان. در اخبار و گزارشات خود سعی کرده به هر دو طرف توجه کند. شاید این گزارش با عنوان «اگر ترامپ می‌تواند با کیم‌جونگ اون مذاکره کند، چرا ایران نه؟» (۲۸ ژوئن ۲۰۱۹)، آشکارترین شاهد بر بی‌طرفی این رسانه نسبت به ایران باشد. سى.ان.ان. در این گزارش آورده: «با ادامه بحران ایالات متحده با ایران، همراه با چشم‌انداز ترسناک یک رویارویی نظامی احتمالی با تهران، یک سؤال بزرگ به‌نظر می‌رسد. اگر ترامپ بتواند نشست و مذاکره کند و نامه‌های عاشقانه خود را برای کیم‌جونگ اون، یکی از آخرین اقتدارگرایان واقعی جهان بفرستد - مردی که کشورش (مانند ایران) در فهرست کشورهای حامی تروریسم آمریکا قرار دارد، که حدود ۶۰ سلاح هسته‌اى دارد، به ژاپن موشک پرتاب و کره جنوبی را تهدید کرده است و سوابقش در مورد حقوق بشر و تخلفات علیه مردم خودش، او را در رده شیطانی واقعی قرار می‌دهد - چرا او نمی‌تواند با مقامات ارشد ایرانی برای یافتن راهی برای خروج از بحران کنونی بنشیند؟» خود سى.ان.ان. ادامه می‌دهد: «پاسخ سریع، البته در شرایط بحران کنونی این است که با مشاهده خروج ایالات متحده از توافق هسته‌اى ۲۰۱۵ و اعمال مجدد تحریم‌ها ... تهران علاقه‌اى به گفت‌وگو ندارد و دولت هم که به کمپین فشار حداکثری خود وابسته است، در حال حاضر علاقه‌اى به این موضوع ندارد، حتی اگر ترامپ بارها پیشنهاد کرده باشد که بدون پیش‌شرط با رئیس‌جمهور حسن روحانی بنشیند. سؤال جالب‌تر این است که چرا ترامپ توانسته این قدر بی‌دردسر با یکی از رهبران اقتدارگرا و نه با دیگری تعامل داشته باشد؟ واقعاً در ذهن او، چرا کره شمالی شریک قابل قبول‌تری از تهران است؟ چه چیزی کره شمالی را این قدر متفاوت می‌کند؟ و همه اینها در مورد چشم‌انداز هرگونه مذاکره جدی با ایران چه می‌گوید؟». در ادامه، سى.ان.ان. معتقد است که: «... در واقع، ترامپ به کیم منطقه امنی در برابر انتقادهایی که به پوتین، رئیس‌جمهور روسیه اعطا کرده، داده است. او مدام از کیم تعریف می‌کند و از نامه‌های زیبایی که از یک دوست (کیم) می‌گیرد، صحبت می‌کند. در واقع، علی‌رغم دو اجلاس ناموفق که در آن، انتظارات از نتایج فزاینده رفت و چشم‌انداز سومى که به‌نظر می‌رسد امید چندانی برای موفقیت وجود ندارد، ترامپ می‌خواهد رویای کره شمالی را زنده نگه دارد. در واقع، او احساس می‌کند که کره شمالی - برخلاف ایران - یک موفقیت بی‌سابقه، بلیتی برای ورود به کتاب‌های تاریخ خواهد بود و احتمالاً جایزه صلح نوبل را برای او به ارمغان خواهد آورد. و مهم‌تر از همه، برخلاف تمام پیشینانش، این موفقیت او به خاطر این است که ریسک تعامل شخصی با کیم را به جان خریده است. اما برخلاف کره شمالی که ترامپ رویکرد منحصر به فرد خود را به دیپلماسی ارائه کرده است، ایران داستانی قدیمی و پربار است و در ذهن ترامپ، به دلیل تلاش‌های بی‌نظیر دیگران، پیچیده

است. او زمان زیادی را در مبارزات انتخاباتی صرف کرد و توافق هسته‌ای ۲۰۱۵ را بدترین توافق تاریخ بشریت خواند و از آن برای ضربه زدن به باراک اوباما استفاده کرد و متعهد شد که آن را پاره یا حداقل در مورد آن دوباره مذاکره کند. اینکه توافق با ایران به‌تنهایی متعلق به اوباما بود، کافی بود تا ترامپ آن را کنار بگذارد تا همه بفهمند که، «کلانتری» جدید در شهر وجود دارد. مانند بسیاری از مسائل دیگر، از مشارکت ترانس پاسیفیک گرفته تا آب و هوا و مهاجرت، ترامپ از همه چیزهایی که اوباما لمس کرده بود کنار رفت ... به‌طور خلاصه، ایران یک تجارت قدیمی بود- تجارت اوباما- و اگر او نمی‌توانست فوراً از توافق خارج شود، ترامپ به‌زودی این کار را انجام می‌داد و کمپین فشار حداکثری جدیدی را تحمیل کرد. برخلاف کره شمالی، که تحریم‌هایش را حتی در حالی که چاپلوسی می‌کرد و به کیم شک داشت، حفظ کرد، در مورد ایران، همه چیز «سرکه بود و بدون عسل»؛ و رفتار ایران در خارج از توافق هسته‌ای، به‌ویژه تلاش‌هایش برای نشان دادن نفوذ خود در منطقه، به ترامپ و مشاوران جنگ‌طلبش توجیهی داد تا خروج از توافق را منطقی کنند و تا هرکجا که می‌توانند بر ایران فشار بیاورند ...».

سی.ان.ان.، همواره از منتقدان اصلی دولت ترامپ در نقض برجام و از حامیان جدی احیای مذاکرات بوده است. این رسانه ضمن تلاش در راستای احیای مذاکرات برجام، شدیدترین انتقادات را از ترامپ داشته و می‌گوید: «ترامپ در مورد ایران دچار فراموشی می‌شود» (۱۶ سپتامبر ۲۰۱۹). این رسانه، ضمن اشاره به رفتارهای متناقض وی در سیاست‌گذاری در قبال ایران می‌افزاید: «رهبران ایران دلایلی دارند که در مورد اهداف پرزیدنت ترامپ، در مورد کشورشان سردرگم باشند. ترامپ، سال گذشته آمریکا را از توافق هسته‌ای ایران خارج و سپس تحریم‌های شدید جدیدی را علیه این کشور اعمال کرد. در ماه ژوئن، دستور حمله نظامی به ایران را صادر و سپس در آخرین لحظه، آن را لغو کرد. ترامپ همچنین گفته که بدون پیش‌شرط، با رهبری ایران می‌نشیند، اما اکنون به نظر می‌رسد که حرف خود را برعکس کرده است. موضع‌گیری وی بین تجاوز و آشتی، ممکن است برای یک معامله املاک و مستغلات در منهنز مفید باشد؛ اما این کاملاً گیج‌کننده است و وقتی با محاسبات پیچیده یک قدرت بزرگ منطقه‌ای مانند ایران، سروکار دارد که مدت‌ها است ایالات متحده را دشمن می‌داند، مخاطرات بسیار بیشتر است. ایرانی‌ها را فراموش کنید، به‌نظر می‌رسد تغییر مواضع ترامپ در مورد ایران حتی برای اعضای کابینه او نیز گیج‌کننده باشد ...».

۷. نتیجه‌گیری

شواهد درباره‌ی رویکرد رسانه‌های مورد مطالعه به مذاکرات برجام، پس از نقض آن توسط دولت ترامپ (می ۲۰۱۸) تا واپسین روزهای دولت بایدن (۳۰ دسامبر ۲۰۲۴)، بسیار متنوع و متعدد

است. برنامه هسته‌اى ایران پس از خروج یک‌جانبه ایالات متحده از آن، به آشکال مختلف و متفاوتی در رسانه‌ها منعکس شده است. غالب اخبار مربوطه و رویکرد رسانه‌ها از جمله بی.بی.سی. و سی.ان.ان. نیز آمیخته به تبلیغات (مثبت، منفی و یا خنثی) است. شاید یکی از دلایل آن نیز علاوه بر ماهیت مبهم اهداف هسته‌اى کشورمان، کنترل شدید بر پوشش رسانه‌اى داخلی از آن باشد. امری که در بحبوحه اختلافات بین‌المللی با ایران بر سر اهداف مذکور، راه حقیقت را بسته و مسیر گمانه‌زنی‌ها و تفاسیر احتمالی را باز کرده است. به قول حافظ: «جنگِ هفتاد و دو ملت همه را عُدَرِ بِنَه / چون ندیدند حقیقت، رَه افسانه زدند» (غزل ۱۸۴). یعنی در میدان جنگ ۷۲ ملت، هر عملی توجیه خود را پیدا می‌کند. طرفین، وقتی از درک واقعیت عاجز می‌شوند، به دریچه تخیل و توهم روی می‌آورند. در نتیجه، با وجودی که تصور می‌شد در دنیای مدرن، عصر افسانه‌ها و خیال‌ها گذشته و می‌توان حقایق را به دقت ثبت و به افکار عمومی ارائه کرد؛ با این حال، شرایط و فلسفه‌های مختلف، امکان دستیابی به حقیقت واقعی را زیر سؤال می‌برد. چنانکه واقعیت‌ها در هجوم توهمات، سانسورها، کنترل اخبار و... گم شده و براساس تئوری فراواقعیت «ژان بودریار» فیلسوف فرانسوی، رسانه‌ها و شبیه‌سازی‌های تکنولوژیکی، واقعیتی را ایجاد می‌کنند که عموم مردم آن را واقعی‌تر از آنچه در واقع اتفاق افتاده است، درک می‌کنند. در حال حاضر نیز، تصویری که رسانه‌های غربی از موضوع هسته‌اى ایران ارائه می‌دهند، تصویری نمایشی و یک نوع عملیات روانی رسانه‌اى می‌باشد که نشان‌دهنده قصد رسانه‌ها از استفاده از این عملیات برای تبلیغات، صرف‌نظر از نتیجه واقعی مذاکرات برجام و تلاش‌ها در این باره، به خصوص از سمت بی.بی.سی. است. از نظر این رسانه ایران، به خصوص اگر هسته‌اى شود، نه تنها تهدیدی کاملاً غیرقابل تحمل برای اسرائیل است، بلکه تهدیدی برای ایالات متحده و نظم بین‌المللی لیبرال به رهبری ایالات متحده نیز می‌باشد. اما سی.ان.ان. چنین صراحتی در اخبارش نسبت به خطر ایران ندارد.

یک واقعیت مهم دیگر - هر زمان که مسئله هسته‌اى ایران مطرح می‌شود - که کاملاً مورد بحث قرار نمی‌گیرد، این است که اسرائیل، خود دارای تسلیحات هسته‌اى است و برخلاف ایران، یکی از طرف‌های معاهده منع گسترش سلاح‌های هسته‌اى نیست و مسلماً در اختیار داشتن مخفیانه سلاح‌های هسته‌اى باید ایالات متحده را ملزم به قطع کمک‌های نظامی به آن، براساس قوانین ایالات متحده کند. در واقع، ایران مدت‌ها است که این موضع را داشته که هیچ کشوری در خاورمیانه، از جمله خودش، نباید سلاح هسته‌اى داشته باشد و باید یک منطقه رسمی عاری از سلاح هسته‌اى برای کل خاورمیانه ایجاد شود. در واقع، هر کشوری در سازمان ملل از ایجاد چنین منطقه‌اى حمایت می‌کند، به استثنای آمریکا و اسرائیل! این بدان معنا است که اگر اسرائیل مایل بود به همان استانداردی

که ایران را به آن پایبند می‌داند، خود نیز پایبند باشد؛ دیگر هیچ «تهدید هسته‌ای» از جانب ایران وجود نخواهد نداشت. کل مسئله این است که، اسرائیل مدعی حق داشتن سلاحی است که به ایران اجازه نخواهد داد در اختیار داشته باشد و اسرائیل نشان داده که مایل است در خرابکاری، حملات سایبری و ترور در ایران به منظور اجرای استاندارد دوگانه شرکت کند. با این وجود، ایران در واقع مایل بود محدودیت‌هایی را بر برنامه‌های هسته‌ای خود به‌عنوان بخشی از برنامه جامع اقدام مشترک ۲۰۱۵، بپذیرد؛ که معمولاً به‌عنوان توافق هسته‌ای ایران شناخته می‌شود. آژانس بین‌المللی انرژی اتمی، ایران را تأیید کرده بود که به تعهدات خود پایبند است؛ اما دولت ترامپ آن را از هم پاشید. استفنز با این ادعا که ایران «مذاکرات هسته‌ای را رد کرد»، حقایق را نادرست بیان می‌کند. در واقع، ایران تمایل خود را برای احیای توافق نشان داده بود؛ اگرچه اسرائیل دولت بایدن را تحت فشار قرار داد تا دوباره وارد توافق نشود. دولت بایدن در نهایت، تصمیم گرفت که این توافق را دنبال نکند و پیشنهادات دیپلماتیک ایران را رد کرد. رئیس‌جمهور جدید ایران (پزشکیان) نسبت به سلف خود، معتدل‌تر است و به نظر می‌رسد که شاخه زیتون را گسترش داده است، شاخه‌ای که به نظر می‌رسد ایالات متحده و اسرائیل تمایل دارند آن را به نصف برسانند.

تبلیغات، همواره یک عنصر مهم در برنامه هسته‌ای ایران بوده است. آنچه از زمان رسانه‌ای شدن این برنامه رخ داده، به شیوه‌های متفاوتی دیده شده و بسته به مناطق و کشورهای مختلف، با استفاده از اصطلاحات متفاوت تفسیر می‌شود. رسانه‌های داخلی، این برنامه را صلح‌آمیز می‌خوانند؛ در حالی که، رسانه‌های غربی اغلب از اصطلاح خطر و تسلیحات هسته‌ای استفاده می‌کنند. در این پژوهش، پروپاگاندای دو رسانه مهم بین‌المللی، CNN و BBC درباره برنامه هسته‌ای ایران پس از نقض برجام بررسی شد. دامنه تحلیل، شامل اخبار، گزارش‌ها، تحلیل‌ها و مقالات رسانه‌های مذکور درخصوص مسئله هسته‌ای ایران در حدود هفت سال، از می ۲۰۱۸ تا دسامبر ۲۰۲۴ است. هر دو رسانه، از جمله منابع اطلاعاتی هستند که در سراسر جهان، اغلب به آنها استناد می‌شود. با وجودی که براساس نتایج، گزارش‌های هر دو رسانه در حال شکل‌دهی به افکار عمومی در مورد برنامه هسته‌ای ایران می‌باشد. با این حال، برخورد آنها با مسئله به‌طور قابل توجهی متفاوت از یکدیگر است. این امر از سوی BBC اغلب در غالب تبلیغات منفی، همراه با سیاه‌نمایی و در جهت القای پنهان اهداف خاصی می‌باشد. این رسانه با پخش اخبار تلخ و طرح سؤالاتی هدفمند، در افکار مخاطبان خود شک و تردید آفریده و از این طریق، غیرمستقیم بر لزوم مقابله قهری با برنامه هسته‌ای ایران اصرار دارد. برخلاف BBC، به نظر می‌رسد CNN تبلیغاتی خنثی را دنبال می‌کند. برای این منظور، در نقل اخبار، صراحت و شفافیت داشته و تا حد امکان از طرح سؤال و تردید در ذهن مخاطب پرهیز می‌کند.

صرف‌نظر از تلاش‌هاى تبليغاتی ادامه‌دار دربارهٔ مسئلهٔ هسته‌اى ايران و مهارتی که سران دولت‌هاى غربی در کنترل جریان اطلاعات دارند، اهميت موضوع، نشان‌دهندهٔ بررسی عمیق واقعیت بوده و گزارش‌هاى رسانه‌هاى داخلی دربارهٔ حقیقت اخبار و گزارشات رسانه‌هاى بین‌المللی، کارآمدترین راه برای افشای حقیقت است. به‌ویژه اینکه امروزه اینترنت به یک رسانه کاربردی‌تر تبدیل شده و دولت باید آن را کنترل و دسترسی به اطلاعات نامطلوب را محدود و خود، اقدام به انتشار صحیح اطلاعات پیرامون موضوع هسته‌اى در سطح جهانی کند.

منابع

- احمدی، خدابخش (۱۳۸۵). *روانشناسی بحران*. تهران: مرکز برنامه‌ریزی و تألیف کتب درسی، معاونت منابع انسانی ستاد مشترک.
- اعجازی، احسان؛ قربانی، ارسلان؛ سیمبر، رضا؛ جانسیز، احمد (۱۳۹۹). تأثیر رسانه‌های اصلی ایالات متحده بر سیاست خارجی آمریکا در قبال ایران (۲۰۲۰-۲۰۰۷). *مطالعات بین‌المللی*، ۱۶(۶۴)، ص ۲۳-۴۵.
- حسینی، حسین (۱۳۹۰). *ارتباط متقاعدکننده: از آموزه‌های کاربردی تا یافته‌های علمی*. تهران: دانشگاه امام حسین (ع)، دانشکده و پژوهشگاه علوم اجتماعی و فرهنگی.
- دهقان، علیرضا؛ احمد، سهیل (۱۳۹۸). مطالعه پوشش خبری رسانه‌ها و دموکراسی در بنگلادش. *سیاست*، ۴۹(۱)، ص ۷۵-۹۲.
- محسنیان‌راد، مهدی (۱۳۸۴). *ایران در چهار کپکشان ارتباطی*. تهران: انتشارات سروش.
- میرشکاری، جواد (۱۳۸۷). *فرهنگ واژه‌های مصوب فرهنگستان زبان و ادب فارسی*. گروه واژه‌گزینی. فرهنگ لغات مصوب فرهنگستان زبان و ادب فارسی، کتاب پنجم.
- ناصری ظاهری، عباس؛ شیرزادیان، احمد (۱۳۹۸). مقایسه نحوه پوشش اخبار خروج آمریکا از برجام در وبسایت‌های پرس‌تی‌وی و سی‌ان‌ان. *پژوهشنامه رسانه بین‌الملل*، ۴(۴)، ص ۱۷۹-۲۰۴.
- نصراللهی، اکبر (۱۳۸۹). *مدیریت پژوهش‌های خبری بحران در رسانه‌های حرفه‌ای*. تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، معاونت مطبوعاتی و اطلاع‌رسانی، دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
- هرمان، ادوارد؛ چامسکی، نوام (۱۳۷۷). *فیلترهای خیر*. مترجم، تژا میرفخرایی. تهران: انتشارات مؤسسه ایران.
- همایون، محمدهادی (۱۳۸۴). *تبلیغات: یک واژه در دو حوزه فرهنگی*. تهران: سازمان تبلیغات اسلامی.
- Bournet, J. (1998). A strategic approach to managing crisis. *Public Relation Review*, 24(4).
- Goss, B.M. (2013). *Rebooting the Herman & Chomsky Propaganda Model in the Twenty-First Century*. New York: Peter Lang Publishing.
- Halil Rahim, M. (2019). Post-JCPOA: Diplomacy Koersif Amerika Serikat Vis-à-vis Iran. *Journal ICMES*, III (1).
- Idris, I. (2019). *Propaganda in Contemporary Public Relations*. In: The 1st International Conference on Anti-Corruption and Integrity (ICOACI 2019), p. 82-89.
- Jowett, G.S. & O'Donnell, V. (2006). *Propaganda and Persuasion*. Sage Publications. Fourth Edition. London. UK.
- Khanjani, M. (2017). *News media coverage and source selection in U.S. foreign policy debates: the case of Iran deal*. Graduate Research Theses & Dissertations.
URL= <https://huskiecommons.lib.niu.edu/allgraduate-thesesdissertations/4113>
- Pedro, J. (2011). The Propaganda Model in the Early 21st Century. *International Journal Communication*, no. 5.