

الفصل الأول

السياسة الأمريكية في عصر التلفزيون

كان السياسي فيما مضى يتصل بناخبيه مباشرة. كان يلقي خطابه أمام جمهور أولئك الذين يحكمهم وينشر رسالته بنفسه إما عن طريق نشرها في الصحف التابعة لحزبه أو طباعتها في منشورات يقوم مؤيدوه بتوزيعها. وكان يلتقي بناخبيه ويتحدث معهم وجهاً لوجه. ولأن وسائل الاعلام كانت تسيطر عليها الاحزاب السياسية، كان السياسي وحزبه واثقين من أن المعلومات سوف تنقل إلى الجماهير بالصورة التي يريدونها تماماً.

ولكن ذاك الزمن قد ولى. فلا يزال الساسة يلقون الخطابات ولكن قلة من الأمريكيين تستمع لهم، ولا يزال أعضاء الكونغرس ينشرون كمّاً هائلاً من المعلومات والرسائل الإخبارية (على حساب دافعي الضرائب) ولا يقرأها إلا القليل من الناخبين؛ ولا يزال المسؤولون المنتخبون يتجولون في مناطقهم ولا يلتقي بهم شخصياً إلا القليل من المواطنين. وإضافة إلى ذلك فإن الأحزاب السياسية اليوم - ولأسباب عدة - لا تستطيع السيطرة على أقوال أعضائها المنتخبين ولا على ما تنشره وسائل الإعلام كما كانت من قبل.

وغالباً ما يتصل السياسيون اليوم بجماهيرهم عن طريق وسائل الإعلام الإخبارية التي لا تخضع لسيطرتهم. إن هذه الوسائل تقف اليوم بينهم وبين دوائرهم الانتخابية. إذ يتحدث السياسيون لوسائل الإعلام التي تقوم بدورها بنشر أقوالهم للناخبين. وبإمكان وسائل الإعلام عند نشرها هذه الأقوال أن تقوم بتنقيحها أو تغييرها أو تشويهها أو حتى إهمالها كلياً.

إن ظهور هذا النوع من الاتصال على مرحلتين قد ساهم في تغيير تصرفات السياسيين تغييراً جوهرياً، وكان له أثر كبير على علاقة المواطن بالعملية السياسية. ويهدف هذا الكتاب إلى دراسة هذه التغيرات وآثارها.

كيف يستخدم السياسيون وسائل الإعلام لإيصال رسائلهم إلى الناخبين؟ وهل لا يولي المسؤولون المنتخبون الاهتمام الكافي لقضايا معينة لأن لوسائل الإعلام اهتماماً خاصاً بها؟ وهل تهمل قضايا أخرى (قد تكون أكثر أهمية) لأنها قد لا تحظى باهتمام وسائل الإعلام؟

كيف يستغل القادة السياسيون وسائل الإعلام لكسب تأييد الشعب لسياساتهم وهم يواجهون مشاكل نقص المصادر، والطلب المتزايد على الخدمات والمنافع الحكومية.

وماذا عن الناخبين؟ كيف يستطيع المواطنون غير المزودين بالمعلومات الكافية أن يفهموا القضايا العامة، وهم يواجهون قضايا معقدة وأحداث ليس لها تأثير مباشر على حياتهم اليومية؟ كيف يستطيع الناخبون معرفة من انتخبوا معرفة جيدة؟ هل تشكل آراء المواطنين واتجاهاتهم أساس السياسة العامة؟

إن هذه الأسئلة أساسية للنظريات والتطبيقات الديمقراطية ونحن نفترض في هذا الكتاب أنه من الممكن الإجابة على بعضها من خلال فهم التأثير القوي لوسائل الإعلام الإخبارية بشكل عام، وأخبار التلفزيون خاصة على تصرفات السياسيين والناخبين.

التلفزيون كنافذة على العالم

تطلّع الغالبية العظمى من المواطنين على العالم من حولها وعلى الشؤون العامة من خلال أجهزة التلفزيون. فأخبار التلفزيون تلعب الآن الدور الأساسي في نشر المعلومات، بالرغم من أن الصحف والإذاعة والاتصال الشخصي لا تزال تلعب دوراً مهماً في نشر الأخبار.

لقد أحدث اختراع التلفزيون تغييراً جذرياً في حياة الفرد، حيث لم يكن إلا للقليل من الاختراعات الأخرى نفس تأثير التلفزيون الكبير على توزيع المرء لوقته. كما أن عدداً قليلاً من وسائل التكنولوجيا الحديثة، قد غير بصورة جذرية الطريقة التي يعيش بها الناس أحداث العالم وثقافتهم. يقضي الأمريكيون اليوم وقتاً أكثر في مشاهدة التلفزيون مما يقضونه في رفقة أشخاص آخرين. وقد أشارت دراسات حديثة إلى أن العائلة الأمريكية تشاهد التلفاز لمدة تزيد عن ست ساعات يومياً، كما أفادت أن عدد المساكن التي يوجد بها تلفزيون يفوق عدد المساكن التي تتوفر فيها أنظمة الحمامات الحديثة.

ويختصر فإن التلفزيون قد أصبح وسيطاً مهماً بين الفرد والمجتمع. فأخبار التلفزيون تزود الناخب بالكثير من المعلومات التي يكون منها أحكامه وخياراته السياسية. ولذلك فإن صناعة الأخبار قد تكون مغنماً أو مغزماً لمسؤولي الدولة والسياسيين؛ فالذي ينجح في محتوى أخبار التلفزيون ينجح بالتالي في التأثير على آراء الأمريكيين السياسية.

إن لأهمية التلفاز المتزايدة العديد من الآثار الواضحة على العملية السياسية. فكما رأينا لم يعد السياسيون قادرين على الإتصال بناخبهم مباشرة، وأصبحت وسائل الإعلام تلعب

دور المصفاة فتحدد المعلومات التي توصلها إلى الجمهور. ولكن من الغريب أنه بعد أن أصبحت مؤسسات الأخبار المستقلة هي القناة الرئيسة للاتصال السياسي، ونقصت المصادقية النيابية للمسؤولين السياسيين.

كيف يمكن ذلك؟

إن السياسة هي تطبيق عملي لنظرية «داروين». فالبقاء لمن يستطيع التكيف مع البيئة الجديدة، والزوال لمن لا يستطيع ذلك. لقد كانت المناظرة والاتصال السياسيين قبل ظهور عصر الاتصال الحديث أموراً من اختصاص الحزب السياسي، وكان السياسيون مجبرين على الإلتزام بآراء قادة أحزابهم. أما اليوم فقد قلّ تأثير قادة الأحزاب وأصبحت وسائل الإعلام الجماهيرية تتعامل مع السياسيين كأفراد عاديين لا كأعضاء أحزاب مما يضطر المرشحين لحماية أنفسهم؛ فلن ينجح إلا من يستطيع تحديد هويته بكفاءة في غابة وسائل الإعلام.

لقد أجبر التلفزيون السياسيين الناجحين (سواء أكانوا من أصحاب المراكز أو لا) على اتباع أساليب جديدة في الخطابة والقيادة السياسية، وأصبحت بعض العوامل كإدارة الإعلام وبناء الصورة، وتكوين رصيد جيد، وتجنب اللوم، والعلاقات العامة ومهارات الاتصال الشخصي - أكثر أهمية لنجاح المرشح من الخبرة السياسية، والمهارة في حل المشاكل، والقدرة على تكوين الائتلافات وسن التشريعات. وصار للمظهر الخارجي والإنطباعات التي يتركها السياسي لدى الناخبين اعتبار بالغ الأهمية. كما أصبح من الممكن تنحية شخص ذي منصب فقط لأنه قد نجح أو فشل في إظهار سمات شخصية معينة.

وقد أدى انهيار الائتلافات الحزبية وزيادة أهمية الشهرة الفردية إلى تقليل حماس السياسيين لمعالجة المشاكل «المستعصية». ووجب على أعضاء الكونغرس ومجلس الشيوخ الابتعاد عن القرارات أو السياسات التي لن تحظى بشعبية كبيرة (مثل زيادة الضرائب) لأنه أصبح من الأرجح أن ينظر إليهم الناخبون بمنظور شخصي، بدلاً من اعتبارهم مجرد أعضاء في الحزب الديمقراطي أو الحزب الجمهوري. وتسبب التلفاز - بتشجيعه مبدأ الترشيح الفردي والتركيز على سمعة المرشح الشخصية - في القضاء على حوافز السياسيين للإشتراك في تكوين الائتلافات والسمسة، وهي أهم العوامل المطلوبة لحل المشكلات بنجاح في المجتمع المتعدد الأحزاب.

وعند لقاء نظرة سريعة نرى أنه ليس من المفروض أن يقلل ابتعاد المرشحين المتزايد عن أحزابهم بحد ذاته من مسؤولية السياسيين. ولأن الشعب الأمريكي يستطيع فيه إلقاء نظرة

ولو خاطفة على المسؤولين المنتخبين أثناء تأديتهم عملهم، فإن الشعب يستطيع انتخاب المرشح في ضوء أدائه. فإذا كانت البلاد مزدهرة ينبغي على الناخبين مكافأة شاغلي المناصب عند الانتخابات واستطلاعات الرأي، وإذا صوت عضو في الكونغرس لصالح قرار كإلغاء تعليمات الإدخار والقروض يستطيع الناخبون حينئذ التصويت ضده واسقاطه. وينبغي أن تسهل الإمكانية المتزايدة للوصول إلى معلومات عن الشؤون العامة عملية الانتخاب على أساس الأداء السابق للموظف.

وعلى أي حال فقد كان للأهمية المتزايدة للتلفزيون أثر عكسي تماماً على الرأي العام. وبما أن تغطية التلفزيون الإعلامية للقضايا الهامة عادة ما تكون مجزأة وتخلو من المضمون الموضوعي أو الجوهري، فإنها بذلك غالباً ما تقلل من الدرجة التي يُحمَلُ الناخب بها السياسيين والمؤسسات الحكومية مسؤولية المشاكل الوطنية. فعندما تُعرض على المواطن الأمريكي سلسلة من التقارير الإخبارية التي تصوّر حالات محددة من جوانب القضايا الوطنية - كشخص مشرد أو عاطل عن العمل، أو نائب يصدر شيكات دون رصيد، أو تفجير إرهابي، أو أحد ضحايا جرائم العنف.. الخ - فإن هذا المواطن يتعامل مع هذه القضايا باعتبارها نتيجة حوافز ومبررات شخصية أو فردية بدلاً من اعتبارها نتيجة عوامل تاريخية أو اجتماعية أو سياسية.

وتشكل القدرة المتزايدة للقادة السياسيين على استغلال الإعلام لأغراضهم السياسية عائقاً آخر يحول دون خضوعهم للمسؤولية الانتخابية الشديدة. إن الأخبار تصدر - بشكل ثابت - من مصادر رسمية، والسياسي الذي يشغل وظيفة معينة يجد لنفسه المبررات الكافية لتجنب تحمل مسؤولية القضايا المثيرة للجدل. فليس من المتوقع مثلاً أن يصدر رئيس الدولة بياناً صحفياً يعلن فيه أن حكومته مهتمة بالسياسة الخارجية أكثر من اهتمامها بالمشاكل الاقتصادية المحلية. ويمكن للسياسيين الذين يحتلون مناصب في الحكومة أن يتمتعوا بنفس القدر من السيطرة على تدفق المعلومات للمواطنين اليوم كما كانوا يفعلون في زمن الاتصال المباشر وذلك بسبب منحهم امتيازات تؤهلهم لأن يكونوا مصادر رسمية للأخبار.

إذن - وبشكل عام - فقد أضعف الأسلوب الجديد للإتصال السياسي سيطرة المواطنين على مثلهم، ونتيجة لهذه التغييرات المثيرة فقد قررنا دراسة مدى تأثير وسائل الاتصال الحديثة على السياسة. كيف تعمل وسائل الاتصال؟ ما هي العوامل التي تحدد اختيار المواضيع الإخبارية؟ كيف يستغل المرشحون والمسؤولون المنتخبون وسائل الإعلام لتحقيق أغراضهم السياسية؟ كيف أثرت وسائل الإعلام على الناخبين والانتخابات ومقدرة القيادة السياسية؟

نظرة عامة

يشتمل هذا الكتاب على أربعة أجزاء عامة. يصف الجزء الأول المكون من الفصلين الثاني والثالث - الهيكل المؤسسي للسياسة الإعلامية الحديثة. ويبين الفصل الثاني تطور عملية البث الإذاعي وبنيتها منذ الأيام الأولى للمذيع وإلى يومنا هذا، ملخصاً أهم التطورات التقنية التي أدت إلى إنشاء شبكات التلفزة ومبيناً المؤثرات الاقتصادية المتنوعة التي تحدّ من محتوى البرامج التلفزيونية وشكلها، ومناقشاً البيئة المنظمة للبث الإذاعي.

ويصف الفصل الثالث تدفق الأخبار اليومي، والعوامل التي تؤثر على محتواها. فالأمريكيون يعيشون في بيئة غنية جداً بوسائل الإعلام يلعب التلفزيون فيها دوراً رئيسياً. لقد أصبح الناس يعتمدون بشدة على التلفزيون لمتابعة أخبار العالم وأخبار بلدهم ولايتهم ومجتمعهم المحلي، ومع ذلك توجد منافسة شديدة في سوق الاعلام التلفزيوني نفسه لجذب المشاهدين. فلم تعد شبكات التلفزة الثلاث الرئيسية في الولايات المتحدة تحظى بالسيطرة مع ظهور مصادر إعلامية جديدة كشبكة الـ «سي إن إن» (CNN) وازدياد أهميتها. ويناقش الفصل الثالث أيضاً العوامل المؤثرة على صناعة الأخبار موضعاً بشكل خاص كيفية تأثير الثقافة المهنية للصحفيين وأساليب وحوافز المؤسسات الإعلامية على محتوى التقارير الإخبارية. ففي الأخبار المتلفزة، مثلاً، فإن الحاجة لبث «لقطات معبرة» تقلل من إمكانية بث تقارير تحلل القضايا العامة بعمق.

ويناقش الجزء الثاني من الكتاب (والمكون من الفصلين الرابع والخامس) الطرق التي يحاول بها السياسيون استغلال وسائل الإعلام. حيث يرسم الفصل الرابع صورة عامة للتغيرات المتعددة في قوانين إجراءات الحملات الانتخابية التي يعمل بها منذ الستينات، وكيف أدت هذه التغيرات - في نفس الوقت - إلى جعل وسائل الإعلام جزءاً لا يتجزأ من الحملات الانتخابية، وكيف قللت من دور قادة الأحزاب ليصبحوا مجرد مراقبين. ويتناول أيضاً الأهمية النسبية للإعلام المأجور (الدعاية السياسية) والإعلام «المجاني» (التغطية الإخبارية) في الحملات الانتخابية، ويصف الأساليب المتعددة التي يتبعها المرشحون لاستغلال كلا النوعين من الإعلام لمصلحتهم القصوى. كما يصف الفصل الرابع المواضيع الأكثر بروزاً في أخبار الحملات الانتخابية في ضوء عملية الشد والجذب بين محاولة الصحفي جعل التقرير الإخباري حيادياً قدر الإمكان ومحاولة المرشح تشكيل محتوى الأخبار لمصلحته.

وننتقل في الفصل الخامس من موضوع الحملات الانتخابية إلى العلاقات العامة بين أخبار التلفزيون والحكومة. كيف أثر التلفاز على تصرفات الرؤساء والقادة الآخرين في

مناصبهم؟ ونقوم بوصف استراتيجية «استغلال الرأي العام» وهو استخدام الرأي العام للتأثير على الصفوة المنافسة وأثر هذا الأسلوب في زيادة أهمية القيادة الخطائية. لقد أدى أسلوب الحكومة الجديد هذا - الذي يؤكد على إخضاع موظفي الحكومة مباشرة لموافقة الجمهور أو رفضه، إلى ظهور المختصين في العلاقات العامة بكثرة. كما أدى الاهتمام الدائم بالانطباع العام إلى صعوبة اتخاذ القادة المنتخبين مواقف واضحة من المشاكل الصعبة.

وفي الجزء الثالث من هذا الكتاب (الفصول السادس إلى التاسع) نتناول أثر التلفزيون على المواطن العادي. فنبداً أولاً بوصف تاريخ البحث في الاتصال السياسي - منذ الخمسينات - حين كان يعتقد بأن آثار وسائل الاعلام ضئيلة، إلى حملات اليوم التي يسيطر عليها الإعلام. ثم نقوم بتفصيل الآثار المتعددة للعروض الإعلامية على الرأي العام، بما في ذلك الآثار التعليمية (مثل اكتساب المعلومات وتكوين الآراء) والآثار البارزة (بما فيها وضع البرامج [الأجندة] وتحديد الأولويات) والإقناع. ونلخص في الفصل السابع الكم الهائل من الدراسات التي تناولت هذه الآثار في إطار التغطية الإخبارية المتلفزة. وفي الفصل الثامن، ندرس هذه الآثار بتمعن لنبين كيف تظهر هذه الآثار نفسها في الحملات الانتخابية. فدعايات الحملات والمناظرات المتلفزة مثلاً، لها آثار من شأنها تحديد ترتيب البرامج. فتصبح المواضيع التي تركز عليها الدعايات والمناظرات أكثر بروزاً للناخبين. وبشكل عام، إن الدلائل المعروضة في الفصلين السابع والثامن تشير إلى أن التلفاز قوة أساسية في السياسة الأمريكية، وأن السياسي أو المرشح الذي يستطيع الوصول إلى التلفزيون يحظى بميزة سياسية عظيمة.

وفي آخر فصول هذا الجزء الذي يتناول آثار وسائل الإعلام (الفصل التاسع)، نبين للقارئ آثار الرأي العام المتعددة على قدرة الرؤساء على الحكم، كما نبين فيه كيف أن التغيرات في شعبية الرؤساء وكبار القادة (رئيس الدولة - وحاكم الولاية على التوالي) تؤثر على قدراتهم القيادية. وتشكل شعبية السياسيين نقطة رئيسية مثيرة للاهتمام في الأسئلة المطروحة في هذا الكتاب. واستناداً لأحد الآراء، فإن الشعبية محكومة أساساً بمجرى الأحداث (وأساليب التغطية الإعلامية الناتجة عنها) وإن القادة السياسيين هم - عملياً - أسرى التاريخ. ولذلك فإن حاكم الولاية الذي يرث عجزاً كبيراً في الميزانية والذي يضطر إلى معالجة الوضع بزيادة الضرائب قد يخاطر بإبعاد أهم مؤيديه وبالتالي يقلل من قدرته على التفاوض مع سلطة الولاية التشريعية. ويصف الكتاب كيف أدى هذا السيناريو إلى إضعاف سلطات الولايات في كاليفورنيا وكونتكت ونيوجيرسي.

بينما يشير رأي آخر عن شعبية السياسيين إلى أن للقادة السياسيين قدرة كبيرة على التحكم بالأخبار؛ فيمكن لرئيس ذي مهارات وقدرة خطائية مصقولة على إبعاد نفسه عن النتائج السلبية، وتجنب اللوم عليها، وأن يوهم الناس بقيادته الفعالة بغض النظر عن مجرى الأحداث. فمثلاً استطاع الرئيس الأمريكي السابق رونالد ريغان الحفاظ على سمعته التي لا يمسه الغبار في وجه الفشل الذريع لبعض سياساته، كمقتل أكثر من مائتين من جنود البحرية الأمريكية في عمليات ارهاية في بيروت.

وفي الجزء الأخير من هذا الكتاب، ندرس التساؤل المهم عن نظام سياسة الإعلام اليوم: هل يشجع هذا النظام ممارسة الديمقراطية عن طريق إعلام الجماهير وتنشيط «سوق الأفكار»؟ ونحدد في هذا الجزء أيضاً معايير تقييم الإعلام في ضوء أهم التزاماته وهما: تثقيف الجمهور ومراقبة تصرفات المسؤولين الحكوميين. ويتناول الفصل العاشر دور الإعلام كمثقف ويدرس نوعية البرامج الإخبارية من حيث قدرتها على عكس الحقيقة أو تشويهها. ويتناول الفصل الحادي عشر دور الإعلام كمراقب، ويصف كيف تخلى الصحفيون والمحررون باضطراد عن موقفهم المعادي من السياسيين في صالح تبني نموذج صحفي مميز. وبكلمات أخرى، أن الصحفيين لا يتحققون من إفادات مسؤولي الدولة، أو يحاولون إثباتها، لأنهم يعتمدون عليها بشدة كمصادر رسمية.

وأخيراً، نبين في الفصل الأخير أن العلاقات بين لاعبي لعبة الإعلام في تغير مستمر. فاللعبة هي - في النهاية - لعبة السياسة وتشترك فيها ثلاث مجموعات على الأقل: مجموعة السياسيين، ومجموعة الناخبين، ومجموعة الإعلام. وتستخدم مجموعة السياسيين ومجموعة الإعلام طرقاً حديثة لتسيطر على، أو تراقب، بعضها بعضاً، بينما لا يولي الناخبون اهتماماً خاصاً لما يجري بينهما إلا في وقت الانتخابات. ويتضح لنا في التحليل النهائي أن تحسين نتائج لعبة الإعلام يتطلب من المجموعات الثلاث وضع المشاكل المحلية التي تواجه مجتمعها فوق أهدافها الشخصية الأنانية.

الجزء الأول

وسائل الإعلام الإخبارية

كانت الأخبار حتى عام ١٩٥٠ تصل إلى معظم الأمريكيين عن طريق الصحف أو النقل الشفوي. أما في التسعينات - ومع أن الصحف لا تزال مزدهرة ولو بأعداد أقل من السابق - فقد أصبحت أغلبية الشعب الأمريكي تستقبل الأخبار عن طريق التلفزيون. وقد أحدث ظهور الإعلام التجاري (الموصوف في الفصل الثاني) تغييراً جوهرياً في تدفق المعلومات في المجتمع الأمريكي، حيث يُمكن الانتشار الواسع للتلفزيون الشعب الأمريكي بكامله من متابعة الأحداث أولاً بأول. ولم يكن بوسع السياسيين من قبل القدرة على التحكم بمثل هذا الجمهور الكبير. ووصف القاضي وليام برينان **William Brennan** أحد قضاة المحكمة العليا عام ١٩٧٣ التلفزيون قائلاً بأنه «أكثر أسواق الأفكار فعالية حتى الآن»^(١).

وبالطبع فإن الأمريكيين لا يعتمدون اعتماداً كلياً على التلفزيون، فبصفتهم سكان أغنى بلدان العالم في المعلومات فإن لديهم فرصاً يومية للقراءة والاستماع إلى المذيع والتحدث مع أصدقائهم وزملائهم ومقدمي البرامج العامة. ويتوافر لدى الأمريكيين، بصفتهم مستهلكين للمعلومات، خيارات كثيرة (سيتم وصفها في الفصل الثالث). ولكن التلفزيون أصبح بشكل متزايد مصدرهم المفضل.

وفي هذا الجزء، سنبدأ بوصف شبكة العلاقات المعقدة بين المحطات المحلية، وشبكات التلفزيون، ووكالات الرقابة الحكومية، والمعلنين، والتي تشكل بنية الصناعة الإعلامية. ونقوم بعد ذلك بإيجاز أهم مصادر المعلومات عن الشؤون العامة مميزين بين الإعلام المطبوع، والإعلام المذاع، وبين المصادر الوطنية، والمصادر المحلية. وأخيراً نتناول المزايا الرئيسية للأخبار، ونحدد العوامل التي تؤثر على صناعتها.

¹ *Columbia Broadcasting System v. Democratic National Committee*, 412 U.S. (1972) 94, p. 195.