

Saudi Media Diplomacy about Israel; The case study of Middle East Broadcasting Center (MBC)

Hassan Bashir **

Amir Reza Tamaddon **

Abstract

As one of the most important countries in Southwest Asia, Saudi Arabia has had a tumultuous performance in the field of foreign policy at the regional level. After King Salman got into power in 2015, many changes have taken place in the country's foreign policy. One of these important changes is the change in the media policy towards other countries, and Israel is one of them. The issue of deal of the century in the 2018 by the United States President and the efforts of Saudi Arabia to normalize relations with the Zionist regime became the importance of Saudi diplomacy regarding the Zionist regime. This study aims to examine Saudi media diplomacy on Israel after the inauguration of Muhammad bin Salman (i.e. from 2017 to 2019); therefore, MBC (Middle East Broadcasting Center), one of the most important media centers in Saudi Arabia, which It has more than 15 satellite channels, was selected for this research.

The research approach is a qualitative, the collection method is documentary with the thematic analysis. Sampling was also performed in a possible targeted manner. More than 200 samples were examined, which resulted in 6 comprehensive themes. Israel's security and military authority and the Zionist regime's rationality in defensive actions are part of the comprehensive themes. The representation of Israel on MBC is positive in general, and it represents Israel as a legitimate, powerful, and rational state.

* Professor at the Imam Sadiq University (Culture & Communication Faculty), bashir@isu.ac.ir

** Ph.D. Candidate at the Imam Sadiq University (Culture & Communication Faculty) (Corresponding Author), ar.tamaddon@isu.ac.ir

Date received: 23.05.2020, Date of acceptance: 15.01.2021

Copyright © 2010, IHCS (Institute for Humanities and Cultural Studies). This is an Open Access article. This work is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International License. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/> or send a letter to Creative Commons, PO Box 1866, Mountain View, CA 94042, USA.

۲۸ جستارهای سیاسی معاصر، سال یازدهم، شماره سوم، پاییز ۱۳۹۹

Keywords: Media Diplomacy, Saudi Arabia, Israel, Middle East Broadcasting Center, MBC, the Zionist Regime

دیپلماسی رسانه‌ای عربستان در مورد اسرائیل؛

مطالعه موردی «مرکز پخش خاورمیانه» (ام‌بی‌سی)

حسن بشیر*

امیررضا تمدن**

چکیده

عربستان سعودی به‌عنوان یکی از کشورهای مهم در جنوب غرب آسیا، عملکرد پر فراز و نشیبی را در عرصه‌ی سیاست خارجی در سطح منطقه داشته است؛ پس از روی کار آمدن ملک سلمان در سال ۲۰۱۵، تحولات زیادی در سیاست خارجی این کشور ملاحظه می‌شود؛ یکی از این تغییرات مهم، تغییر در سیاست‌های رسانه‌ای این کشور در قبال سایر کشورها از جمله رژیم صهیونیستی است؛ پژوهش حاضر قصد دارد دیپلماسی رسانه‌ای عربستان در مورد اسرائیل را پس از روی کار آمدن محمد بن سلمان (یعنی از سال ۲۰۱۷) مورد بررسی قرار دهد؛ به‌همین منظور، یکی از مهمترین مراکز رسانه‌ای در عربستان برای پژوهش انتخاب شده است. این مرکز، «ام‌بی‌سی» یا «مرکز پخش خاورمیانه» نام دارد. رویکرد پژوهش در این مقاله، رویکرد کیفی است؛ روش جمع‌آوری داده‌ها، روش اسنادی و روش تحلیل داده نیز تحلیل مضمون است؛ نمونه‌گیری نیز به روش هدفمند انجام شده است. در این پژوهش بیش از ۲۰۰ نمونه مورد بررسی قرار گرفته است. اقتدار امنیتی و نظامی اسرائیل و عقلا نیت رژیم صهیونیستی در انجام اقدامات دفاعی، بخشی از مضامین فراگیر مستخرج در این پژوهش است. بازنمایی انجام شده از اسرائیل در شبکه‌های ام‌بی‌سی در مجموع بازنمایی مثبتی است و اسرائیل را به‌عنوان دولتی مشروع، مقتدر و منطقی بازنمایی می‌کند.

* استاد تمام دانشکده فرهنگ و ارتباطات، دانشگاه امام صادق (ع)، bashir@isu.ac.ir

** دانشجوی دکتری فرهنگ و ارتباطات، دانشگاه امام صادق (ع) (نویسنده مسئول)، ar.tamaddon@isu.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۳/۰۳، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۰/۲۶

کلیدواژه‌ها: دیپلماسی رسانه‌ای، عربستان سعودی، رژیم صهیونیستی، اسرائیل، مرکز
پخش خاورمیانه، ام‌بی‌سی

۱. مقدمه و بیان مسأله

عربستان سعودی با نام رسمی پادشاهی عربی سعودی بزرگترین کشور در جنوب غرب آسیا است. این کشور که بخش عمده شبه جزیره عربستان را دربر گرفته، از شمال با عراق، اردن و کویت، از سوی شرق با امارات متحده عربی، قطر و خلیج فارس و از جنوب شرقی با عمان و یمن و از سوی غرب با دریای سرخ هم‌مرز است.

عربستان سعودی، به دلایلی از جمله بهره‌مندی از منابع فراوان نفت و گاز، موقعیت ژئوپولیتیک، حاکمیت بر مهمترین شعائر مسلمانان یعنی مکه و مدینه و در نهایت به دلیل داشتن اقتصادی قدرتمند^۱، یکی از کشورهای مهم و اثرگذار در منطقه‌ی جنوب غرب آسیا به شمار می‌رود. این کشور به دلیل آنکه یکی از متحدان مهم ایالات متحده در منطقه است، همواره سعی می‌نماید تا منافع شریک سیاسی و اقتصادی مهم خود یعنی امریکا را حفظ و حراست نماید در همین راستا، یکی از کشورهای که بیشترین تلاش را برای کمک به متحد مهم و دیرینه‌ی ایالات متحده یعنی اسرائیل در حوزه‌ی افکار عمومی می‌کند، کشور عربستان می‌باشد. در واقع دوستی با اسرائیل و کمک به بهبود روابط آن با کشورهای جهان عرب، ضامن حفظ روابط ایالات متحده امریکا با عربستان است. به همین جهت است که می‌توان عربستان را اصلی‌ترین کشور در جهان عرب دانست که دارای روابط با اسرائیل است. به همین روی، بررسی سیاست رسانه‌ای این کشور در مورد اسرائیل، اهمیت مضاعفی پیدا می‌کند؛ در پژوهش حاضر، سه مسأله‌ی عمده در مورد اسرائیل وجود دارد که مورد بررسی قرار خواهند گرفت: ۱. شیوه‌ی بازنمایی اسرائیل توسط عربستان ۲. روابط اسرائیل و عربستان و ۳. معامله‌ی قرن.

به‌طور کلی در عرصه‌ی رسانه‌ای و سیاست خارجی، روابط عربستان سعودی با اسرائیل عمدتاً کتمان شده‌است؛ برای مثال، در سپتامبر ۲۰۰۶، نشریه‌ی نیویورک تایمز به نقل از یک رسانه‌ی اسرائیلی، از دیدار محرمانه نخست وزیر رژیم صهیونیستی و یک مقام بلندپایه‌ی سعودی پرده برداشت^۲؛ در همان سال، روزنامه صهیونیستی هاآرتص نیز از دیدارهای متعدد و محرمانه میان یکی از نزدیکان پادشاه وقت سعودی (ملک عبدالله) با نماینده‌ی اسرائیل در کشور سوم خبر داد. پایگاه خبری راشاتودی نیز در دسامبر سال ۲۰۱۳، از

دیدارهای محرمانه میان پادشاه سعودی و بنیامین نتانیاهو (رئیس جمهور وقت اسرائیل) خبر می‌دهد که البته بلافاصله با واکنش سخنگوی وزارت خارجه عربستان و تکذیب این واقعه رو به رو می‌شود.^۳ این گزارش‌ها و واکنش‌های پس از آن، بیانگر این امر است که افشای روابط میان سران دو کشور، امری غیر عادی بوده و سیاست اصلی در این باره، کتمان روابط بوده است. اما در سال ۲۰۱۵ برای اولین بار و پس از روی کار آمدن ملک سلمان در عربستان، شبکه‌ی ده تلویزیون اسرائیل که مستقیماً زیر نظر نیروهای مسلح رژیم صهیونیستی اداره می‌شود، از سفر هیئت بلندپایه‌ی اسرائیلی به عربستان خبر داد؛ ظاهراً این شیفت، جزء اولین نشانه‌های تغییر در رویکرد دو کشور در رسانه‌ای شدن روابطشان بود و سابقاً هیچکدام از رسانه‌های رسمی دو کشور در این باره خبری را مخابره نمی‌کردند؛ اما گویا اخیراً نهادهای نظامی و سیاسی در تل‌آویو متوجه شده‌اند که علنی کردن روابط با عربستان یک هدف فوری است که باید به سرعت آن را در سایه تحولات اخیر در منطقه محقق نمایند. این مساله تل‌آویو را قادر می‌سازد تا به مرحله پیشرفته‌ای از روابط به ویژه با سعودی‌ها از نظر هماهنگی و ائتلاف برای مقابله با خطرهای مشترک، منتقل شود.

با روی کار آمدن ملک سلمان در عربستان، تغییراتی بنیادین در سیاست‌های داخلی و خارجی این کشور صورت گرفت؛ تصویب رسمی سند ۲۰۳۰ و تعیین آن به عنوان سند اصلی بالادستی یکی از این تغییرات مهم در حوزه‌ی داخلی است که بدون شک بر سیاست خارجی این کشور هم اثر خواهد گذاشت؛ پس از تغییرات عمیق و جدید در منطقه‌ی خاورمیانه و روی کار آمدن محمد بن سلمان در عربستان این سیاست‌ها تغییر کرد؛ به طوری که «تسویا گرینفیلد» (Tzvia Greenfeld)، عضو سابق کنیست (پارلمان) اسرائیل و از چهره‌های سرشناس رژیم صهیونیستی در روزنامه‌ها آرتص نوشت: «بن سلمان رهبر عربی است که اسرائیل ۵۰ سال است رؤیای روی کار آمدن آن را دارد. چرا که اسرائیلی‌ها منتظر بودند رهبر عربی بیاید که موافق امضای توافق نامه مهمی با اسرائیل باشد و این رهبر یعنی محمد بن سلمان اکنون وجود دارد.»^۴ همچنین پایگاه‌های خبری معتبری همچون العربی، فرانس پرس، الجزیره و... از سفر پنهانی محمد بن سلمان به تل‌آویو در سال ۲۰۱۷ پرده برداشتند که در نوع خود اتفاقی بی‌نظیر در تاریخ کشورهای عربی بود.^۵ اما با همه‌ی این اوصاف، عربستان به دلیل حساسیت بالای افکار عمومی نسبت به مسأله‌ی اسرائیل، در اینبار بسیار با احتیاط و دست‌به‌عصا حرکت می‌کند و شیب تغییراتش در حوزه‌ی رسانه-

ای، چندان تند و آشکار نیست. لذا این موضوع نیازمند بررسی شواهد و قرائن ضمنی نیز می‌باشد.

یکی از مسائل اصلی در این پژوهش، مسأله‌ی «معامله‌ی قرن» است. معامله‌ی قرن اصطلاحی سیاسی است و به طرحی گفته می‌شود که از سوی دولت ترامپ (رئیس‌جمهور آمریکا) و ظاهراً در راستای روند صلح بین دولت فلسطین و دولت اشغالگر قدس ارایه می‌شود. طبق این طرح، اسرائیل در ازای دریافت امتیازهایی فراتر از تعهدات قبلی سازمان آزادی‌بخش فلسطین و قطعنامه‌های شورای امنیت و الحاق بخش‌هایی از مناطق اشغال‌شده به خاک خود، با تشکیل دولت مستقل فلسطینی به صورت مشروط موافقت می‌کند.^۶ این توافق به صورت سه جانبه بین اسرائیل، سازمان آزادی‌بخش فلسطین و حماس امضا می‌شود و کشوری فلسطینی به نام "فلسطین جدید" در اراضی کرانه باختری و نوار غزه (منهای شهرک‌های یهودی‌نشین) برپا می‌شود.^۷

پیرامون مسأله‌ی معامله‌ی قرن به دلیل ماهیت سرّی آن، هنوز اطلاعات مدوّن و متقنی به صورت عمومی در دست نیست؛ اما اخیراً محافل نزدیک به وزارت خارجه رژیم صهیونیستی سندی را منتشر نموده و بیان داشتند که این سند حاوی مفاد اصلی طرح معامله قرن است و البته هیچ طرفی تاکنون مسئولیت درز این مفاد را برعهده نگرفته است. در این سند کشورهایی که موافقت کرده‌اند تا در اجرای توافق و سرپرستی امور اقتصادی آن کمک کنند شامل آمریکا و اتحادیه اروپا و کشورهای عرب تولیدکننده نفت در منطقه خلیج فارس هستند.^۸ به این منظور، مبلغ ۳۰ میلیارد دلار در طول پنج سال برای پروژه‌های مربوط به فلسطین جدید در نظر گرفته می‌شود.

سوال اصلی پژوهش حاضر از این قرار است، دیپلماسی رسانه‌ای عربستان سعودی در موضوع اسرائیل دارای چه مؤلفه‌هایی است؟

سوالات دیگری نیز در این پژوهش پاسخ داده خواهند شد: مضامین سازمان‌دهنده‌ای که مرکز پخش خاورمیانه (ام. بی. سی) در خصوص اسرائیل مطرح می‌کند چیست؟ کدام یک از شبکه‌های مرکز پخش خاورمیانه، نقطه تمرکز دیپلماسی رسانه‌ای عربستان است؟

۲. اهمیت و هدف پژوهش

همانطور که بیان شد، با به میدان آمدن محمد بن سلمان در عرصه سیاست داخلی و خارجی عربستان و تصدی منصب ولایت عهدی، تغییرات سیاسی در عربستان نمایان‌تر شد؛ شاید بتوان فاصله گرفتن از سلفیت و تضعیف نرم و تدریجی آن و حرکت به سمت لیبرالیسم را، خط اصلی تغییر و تحولات داخلی و خارجی در عربستان دانست؛ بر همین اساس در این پژوهش، بررسی دیپلماسی رسانه‌ای عربستان سعودی در موضوع اسرائیل در دوران حکومت سلمان و بعد از بر سر کار آمدن محمد بن سلمان در مقام ولیعهد سعودی و حضور جدی وی در عرصه‌ی سیاست خارجی (یعنی از سال ۲۰۱۷ تا زمان حاضر)، مبنای این پژوهش خواهد بود.

آنچه واضح است این است که در آرایش نوین رسانه‌ای که میان کشورهای منطقه‌ی خاورمیانه شکل گرفته است، شناخت دقیق و روش‌مند فعالیت‌های رقبای منطقه‌ای، ضروری به نظر می‌رسد. در این میان، عربستان سعودی که در کنار بهره‌مندی از منابع فراوان مالی، از اندیشه‌های آمریکایی و اروپایی نیز در امر رسانه‌داری کمال بهره را می‌برد، توانسته است رسانه‌های حرفه‌ای همچون مرکز ام‌بی‌سی و روتانا را راه‌اندازی نماید و به‌طور همزمان در حوزه‌های مختلف سیاسی، اجتماعی، فرهنگی، دینی و عقیدتی به بسط و گسترش گفتمان مطلوب خود بپردازد.

اقدامات این کشور در عرصه‌ی دیپلماسی رسانه‌ای در موضوع اسرائیل، بیش از همه در شبکه‌های ماهواره‌ای آن تجلی داشته است که یکی از مهمترین آنها مرکز رسانه‌ای ام‌بی‌سی است. این مقاله قصد دارد راهبردهای مرکز ام‌بی‌سی در موضوع اسرائیل را که منبعث از راهبردهای کلان عربستان سعودی است مورد بررسی قرار دهد و از این طریق، راه برای سیاست‌گذاران و مجریان حوزه دیپلماسی عمومی و به ویژه دیپلماسی رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران روشن‌تر نماید.

۳. پیشینه پژوهش

به نظر می‌رسد تا کنون مشخصاً در این موضوع، پژوهشی صورت نگرفته است؛ اما چند پژوهش وجود دارد که تا حدی به این موضوع مرتبط هستند:

۱. «نقش دیپلماسی عمومی در سیاست خارجه عربستان و ایران؛ مطالعه موردی شبکه العالم و العربیه»:

این پژوهش، پایان نامه ای است که در سال ۱۳۹۳ در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز توسط حسن عابدینی و راهنمایی سید علی مرتضویان انجام شده است؛ این پژوهش، شبکه خبری العربیه را که یکی از شبکه های پانزده گانه ام بی سی است مورد بررسی قرار داده است. در این پژوهش این فرضیه اثبات می شود که دیپلماسی عمومی ریاض، مؤید و همسو با سیاست خارجه آن بوده و در موضوعاتی همچون بحران سوریه، قیام بحرین، رژیم صهیونیستی و جزایر سه گانه ایرانی به کمک سیاست خارجه عربستان آمده است. چنان که دیپلماسی عمومی ایران در شبکه العالم نیز هم راستای سیاست های تهران در موضوعات مذکور است؛ آنطور که واضح است، این پژوهش بیشتر در حوزه ی علوم سیاسی بوده و چندان به این موضوع از دریچه ی فرهنگ و ارتباطات نمی پردازد.

۲. «تحلیل برنامه های شبکه ام بی سی به منظور کشف تکنیک های ارتباطی انتقال پیام در آن»:

این پژوهش، توسط نازنین ملکیان و به راهنمایی محمد سلطانی فر در سال ۱۳۸۹ در دانشگاه آزاد علوم و تحقیقات تهران انجام شده است. هدف اصلی در این پژوهش، کشف تکنیک های ارتباطی شبکه ام بی سی به منظور دستیابی به فرهنگ و تکنیک های ارتباطی بکار رفته در انتقال پیام ها می باشد. اما این پژوهش عمدتاً بر روی قالب های رسانه ای آن تمرکز کرده و همچون پژوهش قبلی، صرفاً به یک شبکه از شبکه های ام بی سی پرداخته است.

با این وصف، تا آنجایی که بررسی شده، به دلیل جدید بودن نسبی موضوع تا کنون تحقیق جامعی در مورد دیپلماسی عربستان سعودی و ام بی سی در مورد اسرائیل و به ویژه معامله ی قرن دیده نشده است. لذا این امر ضرورت انجام این پژوهش را مضاعف می کند؛ به خصوص آنکه روز به روز روابط ایران و عربستان به سمت حساس تر شدن حرکت کرده و تحرکات رقیب علیه جمهوری اسلامی و جبهه مقاومت، افزایش یافته است. بعلاوه این پژوهش موضوعی مهم را در رسانه های سعودی دنبال خواهد کرد که اهمیت آن به دلایل مذکور در صفحات قبلی، برای جمهوری اسلامی ایران مضاعف بوده و آن موضوع رژیم صهیونیستی و دیپلماسی رسانه ای عربستان در این زمینه است. لذا امید است این پژوهش بتواند خلأ پژوهشی در این حوزه را هرچند در حد اندک پر نماید.

۴. روش پژوهش

پژوهش با رویکرد کیفی و با روش اسنادی انجام گرفته است. پژوهش اسنادی، پژوهش مبتنی بر شواهد برگرفته از مطالعه‌ی اسناد مانند آرشیوها یا آمار رسمی است. (مجدفر، ۱۳۸۲: ۲۷۶)

در این پژوهش همچنین از روش مطالعه‌ی موردی یا نمونه‌پژوهی، استفاده می‌شود. موردپژوهی، بررسی متمرکز و عمیق یک فرد، گروه، رویداد یا اجتماع است.

یکی از تکنیک‌های ساده و کارآمد در تحلیل کیفی، تحلیل مضمون است که در این پژوهش از آن استفاده شده است؛ به همین منظور، ابتدا مضامین پایه که حاصل گام اول تحلیل است، بیان خواهد شد؛ در این گام، مضامین استخراج شده از برنامه‌های شبکه‌های ام‌بی‌سی پیاده‌سازی شد که بیش از ۲۰۰ مضمون پایه ایجاد گردید؛ سپس مضامین سازمان دهنده (تفسیری) که حاصل تجمیع و یکپارچه‌سازی مضامین پایه است بیان می‌شود و در پایان، مضامین فراگیر که همان مضامین اصلی و محوری پژوهش خواهند بود معرفی و تحلیل خواهند شد. گام آخر تحلیل، همان گامی است که در واقع ما را به مؤلفه‌ها و عناصر تشکیل دهنده‌ی دیپلماسی رسانه‌ای سعودی در مورد اسرائیل می‌رساند.

روش گردآوری داده‌ها نیز بر اساس نمونه‌گیری هدفمند است. یعنی داده‌هایی که در شبکه‌های mbc از سال ۲۰۱۷ تا ۲۰۱۹ به موضوع پژوهش مرتبط اند شناسایی و جمع‌آوری شده‌اند. سایت مرکز mbc قابلیت جستجوی موضوعات دلخواه را به کاربران ارائه می‌دهد و ازین طریق، داده‌های مورد نظر با سهولت بیشتری قابل دسترس خواهند بود. این داده‌ها عمدتاً از جنس خبر و گزارش‌های خبری است؛ هرچند همه‌ی منابع محدود به آن نیست و شامل برخی برنامه‌های گفتگو محور (تاک شو)، مصاحبه و مستند نیز خواهد شد. زبان تمام اسناد به دست آمده نیز عربی بوده که توسط نگارندگان به‌صورت همزمان به فارسی ترجمه شده است.

۵. چهارچوب نظری و مفهومی

قبل از پرداختن به مفهوم دیپلماسی رسانه‌ای لازم است ابتدا اشاره‌ی کوتاهی به مفهوم دیپلماسی و دیپلماسی عمومی شود.

تعاریف زیادی برای دیپلماسی بیان شده است. تنها در کتاب دیپلمات و دیپلماسی، ۴۶ تعریف که هر کدام جنبه ای از این پدیده را توضیح می‌دهد، بیان شده است. تمامی این تعاریف هدف مشخصی را دنبال می‌کنند؛ «پیشبرد سیاست خارجی» مبنای مشترک اکثر تعاریف دیپلماسی است. (آلادپوش و توتونچیان، ۱۳۷۲: ۴)

تغییرات نظام بین‌الملل و پررنگ شدن نقش بازیگران غیردولتی و افکار عمومی سبب شد تا اشکال جدیدی از دیپلماسی در کنار دیپلماسی سنتی مورد استفاده قرار گیرد. دهه‌های اول قرن بیستم (دیپلماسی نوین)، تحولات عمده‌ای را در دیپلماسی به همراه داشت. این تحولات که ناشی از دگرگونی در زمینه‌هایی چون نظام بین‌الملل، تکنولوژی و افکار عمومی بودند، به صورت‌هایی همچون دیپلماسی آشکار و دیپلماسی سازمان‌های بین‌المللی نمود یافت. در این رابطه یکی از دیپلماسی‌های معمول که توسط برخی کشورها به خوبی به کار گرفته شد، دیپلماسی عمومی بود. اهمیت دیپلماسی عمومی به ویژه به لحاظ ارتقای وجهه یک کشور مدنظر بوده و در واقع سازوکاری برای افزایش قدرت نرم به شمار می‌رود. در واقع دیپلماسی عمومی برنامه‌ای جامع است که تمامی فعالیت‌های یک کشور از جمله فعالیت‌های رسانه‌ای را که بر افکار عمومی جهانی تأثیرگذار است، شکل می‌دهد و آن را در جهت منافع یک کشور هدایت می‌کند. (ساداتی، ۱۳۹۳: ۱۱۵-۱۱۶).

۱.۵ مفهوم دیپلماسی رسانه‌ای

دیپلماسی رسانه‌ای در عصر اطلاعات، از مهم‌ترین ابزارهای مبادلات سیاسی و تعامل بین کشورها تلقی می‌شود که بخش چشمگیری از دیپلماسی عمومی کشورهای قدرتمند جهانی را شامل می‌شود. کشورهایی که دارای تکنولوژی‌های ارتباطی نیرومند هستند، می‌توانند تأثیر و نفوذ بیشتری در جریان اطلاعات جهانی و ایجاد تصویر بین‌المللی مطلوب خود داشته باشند. در چنین شرایطی، در حالی که هر کشور توانایی ایجاد هویت ملی خویش را در داخل قلمرو خود و از طریق کنترل رسانه‌های داخلی خود داراست، تنها کشورهای برخوردار از برتری رسانه‌ای جهانی، بهترین موقعیت و فرصت را برای شکل‌دهی تصویر بین‌المللی مطلوب خویش در اختیار دارند. (معمدنزاد، ۱۳۸۹: ۴۰۲)

«دیپلماسی رسانه‌ای، دیپلماسی متکی به تبلیغ از طریق رسانه است. این شیوه از دیپلماسی، با تولید، توسعه و تکثیر رسانه‌های مدرن متولد شده است و علی‌رغم اینکه

بخشی از دیپلماسی عمومی نوین را تشکیل می‌دهد، اما به لحاظ تنوع، تعدد و فراگیری رسانه‌ها و امکان بهره‌برداری از آنها در اطلاع‌رسانی، تغذیه افکار عمومی، بازنمایی و برجسته‌سازی اندیشه‌ها و رفتارها، و بالاخره تاثیر گذاری آنها در ایجاد اقناع و متقاعدسازی، بیش از هر بار دیگری که در دیپلماسی عمومی مورد استفاده قرار می‌گیرد، از آنها بهره‌برداری می‌شود؛ بنابر این دیپلماسی رسانه‌ای نیز بیش از سایر شیوه‌های دیگر دیپلماسی عمومی، برای پیشبرد اهداف سیاست خارجی مورد استفاده قرار گرفته است.» (بشیر، ۱۳۹۵: ۱۳۵)

تیلور نیز در تعریف دیپلماسی رسانه‌ای اینگونه بیان می‌کند: «دیپلماسی رسانه‌ای، هنر ایجاد ارتباط میان کشورها، حل و فصل اختلافات محیط بین الملل و اقناع جوامع دیگر از طریق رسانه‌های جهانی است که در این میان، تلویزیون جهانی (ماهواره) نقش مهمی بر عهده دارد.» (Taylor, 1997: 83)

تعریف تیلور از دیپلماسی رسانه‌ای به مراد این پژوهش بسیار نزدیک است و لذا ملاک تحقیق خواهد بود. در اینجا باید تأکید کرد که دیپلماسی رسانه‌ای در این پژوهش، در ذیل دیپلماسی عمومی و یا بخشی از آن انگاشته می‌شود.

۲.۵ تأثیر سیاست بر رسانه‌ها

۱.۲.۵ نظریه تولید موافقت

در این نظریه، رسانه‌های خبری به جای آنکه بر سیاست تأثیر بگذارند و یا به انتقاد از حوزه قدرت پردازند، پوشش خبری خود را به گونه‌ای سامان می‌دهند که برای تصمیمات سیاسی، موافقت مخاطبان (توده مردم) را جلب کنند. بررسی‌های متعدد توسط هرمان، هاموند و چامسکی بیانگر آن است که پوشش خبری رسانه‌های آمریکا طی دوره‌های بحرانی به گونه‌ای بوده است که نه تنها در جهت نقد سیاست‌های رسمی حکومت نبوده است، بلکه به تولید موافقت برای آن سیاست پرداخته‌اند.

۳.۵ نظریه‌ی بازنمایی (Representation)

"بازنمایی" یکی از مفاهیم بنیادی در مطالعات رسانه‌ای است. کلمه‌ای که معانی احتمالی متفاوتی را به همراه دارد. بازنمایی راه و روشی است که از آن طریق، رسانه‌ها حوادث و

واقعیت‌ها را نشان می‌دهند. از نظر ریچارد دایر، مفهوم بازنمایی در رسانه‌ها عبارت است از: "ساختی که رسانه‌های جمعی از جنبه‌های مختلف واقعیت مثل افراد، مکان‌ها، اشیاء، اشخاص، هویت‌های فرهنگی و دیگر مفاهیم مجرد ایجاد می‌کنند. تجلی بازنمایی‌ها ممکن است به صورت گفتاری، نوشتاری یا تصاویر متحرک باشد." (Dayer, 1993)

۴.۵ نظریه‌ی برجسته‌سازی (Agenda Setting)

برجسته‌سازی در لغت به اولویت‌گذاری بر برنامه‌ای خاص اطلاق می‌شود. اما اصطلاحاً می‌توان گفت: «برجسته‌سازی؛ یعنی این اندیشه که رسانه‌های خبری با ارائه خبرها، موضوع‌هایی را که مردم درباره آنها می‌اندیشند تعیین می‌کنند» (شاکری، ۱۳۸۴: ۱۱۲) و نیز گفته شده: «ممکن است در اغلب اوقات، مطبوعات موفق نشوند به اشخاص بگویند چه [چگونه] فکرکنند، اما با تأثیر فوق‌العاده‌ای که بر آنها دارند می‌توانند بگویند به چه چیز باید فکر کنند». (مهدی زاده، ۱۳۹۵: ۶۲)

۵.۵ نظریه‌ی چارچوب‌بندی (Framing)

«چارچوب»، مفهومی بین رشته‌ای به شمار می‌رود؛ این مفهوم را ابتدا گافمن در پژوهش‌های خود در حوزه جامعه‌شناسی به کار برد. به باور او، «ما از طرح‌های تفسیری برای سازماندهی و دسته‌بندی تجربه‌های زندگی خود استفاده می‌کنیم تا معنادار شوند. این طرح‌های تفسیری چارچوب نام دارند و افراد را قادر می‌سازند تا تعیین، درک و شناسایی کرده، برچسب بزنند». در تعریف گافمن، چارچوب «الگویی پیشینی در ذهن است که افراد با استفاده از آن می‌توانند تجربه‌های زندگی خود را با قرار دادن در این قاب‌ها معنادار سازند» با این تعبیر، چارچوب به مفهوم زمینه نزدیک می‌شود (روث و همکاران، ۲۰۰۳: ۱۰ و پارک، ۲۰۰۳: ۱۴۷ و ۱۴۶)

به عبارت بهتر، در حالی که نظریه برجسته‌سازی معتقد است، رسانه‌ها به ما می‌گویند که چه مسائلی، موضوعات روز هستند و برخی رویدادها را در اولویت مردم قرار می‌دهند، بر اساس نظریه چارچوب‌بندی آنها حتی می‌توانند با مهم جلوه دادن برخی جنبه‌ها از طریق قرار دادن زاویه خاص خبری و یا چرخش خبری روی این عناصر، به ما بگویند که به هر رویدادی از چه زاویه‌ای نگاه کنیم.

نکته شایان ذکر این است که در مقالات با روش کیفی، مقاله «بر» چارچوب نظری استوار است؛ ولی به آن محدود نیست؛ حال آنکه در مقالات با روش کمی، مقاله «در» چارچوب نظری و منحصر به آن است. با این بیان، در پژوهش‌های کیفی مانند پژوهش حاضر، استفاده از چارچوب‌های نظری متعدد صرفاً برای تبیین ابعاد مختلف موضوع است ولی متوقف به استفاده کامل از آن نیست؛ لذا در این پژوهش، از هر ۴ نظریه طرح شده در تبیین نهایی موضوع بهره گرفته شده است. اما به صورت کلی، اصلی‌ترین نظریه استفاده شده در این پژوهش، نظریه بازنمایی است.

۶. دیپلماسی عربستان سعودی قبل از تحولات اخیر در مورد اسرائیل

عربستان سعودی در دوران قبل از ملک سلمان (یعنی از سال ۱۹۴۸ که دولت غیرقانونی اسرائیل شکل گرفت تا اوائل سال ۲۰۱۵ میلادی) کم و بیش موضع یکسانی نسبت به مسأله‌ی اسرائیل و فلسطین داشته است؛ این موضع بدین گونه بود که ضمن حمایت‌های نسبی از ملت فلسطین هم در عرصه‌ی رسانه‌ای و هم در عرصه‌ی سیاسی، موضعی میانه نسبت به اسرائیل داشت؛ نه چندان آن را طرد می‌کرد و نه اصطلاحاً آن را تحویل می‌گرفت؛ البته بیان خواهد شد که این موضع عربستان، به دلیل فشارهای اجتماعی - مذهبی مردم بر حکومت بوده است و لزوماً نشأت گرفته از مبانی سیاست خارجی‌های آن نیست؛ چراکه از یکطرف، حاکمیت عربستان، به دلیل آنکه مشروعیت خود را از وهابیت می‌گیرد، اساساً نمی‌تواند صریحاً با مبانی و خطوط قرمز آن مقابله کند و از سوی دیگر، ارتباط با یهود همواره در مبانی سلفیان وهابی، امری ممنوع و مذموم بوده است. لذا اگر حاکمان سعودی تمایلشان به سمت برقراری روابط با اسرائیل بوده است، وهابیت مانعی بر سر این راه بوده است. برای مثال، «پس از جنگ خلیج فارس، برخی از علمای شناخته شده وهابی عربستان، نامه‌ی سرگشاده‌ای با عنوان پندنامه (مذکره النصیحة) نوشتند و در آن به نحوه موضع‌گیری آل سعود در قبال اسرائیل اعتراض کرده بودند (رحمانیان، ۱۳۹۴: ۳۱). هرچند موانع «وهابیت»، امروز به اندازه‌ی گذشته در عربستان قدرتمند نیست، اما به‌رحال نقش محدود کننده در سیاست خارجی‌های سعودی دارد.

دیپلماسی رسانه‌ای عربستان در این سال‌ها، عموماً بر محور «سکوت خبری» می‌گشت؛ لذا در سال‌های قبل از ۲۰۱۵ تقریباً هیچ خبری مبنی بر ارتباط رسمی میان دو کشور در رسانه‌های عربستانی دیده نمی‌شود.

۷. تحول دیپلماسی رسانه‌ای عربستان در مقابل اسرائیل

در دوران ملک سلمان که با روی کار آمدن ترامپ در امریکا مصادف شد، شاهد سیاست منطقه‌ای متفاوتی نسبت به اسرائیل در قیاس با گذشته در عربستان بودیم؛ این سیاست جدید، هم نشأت گرفته از منافع منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای عربستان و هم ناشی از الهامات کاخ سفید به سران سعودی و توافقات پشت پرده‌ی میان این دو کشور بود؛ نتیجه‌ی این سیاست برای عربستان، بازیابی نقش استراتژیک خود برای آمریکا و تقویت اتحاد تاریخی میان این دو کشور و برای ایالات متحده، مقابله با نفوذ ایران و تشکیل ائتلاف منطقه‌ای علیه محور مقاومت و مشخصاً ایران با حضور اسرائیل بود. بدیهی است که لازمه‌ی این امر، عادی شدن روابط میان کشورهای عربی و اسرائیل است؛ چراکه اگر کشورهای عربی و اسلامی اسرائیل را همچنان به‌عنوان کشوری نامشروع تلقی کنند و از ارتباط با آن سر باز زنند، امکان تشکیل ائتلاف منطقه‌ای مذکور علیه محور مقاومت با حضور اسرائیل غیرممکن خواهد بود. بدین ترتیب، شاهد چرخشی نرم در دیپلماسی عربستان نسبت به اسرائیل بوده- ایم که در ادامه به بررسی مصادیق آن خواهیم پرداخت.

محمد بن سلمان در عرصه‌ی سیاست خارجی، تقابل بیش از پیش با ج.ا.ایران را در دستور کار قرار داد و نزدیکی به دولت ایالات متحده، اولویت وی در سیاست خارجی شد. اما چنانچه اشاره شد، آغاز پروژه‌ی عادی سازی روابط میان جهان عرب با اسرائیل که از آن با عنوان «تطبیع» یاد می‌شود، کارویژه‌ی دولت جدید سعودی برای رسیدن به اهداف مطلوبش بود. بن سلمان جلودار این حرکت بود. به گزارش منابع خبری، وی در سال ۲۰۱۷ طی سفری مخفیانه، به تل آویو رفت و با مسئولان رژیم صهیونیستی دیدار نمود که البته برخی رسانه‌های اسرائیلی نیز خبر آن را منعکس کردند.^۹ بن سلمان در سال ۲۰۱۸ نیز در مصاحبه با مجله‌ی «آتلانتیک» که از مطبوعات مهم آمریکا به شمار می‌رود، اعلام کرد که «اسرائیل حق حیات دارد و اسرائیلی‌ها حق دارند سرزمین مختص به خود را داشته باشند.»^{۱۰} این موضع صریح و کم سابقه‌ی او در مورد رژیم صهیونیستی در واقع چراغ سبزی به ایالات متحده نیز بود که اعتماد سلب شده‌اش به عربستان را احیا کند. این کلان سیاست، در حوزه‌های مختلف از جمله: سیاسی، فرهنگی، اقتصادی، نظامی و... جاری و ساری گشته و حوزه‌ی دیپلماسی رسانه‌ای را نیز در بر گرفته است؛ به این معنا که عربستان بازوهای رسانه‌ای خود را برای تحقق بیشتر و بهتر این هدف به کار بسته است. یکی از

اصلی‌ترین بازوهای دیپلماسی رسانه‌ای سعودی در این مسیر، مرکز پخش خاورمیانه یا همان MBC است که در ادامه به معرفی تفصیلی آن می‌پردازیم.

۸. ام‌بی‌سی و دیپلماسی رسانه‌ای عربستان

مرکز پخش خاورمیانه یا MBC (MiddleEast Broadcasting Center) یک شرکت رسانه‌ای متعلق به عربستان سعودی است که ۶۰ درصد سهام آن در اختیار خاندان سلطنتی ملک سلمان و ۴۰ درصد دیگر در اختیار یکی از شاهزاده‌های سعودی می‌باشد. ام‌بی‌سی در تابستان ۱۹۹۱ توسط ولید بن ابراهیم «برادر همسر سوم ملک فهد» اولین شبکه تلویزیونی خود را در لندن تأسیس کرد. ام‌بی‌سی به‌طور مستقیم توسط خاندان پادشاهی سعودی اداره می‌شود. بخصوص سیاست‌های این خاندان در شبکه خبری العربیه اعمال می‌شود. (در ادامه در مورد العربیه تفصیلاً مطالبی بیان خواهد شد.) مالک این گروه رسانه‌ای، ولید بن ابراهیم بن عبدالعزیز آل ابراهیم است که معمولاً با نام ولید آل ابراهیم شناخته می‌شود. بر اساس اسناد ویکی‌لیکس، مشارکت خاندان سعودی با این مرکز نه صرفاً در زمینه‌ی اقتصادی، بلکه در تعیین رویکردها و به تعبیر اسناد ویکی‌لیکس، در جهت‌گیری‌های ایدئولوژیک این شبکه خواهد بود.^{۱۱} بر اساس آمارهای رسمی، عربستان سعودی بیش از ۹۷ درصد رسانه‌های خاورمیانه را در اختیار دارد^{۱۲} که این امر حکایت از سرمایه‌گذاری ویژه و البته شگفت‌آور سعودی بر حوزه‌ی رسانه‌های فراملی دارد. علت اینکه ادعا می‌شود این مرکز (MBC) مهمترین بازوی رسانه‌ای عربستان است، در مقایسه‌ی این مرکز با سایر رسانه‌های عربستانی مشخص‌تر می‌شود؛ اولاً هیچ‌یک از شرکت‌های رسانه‌ای بین‌المللی سعودی به اندازه‌ی ام‌بی‌سی در اختیار خاندان سعودی نیست؛ به طوری‌که طبق اسناد منتشره ویکی‌لیکس، ۶۰ درصد سهام مستقیماً متعلق به خاندان سعودی است و در ۴۰ درصد دیگر نیز شرط حق اعمال نفوذ را دارد.^{۱۳} درحالی‌که سایر رسانه‌های ماهواره‌ای یا متعلق به بخش خصوصی است و یا تا این حد به خاندان سعودی نزدیک و تحت کنترل و نفوذشان نیست. دوم اینکه این مرکز، بیشترین تعداد شبکه‌ی رایگان را در اختیار بینندگان قرار می‌دهد؛ بطوریکه ۱۴ شبکه از ۱۵ شبکه این مرکز به‌طور رایگان قابلیت دریافت شدن دارد. در حالی‌که سایر رسانه‌های بزرگ مانند اوربیت پولی بوده و به همین دلیل انتشار و رواج کمتری دارند. سوم آنکه تنها مرکز رسانه‌ای که در عربستان به‌طور نسبتاً جامع همه‌ی حوزه‌ی های رسانه‌ای مانند سرگرمی، اطلاع‌رسانی، آموزشی و... را پوشش می‌دهد مرکز ام‌بی‌سی

است؛ حال آنکه مراکز دیگر رسانه‌ای مانند روتانا اختصاص به حوزه‌ی خاصی مثل سرگرمی دارند و اساساً در مسائل سیاسی، بین‌المللی، فرهنگی و... ورود مستقیم و جدی ندارند؛ ولی ام‌بی‌سی با تقسیم کار در بین شبکه‌های خود، سعی کرده همه‌ی حوزه‌ها را تا حد خوبی پوشش دهد.

در حال حاضر مقر اصلی ام‌بی‌سی در شهر جده عربستان است و البته مانند بسیاری دیگر از رسانه‌های منطقه، در مدیا سیتی دبی نیز دفتر نمایندگی دارد.

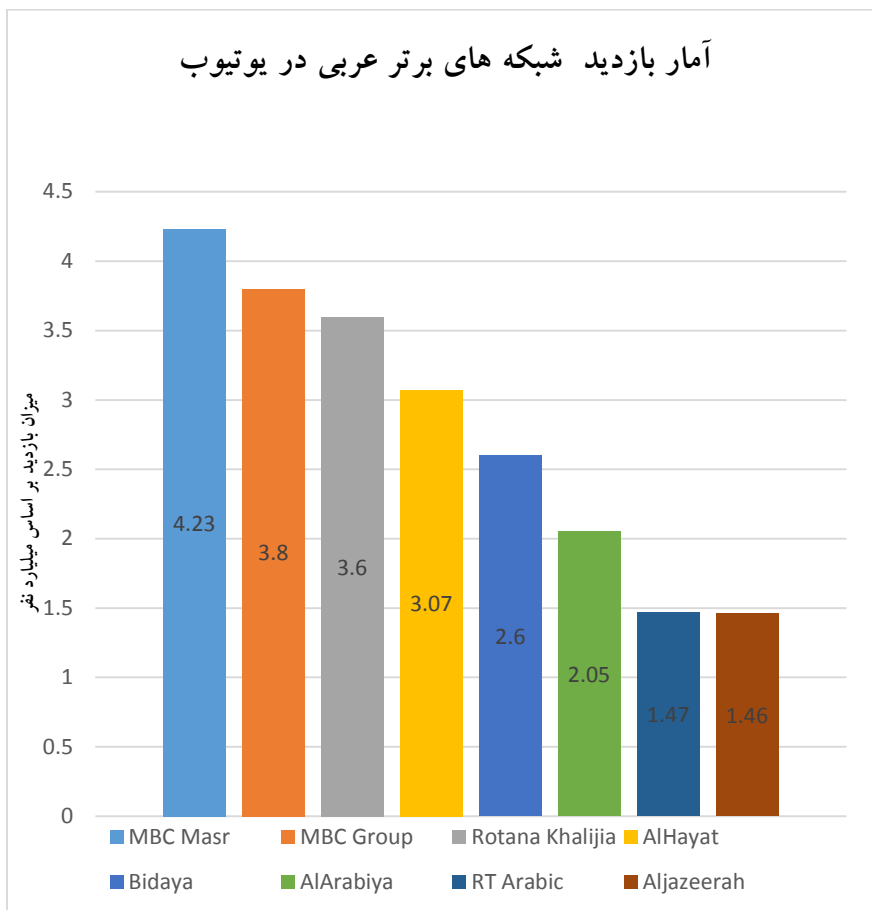
۱.۸ جایگاه شبکه‌های ام‌بی‌سی در میان رسانه‌های جهان عرب

اما برای آنکه جایگاه و اهمیت ام‌بی‌سی در جهان عرب مشخص شده و علت سرمایه‌گذاری عربستان در دیپلماسی رسانه‌ای بر روی این شبکه روشن شود، لازم است تا به بررسی جایگاه این مرکز و شبکه‌های آن در افکار عمومی کشورهای منطقه پردازیم؛ به همین منظور، آمارهای مختلفی در این رابطه گردآوری و یا تدوین شده که در این فصل ارائه می‌شود:

میزان بازدید از سایت شبکه‌ها در عصر حاضر که اینترنت ضریب نفوذ بسیار بالایی دارد، می‌تواند مبین میزان محبوبیت و اثرگذاری یک شبکه باشد؛ به گزارش مؤسسه‌ی الکسا که به رده‌بندی سایت‌های اینترنتی بر اساس میزان اثرگذاری (Engagement) در سطح جهان می‌پردازد، سایت MBC در رتبه‌ی ۲۳۵۰ جهان قرار دارد که رتبه‌ی قابل قبولی است^۴؛ این در حالی است که سایت رقیب اصلی عربستانی آن یعنی روتانا رتبه‌ی ۱۵۴۴۲ جهان را داراست^۵ و همانطور که واضح است، فاصله‌ی ام‌بی‌سی از رقیبش نسبتاً زیاد است و به مراتب از آن جلوتر است. اما در سطح عربستان، رتبه‌ی ام‌بی‌سی در میان تمامی سایت‌های عربستانی، ۱۷۰ام است که جایگاه قابل قبولی است؛ رتبه‌ی سایت روتانا در عربستان ۲۷۴ام می‌باشد که هرچند رتبه‌ی خوبی است، اما باز هم از ام‌بی‌سی عقب تر است.

اما بر اساس میزان مشاهده برنامه‌ها در شبکه‌ی اجتماعی یوتیوب که شبکه‌ی محبوب در میان کشورهای عربی است، کانال‌های ام‌بی‌سی در صدر شبکه‌های عربی قرار دارند؛ شبکه‌ی ام‌بی‌سی مصر با بیش از ۴ میلیارد و ۲۳۷ میلیون بازدید تا آگوست ۲۰۱۹، در صدر آمار شبکه‌های عربی قرار دارد^۶؛ پس از آن، شبکه‌ی عمومی گروه ام‌بی‌سی قرار دارد که مجموع بازدیدهای آن تا سال ۲۰۱۹ به بیش از ۳ میلیارد و ۸۰۰ میلیون می‌رسد که آماري منحصر به فرد است^۷. در این دسته بندی، ۸ شبکه‌ی پرتعداد عربی حضور دارند و سه

کانال ام‌بی‌سی (مصر، العربیه، عمومی) توانسته اند حدود ۵۰ درصد از میزان تماشای برنامه‌ها را به خود اختصاص دهند و ضمناً رتبه‌ی اول و دوم این رده بندی را به دست آورند؛ این در حالیست که شبکه‌ی روتانا با ۳ میلیارد و ۶۵۰ میلیون بازدید، در جایگاه سوم قرار دارد.^{۱۸} شبکه‌ی الحیات مصر نیز با بیش از ۳ میلیارد و هفتاد میلیون بازدید در جایگاه چهارم است.^{۱۹} شبکه‌ی «بدایه» که آن نیز شبکه‌ی سعودی است توانسته است با ۲ میلیارد و ۶۰۰ میلیون بازدید، جایگاه پنجم را به خود اختصاص دهد.^{۲۰} اما شبکه‌ی خبری العربیه که متعلق به مرکز ام‌بی‌سی است، با بیش از ۲ میلیارد و ۵۰ میلیون بازدید، در جایگاه ششم این رده‌بندی قرار دارد.^{۲۱} شبکه‌ی راشا تودی عربی نیز با بیش از ۱ میلیارد و ۴۷۰ میلیون بازدید، جایگاه هفتم را کسب کرده است. اما شبکه‌ی الجزیره، که رقیب دیرینه‌ی ام‌بی‌سی و مخصوصاً العربیه به شمار می‌رود، با ۱ میلیارد و ۴۶۶ میلیون بازدید در جایگاه هشتم است.^{۲۲} به نظر می‌رسد تحریم‌های اماراتی - سعودی علیه قطر و الجزیره و قطع پخش آن در اکثر کشورهای خلیج فارس، جایگاه این رسانه‌ی حرفه‌ای را به شدت تنزل داده است.



نمودار شماره ۱ - میزان بازدید از شبکه های عربی برتر در شبکه های اجتماعی یوتیوب

در این پژوهش، تمرکز اصلی ما با توجه به نکات بیان شده راجع به شبکه های ذیل این مرکز، عمدتاً بر سه شبکه خواهد بود:

- شبکه خبری العربیه

- ام بی سی ۱

- ام بی سی مصر

۲.۸ اهمیت شبکه‌ی العربیه در دیپلماسی رسانه‌ای عربستان

طبق آمار مؤسسه فوربس میدل‌ایست در آگوست سال ۲۰۱۷ العربیه توانسته گوی سبقت را از رقیب سرسخت خود یعنی شبکه‌ی الجزیره برآید و به پریننده‌ترین شبکه خبری _تحلیلی عربی تبدیل شود.^{۲۳} طبق این آمار العربیه حدود ۷۰ میلیون بیننده دارد درحالی که الجزیره ۵۵ میلیون بیننده را به خود اختصاص داده است. نکته جالب اینکه در این آمار، رتبه سوم متعلق به راشاتودی عربی است که فقط ۲۶ میلیون بیننده دارد. این آمار جایگاه بالای العربیه و الجزیره در جهت دهی به افکار عمومی منطقه را نشان می دهد. البته العربیه بخشی از این سبقت را مرهون تحریم‌های ماهواره‌ای علیه الجزیره است که در پس تیرگی روابط میان عربستان و قطر ایجاد شد. تعداد دنبال کنندگان العربیه و الجزیره در شبکه‌های اجتماعی نیز می‌تواند ملاک نسبتاً خوبی برای سنجش میزان محبوبیت و تأثیر یک شبکه باشد؛ در شبکه‌های اجتماعی، این دو شبکه در رقابتی نزدیک و تنگاتنگ با یکدیگر هستند. تعداد دنبال کنندگان (Followers) صفحه الجزیره در فیسبوک حدود ۲۴ میلیون و تعداد دنبال کنندگان صفحه فیسبوک العربیه حدود ۲۲ میلیون نفر است. این آمار در توییتر کمی متفاوت است و العربیه در توییتر نزدیک به ۱۵ میلیون دنبال کننده دارد، درحالی که الجزیره حدود ۱۴ میلیون دنبال کننده در توییتر دارد که این امر حاکی از سرمایه‌گذاری موفق سعودی‌ها در توییتر است.

۹. بحث و تحلیل مضامین پژوهش

در این قسمت، به بررسی مضامین مستخرج از برنامه‌های مرکز پخش خاورمیانه در موضوع اسرائیل که عموماً در شبکه‌ی العربیه پخش شده، پرداخته می‌شود؛ هرچند برنامه‌های مرتبط شبکه‌ی ام‌بی‌سی مصر و ام‌بی‌سی ۱ نیز مورد تحلیل قرار خواهند گرفت. مضامین مرحله اول که بیش از ۲۰۰ مضمون پایه است، به دلیل پرهیز از طولانی شدن بحث در اینجا ذکر نمی‌گردد.

اما گام دوم تحلیل مضمون، یکپارچه سازی مضامین پایه مستخرج در مرحله اول است؛ بدین معنا که مضامینی را که می‌توان ذیل یک چتر مفهومی گسترده‌تر مطرح کرد، یکپارچه نموده و به تعداد محدودتری از مضامین با گستره‌ی مفهومی بیشتری دست یافت. این مضامین را مضامین سازمان‌دهنده نیز می‌نامند. این مضامین در جدول شماره (۲) نشان داده شده‌اند.

جدول شماره ۱- مضامین سازمان دهنده‌ی دیپلماسی رسانه‌ای عربستان

ردیف	مضمون سازمان دهنده
۱	ضروری و منطقی بودن دفاع اسرائیل از خود در برابر تهدیدات خارجی
۲	توان بالای امنیتی و نظامی اسرائیل
۳	عدم آغازگری اسرائیل در تنش‌ها با نوار غزه (اسرائیل واکنشگر، نه کنشگر)
۴	برتری مطلق اسرائیل در مقابل حماس و گروه‌های مقاومت
۵	آسیب ناپذیری اسرائیل از حملات کشورهای محور مقاومت
۶	وجود روابط نزدیک میان اسرائیل و قطر
۷	نقش مثبت و فعال پادشاهی سعودی در حل بحران میان اسرائیل و فلسطین
۸	نقش مثبت و فعال آمریکا در حل بحران میان اسرائیل و فلسطین
۹	اقدامات نظامی حماس، اصلی‌ترین عامل بحران میان اسرائیل و فلسطین
۱۰	وجود ارتباط نزدیک میان رهبران حماس و اسرائیل (و ظاهری بودن اختلافات)
۱۱	وجود اختلافات شدید میان فتح و حماس
۱۲	ایجاد شکوفایی چشمگیر اقتصادی در فلسطین در اثر معامله قرن
۱۳	عدم دخالت سعودی در مسأله معامله قرن
۱۴	عدم تعرض معامله قرن به مرزهای سرزمینی کشورها
۱۵	انجام توافق سیاسی، شرط تحقق کمک‌های اقتصادی در معامله قرن
۱۶	برد - برد بودن طرح معامله قرن برای طرفین درگیری
۱۷	تلاش فراوان قطر برای تحقق معامله قرن

چنانچه در جدول شماره ۱ مشخص است، ۱۱ مضمون نخست مربوط به اسرائیل و ۶ مضمون انتهایی نیز اختصاصاً مربوط به معامله قرن است که نشان از اهمیت بالای این

مسئله برای ام‌بی‌سی دارد. در گام بعدی و در مرحله‌ی سوم کدگذاری که در واقع آخرین مرحله‌ی کدگذاری به شمار می‌رود، تعدادی مضامین فراگیر حاصل می‌شود که مفاهیم کلیدی تحقیق را بیان می‌کنند.

اما نهایتاً با خوشه بندی مضامین فوق، شبکه‌ی مضامین فراگیر پژوهش به دست می‌آید و می‌توان آن را «مؤلفه‌های دیپلماسی رسانه‌ای عربستان در مورد اسرائیل» نامید که در جدول شماره ۲ بیان می‌شود:

جدول شماره ۲- مضامین فراگیر؛ (مؤلفه‌های دیپلماسی رسانه‌ای عربستان)

ردیف	مضمون فراگیر
۱	اقتدار و قدرت امنیتی و نظامی اسرائیل
۲	عقلانیت رژیم صهیونیستی در انجام اقدامات دفاعی
۳	وجود ارتباط نزدیک میان محور اخوانی-قطری و اسرائیل
۴	گروه حماس، عامل مصیبت و سختی های مردم فلسطین
۵	معامله قرن، تنها راه نجات آینده‌ی فلسطین
۶	ماهیت تجاری و تعاملی معامله قرن و ضرورت برخورد منطقی با آن

در این بخش، یافته‌های پژوهش در گام سوم که در واقع همان مضامین فراگیر هستند، تحلیل و تفسیر خواهند شد و ارتباط آنها با موضوع پژوهش بیان می‌شود. یافته‌های این بخش، تشکیل دهنده‌ی عناصر و مؤلفه‌های دیپلماسی رسانه‌ای عربستان در مورد اسرائیل است که در ام‌بی‌سی تجلی یافته است.

۱.۰ مؤلفه‌های دیپلماسی رسانه‌ای عربستان در مورد اسرائیل

۱.۱۰ اقتدار و توانمندی امنیتی و نظامی اسرائیل

یکی از محورهای مهم که در رسانه‌های ام‌بی‌سی و به ویژه العربیه در مورد اسرائیل به چشم می‌خورد، تأکید بر توانمندی‌های اسرائیل در زمینه‌های امنیتی، نظامی و حتی علمی است؛ به‌طوری‌که بخش زیادی از مضامین به دستاورد‌های اسرائیل در حوزه نظامی - امنیتی اختصاص داشته و به نوعی کلیشه‌سازی در این زمینه می‌پردازد؛ در بازنمایی یکی از راهبرد‌های اصلی، کلیشه‌سازی است و ام‌بی‌سی به خوبی توانسته است در این زمینه کلیشه‌ی «توانمندی» را در مورد اسرائیل بازنمایی کند؛ این امر زمانی شدت بیشتری به خود می‌گیرد

که این توانمندی، در برابر ضعف و ناکارآمدی توان نظامی - امنیتی کشورهای محور مقاومت به ویژه ایران مطرح می‌شود؛ به طوریکه عمده‌ی خبرهایی که در این زمینه مخابره شده است، به برتری نیروهای رژیم صهیونیستی و غلبه آنها بر نیروهای محور مقاومت اعم از ایران و سوریه و لبنان (حزب الله) به طور مطلق اشاره دارد. برای مثال، در یکی از بخش‌های خبری شبکه العربیه در تاریخ ۱۹ مارس ۲۰۱۹ (مصادف با ۲۸ اسفند ۱۳۹۷) گزارشی پخش شد که در آن به هدف قرار گرفتن پایگاه‌های نظامی حماس توسط نیروی هوایی اسرائیل در غزه و همچنین پایگاه دریایی کتائب قسام (از شاخه‌های نظامی حماس) در غرب خان یونس اشاره شده است.

همچنین این برتری در برابر حماس و گروه جهاد با شدت بیشتری بازنمایی می‌شود و کلیشه‌ی مسلط در این زمینه، برتری مطلق نیروهای اسرائیل بر نیروهای حماس است. برجسته‌سازی برتری‌های نظامی اسرائیل در برابر کوچک‌نمایی و به حاشیه‌راندن حملات نیروهای محور مقاومت، راهبرد اصلی در این زمینه به شمار می‌رود.

۲.۱۰ عقلانیت رژیم صهیونیستی در انجام اقدامات دفاعی

در این مؤلفه، ام‌بی‌سی درصدد بیان این امر است که اولاً رژیم صهیونیستی تابع یک اصل منطقی و عقلانی است و آن «ضرورت دفاع از خود در شرایط خطر» است؛ به‌طوریکه هر کشور دیگری نیز که به جای اسرائیل بود، در برابر تهدیدات بیرونی و درونی به همین شکل رفتار می‌کرد؛ چنانچه در مضامین جدول شماره ۲ مشاهده می‌شود، «منطقی بودن دفاع از خویش در برابر خطرات احتمالی» و «عدم آغازگری اسرائیل در تنش‌ها با نوار غزه»، دو رکن مهم و اساسی در این محور است؛ در بسیاری از خبرهای تحلیل شده، اقدامات تهاجمی رژیم صهیونیستی با این منطق توجیه شده است که اسرائیل، خطرات بالقوه را دفع کرده و در واقع از خود دفاع می‌کند؛ به عبارتی، آنها را دفاع می‌داند، نه تهاجم. برای مثال به خبر زیر که در تاریخ (۲۳ آگوست ۲۰۱۹ مصادف با یکم شهریورماه ۱۳۹۸) پخش شده است توجه نمایید:

"نیروهای ارتش اسرائیل به سمت جوانی فلسطینی که قصد داشت نارنجک به سوی آنها پرتاب کند شلیک کردند."

همانطور که مشاهده می‌شود، اولاً بازنمایی صورت‌گرفته از رفتار ارتش اسرائیل، یک رفتار بسیار معتدل و در عین حال منطقی است و در مقابل رفتار فلسطینیان، رفتار تهاجمی

و افراط‌گونه بازنمایی شده است؛ چنانچه که قبلاً نیز اشاره شد، استفاده از دو راهبرد مهم و کلیدی در بازنمایی در این خبر نیز مشاهده می‌شود:

۱. کلیشه‌سازی: کلیشه‌ی منطقی و عقلانیت رژیم صهیونیستی در برابر توحش و افراط‌گری فلسطینیان (به ویژه ساکنان نوار غزه) ۲. بدیهی‌سازی: طبیعی و ضروری بودن دفاع از خود در برابر رفتار وحشیانه‌ی دیگری.

مسأله‌ی بعدی در این مؤلفه، «عدم آغازگری اسرائیل در تنش‌ها با نوار غزه» است. با اطمینان می‌توان گفت در هیچ یک از خبرهایی که راجع به درگیری‌های رژیم صهیونیستی با گروه حماس در نوار غزه در ام‌بی‌سی مخابره شده است، اسرائیل را آغازگر حملات معرفی نکرده و صرفاً اقدامات آن را نوعی مقابله به‌مثل معرفی نموده است. در واقع، این اخبار همگی از یک کلیشه‌ی واحد در بازنمایی اینگونه اخبار پیروی می‌کنند و آن این است که: «ارتش اسرائیل هرگز شروع‌کننده جنگ در نوار غزه نیست؛ بلکه اگر حمله‌ای از اسرائیل به غزه اتفاق می‌افتد، در پاسخ به حملات انجام شده از غزه به اسرائیل است.» با این توضیح، دیگر حملات اسرائیل به نوار غزه و کشتن مردم، در نزد افکار عمومی امری چندان غیرمعقول و ناپسند نیست؛ بلکه نتیجه‌ی اقدامات خشونت‌طلبانه‌ی خودشان است؛ این اخبار، چارچوب ذهنی مخاطبان را بر این اساس شکل می‌دهد که این گروه‌های مقاومت هستند که مسبب مشکلات و فجایع انسانی در نوار غزه هستند، نه ارتش اسرائیل.

۳.۱۰ وجود ارتباط نزدیک و تنگاتنگ میان رژیم صهیونیستی و محور قطری

– اخوانی

در این مؤلفه، ام‌بی‌سی به دنبال القای این مطلب است که میان شاخه‌های سیاسی اخوان المسلمین در کشورهای مختلف و به ویژه قطر با رژیم صهیونیستی ارتباط نزدیک وجود دارد؛ در واقع، این مرکز از ظرفیت ذهنی افکار عمومی که ارتباط با رژیم صهیونیستی را همچنان امری قبیح و نامطلوب می‌داند بهره می‌جوید و آن را به محور اخوانی – قطری نسبت می‌دهد. بدیهی است که افزایش اختلافات میان عربستان و قطر در سال‌های اخیر، بر شدت این راهبرد افزوده است و با تأکید بیشتری دنبال می‌شود. برای مثال به دو خبر زیر توجه نمایید:

در فوریه ۲۰۱۸ محمد العمادی، دیپلمات بلندپایه قطری فاش کرد که از سال ۲۰۱۴ تا کنون بیش از ۲۰ بار به طور پنهانی به اسرائیل رفته است. این دیپلمات بلندپایه قطری با تاکید بر دیدارهای مکرر خود از اسرائیل گفت که این دیدارها دیگر محرمانه به شمار نمی‌روند. (۱۷ می ۲۰۱۸ مصادف با ۲۷ اردیبهشت ۱۳۹۷)

در این خبر که از شبکه العربیه پخش شد، قطر به عنوان کشور دارای ارتباطات زیاد با اسرائیل بازنمایی شده است که هیچ ابایی از رسانه‌ای شدن آن نیز ندارد؛ برجسته‌سازی این رخداد که با استفاده از تکنیک «تکرار» انجام شده است، در واقع افکار عمومی را به این سمت سوق می‌دهد که عادی سازی روابط با اسرائیل (که از آن به تطبیع یاد می‌کنند) توسط قطر صورت می‌گیرد؛ نه عربستان. طبیعی است که این فرآیند می‌تواند نهایتاً به تشکیل الگوهای ذهنی و شناختی در مخاطبان ام‌بی‌سی ختم شود که عربستان هیچ نقشی در عادی سازی روابط با رژیم صهیونیستی نداشته و این قطر است که برای تحقق آن گام بر می‌دارد و بدین ترتیب، چارچوب بندی مطلوب عربستان سعودی در این زمینه محقق شود. مصاحبه ترکی الفیصل (رئیس سابق اطلاعات سعودی) با العربیه نیز با همین نگاه، به راحتی قابل تفسیر و تحلیل است؛ وی در بخشی از این مصاحبه که در تاریخ ۱۵ فوریه ۲۰۱۹ مصادف با ۲۶ بهمن ۱۳۹۷ از العربیه پخش شد گفت: " ما هرگونه همکاری با اسرائیل را نفی می‌کنیم و هیچ تغییری در مواضع ریاض در قبال مسئله فلسطین صورت نگرفته است."

اما ترکیه نیز به عنوان یکی از کشورهای مهم اخوانی منطقه، از این سیاست ام‌بی‌سی در امان نمانده است و به عنوان یکی از کشورهای دوست و همراه اسرائیل بازنمایی و معرفی می‌شود؛ برای مثال در تاریخ ۲۵ سپتامبر ۲۰۱۸ (مصادف با ۳ مهرماه ۱۳۹۷) در بخش اخبار شبانگهی العربیه، خبری با این مضمون کار شده است:

" ترکیه تعداد پروازهای خود به اسرائیل را افزایش می‌دهد."

اگرچه احتمالاً این خبر به لحاظ ارزش های خبری آنقدر اهمیت ندارد که در اخبار شبانگهی العربیه جایی پیدا کند، اما همانطور که در نظریه‌ی برجسته‌سازی بیان شد، رویدادهایی با ارزش خبری اندک نیز در برجسته‌سازی اهمیت می‌یابند و به نوعی آن را تقویت می‌کنند.

گروه حماس نیز به عنوان نسخه‌ی فلسطینی اخوان المسلمین در راستای همین سیاست ام‌بی‌سی قرار می‌گیرد و به عنوان گروه متحد با اسرائیل (حداقل در پشت پرده) معرفی می‌-

شود. برای مثال به این خبر که در تاریخ (۲۲ سپتامبر ۲۰۱۸ مصادف با ۳۱ شهریور ماه ۱۳۹۷) از شبکه ام‌بی‌سی پخش شد، توجه نمایید:

جنبش فتح، رهبری حماس را به همدستی با اسرائیل و صرف نظر از حق بازگشت فلسطینیان متهم کرد؛ فتح در این بیانیه که در روز جمعه منتشر شد اعلام کرد: جنبش حماس نامه‌هایی را برای ترامپ و نتانیاهو ارسال نموده و در آن موافقت خود را با برپایی دولت خودگردان در غزه در ازای پذیرش صلح طولانی مدت اعلام کرده است.

در این خبر که در واقع بازنشر یکی از بیانیه‌های فتح است، حماس به عنوان عنصری هماهنگ با اسرائیل (ولو در سطح رهبران) معرفی و بازنمایی می‌شود. البته سیاست دیگری در این خبر نیز نهفته است که همان القای وجود اختلافات شدید میان فتح و حماس در حل بحران فلسطین است؛ همان چیزی که دقیقاً ضرورت وجود کشوری سوم به عنوان میانجی را در حل بحران ضروری می‌نماید و آن میانجی همان ایالات متحده امریکا (در سطح جهانی) و یا عربستان (در سطح منطقه) است. به این ترتیب، حماس در سیاست‌های خبری ام‌بی‌سی همواره به عنوان عنصر سرسپرده‌ی اسرائیل و بی‌توجه به منافع ملت فلسطین بازنمایی می‌شود و قطر در این بازنمایی، تقویت‌کننده‌ی این رابطه است.

۴.۱۰ گروه حماس، عامل مصیبت و سختی‌های مردم فلسطین

چهارمین مؤلفه‌ی دیپلماسی رسانه‌ای سعودی در موضوع اسرائیل، مربوط به حماس است؛ بازنمایی صورت گرفته از حماس در ام‌بی‌سی به گونه‌ای است که آن را عامل ناکامی‌ها و فشارهای مردم فلسطین و به ویژه غزه نشان می‌دهد. بخشی از این بازنمایی در محور دوم توضیح داده شد که چگونه حماس را عامل شروع کننده‌ی حملات به نوار غزه معرفی کرده و به این ترتیب، بخش عمده‌ای از حملات رژیم اشغالگر قدس را بر گردن حماس می‌اندازد. اما موضوع دوم در این محور، «هزینه‌زا بودن» اقدامات حماس است؛ به‌طوریکه اینگونه القا می‌شود که اگر حماس دست از «مقاومت» بر دارد، آینده‌ی بهتری در انتظار فلسطینیان خواهد بود. یکی از صریح‌ترین مضامین مربوط به این محور، به مصاحبه‌ی اختصاصی العربیه با جیسون گرینبلات (نماینده ویژه کاخ سفید در امور خاورمیانه) مربوط می‌شود. این مصاحبه در تاریخ ۱۵ ژوئای ۲۰۱۹ مصادف با ۲۴ تیر ۱۳۹۸ در برنامه‌ی

«مصاحبه اختصاصی» (المقابله الخاصة) انجام شده که یکی از مهمترین و پربیننده ترین برنامه های العربیه است؛ به بخشی از مصاحبه ی وی در زیر توجه نمایید:

- " هر اقدامی که در عرصه بین المللی برای پایان دادن به بحران غزه انجام میشود به دلیل اقدامات جنیش حماس نقش بر آب میشود."

- "پرتاب موشک های حماس از غزه به سوی اسرائیل، علت اصلی عدم حل مشکلات در غزه است."

- "اگر گروه جهاد نباشد، جهان کمک های بهتری به حل مشکلات غزه خواهند کرد." همانطور که ملاحظه می شود، آنچه در این سه مضمون بر آن تأکید می شود، کلیشه ی «هزینه زا بودن مقاومت» است و آنچه به عنوان علت مشکلات بازنمایی می شود، «حماس» است؛ بنابراین، کلیشه سازی العربیه در این زمینه به منظور بازنمایی منفی نسبت به حماس، متکی بر «نفی مقاومت» است و تأکید بر «تعارض اقدامات حماس با منافع ملی مردم فلسطین» (به ویژه در غزه) یکی از راهبرد های اصلی در این محور است.

۵.۱۰ معامله ی قرن، تنها راه نجات آینده ی فلسطین

پنجمین مؤلفه از مؤلفه های دیپلماسی رسانه ای سعودی در مورد اسرائیل، به موضوع معامله قرن اختصاص دارد؛ ام بی سی در این محور، معامله ی قرن را به عنوان «یگانه راه نجات فلسطین و آینده ی آن» بازنمایی می کند. اولین کلیشه ای که در بازنمایی معامله قرن در ام بی سی استفاده می شود، کلیشه ی «ایجاد شکوفایی چشمگیر اقتصادی در فلسطین در اثر معامله قرن» است؛ ام بی سی با تأکید بر مشکلات فراوان اقتصادی و معیشتی در کرانه ی باختری و نوار غزه، راه برون رفت از این مشکلات را معامله ی قرن معرفی می کند؛ برای مثال، به این خبر العربیه که در تاریخ ۲۶ ژوئن ۲۰۱۹ پخش شده است توجه نمایید:

" بهبود وضعیت اقتصادی فلسطینیان، هدف نهایی معامله قرن است."

در این محور، تأکید بر جنبه های اقتصادی معامله قرن، بسیار بیشتر از سایر ابعاد آن به چشم می خورد. امثال این خبر در ام بی سی فراوان کار شده است که به دلیل رعایت اختصار از ذکر آنها صرف نظر می شود.

پر واضح است که برجسته سازی صورت گرفته در مورد پیامدهای مثبت اقتصادی معامله ی قرن در کنار بزرگنمایی مشکلات معیشتی در فلسطین، هدف خاصی را دنبال

می‌کند و آن همان متقاعد سازی افکار عمومی نسبت به پذیرش معامله‌ی قرن است؛ آنچه که در بخش نظریات دیپلماسی رسانه‌ای از آن با عنوان نظریه‌ی «تولید موافقت» یاد شد؛ به این معنا که رسانه‌ها به جای آنکه بر سیاست اثر بگذارند و یا به انتقاد از حوزه‌ی قدرت بپردازند، پوشش خبری خود را به گونه‌ای ساماندهی می‌کنند که برای تصمیمات سیاسی، موافقت مخاطبان (افکار عمومی) را جلب نمایند. بنابراین، این اخبار، به دنبال اقتناع افکار عمومی نسبت به مثبت و مفید بودن معامله‌ی قرن هستند؛ البته در ادامه بیان خواهد شد که بعضاً وجوه منفی این معامله نیز بیان می‌شود، اما برآیند نهایی از آن، برآیند مثبتی بازنمایی می‌شود.

اما موضوع دیگری که در این محور به آن پرداخته شده است، «بُرد - بُرد» بودن طرح معامله قرن برای طرفین درگیری است. به‌طوریکه می‌تواند منافع طرفین را تضمین کند؛ برای مثال، به متن این پیام که از العربیه پخش شده است توجه نمایید:

" برنامه صلحی که ایالات متحده پیشنهاد داده است، هم اسرائیل را در ایجاد امنیت ملی خود کمک می‌کند و هم فلسطینیان را در رسیدن به زندگی راحت تر و زیبا تر یاری می‌رساند." (۱۵ ژوئای ۲۰۱۹ مصادف با ۲۴ تیر ۱۳۹۸)

آنچنان که واضح است، در این مضمون و مضامین مشابه، سعی می‌شود که معامله قرن طوری معرفی شود که می‌تواند منافع دو طرف درگیری را محقق نماید. اما هرگز راجع به ساز و کار آن و اینکه چگونه می‌تواند هر دو طرف را راضی نگه دارد بحثی به میان نمی‌آید!

۶.۱۰ ماهیت تجاری و تعاملی معامله‌ی قرن و ضرورت برخورد منطقی با آن

آخرین مؤلفه از مؤلفه‌های دیپلماسی رسانه‌ای عربستان در مورد اسرائیل که مربوط به معامله‌ی قرن است، در مورد این مطلب است که «معامله‌ی قرن» همانطور که از عنوانش برمی‌آید، نوعی معامله و بده-بستان است؛ یعنی باید در ازای چیزی که به دست می‌آید، چیزی نیز پرداخت. ام‌بی‌سی در این محور تلاش می‌کند که بیان کند اگرچه فلسطینیان ممکن است برخی امتیازات را در خلال این معامله واگذار کنند، اما چیز ارزشمندی به دست می‌آورند و آن هم رهایی از بحران ۷۰ ساله‌ی درگیری با اسرائیل است که در نتیجه‌ی این رهایی، پس از نزدیک به یک قرن می‌توانند زندگی راحت و آسوده‌ای را تجربه کنند. لذا ام‌بی‌سی گاهی و البته به‌صورت نادر، به بیان برخی وجوه منفی (و البته نسبتاً کم اهمیت) در مورد معامله قرن هم اقدام می‌کند، اما آنقدر وجوه مثبت این طرح برجسته می‌شود که آن وجوه منفی، کم اهمیت جلوه می‌نمایند. در اینباره، توضیح یک مطلب ضروری است؛ یکی

از سیاست های مهم کاخ سفید در مسأله معامله قرن، استفاده از تکنیک «خبررسانی قطره چکانی» است؛ به این معنا که به دلیل حساسیت های بسیار بالای این موضوع در افکار عمومی، ابتدائاً خبری به صورت غیررسمی ولی در سطح گسترده پخش می شود و سپس با استفاده از فناوری های نرم نوین مانند داده کاوی (Data Mining) و هوش مصنوعی، بازخوردهای آن در سطح ملت های هدف سنجیده می شود؛ در موضوع معامله قرن، بارها و بارها این رخداد خبررسانی قطره چکانی - دیده شده و حتی گاهی به دلیل مشاهده بازخورد های منفی فراوان، تناقضاتی در اظهار نظر مسئولان دیده می شود. بنابراین استفاده از روش های نوین داده کاوی در مورد افکار عمومی، یکی از بخش های جدایی ناپذیر برای پیشبرد این طرح است و امریکا به خوبی برای سنجش افکار عمومی، از این ابزار نوین بهره می گیرد؛ جرد کوشنر نیز در مصاحبه‌ی صریحاً به این مطلب اشاره کرده است^{۲۴}. به این ترتیب، شاید بتوان علت اصلی اعلام نشدن یکباره‌ی مفاد معامله‌ی قرن را همین امر دانست که سران امریکایی، از واکنش های افکار عمومی نسبت به این امر اطمینان خاطر ندارند و گام به گام به ارزیابی واکنش ها و سنجش افکار عمومی نسبت به این مسأله می-پردازند.

مسأله دیگر در این محور، ضرورت برخورد منطقی و پرهیز از واکنش های احساسی در مورد معامله‌ی قرن است. به مضمون زیر به عنوان نمونه که در برنامه‌ی «پانوراما» از العربیه پخش شده است توجه نمایید:

" نپذیرفتن پیشنهادات اقتصادی مطرح شده در معامله قرن که منجر به بهبود وضعیت فلسطینیان می شود، کاری غیرعقلانی خواهد بود." (پخش شده در تاریخ ۱۱ فوریه ۲۰۱۹ مصادف با ۲۲ بهمن ۱۳۹۷)

همانطور که ملاحظه می شود، ام‌بی‌سی سعی می کند تا افکار عمومی را به آرامش دعوت نماید و از موضع گیری منفی نسبت به معامله قرن بر حذر دارد.

در پایان این بخش، در مورد جنبش حماس، ممکن است سؤالی به ذهن برسد و آن این است که بالاخره حاصل بازنمایی حماس در ام‌بی‌سی این است که حماس دشمن اسرائیل است یا متحد اسرائیل؟

در پاسخ به این سؤال باید گفت که سیاست رسانه ای ام‌بی‌سی در مورد حماس، نوعی سیاست پیچیده و بسیار نرم است؛ به این معنا که سعی می کند در یک لایه، این مطلب را القا کند که حماس، در سطح رهبران و مسئولان عالیرتبه، با رژیم صهیونیستی کاملاً هماهنگ و همدست است؛ اما در سطح قاعده‌ی هرم، با اسرائیل دشمنی می کند؛ با این

سیاست، هم رهبران حماس را افرادی دو رو و تزویرگر معرفی کرده و هم طرفداران حماس را به تشکیک در مورد عملکرد رهبران‌شان وا میدارد. اساساً ام‌بی‌سی سعی میکند دعوای حماس با ارتش اسرائیل را دعوای زرگری جلوه دهد و اینکه حملات طرفین، هیچوقت خسارات چشمگیری نداشته است، از نظر ام‌بی‌سی مؤید این مطلب است.

۱۱. نتیجه‌گیری

در نهایت با بررسی محتوای مطرح شده در شبکه‌های ام‌بی‌سی راجع به رژیم صهیونیستی می‌توان گفت که:

- ارتباط با اسرائیل همچنان به‌عنوان خط قرمز محسوب می‌شود و هیچ محتوای رسانه‌ای مبنی بر ارتباط عربستان با اسرائیل در آن به چشم نمی‌خورد؛ البته این بدان معنا نیست که این ارتباط وجود ندارد (که توضیحات این ارتباط در قسمت‌های قبلی بیان شد)، بلکه ام‌بی‌سی هنوز نخواست و یا نتوانسته است به دلیل نگرش منفی افکار عمومی نسبت به اسرائیل، این ارتباط را علنی کند.
- در مجموع بازنمایی انجام شده از اسرائیل را می‌توان بازنمایی مثبتی دانست؛ به‌طوریکه ۲ مؤلفه‌ی اول در جدول مضامین فراگیر، حاکی از همین مطلب است. هرچند ممکن است به ندرت انتقاداتی نیز نسبت به اسرائیل مطرح شود.
- به‌دلیل حساسیت بسیار بالای موضوع اسرائیل در افکار عمومی، ام‌بی‌سی شیب بسیار ملایمی را در سیاست‌های رسانه‌ای خود در پیش گرفته است. لذا هرگز نباید انتظار داشت که ام‌بی‌سی هرچقدر هم که لیبرال و غرب‌گرا باشد، علناً و بسیار واضح به دفاع از اسرائیل بپردازد.
- به‌نظر می‌رسد نوعی تقسیم کار در میان شبکه‌های مرکز ام‌بی‌سی وجود دارد؛ به این معنا که مواضع جنجالی‌تر و رادیکال‌تر توسط شبکه‌ی العربیه گرفته می‌شود و مواضع کمتر جنجالی و ملایم‌تر توسط سایر شبکه‌ها مطرح می‌شود. مهم این است که برای رسیدن به نگاه صحیح راجع به سیاست رسانه‌ای سعودی، هر دوی این مواضع در کنار هم تفسیر شوند، نه جداگانه.
- به‌نظر می‌رسد اساساً موضوع فلسطین اولویت دست‌چندم در ام‌بی‌سی به‌شمار می‌رود و سعی می‌شود این مسأله به حاشیه رانده شود. با مشاهده برنامه‌های ام‌بی‌سی

می‌توان به راحتی دریافت که حجم اخبار مربوط به فلسطین و اسرائیل علی‌رغم اهمیت آن در قیاس با سایر اخبار بسیار اندک است.

- ام‌بی‌سی می‌کوشد معامله‌ی قرن را در میان افکار عمومی با وجود برخی معایب و آسیب‌هایش، نسخه شفاف‌بخش مردم فلسطین معرفی نماید؛ تولید موافقت در افکار عمومی، کارکرد اصلی ام‌بی‌سی در این زمینه است. همچنین استفاده از تکنیک «دو قطبی‌سازی» به این منظور بسیار مد نظر ام‌بی‌سی است و لازم است رسانه‌های محور مقاومت با درک این دو قطبی‌ها، در دام آن گرفتار نشده و دو قطبی‌های دیگری را جایگزین آن کنند. دو قطبی مطلوب ام‌بی‌سی در این زمینه، عقلانیت در برابر عاطفه است و چه بسا دو قطبی صحیح و واقعی، دو قطبی «کرامت» در برابر «ذلت» و یا «خاک» در برابر «پول» باشد.

- با توجه به سیاست‌های رژیم آل سعود، به‌نظر می‌رسد سیاست‌های رسانه‌ای این رژیم، به‌گونه‌ای پیش خواهد رفت که در راستای سیاست‌های کلان عربستان در حوزه‌ی خارجی، اسرائیل به‌عنوان کشوری مشروع همچون سایر کشورهای پیشرفته معرفی شده، و تدریجاً مسأله‌ی عادی‌سازی روابط با این کشور برای مردم عربستان و سایر کشورهای خلیج فارس نهادینه شود. تأکید بر آورده‌های اقتصادی و صنعتی ارتباط با اسرائیل، راهبرد اصلی در پیاده‌سازی این سیاست خواهد بود.

پی‌نوشت‌ها

1. <http://www.infoprod.co.il/article/2/283>
2. <https://www.nytimes.com/2006/09/25/world/africa/25iht-mideast.2929990.html>
3. <https://www.nytimes.com/2006/09/25/world/africa/25iht-mideast.2929990.html>
4. www.haaretz.com/opinion/.premium-why-we-should-go-easy-on-the-saudi-crown-prince-1.6576593
5. برای مثال به سایت خبری العربی در مورد این ماجرا مراجعه نمایید: <https://plink.ir/Pc9Za>
6. https://fa.wikipedia.org/wiki/%D9%85%D8%B9%D8%A7%D9%85%D9%84%D9%87_%D9%82%D8%B1%D9%86
7. <https://tn.ai/2006645>

دیپلماسی رسانه‌ای عربستان در مورد اسرائیل؛ ... (حسن بشیر و امیررضا تمدن) ۵۷

8. <https://bit.ly/2YTyx5I>
9. <https://bit.ly/2CVTcOr>
10. <https://www.aremnews.com/news/arab-world/saudi-arabia/1267843>
11. <http://web.archive.org/web/20101211205522/213.251.145.96/cable/2009/05/09RIYADH651.html>
12. https://web.archive.org/web/20190327090426/http://www.arabmediaforum.ae/userfiles/English_AMO.pdf
13. <https://www.middleeastmonitor.com/20180209-sources-saudi-arabia-now-owns-60-of-mbc/>
14. www.alexa.com/siteinfo/mbc.net
15. <https://www.alexa.com/siteinfo/rotana.net>
16. <https://www.youtube.com/user/MBCMARS/about>
17. <https://www.youtube.com/user/mbc/about>
18. <https://www.youtube.com/user/khalejiatv/about>
19. <https://www.youtube.com/user/AlHayahTVNetwork/about>
20. <https://bit.ly/2L5tyv2>
21. <https://www.youtube.com/user/AlArabiya/about>
22. <https://www.youtube.com/user/aljazeerachannel/about>
23. <https://www.forbesmiddleeast.com/en/list/top-tv-channels-online-in-the-arab-world>
24. <https://www.timesofisrael.com/ahead-of-peace-plan-rollout-jared-kushner-applies-big-data-to-arab-media>

کتاب‌نامه

- آلادپوش، علی، علیرضا توتونچیان (۱۳۷۲)، دیپلمات و دیپلماسی، تهران، چاپ و انتشارات وزارت امور خارجه.
- بشیر، حسن (۱۳۹۵)، دیپلماسی گفتمانی، تهران، دانشگاه امام صادق (ع).
- رحمانیان، حسین (۱۳۹۴)، عربستان سعودی، تهران: دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی وزارت امورخارجه.
- ساداتی، سید نصرالله (۱۳۹۳)، نقش دیپلماسی رسانه‌ای در روابط بین‌الملل، فصلنامه رسانه، سال بیست و پنجم، شماره ۳.

سلطانی فر محمد، ملکیان نازنین، (۱۳۸۹)، تحلیل برنامه های شبکه ماهواره ای ام. بی. سی. فارسی به منظور دستیابی به فرهنگ و تکنیک های ارتباطی به کار گرفته شده در انتقال پیام، پژوهش اجتماعی : دوره ۳، شماره ۹.

شاکری، مجتبی (۱۳۸۴)؛ رسانه های جمعی و انتخابات ریاست جمهوری، قم، مرکز پژوهشهای اسلامی صدا و سیما.

عابدینی، حسن، (۱۳۹۳)، نقش دیپلماسی عمومی در سیاست خارجی ایران و عربستان - مطالعه موردی: شبکه های العالم و العربیه، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، دانشکده حقوق و علوم سیاسی.

Attride-Stirling, Jennifer, ۲۰۰۱, Thematic networks: an analytic tool for qualitative research, SAGE Publications (London, Thousand Oaks, CA and New Delhi) vol. 1(3): 385-405

Braun, V., Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. Qualitative Research in Psychology, 3: 77-101

Jyotika, Ramaprasad, (1983) Media diplomacy: In search of a definition, Institute Voor perswetenschap, Amsterdam, Gazzette, p.p: 69-78

Park, J. (2003). Contrasts in the Coverage of Korea and Japan by US Television Networks A Frame Analysis: A Frame Analysis. The International Communication Gazette, Vol. 65, No. 2, pp. 145-164.

Roth, A.L.; Dunsby, J. & Bero, L. A. (2003). Framing Processes in Public Commentary on US Federal Tobacco Control Regulation. In Social Studies of Science, Vol. 33, No. 1, pp. 7-44

Taylor, P.M. (1997). Global Communication, International Affairs And The Media Since 1945. pub Routledge, Publication, p. 83.

<http://www.infoprod.co.il/article/2/283>

<https://www.nytimes.com/2006/09/25/world/africa/25iht-mideast.2929990.html>

<https://www.jpost.com/American-Politics/Jared-Kushner-will-broker-Middle-East-peace-at-the-White-House-says-Trump-478554>

<https://www.rt.com/op-ed/saudi-israel-us-iran-15/>

www.haaretz.com/opinion/.premium-why-we-should-go-easy-on-the-saudi-crown-prince-1.6576593

<https://bit.ly/2CVTcOr>

https://fa.wikipedia.org/wiki/%D9%85%D8%B9%D8%A7%D9%85%D9%84%D9%87_%D9%82%D8%B1%D9%86

<https://bit.ly/2YTyx5I>

<https://tn.ai/2006645>

<https://web.archive.org/web/20190327090426/http://www.arabmediaforum.ae/userfiles/Engl-ishAMO.pdf>

<http://makhaterltakfir.com/fa/News/View/11817>

<https://www.timesofisrael.com/palestinian-sources-gulf-officials-met-netanyahu-in-israel>

دیپلماسی رسانه‌ای عربستان در مورد اسرائیل؛ ... (حسن بشیر و امیررضا تمدن) ۵۹

<https://bit.ly/2CVTcOr>

<https://bit.ly/2CVTcOr>

<https://www.aremnews.com/news/arab-world/saudi-arabia/1267843>

<https://elaph.com/Web/News/2017/11/1177142.html>

<https://sabq.org/5ndLF8>

<https://bit.ly/2Zq8dQT>

<https://www.reuters.com/article/saudi-arrests-mbc/chairman-of-saudi-media-groupmbc-allowed-to-travel-to-dubai-idUSL5N1SZ25S>

<http://web.archive.org/web/20101211205522/213.251.145.96/cable/2009/05/09RIYADH651.html>

<https://bit.ly/2ZeHrQi>

www.alexa.com/siteinfo/mbc.net

<https://www.alexa.com/siteinfo/rotana.net>

<https://www.youtube.com/user/MBCMARS/about>

<https://www.youtube.com/user/mbc/about>

<https://www.youtube.com/user/khalejiatv/about>

<https://www.youtube.com/user/AlHayahTVNetwork/about>

<https://bit.ly/2L5tvv2>

<https://www.youtube.com/user/AlArabiya/about>

<https://www.youtube.com/user/aljazeerachannel/about>

<https://goo.gl/CKzGtp>

<https://www.forbesmiddleeast.com/en/list/top-tv-channels-online-in-the-arab-world/>

<https://www.alexa.com/siteinfo/alarabiya.net>

<https://alexa.com/siteinfo/skynewsarabia.com>

<https://www.alexa.com/siteinfo/aljazeera.net> <https://www.arabianbusiness.com>

<https://www.presstv.com/Detail/2016/02/23/451875/Al-Arabiya-TV-head-dismissedover-Nasrallah-documentary>

<http://mersadcss.com/fa/product/1925>

<https://www.aremnews.com/news/arab-world/saudi-arabia/1627595>

<https://www.youtube.com/channel/UC1F59TWMYxxVKI-8sWa15nA/about>

<https://www.youtube.com/watch?v=ZmmxRYqBhvM>

<https://www.timesofisrael.com/ahead-of-peace-plan-rollout-jared-kushner-applies-big-data-to-arab-media>