

شبکه‌های تلویزیونی به مثابه عوامل مؤثر بر فرهنگ عمومی (بررسی موردی سی‌ان‌ان، الجزیره و العالم در جنگ دوم خلیج فارس)

دکتر امیدعلی مسعودی^۵

چکیده

رسانه‌های جمعی عواملی مؤثر بر فرهنگ عمومی جوامع هستند. در تحقیق نویسنده بر روی برنامه‌های خبری سه شبکه تلویزیونی سی‌ان‌ان آمریکا، الجزیره قطر و العالم جمهوری اسلامی ایران در ایام جنگ دوم خلیج فارس مشخص شد که حضور رسانه‌های مستقل می‌تواند ضمن شکستن انحصار رسانه‌ای و پخش یک‌سویه اطلاعات رسانه‌های انحصارگر غربی، فرصت‌های تازه‌ای را در اختیار وسایل ارتباط جمعی کشورهای مدافع فرهنگ عمومی بگذارد.

در این تحقیق با روش کیفی (تحلیل محتوی) تلاش شد تا به این پرسش اصلی پاسخ داده شود که در طول جنگ دوم خلیج فارس چه محتوایی در برنامه‌های این سه شبکه به مخاطبان ارائه شد؟ کدام موفق‌تر عمل کردند و بر فرهنگ مخاطبان و افکار عمومی تأثیر گذاشتند؟

از جمله عوامل تأثیرگذار برنامه‌های خبری که بررسی و مقایسه شد، عبارتند از: استراتژی سرگرمی، سرعت و شفافیت، گفتمان و تعامل، برنامه‌های مبتدل و مستهجن، اسلامی بودن برنامه‌ها، شهادت و شجاعت خبرنگاران، تکنیک‌های پوشش خبری، با مردم یا علیه مردم، میزان نفوذ برنامه‌ها، نقش آگهی، ارزش‌های خبری، و حرفه‌ای بودن گویندگان. نتیجه نشان داد که، تنها مجهز بودن به فناوری‌های ارتباطی گره‌گشا نیست، بلکه در سایه شناخت فرهنگ مهاجم و کاربرد درست فرهنگ اسلامی می‌توان جریان یک‌سویه اخبار و انحصار رسانه‌ای را متوقف کرد.

کلید واژه‌ها

شبکه‌های تلویزیون ماهواره‌ای، فرهنگ عمومی، هجوم رسانه‌ای، خبر، انحصار رسانه‌ای.

مقدمه

فرهنگ عمومی هر جامعه‌ای متأثر از عوامل و متغیرهای فراوانی است. برخی از این عوامل از راه میراث فرهنگی، نسل به نسل، دست به دست می‌شوند و ثبات نسبی فرهنگ عمومی را سبب می‌شوند و برخی دیگر از راه دادوستد با فرهنگ جوامع معاصر، باعث تغییر و تحول مثبت و اغلب منفی فرهنگ حاکم بر جامعه می‌شوند.

وسایل ارتباط جمعی در داخل و یا خارج از کشور یکی از مؤثرترین عوامل بر فرهنگ جوامع هستند. در تحقیقی که دکتر یحیی کمالی‌پور، استاد ایرانی دانشگاه پوردو آمریکا، با نام «وقتی که به مسلمانان و خاورمیانه می‌اندیشید چه تصاویری (انگاره‌ای) به ذهنتان می‌آیند؟» انجام داده است. مشخص شد که روزنامه‌های آمریکا نقش بسیار تعیین‌کننده‌ای در شکل‌گیری افکار عمومی و فرهنگ مخاطبان دارند. دکتر کمالی‌پور این پرسش را در قالب پنج مفهوم اصلی: خاورمیانه، عرب‌ها، مسلمانان، ایرانی‌ها و اسرائیلی‌ها، از نزدیک به 500 دانش‌آموز دبیرستانی در پنج شهر ایندیانا شمالی آمریکا در سال 1997 پرسید. او برای هر یک از این مفاهیم واژگانی برشمرد، مثلاً برای اعراب واژگانی چون: تروریست، مسلمانان، هواپیماربایی، نفت، سیاه‌پوست، ثروت، فقر، شن، شیوخ، مذهب، عدم حقوق زنان، ضد آمریکا، الله، قرآن، علی‌بابا، علاءالدین، مکه، صدام حسین ارائه کرد.

او از دانش‌آموزان خواست تا درباره هر کدام از واژگان توضیحی کوتاه بنویسند. توضیحات دانشجویان شباهت زیادی با تیترها و مطالب ارائه شده مطبوعات آمریکا داشت (Kamalipuor, 2000).

هرچند این تأثیرپذیری تنها به دانشجویان داخل کشور آمریکا محدود نمی‌شود و همه کسانی که در معرض رسانه‌های غربی هستند، از جملات و تصویرهای این رسانه‌ها تأثیر می‌پذیرند.

منتقدان زیادی در ایران و جهان به نقد و بررسی شیوه‌های جریان یک‌سویه فرهنگ

شبکه‌های تلویزیونی به مثابه عوامل ... v 175

غرب از راه نشر اخبار و اطلاعات پرداخته‌اند. در ایران احمد فرید، سید فخرالدین شادمان و جلال آل‌احمد از اصطلاح غرب‌زدگی و ادوارد سعید محقق آمریکایی و فلسطینی‌الاصل، از کلید واژه شرق‌شناسی و پوشش خبری جهان اسلام برای نقد فرهنگ‌سازی رسانه‌های غربی سود برده‌اند.

از جمله رسانه‌هایی که با تولید محتوای خبری به گسترش و سلطه فرهنگ غرب کمک می‌کنند شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای همچون سی‌ان‌ان و فکس‌نیوز است که در صف مقابل آن، به‌ویژه از مقطع زمانی جنگ دوم خلیج فارس (فروردین 1382)، شبکه‌های مستقل الجزیره، قطر و العالم جمهوری اسلامی ایران قرار دارند. در این مقاله به تحقیقی درباره محتوای خبری شبکه‌های سی‌ان‌ان، الجزیره و العالم پرداخته شده است تا عملکرد آن‌ها را در تأثیرگذاری بر افکار عمومی و تغییر در فرهنگ عمومی مخاطبان شناسایی شود.

جهان امروز به تخیل علمی آرتور سی کلارک¹، دانشمند انگلیسی، برای استفاده از شبکه‌ای از ماهواره‌ها در مدار زمین برای ارتباطات مخابراتی و تلویزیونی، واقعیت بخشیده است. کلارک، در سال 1945م، که اواخر دهه بیست سالگی‌اش را می‌گذراند، نخستین شخصی بود که ایده ماهواره‌ها را ارائه کرد. جهان به ایده علمی - تخیلی او برای ساخت شبکه جهانی تارگستر (وب، www) نیز عینیت داده است. تیم برنزی² با الهام از داستان علمی - تخیلی دیلف فور فرانکشتن³ آخرین ایده علمی کلارک را جامه عمل پوشاند. دسترسی به ارتباطات ماهواره‌ای و تأسیس شبکه‌های تلویزیون ماهواره‌ای، نه تنها برای کشورهای پیشرفته، بلکه برای کشورهای در حال توسعه نیز کاملاً مقدور است و آن‌ها می‌توانند با استفاده از فناوری ارتباطات با صرف هزینه‌ای اندک، شبکه‌ای قاره‌ای و یا جهانی را راه‌اندازی کنند. اما آنچه که در تأسیس این

1. Arthur c. clarke

2. Tim Bernes - Lee

3. Dailf for Frankestain

شبکه‌ها اهمیت دارد، محتوای برنامه‌های آن‌هاست؛ زیرا محتوا می‌تواند در آگاهی یا گمراهی مخاطبان، جذب یا دفع آن‌ها نقشی بسیار پررنگ داشته باشد.

جرج گربرنر، نظریه پرداز آمریکایی علوم ارتباطات، می‌گوید: «کودکان امروزه در حالی پای بر عرصه حیات می‌گذارند که در درون خانواده متوسط روزی هفت ساعت تلویزیون تماشا می‌کنند، نخستین قصه‌های بشری را درباره مردم، زندگی و ارزش‌ها نه از راه والدین، مدرسه، کلیسا و دیگران در جامعه، بلکه از راه انبوهه‌ای از دور که چیزی را عرضه می‌کند، دریافت می‌کنند» (George Gerbner, 1996: 28-29).

آرتور سی کلارک درباره اهمیت شبکه‌های تلویزیونی معتقد است:

«من این نکته را به بزرگان دنیای تلویزیون تذکر داده‌ام. سال‌ها پیش یکی از نخست‌وزیران انگلستان این مسئله را راجع به مطبوعات تذکر داده بودند و من امروز می‌گویم که تلویزیون از اخبار و محتوای چاپی بسیار قدرتمندتر است، احساس مسئولیت باید حرف اول را در این کار بزند» (کلارک، 1382: 54).

او تأکید می‌کند:

«اگر قلم از شمشیر بُرنده‌تر است، دوربین می‌تواند از هر دو برنده‌تر باشد، به همین سبب است که تمامی دولت‌های دنیا (اعم از روشنفکر و غیرروشنفکر) همواره سعی در کنترل محتوای تلویزیون و جریان اطلاعاتی دارند. اما سانسور کردن در ارتباطات ماهواره‌ای و اینترنت برای دولت‌ها هنوز کاری مشکل و چه بسا نشدنی است» (همان).
نگاهی به آمار و ارقام در جهان ارتباطات نشان از تلاش کشورهای غربی، به‌ویژه آمریکا، در مهار محتوای پیام‌ها و برنامه‌های ارتباطی دارد. در این باره دکتر کاظم معتمدنژاد، استاد ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی، یادآور می‌شود:

«وضع کنونی ارتباطات در ایالات متحده آمریکا و سایر کشورهای غربی، بر خلاف آنچه به‌طور خوش‌بینانه، از سوی بسیاری از متخصصان آن‌ها، با اصطلاحات اسطوره‌مانندی چون «جامعه اطلاعاتی» و «دهکده جهانی» ارتباطی معرفی می‌گردد،

شبکه‌های تلویزیونی به مثابه عوامل ... v 177

دربگیرنده سلطه سرمایه‌داری انحصارگر جهانی بر شبکه‌ها و وسائل ارتباطی است. به موجب آخرین آمار موجود، در اواخر دهه 1980، در ایالات متحده آمریکا، نیرومندترین قدرت سرمایه‌داری، 1500 روزنامه روزانه، 11 هزار مجله، 10 هزار ایستگاه رادیو، 1500 ایستگاه تلویزیون، 2400 بنگاه نشر کتاب و در مجموع 25 هزار واحد اقتصادی ارتباطات وجود داشته‌اند، که در شرایط متعارف، می‌بایستی از سوی همین تعداد مالک فردی و مدیر مستقل کارگردانی می‌شدند. در حالی که در همین زمان و به طور دقیق در سال 1987 تنها تعداد 29 شرکت عظیم آمریکایی، تمام مؤسسات ارتباطی ایالات متحده آمریکا را در اختیار داشته‌اند» (معمدنژاد، 1373: 11-12).

این مطالب را کمالی‌پور واضح‌تر بیان می‌کند:

«نقش ارتباطات چه در دوران جنگ سرد و چه در دوران بعد از جنگ سرد و در حال حاضر، بسیار حساس و تأثیرگذار است. در واقع از طریق در اختیار داشتن رسانه‌هاست که قدرت‌ها می‌توانند فرهنگشان را القاء کنند. البته در اینجا باید اشاره کنم که رسانه‌های جهانی دو نوع هستند: اول رسانه‌هایی که در دست دولت‌ها هستند، مثل صدای آمریکا و رادیو فردا، یا مجلات و ماهواره‌ها و سایت‌های اینترنتی. دوم رسانه‌هایی که در جهت اهداف شرکت‌های فراملی و غول‌پیکر جهانی قدم برمی‌دارند، مثل Fox News, CNN و شبکه‌های ماهواره‌ای هدف این رسانه‌های بین‌المللی که در دست شرکت‌های فراملی بازاریابی هستند، اشاعه فرهنگ خرید در جهان است. شرکت‌های فراملی یا چندملیتی کالایی را تولید می‌کنند و این کالاها در سطح جهان توزیع می‌شوند و از راه رسانه‌ها برایشان تبلیغ می‌شود» (کمالی‌پور، 1382: 261).

از سوی دیگر محتوای رسانه‌های غربی نیز مؤید این واقعیت است که برنامه‌های خبری و سرگرمی‌ها نیز پوششی برای پیشبرد اهداف بازرگانی صاحبان رسانه‌هاست.

هدف فروش کالا و پدیدآوردن مخاطبانی است که مصرف‌کننده کالاها باشند:

«اخبار کالا است، کالایی است برای جلب خوانندگان و فروش بیشتر آگهی ...»

سرمایه‌داران گردانندگان نشریات هستند، روزنامه بار اول به صاحبان آگهی‌ها فروخته می‌شوند و آنچه از فضای روزنامه باقی ماند را در اختیار خبرنگاران قرار می‌دهند. بار دوم آن‌ها روزنامه را به خوانندگان می‌فروشند. در برابر این دو نوع فروش، صاحبان رسانه‌ها خوانندگان را به آگهی‌ها می‌فروشند» (معمدنژاد، 1383: 32).

در برابر چنین جریانی، ظهور شبکه‌های ماهواره‌ای منطقه‌ای چون الجزیره و العالم، به‌ویژه در طول جنگ دوم خلیج فارس در سال 2003 م (21 مارس - 9 آوریل) مطابق با اول تا بیستم فروردین 1382 ش، نوعی انحصار شکنی در جهان رسانه‌ای غرب را به نمایش گذاشت. شبکه تلویزیونی الجزیره، پیش از این در جنگ آمریکا علیه افغانستان (سال 2001 م) انحصار شبکه ماهواره‌ای سی‌ان‌ان¹ آمریکا را شکسته بود. اینک در دومین آتش‌افروزی آمریکا در منطقه خلیج فارس، جهان شاهد تأسیس شبکه عربی‌زبان العالم از سوی جمهوری اسلامی ایران بود.

فعالیت‌های خبری این سه شبکه ماهواره‌ای بین‌المللی تأیید کرد که وسایل ارتباط جمعی جهان سومی نیز می‌توانند با تدبیر و تدبیر در برنامه‌ها و پیام‌های خود در برابر وسایل ارتباطی جهان پیشرفته غرب و آمریکا به خوبی ایستادگی کنند و حتی در بسیاری از زمینه‌ها نیز با شکست رقیب، دستاوردهای جالبی نیز کسب کنند. این امر واقعیت دیگری را در دستور کار محققان قرار می‌دهد و آن استمرار موفقیت شبکه‌های تلویزیونی، در مقابله با انحصار شبکه‌های تلویزیونی غربی است.

به راستی در طول جنگ دوم خلیج فارس چه محتوایی در برنامه‌های این سه شبکه تلویزیونی ماهواره‌ای به مخاطبان ارائه شد؟ کدام موفق‌تر عمل کردند؟

پیش از پاسخ دادن به این پرسش‌ها ابتدا به بررسی و شناخت مختصر هر یک از سه شبکه می‌پردازیم و بر اساس مطالعات نویسنده مقاله، مشخصه‌های این شبکه‌های ماهواره‌ای را احصاء می‌کنیم و سپس با توجه به مبانی نظری تحقیق به رویارویی

1.CNN

شبکه‌های تلویزیونی به مثابه عوامل ... v 179

فرهنگ شرق و غرب توجه می‌کنیم. آن‌گاه دیدگاه‌های جلال آل احمد دربارهٔ غرب‌زدگی و دیدگاه ادوارد سعید دربارهٔ شرق‌شناسی را ملاحظه خواهیم کرد. سپس به بررسی محتوای برنامه‌های سه شبکه می‌پردازیم.

شناخت شبکه‌های ماهواره‌ای

سی‌ان‌ان

مخفف عبارت شبکه کابلی اخبار¹ است که نخستین شبکهٔ خبری دنیا به حساب می‌آید. این شبکه در اول ژوئن 1980 م با مدیریت تد ترنر، مؤسس شرکت خبرگزاری ترنر، در یک استودیوی معمولی در شهر آتلانتا در ایالت جورجیای آمریکا آغاز به کار کرد. مالکیت آن خصوصی است و به زبان انگلیسی آمریکایی برای سراسر جهان در 24 ساعت، به صورت زنده، اخبار را پخش می‌کند. این شبکه علاوه بر اخبار سیاسی، به اقتصاد و تجارت به مثابه یکی از شاخص‌های خبری و برنامه‌سازی نیز توجه دارد. اوج موفقیت سی‌ان‌ان را باید پوشش خبری جنگ اول خلیج فارس در سال 1991 م بر شمرد که در آن زمان باعث شد تا مردم رویدادهای تهاجم آمریکا به عراق را از نگاه شبکه‌ای آمریکایی تعقیب کنند. افول آن در جنگ افغانستان در سال 2002 م در برابر شبکه نوظهور الجزیره قطر رقم خورد.

در جنگ دوم خلیج فارس در عرصهٔ بین‌المللی علاوه بر رقیب قدیمی‌اش یعنی الجزیره، با رقیبی در داخل آمریکا، به نام فاکس نیوز² و در منطقه خاورمیانه هم با رقیب جدیدی به نام العالم از ایران روبرو بود.

سی‌ان‌ان در تمام طول جنگ دوم خلیج فارس، حامی سیاست شرکت‌های چندملیتی و صاحبان رسانه‌های آمریکا بود.

1. Cable News Network

2. Fox News

الجزیره

امیر حمد بن خلیفه آل ثانی که در سال 1995 در کودتایی آرام پدرش را از سلطنت خلع کرده بود، در سال 1996 با تشکیل شورایی هفت نفره از وزارت خانه‌های گوناگون دستور تأسیس این شبکه را صادر کرد. عامل دیگری که در تأسیس این شبکه مؤثر بود، قطع برنامه‌های عربی بی‌بی‌سی¹ لندن بود:

«گفته می‌شود اصرار بخش عربی تلویزیون BBC بر پخش پاره‌ای از برنامه‌های غیرقابل قبول از نظر عربستان سعودی باعث رنجش ریاض می‌شود و این کشور بر اثر بی‌اعتنایی به اعتراضاتش، کمک‌های مالی خود را که از راه کانال ماهواره‌ای اوربیت به BBC می‌کرده است، در سال 1996 به صورت نهایی قطع و قرارداد فی‌مابین فسخ می‌گردد. و این امر سرانجام منجر به توقف کامل بخش عربی BBC و در نتیجه آزاد شدن کادر حرفه‌ای آن می‌شود.

قطری‌ها که در این زمان درصدد برنامه‌ریزی و در جستجوی نیرو جهت راه‌اندازی بخش کوچکی جهت پخش برنامه چندساعته تلویزیون برون‌مرزی خود می‌باشند، به طور اتفاقی با راهنمایی یک روزنامه‌نگار فلسطینی، با کادر ورزیده آزاد شده BBC آشنا و با عده‌ای از آنان جهت اجرای پروژه فوق به توافق می‌رسند» (همشهری، 1380: 406).

تاکنون موضع‌گیری آزاد الجزیره باعث خشم بسیاری از سران کشورهای عربی و محدودیت‌هایی برای خبرنگارانش شده است. از سوی دیگر، همین امر باعث جذب مخاطبان عرب‌زبان در آسیا و آفریقا نیز شده است. به‌ویژه در سال 2001 م با پوشش آزادانه اخبار جنگ آمریکا علیه افغانستان، صدای رهبران القاعده را به گوش جهانیان رساند و انحصار خبری سی‌ان‌ان را شکست. موفقیت دیگر این شبکه ناشی از پرهیز آن از جاذبه‌های جنسی، موسیقی غربی و آگهی‌های تجاری است. زبان شبکه الجزیره

1. BBC

شبکه‌های تلویزیونی به مثابه عوامل ... v 181

عربی است. هزینه راه‌اندازی آن 250 میلیون دلار بوده است که در مجموع 500 خبرنگار را جذب کرده است. به این ترتیب گرچه الجزیره 16 سال پس از سی‌ان‌ان تأسیس شد، اما در همان سال‌های اول توانست رقیب جدی آن به حساب آید.

شبکه العالم

در هنگامه نبرد آمریکا در عراق، شهروندان ایرانی و عراقی، بر صفحه تلویزیون خود با آرم و نشان تازه‌ای آشنا شدند که بیانگر تأسیس شبکه خبری عرب‌زبان در تهران بود.

21 مارس 2003 م، شبکه‌ای تلویزیونی به شبکه‌های عرب‌زبان جهان افزوده شد. چند روز بعد در 16 آوریل 2003 م (27 فروردین 1382) مدیرعامل این شبکه، حسین بهشتی‌پور، درباره سیاست خبری العالم گفت:

«العالم خود را شبکه جهان اسلام می‌داند و حوزه وظیفه خود را تأمین اطلاع‌رسانی مثبت و منفی در کشورهای اسلامی می‌داند و معتقد است که می‌تواند خودباوری را در جهان اسلام زنده کند. پوشش خبری این شبکه همه کره زمین به غیر از جنوب آفریقا و جنوب آمریکا است که روی چهار ماهواره Hotbird 3, telstar 5, asiasat, arabsat پخش می‌شود؛ اما مخاطب خاص این شبکه کشورهای اسلامی، اعم از عرب‌زبان و غیر عرب‌زبان است. هدف اصلی خبر ما اطلاع‌رسانی صحیح، سریع و به‌موقع است. العالم تلاش می‌کند خلاءهای عرصه رسانه‌ای را پُر کند و خبرهایی را که کشورهای صاحب‌رسانه به هر دلیل نمی‌خواهند منتشر کنند، به اطلاع همگان برساند و پل ارتباطی بین کشورهای اسلامی باشد» (دلیری، 1382: 2).

مزیت شبکه العالم نسبت به سی‌ان‌ان و الجزیره در آن بود که اولاً بیشتر مردم عراق می‌توانستند برنامه‌های آن را با آنتن‌های هاگی (شاخه‌ای) در کنار آنتن‌های بشقابی (ماهواره‌ای) دریافت کنند. ثانیاً به دلیل نزدیکی فرهنگ، تمدن و مذهب مردم عراق با مردم ایران، استفاده عراقی‌ها از برنامه‌های العالم بیشتر مشهود بود.

استقبال مردم عرب‌زبان نه تنها در خاورمیانه بلکه در کشورهای اروپایی، موفقیت بزرگی را برای العالم در همان روزهای نخست کارش، به ارمغان آورد. البته نباید فراموش کرد که این شبکه، 23 سال پس سی‌ان‌ان و هفت سال بعد از الجزیره راه‌اندازی شد.

اکنون برای شناخت بیشتر و درک تفاوت‌ها و شباهت‌های سه شبکه خصوصیات آن‌ها را در جدول 1، که حاصل مطالعه و جمع‌بندی نویسنده است، مشاهده می‌کنید:

جدول 1 - بررسی مشخصه‌های شبکه‌های تلویزیون ماهواره‌ای (سی‌ان‌ان، الجزیره و العالم)

العالم	الجزیره	سی‌ان‌ان	شبکه مشخصه
2003 تهران - ایران	1996 دوحه - قطر	1980 آتلانتا - آمریکا	سال و محل تأسیس
دولتی	دولتی	خصوصی	مالکیت
اسلامی	عربی	آمریکایی	موضع سیاسی
200 میلیون دلار	250 میلیون دلار	زیاد	هزینه راه‌اندازی
—	الجزیره در جنگ افغانستان در 2001 م موفق بوده	زیاد	موفقیت در جنگ اول خلیج فارس 1991
خیلی زیاد	زیاد	کم	موفقیت در جنگ دوم خلیج فارس 2003
خیلی زیاد	زیاد	کم	رضامندی مخاطبان
عربی	عربی	انگلیسی آمریکایی	زبان
ندارد	ندارد	دارد	پخش موسیقی
ندارد	ندارد	دارد	پخش آگهی
ندارد	خیلی کم	دارد	جاذبه جنسی
جهان عرب و اروپا	76 درصد از جهان عرب	سراسر جهان	پوشش

شبکه‌های تلویزیونی به مثابه عوامل ... 183 v

با ملاحظه جدول 1 درمی‌یابیم هزینه بسیار بالای راه‌اندازی سی‌ان‌ان و استفاده از جذابیت‌های جنسی در برابر سرمایه کم و استفاده از فرهنگ اسلامی مخاطبان را به العالم و الجزیره جذب کرده است و گستره پوشش هم تأثیر چندانی در جذب مخاطب نداشته است.

اکنون به بررسی محتوای برنامه‌های خبری سه شبکه در زمان جنگ دوم خلیج فارس می‌پردازیم. اما پیش از آن برخی نکات مهم را بازگو می‌کنیم.

اهمیت موضوع و هدف تحقیق

روند اصلی انتشار اخبار از سوی کشورهای قدرتمند غربی انحصار خبری را حمایت و هدایت می‌کند. پس از جنگ اول خلیج فارس (1991 م) این انحصار خبری در جنگ افغانستان (2001 م) و جنگ دوم خلیج فارس (2003 م) را شبکه‌های تلویزیونی الجزیره و العالم شکستند. بررسی این موضوع بسیار حائز اهمیت است، زیرا با وقوف و آگاهی بر نقاط مثبت و منفی عملکرد این دو رسانه، به‌ویژه در محتوای برنامه‌های آن‌ها که در امر فرهنگ‌سازی نقش پراهمیتی دارند، می‌توان به آن‌ها را در استمرار موفقیت‌هایشان، یاری رساند. بنابراین، هدف از این تحقیق کمک به برنامه‌ریزی‌های بهتر برای توانمند شدن شبکه‌های خبری کشورهای در حال توسعه و حفظ و گسترش فرهنگ عمومی کشورهای اسلامی است.

مبانی نظری تحقیق

در میان وسایل ارتباط جمعی، تلویزیون ویژگی‌هایی دارد که کارایی آن را دوچندان می‌کند و اینک به صورت سلاح ایدئولوژیکی نیرومند در آمده است، زیرا قادر است با قالب خود، عقاید، سلیقه‌ها، و جهان‌بینی مخاطبان را تحت تأثیر قرار دهد. امروزه، تلویزیون را مؤثرترین «شکل‌دهنده افکار عمومی» می‌دانند.

«ن. س. بیر یوکف»¹، محقق روسی، در اثر محققانه‌اش تلویزیون و دکت‌ترین‌های آن در غرب² ضمن برشمردن خصوصیات متمایزکننده تلویزیون از دیگر رسانه‌ها تصریح می‌کند:

«این خواست طبیعی مردم است که تلویزیون را به عنوان «آئینه زندگی» حقیقی، منبع آخرین اطلاعات عینی و واقعی، آورنده فرهنگ و هنر به آستانه خانه‌ها، و یاری که می‌توان با او به رایزنی نشست، مطمح نظر قرار دهند و بر آن به منزله یک دوست بنگرند. لکن سیاست‌بازان و ایدئولوگ‌های غربی، به تلویزیون نه تنها به عنوان وسیله‌ای مهم در شکل دادن به «افکار عمومی» مردم کشورشان، بلکه به مثابه مؤثرترین رسانه، برای تبلیغ سیاست برون مرزی خود می‌نگرند. کشورهای امپریالیستی برآنند تا با استفاده از تلویزیون و از راه آنچه که آن‌ها «پخش مستقیم تلویزیون» (D T B Direct TV Broad casting می‌نامند، در کشورهای بیگانه نفوذ کنند» (بیرکوف، 1382: 14).

اساسی‌ترین پرسشی که بیرکوف در این رابطه طرح می‌کند این است که تلویزیون چگونه در خدمت منافع ایدئولوژیک طبقه حاکم - بورژوازی بزرگ - قرار می‌گیرد و روش‌ها و اصول جهان‌بینی آن چیست؟

در واقع می‌خواهیم ببینیم چه ایدئولوژی و اندیشه‌ای در پشت کارکرد انحصاری وسایل ارتباط جمعی غرب نهفته است که آن‌ها مخاطبان را به مصرف کالاهای تولیدی می‌کشاند تا در بازتولید کالاهای مصرفی نقش اصلی را بازی کنند؟

به طور مشخص می‌خواهیم ببینیم این جهان‌بینی درباره هجوم نظامی آمریکا به عراق (دوبار) و افغانستان (یک‌بار)، آن هم ظرف مدت کمتر از دو سال، با چه توجیهاتی افکار عمومی غرب و مسلمانان جهان را اقناع می‌کند؟

شاید بررسی نخستین رویارویی‌های غرب با شرقی‌ها و مردم مسلمان بهتر بتواند دشمنی دیرینه و تاریخی شرق و غرب را بازگو کند. دکتر عبدالهادی حائری، محقق

1. N. S. BirykoV

2. The Television in the west and its Doctrins

ایرانی، معتقد است از گذشته‌های دور پیوند میان جهان غرب با جهان شرق چندان دوستانه نبوده است. او دو دلیل عمده برای این دوری‌ها و دشمنی‌ها برمی‌شمارد: دلیل نخست همان راه دریایی است که دو قاره اروپا و آمریکا را به یکدیگر وصل می‌کند، مطالعه در موقعیت و وضع جغرافیایی این دو قاره و مشاهده تنگه‌های بزرگ و دارانل، و دریای اژه، که راه ارتباطی آنهاست می‌تواند توجه مناسبی برای لشکرکشی‌های اروپا و غرب به شرق باشد تا زدوخوردهای اقتصادی از قدیم الایام در حوالی تنگه‌ها و دریای اژه روی دهد. دلیل دوم با گذشت زمان و به خصوص بعد از تهاجم‌های اخیر آمریکا به منطقه قابلیت استناد بیشتری دارد:

«پس از پیدایش اسلام، مسیحی‌گری حاکم بر غرب نمی‌توانست به دیده دوستی به اسلام و مسلمانان بنگرد. در ازای سده‌های دراز، تنها نیروی اسلام بود که اروپا را در زمینه‌های سیاسی، فکری و اقتصادی به شیوه‌ای جدید تهدید می‌کرد. اسلام از دیدگاه جغرافیایی و فرهنگی به مسیحی‌گری نزدیک بود. مسلمانان می‌توانستند ادعا کنند که دارای پیروزی‌های نظامی و سیاسی رقابت‌ناپذیری در تاریخ بوده‌اند. سرزمین‌های اسلامی در همسایگی و حتی در رأس قلمروهای مسیحی قرار داشت. قلب سرزمین‌های اسلامی همواره نزدیک‌ترین منطقه به اروپا بود، همان منطقه‌ای که نام «خاور نزدیک» گرفت» (حائری، 1380: 52).

رویاری شرق و غرب، اندیشه اقتصادی روشنفکران و روحانیون شرقی را برانگیخت. آن‌ها در آثار متعدد خود جنبه‌هایی از برخوردهای منفی غرب با شرق را ارائه و تلاش کردند تا شاید راه‌حلی برای بقا در برابر حملات و تهاجم‌های نظامی و فرهنگی غرب بیابند.

روشنفکران ایرانی در دهه‌های 1330 تا 1350 ش / 1950 تا 1970 م همزمان با مخالفت‌هایشان با دولت استبدادی در داخل کشور به مخالفت با غرب، حامی اصلی استبداد داخلی، پرداختند و غرب را به مثابه «دیگری» که در امور داخلی «ما» دخالت

می‌کند، معرفی کردند.

بی‌گمان سید فخرالدین شادمان (1286-1346 ش) نخستین روشنفکر منتقد غرب در ایران است که مطالعه منظم غرب را زیر عنوان «فرنگ‌شناسی» پیشنهاد کرد: «سید فخرالدین شادمان یکی از نخستین دولت‌مردان و متفکران ایرانی بود که هم به لزوم شناخت دقیق غرب و هم «شیرگیر» نشدن در برابر آن پی‌برده بود» (بروجردی، 1377: 89).

شادمان در کتاب تسخیر تمدن فرنگی می‌گوید:

«به عقیده من روزی که تمدن فرنگی ما را بگیرد آخرین روز حیات ملت ایران است و تنها راه گریز و یگانه چاره آن است که ما آن را بگیریم و پیش از آنکه محصور و اسیرش گردیم خود مسخرش کنیم» (شادمان، 1382: 51).

دکتر سید احمد فردید، دومین روشنفکر ایرانی نقاد غرب، با دیدی فلسفی به نفی آن می‌پردازد. فردید معتقد است که با پیدایش فلسفه یونانی ماه واقعیت طلوع کرد و خورشید حقیقت غروب؛ از آن پس فلسفه یونانی سرگرم «جهان» و قرون وسطا سرگرم «خدای» متافیزیکی و سرانجام بشریت مدرن سرگرم «خویشتن» فردی شد. از نظر فردید پیدایش غرب با فلسفه یونانی آغاز می‌شود و رشد آن با انسان‌باوری رنسانس همراه است.

«فردید معتقد بود که از این دوره به بعد غربیان مفهوم خدای تعالی را گم کردند و به جای آن به خدایی کردن یک نفس مادی (نفس اماره) مبادرت ورزیدند» (ریشار، 1372: 59).

از دیدگاه فردید اندیشه غربی انسان‌های مدرن را از اخلاق محروم ساخت:

«از این رو، بنا بر ثنویت هستی‌شناسانه او، شرق سرزمین نیک‌خواهی و شفقت است، حال آنکه غرب قلمرو سلطه‌جویی و استیلاء است.» (بروجردی، 1377: 107)

سومین روشنفکر ایرانی منتقد غرب، جلال آل احمد (1302 - 1348 م)، با

تأثیرپذیری از دکتر فریدید تعبیر «غرب‌زدگی» را در تک‌نگاری خود به همین نام، در بوتۀ نقد و بررسی قرار داد:

«این غرب‌زدگی دو سر دارد. یکی غرب و دیگر ما که غرب‌زده‌ایم. ما یعنی گوشه‌ای از شرق. به جای این دو سر بگذاریم دو قطب یا دو نهایت. چون سخن - دست‌کم - از دو انتهای یک مُدرَج است اگر نه از دو سر عالم. به جای غرب بگذاریم در حدودی تمام اروپا و روسیه شوروی و تمام آمریکای شمالی یا بگذاریم ممالک مترقی - یا ممالک رشد کرده - یا ممالک صنعتی - یا همه ممالکی که قادرند به کمک ماشین مواد خام را به صورت پیچیده‌تری درآورند، و همچون کالایی به بازار عرضه کنند. و این مواد خام فقط سنگ آهن نیست یا نفت یا روده یا پنبه و کتیرا. اساطیر هم هست - اصول عقاید هم هست - موسیقی هم هست - عوالم علوی هم هست» (آل احمد، 1356: 22).

ما نیز بر سیاهه آل‌احمد می‌افزاییم: هجوم نظامی هم هست، هجوم رسانه‌ای هم هست و ...

پس از سه روشنفکر ایرانی، باید از ادوارد سعید، روشنفکر آمریکایی و مسیحی فلسطینی‌الاصل، یاد کرد که با آثار گرانقدرش روابط میان غرب و جهان سوم را پس از دوران استعمار به خوبی بررسی و مطالعه کرده است.

«شرق‌شناسی»¹، «مسئله فلسطین»²، و «پوشش خبری اسلام در غرب»³ سه اثر درخشان سعید در نقد غرب و جهان‌بینی حاکم بر آن است. از دیدگاه او، شرق‌شناسی نوعی گفتمان یا نوعی طرح و برنامه‌ریزی غرب برای شرق و اراده حکومت بر شرق است، تا شرقی‌ها شرق را به روایت غرب بخوانند و بپذیرند. مسلماً این گفتمان از ساختار قدرت غرب بر شرق اعمال اراده می‌کند و یکی از این راه‌های اعمال اراده نیز

1. Orientalism.

2. The Question of palestine

3. Covering Islam

پوشش خبری رسانه‌های غربی از شرق و به‌ویژه جهان اسلام است تا گفتمان شرق‌گرایی همچنان امتداد یابد.

سعید در کتاب پوشش خبری اسلام در غرب یادآور می‌شود:

«در کتاب حاضر، پوشش خبری اسلام در غرب، موضوع سخن من بسیار معاصر است: یعنی عکس‌العمل‌های غرب و به‌ویژه آمریکا به جهان اسلام، که از اوایل قرن هفدهم، به عنوان موضوعی کاملاً مطرح، و لیکن به طور نفرت‌آمیزی پر از مشکل و مسئله تصور شده است. از زمره علل چنین درک و دریافتی، احساس کمبود شدید منابع انرژی، که کانون آن در کشورهای عربی خلیج فارس و کشورهای عضو اوپک دیده می‌شود و تأثیرات جابه‌جاکننده تورم و صورت‌حساب‌های سنگین مواد سوختنی و انرژی‌زا بر جوامع غربی است. علاوه بر این، انقلاب ایران و بحران گروگانگیری جزو علایم وحشتناکی است که می‌تواند «بازگشت اسلام» خوانده شود» (سعید، 1378:4).

برای مقابله با «بازگشت اسلام» است که غرب متوسل به شرق‌شناسی می‌شود، تا آنجا که رهبران مذهبی افرادی ملحد و ضد بشر معرفی می‌شوند. ادوارد سعید، در این باره، این گونه نظر می‌دهد:

«مطرح کردن اسلام به این صورت، موجب تقسیم دنیا به دو قسمت موافق و مخالف آمریکا (یا موافق و مخالف کمونیسم)، گزارش نادرست جریان‌ات سیاسی، تحلیل الگوها و ارزش‌های نژادمحورانه یا نامربوط و یا هر دوی آن‌ها، سوءاطلاع و سوءنمایش محض، اجتناب از جزئیات و سرانجام فقدان چشم‌اندازی راستین می‌شود. سرچشمه همه این خطوط و نشانه‌ها را می‌توان، نه در اسلام، بلکه در جنبه‌هایی از زندگی اجتماعی در غرب و وسایل ارتباط‌جمعی آن که این ایده از «اسلام» آن را منعکس می‌کند و در خدمت آن است؛ جستجو کرد. نتیجه حاصله این است که ما بار دیگر جهان را به شرق و غرب تقسیم کرده‌ایم. - یعنی تز شرق‌شناسانه قدیمی تغییر

چندانی نکرده است - و بهتر است که چشم خود را نه فقط به روی جهان، بلکه همچنین به روی خودمان و به آنچه که حقیقتاً رابطه ما با جهان سوم بوده است، به کلی ببندیم» (همان: 4).

بررسی‌های مفصل سعید، در کتاب پوشش خبری اسلام در غرب، نشان می‌دهد که اخبار و گزارش‌های رسانه‌های غربی، به‌خصوص رسانه‌های آمریکا، درباره اسلام و رویدادهای انقلابی مثل انقلاب اسلامی ایران همراه با تصاویر منفی به مخاطبان ارائه می‌شود. آن‌ها شناختی دروغین از اسلام را به دنیا بازتاب می‌دهند. پوشش خبری غربی‌ها بر اساس مطالب عینی و رویدادهای ملموس استوار نیست، بلکه ذهنیت شرق‌شناسی رسانه‌های غربی مجال برای رعایت عینیت و بی‌طرفی بر جای نمی‌گذارد. با پذیرش نظریه‌های سعید و دیگر نظریه‌پردازان منتقد روش‌های غربی در برخورد با شرق، اکنون این پرسش مطرح می‌شود که تکلیف شرقی‌ها برای پوشش خبری مناسب چیست؟

آنچه که در جنگ دوم خلیج فارس مشاهده شد، احساس مسئولیت شرق به‌ویژه کشورهای ایران، قطر، و لبنان برای برخورد با پوشش خبری نامناسب رسانه‌های غربی بود. جنگی که از دیدگاه آن‌ها جنگ سلطه و جنگ نفت است و نه چیز دیگر. از این‌رو، العالم (ایران)، الجزیره (قطر)، و المنار (لبنان) نمونه‌های بارزی از مقابله با پوشش خبری غرب در جنگ دوم خلیج فارس هستند.

روش تحقیق

برای بررسی محتوای برنامه‌های تلویزیونی معمولاً از «روش تحلیل محتوی کمی»¹ استفاده می‌شود. در روش کمی تحلیل محتوای برنامه‌های رادیو - تلویزیون مانند مطبوعات، پس از مقوله‌بندی مطالب و کدگذاری به استخراج داده‌ها می‌پردازند؛ اما این

1. Content Analysis

شیوه وقت گیر است و نتایج حاصل آن بیشتر داده‌های توصیفی هستند. برای دستیابی به داده‌های تحلیلی در فرصت زمان کمتر از «روش کیفی»¹ تحلیل محتوا استفاده کرده‌ایم. در این روش به جای محتوای آشکار برنامه‌ها به محتوای پنهان آن‌ها توجه داریم. در واقع در فرمول معروف هارول دوایت لاسول «چه کسی؟ چه می‌گوید؟ برای چه کسی؟ از چه کانالی؟ با چه نتیجه‌ای؟» بر پرسش «چه می‌گوید؟» انگشت می‌گذاریم و تلاش می‌کنیم با مرور برنامه‌های شبکه‌های ماهواره‌ای بررسی محتوای پنهان آن‌ها را آشکار سازیم. با مشاهده برنامه‌ها پس از یادداشت برداری و کدگذاری به برخی دسته‌بندی‌ها و متغیرها دست یافتیم. این یافته‌های کیفی اکنون بررسی تطبیقی می‌شوند. این تحقیق به برنامه‌های خبری سه شبکه ماهواره‌ای سی‌ان‌ان، الجزیره، و العالم در دوره زمانی اول تا بیستم فروردین 1382 ش می‌پردازد. متأسفانه به دلیل نداشتن امکانات لازم برای ضبط کامل برنامه‌های این سه شبکه، مرور دوباره مقدور نیست و این یکی از محدودیت‌های تحقیق ماست. برای پُرکردن چنین خلای به دیدگاه‌های مطبوعات منتقد این برنامه‌ها رجوع کردیم.

از جمله نمونه‌های ارائه‌شده برای تحلیل محتوای پنهان برنامه‌های تلویزیون‌های ماهواره‌ای با استفاده از روش موردنظر ما، تحقیق دکتر یحیی کمالی پور در سال 2003 م است، که به ارزیابی عملکرد تلویزیون‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان در آمریکا پرداخته است (کمالی پور، 2003: 54).

بررسی محتوای برنامه‌های سه شبکه ماهواره‌ای

برای آزمون مفروضات ارائه شده درباره عملکرد و محتوای برنامه‌های سه شبکه ماهواره‌ای سی‌ان‌ان، الجزیره، و العالم در جنگ دوم جهانی به مثابه دو جریان ناهمگرا، مشاهدات و نظرات فهرست‌وار بیان می‌شود:

1. qualitative

استراتژی سرگرمی

تلویزیون سی‌ان‌ان با مقوله‌ی خبر همانند سرگرمی برخورد می‌کند، گویندگان اخبار در لابه‌لای اخبار درون‌مایه‌ای از طنز، فکاهی و کاریکاتور را به مخاطبان ارائه می‌کردند. شیوه‌ی نشان دادن سعید الصحاف، سخنگوی نظامیان در بغداد، در سی‌ان‌ان به قدری طنزآلود بود که پس از پایان جنگ عروسک‌های الصحاف، در بازارهای آمریکا، پرفروش‌ترین عروسک‌های تولیدی شد. نمای از بالا و گم شدن سخنگوی نظامیان در میان میکروفون‌ها کاری بود تعمدی.

در مقابل شبکه‌های الجزیره و العالم چهره‌های واقعی و دردمند مردم عراق را در زیر عبارات‌ها نشان می‌دادند. چشم‌هایی نگران با نمای بزرگ یا «کلوز آپ»¹، که مخاطبان را عمیقاً در اندوه و تفکر برای چاره‌جویی فرو می‌برد.

سرعت و شفافیت

در کار اطلاع‌رسانی تعامل میان سرعت و دقت، می‌تواند نشان‌دهنده‌ی توفیق رسانه باشد. سرعت سی‌ان‌ان فوریتی ساختگی بود که می‌خواست با وزش طوفان در اندیشه‌ی مخاطبان، افکار آن‌ها را از مراکز خبری دیگر منحرف کند.

سی‌ان‌ان افزایش بودجه‌ی نظامی آمریکا به عنوان متمم بودجه در جریان جنگ دوم خلیج فارس و یا حذف افزایش تعرفه‌ی مالیاتی از سوی رئیس‌جمهور آمریکا را به مثابه خبری فوری ارائه کرد. در مقابل شبکه‌ی الجزیره و العالم با بردن دوربین به مراکزی که چند لحظه پیش از آن مورد اصابت موشک‌های آمریکایی قرار گرفته بودند، عملاً سرعت واقعی را در عرصه‌ی اطلاع‌رسانی به نمایش گذاشتند.

گفتمان و تعامل

عامل مهم موفقیت‌های شبکه‌ی الجزیره و تا حدودی العالم گفتمان و تعامل است.

1. Close Up.

برنامه‌های محاوره‌ای، هرچند گاهی با جنجال‌های مصنوعی و با اعمال دیدگاه‌های شخصی و ارائه گرایش‌های سیاسی و مذهبی مجریان و دست‌اندرکاران برنامه‌ها در تماس‌های تلفنی گزینش شده همراه است، اما به دلیل نداشتن حدودمرز معینی برای گفت‌وگو و طرح آزاد مسائل، عامل مهمی برای جذب مخاطب به حساب می‌آید. برنامه‌هایی مثل «الاتجاه المعاکس» (برخورد دیدگاه‌ها)، «اکثر من رأی» (بیش از یک نظر)، و «بلا حدود» (بدون مرز) به شکل میزگردهایی آزاد برای طرح مباحث ظالم و مظلوم، حاکم و محکوم، موافق و مخالف، و حکومتی و غیرحکومتی درآمده است. آن‌ها می‌توانستند زنده و مستقیم¹ یکدیگر را نقد کنند. طبیعی است اعراب منطقه خاورمیانه که سال‌ها تشنه چنین محاوراتی بودند، جذب این برنامه‌ها شوند.

العالم نیز سعی کرد با استفاده از تجربیات الجزیره به مباحثی آزاد در دیدار با صاحب‌نظران شیعه و سنی پردازد و حتی پیه جنجال‌های بعدی را به تن بمالد. برخی منتقدان از دعوت صاحب‌نظران اهل سنت و طرح دیدگاه‌های انتقادی‌شان به شدت انتقاد کردند، ولی العالم معتقد به ارائه دیدگاه‌ها و آرای گوناگون بود. همین امر مخاطبان اهل شیعه و سنت، به‌ویژه مردم کرد و عرب عراق را، به برنامه‌های محاوره سیاسی و مذهبی العالم جذب کرد. در مقابل شبکه سی‌ان‌ان در گفت‌وگوها، میزگردها، و گزارش‌های سیاسی خود تنها از صاحب‌نظران سیاست خارجی و یا کارشناسان نظامی پنتاگون بهره می‌برد، همین امر باعث شد تا حتی مخاطبان آمریکایی نیز از چنین برنامه‌هایی رویگردان شوند. صاحب‌نظران افزایش نسبی کاربران اینترنت در آمریکا را دلیلی برای رویگردانی مردم آمریکا از کانال‌های خبری این کشور، به‌ویژه شبکه‌های سی‌ان‌ان و فاکس نیوز، تلقی می‌کنند.

برنامه‌های مبتدل و مستهجن

هنگامی که در جهان‌بینی کارگزاران سی‌ان‌ان خبر کالایی است که به بینندگان ارائه

1. Live

شبکه‌های تلویزیونی به مثابه عوامل ... v 193

می‌شود، طبیعی است که در چنین کالایی جاذبه‌های جنسی و حتی ابتذال هم وجود داشته باشد. گویندگان زن سی‌ان‌ان حتی در برنامه جدی خبری با آرایش‌های غلیظ و جاذبه‌های جنسی سعی در جذب مخاطب داشتند. این حتی در شیوه نشستن گویندگان زن و مرد یا فضای اتاق خبر کاملاً مشهود بود.

در این میان شبکه ماهواره‌ای العالم رعایت حدود جاذبه‌های جنسی را در دستور کار خود قرار داده بود، به نحوی که بیشتر گویندگان و مجریان این شبکه را مردان تشکیل می‌دادند و زنان نیز با رعایت حجاب اسلامی به اجرای برنامه می‌پرداختند. فضای اتاق خبر، شیوه نشستن، نگاه گویندگان نیز از این شبکه کانالی اسلامی ساخته بود. هر چند شبکه الجزیره نیز خود را مقید به رعایت حجاب اسلامی می‌دانست، اما گویندگان زن آن اغلب بدون حجاب و یا بدون حجاب اسلامی (چادر یا مقنعه) بودند. تنها مدتی بعد از جنگ دوم خلیج فارس و در پنجشنبه 6 آذر 1382 بود که روزنامه اطلاعات خبر حضور نخستین گوینده زن محجبه را در شبکه تلویزیونی الجزیره منتشر کرد. خدیجه بن غنه که پیش از این بدون حجاب در شبکه الجزیره ظاهر می‌شد، با پوشش کامل نارنجی روشن در یکی از بخش‌های خبری ظاهر شد.

در شبکه الجزیره کارمندان زن محجبه هستند، اما تا آذر 1382 هیچ‌کدام از گویندگان و مجریان با حجاب جلوی دوربین ظاهر نشده بودند. می‌توان این فرضیه را طرح کرد که مسلمانان عرب‌زبان که 76 درصد از مخاطبان الجزیره هستند از حجاب اسلامی گویندگان العالم استقبال کردند و همین استقبال باعث این رویکرد در الجزیره نیز شده است. در حالی که سی‌ان‌ان اصولاً بر اساس جهان‌بینی‌اش هیچ‌گونه اعتقادی به رعایت حجاب اسلامی ندارد.

اسلامی بودن برنامه‌ها

یکی از مهم‌ترین تفاوت‌های شبکه‌های العالم و الجزیره با سی‌ان‌ان محتوای فرهنگ اسلامی آن‌هاست که باعث می‌شود بینندگان مسلمان آن‌ها را بر سی‌ان‌ان ترجیح

دهند. برنامه «الشريعة و الحياه» یکی از پربیننده‌ترین برنامه‌های شبکه الجزیره است. مباحث عمیق دینی و قرائت‌های نوین از فقه اهل تسنن و فتح باب اجتهاد از سوی علمای اندیشمند و متفکر که مهمان در این برنامه هستند، باعث روشنگری بسیاری از مسلمانان عرب اهل سنت شد. کتاب سال همشهری در سال 1378 نوشت: «این برنامه، به عنوان تنها مرجع مذهبی ملت‌های کشورهای عربی در آمده است. بحث‌هایی چون اجتهاد، شفاعت، رد شبهات، تأکید بر وحدت مذاهب اسلامی، مخالفت با عادی سازی روابط با صهیونیست‌های غاصب و... از ویژگی‌های مثبت برنامه «الشريعة و الحياه» است. در شبکه العالم نیز آموزش‌هایی مبنی بر وحدت جهان اسلام، اتحاد شیعه و سنی، دفاع از مظلومان فلسطینی و مبارزه با غاصبان اسرائیلی و آمریکایی در روشن شدن افکار عمومی جهان عرب تأثیر به‌سزایی داشته است.»

در این رابطه جرأت و شهامت زیاد گویندگان، مجریان و مهمانان برنامه‌ها و آزادی بیان آن‌ها عامل مهمی در موفقیت الجزیره و العالم بوده است. در مقابل شبکه ماهواره‌ای سی‌ان‌ان بر اساس «شرق شناسی» خود، اعراب را اغلب آدمیانی بدوی، بی‌استعداد و نیازمند به کمک آمریکایی‌ها برای راندن دیکتاتورهایی مانند صدام می‌دانست. از این رو، مخاطبان عرب‌زبان سی‌ان‌ان نمی‌توانستند پذیرای چنین مباحثی در قلمرو فرهنگ، زبان و مذهب خود باشند.

شهامت و شجاعت خبرنگاران

خبرنگاران سی‌ان‌ان به همراه دیگر خبرنگاران آمریکایی که تعداد آن‌ها 600 نفر ذکر می‌شود، به نام خبرنگاران همراه¹، دوش‌به‌دوش نظامیان آمریکا و پس از پایان هر نبرد به منطقه امن تعریف شده قدم می‌گذاشتند و تصویر خبری تهیه می‌کردند. آن‌ها در پاییز سال 1381، به مدت چند هفته، در یکی از پادگان‌های نظامی آمریکا آموزش‌های لازم

1. Pulling Journalism

شبکه‌های تلویزیونی به مثابه عوامل ... v 195

نظامی و امداد رسانی را دیده بودند؛ بنابراین، بدون اجازه فرماندهان نظامی آمریکا حق ورود به حوزه‌های متفاوت خبری را نداشتند. ترس و وحشت آن‌ها از مردم عراق نیز مزید بر علت شد تا آن‌ها جنگ را از فراز شانه‌های سربازان آمریکا نظاره‌گر باشند.

در سوی دیگر، خبرنگاران الجزیره با شهامت و شجاعت در محدوده‌های درگیری و آتش و خون فیلم‌های خبری تهیه و ارسال می‌کردند. آن‌ها حتی در مناطق امن نیز از آتش توپ و تانک آمریکایی‌های مهاجم در امان نبودند.

صبح روز 8 آوریل 2003م / 19 فروردین 1382ش ساعت 7:45 به وقت محلی ناگهان جنگنده آمریکایی به سمت دفتر شبکه خبری الجزیره در کنار رود دجله تغییر مسیر داد و با راکت آن را منهدم کرد. طارق ایوب فلسطینی - اردنی، خبرنگار اصلی تلویزیون الجزیره، به همراه فیلمبردار دومش که فردی عراقی تبار به نام زهیر بود، بر بام دفتر ساختمان در حال ضبط تصاویر درگیری شدید میان نیروهای آمریکایی و عراقی در کنار رود دجله بودند. طارق ایوب کشته شد و خبرنگار دوم نیز زخمی شد. پیش از آن نیز، آمریکایی‌ها در سال 2001 و در خلال جنگ افغانستان نیز به دفتر الجزیره در کابل حمله کردند. یک موشک کروز مستقیم دفتر الجزیره را که از آنجا نوارهای ویدئویی اسامه بن لادن برای جهانیان پخش می‌شد، هدف قرار داد. البته تیسیر علونی، خبرنگار شبکه الجزیره، در دفتر حضور نداشت و جان سالم به در برد؛ ولی آمریکایی‌ها بعداً گفتند که این حمله اشتباهی صورت گرفته است. اما این بار آمریکایی‌ها نمی‌توانستند حمله را اشتباه و خطای انسانی بخوانند، زیرا موقعیت دفتر الجزیره در بغداد پیش‌تر به اطلاع وزارت دفاع آمریکا رسیده بود.

گرچه مقامات آمریکایی ادعا کرده‌اند که شلیک به سوی دفتر الجزیره در پاسخ به تیراندازی یک نفر از هتل فلسطینی محل استقرار خبرنگاران در بغداد صورت گرفته است، اما شاهدان ماجرا گفته مقامات آمریکایی را رد می‌کنند.

تیسیر علونی، خبرنگار الجزیره، که در حمله آمریکا به افغانستان جان سالم به در

برده تبعۀ اسپانیا است. پنج ماه بعد از جنگ دوم خلیج فارس در شهریور 1382، با فشارهای دولت آمریکا دستگاه قضایی اسپانیا او را به اتهام همکاری با القاعده دستگیر کرد. این خبرنگار سوریه‌ای‌الاصل که از ملیت اسپانیایی نیز برخوردار است، دلیل دستگیری‌اش را شهادت دربارهٔ حادثۀ حمله به دفتر الجزیره در بغداد ذکر کرده است. در جنگ دوم خلیج فارس، یک هزار خبرنگار شرکت داشتند که 600 نفر خبرنگاران همراه آمریکایی‌ها بودند. از این میان در طول 20 روز درگیری و بمباران، 14 خبرنگار کشته شدند و 7 خبرنگار مفقودالاثراعلام شدند. با این همه شی‌ی که تلویزیون الجزیره تصاویر پیکر خون‌آلود طارق ایوب را به سراسر جهان ارسال کرد، بیشترین بیننده را یافت و بیشترین تأثیر را بر روی احساسات مخاطبان خود برجای گذاشت.

خبرنگاران العالم، از همان ابتدا، با محدودیت‌های فراوان رژیم صدام روبه‌رو شدند. تنها پس از سقوط صدام بود که ده‌ها خبرنگار عراقی و عضو العالم، با لهجه و زبانی که برای مردم عراق آشنا بود، اخبار جنگ را به تهران و از آنجا به بیشتر نقاط جهان ارسال می‌کردند. در ایام جنگ نیز کادر فنی مستقر در بغداد و حتی برخی خبرنگاران الجزیره اخبار جنگ را برای العالم گزارش کردند.

تکنیک‌های پوشش خبری

شبکهٔ ماهواره‌ای سی‌ان‌ان هم چون دیگر رقیب آمریکایی‌اش فاکس نیوز، خلاء عدم حضور خبرنگاران در میدان اصلی جنگ را با تکنیک‌های جدید خبری پُر کرد.¹ آنچه در این مقوله به اختصار یادآور می‌شوم رایانه‌ای‌کردن صحنهٔ جنگ در شبکه‌های ماهواره‌ای آمریکایی است. بازسازی آرایش نظامی نیروها با رایانه صحنه‌ای

1. در این باره به مقالهٔ «روش‌های جدید خبری در جنگ دوم خلیج فارس: انگاره‌سازی و جذب در بازی» در فصلنامهٔ پژوهش و سنجش تابستان 1382 رجوع کنید (مسعودی، 1382: 165).

شبکه‌های تلویزیونی به مثابه عوامل ... v 197

شیک و جذاب همچون بازی‌های رایانه‌ای¹ پیش روی بیننده می‌نهد. عبور تانک‌ها و انفجار بمب‌ها در شهر کوچکی مثل «ام‌القصر»، البته بدون هیچ خونریزی و کشت‌و‌کشتاری نمایش داده می‌شود.

چرخش سریع دوربین از فراز تانک‌ها به سوی میدان‌های وسیع پر از پیاده نظام آمریکا در روزهای نخست القاءکننده این مطلب بود که ارتش آمریکا تعداد زیادی پیاده‌نظام را برای ورود به شهر بغداد وارد خاک عراق کرده است.

دو شبکه الجزیره و العالم از تکنیک‌های رایانه‌ای برای طراحی دوباره صحنه‌های واقعی نبرد و خونریزی و یا استفاده از نوار نوشتاری در پایین صفحه تلویزیون استفاده کردند. در شبکه العالم نیروهای نظامی سپاه پاسداران انقلاب اسلامی، با استفاده از نقشه‌های معمولی و حرکت فلش چوبی صحنه‌های نبرد تشریح و ادامه نبرد را تحلیل و تفسیر می‌کردند که از نگاه مخاطبان دلنشین‌تر و پذیرفتنی‌تر بود. در هر حال نمی‌توان از قدرت برتر شبکه سی‌ان‌ان در ضبط بهتر تصاویر و پیاده کردن تکنیک‌های رایانه‌ای بر روی آن‌ها چشم پوشید؛ در این زمینه البته برتری با سی‌ان‌ان بود.

با مردم یا علیه مردم

به همان میزان که شبکه سی‌ان‌ان به خبرنگاران همراه و گفت‌وگو با صاحب‌نظران وزارت امور خارجه آمریکا و پنتاگون دل بسته بود و نمایشی از شبکه‌ای «فرستنده محور» را ارائه می‌کرد، شبکه‌های الجزیره و العالم دوربین‌های خود را همراه خبرنگاران به مناطق بمباران شده و سنگرهای خیابانی می‌بردند تا صدای مردم عراق، یعنی مخاطبان اصلی، به گوش همه مردم جهان برسد.

روز 5 و 6 آوریل بیشتر گزارش‌های تصویری حکایت از آمادگی مردم بغداد برای نبرد تن‌به‌تن با نیروهای آمریکایی را داشت. دوربین در سنگرهایی با کیسه‌های شنی

1. Play Station

تصاویر زنان و پیرمردانی را نمایش می‌داد که علیه آمریکا شعار می‌دادند. تا ماه‌ها پس از جنگ همین مردم در گروه‌های گوناگون با سلاح‌هایی که در دست داشتند، نیروهای آمریکایی و ائتلاف را دچار ضربات سهمگینی کردند که حتی با دستگیری صدام، رئیس‌جمهور معدوم عراق، نیز این مقاومت‌های پراکنده (تا روز تحقیق) ادامه داشت و دولت آمریکا را مستأصل کرده بود.

شبکه‌العالم نخستین شبکه‌ای بود که تصاویر زمینی از حمله عراقی‌ها به بندرهای فاو و ام‌القصر را در نزدیکی‌های مرز جنوبی جمهوری اسلامی ایران نشان داد. هر چند این تصاویر از راه دور برداشته شده بود، و زنده ارسال می‌شد، اما از وضوح نسبی و مناسب برای تماشای ورود سربازان آمریکایی به تأسیسات بندری عراق برخوردار بود. خبرنگار العالم رو به دوربین با زبان عربی و لهجه عراقی سخن می‌گفت، در حالی که پشت سر او شاهد دود ناشی از انفجارها در بندر فاو بودیم. این تصاویر در روزهای نخست تجاوز نظامی آمریکا به عراق جذابیت خاصی به برنامه‌های خبری العالم بخشیده بود.

اخبار و تصاویر اعتراض‌های مردم سراسر جهان به تهاجم نظامی آمریکا نیز بیشتر در شبکه‌هایی چون الجزیره و العالم پخش می‌شد و سی‌ان‌ان حتی هنگام پخش چنین اخباری از کوچک‌نمایی آن‌ها دریغ نمی‌کرد. همه این موارد نشان‌دهنده مردمی بودن شبکه‌های عرب‌زبان الجزیره و العالم در پخش اخبار جنگ بود.

میزان نفوذ برنامه‌ها

واقعیت، سرعت و جذابیت برنامه‌های خبری شبکه انگلیسی بی‌بی‌سی مردم آمریکا را از شبکه‌هایی چون سی‌ان‌ان و فاکس نیوز رویگردان کرده بود، به نحوی که رسانه‌های غربی نوشتند آمریکایی‌ها جنگ را از بی‌بی‌سی دیدند:

«از زمان وقوع جنگ در عراق، بسیاری از آمریکایی‌ها برای آگاهی از اخبار جنگ

شبکه‌های تلویزیونی به مثابه عوامل ... v 199

BBC را بر دیگر شبکه‌های خبری آمریکا ترجیح دادند. تعداد تماشاگران شبکه PBS بخش مربوط به بخش اخبار جهان سرویس بین‌المللی BBC، از سومین هفته جنگ (روزهای پایانی)، 28 درصد افزایش داشته است. در نیویورک تماشای اخبار شامگاهی این شبکه سه برابر و در دالاس و تگزاس چهار برابر شده است و این در حالی است که بینندگان شبکه‌های خبر CNN و فاکس نیوز کم می‌شوند. در مدت زمانی مشابه، دو شبکه از شبکه‌های اصلی آمریکا CBS و abc مخاطبان خود را در بخش اخبار شبانه به ترتیب، پانزده و شش درصد از دست داده‌اند... بسیاری از تماشاگران آمریکایی به دلیل برخی موضع‌گیری‌های آمریکایی شبکه‌های دیگر، فقط به اخبار BBC برای آگاهی از وقایع جنگ اکتفا کرده‌اند» (هفته نامه سروش، 1382: 31).

شرکت رسانه‌ای نیلسون نیز در آماری یادآور شد که بینندگان آمریکایی علاقه‌ای به تماشای اخبار جنگ نداشتند:

«تعداد بینندگان سه شبکه کابلی - خبری آمریکا، CNN فاکس نیوز و MSNBC، از 8/3 میلیون نفر در روزهای اول و دوم به 7/6 میلیون نفر، در روزهای دهم و یازدهم 6/6 میلیون نفر در روزهای پس از جنگ کاهش پیدا کرده است» (هفته نامه سروش، 1382: 30).

یکی از دلایل مهمی را که باعث رویگردانی مخاطبان آمریکایی شبکه سی‌ان‌ان شده بود باید بی‌صداقتی این شبکه در پخش اخبار و حذف انتقادهای سیاست‌های دولتمردان آمریکا دانست. شبکه CNN مانند دیگر شبکه‌های آمریکایی حق پخش تصاویر اجساد سربازان آمریکایی را نداشت و خانواده‌های قربانیان آمریکایی جنگ یا به شبکه‌هایی چون الجزیره پناه می‌بردند؛ یا به دلیل عدم دسترسی به شبکه‌هایی چون العالم و الجزیره، به سایت‌های اینترنتی هجوم می‌آوردند که رشد کاربران اینترنتی در طول جنگ دوم خلیج فارس در آمریکا را تبیین می‌کند. به نظر می‌رسد که اگر برنامه‌های شبکه‌های العالم و الجزیره به زبان انگلیسی پخش می‌شد میلیون‌ها آمریکایی را جذب می‌کرد.

نقش آگهی

پخش تبلیغات تجاری و سیاسی مستقیم و غیرمستقیم لابه‌لای برنامه‌های خبری سی‌ان‌ان باعث آزار بینندگان می‌شد. هرچند خود خبر نیز به شکل کالایی لوکس به مخاطبان عرضه می‌شود و بیشتر نمایشی تجاری و سیاسی دارد؛ اما پخش آگهی‌های تبلیغاتی را تنها در سی‌ان‌ان شاهد بودیم. در شبکه‌های العالم و الجزیره اصولاً آگهی‌های بازرگانی و تبلیغی پخش نمی‌شوند. به همین خاطر رقم پیشنهادی صاحبان آگهی به مدیران الجزیره رقمی بالاست. همین پیشنهادها مدیران الجزیره را برای راه‌اندازی شبکه دوم الجزیره به زبان انگلیسی ترغیب کرده است. در واقع الجزیره می‌خواهد هم تعداد زیادی مخاطب غیرعرب‌زبان را جذب کند و هم هزینه‌های خود را از این راه به‌آسانی جبران کند.

در شبکه العالم به دلیل تازه تأسیس بودن پخش نکردن آگهی طبیعی جلوه می‌کند. اما به نظر نمی‌رسد این شبکه نیز از پخش آگهی خودداری کند. راه‌اندازی پرس تی وی انگلیسی‌زبان نیز در ایران برای جذب بینندگان انگلیسی‌زبان صورت گرفته است و می‌تواند مکمل برنامه‌های العالم در خارج از مرزهای جغرافیایی و تبادل فرهنگی با مخاطبان جهانی باشد.

ارزش‌های خبری

ملاک گزینش اخبار همواره مورد توجه تحلیلگران کارکرد رسانه‌ها بوده است. از میان هفت ارزش خبری شهرت، درگیری، مجاورت، شگفتی، تازگی، فروانی، و دربرگیری شبکه سی‌ان‌ان به ارزش‌های شهرت (رئیس‌جمهور آمریکا، مقامات نظامی و سیاسی و رئیس‌جمهور عراق)، ارزش درگیری (درگیری نظامیان البته پس از پایان درگیری) و ارزش تازگی (ارسال زنده خبر) توجه داشت، در حالی که شبکه العالم به ارزش مجاورت (نه از بُعد جغرافیایی، بلکه از بُعد معنوی: مسلمان بودن مردم عراق) و

شبکه‌های تلویزیونی به مثابه عوامل ... v 201

ارزش تازگی بیشتر از ارزش‌های دیگر توجه داشت. همچنین، شبکه الجزیره علاوه بر ارزش مجاورت معنوی، ارزش درگیری، شهرت و تازگی را در گزینش و پخش اخبار خود رعایت می‌کرد.

در این میان، انتشار اخبار متفاوت در این شبکه‌ها، مخاطبان مشترک آن‌ها را دچار سردرگمی می‌کرد. شبکه الجزیره و العالم خبر از مقاومت عجیب عراقی‌ها در شهرهای بندری و زیارتی عراق می‌دادند، اما لحظه‌ای بعد سی‌ان‌ان از کاهش مقاومت نیروهای عراقی سخن به میان می‌آورد. شبکه سی‌ان‌ان خبر شورش مردمی در بصره را پخش کرد، اما بلافاصله العالم و الجزیره گفتند خبری از شورش در شهر بصره نیست و مردم شهر به کارهای عادی خود مشغول هستند! شبکه سی‌ان‌ان گزارش می‌داد مردم از سربازان انگلیسی و آمریکایی به گرمی استقبال کرده‌اند، اما متعاقباً الجزیره خبر رفتار خصمانه مردم عراق با سربازان عراقی را پخش کرد.

سی‌ان‌ان خبر کشته یا زخمی شدن «صدام حسین» را در نخستین شب بمباران، و در روزهای بعد نیز تکرار کرد، اما هر بار در الجزیره و العالم با پخش تصویر صدام این خبر تکذیب می‌شد و بلافاصله سی‌ان‌ان از احتمال کشته شدن بدل‌های صدام خبر می‌داد تا خبر دروغین قبلی‌اش را راست جلوه دهد!

حرفه‌ای بودن

گویندگان، مجریان و گزارشگران، سه رأس مثلث خبررسانی هستند. تماس با مخاطبان از نکاتی است که در محتوای برنامه‌های خبری سه شبکه حائز اهمیت است. شبکه سی‌ان‌ان از حرفه‌ای‌ترین کادرها سود می‌برد، الجزیره نیز با استفاده از کادرهای ورزیده بخش عربی «بی‌بی‌سی» و آموزش نیروهای بومی، در این زمینه چیزی از سی‌ان‌ان کم نداشت. اما نیروهای مثلث خبری العالم غیر حرفه‌ای، کم‌تجربه ولی بسیار علاقه‌مند به نظر می‌رسیدند. این نیروها با پشت سر گذاشتن روزها و ساعت‌های

متمادی در گزارش خبر و بیان مطالب کم‌اشتباه‌تر جلوه کردند، اما در هر حال مسئله آموزش چنین نیروهایی در آینده نباید از دیده مدیران صدا و سیما پوشیده بماند.

نتیجه‌گیری و پیشنهادات

در جنگ دوم خلیج فارس کارکرد رسانه‌های آمریکایی و از جمله سی‌ان‌ان یکسره در جهت جهان‌بینی حاکم بر دولت آمریکا تبیین‌پذیر است. صاحبان وسایل ارتباط جمعی، شرکت‌های چندملیتی، همراه و همگام با دولت جورج دبلیو بوش در جنگ سلطه، یا جنگ نفت، با شعار آزادی عراق از دیکتاتوری و با خبرسازی وجود سلاح‌های کشتار جمعی در عراق، نیات پنهان خود را که همان دسترسی به منابع غنی نفت منطقه خلیج فارس و اسلام‌زدایی است، در محتوای برنامه‌های رسانه‌ای خود به تدریج آشکار کردند. جهان‌بینی رسانه‌های غربی در جنگ دوم خلیج فارس بیانگر حفظ منافع و گسترش سلطه بر منابع ارزشمند منطقه و تسلط بر آبراه‌های بین‌المللی بود.

انحصار رسانه‌ای در پخش اخبار جنگ امپریالیسم آمریکا، برخلاف جنگ اول خلیج فارس (1991 م) عملاً با حضور رقیبانی که محتوای پیام آن‌ها بومی‌سازی اخبار و اطلاعات بود، شکسته شد. تکثر در اطلاع‌رسانی باعث آگاهی مردم منطقه و جهان، به‌ویژه اعراب مسلمان و مردم عراق شد. شبکه‌های ماهواره‌ای الجزیره و العالم هر چند در تکنیک‌های خبری، گستره پوشش جهانی و امکانات مالی و فنی از شبکه‌های غربی سی‌ان‌ان ضعیف‌تر بودند، اما در سایه شناخت آمریکا، به مثابه دشمن اسلام و فرهنگ حاکم بر شرق؛ و کاربست درست فرهنگ اسلامی در خبررسانی، توانستند با شجاعت و شهامت، رعایت احکام اسلامی و تبلیغ وحدت میان نحله‌های مذهبی برای مقابله با فرهنگ مهاجم جریان یک‌سویه اخبار و انحصار رسانه‌ای غرب را متوقف کنند و بدین ترتیب موفقیت‌های چشمگیری را نصیب خود سازند. برای جذب مخاطبان جهانی،

علاوه بر ضعف‌هایی که مشاهده شد، ضعف زبان نیز به نحو بارزی در جذب نکردن مخاطبان اروپایی و آمریکایی مشهود بود. اگر شبکه‌های ماهواره‌ای الجزیره و العالم بخواهند با صدای رسای مردم مسلمان در عرصه جهانی به رقابت با رقبای غربی بپردازند، لازم است نسبت به راه‌اندازی شبکه‌های ماهواره‌ای انگلیسی‌زبان خود هر چه سریع‌تر اقدام کنند. البته براساس اظهارات مقامات مسئول، این شبکه‌ها در طرح توسعه خود، شبکه‌های انگلیسی‌زبان را تدارک دیده‌اند.

آموزش نیروها نیز مسئله مهمی است که به‌خصوص شبکه ماهواره‌ای العالم بایستی برای استمرار موفقیت در آینده مد نظر داشته باشد.

حضور موفقیت‌آمیز شبکه نوظهور العالم در کنار موفقیت‌های شبکه الجزیره و ناتوانایی‌های شبکه سی‌ان‌ان صحنه جنگ دوم خلیج فارس را در عرصه رقابت‌های رسانه‌ای به نفع نیروهای اسلامی رقم زد. بررسی محتوای شبکه‌های موفق و شناخت نقاط ضعف و قوت آن‌ها، راه را برای توفیق هر چه بیشتر در آینده باز می‌کند و این امر البته تنها در سایه تحقیق‌های بیشتر و دقیق‌تر در آینده میسر خواهد بود.

این تحقیق نشان داد شبکه العالم می‌تواند با تولید برنامه‌های خبری و غیرخبری، فرهنگ اسلامی و ایرانی کشورمان (فرهنگ عمومی) را به جهانیان بشناساند و زمینه مناسبی را برای نشر این فرهنگ پویا در جهان تشنه معنویت فراهم آورد. به موازات فعالیت‌های شبکه‌های ماهواره‌ای و تجربه موفق العالم در جنگ دوم خلیج فارس، شبکه‌های داخلی نیز با توجه و اهتمام به فرهنگ عمومی از راه اطلاع‌رسانی شفاف و به‌هنگام و تولید برنامه‌های مبتنی بر نیازهای فرهنگی می‌توانند نقش عوامل مؤثر بر فرهنگ عمومی را ایفا کنند.

منابع و مأخذ

- آل احمد، جلال، 1356. *غرب زدگی*، تهران: رواق.
- بروجردی، مهرزاد، 1377. *روشنفکران ایران و غرب*، ترجمه جمشید شیرازی، تهران: نشر و پژوهش فرزانه روز.
- بیروکف، ن.س، 1372. *تلویزیون و دکترین آن در غرب*، ترجمه محمد حفاظی، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- حائری، دکتر عبدالهادی، 1380. *نخستین رویارویی‌های اندیشه‌گران ایران با دو رویه تمدن بورژوازی غرب*، تهران: امیرکبیر.
- دلیری، جواد، چهارشنبه 27 فروردین 1382. «العالم با کدام سیاست خبری آمد؟»، *روزنامه ایران*، سال نهم، ش 2437.
- ریشار، یان، 1374. «نگاهی دیگر به احمد فردید»، ماهنامه *کلک*، ش مسلسل 58-60.
- سعید، ادوارد، 1378. *پوشش خبری اسلام در غرب*، ترجمه دکتر عبدالرحیم گواهی، تهران: دفتر نشر فرهنگ اسلامی.
- شادمان، سید فخرالدین، 1382. *تسخیر تمدن فرهنگی*، تهران: گام نو.
- *کتاب سال همشهری*، 1380. «الجزیره تحول در نظام رسانه‌ای».
- کلارک، آرتور سی، اسفند 1382 و فروردین 1383. «دانش پیشرفته و سحر و جادو از یکدیگر قابل تشخیص نیستند، مصاحبه با پروفیسور آرتور سی کلارک»، ماهنامه *اینترنت*، سال اول، ش هفتم.
- کمالی‌پور، یحیی، 1382. «انعکاس جهانی کارهایمان فراتر از تصورات ماست گفت‌وگو با دکتر یحیی کمالی‌پور، استاد دانشگاه «پردو» در آمریکا»، *روزنامه یاس نو*، پنجشنبه 2 بهمن 1382، سال اول، ش 261.

شبکه‌های تلویزیونی به مثابه عوامل ... v 205

- مسعودی، امید، تابستان 1382. «روش‌های جدید خبری در جنگ دوم خلیج فارس: انگاره‌سازی و جذب در بازی»، فصلنامه پژوهش و سنجش سال دهم، ش 34.
- معتمدنژاد، کاظم، 1373. «نخستین جنگ جهانی ارتباطی در جریان بحران اخیر خلیج فارس»، دیدگاه‌های بررسی جنگ خلیج فارس، ابراهیم زارعی، تهران: دانشگاه علامه طباطبایی.

- _____، سال تحصیلی 1382-1383. «درس گفتارهای سمینار بررسی تطبیقی محتوای پیام‌های ارتباطی»، دوره دکتری علوم ارتباطات، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبایی.

- هفته‌نامه سروش، 13 اردیبهشت 1382. «آمریکایی‌ها جنگ را از BBC دیدند»، مجله سروش، سال بیست و پنجم، ش 1122.

- هفته‌نامه سروش، اردیبهشت 1382. «بینندگان آمریکایی علاقه‌ای به تماشای اخبار جنگ نداشتند»، مجله سروش، سال 25، ش 1122.

- George Gerbner, Hamid Mowlana and Herbert Schiller, eds., 1996. *Invisible Crisis: What Conglomerate Control of Media Means for America and the World* Boulder, Colo: Westview Press.

- Kamalipour, Y.R. 2000. "The TV Terrorist: Media Images of Middle Easterners", *Global Dialogue*.

- Kamalipour . Y. R, 2003 Summer. Iranian Satellite TV Channels as cultural mirrors (Part I), *Persian – Heritage magazine*, Vol 8, No 30.

- N.S. Birykov, 1980. *The Television in the west and its Doctrins*, Mascow: Progress Publishers.