

روزنامه‌نگاری همراه و پوشش خبری جنگ عراق: مطالعه موردی فاکس نیوز

یونس شکرخواه^۱

استادیار گروه مطالعات بریتانیا دانشگاه تهران

فاطمه کمالی چیرانی^۲

کارشناسی ارشد مطالعات آمریکا دانشگاه تهران

چکیده

دولت‌های آمریکا همیشه تلاش می‌کردند تا رسانه‌ها را در جهت منافع سیاسی و اقتصادی صاحبان قدرت، کنترل کنند. تحلیل‌های نوام چامسکی^۳ سوگیری رسانه‌های آمریکایی را به نفع منافع «اقتصاد سیاسی» و «جانبداری از اسرائیل^۴» نشان می‌دهد. همچنین، پژوهش‌ها مشخص می‌کند که جهت‌گیری آمریکا در کنترل پوشش خبری، در مواقع بحرانی تشدید می‌شود. در این پژوهش به بررسی جدیدترین روش آمریکا در سازماندهی رسانه‌ها در جنگ ۲۰۰۳، عراق می‌پردازیم. همچنین، روزنامه‌نگاری همراه^۵ که برای نخستین بار پنتاگون (وزارت دفاع آمریکا) آن را به کار گرفت، مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. مطالعات انتقادی فراوانی در مورد کارکرد روزنامه‌نگاری همراه به رشته تحریر درآمده، اما پژوهش حاضر بر آن است تا به ارزیابی عینیت این پدیده بر اساس تئوری میندیچ^۶ بپردازد. این پژوهش، محتوای خبری وبسایت فاکس نیوز^۷ را در دوره زمانی ۲۰ مارچ تا ۹ آوریل ۲۰۰۳، مورد بررسی قرار می‌دهد؛ دوره‌ای که روزنامه‌نگاران آن را

¹ shokrkhah@ut.ac.ir

² fatemehkamalichirani@ut.ac.ir

³ Noam Chomsky

⁴ Pro-Israeli

⁵ Embedded Journalism

⁶ Mindich

⁷ Fox News Corporation

«سقوط بغداد» می‌نامند. به همین دلیل، عینیت ۲۱۷ خبر از کلیپ‌های پیاده شده و لید گزارش‌های زنده روزنامه‌نگاران همراه که در فاکس نیوز ارائه شده‌اند، ارزیابی می‌شود.

واژگان کلیدی: جنگ ۲۰۰۳ عراق، حکومت آمریکا، رسانه، روزنامه‌نگاری همراه، عینیت، فاکس نیوز، کنترل.

مقدمه و طرح مسئله

بر اساس پژوهش‌های انتقادی، رسانه‌ها در جوامع گوناگون تحت تأثیر سیاست‌های مالکان آن‌ها اداره می‌شوند و به این دلیل فقط بخش‌هایی از واقعیت بازنمایی می‌شود که در جهت منافع آن‌ها باشد. برای مثال، رسانه‌های انگلیسی «اعتراض کارگران بریتانیا را که برای بالا رفتن دستمزدها تظاهرات کرده بودند، به مثابه شورش» بازنمایی کردند. حال آن‌که حقیقت ماجرا بر اساس این‌گونه از پژوهش‌ها، همیشه جنبه بازنمود یافته نیست و یک اتفاق می‌تواند در قالب‌های گفتمانی متنوعی، ساخت یا شکل بگیرد. به همین جهت، ابعادی برای رسانه‌ها مناسب تشخیص داده می‌شوند که کمترین تناقض را با اهداف گروه‌های ذینفع داشته باشند.

حکومت‌ها نیز - به منزله متغیرهای فرارسانه‌ای و در عین حال ذینفع در رویدادهای تحت پوشش - به ویژه در مواقع بحرانی، از رسانه‌ها در جهت منافع خود استفاده می‌کنند. پژوهش‌های بسیاری بر وجود رابطه معنی‌دار بین رسانه‌ها و حکومت‌ها در جهت شکل‌دادن به افکار عمومی تأکید می‌کنند. مولر^۱ از وجود روابط دو سویه بین افکار عمومی و رسانه‌ها در جنگ اول خلیج فارس خبر می‌دهد. گراسویلر^۲ نیز معتقد است رسانه‌ها بر شیوه درک اطلاعات و مسائل سیاسی افراد تأثیر می‌گذارد.

¹ Muller

² Grosswiler

بنت و دیگران نیز با ارزیابی روابط در دوره پس از جنگ سرد، به این نتیجه رسیده‌اند که پوشش خبری رسانه‌ها بر افکار عمومی در درک مواضع سیاست خارجی تأثیر می‌گذارد. پوشش خبری رسانه‌ها با پیشرفت منازعات نظامی پس از ۱۱ سپتامبر، تمرکز خاصی بر بازنمایی آن‌ها از موقعیت مناطق جنگی دارد، چه این منطقه جنگی در افغانستان باشد، چه در فلسطین یا عراق.

برای نمونه، گزارش‌های رسانه‌های آمریکایی درباره عملیات جنگی از جنبه «درست، متعادل و عینی» بودن، گزارش‌های ناقصی محسوب می‌شود. بر اساس نظرسنجی‌ها، ۷۵ درصد جمعیت جوان آمریکا معتقدند، نیروی نظامی آمریکا «کاردستی»^۱ انجام داده است (میندیچ^۲، ۲۰۰۵: ۴)، در حالی که در مورد مشابه سال ۱۹۷۵، آمارها نشان می‌دهد که فقط ۲۰ درصد از جوانان آمریکایی به درستی کار نیروی نظامی آمریکا اعتقاد داشته‌اند. در گذشته نیز ردپای جهت‌گیری‌های رسانه‌ای «به نفع نیروی نظامی آمریکا» (پیش سانسورخبرها و سانسور بعد از تهیه خبرها) در پوشش خبرهای جنگی دیده می‌شد.

از همین رو، روش‌های خدمت رسانی دولت آمریکا به رسانه‌ها در مواقعی که نیروی نظامی نقش فعالی دارد، اهمیت می‌یابد. نکته مهم در این جا روش سرویس دهی وزارت دفاع آمریکا در جنگ ۲۰۰۳، عراق است که طی آن، روزنامه‌نگاران برای نخستین بار با نظامیان^۳ یا گروهان نظامی «همراه»^۴ شدند. این مسئله مورد انتقاد بسیاری از اندیشمندان در حوزه رسانه‌ها قرار گرفت. به طوری که «کنترل فرماندهان نظامی بر جریان اطلاعات» به نوعی «کنترل نظامی خبر» نامیده شد.

همان گونه که گفته شد، ارزیابی محتوایی فاکس نیوز در کانون این پژوهش است و لذا مرور مطالعات مرتبط با روزنامه‌نگاری همراه و تکیه بر بررسی عینیت از زاویه تئوری عینیت میندیچ می‌تواند بستر مناسبی برای طرح مقوله مورد بررسی باشد. به عبارت دیگر، در این پژوهش مورد تحلیل، پوشش خبری «کمپانی خبری فاکس»^۵ از جنگ عراق است (خبرها، ویدیوها و وب سایت فاکس). دوره زمانی پژوهش نیز از زمان

¹ U.S Military Would Do «the right»

² Mindich

³ Troop

⁴ Embedding

⁵ Fox Broadcasting Company (FNC)

اعلان جنگ علیه عراق در سخنرانی جرج دبلیو بوش در ۲۰ مارس ۲۰۰۳ تا سرنگونی مجسمه صدام حسین در ۹ آوریل ۲۰۰۳ انتخاب شده است. نمونه‌های مورد مطالعه از وب سایت فاکس طی ۲۱ روز جنگ انتخاب شده‌اند که در ادامه از آن با عنوان فاکس نیوز یاد می‌شود. همچنین، برای ارزیابی دقیق‌تر نکات که روزنامه‌نگاران همراه به آن توجه کرده‌اند، کلیپ‌های ارسالی آنان و همچنین لید گزارش‌های زنده «خبرنگاران همراه»^۱ مورد بررسی قرار گرفته است.

این مقاله تلاش می‌کند تا چهار پرسش ذیل را پاسخ دهد:

۱- «روزنامه‌نگاری همراه» چیست؟

۲- آیا «روزنامه‌نگاری همراه» کاستی‌ها و محدودیت‌هایی هم داشته است؟

۳- گفتمان‌های اصلی «روزنامه‌نگاری همراه» (در فاکس نیوز) چیست؟

۴- آیا «روزنامه‌نگاران همراه فاکس نیوز» حوادث جنگ ۲۰۰۳، عراق را «عینی» پوشش داده‌اند؟

فرضیه پژوهش در مورد کیفیت بهره‌گیری فاکس نیوز از روزنامه‌نگاری همراه در پوشش خبری جنگ ۲۰۰۳، عراق این است: «محتوای تولیدی روزنامه‌نگاری همراه فاکس، تصویرعینی جنگ ۲۰۰۳، عراق را منعکس نکرده است».

روزنامه‌نگاری همراه چیست؟

روزنامه‌نگاری همراه نوعی از روزنامه‌نگاری است که در پوشش خبری جنگ ۲۰۰۳، عراق به کار گرفته شد. دولت بوش و در راس آن، پنتاگون این روش را برای پوشش خبری حوادث جنگی ابداع کردند که روزنامه‌نگاران را «در واحدهای نظامی معین» در «خطوط اول جبهه» بفرستند (آرتز^۲ و کمالی پور^۳، ۲۰۰۵:

¹ Embeds

² Artz

³ Kamalipour

۲۲۵). این «خبرنگاران» و «فیلمبرداران»، روزنامه‌نگاران همراه نامیده می‌شدند، حوادث را «به طور زنده»^۱ پوشش می‌دادند و به منزله «مفسر فوری»^۲ عمل می‌کردند (مایر^۳، ۲۰۰۶: ۹۶).

حکومت آمریکا این فرایند را «زندگی کردن، خوردن و جابه‌جا شدن در منازعات جنگی با گروهانی که (روزنامه‌نگار) با آن همراه شده است» معرفی می‌کند (سازمان اطلاعات خبری دفاعی آمریکا، ۲۰۰۳).

در مورد تعداد خبرنگاران همراه، در جنگ ۲۰۰۳ عراق آمارهای متفاوتی وجود دارد. برخی از منابع آن‌ها را «بیش از ۵۰۰ نفر» (مایر، ۲۰۰۶: ۹۶)، «نزدیک به ۶۰۰ نفر» (ادی و دیگران^۴، ۲۰۰۵: ۶)، «۶۰۰ نفر» (هال^۵، ۲۰۰۴: ۸۰) و برخی منابع دیگر این تعداد را «۷۰۰» و «۷۷۵ روزنامه‌نگار، عکاس خبری و فیلمبردار» (مک‌فایل^۶، ۲۰۰۶: ۱۵۸) ذکر کرده‌اند، اما بر اساس اسناد وزارت دفاع آمریکا، روزنامه‌نگاری همراه برای حمایت از رسانه‌های آمریکایی در خاورمیانه ایجاد شده است (اینفو سسدف واشنگتن، ۲۰۰۳: ۱).

مروری بر سند سیاست‌های وزارت دفاع درباره همراه کردن روزنامه‌نگاران در گروهان‌های نظامی نشان می‌دهد:

- روزنامه‌نگاران در دسترسی به اطلاعات نظامی محدودیت دارند.
- سیستم تولید خبر برای پاسخ‌گویی به عامه آمریکایی‌ها و کشورهای متحدی است که افکار عمومی آن‌ها بر دوام و بقای جنگ تأثیر دارد.
- تولیدات خبری نهایی (بد یا خوب) نمی‌تواند رویکرد عینی داشته باشد، زیرا مسئول تغذیه، تدارک و اجرای امور روزنامه‌نگاران همراه فرماندهان جنگی هستند.

¹ In real time

² Commentators in ction

³ Maier

⁴ Department of Defense News Transcript

⁵ Aday et al.

⁶ Hall

⁷ McPhail

- روزنامه‌نگاران همراه فقط برای پوشش حملات آمریکا حمایت می‌شوند.

همچنین، وظایف روزنامه‌نگاران همراه در جهت منافع وزارت دفاع آمریکا با واژه‌هایی چون «استراتژی‌های نهایی ما»، «وعده بلند مدت ما»، «ایده‌آل‌های دموکراتیک ما»، «مردم ما»، «استراتژی ما» و «گروهان ما»، مورد تأکید قرار گرفته و جهت دهی شده‌اند.

این تأکیدات نشان می‌دهند که تزریق چنین ساختار از پیش تعیین شده‌ای و به دیگر زبان پدید آوردن چنین شرایطی در سیستم پوشش خبری همراه، به طور نظری در تعارض با مفهوم «رسانه عینی» میندیچ، قرار می‌گیرد و با سیستم پروپاگاندا^۱ قرابت معنایی بیشتری دارد.

پیش از همراه شدن

این اولین بار نیست که روابط نزدیکی بین نیروی نظامی آمریکا و رسانه‌های آمریکایی در پوشش خبری حوادث به چشم می‌خورد. در واقع، روزنامه‌نگاری وطن پرستانه^۲ به طور تاریخی وجود داشته است. ارنی پایل^۳ - یکی از خبرنگاران معروف در جنگ جهانی دوم که به پوشش خبری فعالیت‌های ارتش آمریکا می‌پرداخت - از اولین نمونه‌ها در تاریخ آمریکا است. او در عمل خود را یکی از اعضای ارتش آمریکا معرفی می‌کرد. روزنامه‌نگاری زرد وطن پرستانه در جنگ اسپانیا - آمریکا نیز یکی دیگر از نمونه‌هایی است که کمپل^۴ و ناساو^۵ مطالعه کرده‌اند.

همچنین، این سابقه نظامی‌گرایی در خبر، باعث شد تا سانسور به یکی از محصولات مهم همکاری میان نیروهای نظامی و رسانه‌ها تبدیل شود. گزارشگران در ماجرای حمله نظامی آمریکا به گرانادا^۶ در ۱۹۸۳، اجازه حضور در مناطق جنگی را داشتند، اما نظامیان خبرهای آن‌ها را قبل از انتشار سانسور می‌کردند.

¹ Propaganda

² Jingoistic

³ Ernie Pyle

⁴ Campbell

⁵ Nasaw

⁶ Granada

سانسور پس از تولید، با شروع حمله نظامی آمریکا به گرانادا آغاز و به کم شدن نفوذ (رسانه‌ها) در جنگ‌های آینده (همچون جنگ اول خلیج فارس) منجر شد.

روش پرس پول^۱، برای نخستین بار در جریان حمله نظامی آمریکا به گرانادا به کار گرفته شد که نوعی تهیه خبر بود. در این روش یک گزارشگر یا خبرنگار به نمایندگی از سایر رسانه‌ها در مناطق نظامی حضور می‌یافت و مشاهدات او مبنای تهیه گزارش‌ها و اخبار قرار می‌گرفت.

این روش به دلیل خطاهای لجیستیکی، مشکلاتی را به وجود آورد؛ به طوری که فرماندهان جنگی باید پوشش خبری رسانه‌ای و نیازهای پرس پول را هم زمان در منازعات جنگی به عهده می‌گرفتند. روش پرس پول در جنگ اول خلیج فارس هم به کار رفت که در مواردی چون حمایت نیروی نظامی آمریکا به سیستم روزنامه‌نگاری همراه شبیه بود.

ریشه‌های همراه کردن روزنامه‌نگاران با نظامیان را در سه دهه قبل، یعنی جنگ فاکلند (میان بریتانیا و آرژانتین در سال ۱۹۸۲) نیز می‌توان مشاهده کرد. در جنگ فاکلند «خبرنگاران با کشتی‌های نیروی دریایی رویال به سوی جنوب سفر کردند، کشتی‌های مشابهی نیز گزارشگران را از جزایر فاکلند به آتلانتیک جنوبی حمل می‌کردند» (مک کورماک و دیگران، ۲۰۰۵: ۳۸۴ و ۳۸۵). جنگ بوسنی و تا حدودی جنگ افغانستان در سال ۲۰۰۲، نیز مواردی دیگری هستند، اما به طور واضح پدیده روزنامه‌نگاری همراه در جنگ عراق به طور رسمی معرفی و اعلام شد. در این مورد خاص حکومت آمریکا مهم‌ترین حامی سیستم روزنامه‌نگاری همراه بود. چنان‌که برایان وایتمن - مشاور استراتژیک وزارت دفاع در امور عام - از روزنامه‌نگاری همراه به مثابه «فرصتی برای اعتماد سازی و بسط فهم عملیات استاندارد تولید کنندگان خبر» یاد کرد.

روزنامه‌نگاری همراه، مفاهیم و تناقضات

نگرانی‌هایی در حوزه استقلال خبرنگاران همراه در زمان پوشش خبری یک حادثه معین وجود دارد که محققان حوزه رسانه‌ها درباره آن، بررسی کرده‌اند. روزنامه‌نگاری در کنار نظامیان در داخل واحدهای نظامی، آن‌قدر مورد انتقاد قرار گرفت که حتی برخی از محققان آن را «ابتکار پتتاگون» برای کنترل جریان

¹ Press Pool

اطلاعات خواندند و نقش فرماندهان جنگی در این میان چنان پررنگ بود که برخی نیز آن‌ها را «تولید کنندگان خبر» نامیدند (اسمیت^۱، ۲۰۰۷: ۳۴۹).

بعضی منتقدان سانسور را «راه دیگری برای مدیریت مرحله‌ای پوشش خبری جنگ» می‌نامند. یافته‌های پو و دیگران (۲۰۰۴) نشان می‌دهد، همراهی روزنامه‌نگاران با نیروی نظامی تأییدی است بر خدمات این نوع روزنامه‌نگاری در جهت منافع نظامیان. پژوهش‌های دیگری هم به موضوع وجود ارتباط میان دولت بوش و رسانه‌ها برای پنهان کردن قسمت‌هایی از واقعیت جنگ، اشاره می‌کنند.

روزنامه‌نگاری همراه تا جایی که به مسائل حقوق بشر مربوط می‌شود، «در تناقض با ماده ۷۹ چهارمین کنوانسیون ژنو» است. این ماده تأکید می‌کند که روزنامه‌نگار هدف قانونی و مشروع فعالیت نظامی نیست و باید با او مثل یک غیرنظامی برخورد شود (مک کورماک، ۲۰۰۵: ۳۸۴) در حالی که در همراهی روزنامه‌نگار با واحد نظامی با او مثل یک نظامی برخورد می‌شود.

پژوهش‌هایی نیز وجود دارند که «درستی» خبرهای روزنامه‌نگاران همراه را به منزله «اولین رسالت روزنامه‌نگاری» به چالش می‌کشند (کواچ و روزنستایل^۲، ۲۰۰۱: ۳۷). مایر نیز از این منظر درستی خبرهای روزنامه‌نگاران همراه را که در «یک وابستگی از پیش تعیین شده»^۳ قرار دارد، مورد نقد قرار می‌دهد (۲۰۰۶: ۹۶).

مطالعات دیگر بر این نکته تأکید می‌کنند که خبرهای همراه بیش از حد معمول وطن پرستانه اند و در واقع به‌جای نهادینه شدن در واحد نظامی «در رختخواب»^۴ آن‌ها هستند. های و دیگران^۵ در بررسی ابعاد عینی پوشش خبری روزنامه‌نگاران همراه در جنگ ۲۰۰۳ عراق، به این نتیجه رسیدند که خبرهای آن‌ها مواضع مثبت تری نسبت به خبرهای خبرنگاران مستقل داشته است. همچنین، آن‌ها بر اساس تئوری نفوذ اجتماعی^۶

¹ Smite

² Kovach and Rosenstle

³ A Situated Dependency

⁴ In bed

⁵ Haight et al.

⁶ Social Penetration Theory

(تیلور و آلتمن^۱، ۱۹۷۵: ۱۸) روابط میان فردی خبرنگاران و سربازان را در اعتماد سازی بی چون و چرا به واحد نظامی و فعالیت‌های آن مؤثر می‌دانند؛ یعنی روزنامه‌نگار بدون کنکاش دربارهٔ صحت گفته‌های منبع خبری نظامی، به انعکاس آن می‌پردازد.

بر خلاف انتقاداتی که - به دلیل حمایت نیروی نظامی آمریکا - از روزنامه‌نگاری همراه می‌شود، بعضی محققان شواهد کمی دال بر این انتقادات یافته‌اند (ادی و دیگران، ۲۰۰۵: ۱۵). سارا نیبلاک^۲ در تحقیقی دربارهٔ پوشش تلویزیونی جنگ ۲۰۰۳، عراق به این نتیجه رسید که «روزنامه‌نگاران همراه در جنگ ۲۰۰۳ عراق نگاه درست و بی‌طرفی داشته‌اند» (نیبلاک، ۲۰۰۳: ۳۷۶).

کمپانی خبری فاکس

کمپانی خبری فاکس، شبکهٔ تلویزیونی آمریکایی است که ارگان اصلی آن در لس‌آنجلس کالیفرنیا، قرار دارد. صاحب اصلی این شبکه، گروه انترتینمنت فاکس^۳ است (دایره‌المعارف ویکی‌پدیا، ۲۰۰۹). فاکس در سال ۱۹۸۶ تأسیس شده و کارش تولید برنامه‌های سرگرم‌کننده، ورزشی، خبری، فیلم‌ها و سریال‌های تلویزیونی برای ۲۰۰ مرکز گیرنده در سراسر آمریکاست.

شهرت فاکس در دههٔ اخیر توجه بسیاری از اهالی رسانه را به خود مشغول داشته است. دبرا پوتر^۴ -مدیر اجرایی نیولب- معتقد است، دلیل پیشی گرفتن فاکس بر دیگر رسانه‌های آمریکایی را باید در مخاطبان خاص این رسانه جست، «آنچه آیلز -مدیر کانال خبری فاکس- آفرید، کانالی است با هویت روشن و شماری از نظرات که به طور مستقیم تماشاگران را با چیزی که خود آن را نظر لیبرال می‌نامد، تغذیه می‌کند».

¹Taylor and Altman

² Sarah Niblock

³ Fox Entertainment Group

⁴ Deborah Potter

دربارهٔ رجحان حرفه‌ای فاکس بر دیگر رسانه‌های آمریکایی، اریک سارنسون^۱ - رئیس قبلی ام. اس. ان. بی.سی -^۲ در مصاحبه با یو. اس. ای. تودی می‌گوید «فاکس، تانگو می‌رقصد، اما سی ان ان و ام. اس. ان. بی.سی والس می‌رقصند. ما والس را قشنگ کار می‌کنیم، اما تانگو رقص مد روز است».

با این‌که دربارهٔ جهت‌گیری‌های سیاسی فاکس زیاد گفته شده، اما نه تحقیق عمیقی دربارهٔ فاکس صورت گرفته است و نه مطالعات مفصلی دربارهٔ این جهت‌گیری‌ها وجود دارد. رابرت گرینوالد^۳ در مقدمهٔ کتاب اخیر خود دربارهٔ فاکس می‌گوید «آنچه مرا متعجب می‌کرد این بود که چقدر در حوزهٔ نقد فاکس کم نوشته و تولید شده است. به نظر می‌آید تمام دوستان رسانه‌ای من - نویسندگان، تولیدکنندگان، سردبیران و گزارشگران - بدون سؤال پذیرفته‌اند که فاکس نیوز جهت‌گیری سیاسی دارد؛ به وضوح خط فکری جمهوری خواهان را دنبال می‌کند و روابط آشکاری میان نو محافظه‌کاران جمهوری خواه و فاکس نیوز وجود دارد، اما چیزهای بسیار کمی در این باره نوشته شده است» (گرینوالد، ۲۰۰۵: ۴). در نهایت، گرینوالد در تحقیق خود به این نتیجه می‌رسد که «فاکس تنها یک شبکهٔ محافظه‌کار از نظر سیاسی نیست»، بلکه ماه‌ها مطالعهٔ او نشان می‌دهد «بسیاری از صداهای محافظه‌کار که با دولت بوش مخالف هستند، به ندرت در فاکس وجود دارند یا حذف می‌شوند» (گرینوالد، ۲۰۰۵: ۵). محبوبیت رو به افزایش شبکه فاکس «باعث شده است تا جهت‌گیری‌های محافظه‌کارانه‌اش در خدمت حزب جمهوری خواه تیتربندی شوند» (وان^۴، ۲۰۰۷: ۱۷۷).

دربارهٔ مخاطبان فاکس نیز این نکته قابل ذکر است که بیشتر آن‌ها از طرفداران حزب جمهوری خواه هستند. پروژهٔ اکسلنس این جورنالیزم^۵ گزارش می‌دهد که «فاکس درصد بیشتری از تماشاگران جمهوری خواه را نسبت به دیگر شبکه‌های کابلی به خود اختصاص داده است». ۵۲ درصد از کل تماشاگران فاکس خود را

¹ Erik Sorenson

² MSNBC

³ Robert Greenwald

⁴ Vaughn

⁵ Project for Excellence in Journalism

«محافظة کار» معرفی و یک سوم جمهوری خواهان ادعا می کنند که به طور مرتب این شبکه را تماشا می کنند (وان، ۲۰۰۷: ۱۷۷).

جدول ۱. درصد مخاطبان رسانه ها به تفکیک تمایلات سیاسی

مستقل	جمهوری خواه	دموکرات	رسانه
٪۲۲	٪۱۹	٪۲۸	سی ان ان
٪۲۲	٪۳۵	٪۲۱	فاکس
٪۱۲	٪۱۰	٪۱۲	ام اس ان بی سی

گزارش پروژه اکسلنس این جورنالیسم نشان می دهد که فاکس نیوز نسبت به دیگر رسانه ها میزان کمتری از خبرهایش را به پوشش خبری جنگ ۲۰۰۳ عراق اختصاص داده است.

جدول ۲. درصد خبرهای اختصاص یافته به جنگ ۲۰۰۳ عراق

پخش شبانه	پخش روزانه	رسانه
٪۲۶	٪۲۰	سی ان ان
٪۱۷	٪۶	فاکس
٪۳۶	٪۱۸	ام اس ان بی سی

روزنامه نگاران همراه فاکس

ریک لونتال، گرج کلی، کل اولیور نورث، جرال دو ریورا، کارلوس وان میک و مایا زوم والک خبرنگاران فاکس نیوز در گروهان نظامی جنگ ۲۰۰۳، عراق هستند. از میان این شش خبرنگار، ریک لونتال، گرج

کلی، کل اولیور نورث بیشترین گزارش‌های زنده‌ارسالی به فاکس نیوز را داشته‌اند و از این رو می‌توان آنان را افراد کلیدی فاکس در پوشش خبری جنگ عراق دانست. پیشینه سیاسی دو تن از این سه روزنامه‌نگار، همبستگی و منافع مشترک آن‌ها را با نیروی نظامی آمریکا و حزب جمهوری‌خواه نشان می‌دهد.

الیور نورث به دلیل نقش کلیدی‌اش در ماجرای «ایران کنترا»^۱ (پارنتی^۲، ۲۰۰۷: ۳۳۳) در دولت رئیس‌جمهور جمهوری‌خواه رونالد ریگان، فارغ‌التحصیلی از دانشگاه نیروی دریایی ایالات متحده و بازنشستگی با درجه لژیونری^۳ ارتش (جفرز^۴، ۲۰۰۳: ۲۴۸)، و نامزدی حزب دموکرات برای سناتوری ایالت ویرجینیا در انتخابات ۱۹۹۴ (دوره بیل کلینتون) (سوئینت^۵، ۲۰۰۶: ۱۱۳) سابقه سیاسی مشخصی دارد.

گرچ کلی نیز -به دلیل فعالیت‌های گسترده در خبررسانی جنگ عراق، برای مثال، اولین گزارش زنده روز پنجم آوریل و ورود به شهر بغداد که از تصاویر زنده گزارش کلی به دنیا مخابره شد- (دایره المعارف ویکی‌پدیا^۶: ۲۰۰۹) مثل نورث سال‌ها در خدمت ارتش بوده است و درجه لژیونری ارتش دارد. علاوه بر این بریان وایت من، مشاور وزیر دفاع آمریکا، در برنامه زنده فاکس نیوز در ۱۶ آوریل ۲۰۰۳ به تحسین گزارشگری او پرداخته است (هاسکینز^۷، ۲۰۰۴: ۶۰ و ۶۱).

مبانی نظری و روشی

درباره ساز و کار رسانه‌ها در تولید خبر، نظریات زیادی وجود دارد؛ مثل دروازه‌بانی خبر^۸ اسلوان و استیکز^۱ استیکز^۱ و برجسته‌سازی^۲ کامبز و شاو^۳. در این پژوهش فقط بر متن تولیدات خبری فاکس تمرکز و به جای جای استفاده از نظریاتی مثل دروازه‌بانی خبر و برجسته‌سازی، از نظریه عینی‌گرایی میندیچ^۴ استفاده کردیم.

¹ Iran-Contrast Affair

² Parenti

³ Lieutenant

⁴ Jeffers

⁵ Swint

⁶ free encyclopedia of Wikipedia: 2009-01-25

⁷ Hoskins

⁸ Gate Keeping

میندیچ برای ارزیابی عینیت رسانه، پنج عامل را مورد توجه قرار می‌دهد:

۱- وابستگی نداشتن

۲- بی طرفی

۳- سبک هرم وارونه

۴- تجربه نگری

۵- رعایت تعادل

در این از روش تحلیل کیفی و کمی استفاده شده است. متن خبرهای فاکس نیوز در دسته پنجم از تعریف وایمر و دومینیک^۵ از گونه‌های تحلیل کیفی قرار می‌گیرد. آن‌ها دامنه گونه‌های تحلیل کیفی را به حوزه مشاهده^۶، فوکس گروه^۷، مصاحبه عمیق^۸، مطالعه موردی^۹ و قوم نگاری^{۱۰} تقسیم می‌کنند (وایمر و دومینیک، ۲۰۰۵: ۱۲۰). تحلیل خبرهای فاکس نیوز در بخش مطالعه موردی می‌گنجد. در مورد تحلیل کمی خبرها که در خدمت روش کیفی تحقیق قرار گرفته است، لحن، سرفصول مهم، اعتبار خبری و شیوه نگارش متن ارزیابی می‌شوند.

¹ Salwen and Stakes

² Agenda setting

³ McCombs & Shaw

⁴ Mindich

⁵ Wimmer & Dominick

⁶ Field Observations

⁷ Focus Groups

⁸ Intensive Interviews

⁹ Case Studies

¹⁰ Ethnography

بر اساس راهنمای تحلیل رسانه‌ی کمپانی داگلاس، برای ارزیابی دقیق رسانه، انتخاب ۵۰ تا ۶۰ نمونه برای تعمیم به کل داده‌های آن رسانه (در بازه زمانی مشخص) کافی است، اما در این پژوهش برای افزایش ضریب اطمینان، ۲۱۷ خبر روزنامه‌نگاران همراه فاکس نیوز تحلیل شده است. بافت مورد بررسی را از نظر تعداد و نوع محتوا در قالب جدول می‌توان دید:

جدول ۳. تعداد خبرهای تحلیل شده تحقیق

تعداد	متن
۱۶۱	کلیپ پیاده شده گزارش‌های روزنامه‌نگارهای همراه
۵۶	لید خبرهای زنده روزنامه‌نگاران همراه
۲۱۷	کل

خبرها در بازه زمانی ۲۰ مارس ۲۰۰۳ - نطق اعلام جنگ جرج بوش - تا ۹ آوریل ۲۰۰۳ - سقوط مجسمه صدام - قرار دارند.

درباره تکنیک‌های تحلیل متن

شکل دهی^۱: اتمن در توصیف شیوه‌های شکل‌دهی به متن توجه به موارد خاص یک رویداد را که می‌تواند تواند بر مخاطب تأثیر داشته باشد» مد نظر قرار می‌دهد. مفاهیم و کلماتی که در یک متن به کار می‌روند، نیز شکل متن را تعیین می‌کنند.

برای ارزیابی شکل متون خبری، ادی و دیگران مطالعه‌ای درباره پوشش خبری جنگ ۲۰۰۳ عراق از سوی پنج شبکه خبری آمریکایی انجام داده و آن را با الجزیره مقایسه کرده‌اند. نزاع، استراتژی، دیپلماسی،

¹ Frame

بازسازی، صدام، رسانه، اسرای جنگی، تلفات جنگ، مخالفت، افکار عمومی، بحران حقوق بشر و سلاح کشتار جنگی سرفصل های خبری ارزیابی شده در کل رسانه های این تحقیق هستند. این پژوهش با به کار گیری این فضای گفتمانی، سرفصل های پوشش خبری فاکس را مورد تحلیل قرار می دهد، اگرچه در بسط گفتمانی خبرها، مواردی به دلیل تعداد کم حذف و مواردی نیز به جهت کثرت اضافه شده اند.

لحن^۱: لحن خبر به «مثبت-منفی» بودن (کوپش^۲، ۲۰۰۰: ۲۷) یا «محبوب- غیر محبوب» بودن (کنرادت^۳ و دیگران، ۱۹۹۵: ۷۳) نسبت گفته می شود، اما از آن جا که این دسته بندی چندان علمی نیست، در این تحقیق لحن به پنج دسته اصلی بسیار منتقدانه نسبت به نیروی نظامی آمریکا، منتقدانه نسبت به نیروی نظامی آمریکا، خنثی، بسیار حامی نیروی نظامی آمریکا و حامی نیروی نظامی آمریکا تقسیم شده است:

جدول ۴. کدگذاری لحن های خبری فاکس نیوز در پنج سطح

کد	لحن
1	بسیار منتقدانه نسبت به نیروی نظامی آمریکا
2	منتقدانه نسبت به نیروی نظامی آمریکا
3	خنثی
4	حامی نیروی نظامی آمریکا
5	بسیار حامی نیروی نظامی آمریکا

¹ Tone

² Kupsh

³ Conradt

اعتبار^۱ خبری: منظور از اعتبار خبری در این جا همان قابل اطمینان بودن منبع خبری است فرایندی که به تعبیر فرهنگ لغت انکارتا^۲ به «استناد و نشان دادن عمق دانش منبع خبری» یک موضوع بر می‌گردد. قدرت منابع خبری در اعتبار بخشی به خبر از آن جهت مهم است که «اطلاعات مورد نیاز برای آگاهی از اتفاق مورد نظر» و نیز موجبات « جلب توجه» نسبت به اعتبار منبع خبری را فراهم می‌کنند.

بعضی از مطالعات، افراد را (برای مثال مجریان تلویزیونی) به منزله منابع معتبر خبری مورد توجه قرار می‌دهند (های و دیگران، ۲۰۰۶: ۴۵)، در حالی که برخی دیگر اعتبار منابع خبری را به حوزه وسیع‌تر نحوه نوشتن گزارش‌های خبری و قضاوت‌های^۳ پیرامون آن نسبت می‌دهند (گولد اسمیت^۴ و دیگران، ۲۰۰۰: ۴۳). اعتبار منبع خبری از جهت تأثیر بر مخاطبان نیز قابل تأمل است. از نظر اسلاتر و رانر^۵ در مطالعه خود، کیفیت پیام (از جهت نوشتار خوب) بر درک مخاطبان از پیام تأثیر می‌گذارد. آرمسترونک و نلسون نیز نشان می‌دهند که «چگونه خواننده‌ها یک ماجرا را بر اساس محتوای خبری و منابع مورد استفاده در آن، تفسیر می‌کنند». در تحقیق حاضر، روزنامه‌نگاران همراه اولین گروه اعتبار دهنده به خبرند، چرا که خود تولیدکننده خبرند. در مرحله دوم، باید دید آن‌ها مشروعیت خبر خود را از کدام منابع می‌گیرند. در تحلیل منابع خبری فاکس، ما آن‌ها را به سه دسته تقسیم کرده‌ایم:

جدول ۵. کدگذاری منابع خبری در ۳ سطح

منبع	کد
مراکز رسمی نیروی نظامی امریکا	1

¹ Authoritativeness

² Encarta Dictionary

³ Expertise

⁴ Goldsmith

⁵ Slater & Rouner

مراکز رسمی نیروی نظامی عراق	2
مراکز غیر اداری	3

ارزیابی کدها

۲۱۷ خبر منتخب فاکس خط به خط مورد ارزیابی قرار گرفته‌اند و از آنجا که در این روش ممکن است، خط‌هایی صورت گیرد، از یک گروه تصحیح‌گر نیز برای بازبینی کار کمک گرفته شده است تا به کیفیت کار با توجه به چارچوب روشی کار نمره بدهند.

جداول یافته‌ها

تحلیل گزارش‌های ویدئویی

گزارش‌های ویدئویی پیاده شده فاکس نیز اولین دسته از داده‌های تحلیلی این تحقیق‌اند. فرض بدیهی این بود که برگردادن گزارش‌های تصویری به روی کاغذ (پیاده کردن کلیپ‌ها) با جهت‌گیری نبوده است؛ چرا که این کار برای فروش نسخه اصلی فیلم از سوی کمپانی آی. تی. ان^۱ انجام شده است و جهت‌گیری سیاسی در توصیف تصاویر ویدئویی معنی ندارد. ۱۶۱ نمونه از کلیپ‌ها از ۱۶ مجموعه رول آرشیوی آی تی ان انتخاب و تحلیل شده‌اند.

¹ ITN source

بر اساس یافته‌های جدول ۶ نیروی نظامی آمریکا و فعالیت‌های نظامیان آمریکایی (۳۳٪ و ۳۲٪)، بیشترین نمود را در گزارش‌های ویدئویی داشته است؛ در حالی که نیروی نظامی و نظامیان عراقی کمترین بازنمایی (۲٪ و ۲٪) را داشته‌اند.

جدول ۶. درصد سر فصول مختلف در گزارشات ویدئویی پیاده شده

متن	سر فصول مهم خبری							
	کلام	تاریخ	تاریخ	امور بین‌المللی	نیروهای نظامی عراق	نیروهای نظامی آمریکا	نیروهای نظامی عراق	نیروهای نظامی آمریکا
گزارشات ویدئویی پیاده شده	۳٪	۱٪	۶٪	۱۳٪	۲٪	۲٪	۳۲٪	۳۳٪

تحلیل لید گزارش‌های خبری مستقیم

۵۶ لید که گزارشات خبری مستقیم خبرنگاران همراه فاکس را معرفی می‌کند، به منزلهٔ دومین دسته از داده‌های تحلیلی این تحقیق مورد ارزیابی قرار گرفته‌اند. از آن جا که این لیدها تمام ۲۱ روز دورهٔ زمانی سقوط بغداد را در بر می‌گیرند، منبع مهمی در دریافت مسائل مورد اهمیت خبرنگاران همراه محسوب می‌شوند. همان طور که جدول شمارهٔ ۷ نشان می‌دهد، اکثریت قاطع لیدها بدون جهت‌گیری هستند و لحن منتقد یا حمایتگری ندارند (۶۸٪). نیروی نظامی آمریکا بخش اعظم سرفصل‌ها را به خود اختصاص داده است (۶۷٪)؛ در حالی که نیروی نظامی عراق تنها در ۱۰ درصد از لیدها بازنمایی شده است.

جدول ۷ درصد لحن‌ها و سر فصول مختلف لیدهای گزارشات ارسالی روزنامه‌نگاران همراه فاکس

متن	لحن					سر فصول مهم خبری					
	۱	۲	۳	۴	۵	نیروی نظامی آمریکا	نیروی نظامی عراق	نزاع	سلاح کشتار جمعی	مور غیر نظامی	کشته های غیر نظامی
	خیلی منتقد	منتقد	خستگی	حامی	خیلی حامی						
لید خبری	۰	۰	٪۶۸	٪۲۵	٪۷	٪۶۷	٪۱۰	٪۵	٪۳	٪۳	٪۳

یافته‌های مطالعه

نتایج تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد:

- نیروی نظامی آمریکا، سرفصل مسلط در شکل‌دهی به خبرهای فاکس در بازه زمانی ۲۱ روزه جنگ ۲۰۰۳ عراق بوده است.
- صدام دومین گفتمان مورد توجه فاکس در خبرها بوده است.
- بیشتر خبرها لحن خنثی داشته، ولی اعتبار خود را از منابع رسمی نیروی نظامی آمریکا گرفته‌اند.
- روزنامه‌نگاری همراه روشی است که از آن به منزله پروپاگانداي جدید دولت آمریکا یاد می‌کنند.
- روزنامه‌نگاری همراه به‌خاطر وابستگی به خدمات نظامی آمریکا در واحدهای نظامی، اتکای ناگزیر روزنامه‌نگاران را به کسانی که با آن‌ها زندگی می‌کنند (نظامیان) در پی دارد.
- نیروی نظامی آمریکا، مهم‌ترین سرفصل خبری فاکس در پوشش خبری جنگ ۲۰۰۳ عراق بوده است.
- از تلفات عراقی، تلفات غیر نظامی، سلاح کشتار جنگی، مخالفت و فرایند آزادسازی مردم عراق باید به منزله سرفصل‌های نادیده گرفته شده فاکس یاد کرد.

- فاکس نیوز، با رعایت نکردن مسائلی چون تعادل، انفصال و تجربه‌گرایی، تصویری عینی از جنگ ۲۰۰۳ عراق ارائه نکرده است.

نتیجه‌گیری

روزنامه‌نگاری همراه روشی است که دولت آمریکا آن را برای اولین بار در پوشش خبری جنگ ۲۰۰۳ عراق، برای حمایت از روزنامه‌نگاران غربی و آمریکایی، به کار گرفت. رسانه‌ها می‌توانستند خبرنگاران خود را به صورت مستقل نیز به مناطق جنگی بفرستند، اما به دلیل امنیت روزنامه‌نگاران در این سیستم، ترجیح بسیاری از رسانه‌ها قرار گرفتن در همین سیستم بود.

روش همراه کردن روزنامه‌نگاران در گروهان‌های جنگی محاسنی چون تأمین امنیت جانی روزنامه‌نگاران و دسترسی سهل و آسان به منابع خبری خط مقدم جنگ را داشته است، اما بسیاری از مطالعات رسانه‌ای زاویه دید روزنامه‌نگاران همراه و وابستگی آن‌ها را به نیروی نظامی آمریکا به چالش کشیده‌اند.

مطالعه حاضر با مرور ادبیات تحقیقی موجود در حوزه روزنامه‌نگاری همراه و رسانه‌های آمریکایی، عینیت خبرهای تولیدی روزنامه‌نگاران همراه فاکس نیوز (یکی از رسانه‌های پرمخاطب آمریکایی) را بر اساس نظریه رسانه عینی میندیچ مورد ارزیابی قرار داده است. در این گذار ۲۱۷ خبر از گزارشات ویدئویی و لید گزارشات مستقیم روزنامه‌نگاران همراه فاکس نیوز در دوره زمانی ۲۱ روزه ۲۰ مارس تا ۹ آوریل ۲۰۰۳ مورد تحلیل قرار گرفته‌اند.

در رابطه با عینیت خبرهای تولیدی روزنامه‌نگاری همراه در فاکس نیوز، باید گفت که یافته‌های تحقیق دو پاسخ آری و خیر را توأمان دارند. از آن‌جا که ساختار خبرهای فاکس به شیوه هرم وارونه و لحن بیشتر نمونه‌های تحلیل شده، خنثی بوده است (می‌توان گفت بی‌طرفانه)، عینیت پوشش خبری فاکس در لایه‌های ظاهری رعایت شده است. به این دلیل که سرفصل نیروی نظامی آمریکا تفاوت فاحشی با سرفصل‌های دیگر، چون صدام یا نیروی نظامی عراق داشته است، باید گفت، در پوشش خبری تعادل حفظ نشده و در نتیجه عینی نبوده است. در مورد تجربه‌گرایی نیز دو اشتباه فاکس در اهمیت دادن به بحث بی‌پایه سلاح کشتار جمعی عراق و القاعده در عراق، عینیت را با مخاطره مواجه می‌کند.

به این ترتیب در قضاوت درباره رد یا قبول فرضیه تحقیق باید گفت:

- محتوای خبر تولیدی خبرنگاران فاکس نیوز، فقط فرمت سبک هرم وارونه را در پوشش جنگ ۲۰۰۳ عراق رعایت کرده‌اند.
- محتوای خبر تولیدی خبرنگاران فاکس نیوز، با رعایت نکردن عواملی چون تعادل، انفصال و تجربه‌گرایی، تصویری عینی از جنگ ۲۰۰۳ عراق ارائه نکرده است.

منابع

1. Aday, S., Livingston, S. & Herbert, M. (2005) «Embedding the Truth: A Cross-Cultural Analysis of Objectivity and Television Coverage of the Iraq War», in *International Journal of Press/Politics*, Vol. 10, 3.
2. Artz, L. & Kamalipour, Y .R. (2005) *Bring 'em On: Media and Politics in the Iraq War*, New York: Rowman & Littlefield.
3. Chomsky, N. & Said, E. W. (1999) *Fateful Triangle: The United States, Israel, and the Palestinians*, Cambridge: South End Press.
4. Conradt, D. P., Kleinfeld, G. R & Romoser, G. K. (1995) *Germany's New Politics: Parties and Issues in the 1990s*, New York: Berghahn Books.
5. Edward, G. C. & King, D. S. (2007) *The Polarized Presidency of George W. Bush: What the Bush Presidency Reveals about the Politics of Unilateral Action*, Oxford: Oxford University Press.
6. Galbraith, P. W. (2006) *End of Iraq*, New York: Simon and Schuster Press.

7. Gans, H. G. (2004) *Deciding What's News: A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek, and Time* / Herbert J. Gans, Northwestern University Press, 25.
8. Goldsmith, R. E., Lafferty, B. A. & Newell, S. J. (2000) «The Impact of Corporate Credibility and Celebrity Credibility on Consumer Reaction to Advertisements and Brands», in *Journal of Advertising*. 29,3.
9. Grosswiler, P. (1996) *The Impact of Media and Images on Foreign Policy: Elite U.S.*
10. Hall, J. (2004) «The Fire Next Time: Fighting the Next War», in *The International Journal of Press/Politics*. 9, 76.
11. Hall, S. (1973) *The Structured Communication of Events*, Birmingham: Center of Contemporary Cultural Studies.
12. Hoskins. (2004) *Televising War: From Vietnam to Iraq*, New York: Continuum International Publishing Group.
13. Kellner, D. (2004) «Spectacle and Media Propaganda in the War on Iraq», in Y.R. Kamalipour and N. Snow (eds), *War, Media and Propaganda*, Lanham, MD: Rowman and Littlefield.
14. Kellner, D. (1992) *The Persian Gulf TV War*, Boulder, CO: Westview.
15. Krugman, P. R. (2004) *The Great Unraveling: Losing Our Way in the New Century*, W.W. Norton.
16. Kitfield, J. (2005) *War and Destiny: How the Bush Revolution in Foreign and Military Affairs Redefined American Power*, Washington DC: Potomac Books.
17. Kupsh, J. (2000) *Create High Impact Business Reports: Create High-Impact Business Reports*, New York: McGraw-Hill Professional.
18. Maier, J. (2006) «Being Embedded- the Concept of 'Liveness' in Journalism», in *Journal of Visual Culture*. 5, 96.
19. McCombs, M. E. & Shaw, D. (1972) «The Agenda-Setting Function of Mass Media», in *Public Opinion Quarterly*, vol.36 (2):

20. Mindich, D. T. Z. (2000) *Just the Facts: How «Objectivity» Came to Define American Journalism*, New York: NYU Press.
21. _____ (2005) *Tuned out: Why Young People Don't Follow the News*, Oxford: Oxford University Press .
22. Mueller, J, E. (1994) *Policy and Opinion in the Gulf War*, Chicago: University of Chicago Press.
23. Page, B. I. (2000) «Toward General Theories of the Media, Public Opinion, and Foreign Policy», in B. L. Nacos, R.Y. Shapiro, and P. Isernia, *Decision-making in a Glass House*, New York: Rowman & Littlefield.
24. Paul, C. & Kim, J. (2004) *Reporters on the Battlefield: The Embedded Press System in Historical Context*, Arlington, VA: Rand National Security Research Division. Santa Monica. RAND Corporation.
25. Roberts, S. (2001) *Remaining and Becoming: Cultural Crosscurrents in an Hispano School, Mahwah*. Lawrence Erlbaum Associates.
26. Salwen, M. B. (199). *Don W. Stacks, An Integrated Approach to Communication Theory and Research*. Mahwah. Lawrence Erlbaum Associates.
27. Seaver, B. (1997). *The Public Dimension of Foreign Policy*. The Harvard International Journal.
28. Sharkey, J. (2001). *War, Censorship and the First Amendment*, Media Studies Journal. 15, 1.
29. Slater, M. D. & Rouner, D. (1996) *How Message Evaluation and Source Attributes May Influence Credibility Assessment and Belief Change*. Journalism & Mass Communication Quarterly. 73, 4.
30. Smith, R. (2007). *The Utility of Force: The Art of War in the Modern World*, Virginia. University of Virginia.
31. Sparks, C. & Reading, A. (1998) *Communism, Capitalism, and the Mass Media*. Sage.

32. Swint, K. C. (2006) *Mudslingers: The Top 25 Negative Political Campaigns of All Time : Countdown from No. 25 to No. 1*, Westport. Greenwood Publishing Group.
33. Taylor, D. & Altman, I. (1975) Self-Disclosure as a Function of Reward-Cost Outcome. *Journal of Sociometry*. 38, 1.
34. Tuchman, G. (1978) *Making News: A Study in the Construction of Reality*, Free Press
35. Young, L. & Harrison, C. (2004) *Systemic Functional Linguistics and Critical Discourse Analysis: Studies in Social Change*, Continuum International Publishing Group .
36. Zayani, M. (2004) *Arab Satellite Television and Politics in the Middle East*. Abu Dhabi: Emirates Centre for Strategic Studies and Research.
37. Zayani, M. (ed.) (2005) *The Al Jazeera Phenomenon: Critical Perspectives on New Arab Media*. London: Pluto Press.