

## المقدمة

### الاتصال السياسى فى الأنظمة الديمقراطية

دوريس جرابر، ودينيس ماكويل، وبيبا نوريس

الحديث عن الاتصال السياسى فى الأنظمة الديمقراطية يعنى الحديث عن سياسة الأخبار . ودائمًا ما تستتبع السياسة صراعاً فى المجتمعات الديمقراطية . وفى هذه الحالة يدور الصراع حول السيطرة على أخبار السياسة . وهو صراع لأنه على العكس من الديكتاتوريات لا يوجد قياصرة مفروضون يقررون ما الذى يجب تغطيته وما هو الإطار الذى يجب أن يوضع فيه . ويدور النزاع على مادة الأخبار والأخبار التى يجب تغطيتها وتشكيلها والمنظور الذى يجب أن تبث من خلاله .

### جوهر الصراع حول الأخبار

لماذا يجب أن يتقاتل العديد من المتسابقين على ما ينشر وعلى الكيفية التى ينشر بها؟ السبب هو أن برامج السياسة العامة - ما يحدث فى الحياة السياسية - تتأثر بأخبار وسائل الإعلام . يمكن لأى منا أن يجادل فى حجم هذا التأثير، لكن هناك قليل من النقاش حول وجود بعض التأثير، والذى وعلى الرغم من ذلك تشترك فيه العديد من قوى المجتمع . وفى الواقع يبدو مناسباً تماماً ذلك التعبير المجازى «بيئة المباريات» التى يلعبها المتنافسون للسيطرة على البرنامج السياسى العام . تمت صياغة هذا التعبير المجازى عندما أدت التغطية الصحفية لفضيحة ووترجيت، التى أسقطت الرئيس نيكسون من السلطة، إلى كثير من المناقشات عما إذا كانت وسائل

الإعلام هي صاحبة الدور الرئيسي في هذا الحدث التاريخي . إلا أن الأبحاث أوضحت أن النتيجة تتعلق بالجهود المشتركة التي قام بها الصحفيون ، والسياسيون ، وجماعات المصالح ، والتي تضافرت معاً بطريقة يستحيل معها تحديد أى من هذه القوى كانت هي الأعظم نفوذاً .

خيمت هذه الألبغاز المحيرة عن الأسباب والمؤثرات أكثر سمات الاتصالات السياسية في المجتمعات الديمقراطية . وأصبحت تشكل ما قاله وينستون تشرشل عن روسيا زمن الحرب « لغز مغلف في غموض داخل أحجية<sup>(١)</sup> » .

### الملاح الرئيسية لنظم الاتصال الديمقراطي

تتميز أنظمة الاتصال السياسي في المجتمعات الديمقراطية المتقدمة بوجود قنوات عديدة يمكن من خلالها نقل الرسائل السياسية التي يهتم بها الجمهور وتوزيعها بسرعة وعلى نطاق واسع . تؤدي الصحف ومحطات الإذاعة والتلفزيون في مثل هذه المجتمعات وعلى نطاق واسع هذا الدور ؛ لأنها موجودة بالفعل لدى عدد كبير من الناس . وهي مُعدة لحمل الرسائل سريعاً لكن مع تأخر زمني ضئيل نسبياً فيما بين استقبال الرسائل ونشرها .

ولأن ثراء المعلومات السياسية ذات الأهمية التي تطفو كل يوم يجاوز القدرة على إعلانها جميعاً أصبح القيام بالاختيارات أمراً ضرورياً . ويمكن ترك الاختيار لمرسلي الرسائل المتلفهين على تعزيز برامجهم السياسية ، مثل مسئولى الحكومة ، والمتحدثين باسم الأحزاب ، أو قادة جماعات المصالح . وبالتناوب معهم يعمل صحفيو المطبوعات والإذاعة والتلفزيون والمحررون ورؤساء التحرير ومالكو وسائل الإعلام كحراس رئيسيين يحددون الرسائل السياسية التي سيقدمونها من خلال قنوات الإعلام وكذلك الإطار الذي ستوضع فيه . لكن ما نوع الخبرة السياسية التي تخول لهم أداء هذه المهمة ؟ لماذا يجب النظر إليهم باعتبارهم متعهدي تقديم المصالح الخاصة ، شاملة مصالحهم الذاتية ، أو باعتبار أنهم أوصياء على الجمهور ؟ ظلت الإجابات دائماً غير واضحة .

بغض النظر عن طبيعة الجماعة التي تتحكم في اختيار ما قد ينشر ، يتفق المنظرون الديمقراطيون على أن التنافس بين مختلف الجماعات هو أمر ضروري . لا يجب أن يعمل حزب واحد أو جماعة مصالح أو مؤسسة أخبار كحارس بوابة

مفرد قادر على التحكم فى قنوات الأخبار فى مجتمع ديموقراطى . وما زالت حتى الآن هناك مساحة من النقاش حول أى نوع من أنواع التنوع هو المطلوب . كما ينظر لتركز التحكم الشديد فى أيدى الحكومات وجماعات المصالح ، أو مؤسسات الإعلام على أنه أمر شديد الخطورة على الديموقراطية . ولكن يظل مستوى التركيز الأكثر مما ينبغى أمراً مثيراً للخلاف . علاوة على ذلك - كما يناقشه الفصل الذى كتبه روبرت بيكارد - لا يوجد أى ضمان أن تعدد القوى المسيطرة وتكاثر قنوات وسائل الإعلام سينتج بالضرورة تنوعاً فيما تقدمه وسائل الإعلام - الذى هو الأساس المنطقى للمطالبة بتنوع السيطرة . فقد تعمل محطات منفصلة كنسخ لمحطات أخرى .

للحفاظ على جوهر الديموقراطية ، يجب أن يلتزم المشاركون فى الحوار السياسى ، الذى تنقله وسائل الإعلام ، بقواعد سلوكية معينة . تختلف هذه القواعد بعض الشيء فى الثقافات السياسية المختلفة ، كما تتغير وسائلها عبر الزمن . مثلاً : يختلف الصحفيون فى مستويات نشاطهم ، كما أشار توماس پاترسون فى الفصل الذى كتبه ، فبعضهم يتميز بالمبادرة فى المحتوى الإخبارى بينما يأخذ البعض الآخر إشارة البدء من العاملين بالنظام السياسى . يختلف أيضاً الصحفيون فى حماسهم الأيديولوجى . فبينما ينحاز بعض الصحفيين بأنفسهم عن الحزب والمنافسة الأيديولوجية ، بينما ينحاز بعض آخر إلى تأييد قضايا متنوعة . وعلى الرغم من كل هذه الاختلافات يوجد إجماع عميق على المبادئ الأساسية التى يجب أن توجه تقديم الأنباء والمحاضرات العامة فى المجتمعات الديموقراطية .

المبدأ الأكثر أهمية من بين هذه المبادئ المشتركة هو الإقرار بأن الاتصال يجب أن يكون مفتوحاً حتى تتمتع كل المصالح السياسية بفرصة لتقديم وجهات نظرها ، دون اعتبار لمستوى شعبية هذه الآراء وهذا يتطلب أن يتحرر الصحفيون من الإرغام السياسى عندما يتعلق الأمر باختيار القصص الإخبارية التى يغطونها والإطار الذى تقدم من خلاله .

وفى هذه الحالة يجب أن يمتلك الصحفيون دليلاً يتمتع بالمصداقية يؤيد صحة المعلومة الواقعية التى يقدمونها . كما يجب أن تحمى قوانين القذف والخصوصية الأفراد من تدخل وسائل الإعلام غير اللائق وتشويه السمعة ، لكن ما زال الخط الأكثر دقة فى الفصل بين الخاص والعام محل جدل .

ما الفرصة الفعلية للإعلان بالث التليفزيونى عن قضية سياسية؟ مَنْ من المطالبين من هذا الحشد الضخم على بوابة وسائل الإعلام سيحظى بالاستماع؟ لا توجد قواعد محددة للاختيار، على الرغم من أن المطالبين الذين يمثلون السلطة قد يحظون ببعض الأفضلية بفضل مراكزهم الرسمية فى الدولة، أو بفضل المصادر المادية أو البشرية التى يتمتعون بها. لكن فى النهاية سيكون الاختيار لمحترفى الأخبار طبقاً لمعايير لها علاقة ضئيلة، أو لا علاقة لها إطلاقاً بالأهمية السياسية للقصة التى يختارونها. وفى الحقيقة، لا يوجد أى اتفاق عما إذا كان على وسائل الإعلام فى مجتمع ديموقراطى أن تلتزم بتسهيل الحوار السياسى، أو كان يجب عليها أن تتجاهل السياسة لصالح اعتبارات الربح، إن كانت تعمل من أجل مشاريع تجارية تهدف للربح.

تفرض قواعد الثقافة السياسية الديموقراطية، غير المكتوبة، على وسائل الإعلام دوراً فى الخدمة العامة يلزمها بتخصيص الوقت والمساحة اللازمين لبرامج السياسة العامة. وذلك لكى توضح لقادة السياسة والمواطنين مصادر القوة والضعف فى كافة الاقتراحات السياسية. يجب أيضاً إتاحة المعلومات عن أداء السياسيين وسمات المتطلعين للخدمة العامة. كما ينبغى أن تنقل أخبار الفساد وسوء استخدام السلطة ومظاهر سوء الإدارة الأخرى فى معالجتها للعلاقات العامة، دون وضع اعتبار لمنزلة الجماعات المتورطة، على الرغم من أن معايير السلوك الملائم فى الحياة العامة ما زالت محل جدل.

بالمثل، يجب على رسائل وسائل الإعلام أن تنقل للمجتمع السياسى الآراء السياسية لشتى فئات الجمهور وكذلك اهتماماتهم ومصالحهم. أما قدر الوقت والمساحة، والتحليل الذى يخصص لجميع هذه الموضوعات فهو أمر اجتهادى. أما فى الوقت الحالى فيبدو أن الأخبار الصعبة والجادة تنكمش خصوصاً فى تليفزيون الولايات المتحدة حيث يزداد حجم الأخبار الموجزة وأخبار التابلويد. وكما سيعرض له دوج أندروود، فإن اندماج مؤسسات الأخبار والترفيه فى الولايات المتحدة قد شدد من الضغط التجارى لتحويل الأخبار السياسية إلى مزيج من المعلومات والترفيه، والتى لُقبت مجازاً بـ «INFO-TAINMENT». أما تقاليد بث الخدمة العامة فى دول أخرى فقد نُجحت بشكل أكبر فى مقاومة هذا الاتجاه.

من هم المحكمون فى هذا الصراع من أجل السيطرة على الأخبار السياسية ؟  
يوجد ثلاثة أنواع رئيسية :

• **النوع الأول:** هو منتجوا الأخبار ، صحفيو الصحف والإذاعة والتلفزيون ورؤساء التحرير والملاك ، الذين يشكلون الأخبار السياسية ويكتبونها، ويربطون بذلك مسئولى الحكومة مع جماعات المصالح والمواطنين . وقد يكون لدى الصحفيين أهداف متعارضة مثل الحفاظ على المعايير المهنية فى مقابل الحفاظ على ربحية المؤسسة .

• **النوع الثانى :** هو السياسيون وآخرون ممن يشدون السلطة والذين يرغبون فى تشكيل السياسة العامة . وهم يحاولون التأثير على اختيار القصص التى تنشرها وسائل الإعلام أو يبعدونها عن أنظار عامة الشعب ، وكذلك التحكم فى الأسلوب الذى تقوم به وسائل الإعلام بصياغة أخبار معينة .

• **النوع الأخير:** هو عامة الناس وهو ليس بأى حال من الأحوال آخر الأنواع وهم الذين يقرءون أو يراقبون ويستخدمون مزيجاً معيناً من المعلومات والترفيه الذى تقدمه الأخبار .

ينشد جميع هؤلاء المتنافسين حماية مصالحهم الذاتية واهتماماتهم ، بقدر المستطاع ، داخل معايير الثقافة السياسية الديمقراطية . لسوء الحظ ، أن أهدافهم لم تتناغم معاً . حيث يوجد صراع على تمديد منطقة النفوذ بين هذه الجماعات ، كما يوجد أيضاً داخل كل جماعة من جماعات المحكمين نزاعات داخلية .

### الصراعات الداخلية

**منتجوا الأخبار :** تبدو المنازعات والتوترات الداخلية أكثر انتشاراً بين الصحفيين بقيادة رؤساء التحرير ومن يملكون الصحف لعدم وجود إرشادات موضوعية تقرر ما هى الأخبار السياسية التى تستحق النشر . ولكى تستحق الأخبار السياسية النشر يجب أن تتضمن قضية ذات أهمية سياسية بالنسبة لمنظمة أو شخص أو جماعة أو أشخاص وذلك بسبب تبعاتها أو بسبب المتورطين فيها . ولإصدار أية أحكام حول أى من تلك المواقف الذى تنطبق عليه هذه المقاييس الغامضة فذلك أمر يتضمن العديد من الأحكام الذاتية .

ما دور منتج الأخبار في إصدار تلك الأحكام؟ وهل يجب على الصحفيين أن يعملوا بأسلوب حيادي كمراقبين ومخبرين للجمهور، أم أن يعملوا كوسائل نقل عامة تقبل جميع الرسائل الشرعية وتبثها تقريراً بنفس الترتيب الذي تلقته بها؟ أم يجب عليهم أن يأخذوا مواقف مؤيدة، مما يجعل من الصحفيين لاعبين مباشرين في لعبة السياسية؟ هل يجب عليهم أن يلعبوا دور كلب الحراسة أم دور المحقق الذي يضعهم في موقف القيم على القانون والأخلاق، وأيضاً تقييم الأداء؟ ما الذي تتضمنه هذه الاختيارات من آثار على السياسة الديمقراطية؟

لنكن أكثر تحديداً ما هي الكيفية التي يجب بها أن تقوم بها وسائل الإعلام بتغطية العمل السياسي؟ هل يجب أن تركز على مادة القضية، أم تركز بشكل أكبر على اللاعبين؟ يمكن الدفاع عن كل من الاتجاهين، ولكن مع عواقب مختلفة. ما هو الدور السياسي، إذا وجد الذي يجب أن يلعبه الصحفيون في المبادرة السياسية؟ هل يجب أن يختاروا عن عمد التحقيق في موقف سياسي لدعم القائمين عليه. أم يجب على وسائل الإعلام أن تلعب دور الوسيط وتستجيب لمبادرات الضغط من قبل الحكومة وجماعات الضغط؟ أم يجب عليهم أن يتجاهلوا عواقب سياسة نشرهم، فيؤدون بذلك دوراً هامشياً في المبادرات السياسية، ووضع البرامج وبنائها، وأيضاً في تنفيذ هذه السياسات؟ الإجابات محل نظر.

تزايد القلق أيضاً حول قدرة غرف الأخبار على وصف تعقيدات المجتمعات الحديثة، عندما لا يعكس العاملون بها انقسامات المجتمع من حيث الطبقة، والنوع والأجناس والأعراق. أي من مصالح هذه الجماعات هي التي تخدمها وسائل الإعلام؟ هل تستلزم التغطية العادلة لكل الجماعات أن تكون غرفة الأخبار صورة من المجتمع؟ أم أن ديموغرافية غرفة الأخبار ليست مهمة والأحرى أن يتم التركيز على المادة التي تحت التغطية وليس من يغطونها؟

كيف يتفاعل الصحفيون مع ضغوط الإعلانات التجارية؟ قد تضعف محاولات اجتذاب أكبر عدد ممكن من الجمهور وإرضاء الأكثر قوة من بين المعلنين ومصادر الأنباء نوعية الأخبار. هل يجب على الصحفيين أن يخاطبوا الأعداد الكبيرة من المواطنين ذوى المعرفة والاهتمام القليل بالسياسة؟ أو يجب عليهم توجيه اهتمام أكبر إلى الشريحة الصغيرة من المواطنين التي تهتم بالسياسة وتعلم عنها الكثير نسبياً، وعلى الأرجح يشاركون فيها؟ قد تصبح أيضاً تقنيات التعبئة التي

صممت لاجتذاب الجماهير العريضة مثل التأكيد على المنازعات والدراما والابتكارات الجديدة عقبات أمام الأخبار السياسية الجادة. وقد ناقش كاثلين هول جاميسون وجوزيف كايلا احتمال وجود الكثير من التركيز على استراتيجيات المعارك السياسية وتركيز غير كاف على ما قد يكون أفضل حلول الصراع. ولكن، إذا لم تستخدم تكتيكات إرضاء الجمهور، فهل سيعنى هذا انخفاض حاد في حجم الجمهور؟ إذ إنه من المفترض أن جموع الجماهير تتبرم من الأخبار الجافة التي تقدمها وسائل الإعلام بدون إثارة. وقد عبرت الجماهير عن عدم رضائها عن نوعية ما تقدمه وسائل الإعلام. في ضوء هذه الحقيقة هل يمكن لأى شخص أن يدعى أن الأعداد الكبيرة التي تشاهد التلفزيون قد صوتت على جودة البرامج؟

كيف يتفاعل الصحفيون في عملية نقل الأخبار السياسية مع التغييرات التي أحدثتها التقنيات الجديدة والضغط التجارية الجديدة؟ هل تؤدي هذه التغييرات إلى صحافة «جديدة»؟ هل تؤدي إلى جعل أدوار مراسلي الأخبار أسهل، أو أصعب. أو تجعلها مختلفة فقط؟

وأخيراً كيف يختلف وكيف يجب أن يختلف صحفيو الديمقراطيات الحديثة؟ وهل يقع على صحفى الديمقراطيات الحديثة مسئوليات خاصة لا يواجهها الصحفيون فى الديمقراطيات الراسخة؟ هل لديهم خيار الحياد عندما تعكس الكثير من أخبار السياسية توجهات غير ديموقراطية وتكشف عن قوى سياسية كانت موجودة من قبل؟ كيف يمكنهم حماية حرية الصحافة عندما تواجه الديمقراطيات خطر التآكل من الجماعات التي تهدد حقوق وحرية التعبير؟

**العاملون بالسياسة:** بينما كانت أدوار الصحفيين المفتوحة تثير معظم الأسئلة فى المجتمعات الديمقراطيات كانت هناك أيضاً معضلات محيرة فى معسكر العاملين بالسياسة. حيث واجه المسئولون العموميون أعظم تحدياتهم عندما عرضت الاتصالات السياسية المفتوحة فاعلية الحكومة للخطر. وتنوع القضايا بشكل كبير، فعلى سبيل المثال: قضايا السرية لحماية الأمن القومى وقضايا المساومات المؤثرة سياسياً الفعالة عندما تكون السياسات العامة الرئيسية مثل برامج الرعاية الصحية هى المعنية. وأيضاً قضايا الشرعية عندما تحاول وكالة عامة أن تحافظ على صورة طيبة؛ لكى تحتفظ بقوتها ومصادر تمويلها. عندما تكون مثل هذه القضايا فى المحك فهل يجوز فى دولة ديموقراطية عبور الخط الوهمى الفاصل بين

نشر المعلومة ونشر الدعاية؟ أيضاً ما النقطة التي يفسح فيها التعليم العام الطريق لصالح الإقناع غير الجائز؟

أصاب مسئولو الحكومة أيضاً وباء الشك في أفضل الطرق التي يديرون بها أخبارهم السياسية، كما أشارت باربارا بفيتش في الفصل الذي كتبه. هل يجب أن يسند العمل إلى خبراء العلاقات العامة من داخل الحكومة؟ أم هل من الممكن التعاقد عليه مع شركة خارجية باهظة التكاليف؟ كيف يمكن للحكومات إدارة حملات إعلام مؤثرة من خلال تقارير صحفية موجزة وأحاديث رسمية ونشر أو حجب وثائق حكومية أو السيطرة على اتصال الصحفيين بمسئولى الحكومة؟ ما الاعتبار الأخلاقية التي تحد من الجهود الحكومية لإغراء الناس بالتصرف طبقاً لطرق صممت لتحسين رفايتهم الذاتية والصالح العام؟

تواجه الكثير من الأحزاب السياسية وجماعات المصالح غير الحكومية العديد من الهموم التي يواجهها مسئولو الحكومة. فهم يريدون تحديد أفضل الاستراتيجيات والتكتيكات التي تخدم احتياجاتهم مع مراعاة أهدافهم وقدرتهم على جذب اهتمام وسائل الإعلام. على سبيل المثال: كيف يمكن مقارنة الاستهداف المباشر لصناع السياسات باستهداف الجمهور من خلال وسائل الإعلام؟ ما تبعات العلاقات العامة المباشرة من خلال إعلانات صممت لتروق للجمهور أو آخرين من الشخصيات المهمة في مقابل مجهودات العلاقات العامة غير المباشرة من خلال القصص الإخبارية في وسائل الإعلام؟ هل للحملات الإعلامية تأثير؟ ما أنواع العلاقات التي يجب أن تحتفظ بها جماعات المصالح مع مختلف أنواع الصحفيين؟ كيف يمكن لجماعات المصالح أن تعظم من وصولها للصحافة وخصوصاً إن كانوا من الوافدين الجدد على الساحة السياسية وحتى وإن كانت قضاياهم تفتقد للبريق أو تتضمن قضايا معقدة؟

تحتل الحملات الانتخابية مكاناً فريداً في مجال الاتصال السياسى لأن نتائجها ذات تأثير هائل على البرنامج السياسى كما أنها تنتزع مشاركة مدنية أكبر من أى حدث آخر. لهذا السبب أحيطت الحملات الانتخابية فى المجتمعات الديمقراطية بسياج من مجموعة قواعد وتنظيمات فريدة. وتتنوع هذه القواعد، بشكل كبير فى المجتمعات الديمقراطية، وتختلف فى درجة صرامتها عن القواعد التى تطبق على الحملات الأخرى. مثل حملات الترويج للصحة العامة والأمان أو الفوز بالدعم

لسياسات معينة مثل إصلاح الرعاية الصحية . وتخضع أمور مثل كم الأموال التي تستطيع الحملات إنفاقها ومصادر التمويل ومعايير دقة وسائل الإعلام وقواعد العدالة لمحددات أكثر صرامة في الحملات الانتخابية .

**الجمهور:** أما في مملكة الجمهور فتنبش «صراعات داخل الجماعة» بين المحللين للأدوار التي يجب أن يقوم بها المواطنون أكثر مما بين المواطنين أنفسهم . ويتجادل المحللون في قدر المعلومات السياسية التي يحتاجها المواطنون في النظام الديمقراطي والمعلومات التي يجب عليهم امتصاصها والفدر الذي يمتصونه فعلاً . ويتجادلون أيضاً في كفاية الإمداد بالمعلومات ومدى ملاءمتها للاحتفاظ بالمستويات الضرورية للتنافس على المستوى المدني . ويتساءلون، هل أصبح الوصول للمجتمع وإعلامه والتأثير عليه يبدو أكثر صعوبة بسبب تقسيم وازدياد وسائل الإعلام؟

تثور الخلافات حول أفضل الطرق لتوصيل الرسائل السياسية الأساسية إلى الجمهور . في الولايات المتحدة نظريات عن صحافة «الجمهور» أو «المدنيين» والتي تلوم وسائل الإعلام على مسئولية انحسار الاهتمام بالسياسة- ويقترح هذا الاتجاه أن تتبع الصحف والتلفزيون مباشرة مصالح جماهيرها عندما يتعلق الأمر باختيار الأنباء وأطر عرضها . ويعتقد ناقدو الصحافة المدنية مثل مايكل شودسون، أن مثل هذه السياسة ستفقّر الأخبار وستزيد من عزل المواطنين ذوى الاهتمامات الأوسع بمجتمعهم وبالعالم . ما إذا كانت تلك الصحافة المدنية تقوى أو تُضعف الديمقراطية الأمريكية ، موضوع جدل مستمر ، رغم أن ليس لهذه القضية إلا رنين ضئيل في الدول الأخرى .

أخيراً ، يوجد خلاف حول تعريف وتفسير صوت الجمهور في العملية الديمقراطية . وكما تناقشه كاثلين فرانكوفيتش ، فالخلافات مستمرة حول قدر الدقة التي تعكس بها استطلاعات الرأى وجماعات تسليط الضوء فكر الجمهور ، وقدر صحة تقارير وسائل الإعلام عن قياسات الرأى . هل تقوم فعلاً استطلاعات الرأى بتوضيح اهتمامات المواطنين؟ أم أنها ببساطة وسيلة لخلق أخبار زائفة تشوه الرأى العام وتحتل مكان الأخبار الحقيقية ؟ هل يؤدي اختيار أسئلة استطلاع الرأى إلى التأثير في الاستجابة ؟ هل تمرر تقارير الاستطلاع تأثيرات معينة أم أنها الموسيقى التصويرية المصاحبة للأحداث ؟ تتباين الإجابات في هذا الصدد بشدة .

يمكن تناول صراعات تمديد النفوذ من خلال وجهات نظر متعددة. يمكن للمرء أن يراها صراعاً بين المثاليات الصحفية وبين الأهداف الاقتصادية التي تنشأ تعظيم الأرباح. ففي القطاع التجارى يريد المحاسبون داخل المؤسسات الإعلامية وخصوصاً فى التكتلات الإعلامية خفض تكاليف إدارة الأخبار وتعظيم الأرباح من المشاهدين والمعلنين قد يشترك الصحفيون ، والمحرون ، والمنتجون فى هذه الاهتمامات ، أو قد يكونون أكثر اهتماماً بأهدافهم الحرفية .

تتنافس الأقسام داخل مؤسسات الأخبار حول المساحة والوقت المتاح لهم . وقد يتنافس أيضاً خبر السبق الصحفى «القديم» مثل خبر عن البرلمان مع أخبار السبق الصحفى «الجديد» مثل الرعاية الصحية .

تكثر المنازعات بين ممثلى المؤسسات المختلفة داخل نفس المجموعات ، وفى وسائل الإعلام ، على سبيل المثال ، تتنافس الصحف على الجمهور مع الصحف الأخرى ، ومع التليفزيون ، والإذاعة ، ومع الإنترنت . فتتنافس كل من هذه الوسائل على نصيب أكبر فى السوق فى منطقة ما أو على جمهور ما . وعلى الأقل يتشكل إنتاجها جزئياً من خلال ضغوط المنافسة لل فوز بالجمهور والمعلنين والمصادر الرئيسية . ومع ذلك قد ينقسم السوق بشكل طبيعى ، فقد توجه قنوات تليفزيونية معينة لخدمة مجموعات اجتماعية أو مجموعات مصالح معينة مثل الأقليات اللغوية أو العرقية بينما تصمم قنوات أخرى لتروق للجماهير العريضة . بالمثل ، يتنافس العاملون بالسياسة مع بعضهم البعض على الدخول إلى قنوات الأخبار وعلى انحيازها لهم . وبينون تكتيكاتهم لجذب الانتباه على ضوء تكتيك المتنافسين .

أما بين الجماهير فالقطاعات المفضلة هى الأكثر اجتذاباً للمسوقين . فعلى سبيل المثال تحظى مطالب جماهير الرياضة بالأولوية على مطالب المهتمين بالسياسة المحلية . ويحظى هواة النشرات الجوية على اهتمام أكبر ممن يهتمون بأخبار المدارس العامة ، أو من يبحثون عن مؤشرات المستهلكين .

كيف تتشابك المصالح المتعارضة للصحفيين والمشتغلين بالسياسة والجمهور فى صراعهم التقليدى على مصدر محدود وضرورى لكل منهم؟ الإجابة هى «المساومة» كما يشير التعبير المجازى «بيئة المباريات» .

يتمتع كل هؤلاء اللاعبين بقدر من الاستقلال النسبى وهم جميعاً جزء من

تشكيل «بيئة المباريات» .. جزء من رقصة .. والتي يتمتع كل من فيها بفضل مهارتهم المختلفة وأوضاعهم الحالية بمدخل مختلف للمشاركة. ولأن كل منهم يتوقع باستمرار حركة الآخرين تصبح أنشطتهم، بطبيعة الحال، تشكيلات تبادلية<sup>(٢)</sup>.

وكما هو الحال في التخطيط للمواقف يختلف الربح من مباراة لأخرى ونادراً ما تكون المحصلة النهائية للمباراة صفراً. أصبحت المساومة في الصراع للسيطرة على الأخبار أكثر سهولة؛ لأن أصحاب المصالح المتعارضة لديهم أيضاً مصالح كثيرة مشتركة. وفي الحقيقة فهم يتبادلون الاعتماد على بعضهم البعض، ولكن على عكس التوأم السيامي يمكنهم البقاء أحياء مستقلين عن بعضهم البعض.

في الحقيقة يعتمد الصحفيون بقوة على من يعملون بالسياسة كمصادر لهم؛ لأنهم يستخدمون ويستفيدون إلى حد كبير من المعلومات التي تتحكم فيها الفروع التنفيذية والقانونية والإداريون والخبراء من المؤسسات الرسمية أو غير الرسمية. ويمكن أن ينقب صحفيو التحقيقات، عن بعض هذه المعلومات دون تعاون ممن يعملون بالسياسة، لكنها ستكون مهمة صعبة بدون مساعدة أحد ممن هم بالداخل.

وكما يحتاج الصحفيون تماماً لمن يعملون بالسياسة، يحتاج السياسيون لمن يعملون بالصحافة لنشر وتوزيع رسائلهم على الجماهير العريضة وعلى الطبقات العليا الأخرى. ويحتاج رجال السياسة أيضاً إلى بعض السيطرة على مذاق الرسائل التي تجد طريقها إلى الإخبار عن شخصياتهم. وهم مع ذلك يمتلكون أيضاً طرقاً بديلة للوصول إلى الجمهور، مثل الإعلانات والاجتماعات العامة. وقد أضافت الرسائل على الإنترنت مصدراً جديداً لهم. وإنها أيضاً حقيقة أن كثيراً من السياسات العامة يمكن وتستطيع أن تزرغ بدون فحص دقيق من وسائل الإعلام أو الجمهور. في الحقيقة، قد يبذل دعاة السياسة جهداً أكبر للحفاظ على أخبار مشاريعهم بعيداً عن تدقيق وسائل الإعلام، بدلاً من الوصول إلى قنوات الأخبار.

وأخيراً، يجب على كل من الصحفيين والسياسيين أن يهتموا بأذواق الجماهير ورغباتهم؛ لأنهم يحتاجون إلى جمهور؛ لأنه إذا وجدت جماهيرهم أن أخبارهم السياسية ليست مثيرة، فقد يتحولون إلى وسائل بديلة للحصول على المعلومات أو يتعدون عن الأخبار الجافة إلى المعلومات المزوجة بالترفيه أو الترفيه المباشر. وخير

شهادة على مرونة الجمهور فى اختيار مصادر المعلومات هى شعبية برامج المدخلات فى الإعلام الأمريكى وحوار الجماعات على الإنترنت، وكذلك انتشار استخدام الفيديو وشرائط الكاسيت وشعبية محطات التلفزيون الفضائية وقنوات الكابل التلفزيونية وأخبار الإنترنت التى يمكن تخصيصها. كما يبشر التلفزيون الرقوى بتقسيم أكبر للمشاهدين.

جوهر الاعتماد المتبادل هو الاضطرار للمساومة حتى بين الأطراف غير المتساوية فى القوة. فكل طرف يحصل على بعض التنازلات ويمنح أيضاً بعض التنازلات فى مقابل بعض النفوذ على المنتج الإخبارى. وتقدم بعض الجماعات التى تشد الشعبية نوعاً من المواد الإخبارية التى تعتقد أن الصحفيين يريدون صياغتها فى شكل يتلاءم بقدر الإمكان مع احتياجات أخبار وسائل الإعلام. وفى المقابل يقوم الصحفيون بتغطية من ينشدون الشعبية فى صورة قد تكون وسطاً بين النموذج الذى يفضله الصحفيون وبين الذى يريده من يبحث عن الشعبية. وتكمن قوة الجمهور فى قصر اهتمامه على الأخبار التى تخدم مصالحه. وفى قبول المادة والمنظور الإخبارى فقط إذا بدا أن هذه الأخبار مقنعة وتتناغم مع ما يتفاعل معها.

## البيئة

تتأثر المساومة التى تنشأ من الصراع على الأنباء كثيراً بالبيئة التى يجد العاملون أنهم مجبرون على التفاعل داخلها. على الرغم من أنهم يستطيعون وإلى حد ما التحكم فى هذه البيئة من خلال السياسات العامة ومن خلال تأثير كل منهم فى الآخر. وتتضمن البيئة العالم المادى الذى يخلق المشاكل والفرص والثقافة والسياسة التى تشمل فكرة الديمقراطية. وكما ذكرنا من قبل فإن هذا الإدراك يتطلب صحافة مفتوحة لاستقبال الأخبار من جميع الاتجاهات حتى يتمكن سوق مفتوح للأفكار من تغذية الحكم الديمقراطى.

تشمل البيئة التى تؤثر على الصراع حول الأخبار السياسية النصوص القانونية التى تنظم كلاً من حرية الصحافة والتطورات التكنولوجية التى تنقل الأخبار، وشبكة اتصالات عالمية واسعة. وعلى نفس القدر من الأهمية الظروف الاقتصادية

العامة وهيكل ملكية وسائل الإعلام . فقد يتسبب تركيز السيطرة على مؤسسات وسائل الإعلام فى أيدى المؤسسات الكبرى وكبار رجال الأعمال أو مسئولى الحكومة فى خطورة على التدفق الحر للمعلومات الذى هو ضرورى للديموقراطية . وقد يخفف التليفزيون العام الممول جيداً والمستقل عن سيطرة الدولة السياسية للدولة من تأثير التوجهات الثقافية التجارية الضارة . تخضع كثير من العوامل البيئية للتغير المتواصل . ففى بعض الدول الديموقراطية على سبيل المثال أصبحت ملكية وسائل الإعلام أكثر تركزاً . وأصبحت فى دول أخرى أكثر تفتتاً . وفى الولايات المتحدة يظهر الاتجاهان سويًا وبوضوح ، مما يثير تساؤلات جادة حول مدى تأثير ملكية وسائل الإعلام على الحكم الديموقراطى . وبينما تقوم التقنيات الجديدة بتغيير الاتصال السياسى فما زال غير واضح حتى الآن كيف سيتكيف الصحفيون والسياسيون والجمهور مع هذه التقنيات الجديدة . وهل ستكون فرص التقديم الجديدة المتمثلة فى أشكال الاتصال التفاعلى مفيدة أم ضارة بالاتصالات السياسية ؟ وهل ستجذب التقنيات الجديدة جماهير جديدة ؟ هل ستقوم بإنشاء قرية عالمية جديدة؟ أم برج بابل ؟ وهل ستغير فى النهاية جوهر الاتصال السياسى ؟

إذا كانت الديموقراطية تواجه خطراً فهل تنظيم وسائل الإعلام سيكون كفيلاً بتوفير إجراء وقائى ؟ هل يجب تقييد الرسائل الاجتماعية الضارة التى تتعلق بقضايا حساسة مثل الفحش والعنف ، وكذلك الرسائل السياسية الضارة مثل التهديدات الإرهابية أو رسائل الكراهية العرقية ؟ هل يجب إصدار قوانين لفرض الرسائل الاجتماعية المنشودة مثل الحوار بين المرشحين ، أو البرامج التعليمية للأطفال ؟

هل يجب على المشاركين فى لعبة الاتصال السياسى أن يتحلوا بمزيد من ضبط النفس حتى ولو لم تتدخل الحكومة؟ بلغت صحافة «مذنب حتى تثبت براءته» ذروتها فى الولايات المتحدة ، بعد أن أجبرت فضيحة وترجيت الرئيس نيكسون على الاستقالة عام ١٩٧٤م ، وما زالت تسهم فى الشك العام مما يبعد الناس عن المشاركة فى الشؤون العامة . فهل يجب استخدام الضوابط الاجتماعية لكبح مثل هذه الأخبار ؟ هل يجب احترام خصوصية الشخصيات العامة فى المسائل التى تقع خارج الحياة السياسية ؟ هل يجب على الصحفيين «المسؤولين» أن يقللوا من أهمية التقارير الصحفية للانتكاسات فى ميادين المعارك والتى تضعف من معنويات

الجمهور والقوات المسلحة وتتسبب فى ضغوط لإنهاء معركة حربية قبل موعدها؟  
هل يجب عليه السماح بتسريب دعاية سيئة من خلال برامج طبية؟

## تنظيم الكتاب

نوقشت هذه القضايا وكثير غيرها وفحصها المساهمون فى تحرير هذا الكتاب الذى وضع فى أربعة أجزاء، أولها جزء عن الصحفيين، يليه جزء عن العاملين بالسياسة ثم عن صوت الجمهور وأخيراً جزء عن تغير سياق الأخبار السياسية.

## الصحفيون

يقارن توماس پاترسون فى الجزء الأول من الكتاب بين أدوار الصحفيين فى خمس دول ديموقراطية متقدمة صناعياً هى الولايات المتحدة وبريطانيا وألمانيا والسويد وإيطاليا. وبناء على المسح الذى قام به المراسلون والمحرون ومديرو الأخبار فى كل دولة صنفت الدراسة الأدوار الصحفية فى مجموعتين أساسيتين. تشير الأولى إلى المراسلين سواء كانوا نشيطين فى تشكيل وتفسير الموضوعات السياسية والتحقيق فيها، أو سلبيين يتلقون الإشارات ممن يعملون خارج نظام الأخبار، مثل مسئولى الحكومات. وتميز الثانية بين الصحفيين الذى يرون أنفسهم على أنهم أطراف محايدة فى نزاعات الأحزاب، والذين يرون أنفسهم مدافعين عن أحد الأطراف.

باستخدام هذا التصنيف، طور پاترسون نمطية رباعية الأضلاع لمراسلى الأخبار: محايد سلبي، ومدافع سلبي، ومحايد نشيط، ومدافع نشيط. وانعكاساً للمفاهيم التقليدية لصحافة الجمهور أصبح المذيعون البريطانيون هم الأكثر قرباً لدور المحايد السلبي، بينما كان الصحفيون الإيطاليون هم أفضل من يمثل فئة المدافع السلبي. أما الصحفيون الأمريكيون فهم الأقرب لفئة المحايد النشط، ومثل الصحفيون الألمان المدافع النشط. فكر پاترسون فى تبعات هذه الأدوار وأرجعها إلى الاختلافات القومية فى أنظمة وسائل الإعلام فى هذه الدول. بناء على اهتمامات مماثلة، بحث الفصل الذى حررته إلين ميكيشيتش الدور

الذى لعبه الصحفيون فى تحويل مجتمعات وسط وشرق أوروبا إلى مجتمعات ديموقراطية . وبمقارنة التغيرات التى حدثت بمرور الوقت ، أوضحت ميكيفيتش أن عملية التحول فى المنطقة شهدت تبادلاً «فاوستيا» ( فاوست ، فى الأساطير الألمانية ، هو منجم باع روحه للشيطان من أجل حصوله على الشباب والمعرفة ) عندما قام الصحفيون باستبدال اليد الحديدية لقادة الحزب باليد الحديدية لدور النشر الخاصة . توسعت حرية الصحافة كثيراً أثناء سنوات التحول القليلة بين هؤلاء السادة ، ولكن مراسلو الأخبار الآن يجدون أن حرياتهم أحيطت بأساليب لم يكونوا يتوقعونها . يوثق الفصل للقيود التى فرضت على الصحافة فى فترة ما قبل جورباتشوف فى الاتحاد السوفييتى ودول حلف وارسو ، وكذلك التغيرات فى محيط المعلومات بعد عام ١٩٨٩م ، عندما قام التلفزيون لأول مرة بإذاعة مظاهرات ضد النظام الشيوعى والوضع الحالى . انتهت مشكلة ميكيفيتش إلى أن كثيراً من الصحفيين فى المنطقة ما زالوا يرون أن دورهم الرئيسى هو دور المدافع النشط ، يمارسون الصحافة مثلما يمارسون السياسة ولكن بوسائل أخرى ، على الرغم من أن التقاليد المهنية والمبادئ والأخلاق تتحرك تدريجياً إلى معايير جديدة للبيئة المبنية على البرهان الموضوعى .

فى ختام هذا الجزء ، قام والتر كرونكايت أحد أكثر الشخصيات الإذاعية احتراماً فى الإذاعة الأمريكية بمناقشة كيف أن ظهور التلفزيون أدى إلى تغيير دور الصحافة فى تغطية حملات الانتخابات الرئاسية . ربما كان مؤتمر عام ١٩٥٢م هو المناسبة الأخيرة التى عكست فيها آلات التصوير الفوضى والصعوبة البالغة فى نشاط السياسة الحزبية طبقاً للممارسات التى استمرت عقوداً كثيرة فى الولايات المتحدة ، قبل أن تصبح الإجراءات التمهيدية صالحة للمشاهدة العامة . بخبرته فى تغطية الأخبار السياسية التى امتدت طوال حياته ، انتقد كرونكايت الظاهرة المعروفة عن انكماش قضية الصوت ، والتركيز على الصور التوضيحية التى يتم إعدادها بدقة ، بدلاً من الجدل السياسى الجاد ، والمداولات ، وتأثير الإعلانات السلبى . اختتم الفصل بتأمل بعض الأشكال التى قد تساعد على تعزيز العملية الانتخابية والديموقراطية الأمريكية .

فى هذا الجزء تستكشف باربارا بفيتش إدارة الأخبار التى يمارسها الموظفون التنفيذيون فى حكومة الولايات المتحدة، وألمانيا وبريطانيا. وهو تقول بأن اتصالات الحكومات الاستراتيجية قد تكون لها مركزية سياسية أو مركزية إعلامية. وتركز إدارة الأخبار ذات المركزية السياسية على بناء تأييد للحكومة بين صفوفه السياسيين وتشديد روابط أفقية ومخاطبة الصراعات المنتشرة داخل نظام الحكم. وهذا النوع من الاتصال الاستراتيجى هو السائد فى بريطانيا وألمانيا، فكلتا الدولتين تتميز بحكومات حزبية قوية مبنية على ديموقراطية برلمانية مع صحافة حزبية وتليفزيون عام قوى. وعلى العكس من هذا تركز إدارة الأخبار ذات المركزية الإعلامية بشكل كبير على بناء تغطية إخبارية إيجابية وتأييد شعبى للسياسيين بين الناخبين باستخدام أشكال وقيم الأخبار معالجة تفاصيل وسائل الإعلام للحفاظ على إيجابية التغطية. وهذا الشكل من إدارة الأخبار هو الأكثر شيوعاً فى الولايات المتحدة عما هو عليه فى بريطانيا وألمانيا؛ بسبب النظام الرئاسى وسيطرة الناحية التجارية على الصحافة والإعلام. وتنتهى بفيتش بفحص نتائج هذه الاختلافات القومية على ثقافات الإعلام ودور الصحفيين فى كل مجتمع.

التقط چارول مانهايم بعض هذه الموضوعات الرئيسية عندما أخذ بعين الاعتبار الاتصال الاستراتيجى على أنه فى أى الأوقات من أوقات القوة الثالثة فى صناعة الأخبار فى أمريكا بعد (\*) البيئة السياسية والأحداث التى تتطور داخلها. وحذر من أن المفهوم السائد للأخبار هو مفهوم ساذج. حيث لا تنشأ معظم الأخبار السياسية من الملاحظة أو التحقيق فى أحداث يقرر الصحفيون مباشرتها بأنفسهم. ففى الواقع وعلى العكس تندفق الأخبار للصحافة من خلال الجهود التى تقوم بها مصادر الأخبار. وتتضمن تلك المصادر السياسيين المحليين والأجانب والأحزاب السياسية وجماعات المصالح والشركات واتحادات العمال؛ لكى ينفقوا اهتماماتهم إلى الجمهور من خلال وجهات نظر تفيد مصدر الخبر. ونجح خبراء العلاقات العامة الذين يعملون لحساب هذه المصادر من إنتاج أخبار تسر الجماهير وتتناغم جيداً مع احتياجات وسائل الإعلام ولا يستطيع الصحفيون رفضها. وهكذا أصبحت الأخبار بالنسبة لجماعات المصالح على الصورة التى يريدون أن تكون عليها.

(\*) فى الانتخاب والإدارة وما إلى ذلك.

كيف يؤثر هذا على معالجة السياسة العامة؟ لدراسة هذا الموضوع قامت كاتلين هول جاميسون وجوزيف كايبيلا بتحليل دور الصحافة في الجدل الذي دار حول الرعاية الصحية في أوائل التسعينيات من القرن العشرين، والتي كانت حجر الزاوية في برنامج السياسة المحلية للرئيس بيل كلينتون أثناء فترة رئاسته الأولى. وحاول جاميسون وكايبيلا إثبات أن الصحافة قدمت للجمهور خدمة معلوماتية سيئة؛ لأن قواعد ومعايير الأخبار أدت إلى التأكيد على القليل من الاختيارات وتفضيلها على مجال واسع من الاقتراحات السياسية البديلة. ركزت هذه المعلومات على «فضيحة هوايت ووتر» وعلى استراتيجية اللاعبين أكثر من تركيزها على جوهر موضوع إصلاح الرعاية الصحية؛ وكوفئت المجموعات المهاجمة، وليست المدافعة بالتغطية الإخبارية. علاوة على ذلك، أدت التغطية الصحفية إلى تعكير المياه بدلاً من تزويد هذه القضية المعقدة بمزيد من النور والبصيرة الواعية. فدمر هذا النوع من التغطية الإخبارية الفرص المتاحة لقبول اقتراحات كلينتون، وقلص بشدة من أى احتمال لإصلاح الرعاية الصحية أثناء رئاسة كلينتون.

### صوت الجمهور

إذا كانت الصحافة التقليدية عاجزة حتى الآن عن نقل المعلومات إلى الجمهور كيف يمكن إذن ملء هذا الفراغ؟ وكيف يمكن أيضاً دمج صوت الجمهور في العملية السياسية؟ يعتبر مايكل شودسون حركة الصحافة العامة نموذجاً أمريكياً لنقل الأخبار والذي شاع بين بعض المؤسسات والصحف في أوائل التسعينيات من القرن العشرين. كان هدف هذه الحركة إعادة تواصل الصحفيين مع المواطنين في مجتمعهم وتنشيط التلاحم الشعبي والارتباط المدني.

تركز حركة الصحافة العامة وجوب قيام الصحفيين، مثل المدافعين النشطين الذين أشار إليهم باترسون، بالتعبير عن اهتمامات الجماهير وتوضيحها وأن يأخذ صفوة الصحفيين مسئوليات الجمهور على عاتقهم وأن يعززوا قوة الجمهور. ولكن مفهوم هذا الدور هو نفسه معضلة حيث لا توجد قنوات انتخابية أو آليات سيطرة شعبية تجعل الصحفيين مسئولين كممثلين للشعب. ويحذر شودسون من الصحافة العامة ربما تكون في النهاية محافظة ومقصورة على الصفوة، تعزز قدرة

الصحفيين وليس المواطنين، تشعل شكوك الجمهور في الحكومة بدلاً من تهدئتها وتدمر آليات التمثيل الديموقراطية .

تتبع كاتلين فرانكوفيتش تطور معايير قياس المزاج العام من خلال التقارير الصحفية التي نشرت عن استطلاعات الرأي العام بداية من صناديق القش فبطاقات الاقتراع وإلى الأساليب الحديثة . وأشارت إلى أهمية استطلاعات الرأي العام باعتبارها قناة بديلة للتعبير عن اهتمامات الشعب . وناقشت أن استطلاعات الرأي العام ليست مجرد جزء من الأخبار الآن، بل إنها تصنع الأخبار باختيار القضايا التي سوف يقوم الرأي العام بتأكيدھا . واستطلاعات الرأي هي أيضاً مصدر قوة للصحفيين؛ لأنها تأسر الجمهور ولأنه يعتمد على وسائل الإعلام في تفسير معانيها . وفي الحقيقة وفي أثناء الربع الأخير من القرن العشرين ارتفعت الأهمية السياسية لاستطلاعات الرأي إلى درجة تفوقت على أهمية الآراء التي تنتشر . وانتهت فرانكوفيتش بتأمل المفاهيم الضمنية الرئيسية لهذا التطور على وسائل الإعلام وعلى الديموقراطية .

يقترّب في الأهمية من نمو استطلاعات الرأي توسع أبحاث السوق في ملامح صفات جمهور الأخبار السياسية . ناقش دوج اندروود هذا الموضوع مدفوعاً بانخفاض التوزيع وبالتالي انخفاض الدخل ، مما دفع بالصحف والتليفزيون الأمريكي إلى أبحاث السوق كوسيلة لزيادة كبيرة في الأخبار الخفيفة والأخبار المصورة . كما زاد الاهتمام بأسلوب الحياة والثقافة الشعبية في قطاعات الصحة والقيم الأسرية فزاد الاهتمام بأنشطة أوقات الفراغ مثل الرياضة والترفيه وازدادت كذلك الأخبار عن الشخصيات الشهيرة والجريمة والعنف . وانكشمت تغطية أخبار الحكومة والسياسة العامة والشئون السياسية . وانتهى اندروود إلى أن السوق، ما زال يقدم مصادر ضخمة للمواطنين الذين يرغبون في البقاء على علم بالشئون العامة وسوف يكون هناك دائماً سوق ملائم للصحافة الخلاقة المغامرة الجسورة عن الحياة السياسية . لكن على أية حال سيكون من الصعب أن نعكس مسار هذه الاتجاهات العامة نحو تقليص التغطية المنظمة والمستمرة للحكومة كجزء رئيسي من أخبار وسائل الإعلام .

## تغيير محتوى الأخبار السياسية

تعمل العلاقة بين الصحفيين والسياسيين والمواطنين داخل إطار عام يحدده البناء الاقتصادي ، وأثر التطورات التكنولوجية والعملية السياسية . يناقش الجزء الأخير هذه القضايا من خلال بحث روبرت بيكاردي في النمط المتغير لتركز ملكية وسائل الإعلام في أوروبا والولايات المتحدة . حيث يخشى كثير من المراقبين من عمليات التملك والاندماج بين شركات الإعلام الشهيرة . فعلى سبيل المثال اشترت شركة «تايم وارنر» أنظمة تيرنر الإذاعية عام ١٩٩٦م وقامت والت ديزني بتملك شركة ABC في عام ١٩٩٥م ، وكذلك اشترت فياكوم شركة بارامونت في عام ١٩٩٤م . ولكن هل أدى هذا إلى عملية تركيز القوة؟ هل يحتكر عدد قليل من الشركات السيطرة على صناعات الاتصالات؟ ليس بالضرورة كما يقترح بيكاردي ، حيث إنه يجب أن نميز بين تركيز الملكية وتركز قوة السوق في يد شركة أو مجموعة شركات في سوق معينة . وعلى الرغم من عمليات الاندماج والتملك التي أمكن رؤيتها بوضوح شديد في التسعينيات من القرن العشرين ، لم تكن هناك زيادة في أى من نوعي التركيز في الولايات المتحدة . علاوة على ذلك يرى بيكاردي أن صناعة الأخبار والترفيه أصبحت أكثر تنافساً وانقساماً عما كانتا عليه في الماضي نتيجة للتطورات التكنولوجية والاقتصادية والتنظيمية . أما إن كان سيتج عن هذا تنوع أكبر أو أقل في المادة الإعلامية فما زال هذا الأمر محل جدل .

كيف تؤثر وسائل الإعلام على العملية السياسية؟ وضع دافيد باليتز في اعتباره تأثير الكيانات الإخبارية على شكل البرامج السياسية . قام بدراسة التفاعلات المتبادلة بين الصحفيين وأصحاب السياسة وهم يتحركون عبر مراحل صنع السياسة من نشوء المشكلة ووضعها في البرنامج ، إلى صياغة سياستها وتقنيها ، وأخيراً سياسية تنفيذها وإدارتها وتقييمها . مستخدماً في دراسته قضيتين متباينتين : المدخرات وفضيحة القروض أثناء الثمانينيات من القرن العشرين ، وتسرب الغازات السامة في بهوپال ، بالهند عام ١٩٨٤م . أوضح باليتز أهمية الأسلوب في تحديد القدر الذي يؤثر به أخبار وسائل الإعلام على صنع السياسة .

وأخيراً تناول ديليو راسيل نيومان الآثار العالمية للتطورات التكنولوجية . وحذر من أن التاريخ السابق للتوافق المؤسسي مع التقنيات الجديدة هو دليل غير ملائم

لتقنيات الاتصال في عصر الإنترنت . فقد سمحت التقنيات السابقة لمجموعة متنوعة من وسائل الإعلام بالتواجد معاً كل في مجالها الخاص . أما الآن فيمكن لجميع أنواع الاتصالات أن تصب في نفس الشكل الرقمي مع استبعاد جميع أسباب التفرّد السابقة . علاوة على ذلك ، انخفضت تكاليف جمع الأخبار وتوزيعها كثيراً إلى درجة تمكن أصحاب رءوس الأموال الصغيرة من الدخول إلى الحلبة ومعهم وجهات نظر غير تقليدية .

أما وجهات النظر تلك وقدر الوضوح الذي ستحظى به على المستوى الإقليمي أو العالمي فسيظل أمراً غير مؤكد؛ لأن الجماهير عادة ما تميل إلى التركيز على نطاق محدود من مصادر الأنباء وغالباً من يكون من داخل أوطانهم، في نفس الوقت تنشُد المجتمعات الفاشيستيّة التحكّم، وإن كان بنجاح محدود، فيما يراه ويسمعه المواطنون . وعلى الرغم من أن الجماهير تستخدم كثيراً وسائل الإعلام الجديدة في البحث عن المعلومات والترفيه إلا أنهم يعتمدون على وسائل الإعلام التقليدية - الصحف والتلفزيون - في الأخبار . وعلى أية حال يبدو أن المواد التي تبثها لهم وسائل الإعلام التقليدية تتغير بدخول عناصر ترفيه تكتسح الأخبار الجادة .

في مجموعها ، تقوم فصول هذا الكتاب بتغطية قضايا الاتصال السياسي الرئيسية في الدول الديمقراطية في مختلف أجزاء العالم . وتستحق هذه القضايا نقاشاً جاداً، لأن جُزُر ومد الأخبار السياسية يرسم المشهد السياسي . وتظل كثير من هذه الحقائق غير محسومة ولم يحسم كذلك التفاعل المشترك بين الصحفيين والسياسيين وعامة الناس في الديمقراطيات المعاصرة . وتبقى كثير من هذه الحقائق عن حيوية التفاعل مجهولة أو متنازعةً عليها . المعايير عما يجب أن يكون تتسابق مع تقييم الممكن، والتنبؤات حول تطورات المستقبل . نحن نأمل أن تقوم فصول هذا الكتاب بتحسين نوعية الجدل حول المسارات التي يجب أن يتبناها الصحفيون ، والسياسيون ، وعامة الناس ، في نضالهم للسيطرة على الأنباء ونحن ندخل الألفية الثالثة .

\* \* \*