

### حركة إصلاح وسائل الإعلام الأمريكية

#### Building the U.S. Media Reform Movement

"لا يوجد شيء يحظى بنفوذ عام حول أخلاقيات الناس مثل الصحافة ، حيث تسكب الاتجاهات السائدة للفضيلة أو الرذيلة على الأمة ، كأنما تصب من نافورة ماء".

[توماس بين : Thomas Paine]

"إن التوافق غير الملائم بين وسائل الإعلام الرئيسة للدولة وبين النظام السياسي للدولة - قد حرم المقترعين من المعلومات المهمة ، وتركهم تحت رحمة الدعاية السياسية المدفوعة الأجر والقريبة من عدم المعنى. كما أنه أثر تأثيراً بالغاً على الشرط الرئيس للديمقراطية في أولئك الأشخاص المحكومين الذين لا يعطون موافقتهم فقط ولكن يعطون موافقتهم العلمية".

[بين. اتش. باغدikian : Ben H. Bagdikian]

"بنهاية الألفية تمكن خمسة رجال من السيطرة على وسائل الإعلام العالمية، وابتهج الناس؛ نظراً لأن تلفزيوناتهم أخبرتهم بأن يبتهجوا".

[مايكل مور: Micheal Moore]

في يناير من عام ٢٠٠٢م نشرت مجلة (نيشن The Nation) في عددها السنوي عن الإعلام، الذي أسهم فيه اثنان منا بمقال، افتتح بهذا السطر: "إذا كنا جادين في إصلاح الإعلام فهذه هي اللحظة التي يجب علينا أن نوقف فيها دوران عجلاتنا وبناء حركة معينة". وفي الوقت الذي لا نقوم فيه بتبخيص صعوبة ذلك المسعى، فإننا نناقش أن الأساس لتلك الحركة الآن واسع جداً، والضرورة إليه ملحة جداً، وهذا هو الوقت الذي يجب فيه عمل قفزة من النقد إلى تنظيم الحملات، ولفرحتنا فإننا نجد أننا لسنا وحدنا في التوصل لهذه النتيجة النهائية.

وتكافح معظم الحركات النشطة منذ سنوات وأحياناً منذ عقود من الزمان - قبل أن يجدوا مدافعين عنهم في الكونغرس. ومنذ أن ظهر مقالنا في مجلة (نيشن) فقد وجدنا عدداً مثيراً للدهشة من الأبواب المفتوحة في مبنى (كايتل هيل: Capitol Hill). بالإضافة إلى نقاد احتكار الإعلام منذ فترة طويلة، مثل رئيس لجنة التجارة بمجلس الشيوخ (ايرنيست هولنغز)، الذي دافع عن الإصلاح منذ فترة طويلة، ونحن نسمع حديثاً جداً عن الحاجة إلى قرار تشريعي صادر من قبل السناتور الأمريكي (بول ويلستون) (D-MN)، والنائب الأمريكي (جيسي جاكسون جي آر) (D-IL)، والنائب الأمريكي جون كونيرز (D-MI) العضو الديمقراطي في اللجنة القضائية بمجلس النواب. ولا تزال رغبة هؤلاء المشرعين لكتابة تشريع يؤيد ويدعم إصلاح وسائل الإعلام - لا تزال مثيرة للدهشة عضو مجلس النواب الذي اتصل بنا فعلاً، النائب الأمريكي (بيرني ساندرز) النائب المستقل عن ولاية (فيرمونت)، والذي غالباً ما

يكون في مقدمة القضايا الجديدة المثارة في الـ(كاينتل هيل)، قال (ساندرز) أنه كان مستعداً لتأليف تشريع لإصلاح وسائل الإعلام، ولكنه كمنظم محنك، قال: إنه كان أكثر دهشة حول تقديم المساعدة لبناء نوع ما من حركة شعبية، تجعل من الممكن إجازة ذلك التشريع.

ودعانا (ساندرز) إلى (فيرمونت) في أواخر شهر أبريل، واتضمننا له، في سلسلة اجتماعات في المدينة، التي من خلالها استطعنا قياس مستوى الدعم المقدم لتحويل نقد الإعلام إلى نشاط سياسي لوسائل الإعلام.

لقد أدركنا الأهمية التاريخية للشيء الذي اقترحه (ساندرز)؛ وذلك فقط عند وصولنا إلى (مونتبلير) في مدينة فيرمونت في ليلة أحدٍ باردة ورطبة، وكان مبنى الاجتماع الموحد بالقرب من القاعة الحكومية مزدحماً بأكثر من سعته، وملاً أكثر من ٢٠٠ شخص المقاعد، ووقفوا على طول الجدران، وجاء بعضهم من مسافات بعيدة، مثل نيو هامبشير وولاية نيويورك، وفي الساعة المحددة خطى عضو الكونغرس إلى المنصة العالية، وأعلن بصوت مدوي: "مساء الخير أنا عضو الكونغرس (بيرني ساندرز)، وأريد أن أرحب بكم فيما أعتقد أنه أول اجتماع لمجلس المدينة لم يسبق أن عقد من قبل؛ وذلك لتناول قضية سيطرة الشركات على وسائل الإعلام".

وانفجرت الحشود المزدحمة في تصفيق راعد ومدو.

وخلال الأربع الساعات التالية انضم إلينا (ساندرز) وناخبوه، في نقاش مفعم بالحيوية والنشاط حول كيفية تحويل الغضب إلى عمل، وبدأت نظرية بناء حركة واسعة النطاق لإصلاح وسائل الإعلام في أمريكا تبدو واقعية أكثر فأكثر، واللييلة التالية في (بيرلنغتون)، حضر أكثر من ٤٠٠ شخص في اجتماع، كان أكثر صحياً ومفعماً بالطاقة والحيوية. وقال (ساندرز) إن هذا الاجتماع كان أكبر زحام شاهده في المدينة منذ سنوات، وكان أكثر الاجتماعات حماساً على الإطلاق. ومن جانب واحد

فإن اجتماعي المدينة اللذين عقدا في مدينة (فيرمونت) كانا مسبيين للإحباط، وكان واضحاً أن كثيراً من الأشخاص الموجودين في الغرفة كانوا مستعدين لإرسال بطاقات عضويتهم بالبريد إلى حركة لم يكن لها اسم أو عنوان حتى الآن.

وبأي قياس، فإن هذا كان إحباطاً حلو المذاق، وفي الوقت الذي يكون لدينا قدر كبير من التنظيم الأساسي لنفعله، فمن المؤكد أنه من الأسهل أن نبدأ ذلك التنظيم، مع العلم أن هناك قاعدة واسعة من المواطنين جاهزين للتوقيع لمسافة طويلة. والتحدي الأساسي عند هذه النقطة هو عدم قناعة الناس أن هناك شيئاً ما يجب عمله حول هياكل الإعلام التي تضر أكثر مما تنفع. والتحدي هو إقناع الناس بأن شيئاً ما يمكن عمله، وتلك هي الوثبة البسيطة للإيمان من قبل عدد كاف من الأمريكيين، تزودنا بقاعدة قوية لدرجة تكفي لتحدي سيطرة الشركات، وإعادة تشكيل وسائل الإعلام جذرياً في الولايات المتحدة الأمريكية.

ونعلم أنه عندما يبدأ المواطنون في تقبل النظرية القائلة بأنه من الممكن أن تكون وسائل الإعلام قضية، بدلاً من كونها شيئاً ما - ببساطة - يحدث لنا ولديمقراطيتنا، فإنهم يصابون بالدهشة. وعن تحرير الخيال السياسي، فإنه يمكن إحلال اللامبالاة المفترضة لجمهور الناخبين بمستوى من الانشغال؛ وذلك يؤكد أنه ربما لم يتم حتى الآن تحقيق وعد الديمقراطية الأمريكية، إذن كيف يمكننا تحرير الخيال السياسي؟ وكيف يمكننا توسيع نطاق معايير الحوار لتشمل مواضيع قد حُذفت من الجدول لأجيال عديدة؟ وكيف يمكننا أن نجعل من الإعلام قضية قومية؟

للبدء في الحصول على إجابات لهذه الأسئلة دعونا نأخذ بعين الاعتبار: كيف أصبحت البيئة قضية سياسية بالولايات المتحدة الأمريكية، وعلى المستوى العالمي، خلال الخمس والثلاثين سنة الماضية؟ كما أن ثقتنا فيما يتعلق بتوقعات حركة إصلاح الإعلام في أمريكا هي توقعات مؤكدة بما لا يدع مجالاً للشك، عن طريق ارتباطنا مع

أحد القادة المؤسسين لحركة الخضر الحديثة، وهو السناتور الأمريكي السابق (جيلورد نيلسون) عن ولاية ويسكنسون، وأكد (نيلسون) بأن الأمريكيين سيكونون حكماً في النظر إلى إصلاح وسائل الإعلام، بما أنه يمتلك إمكانات بناء حركة إصلاح ليس مثل القضية الوليدة للمحافظة على البيئة، والتي تم إثباتها في مرة من المرات.

وفي الستينيات كان (جيلورد نيلسون) حديث عهد بعالم السياسة، وكان من أنصار حماية البيئة، وكان غالباً ما يعامل من قبل زملائه الأعضاء في مجلس الشيوخ الأمريكي على أنه شخص مزعج، يثير قضايا الهواء النظيف والماء النظيف، كإفح من أجل جذب الانتباه لجاد لوسائل الإعلام للشيء الذي شعر (جيلورد نيلسون) أنه كان أكثر القضايا أهمية، وهي استمرارية الحياة البشرية على كوكب الأرض. ويقدم الجهد الناجح الذي بذله فيجعل البيئة قضية، ويقدم دراسة حالية في كل من الإحباطات والفرص التي تواجه أي كفاح من أجل توسيع نطاق الحديث العام. كما يشير (نيلسون) إلى الإحباط المتصاعد في وسائل الإعلام الكبرى، وخصوصاً في علاقتها مع مسألة دور الإعلام في الديمقراطية، كنوع القضية التي يمكن أن تزود المواطنين بالنشاط والطاقة. وعندما جاء (نيلسون) إلى مجلس الشيوخ الأمريكي عام ١٩٦٣م كحاكم سابق لولاية صغيرة متطورة، تصور بأنه يمكنه بسرعة إقحام قضايا البيئة داخل الأجندة القومية، وأثبتت الأيام صحة ذلك، ولقد قام (ريشل لارسون) بنشر صحيفة (الربيع الصامت: Silent Spring) لزيادة الوعي والاهتمام بتلوث الهواء والماء في أمريكا، كعلامات مؤكدة لمستوى متصاعد من الانشغال المدني، الذي يمكن تحويله إلى مهمة لإنقاذ الأرض.

ومع ذلك، فإن جعل البيئة قضية عامة لم تكن شيئاً أساسياً، فقد ثبت بأنها مهمة صعبة إلى أبعد من الحد الذي توقعه (نيلسون)، إذ تبددت آماله في إقناع الرئيس الأمريكي وقتها (جون كيندي)، الذي أبدى الرغبة في الموضوع، لكي يكون بمثابة

محور اهتمام أساسي في إدارة الرئيس كيندي، وذلك بسبب اغتياله برصاصة أطلقها مجهول. كما أن محاولات (نيلسون) اللاحقة لإقناع خلف الرئيس كيندي الرئيس (جونسون) يجعل البيئة لها أولوية في برنامج الرئاسي قوبلت بقدر ضئيل من الحماس. وعلى أروقة مجلس الشيوخ وفي تعاملاته مع البيروقراطية الفيدرالية فلم يواجه (نيلسون) أكثر من نصيبه، وهو الأبواب الموصدة، وكما ذكر (نيلسون): "سيقول الناس لي: لدينا كثير من الأشياء الأخرى للتعامل معها، مثل حرب فيتنام والحقوق المدنية والفقير وجميع تلك القضايا المهمة، فلماذا تصر على إثارة قضايا الهواء النظيف والماء النظيف والانفجار السكاني؟ وكان ينبغي عليّ أن أشرح لهم أن التركيز على قضايا البيئة لا يأتي على حساب تلك القضايا، ولكن ينبغي أن تكون البيئة قضية أساسية، وكان ينبغي أن يكون هناك مساحة لهذه القضية؛ لأنها بسيطة لا يمكن أن تنتظر لأطول من هذا الحد، والأرض كانت في خطر، خطر حقيقي، ولا يمكننا إرجاء قضية البيئة لأبعد من هذا الحد".

دأب (نيلسون) على الاجتهاد في هذا الموضوع بتقديمه لقوانين، وتنظيم جلسات استماع، والتحدث في أكثر من ثلاثين ولاية، والتوقيع على اتفاقيات مع الأحزاب، والاحتفاظ بقوائم، والعمل مع جماعات حماية البيئة الوليدة، والنشطاء السياسيين على المستوى الفردي. ويقول: "لقد خطرت لي فكرة محاولة إدراج قضية حماية البيئة على جدول أعمال الأحزاب السياسية القومية؛ لأنها لم تكن هناك في الستينيات"، ثم يضيف: "ولم ينظم أي شخص أي حملات حول قضية حماية البيئة، وفي عام ١٩٦٨م أثناء السباق الرئاسي بين (نيكسون - هفري)، فإن أيًا من المرشحين للرئاسة لم يتطرق للحديث عن حماية البيئة، ولم يعتقدوا أنها كانت قضية مهمة بدرجة تكفي للتحدث عنها إلى الجمهور، ولم يكن ينظر إليها كقضية جالبة للأصوات الانتخابية فهل يمكنك أن تتخيل ذلك؟ واليوم لا يتجرأ أي سياسي أن يتفااضى عن التحدث

حول قضية حماية البيئة، ولكن في ذلك الوقت كانت قضية البيئة هي القضية التي كنا نكافح من أجلها".

وأدى النشاط السياسي المتواصل لـ(نيلسون) إلى أن يتكون لديه انطباع من أن الشعب كان أكثر تقدماً بكثير من السياسيين، وفي عام ١٩٦٩م، وأثناء عودته بعد حضوره لندوة حول الحرب ضد معسكر كاليفورنيا، تعرض للنظرية القائلة بأنه خلال أشهر فإن قضية البيئة ستكون قضية مهمة ومع حفة من الحلفاء، ودعا إلى الاحتفال (بيوم الأرض) القومي في شهر إبريل عام ١٩٧٠م، حيث قال: "إنه يأمل أن يتم تنظيم تظاهرات وتداولات لتعليم الناس أهمية القضايا البيئية، والشيء الذي يمكنهم أن يفعلوه لتأييد ودعم تلك القضايا". وبالإبتعاد عن مكتب نيلسون في مجلس الشيوخ، مع الحصول على شيء لا يتعدى سوى قدر ضئيل من رمز أخضر، وعدد قليل من طلاب الكليات المتحمسين لدعم حركة "يوم الأرض"، مما أدى إلى أن يتحول إلى ظاهرة قومية تجذب أكثر من ٢٠ مليون شخصاً للأحداث عبر الدولة، وتحظى بتغطية إعلامية قومية ودولية، وتحول رؤوس كل سياسي في الأمة، بما فيهم الرئيس (ريتشارد نيكسون)، الذي قام بسرعة بالتوقيع على سلسلة من إجراءات حماية البيئة. يقول (نيلسون): "لم أكن لأقامر حول محاولة خلق حركة أساسية، إذا لم أكن معتقداً أنه سيكون هناك دعم من الأساس"، ويضيف: "لقد سافرت إلى جميع أرجاء الدولة، وعرفت أن كل شخص متأثر ببعض القضايا البيئية، وكل مجتمع يعاني من مشكلة تلوث السحب باللون البرتقالي، وكل مجتمع يعاني من مشكلة تلوث البحيرات وإغلاق الشواطئ، واختفاء الأراضي الرطبة. وجميع أنواع الأشياء كانت تسير في الاتجاه الخاطئ، وأن كل شخص شعر أن هناك شيئاً ما خطأ في منطقتهم المحلية، وأنهم لاحظوا أن السياسيين لا يفعلون شيئاً، وكانت تلك هي فرصتهم الأولى لإظهار رغبتهم في العمل، ولكنهم أظهروها فقط في ورق اللعب. ونظر السياسيون إلى قضية حماية البيئة،

وقالوا: يا لجهنم! ما هذه القضية؟ وإذا كانت كأي شيء لكان من المفترض على السياسيين أن يكونوا جيدين في الشعور بالشيء الذي كان يسبب قلقاً للناس".

ويرهن (نيلسون) - كما فعل عدد لا يحصى من النشطاء السياسيين الأمريكيين الآخرين من (جون براون) إلى (إليزابيث كادت) إلى (مارتين كيللي) - أنه من الممكن إقحام قضية داخل الحديث السياسي للأمم، حتى لو كانت قضية يفضل النخبة من السياسيين والاقتصاديين إبعادها من جدول الأعمال. وتقاسمت حركة حماية البيئة الميزة المحزنة مع قضية إصلاح وسائل الإعلام: فلم تكن هناك مصالح مالية قوية تستفيد من نجاح قضية حماية البيئة، وكل تلك الأموال المنظمة كانت تعارض بشدة قضية الإصلاح. وكما أشار (سانال اليشسكي) أنه "عند مواجهتها مع المال المنظم، فإن الملاذ الوحيد هو الناس المنظمون". ولتحديد ما إذا كان من الممكن أن تكسب حركة حماية البيئة قدرًا كافيًا من التأييد الشعبي للقضاء على المال المنظم، قال (نيلسون) إنه كان ينبغي على حركة حماية البيئة الإجابة عن ثلاثة أسئلة بالإيجاب، وعليه من الملائم طرح سؤال عما إذا كانت حركة إصلاح الإعلام ستجيب عن تلك الأسئلة بنفس الطريقة.

والسؤال الأول هو:

هل الطريقة التي بين أيدينا - وفي هذه الحالة المؤسسة لوسائل الإعلام في أمريكا - هل تؤثر على أي شخص بطريقة ما أساسية؟

والإجابة عن هذا السؤال هي بالتأكيد "نعم"، ففي هذا العصر تقنية الإنترنت والتلفاز الكيبلي على مدار الساعة، والبرامج الإذاعية، والحملات الإعلانية التي تصل إلى مدارس أطفالنا، واتصال المواطن الأمريكي العادي بالإعلام لمدة ١٢ ساعة تقريباً من مجموع أربع وعشرين ساعة يومياً.

والسؤال الثاني هو:

هل هناك بديل للوضع الراهن، كعلاج يمكن أن يوضع في مكانه المناسب؟

وبالنظر إلى الخارج ، فإنه يمكننا أن نرى أن الإجابة للمرة الثانية هي "نعم" ، على الرغم من أنه يجب وضع المقادير الدقيقة لبرنامج الإصلاح الأمريكي ، كما أن أيًا من قضايا وسائل الأمريكيين تعد قضايا فريدة من نوعها في هذا البلد ، كما أنه لن يكون من الصعب مواءمة الاستجابات نحو وسائل الإعلام الكبرى في أمريكا ، والتي تم دعمها وتأييدها في مكان آخر.

والسؤال الثالث هو :

هل يعتقد الناس أن لديهم القدرة على تطبيق التغييرات الضرورية ، وإذا لم يكن لديهم القدرة على ذلك ، فهل يمكن حملهم على الاعتقاد مرة ثانية في قدرتهم على استخدام الديمقراطية لوضع الأشياء في مكانها الصحيح؟

ففي الوقت الذي نثق فيه أن الإجابة عن هذا السؤال ستكون من المؤكد "نعم" ، إلا أن الإجابة الآمنة عند هذه النقطة ينبغي أن تكون "لا" ، ولسبب جيد؛ إذ إن الفساد المطبق على السياسة الأمريكية قد تسبب في خلقه عقبة كئود ، فمن الصعب الثقة في توقعات الإصلاح عندما يكون المشرعون والسياسيون واقعين تحت قبضة أروقة شركات الاتصالات ، التي تنفق أموالاً طائلة. والمثير للدهشة هو القدر الضئيل من التغطية الإعلامية للنشاط السياسي أو الحوارات ، حول سياسة الإعلام في وسائل الأخبار ، التي تمثلها الشركات. بالإضافة إلى أن النشطاء السياسيين يدركون جيداً ، أنه - خلال الجيل السابق - قد وصل الحق السياسي إلى درجة الصفر في الإعلام ، كهدف رئيس للعمل السياسي.

وبناء على دراسة (سالي كوونجتون Sally Covington) للأسس المحافظة ، فإنهم قد أنفقوا حوالي نصف أموالهم على ترويج الحملة المؤيدة لوسائل الإعلام ذات الجناح اليميني ، وإلغاء اللوائح عن وسائل الإعلام. وبالإضافة إلى جيوبهم الممتلئة ، فإن هؤلاء المحافظين ذوي الأرصدة البنكية الضخمة يمدون أنهم يسيرون في مستتبع ، منسجمين

أيدولوجياً مع كثير من وسائل الإعلام التجارية، خصوصاً حول مسائل السياسة الاقتصادية للمذهب الحر الحديث، والتجارة الحرة، والتدخلات العسكرية بالخارج. وفي لحظات كهذه، فإن وسائل الإعلام تبتهج بحرب دائمة لم يعلن عنها حتى الآن، ناهيك عن كونها قد شرحت بطريقة متماسكة أنها تبدو في موقع آخذ في التدهور فقط.

وأسهم هذا الشعور في إضعاف الروح المعنوية حول توقعات التغييرات الهيكلية في نظام الإعلام، وتوجيه الطاقات نحو الشيء الذي بإمكان التقدميين تغييره وتحسينه، وهو وسائل إعلامهم الخاصة. وعليه، فقد وُجه قدر كبير من الطاقة إلى النضال من أجل مستقبل شبكة إذاعة الباسفيك، وصب كثير من النشاط السياسي طاقاتهم في تطوير اتحاد الصحافة المستقلة، الذي نما نمواً دراماتيكياً؛ ليساعد ويحرض علامات الدوريات غير الربحية، التي عادة ما تكون صغيرة، وغالباً ما تكون مناضلة، وهي ذات توجه تقدمي في معظم الأحيان. كما أن عشرات مراكز الإعلام المستقلة المدفوعة من قبل المجتمع قد ازدهرت حول العالم منذ أول ظهور لها عام ١٩٩٩م، في "معركة سياتل"، حيث التحمت القوى التقدمية لإلغاء اجتماع لمنظمة التجارة العالمية (WTO). وتستفيد المراكز الإعلامية لـ(إندي: INDY) من التقنية الحديثة لتقديم قصص إخبارية منشقة وبديلة، وتعليقات خالية تماماً من توسط الشركات والمصلحة التجارية.

وكان الأمر الأكثر إثارة للاهتمام هو التركيز المتزايد لمراكز (إندي) الإعلامية على القضايا المحلية، مما جعلها بديلاً أصيلاً لوسائل الإعلام القائمة، بمستوى يُمكن ذلك البديل الإعلامي من تحويل الحوار.

وشاهدنا الأثر الإيجابي لحركة مراكز (إندي) الإعلامية في البداية في سياتل وواشنطن، أثناء الاحتجاجات المناوئة للشركات، وفي المواقف القومية للحزبين الديمقراطي والجمهوري في صيف عام ٢٠٠٠م، وأثناء الحوارات الرئاسية الثلاثة التي تبعت على الحزن والأسى في خريف عام ٢٠٠٠م، في جميع مراحل إعادة

إحصاء الأصوات الانتخابية في ولاية فلوريدا، وأماكن الصراع حول العالم من القدس إلى (سان كريستوبال دي لاس كاس). إنه من المهم أن هذه الشبكة اللامركزية آخذة في النمو.

إلا أن الأمر الذي يعد في مثل أهمية هذا العمل هو أن هناك قيوداً متأصلة لما يمكن عمله إزاء وسائل الإعلام المستقلة، وحتى مع الوصول إلى تقنية الإنترنت. وفي الغالب الأعم، تظل وسائل الإعلام البديلة على الهامش، مما يؤكد - على ما يبدو - أن تكتلات وسائل الإعلام التجارية أصبحت ضخمة جداً؛ لأنها (تعطي الناس ما يريدونه). والمشكلة مع هذا الانقطاع تؤكد أن وسائل الإعلام المملوكة للشركات قد سيطرت على عالم التجارة بسبب مكرها وحكمتها. وكما لاحظنا سابقاً، فإن نظام إعلامنا ليس هو النتيجة الشرعية لمنافسة السوق الحرة، بل هو نتيجة للدهلزة القاسية، (بمعنى: محاولة اكتساب التأيد لمسألة ما، عن طريق التحدث في الدهاليز إلى الأشخاص بغرض التأثير عليهم)، ونتيجة كذلك للمصالح التجارية الكبرى التي كسبت السياسات الحكومية الصريحة، والتي تسمح لها بالتخلي عن التزامات المصلحة العامة، وزيادة إضفاء الصفة التجارية على الإعلام والتكتلات الإعلامية. ومن المتعذر الدفاع عن قبول تلك الإعلانات الضخمة للأثرياء، ولإقناع أنفسنا "بالحرية"، لصياغة البدائل التي تحتل الهوامش فقط.

فكيف يمكننا إذن فرض تغيير في أنظمة الإعلام التي تهيمن على الحديث، وتؤدي إلى الحوار خلاف الواقع؟ إن ذلك يكون بتنظيم حركة ديمقراطية الإعلام لاتخاذ خطوة جسارة نحو الأمام.

ومشكلة الحركة لا ترجع إلى نقص الأنشطة، إذ تم تكوين جماعة الكفاح من أجل بث تلفزيوني أفضل لتعزيز تنظيم البث الإذاعي التجاري. وتنظم مجموعة التخدير التجاري حملات ضد إضفاء الصبغة التجارية على الثقافة، ويعمل كلٌّ من مركز

الديمقراطية الرقمية ومشروع الوصول إلى الإعلام في دهاليز السلطة في واشنطن، ويكافحان لكسب الاعتراف بقيمة المصلحة العامة تحت أكثر الظروف التي يتخيلها الشخص صعوبة. وقد كسبت هذه الجماعات بعض المعارك المهمة، خصوصاً قضايا خصوصية تقنية الإنترنت. وبالرغم من جميع أعمالهم الجيدة، إلا أن نطاق حوار سياسة الاتصالات في واشنطن لا يزال ينتقل بعيداً، من خط شركة (جنرال الكتريك) إلى شركة (جنرال موتورز) لاستلاف خط من معرض (جيف كوهين).

وإلى الآن فلم يُسَمَّع إلى قضية إصلاح وسائل الإعلام في واشنطن، لذلك يقول النائب (جيس جاكسون) (D-IL): "ليس من السهل العمل على جعل القضية الخاصة بالإصلاح مسموعة هذه الأيام، وأنا أواجه مشكلة في جعل حق التصويت لقضية الإصلاح يكون مسموعاً، ولكن هذا صعب بصفة خاصة فيما يتعلق بإصلاح وسائل الإعلام؛ ولهذا السبب فإننا نحتاج لعمل المزيد. وأسمع الناس في كل مكان يشككون أو يشككون من وسائل الإعلام، ولكننا حتى الآن لم نضع تصوراً لكيفية ترجمة تلك الشكاوى إلى نوع معين من أجندة النشاط السياسي التي يمكنها البدء في تحريك الكونغرس، كما ينبغي أن يكون هناك مزيد من الضغط من خارج واشنطن لتطبيق إصلاحات محددة، وينبغي على الأعضاء أن يبدؤوا الاستماع في مراكزهم المحلية إلى الذين يريدون إصلاح وسائل الإعلام".

وتوجد هناك قاعدة للحركة، لعمل قفزة كبيرة يمكن تحديدها بسهولة، فهناك تيارات قوية من النشاط السياسي حول قضايا الإعلام، والمشكلة هي أن تلك القضايا تظل لامركزية بدرجة كبيرة.

ولقد عمل ائتلاف خاص، لديه قواعد من القوة، تمتد من الجانب الشرقي الأسفل لـ(منهاتن) إلى (مورغان تاون) وغرب (فرجينيا)، لوضع الأساس لمخطات بث إذاعي مصغرة خلال السنوات القليلة الماضية. وعبر الأمة انطلقت جهود التنظيم

المحلية، متحدية لوحات إعلانات الكحول في مناطق الأقليات والطبقة العاملة المجاورة، والإعلان في المدارس، والحالة المرعبة لأخبار التلفاز التجاري المحلي. ويتم حالياً رفع دعاوى قضائية مبتكرة من قبل جماعات إقليمية، مثل (روكي ماونتين ميديا ووتش: Rocky Mountain Media Watch)، واتحاد شركات قومي، حصل على الدعم من قوائم عالمية موحدة، وذلك تحدياً لأسوأ تجاوزات احتكار وسائل الإعلام. واجتمع علماء ومدرسو وسائل الإعلام الرئيسة في شهر أكتوبر عام ٢٠٠٢م، لتكوين منظمة قومية لمعرفة الإعلام، وهي ائتلاف العمل لتعليم الإعلام، وهي المنظمة التي سوف تظل مستقلة عن التكتلات الإعلامية، التي تساعد على تمويل الجماعات الحالية، وانضم نشطاء الإعلام في (هونولولو) و(سان فرانسيسكو) بتجاح إلى نقابات العمال، خصوصاً صحيفة (غيلد: GUILD) في هاواي، والجماعات المجتمعية؛ لمنع إغلاق الصحف اليومية التي قدمت قياساً للمنافسة والحوار.

إن أحد مصادر قلقنا الكبيرة هو أن مجموع الحركة الحالية لإصلاح وسائل الإعلام تقل كثيراً عن مجموع أجزائها. إننا بحاجة إلى تحسين شبكة منظماتنا، والتنسيق بين حملاتنا - بمقدار ضئيل من الموارد المتاحة، وغالباً ما تتسابق الجامعات المتحالفة لتقدم مقدارا ضئيلاً من التمويل النفيس. كما أننا نُجبر أيضاً على الدفاع ضد مبادرات الشركات الجديدة، بدلاً من دعم وتأييد الإصلاحات الإيجابية بفعالية. ويجب علينا تنشيط وبناء الحركة باقتسام الموارد ووضع الخطط الإستراتيجية للعمل بفاعلية، بالطرق التي تدعم مجموعة متنوعة من الطرق والمداخل والشبكات والحملات في الأماكن الخاصة والشوارع، وبهذه الطريقة يمكننا بناء الائتلاف، وهو الائتلاف القومي لإصلاح وسائل الإعلام والضروري لدفع الحركة إلى الأمام.

ويجب علينا الاستمرار في تعليم أنفسنا ومجتمعاتنا - القضايا، وتوجيه قدر كامل من الطاقة نحو إضفاء الصفة الشعبية على تلك القضايا على المستوى القومي. وفي الحقيقة

فإنه ينبغي أن يكون الدور الرئيس للائتلاف القومي لإصلاح وسائل الإعلام هو إظهار وسائل الإعلام نفسها على أنها هي القضية، والتي يكون أعضاء الكونغرس والمشرعون القيدراليون مسؤولين عنها، وهذه ليست نظرية راديكالية (جذرية).

ففي أستراليا مثلاً، نجحت سنوات النشاط السياسي في وضع قضايا الإعلام على جدول الأعمال، إلى الحد الذي اقترحت فيه حكومة حزب المحافظين برئاسة (جون هوارد) إلغاء الضوابط على ملكية وسائل الإعلام، فأصبحت قضية مهمة في الانتخابات القومية الأخيرة. ومع أن (هاوارد) تمكن من الاحتفاظ بالسلطة، فقد أعلن فوراً بعد الانتخابات أنه يتعد عن دعم المقترحات، وقال هاوارد: "لن أحشر أنفي في هذا الأمر"، وأشار إلى المعركة المطلوبة لتأييد ودعم أجندة وسائل الإعلام المملوكة للشركات. فهل ذلك يعني أن رئيساً أمريكياً سيختار عدم التدخل في حركة التحالفات السياسية الشجاعة والجرئة؟

ولكون الإعلام قضية سياسية في أمريكا، فإن هذا سيضطر الائتلاف المقعم بالحيوية والنشاط إلى وضع القضايا على المستوى القومي.

والآن كيف يمكن بناء ذلك الائتلاف؟

أولاً وقبل كل شيء، عن طريق التنظيم في مجتمعات. نعم ينبغي أن تكون المؤسسات والمنظمات الأخرى غير الربحية مصدراً لجنبي الأموال للإنشاء المبدئي للحركة، إلا أن ائتلاف الإصلاح ينبغي أن يكون في النهاية واسع النطاق، وممولاً من قبل الأعضاء، مثل اتحاد (غرينبييس: GREENPEACE)، دعنا نقول اتحاد (رايفل RIFLE) القومي. وينبغي ألا يشعروا والنشطاء السياسيون بإحساس من الملكية، والتعلق بلوبي المواطن، إذا كنا نريد أن يكون هناك نوع من الأثر العميق المطلوب والممكن. ومن ثم، فإنه يجب علينا أن نجتمع كافة الجماعات الحالية التي تكافح من أجل تغيير الإعلام، بالإضافة إلى المؤسسات والمنظمات غير الربحية، الراغبة في دعم

عمل هذه الحركة الجديدة. (جميع القضايا التي نتكلم عنها هي قضايا مترابطة، ونحن نكافح ضد مجموعة كبيرة من نفس الشركات).

فالشركات التي من المفترض أن تتنافس بعضها مع بعضها، من الناحية الفعلية تعمل معاً بطريقة جيدة عندما يتعلق الأمر بمحاولة كسب التأيد، يفسر ذلك (جيفري تشيستر: Jeffrey Chester) من مركز الديمقراطية الرقمية، فيقول: "ويجب أن نرتبط مع النشطاء السياسيين، ونبدأ في العمل معاً كما تفعل الشركات في الجانب الآخر".

فهل سيتقدم كل شخص على نفس الصفحة؟ لا. ولكن بعد سنوات من العمل مع هذه الجماعات في مختلف الأوساط، فإنه ليس لدينا شك من أن معظمهم سيتقدمون إلى نفس الصفحة.

وحتى إذا تمكنا من سحب جميع اللاعبين الرئيسيين في إصلاح الإعلام في واشنطن وحول القطر، فإن ائتلافنا النامي لن يكون أكثر من كونه حاشية سياسية، إذا لم نصل بسرعة إلى ما بعد دائرة إصلاح وسائل الإعلام. ولدعم الحركة الجماهيرية فإنه ينبغي لنا الوصول، وإشراك الجماعات المنظمة والمنهمكة حالياً في نشاط قليل، عن طريق إصلاح وسائل الإعلام، إلا أن ذلك النشاط يتعرض لعقبات خطيرة من قبل النظام الحالي لوسائل الإعلام، وكان الحلفاء الطبعيون لقضية إصلاح الإعلام غائبين لفترة طويلة من النشاط السياسي لإصلاح وسائل الإعلام والمنظمات التي ينبغي أن تتعاطف مع إصلاح وسائل الإعلام، والتي كانت نشطة في الأمم الأخرى. ونشير إلى العمل المنظم والمدرسين وأمناء المكتبات ومؤيدي مبادئ الحرية المدنية (وخاصة في الفكر والعمل) والفنانين والطوائف الدينية وجماعات المشاركة بنطاق واسع من الدفاع عن الحقوق المدنية.

وللتأكيد، فقد كانت هناك حركة ما في هذا الخصوص، فمثلاً قسم عمال الاتصالات بنقابات عمال أمريكا في صحيفة (غيلد)، التي تمثل الصحافيين وموظفي

الصحف الآخرين عبر القطر، فإن هذا القسم أصبح لاعباً خطيراً، وذكياً في الحوارات حول احتكار وتنوع وسائل الإعلام. ونظمت المنظمة القومية للنساء (NOW)، والعديد من جماعات حقوق المعاقين، بالإضافة إلى عدد من منظمات الشاذين جنسياً والسحاقيات حملات نقدية فعالة ومؤثرة للتغطية الإعلامية السائدة للقضايا المتعلقة بمجتمعاتهم، وبصورة متزايدة بهياكل الإعلام.

واستهدفت كل من منظمة (NAACP) ومنظمة (RAINBOW/PUSH ACTION NETWORK) استهدفتنا الإعلام كمحور ارتكاز رئيس لأنشطتهما، وتنظيم المنتديات، وإرسال القادة لتقديم الأدلة أمام الكونغرس، وإثارة أسئلة صعبة حول السياسات الفيدرالية، فيما يتعلق بملكية الأقلية لشبكات البث الإذاعي. وكانت الكنيسة المتحدة تؤدي عملاً جيداً لسنوات عديدة، ويقوم الوجدويون الآن بدعم بعض المبادرات الحيوية لإصلاح وسائل الإعلام.

وذهبت الأكاديمية الأمريكية لطب الأطفال إلى حد بعيد جداً، عندما قررت في عام ١٩٩٩م أن التلفاز التجاري يعد خطراً على الصحة العامة للأطفال، ولكن ينبغي توحيد هذه الجماعات معاً لوضع الخطط الإستراتيجية، ومضاعفة أثرها إلى الحد الأقصى على المستوى القومي.

وفي الوقت الذي يبدو فيه أن الجماعات التي عانت طويلاً من تجاهل وسائل الإعلام للمصادقة على الإصلاح الأساسي لهذه الوسائل، فإنه لا توجد ضمانات تبين لنا أن هذه الجماعات سوف تصنف ببساطة كشركاء في الائتلاف. كما أن شركات الإعلام لا تؤثر فقط على أعضاء الكونغرس، ولكنها أيضاً تؤثر على عدد كبير من الجماعات التي تعاني من النظام الحالي، وتم شراء بعض تلك الجماعات من قبل شركات (AOL.VERIZON)، والشركات الإعلامية الضخمة الأخرى، خصوصاً الأقسام الكبيرة لحزب العمل، والتي كانت مقتنعة من أن لديها مصلحة في المحافظة على الوضع الراهن، الذي يضر بها باستمرار.

ويحتاج بناء الائتلاف إلى كمية هائلة من التعليم، والتنظيم القديم الذي سيتعرض - بالضرورة وفي عديد من الحالات - إلى الضغط من جماعات المصلحة العامة الرئيسية ونقابات العمال؛ من أجل إشراك القيادة القومية لتلك المنظمات. ويحتاج بناء الحركة إلى تزويد المنظمات القادرة، التي شاركت من قبل في النضال، تزويدها بالموارد للسفر والتنظيم والتعليم. إنه عمل صعب ولكن يمكن القيام به. خذ في الاعتبار نجاحات حملة تجارة المواطن، وحركة اليوبييل الفضي عام ٢٠٠٠م لسحب ائتمالات متنوعة للعمل على قضايا دولية معقدة للتجارة والتطوير.

وبعد مشاهدة التغطية الكثيفة للانتخابات المتنازع على نتائجها عام ٢٠٠٠م، والمرحلة الأولى من رئاسة (بوش Bush) وآثار حادثة ١١ سبتمبر - فإنه لن يكون من الصعب عرض قضية إصلاح وسائل الإعلام على مؤيدي الحرية المدنية، (وبخاصة في مجالي الفكر والعمل)، ونشطاء مبادئ السلام الدينيين، والعرب الأمريكيين، ونقابات العمال المشردين، والمعزولين، والمواطنين، الذين استشاطوا غضباً من التغطية الإعلامية للتطورات الدولية والمحلية. ويعلم ملايين الأمريكيين من خلال التجربة المريرة أنه لا بد من أن يأتي وقت للتغيير، وهذا هو الوقت للعمل على بدء إحداث ذلك التغيير.

ويبدرك نطاق القضايا التي هي عرضة للخطر، فإن البعض سيؤكد أنه حتى في حالة نجاحنا في بناء جبهة موحدة حقاً لإصلاح وسائل الإعلام، فإن الحركة لن تكون كافية لاستيعاب تكتلات الإعلام والأشخاص القائمين بالدهلزة، (القائمون بمحاولة اكتساب التأييد أو التأثير على المندوبين بصدد مسائل تعينهم)، والساسة الذين تم شراؤهم - إلا أننا نعتقد أنه بإمكان تلك الجبهة الموحدة أن تنجز كثيراً من الأعمال.

وحتى في هذه الأيام لهيمنة الجناح الأيمن بالكونغرس، فمن المهم التذكير بأن الطوائف الدينية التقدمية، والجماعات الاستهلاكية، والمنظمات الطلابية، والحقوقي

المدنية، واتتلافات الحقوق النسائية، وحركة العمل، وجماعات المزارع، ونشطاء مجتمعات السجون، والمجمعات الصناعية، ونقاد السياسة الأجنبية - إنهم جميعاً يوفرون القاعدة التي يتم من خلالها ممارسة الضغط لإحداث التغيير. وإذا كان هناك درس واحد نشأ عن معركة سياتل عام ١٩٩٩م فإن الشعار القديم "أن الناس المتحدين لن يهزموا إطلاقاً"، والذي كان أكثر شرعية مما اعتقد عديد من الناس من قبل.

واستناداً إلى الدروس المستفادة من نجاحات الحركة المناوئة للعولمة في (سياتل) وحول العالم، فإنه ينبغي لنا رسم خطة لإصلاح وسائل الإعلام مع البرنامج الانتخابي الأكبر للتغيير الديمقراطي في أمريكا اليوم.

وطلب العدالة الاجتماعية هو الأساس لذلك البرنامج الانتخابي والعدالة الاقتصادية والعدالة العنصرية والعرقية (الاثنية) والعدالة البيئية. وفي الولايات المتحدة الأمريكية اليوم، فإن واحداً بالمئة من أكثر السكان ثراء لديهم مبالغ طائلة من الأموال، لينفقوها مثل المبالغ المتوافرة لدى السكان الأمريكيين الأثرياء، والبالغ عددهم ١٠٠ مليون أمريكي، وهو ضعف النسبة قبل عشرين سنة مضت. ويعزز النظام السياسي هذا التباين بكونه الآن لعبة للعمل التجاري، حيث تم دفع مصالح توازن المجتمع إلى الهوامش إن لم يتم نسيانها. ويعزز نظام الإعلام المتحد هذا التباين ويحد من إمكانية الإصلاح الديمقراطي؛ ولهذه الأسباب فإنه يجب علينا رسم خطة لمشروع التغيير الجذري بالإعلام، وتحويلها إلى عمل للحركة الكبرى للسلام والديمقراطية والعدالة الاجتماعية.

ولهذا السبب، فإننا نعود إلى النقطة التي برزت بقوة في تحليل إصلاح وسائل الإعلام حول العالم، وهي أهمية تقديم الأحزاب السياسية للقيادة الضرورية لإحجام القضية داخل الميدان السياسي. وفي الولايات المتحدة الأمريكية، فإن كلاً من المستويين العلويين للحزبين الجمهوري والديمقراطي خاضعان لسيطرة شركات الإعلام والاتصالات العملاقة، ومن غير المحتمل توقع حدوث طفرات هناك، إلا أن يتم إنحياز

عمل كبير، والمكان المنطقي لبدء ذلك العمل الكبير من المفترض أن يكون لدى الأحزاب والزمر الصغيرة للييسار في أمريكا، بالإضافة إلى أسس وقواعد الحزب الديمقراطي.

ولقد بدأ حزب الخضر في التعامل مع قضايا إصلاح وسائل الإعلام على نطاق واسع؛ نظراً لأن مرشح الحزب الرئاسي لأعوام ١٩٩٦ و ٢٠٠٠م (رالف نادر)، كان لأكثر من عقد من الزمن من أكثر النقاد البارزين لاحتكارات وسائل الإعلام، وتحويلها إلى شركات وهيمنتها على الأخبار، ويعد الحزب الجديد وحزب العمل وحزب الاشتراكيين الديمقراطيين الأمريكي وحزب الأمريكيين للعمل الديمقراطي وحزب العمل الأمريكي - أدوات منطقية لتأييد ودعم أجندة إصلاح الإعلام، وينبغي لجميع هذه الجماعات دمج قضايا إصلاح الإعلام داخل برامجها الانتخابية وتمثيلها العام. وهذه المنظمات التي تتبنى مواقف مماثلة لعدد كبير من القضايا، من المحتمل أن تتبنى رؤية مشتركة، كخطوة نحو بناء نوع من ائتلافات حزب العمل، وحزب اليسار، وحزب الخضر، وحزب المساواة بين الجنسين، وائتلافات الملونين في حزب التحالف بنيوزيلندا، وحزب التحالف في أيسلندا، وتصنيفات حزب اليسار الثالث الأخرى.

وفي نفس الوقت، فإننا نتوقع أن تتبنى الجماعات الأساسية داخل الحزب الديمقراطي التي تميل عضويتها نحو الجناح الأيسر أكثر من ميل قيادتها، إنها سوف تتبنى قضية إصلاح وسائل الإعلام، وتجعل من إصلاح الإعلام مكوناً أساسياً لبرامج الحزب الانتخابية في الولايات والأقاليم، التي يمكن فيها للقيم التقدمية أن تستنزف أموال الشركات. ويعد جلب نشاط الإعلام على نفس الصفحة تقريباً أمراً أساسياً، وجميع التنظيمات في العالم لن تصعد إلى جبل من "الفاصوليا"، ما لم يكن هناك شيء ما ملموساً للكفاح من أجله وكسب القضية. والشيء الإلزامي لبناء ائتلاف لإصلاح الإعلام هو المقترحات التي يمكن مناقشتها والدفاع عنها وتطبيقها.

ويحتاج إصلاح وسائل الإعلام إلى مثيلاته، وهي قانون حقوق التصويت أو تعديل الحقوق المتساوية. وهي إصلاحات بسيطة وأساسية يمكن لأي شخص أن

يفهمها، ويتبناها، ويدافع عنها في قاعات نقابات العمال وقبو الكنائس والجمعيات المدرسية. ويتبني أن يكون هناك تشريع من أجل إعطاء النشاط السياسي الإحساس بالأهمية والمسؤولية. وفي الوقت الذي تتجول فيه عديد من الحركات حول ممرات الـ(كايتول) للبحث عن حلفاء، فإن حركة إصلاح الإعلام لا تفعل ذلك.

وكما لاحظنا، فإن عديداً من أعضاء الكونغرس الذين يحتلون مواقع جيدة أبدوا رغبتهم في تطبيق أجزاء مستقلة من التشريع، والتي يمكن بناء حركة إصلاح وسائل الإعلام حولها. ولا يمكن التقليل من شأن أهمية الأجندة التشريعية، ويتم جذب النشطاء السياسيين الأساسيين نحو آلاف الاتجاهات هذه الأيام، وهم يستثمرون وقتهم بحكمة نحو تحقيق غرض من الأغراض، ويريدون أن يعملوا من أجل الأهداف التي يكون من الصعب تحقيقها في المدى القصير، ولكنها على الأقل تُحدّد بوضوح.

وتسمح الأجندة التشريعية للنشطاء السياسيين بالوقوف في أحد اجتماعات جماعة مسجد ما، أو اجتماع نقابة محلية، ويقول مثلاً: "نحن جميعاً نعاني من وسائل الإعلام، ويمكننا الآن أن نفعل شيئاً ما لإصلاحها، وهناك لجنة الكونغرس تعد العدة للنظر في إصدار قانون يتناول كثيراً من أخطاء وسائل الإعلام المملوكة للشركات، دعنا نخبر ممثلينا في واشنطن بأننا نريد منهم العمل على إجازة تشريع إصلاح وسائل الإعلام".

ويأخذ قدر كبير من غضب المواطنين من وسائل الإعلام شكل المقاطعات والاحتجاجات، التي تنوي إحراج شركات الإعلام العملاقة لإصلاح طرقها. ولقد أثارت المقاطعات والاحتجاجات في السنوات الأخيرة اهتمام مستويات عليا من المحتوى الجنسي للأطفال والعنف في الوقت الرئيس للث التلفزيوني؛ مما يحط من قدر صور النساء والمجموعات العرقية (الاثنية)، والشواذ جنسياً، والسحاقيات، وانعدام التنوع الثقافي في البرامج الترفيهية. وبنفس الطريقة برزت حركة قوية لتعليم الإعلام،

تحاول تعليم أطفال المدارس والمراهقين كيفية عمل نظام الإعلام التجاري ؛ لكي يكونوا مستهلكين مثقفين.

وفيما يتعلق بالصحافة ، فإن هناك حركة "للصحافة المدنية" تحاول إقناع الصحفيين أن يقوموا بإصلاح ممارساتهم لإنتاج عمل ، سيقدم من الناحية النظرية معلومات يحتاجها المواطنون لاتخاذ القرارات السياسية ، ومعظم هذه الحركات قائمة على المشاكل الحقيقية ، ولكنها جميعاً تنأى بنفسها بعيداً عن النقد الهيكلي ، الذي يتحدى حكم مصالح الشركات والمصالح التجارية على وسائل الإعلام ، ولذلك فهي مقيدة فيما يمكنها إنجازه.

وفيما يتعلق بجماعات تحاول كسب التأييد ، والتي تركز بصفة خاصة على المسائل القانونية ، فإنه ينبغي شحذ هذه الجهود من قبل الحركة الشعبية لإصلاح وسائل الإعلام ، التي توضع شركات الإعلام العملاقة ومنطقها التجاري على الكرسي الساخن ، وشاهدنا هذا الشيء يحدث مع حركة القوة السفلى التي بدأت في المشاريع السكنية والمدن الداخلية ، وانتشرت على الجماعات الأساسية المدفوعة بالعمل التطوعي ، ثم إلى النشطاء السياسيين الاحترافيين والجماعات السياسية. وقد نجح هذا الائتلاف المتنوع في دفع (FCC) لإنهاء حظرها المفروض لمدة اثنتين وعشرين سنة على إصدار تراخيص لراديو (FM).

ولا توجد هناك طريقة حول ذلك المشروع ، حيث إن الإصلاح الهيكلي للإعلام يعد إلزامياً ، إذا كنا جادين في تناول أزمة الديمقراطية في الولايات المتحدة الأمريكية. وبعد التحدث مع النشطاء السياسيين والمشرعين واستعراض التقدم الذي حدث في البلدان الأخرى والدراسة الجادة للحقائق السياسية لأمريكا اليوم - فإننا ننظر إلى المقترحات التالية كمقترحات أساسية ، على الرغم من أنها بالتأكيد ليست مقترحات حصرية وإنما هي نقاط بداية لتحريك أجندة إصلاح وسائل الإعلام :

- إنشاء طبقة كاملة من محطات الإذاعة والتلفزة غير التجارية عبر الأمة.
- تطبيق القوانين الحالية المناوئة للاحتكار على الإعلام، وتوسيع نطاقها عند الضرورة؛ لتقييد ملكية محطات الإذاعة بمقدار محطة أو محطتي إذاعة للمالك فقط، والأخذ في الاعتبار خطوات مماثلة لمحطات التلفزة والتحرك لكسر إغلاق سلسلة الصحف على الأقاليم بأسرها.
- إجراء دراسة رسمية لتحديد اللوائح العادلة للملكية الإعلام عبر كافة القطاعات.
- تجريد وشحن البث الإذاعي الحكومي لإلغاء الضغوط التجارية، وتقليل الضغوط السياسية المباشرة وخدمة المجتمعات بدون دخل مالي كبير.
- تخصيص ضريبة ائتمانية بمبلغ ٢٠٠ دولار أمريكي، يمكن لأي دافع ضرائب أن يستخدمها لتطبيق نظام دفع الضرائب بالدولار لأي شركة غير ربحية، طالما التزمت بمعايير خدمة الإيرادات الداخلية، وسوف تسمح هذه الأداة لمحطات الإذاعة والتلفزة الجديدة ومحطات الإذاعة الحالية وصحف نقابات العمال والمنشورات الأخرى.
- أن يكون لديها موارد لتقديم تغطية إخبارية جادة وبرامج ثقافية.
- تخفيض تكاليف البريد للمنشورات غير الربحية وغير التجارية.
- إلغاء الإعلانات السياسية للمرشحين، كشرط لإصدار ترخيص محطة الإذاعة، أو الاشتراط على محطة الإذاعة القيام بعمل إعلانات مجانية لمدة مماثلة لجميع المرشحين الآخرين على قائمة الترشيح، وذلك مباشرة بعد دفع قيمة الإعلان السياسي من قبل المرشح.
- تقليل أو إلغاء الإعلانات التلفزيونية للأطفال دون الثانية عشرة من العمر.
- تجريد أخبار التلفزيون المحلية من الصفة أو الصبغة التجارية، في مقابل منح حق الوصول إلى موجات الأثير الهوائية التي تجعل شركات الإعلام ثرية، شريطة أن

تخصص تلك الشركات ساعة واحدة كل يوم للبرامج الإخبارية من الوقت التجاري المجاني، مع تخصيص ميزانية، استناداً إلى النسبة المئوية لعائدات محطة التلفزيون، وهذا سيتيح للصحافيين الحرية في إنجاز مهمة إعلام المواطنين، والسماح للمحطات بالتنافس على أساس جمع الأخبار ذات النوعية الجيدة تجاه الإثارة (اللجوء إلى معالجة الموضوعات المثيرة).

- تجديد قوانين حقوق التأليف والنشر؛ لتحقيق الهدف المنشود، وهو حماية قدرة المنتجين المبدعين على كسب قوتهم، وحماية حقوق الجمهور في التمتع بملك عام صحي وقابل للحياة والنمو.

وهناك عديد من هذه الأفكار معروفة لدى الأمريكيين؛ ويعبرون عنها عندما يجدون فرصة للاستماع إلى تلك الأفكار، بالإضافة إلى أن الحماس يميل نحو عبور الطيف السياسي، وقدر كبير من تفاؤنا يستند إلى البحث الذي يظهر إلى أي مدى تعمل أروقة الإعلام المتحدة بصورة مأكرة، على إبقاء عملائها في واشنطن بعيداً عن الرأي العام، وهم يشبهون في نفس الشيء الذي نشته فيه، وعندما يسمع الناس عن فساد صنع سياسة الاتصالات، فإنهم يصابون بالرعب، وعندما نفهم نحن كبلد ديمقراطي في إصلاح وسائل الإعلام، فإن ملايين الناس سيميلون نحو إصلاح وسائل الإعلام، ولهذا السبب فإن هدفنا المباشر لبناء ائتلاف جديد لإصلاح الإعلام، هو تطبيق هذه الأفكار وإشعال نار النقاش والحوار.

وبمجرد أن يدرك مواطن هذا البلد أن وسائل الإعلام هي قضية، وأن لدينا السلطة في توجيه الاستجابة الحكومية نحو تلك القضية - فإنه سيكون من السهولة بمكان تحقيق انتصارات صغيرة، تشجع على مزيد من المعارك المثيرة، والتي لم تُشَنَّ حتى الآن.

إنني مقتنع أنه عندما يبدأ الناس في التحدث عن هذه القضايا الكبيرة أو هذه القضايا الأساسية، وعندما يفهمون أن لديهم القوة كمواطنين في بلد ديمقراطي على

الاستيلاء على السلطات المستقبلية، وتغيير الكيفية التي تتم بها تلك الأشياء - فإن التغيير يصبح ضرورة حتمية.

يقول النائب الأمريكي (جيس جاكسون: Jesse Jackson Jr.): "إن التحدي بالطبع حمل الناس على الإدراك بأن لديهم تلك القوة".

ولا يمكن أن يكون الائتلاف الجديد لإصلاح وسائل الإعلام - والذي نتصوره - ببساطة العمل نحو يوم المحاسبة العظيمة، وينبغي أيضاً أن يكون له هدف على المدى القريب، والمتمثل في التنظيم حول المسائل السياسية الملحة، التي تُتناول حالياً في واشنطن، وكما نكتب، فإن (FCC) تنظر في إلغاء القوانين المتبقية، التي تمنع توحيد وسائل الإعلام، بما في ذلك امتلاك محطات التلفزة والصحف في نفس المجتمع، وتحد من عدد محطات التلفزة، وأنظمة التلغز الكيبل التي تمتلكها شركة واحدة على نطاق قومي. كما أن نجوم وسائل الإعلام المملوكة للشركات يضعون ضغطاً كاملاً على (FCC)، ويندر أن تصدر مقاومة من شركة (FCC)؛ نظراً لأن عديداً من السياسيين الذين قام أولئك النجوم الإعلاميون بتعيينهم، يُمولون من نفس الشركات، كما أن التخلي المقترح عن هذه اللوائح سوف يزيد قيمة الأسهم بهذه الشركات زيادة دراماتيكية (مثيراً)، وسيؤدي حتماً إلى موجة هائلة من الاندماجات وامتلاك الشركات الجديدة. وإذا كان الدرس الذي تعلمناه من الإلغاء السابق للوائح الملكية، خصوصاً القوانين الصادرة عام ١٩٩٦م، والتي بموجبها تقرر تصغير حجم ملكية محطات الإذاعة. فإذا كان ذلك الدرس يقدم إشارة إلى أين سوف يأخذنا هذا التغيير، فإنه يمكننا توقع تخفيض التمويل للصحف، وزيادة التمويل التجاري بوسائل الإعلام. وكل هذا يحدث وراء كواليس صحافة الشركات، ولا يُبلِّغ عنه، ولا يُفحص، وكما كان هناك قانون للاتصالات السلكية فقد كان قانون الاتصالات السلكية واللاسلكية، وبناء عليه فإن هذا هو الوقت المناسب لشن هجوم منظم من قبل مجموعة متنوعة من جماعات المواطنين، وهي الحركة المزدهرة لإصلاح وسائل الإعلام.

وخلال أوقات الانبعاث السياسي الشعبي طوال القرن العشرين، برز النشاط السياسي لوسائل الإعلام كقوة مهمة. وكانت تلك القوة أكثر حدة في العهد التقدمي، عندما قوبل نهوض النظام الرأسمالي الحديث بوسائل الإعلام بتقد تقدمي وجذري متواصل، من أمثال: أبتون يوجين: (Upton Eugene)، وفيكتور ديس: (Victor debs)، (روبرت لا فوليت: Robert M. La Follette Sinclair)، وسيكون من الصعب المبالغة في الدور البارز الذي لعبه نقد الصحافة الرأسمالية عبر الثقافة السياسية للعقدين الأولين من القرن العشرين. وفي الثلاثينيات نشأت حركة مغايرة لمجارية إنشاء البث الإذاعي التجاري، وحركة المستهلكين المنظمة لتقييد الإعلانات في مجتمعنا بصورة جذرية. وفي سنوات ما بعد الحرب حاول مجلس المنظمات الصناعية إنشاء شبكة راديو (FM) القومية، وكانت هي أول إصابات الحرب على حزب العمل المستقل وحزب اليسار، والتي ميزت تلك الفترة. وفي الستينيات وضعت الصحافة الخفية البنية الأساسية لحركات الحقوق المدنية والحركات المناوئة للحرب.

وفي الثمانينيات أدى رد الفعل ضد التغطية غير التزيهة والسيئة السمعة لأمريكا اللاتينية، أدى إلى نشوء جيل جديد من جماعات الحراسة على وسائل الإعلام. والحركات التي نتحدث عنها نشأت عن اليأس من فشل منافذ الطباعة والبث الإذاعي لخدمة ما يشير إليه (يوجين ماكرثي: Eugene Macarthy): "إن إصلاح وسائل الإعلام في بلد ديمقراطي أكثر وظائف الصحافة أهمية، ولا نحتاج إلى دليل أكثر من اللحظة الراهنة، لتخبرنا أن الوقت قد حان لبناء حركة واسعة النطاق لإصلاح وسائل الإعلام".

نعلم أن هناك ألف حالة من الإحباط وخيبة الأمل ماثلة أمامنا، كما أن رحلتنا مثل رحلة جميع المصلحين الحقيقيين ستكون رحلة طويلة، ولكن خذ في الاعتبار إلى أي مدى يمكن أن تأخذنا؟ وكيف سيكون شكل وسائل الإعلام الأمريكية في حالة سن جميع أجندة الإصلاح التي نقترحها؟

وسيتم تقليص سيطرة الشركات على الانسياب الحر للمعلومات، وسوف تزدهر وسائل الإعلام المتنوعة تنوعاً حقيقياً، إبداعية متعددة الثقافات، تعمل على تحقيق المصلحة العامة وعبر الدولة، وبهذا ستظهر مجموعة مذهلة من وسائل الإعلام البديلة المحلية والقومية غير التجارية وغير الربحية والممولة تمويلًا جيدًا. وفي هذا العالم الجديد، فإن سوق الأفكار المخصص سيصبح سوقاً عاماً، وحديقة مزهرة ومنفعة بالحيوية والنشاط، وليس سوقاً تجارياً تعاني منه حالياً، وحيث لن تضمن وسائل الإعلام تلك نهاية الظلم والفقر أو الاضطهاد، ولكنها ستضع أساساً مفيداً جداً لمجتمعاتنا في تناول ومواجهة القضايا المهمة في أوقاتنا.

ولكن هل هذه رؤية وهمية (يوتوبية)؟

لقد كانت حركة الإلغاء وحق النساء في التصويت ونقابات العمال والحقوق المدنية والضمان الاجتماعي - كلها كانت وهمية (يوتوبية) في وقت سابق من التاريخ الأمريكي.

وهل سيجر نضال البرنامج الانتخابي حول قضايا الإعلام الحزب الديمقراطي لمواجهة تياره نحو اليمين؟ بالإضافة إلى قطع العلاقات بين قيادته المحافظة وعضويته الجماهيرية الأكثر تقدماً؟

من الممكن أن يحدث ذلك، ولكن على الأقل سوف يحدد ذلك البرنامج الانتخابي الإعلام كقضية؛ والتي من أجلها تكون المعركة ليست معقولة فقط، ولكنها معركة ضرورية. وستؤدي معارك من هذا النوع إلى جذب الأعضاء المتعاطفين في الكونغرس إلى الشجار، وإذا أيد الديمقراطيون مجلس النواب فإن الرجل الذي سيرأس اللجنة القضائية القوية هو (جون كونيرز: John Conyers)، ويقول (كونيرز) الناقد لاحتكار وهيمنة الإعلام: "أعتقد أنه سيكون من المهم جداً عقد جلسات استماع حول البعض من هذه القضايا". وهذه قفزة ملحوظة، من أول اجتماع برلماني

حول سيطرة الشركات على وسائل الإعلام إلى سماع اللجنة القضائية بمجلس النواب لقضية سيطرة الشركات على وسائل الإعلام.

وفي الوقت الذي تكون فيه حوارات وجلسات الاجتماع داخل الكونغرس ذات أهمية بالغة، فإنها لن تكون الغرض الرئيس لهذه الحركة، بل إنها مجرد أدوات لتطوير النظرية القائلة بأنه من الممكن أن تكون وسائل الإعلام قضية في أمريكا. ونعتقد أن ثمرة تلك النظرية هي التي ستؤدي إلى قفزة مخلصمة من جانب ملايين الأمريكيين، الذين سيدركون أن إعلان التحدي أمام عمالقة الإعلام وأقطابهم السياسيين لا يعدو كونه أكثر من مجرد تسلق قمة جبل، أكثر من إعلان التحدي أمام مدني سمعة الشركات خلال الستينيات والسبعينيات، أو مدني سمعة منظمة التجارة العالمية خلال التسعينيات.

وإن الإدراك بأن المكون الأساسي الثالث من معادلة (جيلورد نيلسون: Gaylord Nelson) يعد مكوناً مهماً لإطلاق العنان لنوع من العمل الأساسي الواسع النظام - سيؤدي في النهاية إلى أن تكون وسائل الإعلام قضية أصلية ومستمرة في أمريكا. "إننا نتجول مع كل هذا الإحباط حول الإعلام، إلا أن معظمنا يعتقد أن ذلك الإحباط يحدث لنا"، كما يشرح (باتي ألين: Patty Allen) الناشط السياسي في حزب العمل، الذي عمل لمدة ثلاث وعشرين سنة في مصنع (أوسكار مايور: Oscar Mayor) لتعبئة اللحوم في ولاية (ويسكنسون: Wisconsin)، ثم تحول إلى مناصر لقضايا الإعلام مع (رالف نادر: Ralph Nader)، ثم يضيف: "عندما سمعت (رالف) يقول في البداية أننا نمتلك موجات الأثير الهوائية، وأنه يحق لنا المطالبة بشيء ما أفضل في المقابل - فإنني أتذكر مدى الحرية التي شعرت بها، وكنت أقول وأنا أهتف بتعجب: أما وقد عرفت هذه الحرية فماذا أفعل؟ أين سأوقع؟ كيف يمكن أن أطالب بالتغيير؟ أعتقد أن هناك كثيرين مثلي في جميع أنحاء هذا البلد، والمستعدين لذلك العمل، ولكننا بحاجة إلى الإحساس بأننا لا نضيع وقتنا".

وينبغي ألا تكون وسائل الإعلام عدواً لـرغباتنا في التجديد الديمقراطي في أمريكا، ويمكن أن تكون وسائل الإعلام - كما قصد (ماديسون)، وخصوصاً (توم بين: Tom Paine) أكثر مؤسسينا رؤية - أداة بواسطتها يؤكد المواطنون المعلومات المتضمنة أنهم يريدون أن يكونوا هم الحكام وليسوا المحكومين. وهذا هو المستقبل المحتمل عندما يمكننا المطالبة بصورة واقعية وقوية بإصلاحات، نعلم جميعاً أنها إصلاحات ضرورية. ولقد شاهدنا أن هذا المستقبل بدأ يأخذ شكله الطبيعي. وعلى مشارف نهاية أول اجتماع برلماني عقد في مدينة (فيرمونت: Vermont)، وقف رجل في نهاية الأسمية قائلاً: "ليس لدي سؤال أو تعليق، إنما أريد فقط أن يعلم الناس كافة أن بعضنا سوف يجتمع يوم الثلاثاء، للتحدث عن تنظيم مجموعة هنا في المدينة؛ للعمل على إثارة قضايا الإعلام التي تحدثنا عنها الليلة، ولا يمكننا أن نتظر شخصاً ما ليخبرنا متى تبدأ هذه الحركة، إننا سوف نبدأ معاً".

وعندما يكون هناك ألف رجل وامرأة مثل صديقنا في (مونبيليه: Montpelier)، فإننا لم نعد نواجه مسألة ما إذا كان الإصلاح ممكناً. والمسألة الوحيدة المتبقية ستكون: متى ستتاح لنا الفرصة لكي نبدأ قراءة وسماع ومشاهدة تقارير عن الديمقراطية المتجددة، والتي ستكون الموضوع الرئيس لإعلامنا وليس إعلامهم.

## ملحوظة عن المصادر A Note on Sources

يمكن الحصول على مراجع بعض مواد هذا الكتاب في كتابنا السابق: "إنها وسائل الإعلام الغنية - سبع قصص صحفية" (It Is The Stupid Media)، الذي صدر عام ٢٠٠٠م. وتأتي مادتنا من التقارير الإخبارية الحديثة والمنشورات التجارية، وتكاد تكون جميع الاقتباسات مشتقة من مقابلات شخصية أجراها المؤلفون.

ولمزيد من المناقشات المفصلة لهذه القضايا مع حواشي كافية - يرجى الاطلاع على كتاب (روبرت. ديليو ماك جزني Robert W. McChesney): "وسائل الإعلام الغنية" (Rich Media)، و"الديمقراطية الفقيرة" (Poor Democracy)، و"علم الاتصال السياسي" في مجلة (Dubious Times)، و(أخبار صحفية) عام ٢٠٠٠م، وكتاب (روبرت. ديليو. ماك جزني) و(جون بيلامي فوستر: John Bellamy Foster): "الصورة الكبيرة" (Big Picture)، و"فهم الإعلام عبر الاقتصاد السياسي" (العرض الشهري للمصحف عام ٢٠٠٣م).



## نبذة عن المؤلفين

### About the Authors

يعمل (روبرت دبليو ماك جزني: Robert W. McChesney) أستاذاً (بروفسور) في معهد بحوث الاتصالات والكلية الجامعية للمكتبات والمعلومات بجامعة (الينوى) في (أوريانا شامبين). وقد قام (ماك جزني) بكتابة وتحرير ثمانية كتب، وبعض كتبه فازت بجوائز. وهي: (الاتصالات السلوكية واللاسلكية)، و(وسائل الإعلام الجماهيري والديمقراطية: معركة السيطرة على وسائل الإعلام الأمريكية 1928-1935)، طبع في مطبعة جامعة أكسفورد، 1993م، و(الإعلام: الشركات الكبرى والخطر الذي يتهدد الديمقراطية - سبع قصص صحفية، 1997م، وألف بالاشتراك مع (إدوارد اس هيرمان): (وسائل الإعلام العالمية: المبشرون الجدد برأسمالية الشركات)، طبع في كاسيل 1997م. وأحدث كتاب من تأليف (ماك جزني) هو الكتاب الحائز على جوائز متعددة، بعنوان (وسائل الإعلام الغنية، الديمقراطية الفقيرة: علم الاتصال السياسي في مجلة: Dubious Times)، (أخبار صحفية 2000م).

(جون نيكولاس: John Nichols) هو مراسل واشنطن لمجلة (The Nation)،

ومحرر مشارك لمجلة (The Capital Timeclarion) في (ماديسون)، وهو مؤلف كتاب:

(يهود بوكانان Buchanan: هل سمعت قصة هواة الرئاسة الأمريكية (الصحافة الجديدة)). لقد فاز بمكافأة (كلاريون: Clarion) للكتابة في أحد أعمدة الصحف، وجائزة اتحاد الصحافة الداخلية لأفضل كتابة تحريرية بالصحف الأمريكية.

(نعوم شومسكي: Noam Chomsky)، هو ناشط سياسي عالمي مشهور، وكاتب وأستاذ في اللغويات بمعهد (ماساشويتس) للتكنولوجيا، حيث يقوم بالتدريس هناك منذ عام ١٩٥٥ م، وهو مؤلف لعديد من الكتب، ومنها كتاب (تصنيع الاتفاق: Manufacturing Consent)، الذي ألفه مع (إدوراد اس هيرمان: Edward S. Herman)، وكتاب (المناهضون للحرب العالمية)، وهو من أكثر الكتب العالمية المناوئة للحرب.

(باربرا إيرنيريتش: Barbara Ehrenreich) مؤلفة لعديد من الكتب، ومنها كتاب (طقوس الدم: Blood Rites)، و(أصول وتاريخ انفعالات الحرب: Origins and History of the Passing of War)، و(الخوف من السقوط: Fear of Falling)، و(الحياة الداخلية للطبقة الوسطى: The Inner Life of the Middle Class)، و(نيكل وديمل: Nickel And Dimel: On (Not) Getting By In America).

(رالف نادر: Ralph Nader)، وهو ناشط سياسي، وكان مرشحاً رئاسياً عن حزب الخضر عام ٢٠٠٠ م.

عن الكتاب:

"الكتاب عبارة عن تحليل ذكي وماهر يقدم حامولاً مقنعة وأنية ... لقد أحببت الكتاب... إنه يعبر عن آرائي ومشاعري".

[باتي سميث Patti Smith].

"يقدم (ماك جزني) و(نيكولاس) قدراً كبيراً من الأدلة على أننا ربما نكون في المراحل المبكرة من حركة اجتماعية خطيرة، والتي من أجلها

ستكون عملية تحول الإعلام إلى إعلام ديمقراطي بمثابة مركز الاهتمام الرئيس للنقاش النشط وإعادة البناء من جديد، ويقدمان حالة قوية في دعم هذه الأولويات، ويقترحان المسارات التي يمكن اتباعها لوضع هذه الأسس لاستعادة الحقوق، ودفع الكفاح الذي لا نهاية له إلى الأمام من أجل الحرية والعدالة".

لنعوم شومسكي: من المقدمة

"يقوم كلٌّ من ماك جزني و(نيكولاس) بتقييم النظام الحالي لوسائل إعلامنا، ومساعدتنا على أن نتخيل شيئاً ما مختلفاً، مع تنظيم الانتقال من الإحباط الفردي مع وسائل الإعلام المتحدة إلى العمل الجماعي لإصلاح وسائل الإعلام".

اجاني جاكسون: العدالة والدقة في نقل الأخبار

كتاب مفتوح عن الإعلام

الناشر: سبعة قصص صحفية

١٤٠ واتس ستريت نيويورك (NY 10013)

وُزِع على تجار الكتب بالولايات المتحدة الأمريكية من قبل ويست جروب للنشر.



## المراجع

### References

- Adams, W.C. (1980), Local Television News Coverage and the Central City, *Journal of Broadcasting* 24(2), 253-265.
- Alesina, A., R. Baqir and W. Easterly (1999), Public Goods And Ethnic Divisions, *Quarterly Journal of Economics* 114(4), 1243-1284.
- Ansolabehere, S., E.C. Snowberg and J.M. Snyder (2006), Television and the Incumbency Advantage in U.S. Elections, *Legislative Studies Quarterly* 31(4), 469- 490.
- Besley, T. and R. Burgess (2002), The Political Economy of Government Responsiveness: Theory and Evidence from India, *Quarterly Journal of Economics* 117(4), 1415-1452.
- Dixit, A. and J. Londregan (1996), The Determinants of Success of Special Interests in Redistributive Politics, *Journal of Politics* 58, 1132-1155.
- Gentzkow, M. (2006), Television and Voter Turnout, *Quarterly Journal of Economics* 121(3), 931-972.
- Kaniss, P.C. (1997), *Making Local News*, Chicago: University of Chicago Press.
- Kelejian, H. H. and Prucha, I. (1998), A Generalized Spatial Two Stage Least Squares Procedure for Estimating a Spatial Autoregressive Model with Autoregressive Errors, *Journal of Real Estate Finance and Economics*, 17 (1), 99-121.
- Levitt, S. and J. Snyder (1997), The Impact of Federal Spending on House Election Outcomes, *Journal of Political Economy* 105(1), 30-53.
- Lindbeck, A. and J. Weibull (1987), Balanced-Budget Redistribution as the Outcome of Political Competition, *Public Choice* 52, 273-297.
- Napoli, P.M. and M.Z. Yan (2007), Media Ownership Regulations and Local News Programming on Broadcast Television: An Empirical Analysis, *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 51(1), 39-57.

- Oliver, P.E. and D.J. Myers (1999), How Events Enter the Public Sphere: Conict, Location and Sponsorship in Local Newspaper Coverage of Public Events, *American Journal of Sociology* 105(1), 38-87. 27
- Persson, T. and G. Tabellini (2000), *Political Economics*, Cambridge: MIT Press.
- Popkin, S.L. (1991), *The Reasoning Voter, Communication and Persuasion in Presidential Campaigns*, Chicago: University of Chicago Press.
- Prior, M. (2006), The Incumbent in the Living Room: The Rise of Television and the Incumbency Advantage in US House Elections, *The Journal of Politics* 68(3), 657-673.
- Randsell, T. (2004), *Factors Determining California's Share of Federal Formula Grants*, Public Policy Institute of California, 2nd Edition
- Roper, B.W. (1985), *Public Attitudes Towards Television and Other Media in a Time of Change*. New York: Television Information Office.
- Stromberg, D. (2004a), Mass Media Competition, Political Competition, and Public Policy, *Review of Economic Studies* 71(1), 265-284.
- Stromberg, D. (2004b), Radio's Impact on Public Spending, *Quarterly Journal of Economics* 119(1), 189-221.

## ثبته المصطلحات Glossary

أولاً: عربي - إنجليزي



Elite Consensus	إجماع الصفوة
Monopolies	الاحتكار
News	أخبار
Foreign News	الأخبار الأجنبية
Diverse Opinions	آراء متعددة
Crisis of Democracy	أزمة الديمقراطية
Tyrannies	استبداد، طغيان
Exploitation	الاستغلال
Consumption of Commodities	استهلاك السلع
Media Reform	إصلاح وسائل الإعلام
Private Media	الإعلام الخاص

Global Media	الإعلام العالمي
Our Media	إعلامنا
Advertising	الإعلان
Destructive Ideas	الأفكار الهدامة
Decline of Democracy	الانحدار في الديمقراطية
Media Bias	الانحياز الإعلامي
Consolidation of Media	اندماج أكثر من مؤسستين في مؤسسة واحدة
Regulation	الأنظمة واللوائح
Public Concern	اهتمام جماهيري

ب

Unpatriotic	بدون وطنية ، أو غير وطني
Oligopolistic Structures	البناء القائم على سيطرة القلة للسوق
Cultural Environment	البيئة الثقافية

ت

Ignorance	التجاهل
Control of the Media	التحكم في وسائل الإعلام
Flow in Both Directions	التدفق في اتجاهين
Entertainment	ترفيه
Broadcast Regulations	تشريعات وتنظيمات البث
Design	التصميم والرسم

Inadequate Coverage	تغطية غير كافية
Conglomerates	التكتلات الكبرى
Cable Television	تلفزيون الكيابل
Indoctrination of the Young	تلقين جمهور الشباب



Ignorant Masses	الجمهور الجاهل أو غير المكترث
Stupid Masses	الجمهور الغبي



Maximize Profits	الحد الأقصى من الربح
War on Terrorism	الحرب على الإرهاب
Feminist	الحركات النسائية
Sensationalized	حساس
Copyright	حقوق النشر أو الطبع
Splendid Government	حكومة رائعة
To Protect the Minority	حماية الأقليات
Campaign	حملة إعلامية
Dialogue	الحوار



Constitution	دستور
--------------	-------

Democracy	الديمقراطية
Democratic Dogmatism	ديمقراطية غير مبهرة

س

Discontents	السخط و الاستياء
Media Chains	سلسلة مؤسسات إعلامية
Market Competition	السوق التنافسية
Public Policy	السياسات العامة

ش

Multinational Corporations	الشركات المتعددة الجنسية
Skepticism	الشك أو نزوع إلى الشك
Illusions	شيء خادع
Grotesquely	شيء غريب على نحو بشع

ص

Commercialism	الصيغة التجارية
American Journalism	الصحافة الأمريكية
Engineering of Consent	صناع القرارات أو مهندسي الإجماع

ع

Public Relations	العلاقات العامة
------------------	-----------------

Supremacists

العنصرية القائمة على اللون والعرق

غ

Not Participants

غير مشاركون في الأحداث

ق

Telecommunications Act

قانون الاتصالات

Media Issues

قضايا الإعلام

Print Media Sectors

قطاع النشر الإعلامي

ك

Television Cameras

الكاميرات التلفزيونية

Broadcast

كل ما يذاع بالتلفزيون

م

Press Conference

مؤتمر صحفي

Desensitizing Effect

المؤثرات التي تؤدي إلى زوال الحساسية

Article

المادة أو المقالة

Materialism

المادية

Corporate

المتحدة

Animated

متحرك أو مفعم بالحياة والنشاط

Spectators of Action

المتفرجين على الأحداث

Content	المحتوى
Supreme Court	المحكمة العليا
Cognizant	مطلع على
Standards of Professionalism	معايير الاحتراف
Antitrust	مقاوم للتجميع الضخم للرأسمال أي الاحتكار
Media Ownership	ملكية وسائل الإعلام
Citizenship	المواطنة
Informed Citizens	مواطنون مطلعون
Airwaves	الموجات
Contentious	موضوع مشير للنزاع

ن

Conspiracy Theories	نظرية المؤامرة
Debate	نقاش و حوار
Media Criticism	النقد الإعلامي

هـ

Federal Communication Commission (Fec)	هيئة الاتصالات الفيدرالية
Public Trust	هيئة حكومية

و

New Media	وسائل الإعلام الجديدة
Multinational Media	وسائل الإعلام متعددة الجنسيات

## ثانياً: إنجليزي - عربي

## A

Advertising	الإعلان
Airwaves	الموجات
American Journalism	الصحافة الأمريكية
Animated	متحرك أو مفعم بالحوية والنشاط
Antitrust	مقاوم للتجميع الضخم للرأسمال أي الاحتكار
Article	المادة أو المقالة

## B

Broadcast	كل ما يذاع بالتلفزيون
Broadcast Regulations	تشريعات وتنظيمات البث

## C

Cable television	تلفزيون الكابيل
Campaign	حملة إعلامية
Citizenship	المواطنة
Cognizant	مطلع على
Commercialism	الصبغة التجارية
Conglomerates	التكتلات الكبرى
Consolidation of Media	اندماج أكثر من مؤسستين في مؤسسة واحدة
Conspiracy Theories	نظرية المؤامرة

Constitution	دستور
Consumption of Commodities	استهلاك السلع
Content	المحتوى
Contentious	موضوع مثير للنزاع
Control of the Media	التحكم في وسائل الإعلام
Copyright	حقوق النشر أو الطبع
Corporate	المتحدة
Crisis of Democracy	أزمة الديمقراطية
Cultural Environment	البيئة الثقافية

D

Debate	نقاش و حوار
Decline of Democracy	الانحدار في الديمقراطية
Democracy	الديمقراطية
Democratic Dogmatism	ديمقراطية غير مبررة
Desensitizing Effect	المؤثرات التي تؤدي إلى زوال الحساسية
Design	التصميم والرسم
Destructive Ideas	الأفكار الهدامة
Dialogue	الحوار
Discontents	السخط و الاستياء
Diverse Opinions	آراء متعددة

E

Elite Consensus	إجماع الصفوة
-----------------	--------------

Engineering of Consent	صناع القرارات أو مهندسي الإجماع
Entertainment	ترفيه
Exploitation	الاستغلال

## F

Federal Communication Commission (Fcc)	هيئة الاتصالات الفيدرالية
Feminist	الحركات النسائية
Flow in Both Directions	التدفق في اتجاهين
Foreign News	الأخبار الأجنبية

## G

Global Media	الإعلام العالمي
Grotesquely	شيء غريب على نحو بشع

## I

Ignorance	التجاهل
ignorant Masses	الجمهور الجاهل أو غير المكترث
Illusions	شيء خادع
Inadequate Coverage	تغطية غير كافية
Indoctrination of the Young	تلقين جمهور الشباب
Informed Citizens	مواطنون مطلعون

## M

Market Competition	السوق التنافسية
--------------------	-----------------

Materialism	المادية
Maximize Profits	الحد الأقصى من الربح
Media Bias	الانحياز الإعلامي
Media Chains	سلسلة مؤسسات إعلامية
Media Criticism	النقد الإعلامي
Media Issues	قضايا الإعلام
Media Ownership	ملكية وسائل الإعلام
Media Reform	إصلاح وسائل الإعلام
Monopolies	الاحتكار
Multinational Corporations	الشركات المتعددة الجنسية
Multinational Media	وسائل الإعلام متعددة الجنسيات

N

New Media	وسائل الإعلام الجديدة
News	أخبار
Not Participants	غير مشاركين في الأحداث

O

Oligopolistic Structures	البناء القائم على سيطرة القلة للسوق
Our Media	إعلامنا

P

Press Conference	مؤتمر صحفي
------------------	------------

Print Media Sectors	قطاع النشر الإعلامي
private Media	الإعلام الخاص
Public Concern	اهتمام جماهيري
public Policy	السياسات العامة
Public Relations	العلاقات العامة
Public Trust	هيئة حكومية

## R

Regulation	الأنظمة واللوائح
------------	------------------

## S

Sensationalized	حساس
Skepticism	الشك أو نزوع إلى الشك
Spectators of Action	المتفرجين على الأحداث
Splendid Government	حكومة رائعة
Standards of Professionalism	معايير الاحتراف
Stupid Masses	الجمهور الغبي
Supremacists	العنصرية القائمة على اللون والعرق
Supreme Court	المحكمة العليا

## T

Telecommunications Act	قانون الاتصالات
Television Cameras	الكاميرات التلفزيونية

To Protect the Minority

حماية الأقليات

Tyrannies

استبداد ، طغيان

U

Unpatriotic

بدون وطنية ، أو غير وطني

W

War on Terrorism

الحرب على الإرهاب

## كشاف الموضوعات

### Subject Index

إعلامنا ٣، ٢٠، ٢١، ٢٣، ٢٩، ٤٢،  
٤٥، ٧٢، ٧٤، ٧٩، ١٠٢، ١٠٧،  
١٤٧، ١٢٥

الإعلان ٢، ٢٤، ٥٢، ٥٤، ٧٣،  
٧٧، ٧٨، ٨٨، ١٠٧، ١٠٩، ١٣٦

### ح

الحرب على الإرهاب ٦٣

الحوار ٥، ٧، ٢٥، ٣٨، ٣٩، ٥٤،  
٦٤، ٦٦، ٨٣، ٩٧، ١١٢، ١١٣،  
١١٨، ١٢٤، ١٢٥

### د

دستور ١٩

### ا

الاحتكار ٤٤، ٩٩

أخبار ٧، ٥٧، ٥٩، ١٣٦، ١٤٥

الاستغلال ٣٥

استهلاك السلع ١٣

إصلاح وسائل الإعلام ٣٤، ٣٨، ٤١،

٨٠، ٩١، ٩٩، ١٠٤، ١٠٧، ١١٣،

١١٥، ١١٦، ١١٩، ١٢٢، ١٢٦،

١٢٩، ١٣١، ١٣٢، ١٣٣، ١٣٤،

١٣٥، ١٣٧، ١٣٩

الإعلام الخاص ٢٤، ١٠١، ١٠٩،

الإعلام العالمي ٨١، ٨٥، ٨٨، ٩٢،

٩٥، ١٠٦، ١١٦، ١٤٥

الديمقراطية ٥، ٦، ٩، ١٠، ١١، ١٢، ١٣، ١٤، ١٥، ١٧، ٢٥، ٢٧، ٢٩، ٣٠، ٣١، ٣٤، ٣٥، ٣٩، ٤٠، ٤١، ٤٥، ٤٥، ٥٠، ٥٦، ٦١، ٦٣، ٦٧، ٧٠، ٧٢، ٧٤، ٨٠، ٨١، ٨٣، ٨٤، ٨٥، ٨٩، ٩٢، ٩٥، ٩٧، ٩٨، ١٠٠، ١٠١، ١٠٤، ١٠٥، ١٠٧، ١١٣، ١١٤، ١١٨، ١١٩، ١٢٣، ١٢٦، ١٢٩، ١٣٥، ١٤٢، ١٤٣، ١٤٥

## ٥

### المادة ٣

المتحدة ٥، ٦، ١٧، ١٩، ٢١، ٢٤، ٢٧، ٢٨، ٣٢، ٣٤، ٣٥، ٣٦، ٣٩، ٤٠، ٤١، ٤٤، ٤٥، ٤٦، ٤٨، ٥١، ٥٢، ٥٤، ٥٦، ٥٧، ٥٨، ٥٩، ٦١، ٦٢، ٦٤، ٦٥، ٦٦، ٦٧، ٦٨، ٧١، ٧٥، ٧٨، ٨٠، ٨٤، ٨٥، ٨٦، ٨٧، ٨٨، ٩٢، ٩٥، ٩٧، ٩٨، ١١٢، ١١٣، ١١٨، ١٣٠، ١٣٢، ١٣٥، ١٤٧، ١٣٧

المحتوى ٢، ٥١، ٩٠، ٩٢، ٩٦

١١٠، ١٣٤

المحكمة العليا ١٦، ٧٠

ملكية وسائل الإعلام ٥٠، ٦٦، ٨٧

١١١، ١٢٨

المواطنة ٦٧

الموجات ١، ٩٤

## ٥

الصفحة التجارية ٤٦، ٧٨، ٩٠، ٩٩

١١٠، ١١٤، ١٢٥، ١٣٦

الصحافة الأمريكية ١١، ٦٤، ٦٨

## ٥

طغيان ١٣

## ٥

العلاقات العامة ١٢، ١٦، ٩٧

## ٥

قانون الاتصالات ٢٥، ٤٨، ٥١، ١٣٨