

الفصل الثالث

مصادر الأخبار

تعتبر الولايات المتحدة من المجتمعات الغنية بمصادر الأخبار بما يتناسب مع جمع الأذواق والميول. فهناك ١٧ر٠٠٠ صحيفة يومية، وما لا يقل عن ١١ر٠٠٠ مجلة، و ١٠ر٠٠٠ محطة إذاعية، وما يزيد عن ٢٥٠٠ دار نشر للكتب، و ١٥٠٠ محطة تلفزيون. وتبث جميع هذه المصادر كمية هائلة من المعلومات تكاد تغطي كل ناحية من مناحي الحياة الأمريكية. وفي تبثنا لتدفق المعلومات التي تتعلق بالسياسة الأمريكية المعاصرة، سنميز بين المصادر المطبوعة والمصادر المذاعة. ولا يختلف هذان المصدران في حجم الجمهور الذي يصلان إليه فحسب بل يختلفان أيضاً في التكنولوجيا التي يعتمدها كل مصدر في نقل المعلومات، بالإضافة إلى كمية المعلومات ونوعها التي يوفرها، وتركيبية جمهوره.

المصادر المطبوعة

يقراً ما يزيد عن ١٠٠ مليون أمريكي (أي ٨٠٪ من السكان الراشدين) صحيفة يومية و بانتظام. ويصل هذا العدد إلى ١٢٠ مليون في أيام الأحد باعتبارها عطلة نهاية الأسبوع^(١). وتختلف الصحف عن النشرات الإخبارية للشبكات من حيث تعدد مواضيعها فهي لا تغطي الأخبار فحسب بل تعرض لقراءها مقالات افتتاحية ومواضيع ترفيهية، كما تزودهم ببرامج التلفزيون والأفلام المعروضة، بالإضافة إلى البرامج الرياضية، والرسوم الهزلية، والإعلانات المبوبة وغيرها من المواضيع التي تتنافس مع الأحداث السياسية في محاولة جذب اهتمام القارئ. وتشير الاحصاءات إلى أن أكثر من ٤٠٪ من قراء الصحف يقرأون عادة صفحات معينة أو أجزاء محددة من الصحيفة التي يشترونها.

وفي حين أن الصحيفة التقليدية هي التي تُنشر محلياً إلا أن عدداً منها يُوزع على مستوى الوطن^(٢)، فعلى سبيل المثال نجد صحيفة **USA Today** متوافرة في جميع أنحاء الولايات المتحدة، أما صحيفة «النيويورك تايمز» فهي تصدر طبعات لا تغطي منطقة المدينة

¹ *Advertising Age*, May 20, 1991.

² Ownership, however, is usually not local. Most American papers are part of "chains" owned by companies such as Knight-Ridder and Gannett.

وضواحيها فحسب، بل المناطق الواقعة في أواسط غرب البلاد والسواحل الغربية كذلك (تصدران في شيكاغو وكاليفورنيا على التوالي). كما أن صحيفة وول ستريت جورنال Wall Street Journal وهي صحيفة تختص بتغطية الأخبار المالية وأخبار الشركات الكبرى تُوزع في جميع أنحاء الولايات المتحدة.

وبشكل تقليدي، فإن الصحف الوطنية الرئيسية في الولايات المتحدة تحتفظ بعدد كبير من مراسليها في العاصمة واشنطن، بالإضافة إلى توزيع عدد منهم في مواقع هامة في بقاع العالم. أما الصحف الأصغر فلا تستطيع تحمل التكاليف بتعيين مراسلين لها في واشنطن أو عبر المحيطات. وتعتمد هذه الصحف في حصولها على الأخبار المحلية والعالمية على الخدمات السلوكية. ومن أهم المؤسسات التي تقدم هذه الخدمات السلوكية في الولايات المتحدة الأمريكية مؤسستا أسوشيتد برس Associated Press ويونيتد برس انترناشيونال United Press International .

أما على المستوى العالمي فنجد «الرويترز Reuters» ووكالة الصحافة الفرنسية Agence France Press على رأس الخدمات السلوكية. وعند الاشتراك مع إحدى هذه الخدمات يصبح بإمكان جريدة في ولاية أيوا مثلاً، أن تنشر على صفحتها الأولى تقرير مراسل قد شهد بنفسه مؤتمراً صحفياً رئاسياً في واشنطن.

ولا يحظى بجمهور واسع من القراء إلا عدداً قليلاً من الصحف الأمريكية. وفي الوضع الأمثل توزع الصحيفة حوالي ٢٥ ألف عدد. وبين الجدول رقم ١:٣ مدى توزيع الصحف الرئيسية العشرين في الولايات المتحدة. ومقارنة مع عدد المشاهدين لأخبار التلفزيون، فإن عدد قراء الصحف الرئيسية يعتبر صغيراً ومحصوراً. فصحيفة USA Today تباع مليون ونصف المليون صحيفة يومياً، ويصل إجمالي قرائها إلى حوالي الخمسة ملايين. كما أن التوزيع اليومي لـصحف النيويورك تايمز New York Times ولوس أنجلوس تايمز Los Angeles Times، وواشنطن بوست Washington Post، مجتمعة لا يتجاوز ثلاثة ملايين، بينما يبلغ عدد مشاهدي أي شبكة تلفزة واحدة حوالي ٢٠ مليوناً في أغلب الأحيان.

ويبقى الأمريكيون على اطلاع بمجريات الأحداث بقراءة المجلات أيضاً (انظر الجدول رقم ٢:٣). ويبلغ حجم التوزيع لأهم المجلات الاخبارية الأمريكية، وهي مجلة تايم Time ونيوزويك News Week ويو. إس. نيوز آند وورلد ريبورت U. S. News and World Report ما مجموعه ١٠ ملايين. وتركز هذه المجلات الثلاث على أهم أحداث الأسبوع، وهي تتقارب إلى حد كبير في المضمون والشكل.

Table 3.1 Twenty Newspapers with the Largest Circulations, 1990

Rank	Newspaper	Circulation
1	Wall Street Journal	1,795,448
2	USA Today	1,491,844
3	Los Angeles Times	1,177,253
4	New York Times	1,114,830
5	Washington Post	791,289
6	Newsday	763,972
7	New York Daily News	762,078
8	Chicago Tribune	723,178
9	Detroit Free Press	598,418
10	San Francisco Chronicle	553,433
11	New York Post	552,227
12	Chicago Sun-Times	531,462
13	Boston Globe	504,675
14	Philadelphia Inquirer	503,603
15	Newark Star-Ledger	470,672
16	Detroit News	446,831
17	Cleveland Plain Dealer	413,678
18	Minneapolis-St. Paul Star Tribune	408,365
19	Dallas Morning News	406,768
20	Miami Herald	396,067

Source: Ira Teinowitz, "Circulation Reparation," *Advertising Age* (November 4, 1991), p. 35.

Table 3.2 Average Monthly Circulation of the Three Major News Magazines, 1990

Magazine	Total Number of Copies Sold	Change from 1989
Time	4,339,029	-5.6%
Newsweek	3,180,011	+1.0
U.S. News & World Report	<u>2,209,996</u>	<u>+4.6</u>
Total	9,729,036	-1.3%

Source: Audit Bureau of Circulations, *FAS-FAX: United States and Canadian Periodicals* (January 1991), pp. 21, 31, 33.

مصادر البث

تأتي أخبار التلفزيون إما عن طريق الشبكات أو بواسطة المحطات المحلية.

أخبار الشبكات

تعتبر شبكات التلفزيون الثلاثة هي المصدر الرئيسي للأخبار على المستوى الوطني، ويقتصر بث البرامج المتعلقة بالشؤون العامة التي تبثها شبكات الأخبار يومياً وبصورة منتظمة على النشرات المسائية (مثل أخبار ان بي سي المسائية)، وكذلك على برامج الأخبار الأسبوعية الرئيسية (كبرنامج «ستون دقيقة» لشبكة سي بي اس). وفي الأصل، كان عرض هذه النشرات الإخبارية يستغرق ١٥ دقيقة، إلى أن تبنت شبكتا سي بي اس وان بي سي نظام الثلاثين دقيقة في يوم العمال الأمريكي عام ١٩٦٣م، ثم تلتها شبكة ايه بي سي بعد خمس سنوات فقط.

وتبث شبكات الأخبار أيضاً تقارير خاصة متفرقة تسلط الأضواء على الأحداث الرئيسية مثل الكوارث العالمية، والحروب، والانتخابات الرئاسية وغيرها من المواضيع الرئيسية. وبالإضافة إلى ما سبق، تعرض شبكات الأخبار الثلاثة برامج (وذلك حين يبلغ عدد المشاهدين ذروتهم) تدور حول شؤون الدولة الأساسية، مثل برنامج «٢٠/٢٠» و«٤٨ ساعة» و«ستون دقيقة» - وكذلك برامج تختص بالمقابلات مثل «نايت لاين Night Line».

أما بالنسبة لمضمون أخبار الشبكات، والذي يكاد يتطابق بين الشبكات الثلاث، فيشتمل على ملخص الأحداث اليومية الأساسية في واشنطن والمدن الرئيسة، بالإضافة إلى عواصم الدولة الأجنبية. أما في واشنطن فتسلط الكاميرات على الحكومة الفدرالية، وبشكل خاص على الرئاسة، فالرئيس والسلطة التنفيذية يُغطيان إعلامياً بصورة منتظمة، إذ يصدر عن «مراسل البيت الأبيض» في أغلب الأحيان تقرير واحد على الأقل في كل مساء. كما يحتل البنتاجون ووزارة الخارجية الأمريكية مكاناً متميزاً ضمن المواضيع الإخبارية الرئيسية. أما أقسام الحكومة الأخرى فلا تشغل إلا حيزاً بسيطاً في إطار الأخبار المنقولة. وقد عقب باحثة على مدى انشغال الشبكات بالبيت الأبيض قائلة «يتنافس ٤٣٥ عضواً من أعضاء مجلس النواب، و١٠٠ عضو من أعضاء مجلس الشيوخ على ما يتبقى في الوقت المخصص للبث على الشبكة بعد أن يكون رئيس الدولة قد أخذ حصته»⁽³⁾.

وفي الأيام العادية من أيام الأسبوع يبلغ مجموع عدد المشاهدين للأخبار المسائية على شبكات ايه بي سي، و سي بي اس، وان بي سي حوالي ٥٠ مليون مشاهد. وقد يبدو هذا الرقم صغيراً على مدى يوم كامل وبخاصة إذا أخذنا بعين الاعتبار أن ٨٠٪ من الراشدين

³Kathleen Jamieson, *Eloquence in an Electronic Age* (New York: Oxford University Press, 1988), p. 14.

يعتمدون التلفزيون كمصدر رئيسي للاطلاع على الأحداث السياسية وفق أقوالهم. ولكن ليس هناك وسيلة إعلام أخرى تصل إلى مثل هذا الجمهور الضخم.

ومنذ عام ١٩٥٠ أخذت برامج التلفزيون الاخبارية تحتل مكان الصحف ووسائل الاعلام المطبوعة الأخرى بشكل تدريجي كمصدر يُعتمد عليه بالدرجة الأولى للحصول على المعلومات. ويبين الشكل رقم ١:٣ النسب المتباينة للجمهور الأمريكي الذي اعتمد قراءة الصحف أو مشاهدة التلفزيون أو الاثنین معاً لمواكبة الأخبار العامة ما بين عامي ١٩٥٩ و١٩٩١. فمنذ عام ١٩٦٧، حين كان ٧٣٪ من السكان الراشدين يقرأون صحيفة يومياً، استمر انخفاض عدد القراء بمعدل ١٪ سنوياً إلى أن وصل ٥١٪ في عام ١٩٩٠^(٤). وقد تمكن التلفزيون من سلب المكانة المتميزة للصحف في عام ١٩٦٠ باعتباره أكثر المصادر شعبية، واستمر بفرض أسبقيته حتى يومنا الحاضر. وبين عام ١٩٨٠ و١٩٩٠ فإن نسبة الأمريكيين الذين يعتمدون التلفزيون وحده للحصول على الأخبار ازدادت تدريجياً من ٣٩٪ إلى ٥٨٪. وبالمقارنة، فقد استقرت نسبة من يعتمد الصحف على حوالي ٢٠٪ في الفترة نفسها. وفي أيامنا هذه، يعتمد التلفزيون أكثر كوسيلة مفضلة لدى الجمهور الأمريكي لمواكبة أحداث العالم.

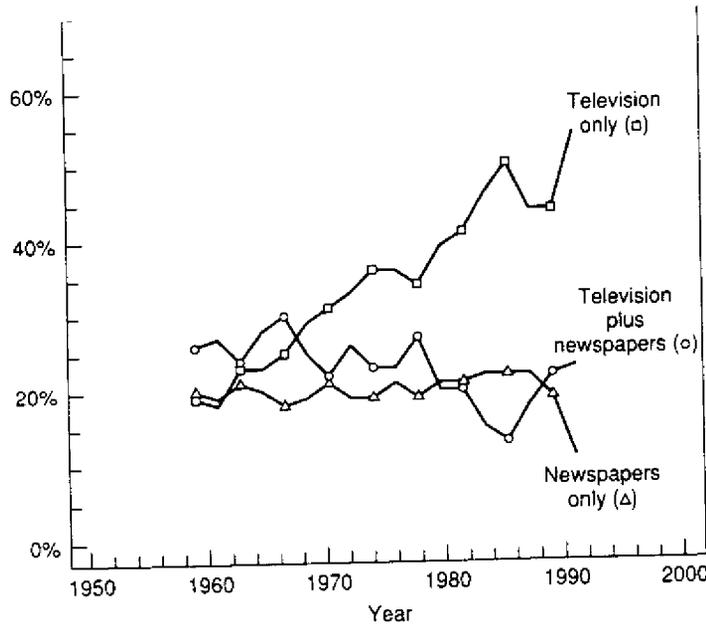
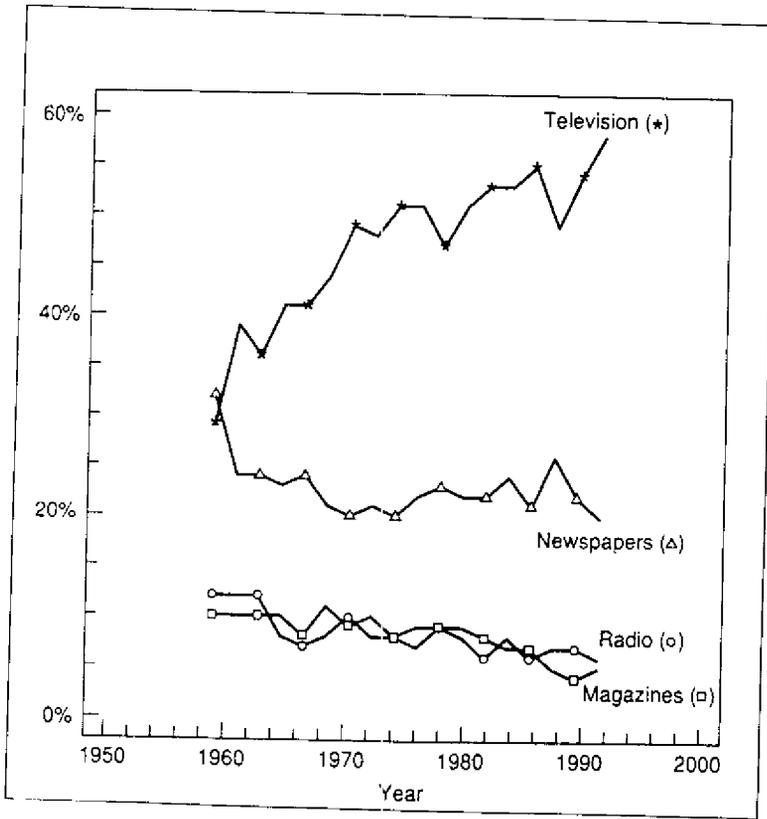


Figure 3.1 Americans' Primary Sources of News, 1959–1991.
Source: Roper Organization, *America's Watching: Public Attitudes Toward Television, 1991* (New York: Author, 1991).

⁴*New York Times*, December 30, 1991, C6.

هذا وتُعتبر أخبار التلفزيون أكثر المصادر مصداقية للحصول على أخبار القضايا العامة. فإذا ما استمع الناس إلى تقارير متضاربة من وسائل الإعلام المختلفة، فإن ٥٥٪ من الشعب يرجح ما يسمعه في التلفاز - كما تشير الاحصاءات - في حين أن ٢١٪ فقط يعطون مصداقية أكبر للصحف مثلاً^(٥)، وكما بين الشكل رقم ٢:٣ فإن الأمريكيين يميلون لتقدير الأخبار الصادرة عن التلفزيون أكثر منها في الصحف أو المجلات، أو الصادرة عن المذيع، وذلك وفق العديد من مؤشرات المصداقية للمصدر الواحد. هذا ويعتبر الأمريكيون الأخبار التلفزيونية أقل إنحيازاً وأكثر دقة من الأخبار المطبوعة أو تلك المنقولة على المذيع.



الشكل رقم ٢:٣ أي من هذه المصادر أكثر مصداقية للأمريكيين؟ (١٩٥٩-١٩٩١)

Source: Roper Organization, *America's Watching: Public Attitudes Toward Television, 1991* (New York: Author, 1991).

^٥ *America's Watching*, New York: Television Information Office, 1987.

وعلى الرغم من أن ما يسمى «التقارير الذاتية» لمدى الاعتماد على الوسائل المختلفة قد لا تكون موثوقة⁽⁶⁾، إلا أن حجم نفقات الإعلان المخصصة لكل من وسائل الاعلام تُشير إلى أن الشعب الأمريكي يشاهد التلفزيون بشكل متزايد. فقد ازداد نصيب التلفزيون من العائدات الإعلانية بصورة ملحوظة - ففي عام ١٩٥٠ كان ٣٦٪ من النفقات الإعلانية لا تزال تُنفق على الصحف، يتلوها ١١٪ للمذياع، و ١٤٪ للبريد المباشر، في حين اقتصر نصيب التلفزيون على ٣٪ فقط. أما بحلول عام ١٩٧٠ (فقد انخفضت هذه الأرقام إلى ٢٩٪ للصحف، ٧٪ للراديو واستقر نصيب البريد المباشر على ١٤٪، أما نصيب التلفزيون من هذه النفقات فقد ارتفع كثيراً ليصل إلى ١٨٪. وفي عام ١٩٩٠ كان نصيب الصحف من النفقات الإعلانية قد تقلص ليصل إلى ٢٥٪، بينما كان نصيب التلفزيون منها قد ارتفع إلى ٢٣٪⁽⁷⁾.

وثمة تنافس حاد بين شبكات الأخبار لجذب جماهير المستمعين. فنجد المستمعين الذين يتابعون الأخبار المسائية وعددهم ٥٠ مليوناً موزعين بالتساوي بين شبكات الأخبار الثلاثة الرئيسية. وعلى سبيل المثال كانت قد تنافست شبكتا سي بي إس وايه بي سي خلال عام ١٩٨٩ على لقب «أكثر النشرات الإخبارية شعبية»، ولكن شبكة ايه بي سي فازت على سي بي إس بفارق ٥٠٠ نقطة فقط، وهو ما يعادل أقل من ٥٠٠ مشاهدة في أمة يبلغ عدد سكانها ٢٩٣ مليوناً⁽⁸⁾. هذا وقد بلغ عدد النقاط التي سجلها برنامج «أخبار العالم الليلة، ١٠١٤ نقطة أي ما يعادل ٢٠٪ من المشاهدين خلال الفترة الزمنية المخصصة لهذا البرنامج، في حين سجلت أخبار «سي بي إس المسائية ١٠٠٩ نقطة، أي ما نسبته ٢٠٪ من المشاهدين كذلك. أما برنامج أخبار ان بي سي المسائية فتخلف وراء هذين البرنامجين بنقاط قليلة فقط، مسجلاً ٩٤٤ نقطة، أو ما يعادل ١٩٪ من المشاهدين⁽⁹⁾.

ولكن ينبغي الإشارة إلى أن نسبة غير ضئيلة من المشاهدين قد ينتمون إلى فئة «غير

⁶People might say that they rely primarily on television, but this might not be an accurate representation of their actual behavior. Because they watch so much television, perhaps people exaggerate the extent to which they rely on television news for public affairs information. Moreover, the fact that people report watching so much television ignores huge differences in viewer attention. While the typical person's television set may be on for six hours a day, for a good share of that period no one might be watching.

⁷Statistical Abstract of the United States, 1991

⁸One rating point translated into 921,000 viewers.

⁹Robert Goldberg, *Anchors: Brokaw, Jennings, Rather and the Evening News*. Secaucus, NJ: Carol Publishing Group, 1990, p. 372.

مكثرت» بالأخبار وإنما يتابعون نشرة إخبارية على الشبكة بانتظار نشرة محلية أو إعادة بث لبرنامج معين يتلو الأخبار الدولية مباشرة؛ وهذا يدل على أن ليس كل من يتابع الأخبار الدولية يسعى للاطلاع على شؤون الدولة، بل ربما يعتبرها الكثير من الناس وسيلة لقضاء الوقت إلى أن يحين موعد بث برنامجهم المفضل.

وفي بعض الحالات، أدى سعي الشبكات وراء تقديرات أعلى إلى فقدان منسقي البرامج لوظائفهم. ففي مطلع الثمانينات، قامت أخبار إن بي سي مثلاً بحلّ الفريق المكون من روجر مد Roger Mudd وجون شانسلر John Chancellor - وهما شخصيتان مرموقتان على الشبكة وأحلت محلّهما توم بروكاو Tom Brokaw في عام ١٩٨٢ كمذيع منفرد. وقد بقي جون شانسلر يعمل في المحطة كمعلّّن، بينما انتقل روجر مد ليعمل مع محطة الإذاعة العامة التي كانت تبث برنامج ساعة أخبار «ماكجيل/ لهرر». وباستثناء «أخبار سي بي اس» فقد حققت البرامج المسائية للشبكات خلال العقدين الماضيين عوائد جيدة من جراء الفقرات التي يقدمها المنسقون.

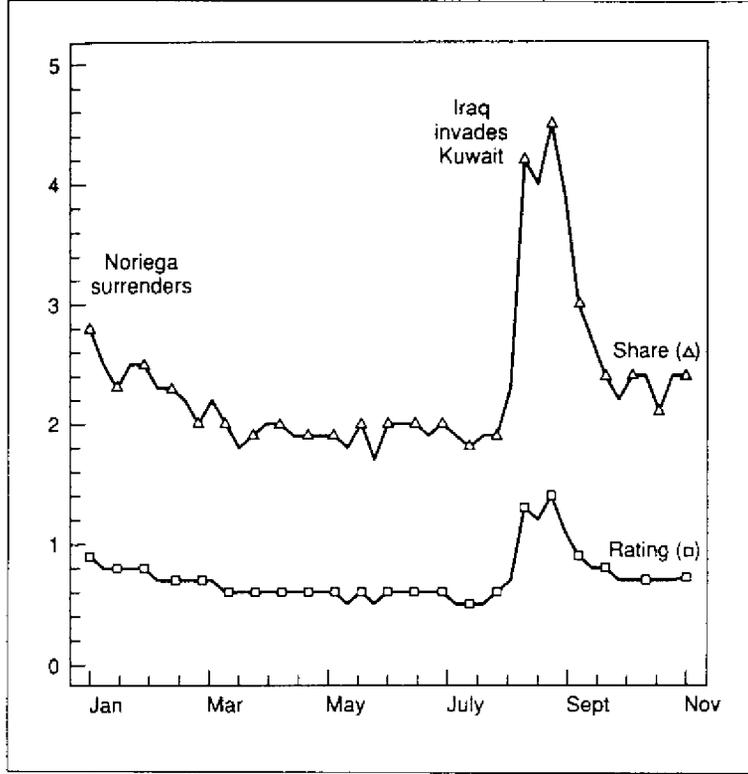
وبالإضافة إلى شبكات الأخبار الثلاثة، فقد ساهم الدور المتزايد الذي لعبه «تلفزيون الكيبل» في الثمانينات في أن تُعدّ شبكة (سي إن إن) مصدراً رئيسياً للأخبار في حالات معينة. إن معظم العائلات الأمريكية تشترك الآن مع خط «الكيبل». وكما بيّن الشكل رقم ٣:٣ فقد احتلت شبكة (سي إن إن) مكانها الخاص بين جمهور المشاهدين خلال الفترات الزمنية المحيطة بأحداث بارزة (كحرب الخليج وجلسات استماع اللجنة القانونية في مجلس الشيوخ لإقرار تعيين عضو المحكمة العليا كلارنس توماس والانقلاب العسكري الذي انتهى بالفشل في الاتحاد السوفيتي). وقد تمكن بيتر آرنيت Peter Arnet وفريق التصوير المصاحب له، في تغطيته لأحداث اسقاط القنابل الأمريكية على بغداد، من اجتذاب جماهير المشاهدين في جميع أنحاء العالم، علماً أن فريقه هو الفريق الأوروبي الوحيد الذي سُمح له بالبقاء في العراق حينذاك. وكانت هذه هي المرة الأولى منذ نشوء شبكة (سي. إن. إن) التي تمكنت فيها من كسب ١٠٪ من جمهور المشاهدين⁽¹⁰⁾. أما في الأوقات التي تخلو من الأحداث البارزة، فُيعد نصيب سي. إن. إن من المشاهدين أقل من هذا بكثير.

¹⁰Peter Arnett's reporting from Iraq also earned him the condemnation of Senator Alan Simpson (Republican of Wyoming), who characterized him as a "traitor."

الشكل ٣:٣

نسب المشاهدين لشبكة سي ان ان

(منذ بداية عام ١٩٩٠ وحتى ٤ تشرين الثاني نوفمبر ١٩٩٠)



Source: Constructed by authors from figures provided by Turner Broadcasting Research.

هذا وتقوم محطة البث العامة (PBS) التي كانت تدعمها الحكومة الفدرالية دعماً كاملاً عند نشوئها، والتي أصبحت حالياً تعتمد بشكل رئيسي على التبرعات الخاصة - تقوم كذلك ببث نشرة إخبارية بانتظام تحت اسم «ساعة ماكنيل/ لهرر الإخبارية»، ويديرها روبرت ماكنيل وجيم لهرر ومدة عرض هذا البرنامج الذي يستغرق ساعة واحدة تتيح مجالاً لتغطية أخبار وافية مفصلة ومقابلات مطوّلة مع العديد من الخبراء المختصين في مجالات متنوعة، إلا أن ساعة الأخبار هذه لا تجذب إلا جمهوراً صغيراً يتكون في معظمه من أناس ذوي ثقافة عالية ممن لديهم اهتمامات كبيرة في الشؤون السياسية.

الأخبار المحلية:

كما يشير التعبير، تغطّي هذه الأخبار المواضيع المتعلقة بالبيئة المحلية. ففي حين أن أخبار الشبكات تتكون من مجموع التقارير الصادرة عن واشنطن، ونيويورك، وشيكاغو، ولندن، وموسكو، وتل أبيب، نجد أن الأخبار المحلية تزخر بنقارير تقتصر على الولاية والمقاطعة والبلدية كمصدر لأخبارها. وتختلف الأخبار المحلية عن أخبار الشبكات التي تركز في الغالب على المسؤولين في الدوائر الحكومية في أنها تصبُ اهتمامها بالدرجة الأولى على عامة الناس، فتنشر أخبار ضحايا السرقات أو الفائزين باليانصيب وتعتمد على شهود العيان للأحداث المحلية.

وعلى الرغم من ضخامة حجم جمهور المشاهدين لنشرات الأخبار على الشبكات، إلا أن عدداً أكبر من المشاهدين يتابعون الأخبار المحلية. ويعود السبب في ذلك بالدرجة الأولى إلى زيادة الفرص المتاحة لمتابعة برامج الأخبار المحلية فمنها ما يُعرض في أوقات الصباح وفي المساء، ومنها ما يُعرض في فترة الليل. يضاف إلى ذلك أن العديد من النشرات المحلية يستمر بثها لمدة ٦٠ إلى ٩٠ دقيقة. وفي العادة، تزيد نسبة المشاهدين لبرامج الأخبار المحلية عنها لنشرات الأخبار على الشبكات. وفي إحدى الدراسات، قورن حجم الجمهور الخاص بكل من الأخبار المحلية وأخبار الشبكات في أوساط إعلامية ثمانية، فأشارت النتيجة إلى تفوق الأخبار المحلية في حجم جمهورها فقد احتلت هذه الأخبار في عدد مشاهديها الدرجة الأولى في ١٨ محطة من بين ٢٢ محطة أُجريت عليها الدراسة، وكان معدل فارق النقاط بينهما أربعة نقاط فقط^(١١).

لا يصعب فهم السبب الكامن وراء هذا الاهتمام المنفوق للأخبار المحلية، فهي قبل كل شيء أخبار تتعلق بمجتمع المشاهدين، ثم إنها تقدم أخباراً أكثر جاذبية، كأخبار حالة الطقس على سبيل المثال، أو معلومات تحمل في طياتها نوعاً من الترفيه عن النفس (مثل نتائج المباريات واستعراض الأفلام الجديدة). وفي كثير من الحالات (وبخاصة خلال الأسابيع التي يتم فيها تحديث احصائيات المحطة من حيث عدد الجمهور) تركز النشرات الاخبارية المحلية على مواضيع من شأنها أن تلفت انتباه المشاهدين (مثل عرض أحدث الموديلات في مايوهايت السباحة). وتساهم امعدلات العالية التي تسجلها الأخبار المحلية، بالإضافة إلى انخفاض تكاليف الانتاج نسبياً في جلب أرباح عالية لأصحاب محطات التلفزيون.

وقد شجّع تزايد العائدات لبرامج الأخبار المحلية (والتي بلغت نسبة الربح فيها ٥٠٪ في بعض الحالات) - شجع كل من المحطات المنتسبة إلى إحدى الشبكات، والمحطات المستقلة، لأن تتوسع في تغطيتها للأخبار المحلية^(١٢) فالقناة التاسعة KCAL في لوس أنجلوس، على

^{١١} Stephen Hess, *Live from Capital Hill: Studies of Congress and the Media*, (Washington, D.C.: Brookings Institution, 1991), p. 37.

^{١٢} *ny York Times*, July 1, 1985, D1.

سبيل المثال، تبث نشرة إخبارية مدتها ثلاث ساعات (من الساعة الثامنة إلى الحادية عشرة مساءً) حين يكثُر عدد المشاهدين ما بين أيام الاثنين والجمعة. ولكي تملأ المحطات المحلية الوقت الطويل المخصص للأخبار المحلية، يقوم عدد كبير من محطات البث بدعم الأخبار المحلية بتقارير إخبارية من مراسليها في واشنطن، ولندن، وموسكو، والقاهرة. وقد أنشأت المحطات المحلية في المدن الكبيرة مكاتب خاصة لها في واشنطن. ونتيجة لتطور تكنولوجيا الأقمار الصناعية وإيجاد خدمات سلكية خاصة بالفيديو مثل CONUS (اختصار لكلمات تعني القارة الأمريكية) وخدمات أخبار بوتوماك Potomac، أصبح بإمكان المحطات المحلية أن تحصل على نسخ معدلة من الحصص الإخبارية الصادرة عن واشنطن وبسعر منخفض، وبالتالي تتمكن هذه المحطات من تزويد المشاهدين ببث حي ومباشر لأهم الأحداث الدولية والعالمية.

أما بالنسبة للحملات الانتخابية، فإن الأخبار المحلية تتبع تطوراتها عن كثب. فالمحطات المحلية لديها متسعاً أكبر من الوقت لتغطية هذه الحملات والتي لا تكون سوى ثنائياً محلياً في كثير من الأحيان. وبسبب طول الفترات التي تُخصَّص لتغطية برامج الأخبار المحلية، يحصل المشاهد في الوضع الأمثل، على معظم المعلومات المتصلة بجميع الحملات السياسية تقريباً من مصادر إخبارية محلية. (ربما علينا أن نستثني من هذه القاعدة حملة الانتخابات الرئاسية في مراحلها الأخيرة، حينما يركز المرشحون جهودهم على المناطق الأكثر ازدحاماً بالسكان). ومن المدهش، إذا ما أخذنا بعين الاعتبار الدور البارز الذي تلعبه الأخبار المحلية على الشاشة في عملية نقل المعلومات، أن نجد بأن البحث في محتوى الأخبار المحلية كوسيلة إعلام وفي تأثيرها على المشاهدين يكاد يكون معدوماً. وكما سيتبع في القسم الثالث، نجد أن معظم الدراسات المتعلقة بتأثير أخبار الشاشة على الرأي العام قد ركزت في تحليلها على المصادر الوطنية وليس على المصادر المحلية للأخبار.

وملخص الموضوع هو أن المعلومات التي تحيط بالشؤون العامة تُنقل بصورة متزايدة على شاشة التلفزيون. وأخبار الشاشة كمصدر من مصادر المعلومات - تتميز عن المصادر المطبوعة في عدة أمور: فهي تتمتع بجمهور أكبر، وبقدرتها على تغطية الأحداث وبثها بثاً حياً مباشراً دون تأخير يُذكر، كما تتمتع بقدرتها على الجمع بين الصوت والصورة لجذب اهتمام المشاهدين. ويترتب على هذه الميزات الموضوعية أن تتمتع أخبار التلفاز بسمعة طيبة وبدرجة عالية من المصداقية لدى المشاهدين.

طبيعة المصادر

يميل الصحفيون والمحررون وغيرهم ممن يعمل في مجال الصحافة إلى الإدعاء بأن الأخبار تعكس الحقيقة، فهي صورة عاكسة لواقع الأحداث والقضايا المختلفة، وكما كان

والتر كرونكايت Walter Cronkite يختم كل أمسية طوال مدة عمله كمنسق لدى شبكة سي بي أس بقوله: «وهذا هو واقع الأمر...» .

إن النظرية التي تقضي بأن الأخبار تعكس حقيقة الأمور تمثل إلى حد بعيد آمالاً كاذبة. وأما الحقائق، فهي توضح أن الأخبار بعيدة كل البعد عن تمثيل واقعي للحقيقة (سنقرأ نقداً مفصلاً لنظرية «المرآة العاكسة للحقيقة» في الفصل العاشر). ولتتمعن في المثال الآتي: في مطلع عام ١٩٨٤، كان الملايين من الأنثويين مهتدون بمجاعة ونقص حاد في المواد الغذائية، وكان عدد الضحايا بالآلاف حينما أدرك بيل بليكمور Bill Blacmore مراسل شبكة: إيه بي سي أهمية هذه القضية كقصة إخبارية تُنقل على الأخبار المسائية. وبناء على ذلك طلب موافقة من رؤسائه على السفر إلى أثيوبيا حتى يتمكن من تغطية هذه القصة. إلا أنه تلقى تعليمات بأن يُعدّ فلماً مصوراً موثقاً بتقرير ثانوي وذلك من مقره في روما. وهذا هو ما فعله المراسل بالتحديد، إلا أن التقرير لم يبيث على الهواء كما كان مقرراً. وقد وصف بليكمور ما دار بذهنه حينذاك بقوله: «صحيح أن هؤلاء الناس يموتون، ولكن ما هم إلا أناس سود»^(١٣).

وبعد انقضاء ستة أشهر فقط، بثت الشبكات الثلاث جميعها تقارير يومية تدور حول القضية ذاتها، وذلك بعد أن قامت هيئة الإذاعة البريطانية ببيث تقرير مطول موثقي بصور تركز على الأطفال الرضع وغير الرضع ممن كانوا على وشك الموت نتيجة الجوع. وقد قامت أخبار إن بي سي بتبني هذا التقرير وعرضه في أوائل شهر تشرين الأول (أكتوبر)، وبعد ذلك أصبحت قضية المجاعة في أفريقيا أكثر الأحداث الإخبارية تغطية في أواخر عام ١٩٨٤. والسؤال هو: لماذا اعتبرت المجاعة قصة ذات قيمة إخبارية عالية في شهري تشرين الأول (أكتوبر) وتشرين الثاني (نوفمبر) ولم تكن جديرة بالاهتمام والمتابعة في شهر شباط (فبراير)؟ والجواب على هذا السؤال يكمن في الحوافز التي تواجه الصحفيين والمحررين.

وتوضّح قصة المجاعة في أثيوبيا أن الحدث الواحد يمكن أن يلقى تغطية إعلامية واسعة، أو يُهمل إهمالاً كلياً. كما تبين هذه القصة أن الأخبار لا تعكس صورة قريبة من الواقع، بل يمكننا القول بأن الأخبار هي فقط ما يتم نقله إلى الجمهور. إن عملية نقل الأخبار بما يشمل دوافع وقيم الصحفيين المرتبطة بالصحافة كمهنة، بالإضافة إلى عملهم اليومي التقليدي، تعد جميعاً عوامل أساسية لفهم الحصيلة النهائية للعمل الصحفي. ويُشار إلى وجهة النظر هذه في بعض الأحيان بـ «النموذج التنظيمي» للأخبار، بمعنى أن الإجراءات التقليدية المتبعة في مؤسسات الأخبار تحدّد القضايا والمواضيع التي تستحق التغطية وتلك التي تُهمل.

¹³ Quoted in Peter Boyer, "Famine in Africa: The TV Accident That Exploded," in Michael Emery and Ted Smythe (eds.), *Readings in Mass Communication* (Dubuque, Iowa, William C. Brown, 1986), p. 293.

ما الذي يُنقل من الأخبار

بالنسبة لكل صحفي أو محرر، هناك عاملان أساسيان لتحديد القيمة الإخبارية للنبا الواحد هما: الجدوى ومناسبة الخبر للجمهور. وتعني الجدوى الملاءمة والتكاليف المترتبة على تغطية أحداث أو مواضيع معينة. فإذا كان مقر المراسل المعني بتغطية الأخبار الدولية هو واشنطن، فتعتبر الوكالات التابعة للحكومة الفدرالية مواضيع مناسبة للتغطية الإعلامية من حيث انخفاض قيمة التكاليف المترتبة عليها. أما إرسال بيل بليكمور مع فريق من المصورين إلى أثيوبيا، فكان يترتب على ذلك اعتبارات تنظيمية معقدة وتكاليف باهظة لشبكة ايه بي سي. وبالنسبة للمراسل السياسي الذي يقوم بتغطية حملة انتخابية رئاسية، يُعتبر منظمو هذه الحملة أنفسهم هم أفضل من يلجأ إليهم للحصول على أخبار هذه الحملة. كما تُعدّ أوثق المصادر بالنسبة للمراسل المختص بالأخبار المحلية، كالجرائم مثلاً، هي مركز الشرطة ومحكمة العدل.

أما مناسبة الخبر للجمهور فتعني أن تتناسب الأخبار التي ينقلها المراسل مع احتياجات الجمهور المعني ووسيلة النقل. فبشكل عام، هناك فروقات ملموسة بين القصة التي يمكن اعتبارها ملائمة لأخبار الشاشة وتلك التي تناسب المصادر المطبوعة. إن قصة إخبارية تحفل بالحركة والألوان ستثير اهتمام مراسل من شبكة سي بي اس أكثر من إثارة اهتمام مراسل يعمل لدى صحيفة وول ستريت جورنال **Wall Street Journal** مثلاً. هذا وتختلف المصادر المحلية عن الدولية في موقفها من الأخبار المختلفة. فنبث الأخبار المحلية نشرات منتظمة عن الأحوال الجوية مثلاً، في حين تُهملها أخبار الشبكات الثلاث إجمالاً، إلا إذا تعرضت منطقة معينة من البلاد لأحوال جوية سيئة أكثر من المعتاد.

كيفية نقل الأخبار

يمكننا النظر إلى أخبار الشاشة على أنها بصورة أساسية خدمة عناوين رئيسية تخضع لنفوذ شركات تجارية كبرى. فالقيود الزمنية، والمعلنون، والحاجة لتحقيق تقديرات عالية تُفسر سبب تركيز معظم تقارير التلفزيون الإخبارية على أحداث محددة وعلى القضايا الكفيلة بأن تحتل العناوين الرئيسية. وبناء على ذلك، فإن أخبار التلفزيون تركز على أحداث معينة حيث تقوم بعرض تقارير محددة عن القضايا العامة موثقة ذلك بأمثلة واقعية (على سبيل المثال محنة إنسان مشرد، مراهق يتعاطى المخدرات، حادث تفجير لطائرة ماء، محاولة قتل، أو مؤتمر صحفي لسياسي ما)، وتتناول تقارير الأحداث هذه الأخبار الهامة والمثيرة والتي تعرض على الشاشة بأسلوب سريع وجذاب. ويقابل هذا اللون من التقارير الإخبارية القصة التي تزود المشاهد بخلفية واضحة عن موضوعها وتحليل عميق موثوق. وتشمل هذه التغطية «الموضوعية» أو الخلفية التغييرات التي تطرأ على تكلفة الخدمات الاجتماعية أو السياسية الحكومية، كما تشمل المتاعب والصعوبات التي تعاني

منها مجموعة من الأفراد أثناء قيامهم باحتجاجات ضد جهة ما، بالإضافة إلى المعوقات التي تعترض سير العدالة في القضايا الإجرامية. ففي حين أن تقارير الأحداث تصور أحداثاً واقعية تعبر عن قضايا محددة، فإن القصة الموضوعية تعرض معلومات أو قضايا عامة غير ملموسة. ومن الناحية المرئية، فإن تقارير الأحداث تُعطي أهمية للصور، بينما تركز التقارير الموضوعية على «الشخصيات الناطقة» أي على الخبراء أو المشاركين في إحياء موضوع ما عن طريق إبداء آرائهم على شاشة التلفزيون. فالبرنامج الإخباري «ساعة ماكنيل/ لهر الإخبارية» المذكور آنفاً، وبعكس معظم البرامج الإخبارية المنقولة على الشبكات، يغطي القمص الموضوعية بشكل رئيس. إلا أن شبكات الأخبار تبعد في الغالب عن هذه التقارير لسبب بسيط هو أنها لا تملك من الوقت ما يسمح لها بعرض خلفية عن كل المواضيع الإخبارية (هذا بالإضافة إلى أن التقارير الموضوعية في أغلب الأحيان لا تكون قادرة على اجتذاب اهتمام المشاهد العادي). ولذلك فإن الفرصة الوحيدة المتاحة أمام الشبكات لتبث هذه التقارير هي خلال الفقرات المخصصة لذلك ضمن النشرة الإخبارية، مثل نشرة سي بي اس «نظرة على أمريكا»، أو نشرة ايه بي سي «جدول أعمال أمريكا»⁽¹⁴⁾.

وقد أثبتت عدة دراسات هيمنة أسلوب تقارير الأحداث الإخبارية على أخبار الشاشة. وعلى سبيل المثال، تركز التغطية الإخبارية التلفزيونية للإحتجاجات الواسعة النطاق على مشاهد محددة أكثر من تركيزها على القضايا التي أدت إلى نشوء الاحتجاجات نفسها. وقد تمثل هذا النمط في التغطية الإخبارية لعمليات الاحتجاج التي قامت ضد حرب فيتنام وضد السعي لتطوير الطاقة النووية⁽¹⁵⁾. كما يلاحظ النمط ذاته في التغطية الإخبارية للخلافات الناجمة بين الإدارة والعمال، إذ نجد أن الزمن المخصص لبث مشاهد لصفوف العمال المتراصة يزيد عن ذلك الوقت المخصص للمناقشات التي تتناول الشكاوى الاقتصادية والسياسية⁽¹⁶⁾ موضوع الخلاف. إن استخدام الأسلوب الإخباري الموجه نحو الحدث يبرر وجود كثرة التقارير الإخبارية عن الإرهاب الدولي، فالمعلومات عن حدث إرهابي محدد لا يكون مصاحباً بمعلومات تتعلق بالخلفية التاريخية، أو الاقتصادية أو الاجتماعية للأحداث ذاتها⁽¹⁷⁾.

¹⁴Backgrounders also take longer to prepare, and because they include interpretation and commentary, they are more susceptible to charges of journalistic bias.

¹⁵Todd Gitlin, *The Whole World Is Watching: Mass Media in the Making and Unmaking of the New Left* (Berkeley: University of California Press, 1980); William Gamson and Andre Modigliani, "Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power," *American Journal of Sociology* 95 (1989): 1-37.

¹⁶Glasgow University Media Group, *Bad News* (London: Routledge & Kegan Paul, 1976).

¹⁷David Altheide, "Format and Symbol in Television Coverage of Terrorism in the United States and Great Britain," *International Studies Quarterly* 31 (1987): 161-76; Shanto Iyengar, *Is Anyone Responsible? How Television Frames Political Issues* (University of Chicago Press, 1991).

الإجراءات التنظيمية

إن الإجراءات التنظيمية لمؤسسات الأخبار تؤثر أيضاً في اختيار الأحداث المراد تغطيتها، وطبيعة هذه التغطية.

مراكز الأخبار

يُعيّن محررو الأخبار الصحفيين في ما يسمى بمراكز الأخبار. وتعتبر مؤسسات الأنباء الأمريكية هذه المراكز أماكن يُحتمل حدوث أخبار فيها. وأكثر هذه المراكز شيوعاً هو مكتب حكومي أو وكالة حكومية بالذات. وبالنسبة للمراسلين الوطنيين. فإن البيت الأبيض ووزارة الدفاع ووزارة الخارجية هي أكثر هذه المراكز جاذبية ومكانة. فعلى سبيل المثال، يحظى مراسل البيت الأبيض وبشكل مستمر بحق الكتابة على الصفحة الأولى من أي صحيفة. ويمثل هذا المركز - مراسل البيت الأبيض - نقطة انطلاق أكيدة إلى قمة عالم الصحافة. ويقول مارتين تولكين Martin Tolchin مراسل النيويورك تايمز في البيت الأبيض بأنه تمكن من نشر تقاريره الاخبارية على الصفحة الأولى مجرد أن الرئيس الأميركي قد تجشأ⁽¹⁸⁾. وعلى النقيض من هذا فإن مراكز المواضيع المتعلقة بالتعليم والعلوم والتكنولوجيا والإقتصاد لا تتمتع بهذه الشعبية لأنها لا تعد مصادر جيدة للأخبار. وبغض النظر عن العمل المستمر الذي يقوم به مراسلو هذه المراكز، إلا أنهم لا يستطيعون ضمان نشر تقاريرهم في الصحف بشكل منتظم.

وتقدّم تغطية التلفزيون للحرب عام ١٩٩١ في الخليج مثلاً حياً على أهمية هذه المراكز في إنتاج الأخبار. فقد كان ما يزيد عن ٥٠٪ من الأخبار التي ظهرت في أخبار مساء تلك الفترة نابعة من ثلاثة مواقع، وهي ما يسمى بالمثلث الذهبي - متمثلاً بالبيت الأبيض، ووزارة الدفاع، ووزارة الخارجية⁽¹⁹⁾. وبالرغم من أن الأحداث المهمة كانت تقع في بغداد، أو جنيف، أو الكويت، أو الرياض، أو موسكو، أو أي مكان آخر عبر البحار، إلا أن معظم التغطية التلفزيونية كانت تأتي من واشنطن.

لقد أدى أسلوب تعيين المراسلين لهذه المراكز إلى إبراز أهمية الوكالات الحكومية والناطقين بإسمها كمصادر مهمة للأخبار. ولقد أصبح اعتماد مراسلي الأخبار المصادر الرسمية أمراً معروفاً. وتظهر دراسة ليون سيغال في عام ١٩٧٣ لمصادر مراسلي الواشنطن بوست ونيويورك تايمز بأن ما يزيد عن ثلاثة أرباع الأخبار كانت تستند إلى مصادر

¹⁸Quoted in Michael Grossman and Martha Kumar, *Portraying the President* (Baltimore: Johns Hopkins University Press, 1981), p. 61.

¹⁹Timothy Cook, "Domesticating a Crisis: Washington Newsbeats, Human Interest Stories and International News in the Persian Gulf War," presented at the Science Research Council, Seattle, Wash., September, 1991.

حكومية⁽²⁰⁾ مما يؤكد بأن اعتماد المراسلين على المصادر الحكومية قائم منذ مدة طويلة ولا يزال. ويصف أحد الكتاب هذا النمط بقوله: «إن أكثر المعلومات مصداقية واعتماداً بالنسبة للصحفيين هي تلك الصادرة من أكثر المصادر اضطلاماً، وهذه المصادر بدورها تمثل الخبراء والمسؤولين ذوي الصلاحيات على مجرى الأحداث الدائرة»⁽²¹⁾.

وينظر المراسلون المعاصرون إلى البيانات الرسمية والبيانات الإخبارية وبيانات الحكومة الصحفية على أنها المكونات الرئيسة لشبكة الأخبار. ويظهر جلياً أثر المسؤولين فيما - ينشر من أخبار. فالأخبار التي تتجاهل المصادر الرسمية ولا تماشى التيار الشعبي العام (كالقصص التي تحقق في فضائل العمل الخيري) أقل ظهوراً من غيرها. وبالرغم من عدم اعتراض أحد على وجود مراسلين يكتبون عن أعمال الحكومة، فإن الاعتراض هو أن المراسل لا يستطيع الذهاب إلى ما هو أبعد من ذلك. وسنعالج طريقة سير هذا النظام من الصحافة التفضيلية بشكل أوفى في الفصل العاشر.

الصحافة المكررة

نظراً لاعتماد معظم الصحفيين وبشكل كبير على نفس المصادر الرسمية فإنهم يقومون بتغطية نفس الأخبار. وبالإضافة إلى هذا، فإن الصحافة تحتوي نظاماً معيناً لانتقاء الأخبار وفيه يتمتع مراسلو الصحف الكبرى كالواشنطن بوست والنيويورك تايمز بدور الرواد في نشر الأخبار. والأخبار التي تظهر في هذه الصحف يعاد ظهورها في نشرات الأخبار المسائية للشبكات الإخبارية الأخرى وتبث عبر وسائل الاتصالات السلكية الأخرى عبر البلاد كلها. وهذا النمط المسمى - الصحافة المكررة - يضمن وإلى حد كبير اهتمام الإعلام بهذه القضايا بالذات. وعلى سبيل المثال في يوم ١٠ شباط (فبراير) ١٩٩٢ نشر تحقيق صفحي على الصفحة الأولى للنيويورك تايمز يتناول الإعلانات التلفزيونية التي يئتها مرشحو الرئاسة الأمريكية في نيوهامبشير وفي نفس المساء قررت ديبي ديرزل **Debbie Derzel** مخرجة أخبار في محطة **KPLX** في سان فرانسيسكو - والتي كانت قد قرأت هذه التحقيق - أن تقوم بتحضير فقرة خاصة في أخبار العاشرة مساءً تتناول الدعاية السياسية في الانتخابات الرئاسية⁽²²⁾.

وكما يؤدي هذا النوع من الصحافة إلى تغطية الصحف ومحطات التلفزة لنفس الأخبار، فإنه يؤدي كذلك إلى فقدان نفس المواضيع والقصص الأخرى. وكانت صفقة

²⁰ Leon Sigal, *Reporters and Officials* (New York: D.C. Heath, 1973).

²¹ Mark Fishman, *Manufacturing the News* (Austin: University of Texas Press, 1980), pp. 93-94.

²² Personal communication with Ms. Debbie Derzel.

السلاح غير المشروعة بين وزارة الدفاع (البتاجون) وإيران والتي استمرت عدة أشهر إحدى هذه القصص. فهذه القصة لم تكشفها مصادر أمريكية. بل على العكس فقد علم الصحفيون الأمريكيون بهذه الفضيحة بعد أن قامت مجلة الشراع اللبنانية، وهي مجلة صغيرة نسبياً، بنشر الخبر على شكل سبق صحفي.

اعتبارات القراء والمشاهدين

بالإضافة إلى بحث الصحفيين الدائم عن أخبار ذات مصداقية، فإنهم بحاجة إلى تصميم قصة تجذب وتحظى باهتمام المشاهدين. ولا يعد معظم الأمريكيين السياسة والحكومة من الأمور المهمة ولذا فإن على المرسلين تبسيط الأحداث والمواضيع المعقدة لتصبح قصصاً من السهل فهمها. ويتبع هؤلاء المرسلون عدة أساليب لتحقيق هذا الهدف، وذلك بالتركيز على أحداث ذات عنصر درامي مشوق يتضمن الصراع والإثارة والجنس والعنف، أو بالتركيز على أحداث غير عادية أو إضفاء ترابط وشكل على الأحداث وتغطية المواضيع التي لها صلة بالأفراد، ويمكن استغلالها لتمثيل أشخاصاً معينين. ومن النصوص والخدع المعتادة التي تستخدمها الصحافة تلك التي تصور الفرد الضعيف في مواجهة البيروقراطية، والحكومات المستهلكة وغير الكفؤة وأخطار حياة المدن.

في عام ١٩٩١ كانت جلسات استماع لجنة الشؤون القضائية المتعلقة بتعيين القاضي كلارنس توماس في محكمة العدل العليا الأمريكية ملخصاً لقصة إخبارية مثيرة. حيث اتهمت الاستاذة أنيتا هيل Anita Hill إحدى خريجات جامعة ييل سوداء مواطنتها القاضي توماس وهو أيضاً أحد خريجي جامعة ييل أسود بتعريضها لمضايقات جنسية أثناء العمل. وقد تضمنت الادعاءات مصطلحات جنسية صريحة، ووفرت القضية مواجهة بين طرفين يتمتعان بالمصداقية والقدرة على النقاش، وكلا الطرفين قد سلكا طريقاً طويلة للوصول إلى مراكزهما المرموقة من بيوت فقيرة. وركزت القضية أيضاً على موضوع يهم النساء والرجال العاملين على حد سواء. وعلاوة على ذلك فإن الشهادة التي قدمت في التحقيق الأولي كانت قادرة على دحض قرار تعيين القاضي كلارنس توماس الذي أقره مجلس الشيوخ. وبوجود هذه المميزات المثيرة المحيطة بالقصة، فإنه ليس من الغريب أن يتابع ٣٠ مليون مشاهد التحقيق في يومه الأول الموافق ليوم الجمعة ١١ تشرين الثاني (نوفمبر). وفي يومي السبت والأحد لم تستطع شبكات التلفزة الثلاث الرئيسة من تغطية التحقيقات بشكل مستمر نظراً للوقت المخصص للأحداث الرياضية، ولكن قدرة هذه القصة على جذب المشاهدين أدت إلى أن شركة البث الإذاعي العام PBS والتي كانت الوحيدة التي نقلت كل

حيثيات القضية - قد استطاعت أن تجذب عدداً من الجمهور موازٍ لأي من شركات البث الأخرى. وعلى الصعيد الوطني فقد جذبت هذه القضية عدداً من المشاهدين أكبر من ذلك الذي تجذبه مباريات كرة القدم الأمريكية للجامعات، أو تصفيات لعبة البيسبول (كرة القاعدة)، أو كرة القدم الأمريكية للمحترفين. وأثناء يوم السبت بثت كلا من شركتي (ان بي سي NBC) و (ايه بي سي ABC) هذه الجلسات وحصلت على تقدير يبلغ ٤٦ر٥٪ بالمقارنة مع ٩٪ لشركة (سي بي إس CBS) والتي كانت تبث وقتها المباراة الخامسة في تصفيات أتلانتا - بيتسبرغ في نهائيات البيسبول⁽²³⁾.

الموضوعية والعدل

وآخرُ الاعتبارات في إنتاج الأخبار هو الموضوعية والعدل، وهذا نمطٌ أساسي في مهنة الصحافة. فمنذ انقضاء عهد الصحافة الحزبية ووسائط الأخبار في أمريكا. تعتبر غير حزبية. ومع أن الصحف والمجلات تقوم بنشر مقالات تعرض آراء وقضايا معينة سواء بالتأييد أو الرفض، فإن تغطية الأخبار والمقالات نشاطات مختلفة تماماً، وعادة ما تُفصل المقالات في قسم خاص بها. هذا ويُدرَّب المراسلون على وصف الأحداث بطريقة واقعية وموضوعية. وكما سيظهر لاحقاً فهناك اختلاف كبير حول مدى تطبيق الإعلام الإخباري عملياً لهذه المبادئ.

وفي الواقع فإن نمط الموضوعية المتبع يعرض ما يُسمى بتقرير الرأي والرأي المقابل فإذا ما كانت هناك وجهتا نظر مختلفتان حول موضوع ما فإن المراسل يعرض الاثنين. فعند عرض تقرير حول تمديد فترة تقديم التعويضات للعاطلين عن العمل يقدم التقرير وجهة نظر الجانبين؛ أحدهما وهو جانب الملايين من الناس الذين انتهت تعويضاتهم والذين سيستفيدون من هذا التمديد (وهو توجه الحزب الديمقراطي)، والجانب الثاني يعرض النقاش حول كلفة هذا التمديد (وهذا توجه الحزب الجمهوري). وإذا ما كان التقرير الإخباري سيمثل خلفية لهذا الموضوع باحتوائه على التحليلات والتفسيرات الكافية فإن الأفراد المشاركين سيمثلون بالعادة كلا الحزبين السياسيين.

وخلاصة القول، فإن كلا الصحافة المرئية والمطبوعة تميلان إلى جمع الأخبار بصورة رئيسية من مصادر رسمية. وتختلف طبيعة هذه الأخبار باختلاف الوسط الناقل لها. فأخبار التلفاز مصممة على شكل حلقات لتجذب وترضى أكبر عددٍ من المشاهدين. وتمثل الصحافة المطبوعة والإذاعة أنماط عدم الحزبية، وعادة ما تقدم أخبارها بشكل محايد أيديولوجياً.

²³"Hearings Capture Big Audience," *New York Times*, October 13, 1991, A20.

تغطية الحملات الانتخابية

نحاول في بقية هذا الفصل تطبيق هذه العموميات المتعلقة بانتاج الأخبار على تغطية أخبار الحملات الانتخابية. وكما سيظهر لاحقاً فإن موضوعي «حمى الانتخابات» و«الشخصية» هما أهم مظاهر الحملات السياسية كما أن التقارير السياسية عادة ما تخضع لأنماط الموضوعية والعدل.

تغطية حمى الانتخابات

توفر المسيرات، والخطابات، والتجمعات، واختلاط المرشحين بالحشود، مادة خصبة لأخبار الحملات الانتخابية دائماً. ومع تطور دور التلفاز فإن هذه المشاهد المؤثرة أصبحت من الدعائم الرئيسة للتغطية الإخبارية. وقد أثبتت العديد من الدراسات حول صحافة الحملات الانتخابية (سواء المطبوعة أو المذاعة منها) أن الأخبار تركز ودون تمييز على الحملات الانتخابية وكأنها مسابقة أو سباق. فالتقارير الإخبارية التي تدور في محورها حول موقف المرشحين عند مراكز استطلاع الرأي العام، والاستراتيجيات التي يستخدمونها في دعاياتهم، وعدد الجماهير التي تحتشد عند ظهورهم، وجهودهم لجمع الأموال، بالإضافة إلى فرصهم في النجاح، تفوق وبشكل كبير التقارير التي تغطي مواقفهم حول المواضيع ذات الصلة، ومعتقداتهم المذهبية، وتجاربهم السابقة أو طريقتهم في صنع القرار. وبدلاً من قيام شبكات الإعلام بزيادة وعي المواطنين حول الأمور الهامة المتعلقة بالمرشحين كمؤهلاتهم، وطموحاتهم، وبرامجهم فإنها توجه «أكثر تغطيتها الإخبارية نحو التفاهات المحيطة بالحملة السياسية... وبالتالي فإن ما يراه المشاهد هي تلك التفاهات التي تبرزها شبكات الأخبار، وهي بالضبط ما يصف ويعرف به المشاهد عالم الانتخابات الذي لا يراه»⁽²⁴⁾. وبينما أظهرت بعض التحليلات الحديثة مبالغة نقاد الصحافة في إظهار طغيان تغطية حمى الانتخابات⁽²⁵⁾، إلا أنه مما لا شك فيه أنها مسؤولة عن حصة كبيرة من أخبار الحملات. وكما بين روبنسون **Robinson** وشيهان **Sheehan** فإن تغطية حمى الانتخابات تنفذ إلى كل ما تقوم به الصحافة من تغطية للمرشحين والانتخابات⁽²⁶⁾.

²⁴Thomas Patterson and Robert McClure, *The Unseeing Eye: the Myth of Television Power in National Elections* (New York: Putnam, 1976).

²⁵See, for example, Henry Brady and Richard Johnston, "What's the Primary Message?" in Garry Orren and Nelson Polsby (eds.), *Media and Momentum: The New Hampshire Primary and Nomination Politics* (Chatham, N.J.: Chatham House Publishers, 1987), pp. 127-186.

²⁶Michael Robinson and Margaret Sheehan, *Over the Wire and on TV: CBS and UPI in Campaign '80* (New York: Russell Sage Foundation, 1980), p. 148.

إن أحد أسباب بروز حمى الانتخابات في التغطية الإخبارية هو سهولة تصنيفها وإنتاجها نسبياً. فمعظم شركات الأخبار قد تحولت إلى مراكز لاستطلاع الرأي العام، مما يوفر هذا النوع من المعلومات للصحفيين بسهولة، ولا يلزم لإخراجها في كثير من الحالات إلا ضغطة زر كمبيوتر.

ومن وجهة نظر مراسلي ومحرري التلفاز فإن تغطية حمى الانتخابات مرغوبة ليس فقط لاحتوائها على لقطات جيدة ولسهولة كتابتها، ولكن لأن التحليلات المقدمة في العادة صادقة نسبياً. فتوقعات المرشحين الانتخابية، وموقعهم في مراكز استطلاع الرأي العام، وجهودهم لجمع التبرعات، واحصاءات مندوبي المرشحين وغيرها من المؤشرات تمثل معلومات موضوعية وغير متحيزة حول وضع المسابقة الانتخابية. وهكذا تضيء تغطية الحملات الانتخابية على نفسها طابع الموضوعية. هذا وقد بدأت تغطية التلفاز لحمى الانتخابات تأخذ طابعاً تحليلياً في السنوات الأخيرة، فأصبحت التقارير الإخبارية تتضمن مقابلات مع خبراء في الحملات الانتخابية والذين يقومون بدورهم بتفسيرها، وفي كثير من الأحيان تبيان زيف كثير من نشاطات المرشحين في خلق صورهم الانتخابية. ففي حين بثت هذه الشبكات ٣٧ مقابلة من هذا النوع في عام ١٩٨٨، لم تقم ولو مرة واحدة ببث مقابلة مع خبراء ومحللين في عام ١٩٧٢⁽²⁷⁾.

وتطور هذا الجانب من تغطية الانتخابات فإن القدر المحدد من التغطية للمرشحين في تضاؤل مستمر. وبشكل عام، نظراً لطبيعة التلفاز المتسارعة فإن على المرشحين أن يركزوا خطاباتهم على ما يُسمى - بمقتطفات صوتية - وهي عبارة عن قطعة من الأخبار كافية لإظهار المرشحين يتكلمون. ويحاول المرشحون دائماً إيجاد مقاطع كلامية تجذب الانتباه وعناوين رئيسة فعالة لتمثل حملاتهم. والمرشحون الذين لا يستطيعون إدخال مواد صالحة للتلفزة في خطاباتهم فإنهم بكل بساطة لا يحصلون على التغطية التي يحظى بها غيرهم. وقد تضمنت قائمة هذه المقتطفات الصوتية في السنوات الأخيرة عدداً من المقاطع الجديدة كانتقاد والتر مونديل في عام ١٩٨٤ أثناء الانتخابات الأولية للحزب الديمقراطي للسيناتور غاري هارت لعدم واقعيته بقوله: أين اللحم؟. وقول السيناتور لويد بينستن للسيناتور دان كويل في عام ١٩٨٨ أثناء المناظرة التي جرت بينهما على منصب نائب الرئيس أنت لست جاك كينيدي، وأخيراً قول الرئيس جورج بوش أثناء تنصيبه رئيساً للولايات المتحدة: «اقرأوا شفتي، لن يكون هناك ضرائب جديدة».

²⁷Daniel Hallin, "Sound Bite News: Television Coverage of Elections," *Journal of Communication* (Spring, 1992), forthcoming.

ولا يزال اتجاه تغطية الأخبار التلفزيونية للحملات الانتخابية نحو تقصير المقطعات الصوتية للمرشحين مستمراً. ففي حملة عام ١٩٦٨ كان معدل طول هذه المقطعات يبلغ ستين ثانية، وبحلول عام ١٩٨٨ كانت قد تقلصت إلى تسع ثوانٍ⁽²⁸⁾. وقبل أن ندين الصحافة المرئية لفشلها بتقديم المرشح من خلال كلماته، من الجدير بالذكر أن الصحف كذلك قد فشلت في تقديم أقوال السياسيين كما يجب ففي إحدى نشرات صحيفة الواشنطن بوست الحديثة حول ردة فعل الرئيس جورج بوش ورؤساء مجلس الشيوخ عن انتخابات ١٩٩٠، لم يزد معدل الاقتباس عنهم عن عشر كلمات⁽²⁹⁾.

إن للتركيز المستمر على الجانب الاستراتيجي للحملة الانتخابية آثاراً هامة بالنسبة للمرشحين. ففي حملات الرئاسة الانتخابية تتمسك وسائل الإعلام بالتنافس الأدبي وأكثرها أهمية تلك التي تقام في نيوهامبشير وأيوا. وتعتبرها مؤشرات أولية للنتائج النهائية للحملات. وفي الواقع فإن حجم التقارير الإخبارية المخصصة للتنافس في نيوهامبشير وأيوا يزيد في عدده عن عدد مندوبي المرشحين المتنافسين في تلك الولايات. ففي عام ١٩٨٤ حصلت الانتخابات الأولية في نيوهامبشير على تغطية صحفية تزيد عن التغطية لجميع الانتخابات الأولية في الولايات الجنوبية والحدودية، وقد حصلت نيوهامبشير وأيوا على تغطية تزيد بنسبة ٣٢٪ أثناء حملة الرئاسة الانتخابية في عام ١٩٨٤، مع العلم بأن نسبة السكان فيهما لا تزيد عن ٣٪⁽³⁰⁾.

وبالنسبة للمرشحين الذين يحرزون نتائج جيدة في هذه المنافسات الأولية والذين يستطيعون جذب عدد كبير من الأخبار فإنهم يستفيدون من الزخم الذي توفره لهم هذه الأخبار، حيث تجذب حملاتهم الانتخابية عدداً كبيراً من المتطوعين والعديد من التبرعات النقدية، كما أن شعبيتهم تزداد في مراكز استطلاع الرأي العام مما يوفر دافعاً كبيراً لحملاتهم. وبالعكس، فإن الصحافة تصنف المرشحين الذين لم يحرزوا تقدماً في هذه الأوليات تحت اسم - الذين فقد منهم الأمل - وبالتالي تصدر حكم الإعدام على جهودهم السابقة. وما بين هذين النقيضين يقع المرشحون (المقبولون) والذين عليهم إثبات قدرتهم على الفوز وذلك لحصولهم على مراكز ثانية وثالثة في هذه الأوليات. (مثل جيرى براون في أوليات الحزب الديمقراطي عام ١٩٩٢).

²⁸See Hallin, 1992.

²⁹G. R. Boynton, "The Disappearing Sound-Bite," *Political Communication Report* (Moorehead, Minn.: Moorehead State University, 1991).

³⁰William Adams, "As New Hampshire Goes....," in Orren and Polsby, 1987, pp. 42-59.

إن أهم عوامل تغطية حصى الانتخابات في المراحل المبكرة للانتخابات هو قدرة المرشحين على التفوق على توقعات الصحفيين «وترتيب» احتمالات فوزهم. فإذا ما فاز أحد المرشحين الذي كان يعتبر فقط من المقبولين في الأوليات فإن نجاحه يُعدّ خبراً مهماً لأنه فاق التوقعات. ففي عام ١٩٨٠ كان رونالد ريغان المنافس الجمهوري الأول، ولم يحظ جورج بوش بفرصة الترشيح؛ ومع هذا فقد تمكن بوش من هزيمة ريغان في مؤتمرات الحزب الجمهوري الأولى⁽³¹⁾ في أيوا. وتبع هذا فوراً أن زادت تغطية الأخبار لحملة جورج بوش أضعافاً عما كانت عليه. وحدث نفس الأمر في جانب الحزب الديمقراطي عام ١٩٨٤. فقد حلّ غاري هارت ثانياً في مؤتمر الحزب الديمقراطي في أيوا، واعتبرته الصحافة تهديداً حقيقياً لوالتر مونديل. ومن الجدير بالذكر أن هارت حصل فقط على ٢٠٠٠ صوت زيادة عن جورج ماغوفن الذي حلّ ثالثاً. ولكن الصحافة كانت قد صرفت النظر عن ماغوفن (بعد مشاركته السيئة في انتخابات الرئاسة ١٩٧٢) وهكذا لم تتلق حملته أي تغطية أخرى. وبذا أصبح غاري هارت حديث الصحافة واختفى ماغوفن عن الساحة مع العلم أنهما حصلوا على نفس الدعم تقريباً.

موضوع الشخصية

أثناء فترة رئاسة جون كيندي القصيرة للولايات المتحدة لم يكن الشعب الأميركي على علم بنشاطاته المتعددة خارج نطاق الزوجية. وبالرغم من معرفة معظم صحفيي واشنطن بشهية كيندي للعلاقات الجنسية خارج رباط الزوجية، فإن أحداً منهم لم يحاول نشر تحقيقي عنها. (في الواقع إن العديد من المراسلين قد شهدوا شخصياً علاقات كيندي مع نساء أخريات). ولم يعلم أحد بهذه الحقائق إلا بعد مرور سنوات على اغتيال كيندي حيث أخذت وسائل الإعلام على الصعيد الوطني بنشرها.

هذا وقد شهدت عادة الصحفيين بعدم التحقيق في النشاط الخاص للشخصيات الوطنية ومنهم الرؤساء تغيراً كبيراً منذ بداية الثمانينات. ففي عام ١٩٨٨ كان السناتور السابق غاري هارت منافس الحزب الديمقراطي الرئيسي بعد اقترابه من هزيمة والتر مونديل في عام ١٩٨٤. ولكن السناتور هارت كان يتمتع بسمعة زير نساء مما أدى في النهاية إلى القضاء على مستقبله السياسي. وفي رد له على ادعاءات الكثير حول هذا الموضوع، قام السناتور هارت بتحدى الصحافة بقوله: «اتبعوني! راقبوا ماذا أفعل، لا يهمني.. موضوع كوني زير نساء.. وأنا جاد إذا أراد أحدكم توريطي فليفضل، لأنه لن يجد شيئاً وسيصاب بالملل»⁽³²⁾.

³¹Michael Robinson and Margaret Sheehan, 1980.

³²E. J. Dionne, Jr., "Gary Hart: The Elusive Front Runner," *New York Times*, May 3, 1987, p. A38.

وفي نفس اليوم، ٣ أيار (مايو) الذي ظهرت فيه تعليقات هارت أصدرت صحيفة الميامي هيرالد تحقيقاً يفيد بأن هارت قد قضى الليلة السابقة بصحبة امرأة من ميامي بشقته في واشنطن حيث قام صحفيو الميامي هيرالد بمراقبة شقته طوال الليل وصوروا العارضة السابقة دونا رايس Donna Rice وهي تدخل الشقة أثناء الليل وتغادرها في اليوم التالي. وقد ظهرت قصة هارت - رايس على الصفحات الأولى للصحف لعدة أيام، وبعد ذلك بمدة سئل هارت وأثناء مقابلة تلفزيونية إذا ما كان قد قام بالزنا فتفادى الإجابة عن هذا السؤال بقوله: «أنا لست مضطراً للإجابة». ومنذ ذلك الوقت أصبحت حملته في عداد الماضي وقد انسحب يوم ٧ أيار (مايو) ١٩٨٧ بعد أن أعلم أحد صحفيي الواشنطن بوست أعضاء حملته الانتخابية بأن الصحيفة على وشك نشر قصة حول علاقة لهارت مع إحدى النساء في واشنطن والتي استمرت فترة طويلة.

وفي وقت قريب تعرض حاكم أركنسو، بيل كلنتون، أثناء حملته الانتخابية للرئاسة لاتهامات بالخيانة الزوجية. حيث ادعت جنيفر فلورز Jennifer Flowers، إحدى موظفات الولاية السابقات بأنها كانت على علاقة بالحاكم لمدة اثني عشر عاماً. وقد أنكر بيل كلنتون هذه الادعاءات. هذا وقد ظهرت قصة جنيفر فلورز في إحدى صحف الفضائح أولاً، ولكن الادعاءات سرعان ما انتقلت إلى الصحف المحترمة وظهرت على صفحاتها كما ظهرت في كل وسائل الإعلام الأخرى.

ويظهر جلياً أن اهتمام الصحافة بالحياة الشخصية للسياسيين قد ازداد بدرجة كبيرة في الثلاثين سنة الأخيرة. ويعد صحفيو اليوم العادات والأذواق وغيرها من الصفات الشخصية للشخصيات العامة مجالاً مفتوحاً للتحقيق. وأثر موضوع الشخصية في السنوات الأخيرة على عديد من الحملات الانتخابية الرئاسية. فعلى جانب الحزب الديمقراطي عانى كل من توماس إيغلتنون Thomas Eagleton، وجيرالدين فيرارو Geraldine Ferraro، وجوزيف بايدن Joseph Biden، وغاري هارت Gary Hart ومايكل دو كاكيس Michael Dukakis، وبيل كلنتون بسبب تسليط الضوء على أحد جوانب حياتهم الخاصة. كما عانى من ذلك الجمهوريون سواء بسبب تجاوزات أعضاء الحزب أو زوجاتهم، كما في حالة رتشارد نيكسون، وجيرالد فورد، وبات روبرتسون Pat Robertson، ودان كويل.

لماذا اهتمام الصحافة المفاجئ بموضوع الشخصية؟ في البداية، لقد تغيرت أنماط الصحافة تغيراً كبيراً عما كانت عليه سابقاً. ففي الخمسينات والستينات كانت الحوادث المتعلقة بالحياة الشخصية للمرشحين تعد «غير مهمة إلا إذا أثرت وبشكل مباشر على أداء المرشح

أثناء عمله⁽³³⁾. كما أن تردد الصحفيين في التحقيق في حياة المرشحين وأسرارهم الخاصة كان متعلقاً بالترتيب العام للصحافة والتي كانت تتألف في مجملها من الذكور فقط، وما ينتج عن ذلك من فضح لسلوك الذكور الخفي. ولكن تغيرت هذه الصورة في السبعينات حيث دخلت النساء مجال الصحافة وعين العديد منهن لتغطية الحملات السياسية. وفوق هذا كله فإن الأحداث التي وقعت في السبعينات، ومن ضمنها فضيحة ووترغيت وغيرها من الأحداث التي أظهرت أعضاء مجلس الشيوخ وممثلي الشعب يمارسون تصرفات غريبة وغير مقبولة، أوحى للناس أن ضعفهم الشخصي قد ينعكس على السياسة. كما أن المنافسة الشديدة لجذب المزيد من القراء والمشاهدين أدت إلى توليد ضغط على الصحافة للحصول على المزيد من القصص المثيرة والتي تجذب الانتباه⁽³⁴⁾. وهكذا، ففي هذه الأيام تحولت أخبار المرشحين كلها إلى قصص قابلة للنشر ابتداءً من قصص الغرام (غارني هارت، تيد كنيدي، وبيل كلنتون)، إلى سيطرتهم على مشاعرهم كما في حال (إيد موسكي Ed Muskie وبات شرويدر Pat Schroeder) ومروراً إلى طريقتهم في الكلام وألفاظهم (جيسي جاكسون Jesse Jackson وبوب كيري Bob Kerrey) إلى سجلاتهم في كلية الحقوق (جو بايدن Joe Biden)، وتهربهم من الخدمة العسكرية (دان كويل وبيل كلنتون) وانتهاءً بأذواقهم في الطعام (جورج بوش والبروكولي - وهو من أصناف القرنبيط). ويصف روبرت نوكاك أحد المرسلين السياسيين الخضرمين نظرة الصحافة السائدة هذه بقوله: «إن التصرفات الشخصية هي الطريق إلى ردة الفعل الشعبية»⁽³⁵⁾.

ومع أن معظم الأخبار عن الشؤون الشخصية في الحملات الأخيرة تركّز على أحداث يظهر فيها المرشحون ضعفاء وغير صادقين ولا أخلاقيين، فإن المرسلين يركزون في عديد من الحالات - وبتشجيع من المرشحين - على صفات إيجابية. فعلى سبيل المثال، في بداية حملة بوش الانتخابية عام ١٩٨٨، ركزت الحملة على تجاوز الصورة التي أظهرت الصحافة بوش بها ضعيفاً وخائفاً وغير حازم. وهو ما كانت تشير إليه بقولها - إمعة - وقد وفرت المقابلة التلفزيونية التي بثت على الصعيد الوطني في برنامج (مواجهة Encounter) مع الصحفي الكبير دان راذر Dan Rather من CBS في يوم ٢٥ كانون الثاني (يناير) ١٩٨٨ الفرصة

³³Larry Sabato, *Feeding Frenzy: How Attack Journalism Has Transformed American Politics* (New York: Free Press, 1991), p. 30.

³⁴A telling case of the competitive pressures facing reporters is described by Sabato. "Express-News columnist Paul Thompson broke a front-page story about Mayor Henry Cisneros' extramarital affair in October 1988. Cisneros had told Thompson of the romance on condition of confidentiality, but Thompson unilaterally violated the ground rule because he feared his rival newspaper was about to publish the story. 'I wasn't going to be shut out on some ethical punctilio,' noted Thompson." (Sabato, 1991, pp. 57-58)

³⁵Quoted in Sabato, 1991, p. 83.

لجورج بوش ليثبت أنه ليس من السهل التلاعب به، على الرغم من الكثيرين اعتقدوا أن هذه المقابلة خطط لها أعضاء حملة بوش مسبقاً.

وأعلن جورج بوش في اليوم التالي للمقابلة التي استغرقت تسع دقائق أنها لم تكن مدروسة وأنه كان سعيداً جداً بأدائه⁽³⁶⁾.

الموضوعية والعدل

كبقية الأخبار، يجب أن تكون أخبار الحملات الانتخابية موضوعية ومحايدة. ومع هذا فإن معظم المرشحين يشكون من أنهم لا يتلقون الاهتمام الذي يستحقونه كمنافسيهم، وأن التغطية التي يحظون بها سلبية، وأن التقارير عنهم متحيزة ومحرقة ومصممة لتخرّب على المرشحين.

وقد أظهرت الأبحاث التي أجريت على تقارير الحملات الانتخابية أن الصحافة وبشكل عام محايدة تجاه المرشحين⁽³⁷⁾. وكانت الدراسة التي قام بها مايكل روبنسون ومارغريت شيهان أثناء حملة الانتخابات الرئاسية عام ١٩٨٠ أكثرها تنظيماً. فقد قام روبنسون وشيهان بدراسة القصص الإخبارية التي قامت بثبها شبكة أخبار CBS وحفظتها مؤسسة (يونيتد برس انترناشيونال UBI) خلال الفترة الانتخابية كلها. وأشارت نتائجها إلى أن التغطية الإخبارية للحملات الانتخابية موضوعية بشكل لا يقبل الشك بمعنى أنها تقوم بنقل معلومات عن أحداث معينة أو وقائع أو بيانات، دون أن يكون هناك مداخلات أو تحليلات لهذه الأحداث والوقائع والبيانات. كما أن التقارير الإخبارية تخلو من التدخلات التحريرية، وبيّنت الدراسة كذلك أن النبرة التعميمية للتقارير الإخبارية سواء كانت الأخبار جيدة أو سيئة - محايدة دوماً⁽³⁸⁾.

وهكذا تبين دراسة روبنسون - شيهان أن قيم وأتماط الصحافة العامة تنطبق أيضاً على صحافة الحملات الانتخابية. وأن المراسلين يحاولون جهدهم تقديم معلومات حقيقية عوضاً عن تقديم تحليلات وتعليقات. وبالطبع، وكما سيظهر في الفصل القادم، فإن للمراسلين أسلوباً خاصاً في تمييز أي الأحداث والوقائع والبيانات التي يريدون تغطيتها، وكيف تؤثر هذه الخيارات وبشكل كبير على المرشحين. وبغض النظر عن كون التقارير المتعلقة بالحملات الانتخابية موضوعية أم لا، فإن نتائج هذه التقارير بالنسبة للمرشحين أبعد ما تكون عن الحيادية.

³⁶Facts on File, vol. 48, no. 2462 (January 29, 1988), p. 50. Immediately following the exchange, Bush commented, "The bastard didn't lay a glove on me."

³⁷According to a study of the 1972 presidential campaign, "most news stories cannot be coded as favorable or unfavorable to a candidate, a political issue or party." Richard Hofstetter, *Bias in the News* (Ohio State University Press, 1976), p. 50.

³⁸Robinson and Sheehan, 1980, chap. 5.

وفي الخلاصة، فإن الأخبار هي نتاج نظام متطور من التقارير الإخبارية، وأن هذا النظام يركز على الأخبار التي يسهل الحصول عليها من مصادر رسمية ومسؤولة. ولأن الأخبار منتج يحتاج إلى جمهور ليولد مدخولاً على المعلنين، فإن على المرسلين أن يقدموا العروض التي تثير اهتمام الناس. وتعد البساطة والوضوح واللون والخطوط العريضة للقصة السمات الرئيسة للتقرير الإخباري. وبالطبع فإن هذه الميزات غالباً ما تضيع في عالم السياسة والشؤون العامة الغامض والمشوش. وفي النهاية، فإن الأخبار ليست مجرد انعكاس بسيط لأحداث اليوم الرئيسة، بل إنها، وفي الغالب، نتاج عددٍ من الخيارات والقرارات يتخذها خبراء في بيئة معنية وفق قواعد وحوافز وتوقعات محددة بدقة.

Suggested Readings

- C. Anthony Broh. 1987. *A Horse of a Different Color: Television's Treatment of Jesse Jackson's 1984 Presidential Campaign*. Washington, D.C.: Joint Center for Political Studies.
- Peter Clarke and Susan Evans. 1983. *Covering Campaigns: Journalism in Congressional Elections*. Palo Alto: Stanford University Press.
- Timothy Crouse. 1972. *The Boys on the Bus*. New York: Random House.
- Edward Epstein. 1973. *News from Nowhere*. New York: Random House.
- Mark Fishman. 1980. *Manufacturing the News*. Austin: University of Texas Press.
- Herbert Gans. 1979. *Deciding What's News*. New York: Vintage Books.
- Stephen Hess. 1984. *The Government/Press Connection: Press Officers and Their Offices*. Washington, D.C.: Brookings Institution.
- S. Robert Lichter, Daniel Amundson, and Richard Noyes. 1988. *The Video Campaign*. Washington, D.C.: American Enterprise Institute.
- Michael Robinson and Margaret Sheehan. 1983. *Over the Wire and on TV*. New York: Russell Sage Foundation.
- Larry Sabato. 1991. *Feeding Frenzy: How Attack Journalism Has Transformed American Politics*. New York: Free Press.
- Michael Schudson. 1978. *Discovering the News*. New York: Basic Books.
- Leon Sigal. 1973. *Reporters and Officials*. New York: D.C. Heath.
- Gaye Tuchman. 1978. *Making News: A Study in the Construction of Reality*. New York: The Free Press.

القسم الثاني

رجال السياسة

مع تزايد الشغف الأمريكي بالتلفاز، شهدت آلة السياسة تغيراً جذرياً هي الأخرى. غير أن الأهم من ذلك هو الانحسار المستمر لتنفيذ الحزب السياسي. فبعد أن كان السياسيون معتمدين على موظفي الحزب المحلي وناشطيه، أخذوا الآن بالاعتماد على المستشارين الإعلاميين، وجامعي الأموال، ومنظمي الاستطلاعات، والطواقم السياسية والإدارية التي تعمل لحساب سياسي معين لا لحساب منظمات حزبية.

لا يمكن لظاهرة انتشار تقنية البث أن تفسر لوحدها التغيرات الجوهرية في الشؤون السياسية لدى الأمريكيين. ففي بعض المجتمعات الصناعية الأخرى، يحتل التلفاز ذات المكانة المتطورة غير أنه يلعب دوراً أقل بكثير في إحداث أي تأثير سياسي. ففي بريطانيا مثلاً يمكن للناخبين أن يشاهدوا تحركات نوابهم ونشاطاتهم تماماً كما يشاهد الأمريكيون ممثلهم المنتخبين ومع هذا فإن التلفاز أقل أهمية في الحياة المهنية للسياسيين البريطانيين.. فأين إذاً يكمن الفرق؟ ينبغي الإشارة هنا إلى أن الأحزاب السياسية البريطانية لا زالت تمثل حلقة الوصل بين الناخبين والسياسيين، في حين يعمل السياسيون الأمريكيون ضمن نطاق مستقل. كان للأحزاب السياسية فيما مضى دور أكبر بكثير في السياسة الأمريكية. فإثناء القرن التاسع عشر والنصف الأول من القرن العشرين كان المسؤولون المنتخبون مرتبطين بالأحزاب. واعتاد قادة هذه الأحزاب أن يقرروا أسماء المرشحين للمناصب المختلفة. ولكن حملت نهاية هذا القرن سلسلة من الإصلاحات «التقدمية» والتي بدأت بتقويض النفوذ الحزبي. فقد أصبح من المستحيل التحقق من الولاء الحزبي بفضل تطبيق مبدأ الانتخاب السري. وعلى نفس المنوال أصبح بإمكان الناخبين - بعد أن تم التخلي عن مبدأ الاقتراع الحزبي - أن يختاروا مرشحاً محدداً لكل منصب بعد أن كانوا مقيدين في السابق باختيار قائمة كاملة لمرشحي حزب ما دون سواه.

أدى ظهور الانتخابات الأولية «المفتوحة» في الستينات والسبعينات إلى إنهاء سيطرة القادة الحزبيين على عملية الترشيح بصورة فعلية. فإذا ما أراد مرشح ما أن يدخل سباقاً على

منصب ما، فما عليه إلا أن يجمع عدداً من التواقيع (والتي تكون عادة في حدها الأدنى) بحيث تؤهله للترشيح. وعملت القرارات التضائية - المطالبة بضرورة إعادة تقسيم المقاطعات الانتخابية على ضوء التغيرات السكانية - على توجيه ضربة أخرى للأحزاب حيث أنها قللت من مقدرة هذه الأخيرة على إحداث تقسيماتها الخاصة للمناطق الانتخابية من أجل ضمان أغلبية حزبية تعطي مرشحها مزايا انتخابية. وأخيراً، زادت القوانين المتعلقة بتمويل الحملات من تراجع النفوذ الحزبي، إذ حرمتها من أهم إيراداتها بعد أن نصت على عدم جواز تلقيها لتبرعات تزيد عن خمسة آلاف دولار.

لقد أدخلت جميع هذه الإصلاحات بهدف إضفاء مزيد من الديمقراطية على العملية السياسية، والتقليل من مركزيتها والنأي بها عن «مطبخ صنع القرارات». ويمكن القول إن القوة السياسية انتقلت بنجاح من أيدي قادة الأحزاب إلى الأفراد، حيث يستطيع أي سياسي الآن أن يتخذ قراراً مستقلاً بالترشح لمنصب ما، كما أنه يستطيع أن يجمع الأموال، ويوظف طواقمه، ويصوغ استراتيجياته الانتخابية دون الرجوع إلى حزبه. ومن جهة أخرى، أصبحت الشعارات الانتخابية تستهدف فئات من الناخبين الذين لا يرتبطون ارتباطاً كبيراً بشعارات حزبية. ويستطيع كل مرشح أن يبلور رسالته الانتخابية بنفسه، وصار النجاح الانتخابي مرهوناً بمدى فعالية توظيف الإعلام لتغطية الترشيحات الفردية وبثها إلى جمهور الناخبين، بدلاً من تغطية البرنامج لحزب ما.

انعكست هذه التغيرات على النشاطات الداخلية للمؤسسات الحكومية أيضاً. فبعد أن أصبح السياسيون أكثر استقلالية، اكتسبوا أيضاً نفوذاً داخل المؤسسات الحكومية على مستوى الولاية والمستويين المحلي والوطني. وتحسنت المتطلبات اللازمة لتحقيقها للوصول إلى منصب ما، وزادت المرتبات وأعداد الطواقم، بل وحتى مدة الدورات التشريعية نتيجة لزيادة خبرة السياسيين وتحقيقهم قدراً أكبر من الاستقلالية عن المنظمات الحزبية. إذ لم يعد هناك سوى عدد ضئيل من النواب الذين يصوتون على قرار ما على أسس حزبية. أما الغالبية فإنها تفضل أن تصوت على ضوء مصالح ناخبها وذلك لتعزيز فرص إعادة انتخابها.

وصاحب زوال تأثير الأحزاب السياسية اتجاه متزايد للجوء المرشحين والمسؤولين المنتخبين إلى وسائل الإعلام الجماهيرية بهدف تحقيق غاياتهم. وسنقدم في هذا القسم وصفاً للاستراتيجيات الإعلامية المختلفة التي يلجأ المرشحون إليها لتحقيق انتصارات انتخابية. وسنوضح بعد ذلك كيف يستخدم المسؤولون المنتخبون وسائل الإعلام لتعزيز مقدراتهم على الحكم.