

الفصل التاسع

الرأي العام وسلطة الحكم

في الخامس من تشرين الثاني (نوفمبر) عام ١٩٩١ صب ناخبو ولاية نيوجيرسي جام غضبهم، وتحول التوازن الحزبي في الهيئة التشريعية للولاية من سيطرة الحزب الديمقراطي إلي أغلبية جمهورية كبيرة ما بين ليلة وضحاها. ولم تجد المزايا التقليدية لشاغلي المناصب نفعاً. ولكن ما الذي أثار حفيظة ناخبي نيوجيرسي؟ الجواب وبكل بساطة هو الحاكم جيمس فلوريو James Florio أثناء ولايته حاول فلوريو - وهو ديمقراطي استطاع الفوز بولاية لمدة أربع سنوات في انتخابات سنة ١٩٨٨ - أن يواجه مشاكل الموازنة التي كانت تعاني منها الولاية عن طريق زيادة الضرائب بدلاً من تقليل الخدمات. وشرع كذلك في تنفيذ خطة لتحويل المصادر التعليمية من مقاطعات الضواحي التي تنعم بوفرة نسبية إلى المقاطعات المحتاجة داخل المدينة. ونظراً لخلو قائمة الاقتراع من اسم فلوريو في سنة ١٩٩١، فقد تحمّل زملاؤه الديمقراطيون في الهيئة التشريعية سخط الناخبين^(١). وفي الستين اللاحقين وجد فلوريو نفسه مشلولاً في ظل وجود تكتل تشريعي جمهوري قادر على إلغاء أي فيتو. وتأصل شعور بخيبة الأمل في نفوس سكان نيوجيرسي حيال حاكمهم.

قدمت انتخابات سنة ١٩٩١ في ولاية نيوجيرسي مثلاً تطبيقياً لقاعدة انتخابية عامة ألا وهي حاجة شاغلي المناصب للدعم الشعبي حتى يمارسوا مهامهم، ومن هنا ينصب الاهتمام المباشر للسياسيين الفائزين على مصيرهم الانتخابي ويسعون إلى معرفة مدى الرضا عن أدائهم، أو كما عبر عنه ايد كوش Ed Koch - عمدة ولاية نيويورك، عندما اعتاد توجيه السؤال الآتي: «كيف ترون عملي؟» وتعمل المعلومات التي تعكس السمعة الشعبية للسياسيين ومدى الدعم الشعبي لهم على تزويدهم بمقياس بسيط وفوري لردة فعل الناخبين حيال سياساتهم وقراراتهم.

غير أن للرأي العام دوراً يتجاوز مجرد كونه مؤشراً تنبؤياً بفرص إعادة انتخاب السياسيين. إذ يتوجب على الرؤساء التنفيذيين مثل حكام الولايات ورؤساء الجمهورية أن

¹Joseph Sullivan, "New Jersey Votes and Florio is Issue: Legislature's Control At Stake Today in Costly Election," *New York Times* (November 5, 1991), p. A1; Wayne King, "With Anti-Florio Voting Wave, Republicans Win the Legislature," *New York Times* (November 6, 1991), p. A1.

يقيموا ائتلافات مع المشرعين وأن يضمّنوا دعم قادة جماعات المصالح وذلك ليتمكنوا من تطبيق مقترحات سياساتهم. ويتوجب على المشرعين بدورهم أن يفكروا في الآثار التي ستركها معارضتهم أو تأييدهم لمقترحات الرئيس التنفيذي على دوائرهم الانتخابية. فلو كان الحاكم ذا شعبية منخفضة، لأدرك مشرعو الولاية أن بمقدورهم التصويت ضد مقترحاته دون أن يكون في ذلك مغامرة بفرصهم المهنية؛ أما لو كان الحاكم يتمتع بإعجاب كبير سيكون المشرعون أكثر حذراً إذا ما أرادوا مخالفته. إذًا، وباختصار، تزيد الشعبية الشخصية من نفوذ الحكام والرؤساء على صعيد صنع السياسات.

في الوقت المعاصر اضطر عدد من الحكام ذوي الشعبية المنخفضة إلى مواجهة مشاكل خطيرة في إدارتهم لولاياتهم. فقد اكتشف كل من بيت ويلسون (حاكم ولاية كاليفورنيا) ولويل ويكر (حاكم ولاية كونتيكت) - شأنهما في ذلك شأن فلوريو - أن مهمة وضع ميزانية متوازنة في ظل حالة من الركود الحاد تضمن مصادقات محدودة جداً فقط ولا تعود على واضعها إلا بعداوة مجموعات المصالح الهامة. فعندما انتخب ويلسون لمنصب حاكم ولاية كاليفورنيا في سنة ١٩٩٠ كان يُعدّ نجماً صاعداً في الحزب الجمهوري على الصعيد الوطني، بل وكان لديه طموح جاد بمنصب الرئاسة. وفي الواقع قدم ويلسون استقالته من مجلس الشيوخ الأمريكي ليتفرغ لانتخابات منصب الحاكم، وهو المنصب الذي يرى فيه الكثيرون خطوة هامة لمنصب الرئاسة. غير أن موازنة ولاية كاليفورنيا عانت من نقص بلغ (١٤) مليار دولار في السنة الأولى من استلامه لمنصب الحاكم، واضطر ويلسون لرفع ضريبة المبيعات والتي كانت مرتفعة في الأصل، وهو القرار الذي دفع بالجنح المحافظ الجمهوري إلى الابتعاد عنه. وقدم ويلسون كذلك اقتراحات بإجراء تخفيضات كبيرة في البرامج الاجتماعية ذات الشعبية الواسعة، وأدت هذه الخطوط إلى إثارة عداوة التحرريين والديمقراطيين ضده. وهكذا - وبعد سنة من انتخابه بنسبة (٥٢٪) من الأصوات، ووقت نسبة شعبية ويلسون في كاليفورنيا عند (٤٠٪)^(٢) وقد شجع هذا الموقف الشعبي الضعيف مشرعي الولاية (سواء الجمهوريين أو الديمقراطيين) على انتقاد مقترحاته وتعديلها. واستمرت المفاوضات حول موازنة الولاية لأشهر عديدة، وقامت فئات عديدة من مجموعات المصالح بالتظاهر علناً ضده، وشملت هذه المجموعات كلاً من الشاذين (والذين أغضبهم رفض ويلسون توقيع قانون يحميهم من التمييز الوظيفي) وموظفي الولاية (الذين ثارت حفيظتهم بفعل التخفيضات التي تمت على مزاياهم) وراكبي الدراجات (الذي عارضوا قانوناً جديداً يلزمهم بلبس الخوذة). وبعد مضي سنتين على

²George Skelton, "Gay-Rights Bill Veto Narrowly Opposed In State" *Los Angeles Times* (October 6, 1991), p. A1.

ولايته الأولى، تكهنت تحليلات سياسية عديدة بعدم مقدرته على الفوز بترشيح حزبه له لمنصب الحاكم لفترة ولاية ثانية، ناهيك عن ترشيحه لخوض سباق الرئاسة.

إن التحولات السريعة في السمعة والنفوذ الشعبيين قد حدثت حتى في أوساط الرؤساء الأمريكيين. فقد انتخب نكسون بفارق شاسع عن منافسه في سنة ١٩٧٢. ونفذت إدارته الأولى مبادرات عديدة ناجحة على صعيد السياسة الخارجية من بينها أول زيارة لرئيس أمريكي إلى الصين الشعبية. وبعد بضعة أشهر، ونتيجة لتكشيف خيوط فضيحة ووترغيت وتحولها إلى قضية كبيرة تولى الكونغرس التحقيق فيها، وجد نكسون نفسه في عزلة كبيرة داخل البيت الأبيض، وأصاب الشلل أركان إدارته، واضطر الرئيس إلى تقديم استقالته عام ١٩٧٤.

كذلك يمكن للرأي العام أن يؤثر في الاتجاه المعاكس بحيث يمد الرؤساء التنفيذيين بالقوة. فقد حظي الرئيس ريجان - وكما رأينا في الفصل الخامس - بمستويات مرتفعة وغير مألوفة من الشعبية خلال العام الأول من استلامه لمنصبه مما دفع بالكونغرس - والذي كانت تسيطر عليه أغلبية ديمقراطية - إلى تبني الكثير من مقترحاته التشريعية. ووصل الحد إلى رفض الديمقراطيين الجنوبيين والجمهوريين التحرريين الوقوف إلى جانب الديمقراطيين الشماليين الذي عارضوا مقترحات ريجان المتعلقة بالموازنة والضرائب وذلك خوفاً من غضب ناخبهم إن هم لم يدعموا ثورة الرئيس⁽³⁾.

وعلى الرغم من الآثار الأكيدة التي تتركها الشعبية على النفوذ السياسي، إلا أنه ليس من الواضح بعد مدى السيطرة التي يمارسها السياسيون على مواقفهم في الاستطلاعات - هذا إن كان لهم أي سيطرة أصلاً. وكنا قد ناقشنا في الفصل الخامس الطرق التي يلجأ إليها المرشحون الفائزون لاكتساب شعبية تمكنهم من الحفاظ على صورة إيجابية لهم أمام الجمهور. وسنناقش فيما تبقى من هذا الفصل آراء بديلة لديناميكيات الشعبية الرئاسية.

الارتقاء والهبوط في مستويات الشعبية الرئاسية

يرى كثيرون من مراقبي الرأي العام أن جهود العلاقات العامة التي يبذلها الرؤساء إنما هي عديمة الجدوى، وأن الرئيس يصبح أسير الأحداث والتاريخ فور انتخابه. ويورد هؤلاء الدورة المنتظمة التي أمكن مراقبتها فيما يتعلق بشعبية الرؤساء، حيث تبدأ هذه الدورة بمستويات عالية نسبياً من الشعبية والتي تأخذ بالتلاشي مع مرور الزمن. ويوضح الشكل (٩-١) هذا النمط عن طريق تعقب مسار الشعبية الرئاسية خلال السنوات الأربعين الماضية.

³Samuel Kernell, *Going Public: New Strategies of Presidential Leadership* (Washington, D.C.: Congressional Quarterly Press, 1986); Alan Schick, *The Budget Reconciliation Act* (Washington, D.C.: Brookings Institution, 1983).

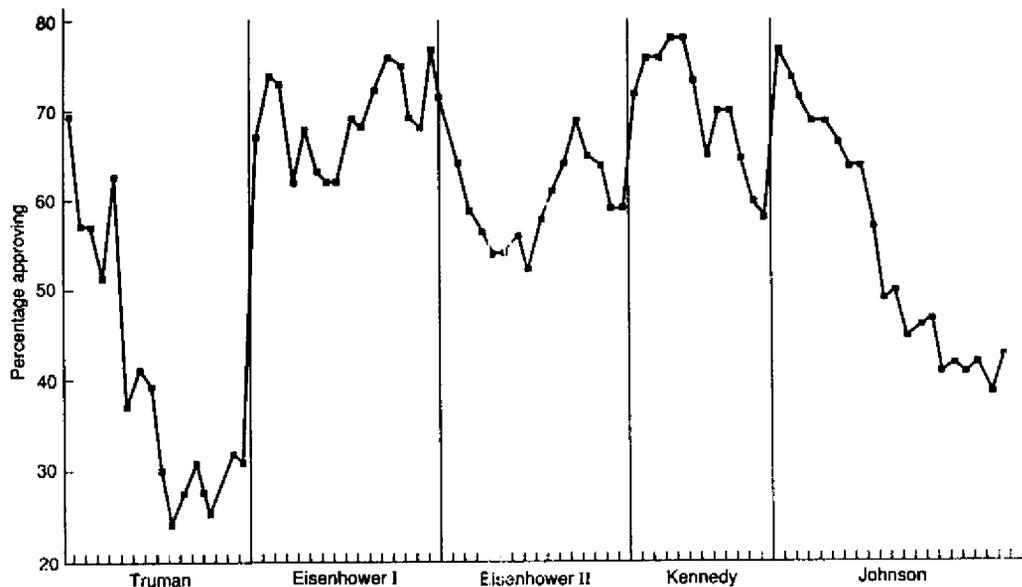


Figure 9.1a Presidential Approval Ratings from Truman to Johnson (percentage approving by quarter).
 Source: Congressional Quarterly, *Guide to the Presidency*, Michael Nelson, ed. (Washington, D.C.: Congressional Quarterly Press, 1989).

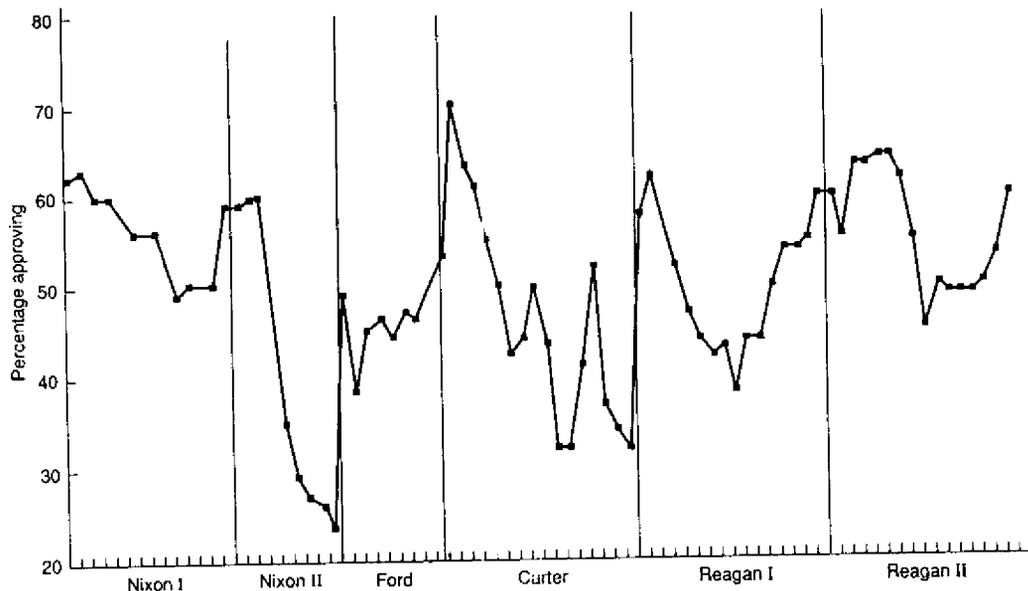


Figure 9.1b Presidential Approval Ratings from Nixon to Reagan (percentage approving by quarter).
 Source: Congressional Quarterly, *Guide to the Presidency*, Michael Nelson, ed. (Washington, D.C.: Congressional Quarterly Press, 1989).

يكشف الشكل عن ثلاث مراحل للشعبية الرئاسية. ففي المرحلة الأولى يبدأ جميع الرؤساء بفترة «شهر عسل» تمتاز بشعبية مرتفعة نسبياً. ويستغل الرؤساء هذه المرحلة المبكرة لحشد الدعم لمقترحات سياساتهم الرئيسية. وبعد مرحلة شهر العسل هذه، تبدأ شعبية الرؤساء بالانخفاض المستمر الذي يصل إلى مستويات كبيرة في بعض الأحيان. وأخيراً يسترد الرؤساء مستويات شعبيتهم خلال حملتهم لإعادة انتخابهم.

يتجسد التفسير الأكثر صحة للتقلبات التي تشهدها مستويات الشعبية خلال فترة ولاية الرئيس إلى أن هذه التغيرات تعود أساساً إلى الأحداث والقضايا التي تظهر. فغالباً ما يؤدي السلام والإزدهار إلى رصد شعبي مرتفع، في حين تترك الهزائم العسكرية والركود والإخفاق في السياسات آثاراً مغايرة⁽⁴⁾ فالرؤساء يتمتعون بمستوى شعبي مرتفع عندما تبلي البلاد بلاء حسناً (كأن تنخفض معدلات البطالة، أو عندما انهار سور برلين، أو عندما تلقى الجيش العراقي هزيمة منكرة في الكويت). وعلى العكس من ذلك تنخفض مستويات الدعم عندما تدل الأحداث على أن مصالح الولايات المتحدة ليست في وضع مستقر.⁽⁵⁾ وتشير الصلة القوية بين الأحداث والشعبية الرئاسية إلى أن الناخبين إما أن يلقوا باللوم أو أن يكيلوا الثناء للرئيس استناداً على وضع العلاقات الوطنية أو الدولية.

تقدم نسب الدعم الشعبي للرؤساء المعاصرين - والتي يوضحها الشكل (9-1) - دليلاً يعزز من وجهة النظر القائلة إن الرأي العام الأمريكي يعتبر الرئيس مسؤولاً عن حالة الأوضاع الوطنية والعالمية. فقد ارتفعت مستويات شعبية الرئيس كارتر بصورة درامية (حيث زادت من ٤٥٪ إلى ٦٨٪) في أعقاب توقيع معاهدة كامب ديفيد بين مصر وإسرائيل في عام ١٩٧٨. ولكن شهدت شعبيته انخفاضاً هائلاً بعد أن وصل التضخم إلى معدلات مرتفعة في عامي ١٩٧٩ و ١٩٨٠. وانخفضت شعبية الرئيس نكسون أيضاً انخفاضاً درامياً بعد بدء التحقيقات في فضيحة ووترغيت، كما وتأثرت مستويات شعبية الرئيس فورد بعد العفو المثير للجدل الذي أصدره عن نكسون.

تثير أهمية الأحداث في تحديد الرأي العام أسئلة حول مدى فعالية البلاغة والعلاقات العامة التي تلجأ القيادة إليها لرفع مستويات الشعبية. فهل يمكن للرئيس الذي يمتلك مهارات خطابية مرتفعة - بما في ذلك مقدرته على التأكيد على أهمية الرفاهية لشاغل مثل هذا المنصب ومهارته على النأي بنفسه عن النتائج السلبية - أن يعطي انطباعاً عن وجود قيادة

⁴See Richard Brody, *Assessing the President: The Media, Elite Opinion, and Public Support* (Palo Alto, Calif.: Stanford University Press, 1991.)

⁵See Charles Ostrom, Jr., and Dennis Simon, "The Man in the Teflon Suit?," *Public Opinion Quarterly*, 53 (Fall 1989), pp. 353-87.

فاعلة؟ أم هل أن عملية فقدان الشعبية - والتي غالباً ما يعاني الرئيس منها خلال فترة ولايته - مجرد عرض مرضي على رئاسة «لا أبالية»؟⁽⁶⁾ أم هل أن الشعبية مجرد مسألة حظ بالنسبة للرؤساء الذين يخدمهم الحظ بتولي المنصب خلال الفترات التي تشهد أحداثاً من شأنها رفع مستويات الدعم الشعبي؟

الإدارة الاعلامية مقابل التاريخ

على الرغم من أن صورة الرئيس غالباً ما تتمدد على مسار الأحداث، إلا أننا نشهد أمثلة درامية على نجاح الرؤساء في تحديد الأطر التي ينبغي أن تناقش ضمنها الأحداث التي يتوقع أن تترك آثاراً سلبية عبر وسائل الإعلام، وقد تمكن الرؤساء في هذه الحالات من الحفاظ على شعبيتهم، بل وزيادة مستوياتها في ظل فشل سياساتهم.

تحديد الأحداث

تنبع المشكلة من وجهة النظر القائلة إن للملاقات الرئاسية العامة وللإدارة الإعلامية أثراً ضئيلاً على شعبية الرئيس من حقيقة أن الأحداث نادراً ما تعبر عن نفسها. فهي بدلاً من ذلك، تتطلب تصنيفات وتبريرات وتفسيرات عديدة. ونظراً لأن غالبية الناس لا تعاش «التاريخ» مباشرة، ولأن الأوضاع العامة تمتاز بطبيعتها بالغموض، فإن عملية تمييز الحدث الايجابي (الذي يرفع من الشعبية) والسلبي (الذي ينقص منها) تعاني من الضبابية وتعتمد على الأطر التي يجري تقديم الحدث خلالها.

لنستعرض حادثة الغزو الأمريكي لجزيرة جرينادا، والتي تحولت إلى حدث هام زاد من شعبية إدارة الرئيس ريجان بواقع ٤٪. لقد نجحت الإدارة وبفعالية في تحديد حدث واحد ضمن شروطها الخاصة بها عن طريق منع الصحافة من تغطية الغزو، ثم قامت بعد ذلك بتزويد المراسلين بوجبات بسيطة من التقارير التي أحاطت الغزو بأفضل انطباع إيجابي ممكن. وفي أعقاب الغزو، كانت الأخبار تعج بالتقارير التي تحدثت عن محاولة استيلاء شيوعي وشيك للجزيرة، وعن قيام القوات الكوبية ببناء مدرج للطائرات، وعن الاحتمال الذي كان قائماً بتحول جرينادا إلى مستعمرة كوبية وملاذ للإرهابيين. وقدمت الأخبار كذلك صوراً لطلبة الطب الأمريكيين الذين جرى «إنقاذهم» وهم يقبلون التراب الأمريكي وأدلى الرئيس ريجان ببيان رسمي عبر شاشة التلفاز الوطني برر فيه الغزو ضمن هذه الأطر. وقد ظهر الرئيس بصحبة رئيس الوزراء في إحدى الجزر المجاورة والذي أثنى بحماس على الرئيس لقيامه بهذا العمل.

⁶Theodore Lowi, *The Personal President: Power Invested, Promise Unfulfilled* (Ithaca, N.Y.: Cornell University Press, 1985), p. 11

وتبين فيما بعد أن الإدارة قدمت عناصر خاطئة ومبالغ فيها في إطار تصويرها للصراع في جرينادا⁽⁷⁾ فقد صرحت حكومة جرينادا أن المطار كان يهدف إلى خدمة السياحة، وأن الأموال المقدمة للمشروع جاءت من المجموعة الاقتصادية الأوروبية ومن شركات خاصة أمريكية إضافة إلى كوبا. وتبين كذلك أن عدد القوات الكوبية المتمركزة في الجزيرة كان أقل من نصف العدد الذي أوردته الإدارة في ادعاءاتها، وأن مستودعات الذخيرة التي أثار المخاوف كانت خاوية. كما وتبين أن «الطلب العاجل» الذي قدمته الدول المحيطة بالجزيرة والذي دعا إلى تدخل أمريكي لم يكن طلباً تلقائياً، وأن كثيراً من الطلبة الأمريكيين لم يشعرو قط أنهم في تهديد مباشر.

إذاً، وكما يوضح هذا المثال، فإن الرؤساء يمتلكون المقدرة على تفسير الأحداث وتحديد ما هو على الأقل التأثير على الأطر التي ستقوم وسائل الإعلام عبرها بتقديم ما يجري إلى الجمهور. فلو رفضت شبكات الأخبار التفسيرات الرسمية وقدمت الغزو الأمريكي على أنه حيلة رخيصة من حيل العلاقات العامة تمت بتدبير الرئيس، أو على أنه مثال على سيطرة أمريكية غير مبررة على دولة صغيرة، لما كانت ردة فعل أعضاء الكونغرس وغيرهم من القياديين يمثل هذا الحماس. وهكذا يمكن للرئيس، وعبر التأثير على طريقة وصف الأحداث، أن يمتلك تأثيراً كبيراً على مستويات شعبيته. ففي حادثة جرينادا استطاعت الإدارة، وبفضل تضيق فرص الأخبار للوصول إلى الأحداث وممارستها للرقابة على التغطية الإخبارية لما يجري، أن تمتلك سيطرة كاملة على الدفق المعلوماتي. ونجحت كذلك، عن طريق تزويد المراسلين بصورة ناقصة عن حقيقة الأحداث، في تقديم الغزو على أنه نجاح سياسي لا فئس ذريع. وقد فسر جون ماكوثي **John McWethy** - وهو مراسل متمرس في شؤون البنتاجون لمحنة إيه. بي سي - السبب وراء فعالية الإدارة في تشكيل الأخبار، حيث يقول:

«عندما نكون في موقف لا تجد فيه مصدراً رئيسياً للمعلومات سوى حكومة الولايات المتحدة - وعندما تكون الحكومة مصدرنا الوحيد لمدة ثلاثة أيام، بالإضافة إلى إذاعة هاقانا - فإنك تجد نفسك وقد أصبحت تحت رحمتهم. ويتوجب عليك أن تفترض أن الحكومة صادقة فيما تقول... وأن تورد تقريراً عن تصريحات وينبيرغر **Weinberger** [وزير الدفاع آنذاك] بأن القتال ضار هنا أو بأن معسكراتنا تتعرض للحصار.. ماذا يمكن أن نفعل. فهو وزير الدفاع وعلينا نقل أقواله»⁽⁸⁾.

⁷See Mark Hertsgaard, *On Bended Knee: The Press and the Reagan Presidency* (New York: Farrar, Straus & Giroux, 1988).

⁸Quoted in Hertsgaard, 1988, pp. 233-34.

وما أن تكشفت التناقضات بين تقرير الإدارة وواقع الأحداث (وذلك بعد الغزو بأسابيع عديدة) حتى كانت الصحافة مهتمة بأحداث أخرى، وبالتالي لم تتعرض صورة الرئيس لأية هزة سياسية.

الهيمنة على الأخبار

تعتمد مقدرة الرئيس على تشكيل صورته على مدى التحديات التي تواجهها سياسات الإدارة وقراراتها في واشنطن، وعلى الكيفية التي تقدم وسائل الإعلام عبرها الصراع إلى أرجاء البلاد. ويعد الصراع في السياسات جزءاً من نمط حكومتنا إلى حد ما. فالقوى موزعة بين فروع الحكومة بحيث لا يستطيع فرع معين أن يهيمن على فرع آخر. مع تزايد السيطرة على الهيئة التشريعية من قبل حزب واحد في حين يسيطر الحزب الآخر على المناصب التنفيذية، فإن الأخبار تعكس بصورة متزايدة الصراعات الداخلية في الحزب والحكومة⁹. فمن شأن وجود كونغرس ذي هيمنة ديمقراطية في ظل سلسلة من الرؤساء الجمهوريين أن يوجد حالة من الجدل والاختلافات الواسعة نظراً لسعي كل مؤسسة إلى امتلاك اليد العليا في أمر من أمور السياسة العامة.

وعلى الرغم من وجود حكومة منقسمة ومشاحنات متجددة بين البيت الأبيض والكونغرس، إلا أن سلاح وسائل الإعلام التي بيد الرئيس تمكنه من الحد من حمى المنافسة في الأخبار فالرئيس يحظى بتغطية إخبارية لكل ما يقوم به تقريباً، بدءاً من فرص التقاط الصورة وانتهاءً بالاحتفالات التي تشهدها حديقة الورود في البيت الأبيض. وغالباً ما يصار إلى بث الخطابات الرئاسية وعلى الهواء إلى كافة أرجاء البلاد وفي أوقات الذروة.

حظي الرئيس نكسون خلال الأشهر الثماني عشر الأولى من ولايته بعدد من ساعات التغطية الإخبارية في أوقات الذروة يفوق ما ناله كل من ايزنهاور وكنيدي وجونسون مجتمعين. وقد تناول نكسون في جميع خطباته الحرب في فيتنام، وجرى بثها مباشرة على جميع الشبكات التجارية حيث كانت نسبة المتابعة تصل عادة إلى (٦٠٪) في أوقات الذروة. ولمواجهة «اجتياح» نكسون الإعلامي، تقدمت اللجنة الوطنية للحزب الديمقراطي بطلب إلى شبكات الأخبار لمنحها مساحة إخبارية مباشرة وفقاً لميثاق العدالة وذلك لتمكينها من الرد على خطابات نكسون. وقررت محطة إيه بي سي. توفير ثلاثين دقيقة من المساحة المجانية، في حين قررت محطة سي بي إس أن تشتري للجنة وقتاً مقابل الثمن، أما محطة إن بي سي. فلم توفر أي مساحة إخبارية. وبذلك استمر نكسون في هيمنته على الموجات

⁹For a thorough discussion of divided government see Morris Fiorina, *Divided Government* (New York: Macmillan, 1992).

الهوائية التي كانت تغطي قضية الحرب الدائرة في جنوب شرق آسيا⁽¹⁰⁾.

وتجذب الخطابات الرئاسية أيضاً تغطية إخبارية واسعة. فعلى سبيل المثال، أحدث كل خطاب ألقاه كارتر عن قضية نقص الطاقة زيادة في التقارير الإخبارية حول هذه القضية بلغت عشرة تقارير في المتوسط. وعلى النوال ذاته طرأت زيادة كبيرة على عدد التقارير الرئيسية حول الاقتصاد بعد أن تناول الرئيس ريجان هذا الجانب⁽¹¹⁾. وبصورة إجمالية نشرت صحيفة نيويورك تايمز ما بين عامي ١٩٥٣ حتى ١٩٧٨ ما متوسطه تسعة تقارير يومية حول الرئيس، كان اثنان منها يحتلان موضع الصدارة في الصفحة الأولى. وإذا انتقلنا إلى محطة أخبار سي بي إس المسائية، نجد أن الرئيس كان موضوع ما معدله أربعة تقارير كل مساء⁽¹²⁾.

أظهرت الإدارات المعاصرة مهارة كبيرة في تعديل وقت الخطابات الرئاسية وشكلها بحيث تستجيب لحاجات شبكات التلفزة. وتضمنت الخطابات وبشكل خاص فقرات مختصرة تصلح لتقديمها على شكل فذلكات كلامية في أخبار المساء، وذلك بسبب المقدرة المحدودة لشبكات الأخبار في توفير تغطية مفصلة. وفي هذا الصدد يقول توم غريسكوم Tom Griscom - وهو كاتب سابق لخطابات الرئيس ريجان:

«لو تناولت أي خطاب من خطابات ريجان... لأريتك الفذلكات الكلامية الأربع أو الخمس التي كان الخطاب يبنى على أساسها. لقد كنا نكتبها على ذلك النحو، وكنا نهدف إلى إعطاء وسائل الإعلام تلميحات لما كنا نأمل بأن تقوم بتغطيته... ولكن كانت هذه الخطابات تكتب بحيث تتضمن أربع أو خمس نقاط تكفي لأن يعبر عنها الرئيس بصورة مختصرة وتصلح لإيرادها في النشرات الإخبارية»⁽¹³⁾.

من الواضح أن الرئيس هو الموضوع الكبير في واشنطن. وليس من الضرورة وجود علاقات عامة جيدة لاجتذاب تغطية كبيرة، فالاهتمام الحقيقي منصب على محتوى التقرير ولهجته. فعندما يواجه البيت الأبيض نقداً مدبراً، أو عندما تظهر فضيحة ما أو أزمة صحفية ما فإنه من واجب كبير الموظفين والمتحدث باسم البيت الأبيض أن يستخدما بلاغتهما وأدواتهما السياسية «لإطفاء الحريق». وقد تشمل هذه على برمجة أحداث تغطي بالتغطية على حساب قضايا أخرى (كجدولة حفل لتوزيع الجوائز على الجنود الذين جرحوا في

¹⁰See Fred Friendly, *The Good Guys, the Bad Guys, and the First Amendment* (New York: Random House, 1975), pp. 121-30.

¹¹Roy Behr and Shanto Iyengar, "Television News, Real-World Cues, and Changes in the Public Agenda," *Public Opinion Quarterly*, 49 (Spring 1985), p. 38-57.

¹²Michael Grossman and Martha Kumar, *Portraying the President: The White House and the News Media* (Baltimore: Johns Hopkins University Press), Chapter 10.

¹³Quoted in "Press Secretaries Explore White House News Strategies," *Political Communication Report*, 2 (March 1991), p. 4.

حرب الخليج)، وتحضير أفضل تفسير ممكن لقضايا جدلية (كالإدعاء بعدم معرفة الرئيس ريجان بأي من الأعمال غير القانونية التي نفذها مساعده). ويصف كاتب الخطابات توم غريسكوم الطريقة التي كان يفكر البيت الأبيض بها أثناء فضيحة إيران - كوترا، حيث يقول: «عندما كنا نتعامل مع فضيحة إيران - كوترا، كنا نفكر بقلق حول من هو الشخص الذي سيظهر كل ليلة على التلفاز بحيث تراه هذه البلاد بأسرها... وكنا نشعر بالرضا عما أنجزناه كلما وجدنا طريقة لتشكيل التقرير الإخباري اليومي للتلفاز الوطني»⁽¹⁴⁾.

أفضت جهود الإدارة لتقديم نسيج إخباري إيجابي الى نتائج مثمرة. فمن بين ما يزيد على (٨٠٠٠) تقرير إخباري نشرتها صحيفة نيويورك تايمز ومجلة تايم وبتتها شبكة سي بي إس، كان عدد التقارير الايجابية يفوق السلبية بهامش بلغ (١:٢) وبالنسبة لكلا المصدرين الصحفيين كان عدد التقارير التي حملت طابعاً سلبياً جلياً يقل بكثير عن تلك التي حملت طابعاً إيجابياً واضحاً. أما بالنسبة لمخطة سي بي إس. فقد كانت أكثر توازناً في لهجتها بحيث قدمت عدداً متساوياً من التقارير الايجابية والسلبية⁽¹⁵⁾.

إسكات الانتقادات

إن أوضح دليل على التأثير السلبي الذي تتركه المناظرات والانتقادات الموجهة لقرارات الرئيس - وكما توردها وسائل الإعلام - على الشعبية الرئاسية هو التأثير المعروف للأحداث الدولية. إذ نجد شعبية الرئيس وقد ارتفعت في الفترة التي تلي ظهور أحداث عالمية هامة تكون الولايات المتحدة معنية بها. وفي الحالات العادية تستمر هذه الزيادة لمدة ستة أسابيع تقريباً لا تلبث وأن تعود شعبية الرئيس بعدها إلى مستواها الطبيعي. ونجد مثل هذا التأثير حتى في الأحداث التي تمثل فشلاً لسياسة الرئيس. فقد زادت شعبية الرئيس كينيدي بواقع عشر نقاط بعد حادثة خليج الخنازير (وهي محاولة فاشلة «لتحرير» كوبا من الشيوعية) على الرغم من أن المهمة لم تكن سوى فشلاً ذريعاً؛ وتضاعفت شعبية الرئيس كارتر (حيث ارتفعت من ٣٢٪ إلى ٦١٪) عندما اجتاحت الميليشيات الايرانية السفارة الأمريكية في طهران واحتجزت الموجودين كرهائن.

¹⁴Quoted in "Press Secretaries Explore White House News Strategies," 1991, p. 1. *Political Communication Report*, 2 (1991), p. 1.

¹⁵See Grossman and Kumar, 1981, pp. 255-56. The discrepancy between CBS News and the two print sources in their study can be attributed to differences in the time period sampled. Whereas Grossman and Kumar examined *Time* and the *New York Times* between 1953 and 1978, CBS News was examined between 1968 and 1978. This later period included several policy debacles (such as the U.S. defeat in South Vietnam) as well as a major scandal involving the president (Watergate).

وضعت عدة تفسيرات لتوضيح آثار الأحداث الدولية، حيث يرى البعض أن أحداث السياسة الخارجية تثير مستويات مرتفعة من الاعتزاز الوطني والوطنية مما يجعل الرئيس في عين الناس قائداً للأمة لا سياسياً حزبياً. غير أن أكثر التفسيرات إلحاحاً حيال ارتفاع شعبية الرئيس وانخفاضها في أعقاب فشل السياسة الخارجية يتعلق بسلوك منتقدي الرئيس في واشنطن. فعند حدوث أزمة في السياسة الخارجية يلتزم النواب والشيوخ من الحزب المعارض جانب الصمت أو يعبرون عن دعمهم للرئيس. وبهذا لا تجد الإدارة أي متحد لها في عملية فبركة الأخبار، ويستجيب المواطنون بدورهم بالتعبير عن دعمهم للرئيس. وإذا ما استمرت الأزمة يبدأ قادة المعارضة بتقديم تفسيرات تعارض ما يقدمه الرئيس، ويتمكنون بفعل بلاغتهم من اجتذاب تغطية إخبارية، وحينها تبدأ شعبية الرئيس بالمعاناة.

تقدم حادثة الغزو العراقي للكويت في آب (أغسطس) من عام ١٩٩١ مثلاً معاصراً يتطابق تماماً مع هذا النمط^(١٦). فبعد الغزو العراقي مباشرة زادت شعبية الرئيس بوش بواقع إحدى وثلاثين نقطة. ويعود الفضل الأول في تحقيقها إلى الصمت التام الذي التزمه أعضاء الكونغرس من الديمقراطيين، ومن قبيل الصدفة أن الكونغرس لم يكن منعقداً خلال الأشهر الأولى من الاحتلال العراقي. وركز تقرير إدارة بوش حول ردة الفعل الأمريكية حيال الغزو على فعالية الولايات المتحدة في إيجاد تحالف دولي مناهض لصدام حسين، وعلى حقيقة أن العراق قد تم رده وعدم تمكنه من إحراز أي توسع عسكري آخر. وفي ظل عدم وجود أية آراء مخالفة محتملة من الكونغرس، لم يشكك أحداً في هذه النجاحات.

وحتى بعد أن عاد الكونغرس للانعقاد أبدى الديمقراطيون البارزون دعمهم للرئيس بوش، لتحركاته. ولم يتردد صدى الانتقادات والشكوك في الإعلام إلا مع نهاية شهر أيلول (سبتمبر). فقد أشارت صحيفة نيويورك تايمز إلى «أن انتقادات الكونغرس لموقف الإدارة الأمريكية في الخليج - والتي كانت منعدمة في الأيام الأولى للغزو العراقي للكويت - قد بدأت تزداد في كلا الجانبين مع قيام صانعي القانون بمهاجمة الرئيس علانية العديد من النقاط الرئيسية»^(١٧). وعند هذه النقطة بدأت شعبية بوش بالانخفاض. وفي مرحلة بعد أن أعطى الرئيس الضوء الأخضر لتحرير الكويت بالقوة توقفت جميع الانتقادات فوراً وعادت شعبيته لترتفع من جديد (انظر الشكل (٧-١)).

¹⁶See Richard Brody, "Crisis, War and Public Opinion: the Media and Public Support for the President in Two Phases of the Confrontation in the Persian Gulf," paper presented at the Social Science Research Council, Seattle 1991.

¹⁷Quoted in Brody, 1991, p. 11.

يمكن للرئيس -- وكما تدل الأمثلة السابقة -- أن يحافظ على شعبية مرتفعة عن طريق التقليل من الجدل الدائر حول سياساته وخطواته. وفي بعض الحالات (والتي تشمل الحروب عادة) يمكن أن يقلل الرئيس من الجدل عبر إبقاء الأحداث بعيدة عن متناول وسائل الإعلام. ويستطيع في حالات أخرى أن يستخدم مقدرته الكبيرة في توجيه اهتمام هذه الوسائل من أجل كتم آراء منتقديه. وفي حالات أخرى يفضل السياسيون المنافسون التزام الصمت.

وملخص القول إن التقييم الشعبي للرئيس يرتفع وينخفض وفقاً لما تقدمه وسائل الإعلام، فكلما زادت كثافة التغطية الإعلامية لمنتقدي الرئيس قلت مستويات الشعبية الرئاسية. أما فيما يتعلق بذلك التساؤل حول ما إذا كانت الإدارة الإعلامية نداءً للتاريخ، فإن مقدرة الرئيس على التحكم بصورته أمام الجمهور لا تعتمد على مسار الأحداث وحسب، ولكن أيضاً على مقدرة الإدارة على تفسير الأحداث والتقليل من تعرض المواطنين للتفسيرات الأخرى التي تقدمها الأخبار. إذ كلما ارتفعت أصوات معارضي الرئيس، زادت حمى المنافسة في الدفق الإخباري وانخفضت قدرة الرئيس على النأي بصورته عن مجرى الأحداث. ويمتاز الرؤساء ذوو الشعبية - كالرئيس ريجان - بمقدرة أكبر على إسكات منتقديهم واحتكار الأخبار. وفي مثل هذه الحالات، تعمل شعبية الرئيس على إكسابه المزيد من الشعبية. ولكن السؤال الحقيقي - وهو سؤال جوهرى للعملية الديمقراطية - يتعلق بوجود أو غياب المنافسة في الدفق الإخباري، وسيكون هذا السؤال محط بحث في الجزء الرابع.

التكاليف السياسية للشعبية

من الواضح أن بعض الرؤساء يتمتعون بنفوذ واسع في أوساط وسائل الإعلام يمكنهم من القيام «بلعبة الشعبية» بنجاح في واشنطن. ومع ذلك يمكن لإدارة وسائل الإعلام، والسعي المستمر وراء شعبية مرتفعة أن تضعف أحياناً من مقدرة الرئيس على الحكم. ففي المقام الأول تسيطر المخاوف حيال الصورة أمام الجمهور على عدد كبير جداً من المناقشات اليومية التي تجري في البيت الأبيض، ومع التزايد المستمر للأهمية المعطاة للشعبية يضطر الرؤساء ومستشاروهم إلى تخصيص جزء متزايد من طاقاتهم للأحاديث وللعلاقات العامة، وهو ما قد يعيق من مقدرة الإدارة على تطوير مبادرات على صعيد سياساتها وردود فعل مبرمجة حيال القضايا الوطنية الجوهرية. وقد انتبه لويد كتر **Lloyd Cutler** - وهو المستشار الخاص للرئيس كارتر حول السياسة الداخلية إلى قضية الانشغال بالصورة الشعبية وإلى الثمن الذي قد ينجم عنها:

«لقد أصبت بالدهشة حول مدى تأثير القرارات الجوهريّة في البيت الأبيض بموعد ظهور الصحف عموماً، والنشرات الإخبارية المسائيّة خصوصاً. فإذا حدث شيء يوم الاثنين مثلاً أو وجه أحدهم انتقاداً قوياً للرئيس أو أحد برامجهم نوقف كل شيء! ونضطر حينها إلى أن نضع جانباً كل ما نكون منهمكين في عمله من بين أمور أولوية قصوى للتفرغ للوصول إلى قرار حول ما يجب أن تكون ردة فعل الرئيس عليه ليصار إلى عرضها في النشرة المسائيّة في ذلك اليوم»⁽¹⁸⁾.

ونجد ثانياً أنه، وعن طريق تقديم انطباع عن مدى فعالية الرئيس، تواجه استراتيجية اكتساب الشعبيّة مخاطر من إيجاد مناخ غير واقعي من الآمال الكبيرة التي يعلقها الجمهور على المسؤولين، وهي آمال لا يمكن إلاّ للقليل من المسؤولين أن يأملوا بتحقيقها. فمثلاً يرتبط الوضع الاقتصادي الأمريكي ارتباطاً متزايداً مع قوى عالمية لا يمكن أن تقع تحت تأثير أيّ رئيس. ويمكن للاستمرار في ادعاء الفضل حيال الأحداث الإيجابية أن تقود الرؤساء والشيوخ والنواب إلى تعرضهم للوم حيال الأحداث السلبية. فمثلاً لم يكن باستطاعة الرئيس كارتر أن يفعل الكثير لمنع منظمة الأوبك من رفع أسعار النفط في السبعينات، ومع ذلك تعرض إلى لوم واسع لحالة التضخم المتفاقم في الولايات المتحدة والتي نشأت نتيجة الارتفاع المفاجئ في أسعار الطاقة، وقد ينشأ عن الاستمرار في سياسة جذب الانتباه للرئيس من أجل زيادة شعبيّته حالة من «الاسناد الخاطئ للمسؤولية»، حيث يجري تحميل السياسيين مسؤولية النتائج حتى ولو لم يكن لقراراتهم وسياساتهم أيّ تأثير على تلك النتائج. ومن هنا نجد أن لاستراتيجية بناء انطباع إيجابي آثاراً سلبية وإيجابية.

هناك تأثير أكثر سلبية يصاحب الأهمية المعطاة لشعبية الرئيس، وهو أن الرؤساء قد ينجذبون أحياناً إلى اتخاذ قرارات وسياسات معينة بسبب المساهمة المتوقعة لها في إعطاء انطباع إيجابي حول الرئيس. ففي بعض المواقف مثلاً، يحتاج الرؤساء إلى استعراض «صلابتهم». فبعد الاستيلاء على السفارة الأمريكيّة في إيران وأسر الدبلوماسيين الأمريكيين، واجهت إدارة كارتر ضغوطات محمومة (بما في ذلك ظهور السناتور ادوارد كيندي لمنافسة الرئيس على الفوز لترشيح الحزب للانتخابات الرئاسية) لتأمين إطلاق سراح الرهائن. وفي نيسان عام (ابريل) ١٩٨٠ تم تنفيذ مهمة إنقاذ بواسطة طائرات الهليكوبتر نجم عنها آثار

¹⁸Colin Campbell, "27 Experts Give Prescriptions for Presidency's Ills," *New York Times*, November 2, 1981, B5.

مأساوية وخسائر كبيرة في الأرواح، وعلى الرغم من الشكوك القوية بنجاح هذه المهمة فقد جرى الموافقة عليها.

«لم يكن رجل محب للسلام ومتدين كالرئيس كارتر ليغامر بمهمة الانقاذ في إيران مجرد أن يعطي لنفسه وضعاً مريحاً لتحريك الرأي العام الأمريكي. لقد جاء الضغط من الجهة المعاكسة حيث فرض الرأي العام على الرئيس عملاً يتسم تماماً بروح المغامرة»⁽¹⁹⁾.

قد تعمل الحاجة إلى اكتساب الشعبية على صرف الرؤساء عن اتخاذ القرارات. ونظراً لاعتبار الشعبية عنصراً غاية في الأهمية لإنجاز أهداف السياسة، نجد على وجه الخصوص أن الرؤساء وغيرهم من المسؤولين أقل ميلاً لمعالجة المشاكل الصعبة أو لاقتراح حلول صعبة. ومن هنا تنشأ حلقة مفرغة، إذ أن اقتراح حلول قاسية للمشاكل المتأصلة يطيح بالدعم الشعبي، ولكن دون دعم شعبي لا توجد أي فرصة لمعالجة هذه المشاكل، مما لا يترك أمام السياسيين سوى السعي وراء الشعبية وحمايتها لذاتها فقط.

وأخيراً هناك احتمال بظهور حالة من الجمود والشلل الناجمين عن تبادل الكلمات في سباق. فمع التزايد المستمر لتحول الرؤساء إلى نمط القيادة الكلامية، يجد معارضوهم في الكونغرس وغيره سبباً كافياً لإجراء تحول مماثل. فبينما يهاجم الرئيس بوش أعضاء الكونغرس من الديمقراطيين لفشلهم في التخلص من البرامج الاجتماعية المبدرة التي تزيد من عجز الموازنة، يهاجم الديمقراطيون الإدارة لمحاباتها الطبقة العليا وتفضيلها على الطبقة الوسطى، ولتجاهلها المشاكل الداخلية على حساب السياسة الخارجية. وقد عبر جيفري تولس Jeffrey Tulis عن هذا الوضع بقوله: «إننا نواجه احتمالاً قوياً جداً بقيام فرعينا السياسيين بالتعقيب على بعضهما البعض بخطابة دائرة انتخابية كبيرة غير واضحة المعالم»⁽²⁰⁾.

¹⁹Lowi, 1985, p. 173.

²⁰Jeffrey Tulis, *The Rhetorical Presidency* (Princeton, N.J.: Princeton University Press, 1987), p. 178.

Suggested Readings

- Richard Brody, *Assessing the President: The Media, Elite Opinion, and Public Support*. Palo Alto, Calif.: Stanford University Press, 1991.
- Michael Grossman and Martha Kumar. 1981. *Portraying the President: The White House and the News Media* Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Roderick Hart. 1987. *The Sound of Leadership*. Chicago: University of Chicago Press.
- Mark Hertsgaard. 1988. *On Bended Knee: The Press and the Reagan Presidency*. New York: Farrar, Straus & Giroux.
- Stephen Hess. 1991. *Live From Capitol Hill*. Washington, D.C.: Brookings Institution.
- Samuel Kernell. 1986. *Going Public: New Strategies of Presidential Leadership*. Washington, D.C.: Congressional Quarterly Press.
- Samuel Kernell and Samuel Popkin, eds. 1986. *Chief of Staff: Twenty-Five Years of Managing the Presidency*. Berkeley, Calif.: University of California Press.
- Theodore Lowi. 1985. *The Personal President: Power Invested, Promise Unfulfilled*. Ithaca, N.Y.: Cornell University Press.
- Kristie Monroe. 1984. *Presidential Popularity and the Economy*. New York: Agathon Press.
- Richard Neustadt. 1980. *Presidential Power: The Politics of Leadership*. New York: John Wiley & Sons.
- Charles Ostrom, Jr., and Dennis Simon. 1989. "The Man in the Teflon Suit?", *Public Opinion Quarterly*, 53, p. 353-87.
- Fred Smoller. 1990. *The Six O'Clock Presidency: a Theory of Press Relations in the Age of Television*. New York: Praeger.
- Jeffrey Tulis. 1987. *The Rhetorical Presidency*. Princeton, N.J.: Princeton University Press.

الجزء الرابع

تقويم النظام

تناول هذا الكتاب بالوصف الطرق التي يمكن للتلفاز عبرها التأثير على سلوك السياسيين والناخبين. ومع تضاؤل دور الأحزاب السياسية أصبحت وسائل الإعلام الصلة الأكثر أهمية بين المواطنين وممثلهم المنتخبين. وقام المرشحون وشاغلو المناصب بتحويل مواهبهم الخطابية وأنماط حكمهم بشكل مصمم لاجتذاب انتباه الإعلام. وفي الوقت ذاته أصبح مراسلو الصحف والتلفزة والإذاعة يعتمدون على المصادر الرسمية في إعدادهم لتقاريرهم. ويعمل هذا الاعتماد المتبادل بين الصحفيين والسياسيين على تشكيل الأخبار وطرق تقديمها.

يواجه هذا النظام من وسائل الاتصال السياسي انتقادات كثيرة. فالعديد من النقاد يرون أن الدور البارز الذي تلعبه وسائل الإعلام الإخبارية في العملية السياسية هو دور لا يتفق في جوهره وأسس الحكم الديمقراطي. وتثور مخاوف من تعرض المرسلين والمحررين الذين يشكلون الأخبار لمساءلة مالكي الأسهم في الشركات التي يعملون بها بدلاً من أن يكونوا مسؤولين أمام الجمهور. وتدخل الحاجة إلى زيادة الأرباح مع مقدرة المنظمات الإخبارية على تزويد المواطنين بمعلومات ملائمة عن الأوضاع العامة. وعلاوة على ذلك، يرى المنتقدون أن برمجة الأخبار تنسم بالعديد من عوامل التشويه والتحيز، وأن وسائل الإعلام لا تعامل كافة السياسيين والقضايا ووجهات النظر معاملة متساوية. ومن هنا يجد الناخبون مصاعب في تحديد من هو المسؤول، وفي إلقاء اللوم على المسؤولين المنتخبين. ومن جانبهم تخلى السياسيون عن الطرق التقليدية المتمثلة في مناقشة الجماعات وبناء التحالفات، واتجهوا إلى العلاقات العامة بدلاً منها. ويقلل هذا النمط الجديد من القيادة من اضطرار السياسيين لتناول المشاكل المتجذرة في المجتمع الأمريكي، جاعلاً إياهم أكثر اهتماماً بتلميع صورتهم أمام المواطنين، ومما يترك المشاكل الاجتماعية والاقتصادية الرئيسية بدون علاج.

نجد في آراء جون تشانسلر John Chancellor - وهو مذيع أخبار شبكة إن بي سي لمدة طويلة - عينة تمثيلية لهذه الشكاوى.

«يجب على الصحافة أن تعطي البشرية صورة عن العالم الذي يمكن لها أن تتحرك فيه... وأتساءل هنا إن لم نكن قد أخطأنا هذا الهدف. إننا مقيدون بمفاهيم أخرى عن العالم، ولا يعتقد القراء والمشاهدون أننا نحاول إعطاءهم تلك الصورة عن العالم الذي يمكن لهم التحرك فيه... لقد فشلنا بطريقة ما في إيصال جوهر حرفتنا إلى الجمهور، ويتمثل هذا الجوهر في تمكين الناس من اتخاذ قرارات مبنية على المعلومات في جو ديمقراطي⁽¹⁾».

تركز انتقادات تشانسler على ما ينظر إليه عادة بأنه أهم دور للصحفي في العملية السياسية، ألا وهو إعلام المواطنين وتثقيفهم أو تعليمهم. وسنقيم في الفصل القادم مدى نجاح وسائل الإعلام في القيام بدور «المثقف أو المعلم».

بالإضافة إلى إعلام الجمهور، يتوقع كذلك من وسائل الإعلام أن تقوم بدور الحارس، أي التمييز في سياسات المسؤولين العامين وتصرفاتهم التي تمس الجمهور. ونظراً للخطورة الكبيرة التي قد تنطوي عليها الشعبية والظهور أمام الجمهور، فإنه يمكن للمراقبة الإعلامية أن تردع المسؤولين عن انتهاك ثقة الجمهور بهم. وسنتناول في الفصل الحادي عشر مقدرة وسائل الإعلام الأمريكي على القيام بدور «المراقبة» هذا.

إن على الإعلام - وفي الوضع المثالي - أن يزود الناخبين بمعلومات عن القضايا والخيارات التي يواجهونها، وأن يعمل كمراقب مستقل لسلوك المسؤولين ممن لهم علاقة بالجمهور. ويتناول الجزء الرابع المثالية والواقع، ويبحث في الطرق التي يمكن عبرها تقوية نظام وسائل الإعلام السياسية.

¹Quoted in Lance Bennett, *News: The Politics of Illusion* (New York: Longman, 1988), pp. 12-13.