الفصل الثالث

تغطية أخبار الحملات الرئاسية

بقلم: والتر كرونكايت

السيد كرونكايت:

سوف نتذكر تيدى هوايت دائمًا كصحفى وكاتب مرموق ما دامت هناك كتب ومكتبات وميكرو أفلام ، تحفظ الكتب الكثيرة التى كتبها عن التاريخ المعاصر . لم يكلّ تيدى أبدًا من ملاحقة الحقائق ولم يتهاون أبدًا فى انتزاعها ممن يعرفونها . من خلال عدسات نظارته السميكة ، كان يلمح ظلال المفارقات الضئيلة التى غابت عن معاصريه ويرى قصته بوضوح خارق وأيضًا برؤية شاملة غير عادية .

كاد تيدى هوايت ، أيضًا ، يدمر تغطية الأخبار السياسية . فمن خلال كتابه الأول ، «صناعة الرئيس» ، عام ١٩٦٠م ، غاص فى أعماق ماكينة حملة كنيدى ـ نيكسون التى دارت فى ذلك العام . كشف تيدى جميع صواميل ومسامير الحملة . قال للعالم المبهور كيف تتشابك التروس وكيف تعمل الماكينة . قال لنا من هم الميكانيكيون الحقيقيون وكيف كانوا يصلحون هذا الجزء أو ذاك لكى تعمل الماكينة بطريقة أفضل ، أو على الأقل ، بطريقة مختلفة . أصبح كتابه الأكثر توزيعًا . كانت حصيلة الصحفى من ملاحقاته اللاهثة السابقة خلف القضايا التى افترض أنها حركت الحملة ، انتهت إلى الوقوف كنقار الخشب فى سحابة من الأتربة ، وانعكس

(*) تقرير والتر كرونكايت عن حملات انتخابات الرئاسة قدم فى نوفمبر ، عام ١٩٩٠م . كان أول محاضرة سنوية عن تيودور إتش . هوايت ، تحت رعاية «مركز چوان شورينشتين عن الصحافة ، والسياسة ، والسياسة العامة» بمدرسة چون كنيدى عن الحكومة ، بجامعة هارفارد . المحاضر كانت لإحياء الذكرى السنوية للراحل تيودورإتش . هوايت ، صحفى مرموق ومؤرخ قام بإنشاء النموذج ووضع المعايير للصحافة السياسية المعاصرة ، وتغطية أخبار الحملة .

مساره ليطارد تقنية الحملة بدلاً من جوهرها. ثم بعد ثلاثين سنة بدأ ينظر للخلف بحثًا عن الجوهر.

كُتب تيدى كانت إضافات بالغة الأهمية لأدبنا السياسى. لقد أضاءت بشدة الممارسات التى كانت تميل إلى إعاقة وتشويه العملية الانتخابية. لكن تيدى نفسه لم يقترح أبدًا أن تكتيكات الحملة وتقنيتها يجب أن تكون أكثر أهمية عن قضاياها. لم يكن بسبب خطأ منه أننا نحن تابعوه والمعجبون به، فبسبب نموذجه، قمنا بالتركيز على الشىء بدلاً من اللحم.

بالتركيز على المعالجة السياسية بدلاً من القضايا، ربما نكون نحن الصحفيين قد أسهمنا فى سخرية الجمهور من العملية السياسية. ومن المعقول أن نفترض أن هذا، بدوره، أدى إلى التناقص المخجل فى النسبة المئوية يذهبون إلى لجان الاقتراع ممن لهم حق التصويت.

الخطأ الذى أدى إلى ذلك يوجد فينا جميعًا: السياسيين، والصحف، والجمهور الذى سمح لنظام تعليم أن يقوم بتحويل مواطنينا، وأكثرهم أميون، إلى مشاركة جادة فى العملية الديموقراطية.

استخدامات وسوء استخدامات التليفزيون

وبعض الخطأ قد يقع بصدق على التليفزيون، استخدامه وسوء استخدامه، وأيضًا عدم استخدامه. السياسة غرست إصبعها فى عصر التليفزيون أثناء انعقاد مؤتمر الحزب عام ١٩٤٨م. ثم هى دخلت فعلاً إلى عصر التليفزيون بعد أربع سنوات لاحقة، بعد أن وُجد عدد كبير من المحطات والأجهزة لكى تستقبلها.

عندما أُفتتح مؤتمر الجمهوريين فى شيكاجو عام ١٩٥٢م، كان معظم أشهر صحفيى الإذاعة ما زالوا يزدرون ـ لدرجة ما على الأقل ـ عملية عرض الصور الجديدة هذه. ثم أصبحوا أكثر اهتمامًا بالتليفزيون، بطبيعة الحال، بعد أن ظهرت صورهم على شاشاته، وما تبع ذلك من قبول الجمهور.

وجود التليفزيون بدأ يؤثر على السياسة منذ البداية. مؤتمر عام ١٩٥٢م كان لحظة المجد للاحتفاء بطفولة التليفزيون، قبل أن يكتشف السياسيون قدرته الفائقة وينهضوا للسيطرة عليه.

ملايين الأمريكيين رأوا، لأول مرة، الديموقراطية وهى تعمل عند حجر أساسها لتختار مرشحيها للرئاسة.

على شاشات التليفزيون، رأى الجمهور القضايا، الكبيرة والصغيرة، وهى تناقش على منصات اللجان الرئيسية، راقبوا معارك الانتقاد التى يشنها الأعضاء، ليس فقط أمام المؤتمر، بل أيضًا داخل لجان الاعتماد، أخذوا إلى داخل الغرف - من أعقاب وثقوب أبوابها - المليئة بدخان السجائر، حيث تتخذ القرارات.

شاهدوا أيضًا فوضى الإجراءات على ساحات المؤتمرات مع نقاش مفتوح ومناورات برلمانية وقيام رؤساء الجلسات، سام رايبورن وچوزيف مارتن، يسوسان الجلسات باستخدام مطارقهما بيد قوية، ولكنها غالبًا غير مؤثرة. أصبح لدى الجمهور إحساس رائع بمشاركته فى العملية السياسية، درس مدنى رائع.

لم تكن هذه هى المرة الأولى فقط، بل كانت المرة الأخيرة أيضًا التى أتيحت فيها مثل هذه الفرصة للجمهور. بحلول عام ١٩٥٦م، بدأت الأحزاب فى تصحيح إجراءات مؤتمراتها. فى الوقت المناسب، أبعدت مناقشات الساحات، والاعتمادات عن المؤتمر، زمنيًا وجغرافيًا؛ لاجتناب التغطية التليفزيونية. فحصت قائمة المتحدثين بدقة «لتجنب الفوضى»، كما قيل لنا. أرشدوا الوفود عن الملابس التى يجب ارتداؤها والكيفية التى يتصرفون بها لكى يكون لهم مظهر أكثر احترامًا.

لإسعاد كاميرات التليفزيون، أزيلت الفوضى، بعيدًا عن قاعات المؤتمر، وهكذا، لدرجة كبيرة، كانت الديموقراطية.

منذ هذا اليوم فصاعدًا، صورة التليفزيون أصبحت أهم سمات الحملة السياسية، وسارت السياسة والتليفزيون معًا، يدًا بيد، فى طريق المتعة و اللهو.

فى حملة عام ١٩٥٦م، أنشأ افتنان الجمهور بالتليفزيون ظاهرة جديدة تمامًا. كثيرا ما أظهر الناس اهتمامًا بمراسلى التليفزيون أكثر من اهتمامهم بالمرشحين.

فى ذلك العام، فى حقيقة الأمر، كنت أنا أحد المراسلين القلائل الذين صاحبوا إستس كيفوفر فى أتوبيس عبر فلوريدا فى حملته للحصول على ترشيح الديموقراطيين له لانتخابات الرئاسة. كان يقف عند سماعه ما قد تكون أصغر

صفارة إيقاف فى تاريخ الحملات. كان عجوزان يلعبان الشطرنج على جانب الطريق كفيلين لجذب اهتمامه، ولمحاضرة تمتد نصف ساعة.

إذا كان الحشد أكبر من ذلك، تبدأ المشكلة فى الظهور. . أنا لم أكن قد أصبحت منسقًا بعد، ولكن، عندما نترك الأتوبيس، يقوم كثير من الفضوليين بالالتفاف حولى بدلاً من الالتفاف حول المرشح. أخيرًا، قال السيناتور، «والتر، أنا السيناتور إستس كيفوڤر من تينيسى المرشح للانتخابات. هل تسمح بأن تكون آخر من ينزل من الأتوبيس حتى تتاح للناس الفرصة ، للقائى؟».

كيفوڤر، رغم قبعته ، وأساليبه الريفية، كان ذكيًا، وسياسيًا محنكًا، وواحدًا من أول من طوعوا التليفزيون لمصالحهم، وأدركوا أهمية فرص عرض صورهم.

فى المؤتمر الديموقراطى تلك السنة، قام بانتهاك عادة قديمة تقضى بعدم ظهور المرشحين فى قاعة المؤتمر قبل انتهاء عملية إعلان الأسماء. أحدث اضطرابًا عندما ظهر وهو يقود والده المسن إلى مقعده بالقرب من المنصة. بطبيعة الحال، توجهت إليه جميع الأنظار، شاملة أنظار كاميرات تليفزيون الأمة.

السياسيون يتعلمون سريعًا، بدأوا مبكرًا محاولة اكتساب أقصى الميزات من ظهورهم أمام التليفزيون. هم، بطبيعة الحال، اندفعوا بدون تردد مع نية المذيعين على أن ينقلوا إلى التليفزيون الأخلاقيات الصحفية التى تعلموها من الصحف، التى جاء معظمهم منها.

مبكرًا، فى العقد الأول للتليفزيون فى خمسينيات القرن العشرين، اقتنع زعيم الأغلبية فى مجلس الشيوخ حينذاك، ليندون بينز چونسون من تكساس، بالظهور فى البرنامج الذى يقدمه تليفزيون «سى. بى. إس» صباح الأحد، الذى، كما أعتقد، ما زلنا نسميه «غرفة ملابس الكاپيتول»، والذى أطلقوا عليه بعد ذلك بقليل اسم «واجه الأمة».

حضر چونسون إلى إستديوهاتنا فى الوقت المحدد لحوار موجز مدته خمس عشرة دقيقة قبل موعد إذاعة البرنامج. جلس الضيف بيننا وأخرج من جيبه مجموعة أوراق أعطى صفحة منها لكل واحد منا وقال: «يا أولاد، هذه هى الأسئلة التى سوف تسألونها لى».

كمنسق للبرنامج، حاولت أن أشرح له أننا لا نستخدم أسئلة متفقًا عليها مسبقًا، وأن ضيوف البرنامج لم يحاطوا علمًا أبدًا بما سوف يسألون عنه. قال: «هذا حسن بالنسبة لى»، جمع الأوراق وأعادها إلى جيبه، وبدأ يسير خارجًا.

بطبيعة الحال، لاحقته وتصالحت معه على حل وسط. قلت له «إننا لا نستطيع أن نسأل هذه الأسئلة، ولكننا سوف نقصر أسئلتنا على المجالات التى حوتها أسئلتك». نجح ذلك إلى أن ألقى عليه السؤال الأول الماكر المغرور العنيد بيل داونز من «سى. بى. إس» سأل السؤال الأول، وكان سؤالا سريعًا عنيفًا خارج نطاق أى شىء أشار إليه چونسون فى أسئلته. رئيس المستقبل أنعم النظر شذرًا إلى داونز، ثم فتح فكيه المطبقين بقدر كاف ليقول إنه لن يجيب على هذا السؤال. ومضت بقية النصف ساعة بنفس الأسلوب: إجابات من كلمة واحدة، أو لا إجابة على الإطلاق من الضيف، مع تزايد عصبية الضيف، والمنسق كذلك.

هذه لم تكن فى الحقيقة أسعد ساعات التليفزيون، ولكن تاريخيًا، قد تكون لها أهمية كبيرة كنذير عن العلاقة التى لا تزال موجودة بين السياسة والتليفزيون، إنها المفارقة الموجودة بين محاولة استخدام وسيلة الإعلام، وإصرار وسيلة الإعلام على عدم السماح باستخدامها، وهما يلتقيان، بطبيعة الحال، على أرضية مشتركة لصالح الحل الوسط.

سوف يجازف السياسيون بمواجهة الإحراج إذا كان هذا هو السبيل الوحيد للحصول على عرض تليفزيونى.

والتليفزيون على استعداد لتطويع القواعد أحيانًا لكى يضمن عرضًا جيدًا.

كان هذا واضحًا المقاطع الصوتية، الهدف الرئيسى لنقد التليفزيونى. جهود التليفزيون لإرضاء فترة الانتباه القصيرة لعالم سريع مفرط النشاط أدت إلى تقارير عناوين رئيسية متبلورة فى نشرة أخبار المساء.

فى البحث الرائع الذى قدمته كيكو أداتو، أوضحت فيه أنه فى عام ١٩٨٨م كان متوسط حجم الحديث المتواصل لمرشح الرئاسة على شبكة إذاعات الأخبار هو فقط ٩,٨ ثانية[١].

من الواضح، استحالة وجود أى تفسير له مغزى للقضايا فى هذا النوع من الاهتزاز الصوتى الانفجار الذى، أحيانًا، لا يشمل اسمًا أو فعلاً.

أكثر من هذا، توضح الأرقام أنه، فى عام ١٩٨٨م، لم تكن هناك حالة واحدة منح فيها المرشح فترة دقيقة واحدة كاملة لحديث متواصل على شبكة إذاعة أخبار المساء.

قارن هذه الأرقام مع أرقام إذاعات الأخبار عام ١٩٦٨م. حينذاك، متوسط زمن حصة الصوت كان ٤٢,٣ ثانية، أربعة أمثال أكبر مما كان عليه فى زمن الحملة الأخيرة، وكانت ٢١٪ من حصة صوت أحاديث المرشحين تستمر، على الأقل، دقيقة كاملة.

بطبيعة الحال، لا يمكن أن يقال أى شىء مهم فى ٩,٨ ثانية. ولكن أهمية ذلك بالنسبة لكثير من السياسيين كانت تبدو أنها إيجابية. هو، أو هى، لا يحتاج لأن يقول أى شىء مهم آنذاك، يمكنه أن يتجنب القضايا بدلاً من مواجهتها.

أكثر من هذا، السياسيون تعلموا منذ أمد طويل أن فى أيام التليفزيون، الصور أهم كثيراً من الكلمات، على أى حال. الصورة هى كل شىء.

وهكذا، مع تقديم حصة المقاطع الصوتية، كان ما يهم الحملة كثيراً هو تزويدها كل يوم بما يسمونه «فرصة الصورة، حصة الصورة»، إن أردت أن تسمى ذلك، التى سوف تظهر المرشح فى أفضل إضاءة، وتزوده بفرصة جيدة للوصول إلى نشرة أخبار المساء.

يبدو أنه يستحيل على التليفزيون أن يتغلب على السياسى فى هذه المباراة. لينرلى شتال قدمت تقريراً لتليفزيون «سى. بى. إس» عام ١٩٨٤م قصدت به أن تظهر أن مهارة استخدام حملة ريجان للمرئيات، حصص الصوت والصورة كانت تلاعبًا ساخراً بالتليفزيون. استخدمت فى التقرير أمثلة عديدة للتغطية التليفزيونية السابقة. أعجب البيت الأبيض بهذا التقرير. كما قالوا لها، إعادة عرض صور ريجان فى أفضل أوضاعه، تفوقت كثيراً على كلمات نقدها.

بجانب إذاعات أخبار المساء، فالنقاط المهمة الأخرى اليوم فى التماس بين الحملات والتليفزيون هى بطبيعة الحال، الجدل والإعلانات التى تذاع ما بين البرامج. السياسيون يمارسون كليهما بسخرية مما أدى، على ما أعتقد، إلى إضرار خطير متزايد بمصداقيتهم لدى الجمهور.

يجب الابتعاد عن الجدل، إن أمكن. إن لم يكن ممكنًا، يجب إذن إيجازها إلى

أقل قدر. يجب الابتعاد عن جوهر الموضوع، إن أمكن يجب الاعتماد على الصورة بأقصى قدر.

الجدل هو جزء من الخداع - الذى لا نعنيه - والذى أصبحت عليه حملاتنا السياسية. ومن العجيب أن الشبكات ما زالت تتعاون على تقديمها. لقد نما اعتقاد بين الممولين الشبكات أن ظهور المرشحين معًا على الهواء، لهو أمر يستحق الحلول الوسط. وكان هذا موضوع تساؤلات كثيرة.

ما دمنا قمنا بقبول هذه الحقيقة، سوف يكون هناك احتمال ضئيل للحصول على أى نقاش له مغزى، أو أن يستخدم التليفزيون - كما يجب أن يستخدم - لإعلام وتثقيف المواطنين.

هنا توجد الوسيلة لكى نقدم للشعب الأمريكى عرضًا عقلانيًا للقضايا الرئيسية التى تواجه الأمة والمعالجات البديلة لحلها. ومع ذلك يشارك المرشحون فقط بعد كفالة شكل يتحدى أى نقاش ذى معنى. يجب أن يوجه إليهم اتهام بتخريب العملية الانتخابية.

دور الشبكات فى هذا هو الإذعان لهذه المناقشات الزائفة. فمن الصعب، بطبيعة الحال، على شبكة منفردة أن تظل بعيدة خشية أن تبدو عنيدة أمام مسئوليتها عن هذه الخدمة العامة.

من ناحية أخرى، إذا رفضت الشبكات تنفيذ هذا الظهور المشترك - فى برامج عروض الكلام أو الجدل - فإنها سوف تثير بالتأكيد جدلاً شعبيًا حول عملية استخدام المرشحين للتليفزيون برمتها. النتيجة يمكن أن تكون إصرارًا جماهيريًا لا يقاوم على أن يتقابل المرشحون فى جدلات لها مغزى.

قد يصبح للشبكات نفوذ بهذا الصدد أكثر بكثير من شىء أظهرت رغبة فى استخدامه حتى الآن.

الشر المضاعف لهذا الجدل هو الإعلانات التى تمتد ٢٠ أو ٣٠ ثانية، أو دقيقة واحدة. إنهم يسيئون استخدامها لكى يبيعوا المرشح بالشعارات، وأسوأ من هذا، أنها تسمح لآخرين أن يهاجموا المنافس ببذاءة بينما تقوم بإعفاء المرشح من هذه المسئولية الخطيرة.

كل هذا: فرصة التصوير، والتلاعب بالمقاطع الصوتية، والسيطرة على ما

يسمى الجدل ، ووابل الإعلانات باهظة التكاليف، أدى إلى تحويل الحملات السياسية إلى مسرح سياسى على شاشات تليفزيونات المنازل. المنتجون، والمخرجون ، ومديرو مسرح العرض، كانوا هم مديرى حملات المرشحين ومستشاريهم السياسيين.

أصبح كثير منهم مشهورين ومتعجرفين، يتحركون، دون خجل، على خشبة المسرح. أصبحوا شخصيات تليفزيونية يظهرون كثيراً وهم يتناحرون بإسهاماتهم، وادّعوا أيضًا أنهم مبدعو أفضل دعايات المرشح.

كانوا يستطيعون ليّ الحقيقة بسرعة فائقة واقتدار، واستحقوا بذلك أن يطلق عليهم اسم «دكاترة التلفيق».

الآن هل يستطيع الناخب حقّا أن يأخذ الحملة بجدية بعد أن قاد مسرح التليفزيون لمعرفة كيف يقوم مديرو الحملة باستخدام وتحويل المرشحين إلى ممثلين؟ منافسة أخبار التليفزيون كانت حينذاك على ما هى عليه الآن، محرروها لا يستطيعون تجاهل مثل هذا المسرح.

ولهذا، فعلوا ثانى أفضل شىء. مراعاة للأمانة الصحفية، كانوا يتأكدون أولاً أن جمهور المشاهدين يعرفون أنهم يدركون أنهم مستخدمون. كانوا يجيدون فعل ذلك . أثناء حملة ١٩٨٨م، كثيراً ما قام الصحفيون، الذين يتابعون المرشحين، بالإشارة إلى أن تتابع الأحداث كان معداً بدقة، فرق المقدمة، وتعبئة وإعداد الحشود «التلقائية»، واهتمام المرشح وتغذيته، جميعها عرضت علينا مراراً وتكراراً كما جاء أيضًا ذكر فرص التنوير والمقاطع الصوتية.

لقد كان جهداً نبيلاً، ولكنه كان مشروخًا. لكى يكونوا نقاداً مؤثرين لهذا المسرح السياسى، كثيراً ما قام صحفيو التليفزيون بإعادة عرض المادة الهجومية، وأعطوها بذلك عرضًا أكثر، وربما أيضًا اهتمامًا أكبر مما تستحق.

مثل إعلان ويللى هورتون أثناء حملة الرئيس چورچ بوش عام ١٩٨٨م، إعلانات التشويه تعرض كثيراً فى نشرات الأخبار حتى أصبحت نماذج معادة ومكررة. أدرك المرشحون مبكراً أن الرد على إعلان سلبى، أو تصريح، كان يعنى دعوة إلى تكراره فى برنامج أخبار المساء.

وجدت دراسة الدكتور أداتو أن الشبكات عرضت ١٢٥ مقتطفًا من اللقطات

الإعلانية التى أذيعت خلال برامج المرشحين عام ١٩٨٨م. من المثير، عدم وجود مثل هذه المقتطفات عام ١٩٦٨م[٢].

الجمهور - المرتاب فعلاً - قد يدرك من كل هذا، أنه لا يوجد شىء ينجح فى عالمنا اللا أخلاقى مثل الإفراط، وفى السياسة مثل المراءاة.

أدت محاولات السياسيين للسيطرة على التليفزيون إلى مواجهات غير سارة. فى انتخابات ويسكونسن التمهيدية عام ١٩٦٠م، كانت إمكانية اختيار مرشح كاثوليكى لانتخابات الرئاسة ما تزال تحت الاختبار. أقنعنا چون كنيدى بالظهور فى برنامجنا المسائى عن الانتخابات فى ميلووكى، وأثناء الحوار، سألته عن رأيه حول كيفية سير عملية تصويت الكاثوليك وغير الكاثوليك.

أثاره - بوضوح - هذا السؤال. علمت بعد ذلك فقط أن مدير حملته، أخاه بوبى، ادّعى أنه أحضره إلى إذاعتنا بناء على وعد بعدم إثارة قضية الكاثوليك. أنا لم أحط علمًا بهذا الوعد، إن كان حقّا قد أصدره أحد المنتجين.

بعد وقت قليل، حضر چون كنيدى إلى فرانك ستانتون رئيس تليفزيون «سى. بى. إس» ليشكو تغطيتنا، مع تحذير لا تخفى عواقبه. أشار، كما قيل لى، بأنه إذا انتخب رئيسًا، سوف يقوم باختيار أعضاء «لجنة الاتصالات المتحدة» التى ينتمى إليها تليفزيون «سى. بى. إس».

رئيس «سى. بى. إس»، دكتور فرانك ستانتون، وقف بشجاعة أمام هذا التهديد، كما فعل فى مناسبات أخرى كثيرة، دفاعًا عن حقوق الحرية الصحفية للتليفزيون. يبدو أن السيناتور (حينذاك) كنيدى تراجع عن رأيه فى «سى. بى. إس» بعد ذلك بقليل؛ لأنه وافق على الظهور فى برنامج ابتكرته أنا، هو نوع يستحق التأمل اليوم. فى ذاك الوقت، كانت القضايا تناقش كثيرًا، مما أدى إلى صعوبة التعرف على شخصية المرشحين. فكرت أنا فى إذاعة تبدو اليوم أنها سخيفة، ولكنها كانت حينذاك جديدة. هى أن نحضر المرشحين إلى إذاعة يجيبون فيها عن لا شىء، باستثناء أسئلة توضح شخصيتهم. غريب أن نفكر اليوم فى مثل هذا، أليس كذلك؟

رفض كنيدى أولاً، ولكن نيكسون قبل، ولذلك اضطر كنيدى إلى الحضور. تطوع نيكسون بالحضور أولاً، رغم وضوح أن ذلك لم يكن الاختيار الأفضل؛ لأن الرجل الذى سوف يحضر ثانية ستكون لديه فكرة عن كيفية سير الإذاعة.

سؤالى الأول لنيكسون، بالصدفة، كان: «الآن، سيادة نائب الرئيس، أنت سياسى محنك. أنت بالتأكيد تعرف أن الكثير من الناس يقولون إنهم لا يعرفون لماذا، ولكنهم فقط لا يحبونك. ما الذى تظن أنهم لا يحبونه فيك»؟

مع الأسف، أجاب وكأنه يقرأ ملقنا؛ حسنًا، إنه رقم واحد، ورقم اثنين، ورقم ثلاثة. الإذاعة بأكملها سارت على هذا المنوال. إنها قتلت فكرة التلقائية بأكملها.

على كل حال، كنا فى الأسبوع التالى نعمل مع السيناتور كنيدى فى منزله بچورچتاون. فعلنا كل شىء إلى أن وصلنا إلى النهاية. وقف، وبعد وداع شديد البرودة، صعد إلى أعلى. خرجت إلى شاحنة التليفزيون وجلست فى المقدمة لكى أفحص الشريط، قبل عرضه بوقت قليل.

جاء منتجنا من منزل كنيدى عدوًا وهو يرتجف، وقال إن السيناتور يطلب إعادة تصوير البرنامج، ويجب إعادته. إنه لم يعجبه. إنه يشعر أننا وضعناه على أريكته فى وضع لا يليق به، وهو يريد إعادته.

قلت حسنا يجب أن تشرح له أننا قلنا بأنه لن تكون هناك إعادة، وهكذا كان مع نيكسون، وسنضطر للتنصل من ذلك، فقد سأل الإعادة، ولن يعجبه ذلك.

صعدت إلى غرفة نوم كنيدى. كان راقدًا على سرير، بدون حذاء وبدون چاكيت وربطة عنق. قال لى، «هل أنت مستعد للإعادة؟».

قلت له، «كلا. أنا مستعد لمزيد من النقاش».

قال: لا، لقد حسمت أمرى. أريد الإعادة.

أشرت له ثانيًا: سوف نضطر لذلك التنصل، ولن يعجب ذلك الجمهور، أنت تعرف سيشعرون أن ذلك ليس عدلاً، وأنك استفدت من ذلك.

قال: لا يعنينى ذلك. ذلك هو ما أريد. قلت له بإحباط، «حسنا، سيناتور، ولكنى أعتقد أن هذه أحقر روح رياضية قابلتها طوال حياتى»، استدرت وسرت خارجًا، عندما وصلت إلى باب الحجرة، استوقفنى وقال: انتظر دقيقة، استعمل التسجيل.

من الأرجح أن الضغط الذى يمارسه السياسيون، ومسئولو الحكومة، يكون مؤثراً على مستوى المراسلين حيث توجد صداقات شخصية، أو خشية فقد مصدر قيم، قد يكون له أهمية أكبر فى المستقبل.

إحدى الحالات التى وصل فيها الضغط السياسى إلى أعلى المستويات، بين كبار الرسميين ومسئولى الشبكة، التى وقعت أثناء عملى لمدة عقدين من الزمان فى أخبار المساء فى «سى. بى. إس»، أعرف فقط حالة واحدة كان الضغط فيها مؤثراً. كان ذلك عندما قام تشارلز كولسون، ممثل ريتشارد نيكسون، بتقديم شكوى إلى رئيس «سى. بى. إس»، ويليام إس. بالى، ضد قيام أخبار المساء. بإذاعة أخبار فضيحة وترجيت فى مسلسل من جزءين.

بسبب المعالجة الديبلوماسية التى قام بها رئيس الأخبار - غير الديبلوماسى عادة - ديك سالانت، كانت النتيجة الوحيدة - ويسعدنى ذلك - تخفيضاً ضئيلاً فى الزمن المخصص للجزء الثانى من الإذاعتين.

إن هذا سجل رائع، كما أعتقده لوسيلة إعلام تعمل بترخيص من الحكومة. إنه يشير إلى فصل ناجح بين التليفزيون والدولة، على الأقل بالمفهوم الرسمى.

تجاوزت العلاقة غير الرسمية بين الصحف ومصادرها، مع ذلك، هذا الخط الفاصل، إلى قدر أكبر كثيراً عما كانت عليه قبل ذلك، أصبحت الصحف جزءاً من مؤسسة واشنطن.

قد يكون هذا نتيجة - ولو جزئيّا - لتحسن الحالة الاقتصادية للعاملين بالأخبار، مما جعلهم - فى مجتمعنا ذى القيم المشوهة - يحظون بقبول اجتماعى أكبر. المراقبون اليوم أفضل تعليماً، ويتلقون مرتبات أعلى بكثير مما سبق.

يكمن الخطر، بطبيعة الحال، فى التقارب الكبير بين المراسلين والمحررين وبين مصادرهم، والتى جعلتهم يميلون إلى حمايتهم أكثر من التعريض بهم.

من المحتمل أن يكون نمو الثقة أيضاً قد أسهم فى زيادة مصطلح مصدر مطلع، وهى ممارسة قد تؤدى إلى توتر ثقة الجمهور فى مصداقية الصحف.

تحسن الحالة الاقتصادية عند عامة العاملين بالصحافة، كان له تأثير خبيث على عملهم فى إرسالهم التقارير السياسية.

كان هناك يوم ليس ببعيد، قبل الحرب العالمية الثانية مباشرة. عندما كان ـ تقريبًا ـ كل من يعملون بالأخبار، حتى أصحاب الياقة البيضاء، يتقاضون مرتبات أصحاب الياقة الزرقاء. كنا جزءًا من الجمهور.

عانينا من نفس قيود الميزانية، ونفس المعاملة البيروقراطية المهينة، ووقفنا فى نفس الطوابير، وقاسينا من نفس الخدمات السيئة. كان يمكن تعريفنا بالرجل المتوسط لأننا كنا هذا الرجل.

ربما يكون ذلك ما زال موجودًا فى بعض مستويات العمل الصحفى، وفى بعض الدول. ولكن، بالتأكيد، فى واشنطن والمدن الرئيسية حيث دخلت الصحافة فى علاقة حميمة مع السياسة، أصبحت صحافة اليوم من الصفوة.

حدث هذا بعد أن أصبحت الصحف اليومية تتحمل مسئولية أكبر ـ من منطق أنها أصبحت أكثر حيادًا وأكثر بعدًا عن الحزبية وأكثر معرفة وواقعية وأكثر دقة. وأصبحت الصحف والتليفزيون بعيدين جدًا عما كانوا عليه فى الحرب العالمية الأولى عندما مارسوا الصحافة الذاتية وشكلوا بكبرياء أعمدة أخبار تعكس رؤاهم الشخصية.

ربما يكون ابتعاد الصحفيين عن هذا الاهتمام الذاتى العميق الحماسى بمشاكل الأغلبية، والاختفاء المتزامن للحوار بين الصحف المتنافسة فى مناقشة القضايا اليومية، قد أسهما بقوة معًا فى ظهور هذا الفتور الذى أصاب جمهور الناخبين.

بين المرتبة الرابعة من الصفوة، لا يوجد أحد أكثر رخاء اقتصاديًا من منسقى التليفزيون. يجب أن أقول إن مرتباتنا ـ منزلتنا ـ العالية المعلنة رفعت من منزلتنا فى عقول الجمهور، وربما أحيانًا فى عقولنا.

لديهم قوة ضخمة. فى تاريخ الصحافة لم يحدث أبدًا أن وصلت أصوات أفراد إلى مثل هذا العدد الضخم من الناس بصفة يومية. وبوجودهم فى أحد الأحداث، فهم يبرزون، وربما أحيانًا يشوهون أهميته.

قوتهم، مع ذلك، ليست دون قيود. تقيدهم سلسلة من المراجعات والتصحيحات التى لم يتخيلها أبدًا آباؤنا المؤسسون. إذا حاول المنسق تحريف الأخبار لكى يبرز وجهة نظر معينة سوف يواجه أولاً بأخلاقيات من كتبوا وأنتجوا البرنامج، وإذا لم تكن استجواباتهم لذلك جريئة بالقدر الكافى، فسوف يواجه بعد ذلك المكتب التنفيذى لإدارة الأخبار، وأخيرًا سوف يواجه المديرين التنفيذيين للشبكة.

ما يربك الجمهور، وأحيانًا، السياسيين أيضًا، هو أن الصحافة تضع - بدون عمد - البرنامج ببساطة بنفس الأسلوب الذى تُعرِّف به الأخبار. ما دام معظم الصحفيين، فى الصحافة المطبوعة أو المذاعة، يعتقدون أن الأخبار هى ما له تأثير على معظم الناس، إما فكريًا أو عاطفيًا، فى عقولهم، ومفكراتهم أو قلوبهم، وأنهم سوف ينشرون نفس الروايات، بنفس الأسلوب تقريبًا.

المشاكل الرئيسية فى تغطية الحملات

التشويه بالإكراه قد يكون هو المشكلة الكبرى الوحيدة مع أخبار التليفزيون، وهى - بداهة - تؤثر على تغطية أخبار السياسة، والسياسة العامة.

مراسل التليفزيون وموضوعاته، قد يكونان ضحية لتحرير المقاطع الصوتية. ولعدم ملاءمة عنصر الوقت لتقديم تقرير متماسك قد يسعى هو أو هى إلى تحرير جملة حرفية مهنية والتى قد يكون ملخصها هو الخروج بمنطق مما يقوله. والصعب القيام بهذا بدون الوصول إلى وجهة نظر واحدة على الأقل ومن خلال التحرير فى مرة واحدة.

بالمثل، قصة أفعال سيئة مزعومة غالبًا ما تنتهى بجملة واحدة، «أنكر متحدث رسمى الاتهامات». تشويش أكثر.

كثيرًا ما يذيع التليفزيون رواية نشرتها إحدى الصحف مبنية على أساس «مصادر مطلعة». قد تكون الجريدة وبحذر وضعت فى القصة الصحفية مصادر أحاطتها بالغموض، ولكن إذاعة أخبار التليفزيون التى يعوزها الوقت الكافى قد لا تفعل ذلك. تشويش أكثر.

يجب أن تكون الإذاعة والصحافة اليوم شاشات تعرض عليها شخصيات المرشحين لمناصب عامة. مضت الأيام التى كان فيها الزعماء السياسيون، الذين يعرفون جيدا قدرات المرشحين، يستبعدون من يدمنون الكحوليات، والقمار، والنساء أو انتحال آراء الغير، أو من يُعالجون نفسيًا.

مع ذهاب المرشحين مباشرة إلى الجمهور من خلال الانتخابات الابتدائية (التمهيدية)، أصبح على الصحافة الآن مسئولية خدمة مصالح الجمهور بالقيام بهذا

العمل البغيض، ولكنه ضرورى، باستبعاد غير الصالحين من خلال إفشاء ما خفى عن الجمهور.

هذه الروايات تتطلب شرحًا كاملاً وعرضًا كاملاً للظروف المحيطة، ولكن نادرا ما يكون للتليفزيون وقت كاف لذلك.

من يعملون فى شبكة الأخبار من المخلصين المحنكين لا يجب تحميلهم الأخطاء؛ بسبب القيود الصارمة لوسيلة الإعلام التى يعملون بها.

ولا يجب اليوم أيضًا أن نضع مسئولية كبيرة على شبكات الأخبار فى تغطيتها أخبار حملاتنا السياسية. انتهت الأيام التى أجبروا فيها على تحمل هذه المسئولية وحدهم، وأجادوا القيام بها.

بينما أغلب الجمهور ما زالوا يحصلون على أكثر أخبارهم من الشبكات، إلا أن النسبة المئوية تهبط بشدة، ولم تعد الشبكات تحتكر هذا المجال.

يجب أن يتقاسم المسئولية الآن أولئك الذين يتقاسمون اهتمام الجماهير، المحطات المستقلة ومحطات الكابلات. «سى. إن. إن» وأيضًا «سى-سپان» تساعدان الآن فعلاً على ملء هذا الفراغ. إنهما توضحان الأسلوب الذى ستصبح عليه التغطية الصحفية غدًا لعالمنا السياسى وللحكومة.

ومع ذلك، ما زلت أرجو أن تظهر إدارات شبكة الأخبار مسئولية أكبر بالتخلى عن فرص التصوير المدبرة، والمقاطع الصوتية المخطط لها، وأن تخصص وقتًا أطول لتصريحات السياسيين والحوار الصحفى معهم حول القضايا. إنهم يستطيعون استعادة، على الأقل بالنسبة للحملة، التقارير التحليلية المنتظمة التى يقدمها مراسلوهم، حول القضايا أيضًا، وليس حول ميكانيكية الحملة.

معظم من يعملون فى شبكة الأخبار، مسئولون، ولدى شعور أنهم، مع كل هذا الاهتمام الجماهيرى والنقد، الذى قاموا هم أحيانًا بقيادته، ما زالوا يبحثون عن سبق صحفى فى تغطية الحملات الانتخابية يبهر معارضيهم ويثير إعجاب الجمهور القلق.

يجب على الشبكات أن تُزيد الوقت غير الكافى المخصص لتغطية الأخبار بساعة واحدة، على الأقل أسبوعيًا؛ لكى تناقش قضايا الحملة بتفصيل أكبر.

أما بالنسبة للحوارات، أود أن أرى الشبكات تقول لا، ببساطة، لعروض حوار أى ضيف مخادع، وأن تخصص أوقاتها ـ الكثير منها ـ لحوار جاد صادق. إنها، بالتأكيد، سوف تحصل على تأييد جمهور ضاق و بدأ يرى قدر الإثم الذى يرتكبه المرشحون وأحزابهم لتجنبهم عرض القضايا على الشعب من خلال وسيلة الإعلام الوحيدة التى يمكنها أن تصل إلى جميع الناس.

أما بالنسبة للإعلانات، فهناك تساؤلات دستورية عن حرية الحديث المرتبطة بها، ولكنى أود أن أرى صناعة الإذاعة والأحزاب السياسية تعمل على إلغاء الإعلانات السلبية.

هناك الآن اقتراح يجرى بحثه، بألا تقل مدة الإعلانات عن دقيقتين، وأن يسمح فقط للمرشحين بالظهور فيها. ومن المفترض أن هى أو هو سوف يقدم اتهاماته ضد المعارضة وجهًا لوجه، كما كانت.

ربما يكون الحل موجودًا كالعادة، فى الرأى العام. أن ينشر عدد متزايد من الصحف أعمدة تقابل الحقائق بادعاءات المرشحين التى يقدمونها فى إعلاناتهم. بعض المحطات الإذاعية سارت فى الاتجاه نفسه.

يجب إعفاء تمويل الحملات من التكاليف الباهظة لشراء وقت التليفزيون. الملايين التى يجب أن تجمع لإدارة الحملة تشكل الآن إفسادًا خطيرًا لحكومتنا. جماهير الناخبين لهم الحق فى أن يتساءلوا عما جعل هذه المناصب غالية.

أحد الحلول هو فرض حظر شامل على وقت إعلانات التليفزيون [السياسية]، وإجبار المرشحين للتحول إلى التليفزيون العام والقنوات الكابلية العامة.

الإصلاح. الاهتمام. يجب استعادة بعض المسئوليات التى أخذت من المؤسسات الحزبية فى ١٩٧٢م والإصلاحات اللاحقة. كما يجب تنظيم الانتخابات التمهيدية لكى تصبح العملية عادلة ومفهومة عبر أنحاء الدولة.

يمكن للأحزاب أن تساعد فى إحياء الاهتمام العام فى انتخاباتنا، إذا أعادوا برنامج لجنة المناقشات إلى المؤتمرات التى يغطيها التليفزيون. قد يساعد على ذلك أيضا، إذا ما أنتجت الأحزاب زعماء شجعان بالقدر الكافى لأن يقولوا بصوت مرتفع ما الذى يؤيدونه.

نحن، بالتأكيد، نستطيع تحسين عملية مشاركتنا فى الانتخابات إذا قمنا بتبسيط إجراءات التسجيل المعقدة. وفكرة إعطاء نصف يوم - على الأقل - عطلة رسمية من أجل المشاركة فى عملية التصويت، ليست بالفكرة البالغة السوء.

ولكن المفتاح الحقيقى لتحسين كل من عمليتنا الانتخابية، وكذلك مشاركتنا فى التصويت، كما فى كثير من الأمور الأخرى فى مجتمعنا المتهاوى، هو التعليم.

نعرف جميعنا تحذير توماس چيفرسون: الشعب الذى يتطلع لأن يكون جاهلاً وحرّا، يتطلع إلى ما لن يكون ويستحيل أن يكون.

ولكننا، فى الجزء الأكبر منا، شعب جاهل. معدل الأمية عندنا، عار على العالم الغربى.

الإعجاز التقنى للتليفزيون يمكن أن يساعد. إذا ساندته الاهتمامات المنوطة بالتعليم، يمكننا أن نبث على، من خلال التليفزيون، المدرسين العظام، الملهمين منهم، إلى كل فصل دراسى فى الدولة.

ولكن، بصرف النظر عن الطريقة التى يتحقق بها ذلك، لكى نحافظ على هذه الديموقراطية، ولكى نعطى بعض المعنى لأى شىء قد نفعله لإصلاح صحافتنا وسياستنا، يجب علينا أن نكفل لأجيال المستقبل من الأمريكيين المهارة الكافية لكى يديروا بلدهم(*) القيم بذكاء.

هذه هى الحملة الجوهرية التى يجب أن نشارك فيها جميعًا.

* * *

(*) شبّه الكاتب الولايات المتحدة بمشروع تجارى يعطى امتياز استغلاله لأصحاب الفروع، مثل كوداك أو ماكدونالدز.