



## المجلة السياسية والدولية

اسم المقال: عرض كتاب "التلفاز بوصفه وسيلة لصياغة الوعي السياسي للأمريكيين" للمؤلفة الروسية ي. ف. بيفلوفا

اسم الكاتب: م.م. محمد جمبل

رابط ثابت: <https://political-encyclopedia.org/library/1941>

تاريخ الاسترداد: 2025/06/06 21:31 +03

الموسوعة السياسية هي مبادرة أكاديمية غير هادفة للربح، تساعد الباحثين والطلاب على الوصول واستخدام وبناء مجموعات أوسع من المحتوى العلمي العربي في مجال علم السياسة واستخدامها في الأرشيف الرقمي الموثوق به لإغناء المحتوى العربي على الإنترنت.

لمزيد من المعلومات حول الموسوعة السياسية – Encyclopedia Political، يرجى التواصل على [info@political-encyclopedia.org](mailto:info@political-encyclopedia.org)

استخدامكم لأرشيف مكتبة الموسوعة السياسية – Encyclopedia Political يعني موافقتك على شروط وأحكام الاستخدام

المتاحة على الموقع <https://political-encyclopedia.org/terms-of-use>

تم الحصول على هذا المقال من الصفحة الخاصة بالمجلة السياسية والدولية على موقع المجالات الأكاديمية العلمية العراقية ورده في مكتبة الموسوعة السياسية مستوفياً شروط حقوق الملكية الفكرية ومتطلبات رخصة المشاع الإبداعي التي ينضوي المقال تحتها.



التلفاز بوصفه وسيلة  
لصياغة الوعي السياسي للأمريكيين

عن كتاب:

(الثقافة الفنية الأمريكية في السياق الاجتماعي لسنوات الحرب الباردة) المؤلفة الروسية (ي. ف. بيفيلوفا)

مديرية معهد الولايات المتحدة الأمريكية وكدا - أكاديمية العلوم السوفيتية سابقاً، دار نشر "العلم" موسكو ١٩٩٢

ترجمة

المدرس المساعد

محمد جبيل

مقدمة المترجم:

من نافلة القول ان التلفاز قد أصبح الآن أهم وسائل الأعلام التي تسسيطر على حياة الأفراد والمجتمعات في معظم دول العالم، برغم حداثة عهده بالنسبة إلى وسائل الأعلام الأخرى، كما للمذيع والمصحف بكل مستوياتها وأنواعها. فالتلفاز يحتل الآن موقعه في البيت تقريباً ويشاهده الملايين من مختلف الأعمار والأجناس والأديان والثقافات والأجيال والشعوب، ولشتى الأسباب والاعتبارات. ولم يكن هذا النفوذ الكبير للتلفاز محض صدفة، ولم يأت اعتماداً، ذلك أن أهمية التلفاز تعود إلى عمق الأثر الذي يخلفه في نفوس مشاهديه، لما له من خصوصية تتجلى في المميزات التي اختص بها دون جميع وسائل الأعلام الأخرى، حيث يحتل الإنباء والمعلومات إلى تجارب حية، مما يجعلها أقوى تأثيراً من الكلمة المسموعة أو المطبوعة، وهو يقدم لنا الأفكار والمعارف والمعلومات في مشاهد متكاملة تتكون من الصورة الحية بلونها الطبيعي، والمدعومة بالصوت الأصلي الذي يضفي عليها مزيداً من الواقعية، ويزيد من جاذبيتها وشدة تأثيرها. وتعتبر الصورة الحية من أحسن الوسائل أقناعاً، لاسيما وإن الرؤية أساس الاقتناع، والعيان يعني عن البيان، كما تقول الحكم والأمثال، ذلك أن الصورة لغة عالمية تفهمها كل الشعوب، كما إنها أقوى تأثيراً نظراً لاستخدام أكثر من حساسة في تلقيها، فضلاً عن، أن الألوان تزيد من فاعلية المشاهد التلفازية وأهميتها في استبيان المعلومات واستيعابها. وعلى صعيد آخر، فإن التلفاز يتفوق على الاتصال

الشخصي ذاته في قدرته على الإقناع عندما يكبر الأشخاص باللغة الصغر، بالإضافة إلى أن الصورة المتحركة تثير الاهتمام، وحين تخضع لخطوة منطقية ذات هدف محدد يتواطئ الإقبال عليها. ويتميز التلفاز بتتواعد أساليب عرض برامجه التي تثير اهتمام مشاهديه، وهو وسيلة جامعة تتتوفر لها خلاصة امكانيات وسائل الإعلام جميعها، فيتمكن عن طريقة تقويم المعلومات التي يتعرّض لها عن طريق الكتابة أو الصورة أو الصوت إذا استعمل كل منها على حدة. ولم يكن الأميركيان بحاجة إلى معرفة كل هذه المميزات والامتيازات والفضائل للتلفاز، بوصفه وسيلة إعلامية، لكي يتبنوا التلفاز، فهم بحكم عمليتهم وفلسفتهم البراغماتية كانوا من أوائل من انتبهوا إلى خطورة التلفاز في معركة الأعلام والمعرفة، والهيمنة على الجانب الروحي للمرء، وإعادة صياغة وجوداته. كما أن هذه الحقائق التي أشرنا إليها في تبيّن امتيازات التلفاز كان للأميريكان الحصة الكبرى في إضافتها، وهكذا وإيمان الأميركي المتوسط بالبث التلفزيوني وأصنافه ووسيلة معتمدة (تَكاد تكون الوحيدة أحياناً) لمعرفة الحقيقة، فإن التلفاز جاء في المركز الثاني بعد البيت الأبيض على صعيد المؤسسات ذات السلطة والنفوذ في الحياة المجتمع الأميركي ( بينما جاءت الصحف في المركز الثاني عشر، والإذاعة في المركز السابع عشر من بين المؤسسات المخالفة) وقد أشار أحد التقارير العلمية إلى أن ٧٥% (من أفراد العينات المجتمعية التي جرى استبيانها) تتجه إلى التلفاز كمصدر لاستقاء أهم الأخبار القومية والعلمية، وفي جدلية التأثير والتاثير لهذا السلاح الإعلامي الخطير، تبين أن الأكثريّة الساحقة من الأميركيين تستقي معلوماتها من التلفاز، الذي يعد على صعيد الصناعة والفن الإعلامي معاً، أضخم مصدر للمعرفة بالإنباء والمعلومات، وهو مصدر يؤمن الأميركيان أنه أوثق مصادر الإنباء، حيث لا ترقى المصادر الأخرى إلى مستوى .

لقد اعتدت الإمبريالية الأمريكية على هذا السلاح الإعلامي المتتطور والخطير من حيث مفعوله وتأثيره، في جميع معاركها السياسية والاقتصادية والعسكرية والاجتماعية، بل في جميع المعارك الداخلية والخارجية، لقد اعتمدته قناة للسلطة للوصول إليها وترضيها والاحتفاظ بها، كما اعتمدته وسيلة باللغة التأثير في سياسة التضليل الإعلامي، وفي دعائتها السوداء منذ الحرب الباردة. وقد عهدت الأوساط الأمريكية الحاكمة للتلفزة بمكانة ودور خاص لا يدانيه دور آخر في خطط الهجوم الإيديولوجي الواسع، باستثمار الفضائل المهمة للتلفزة على الوسائل الإعلامية الدعائية الأخرى.

ويتجلى الجوهر الدعائي للتلفزة في المواد الإعلامية والاجتماعية-السياسية، فبحيويّة شكله وخصوصيّته المؤثرة، وبالموضوعة التي تلوح ظاهريًا وللوهلة الأولى، فإن الأعلام التلفازي الأمريكي، ظل أكثر القنوات الإعلامية تأثيراً في الرأي العام. وحسبنا الإشارة إلى الحرب الفيتنامية، وقبلها الحرب الكورية، وإلى فضيحة "ووترغيت" وأحداث الحرب الباردة ووقائعها، والموقف الأمريكي من الاشتراكية وحركات التحرر الوطني والقومي، وإلى صناعة الرؤساء في البيت الأبيض، والانتخابات على جميع مستوياتها، وفي عموم الولايات المتحدة الأمريكية. بل إن المواطن الأمريكي لازال يجهل حقائق أكبر في تاريخ البشرية حتى الآن، نعني بذلك الحرب العالمية الثانية، التي ليس دون سبب تدعى في أمريكا بالحرب المنسيّة، فقد اظهر الاهتمام الكبير من لدن المواطنين الأمريكيان (الذين جرى تجليلهم عمداً في سياسة الأمية الثقافية المحكمة التي تتولاها أجهزة الدعاية الإمبريالية الأمريكية) بالشريط السينمائي الوثائقي المشترك (الأمريكي-السوفيتي) المكرس لإحداث الحرب العالمية الثانية، والمعروض عام ١٩٧٨، اظهر هذا الاهتمام الأمريكي الشعبي البالغ مدى أمعان منظري ومجهي السياسة التلفازية الأمريكية في حجب الحقائق والتعييم عليها، بل تجلّى ذلك الحين في تقديم الأمريكي للعلم، حيث أسميت الحرب "الحرب المجهولة" ذلك ان حقيقة الدور السوفيتي في دحر الفاشية، وحقيقة عذابات الشعوب السوفيتية وتضحياتها كانت بالفعل مجهولة بالنسبة للأمريكان العاديين. وتتصفح طبيعة تأثير التلفاز على الوعي السياسي الأمريكي بأكبر قدر من الجلاء، عند تحليل إذاعاته الإعلامية والاجتماعية-السياسية، وعند تحليل الجوهر السياسي-الفكري-الاجتماعي لعموم المواد التلفازية الأمريكية، بما فيها برامج التسلية والإعلان والجنس والبرامج الثقافية والاقتصادية والتاريخية "والنواخذة" التلفازية على قنوات الشعوب الأخرى.

بل وحتى برامج الأطفال والخيال العلمي، إن المنظور العنصري الإمبريالي الذي لا يمجد سوى نمط الحياة الأمريكي والأمة الأمريكية (التي لا تدانها في المكانة سوى الصهيونية). وإسرائيل وما تقتضيه كل ذلك تمجيد ما يسمونه "بالعالم الحر" و"اقتصاد السوق" والديمقراطية على الطريقة الأمريكية ذات الطبيعة الازدواجية. وهذا المنظور الخطير في تأثيراته القريبة والبعيدة قد انفضح، أشد ما يكون الانفضاح، في انتهاء الحرب الباردة، بأوضح شكل ممكن في سياسة التضليل الإعلامية الأمريكية، حتى ان كتبًا عديدة الفت في ذلك، منها كتاب "احذروا الأعلام" للكاتب السوفيتي "قيفانوف" ومع الزمن تهافت جميع الأكاذيب والافتراءات الإعلامية المحركة التي تعاظمت وتتأثر تطوره في العقود الأخيرة من القرن العشرين تقنياً، والتي كان التلفاز الأمريكي التجاري والمخابرات الأمريكية والصهيونية حصة الأسد فيها.

ان الكتاب الذي نترجم هذا الفصل منه، يقع تحت عنوان ( الثقافة الفنية الأمريكية في السياق السياسي الاجتماعي لسنوات الحرب الباردة) للمؤلفة الروسية ( ي.ف بيرفيلوفا) مديره معهد الولايات المتحدة الأمريكية وكندا/ أكاديمية العلوم السوفيتية، دار نشر "العلم" ، موسكو، ١٩٩٢.

ننتمى ان نكون قد وفقنا في عملنا هذا، ويبقى الكمال لله وحده. والله ولي التوفيق.

ان أحدى الصفات المميزة للمناخ الاجتماعي السياسي في الولايات المتحدة الأمريكية في سنوات الحرب الباردة هي التعزيز المستمر لموقع التلفاز بصفته آلة مهمة للتأثير في الوعي السياسي لدى الأمريكيان. فقد ولدت الشواهد الكثيرة على الظواهر المتزامنة في الاقتصاد والسياسية والأخلاق استثناءً جماهيرياً لدى السكان. وعززت من شكوك المواطنين العاديين في قدرة الدوائر الحاكمة على الحل الفعال للمشاكل الماثلة إمام البلاد. الأمر الذي يرغم الدولة البرجوازية على تشتيط فعالياتها الدعائية بشكل واسع. وتعطى الولايات المتحدة للتلفزة مكانة خاصة لتنفيذ خلط انتشارها الإيديولوجي الواسع. كما ان التلفزة بتمتعها بجملة من الأفضليات المهمة على الوسائل الإعلامية-الدعائية الأخرى. واعتمادها الموارد المالية الضخمة، والقادرة التكنيكية القوية، وملكات من العاملين المؤهلين، وقد توطدت على نحو راسخ في دورها كطريقة واسعة الانتشار للتسلية وملء الفراغ، بكونها المصدر الأساس والوحيد والأكثر مصداقية في نشر المعلومات.

ان الجوهر الدعائي للتلفزة الأمريكية يظهر على نحو بالغ الجلاء، في برامجها الإعلامية والاجتماعية والسياسية ولذلك فان هذا الأعلام الجماهيري يقدم أكثر الإشكال تأثيراً في التحكم في الرأي العام لحيوية شكله وموضوعاته التي تلوح ظاهرياً للوهلة الأولى، فبتضخيمه أهمية بعض الأخبار إلى حد الإثارة، وتقليله من شأن الأخبار الأخرى، وإعطائه اهتماماً استثنائياً للتفاصيل على حساب الشيء الأساس، وتحوله إحداث الساعة إلى مشاهدة ممتعة، فان التلفزيون يقدم لملايين من الأمريكيان بتفسيره لمجرى الإحداث المحلية والعالمية، وإلى جانب ذلك، فإن التعديلية داخل النظم السياسي للدولة الرأسمالية التي تشرط الاختلاف في عدد من المشاكل التكنيكية في السلطة الحاكمة ذاتها، إنما تقود الأحزاب والجماعات المساندة للطرق والمذاهب المختلفة لحفظ على الرأسمالية وترسيخها، وإلى اللجوء بقوة مطردة إلى التلفاز، من أجل التعزيز المعنوي السياسي لمواضعها.

ان استقلالية وسائل الأعلام الجماهيرية نسبياً، في إطار النظام التلفاز وأساسه التجاري الذي ولد صراعاً تنافسياً حاداً من أجل كسب المتفوّج وتباين النظارات السياسية لمالكي محطّات التلفزة أنفسهم. قد ساعد على ان تظهر على شاشات التلفزة عدد من الحالات صور للحياة الحقيقية في ظروف الرأسمالية وإن يرد تقويم جاد بدرجة كبيرة للإحداث الدولية. وعلى أي حال، فإن مؤلّفي هذه البرامج بانتقادهم المجتمع البرجوازي من موقع الولاء، إنما يحولون توجيهه استثناء الرأي العام نحو الاتجاه الأمّن بما فيه الكفاية معززين لدى الجماهير الآمال بقوة "الإصلاحات" و"التطور".

ان برامج الإعلانات والتسلية تحمل أيضاً شحن مطلوبة لأن أهداف الإعلان لا تتحصر فقط في بيع السلعة بفضل الإعلان ترويج لأفكار إيديولوجية أيضاً، وفي ظروف المجتمع البرجوازي كان الإعلان وسيقى الأداة الأهم للأعلام لتكون الاتجاه والمثل الاستهلاكين وتوطيدهما رابطاً باستمرار مفهوم السعادة والنجاح والشهرة بكمية الخدمات والسلع الاستهلاكية ونوعيتها . فالإعلان ينافض موضوعياً نمو الوعي الذاتي لدى الجماهير ونشاطها الاجتماعي . وبالقدر ذاته، فإن برامج التسلية أيضاً ليست وسيلة "قتل الوقت" فبغض النظر عن كون ان التلفاز تحت تأثير إحداث الحياة الاجتماعية لحقيقة المستويات قد كف لحد كبير عن البرامج المفرطة في الانهزامية وأخذ يعطي اهتماماً أكبر للمشاكل الاجتماعية والسياسية المهمتين. ان برامج التلفزة ظلت موجهة إلى المتفوّج التقليدي "المتوسط" الذي يفضل طبقاً لكلمات الباحث الأمريكي (غشتاينز) قضاء أمسيّة مع هيجووك أكثر من قضائه ساعة مع همنغواي . وهكذا فإن مالكي صناعة التلفزة يتسترّون بالأحاديث الديناغوغية (التظليلية) حول ان التلفاز يقدم إلى الجمهور "ما يريد" فإنهم في الواقع قد حولوا التلفزة باستغلالهم الأذواق غير المتطرفة للجمهور العادي. ليس فقط مصدر للإرباح الخيالية وإنما إلى أداة بالغة القوة للدعاية البرجوازية. ويمكن الحكم حول التأثير الذي يحدثه التلفاز في أمزجة الأميركيان حسب نتائج الاستبيان الذي أجرته مجلة "يونايتد ستيد إنورلد" في ربيع عام ١٩٧٦ بين ١٤٠٠ شخص يشغلون مناصب حساسة في ميادين الحياة السياسية والاقتصادية والثقافية للبلاد. لقد اقترح عليهم أن يقيموا في جدول من عشر نقاط، تأثير كل مؤسسة من أهم أربع وعشرين مؤسسة اجتماعية على القرار والأفعال التي تمس الأمة كلها . وبعض نتائج الاستبيان يعرض في الجدول التالي :

	المؤسسة
٨,٥١	البيت الأبيض
٨,٠٤	الحكمة العليا
٧,٩٥	التلفاز

ان سكان الولايات المتحدة الأمريكية عملياً "ماخذون كلباً" ببرامج التلفزة أفي عام ١٩٧٧ بلغ عدد أجهزة التلفاز في البلاد ١١٥ مليون جهاز، وكانت نصف العوائل تقريباً" يمتلك جهازين أو أكثر، وفي "لوس انجلوس" تستلم سبع عشرة قناة تلفازية وفي "نيويورك" ثلاثة عشرة عدا البرامج التي تنقل سلكياً. وأجمالاً" في ٩٦% من البيوت المجهزة بالتلفزة بامكان المشاهدين ان يختاروا خمس قنوات في لقل تقدير.

ويقطع النوم والعمل فقط من الفرد الأمريكي وقتاً يفوق وقت مشاهدة البرامج التلفازية، فهو يغير للتلفاز في المتوسط سبعاً وعشرين ساعة من ساعات الأسبوع. ويلتهم التلفاز جزءاً كبيراً من ميزانية وقت الامريكي ويؤثر في الوقت ذاته على البصر والسمع ويحدث لدى المشاهدين احساساً "المشاركة". وفي اللحظة نفسها يوهم المشاهد بصدق الإحداث الجارية على الشاشة ويؤثر التلفاز حتماً على علاقة المتفرجين بالعالم المحيط بهم، لقد لاحظ الرئيس الأسبق لقسم الأخبار في شركة سبيسي-اس-مايكرون انه "ليس ثمة غرابة في ان بعد التلفاز موضوع الاهتمام الاشد حيوية من قبل مختلف طبقات المجتمع، بما في ذلك الحكومة ورجال العلم والعلماء في البيت، ان انتشار التلفاز الذي لصبح ظاهرة" واقترابه "من العالم الداخلي والخاص للإنسان وجمعه بين الصورة والصوت وامتزاج الحقيقة فيه بالخيال قد جعل منه فوة جديدة تماماً من حيث طابعها (ليس لها نظير) في تاريخ الاتصال ووسائله. ويمكن تلمس نتائج الانتشار الواسع للتلفزة عملياً في جميع نطاقات الحياة الاجتماعية الأمريكية، فقد اظهر عدد من الدراسات انه بفضل ذلك تغير طابع سلوك الناس وعلاقتهم المتبادلة. لقد تقلص باستمرار الوقت الذي تكرسه الأسرة خارج البيت في دور السينما، وزيارات الضيافة لدى الأقارب، وفي الأنشطة الرياضية والألعاب، وتضاعف كل من عدد العروض المسرحية، ومشاهدات الأفلام في دور السينما، وتغيرت كذلك ملامح الصحف والمجلات، فقد ازدادت فيها أعمدة الموضوعات ومواد التسلية التي تعنى أساساً بإضاعة الأخبار المحلية لأن الإعلاميين القومي العام والدولي يرددان في الأساس عبر الاقنية التلفازية.

لقد باشرت الأمريكية ببث برامجها المنتظمة في ١٩٤٥ وعلى اي حال مضى وقت غير قليل قبل ان تغدو مؤثرة بشكل فعال على العمليات السياسية في المجتمع الأمريكي، وإذا كانت التلفزة في المرحلة الأولى لا تعكس سوى المعايير السياسية والاجتماعية لتلك الأعوام، فإنها ابتداءً من السنتين قد انطلقت بدور العامل المهم لتشكيل الرأي العام وتحولت الى قوة سياسية مستقلة بما فيه الكفاية. وفي السنوات العشر الأولى من التأسيس قد ناضلت واقترياً لمجرد الحصول على مكان "تحت الشمس" مدافعة عن حق

الوجود إمام منافسين مجربيين ومقدرين: هم الصحافة والإذاعة والسينما، إن مهمتها كانت تتحصر في الإسراع قدر الامكان في كسب اهتمام ودعم جمهور كبير وثابت وبهذه الطريقة فقط كان ممكناً تغطية التوظيفات المالية الضخمة التي وضعت في التلفاز وإيجاد قاعدة مالية ضرورية لتطوره اللاحق. لقد أدى التركيز على الجانب التجاري في نشاط التلفزة إلى تعاظم تأثير المعلنين على مضمون برامج الإذاعات، وفي ذات الوقت كانت شاشات أجهزة التلفزة مليئة فقط بالبرامج ذات الطابع التجاري المكشوف (إما ألعاب أو مليودرامات عاطفية مفرطة أو ما يسمى بـ "الأوبرات الفقاعية" الصابونية) التي تدعى إلى مثل عصر ما بعد الحرب "الذهبي" وتعود إلى هذا الوقت، المحاولات الأولى لاستخدام التلفاز في الإغراءات السياسية.

ولكن تطور الإرسال الاجتماعي-السياسي قد تعرقل بسب التقنية غير المكتلة والقاعدة المالية وغياب التصور الواضح عن امكانات التلفاز في هذا المجال والتحامل من جانب السياسيين أنفسهم وكذلك أجواء الإرهاب السياسي الذي ظهر نتيجة الدعاية الواسعة لأفكار الحرب الباردة وهجوم الماركاثية. ولعله لن يكون مبالغة القول بأنه ما عدا استثناءات نادرة كانت معاوقة الشيوعية الموضوعة السياسية المهمة والوحيدة غالباً للتلفزة الأمريكية في تلك الأعوام. ومع تعاظم مكانتها في عيون الجمهور الواسع وتوطيد الوضع المالي للشبكات التلفازية ونتيجة للنقصان الجزئي في اعتماد هذه الشركات على المعلنين وكذلك نتيجة للوضع الليبرالي المحدد للسياسة الداخلية فقد لوحظت في التلفزة اتجاهات نحو التغطية الأكثر تفصيلاً للإحداث في البلاد وخارجها. لقد أزدادت إلى حد بعيد إعداد التقارير ما قبل الحملات الانتخابية وجرى البحث عن امكانات جديدة لاستثمار التلفزة لصالح السلطة التنفيذية، وتغير شكل تقديم الأخبار وتزايد عدد الموضوعات المنقوله على الشريط التلفازي إمام المذيع القارئ لنشرة الأخبار بطريقة رتيبة فقد أخذى مكانه للمعلق الرئيس.

في عام ١٩٦٨ كانت شركة روبر المتخصصة باستطلاعات الرأي العام قد سجلت للمرة الأولى أن معظم الذين جرى استطلاع آرائهم يعدون التلفزة أهم مصدر للمعلومات مقارنة بالصحف، أن مثل هذا الموقف لا زال قائماً حتى الآن. وهكذا وطبقاً للاستطلاع الذي أجري في العام ١٩٧٥ فان ٢١٪ من الأمريكيان اعدوا الإذاعة مصدراً أساساً للمعلومات بينما اعد ٥١٪ من الأمريكيان الصحف والمجلات ولكن ٦٥٪ من الأمريكيان اعدوا التلفزة مصدراً أساساً للمعلومات (إن المجموع الكلي يفوق ١٠٠٪) لأن الذين استطاعت آراؤهم كانوا يسمون اثنين إلى ثلاثة مصادر عند الإجابة على السؤال. لقد تزامن قيام هذا المركز الإعلامي-الدعائي الكبير مع تعاظم حركة الحقوق

المدنية، ومن هنا في غريبًا ان يكون النضال من اجل الحقوق المدنية الموضوع السياسي الأول الذي يغطيه التلفاز على نحو مفصل ونظامي والشيء الذي لا يقل شأنًا هو ان هذه الحركة تتميز بالملامح التي تضمن اهتماماً كبيراً من قبل المشاهد بسرعة الانتشار، والحجم الضخم للحركة واتجاهها الإنساني وسهولة تحديد "أبطال" الحركة وأعدائهم". وقد أظهرت تجربة الأعوام المنصرمة أنذاك انه مع تناقض التأثيرات السياسية للتلفزة وعلى الرغم من تباين تقويمات وطرق تناول هذه الإحداث أو تلك فإن إضافة التلفزة الى الحياة الاجتماعية-السياسية الإضافة الملموسة والإيجابية بالتأكيد إنما كانت تتحضر في كونها قد أسهمت في ظهور موجات الاهتمام من جانب الطبقات الواسعة من السكان بمشكلات كثرة الجريمة والفساد، وتلوث البيئة المحبطة و" قضية ووترغيت" الخ. وتعد تغطية للحرب في فيتنام المثال الأشد وضوحاً في هذا الخصوص. فعلى مدى أعوام الحرب كان الأمريكيان يشاهدون كل مساء تقريباً "تقارير" من فيتنام على شاشات تلفزياتهم وكانت التلفزة للأكثرية المصدر الأساس والوحيد غالباً للمعلومات حول الإحداث في هذه البلاد. ولهذا بالذات يتفق العلماء والسياسيون التطبيقيون وفيديو البث على ان التلفزة كانت أدلة مهمة لتبلور الرأي العام حول المشكلة الفيتنامية. ومنذ ذلك الوقت الذي ظهرت فيه القطعات الأولى لقوات الأمريكية في جنوب شرق آسيا وحتى توقيع اتفاقية السلام كان موقف الرأي العام تجاه الحرب وإضاءتها تلفزيًا قد شهد تغيرات ملحوظة ومهمًا كان الأمر فمع الاعتراف بالدور الكبير الذي لعبته التلفزة في خاتمة المطاف كعامل محفز في تطور النزعات المعادية للحرب لا ينبغي المبالغة في تضخيم مساهمة التلفزة في حل المشكلة الفيتنامية. فمن ناحية لا يجوز ان نسقط من اهتمامنا ظرفاً مهماً مفاده انه حتى العام ١٩٦٨ كانت تغطية التلفزة لسياسة الولايات المتحدة في الهند الصينية، باستثناء نادر للغاية تتسنم بطبع متطرف بين. ومثلما يلاحظ بحق الباحث الأمريكي أي إنسين: "انه لأمر لا يطاله الشك في ان التلفزة قد ساعدت بدرجة لا يستهان بها في خيبة الأمل في الحرب ويلاحظ كثيرون من عاملين البث باعتراض هذا الأمر فضلاً عن ذلك فان الحقيقة تظل امراً آخر غير هذا. فالتلفزة ينبغي ان تتحمل مسؤولية كونها قد خلقت - او عززت على الأقل - وهم الجنبروت العسكري الأمريكي الذي لا يقهر ذلك الوهم الذي رسم على أساس دعم الحرب في مرحلتها الأولية. ومن ناحية أخرى فان التقارير الحقيقية من فيتنام التي تزايدها جوهرياً في المرحلة الختامية للحرب غالباً ما كانت تظهر على شاشات أجهزة التلفاز بما نتيجة لخشود الظروف الانفاقية فحسب، وإنما لأن الوضع الحقيقي للأمور لم يعد ممكناً إخفاءه آنذاك. ان تعاظم الاهتمام بالسياسة الذي تطلبه تشويط الحياة الاجتماعية-السياسية الأمريكية في هذه الفترة لا يمكن ان يبقى بعيداً عن دائرة موضوعات برامج التسلية وان لا ينعكس فيها. وهكذا فان المشاكل الاجتماعية والسياسية المهمة أخذت ترتقي باستمرار الى البرامج المشهورة التي تعرض في حلقات ما يسمى

"محادثات العرض" التي في غمرتها يكون المحبون من أمثال ( جوني كارلسون وماري غريشن) وقد حشدوا في الاستوديو مشاهير مختلفين واجروا معهم في ذات الوقت مناقشة مسلية عميقه المغزى ( ان هذه المواد المبثوثة تحفظ بشعبيتها لأن ا ايضاً). وثمة مثل آخر اشد سطوعاً-العرض الهجائي التلفازي "الهجوم بالضحك" وهو الذي قدمته شركة أم بي -سي طوال الفترة ١٩٦٧-١٩٧٣ . وكان ذلك عبارة عن صندوق عجائبي للمشاهد في الموضوعات الأمريكية الحياتية الملحة، وهذه الفترة بالذات قد جلبت الشهرة لواحد من اكبر منتجي التلفزة الأمريكية موهبة ونجاحاً وهو نورمان لير.

ان الكوميديات الاجتماعية، التي أخرجها نورمان لير في فترة السبعينيات، تعد بحق "ذروة" التلفزة الأمريكية، وهكذا فان مسلسل "في دائرة العائلة" الذي ظهر على الشاشة في العام ١٩٧١ هو حتى الان يحتل في قوائم البرامج الأسبوعية الأكثر شعبية. لقد أصبحت شخصيته الرئيسة ارجي بانكر، "الوطني ضيق الأفق" شخصية عامة مشهورة في أمريكا، بما فلسفة "البانكرية" فهي مرادفة لضيق التفكير والظلامية والعنصرية، ولو ان شخصية بانكر هذه تثير لدى شطر معين من الجمهور رجوعاً مضاداً، على نحو مباشر، لذلك الرجوع الذي يؤمل منه مبدعواً هذه الشخصية. ان هؤلاء المشاهدين ليس فقط يتضامنون مع "الأفكار" التي يبشر بها، بل ويحضرون في خرافاتهم أيضاً. ان شخصيات المسلسلات الأخرى التي أبدعها نورمان لير ( معبرة عن الليبرالية المناضلة من اجل مساواة المرأة بالرجل في الحقوق)، مثل ( مودفينلي مود) والأسرة الزنجية آل سينفورد: الأب الكسول، المراوغ، وابنه المفعم حيوية ونشاطاً ( سينفورد الابن) وربة العائلة الأمريكية النموذجية ( ماري هارتمن) معبرة عن للغاية.. في الحقوق. ان التلفاز الأمريكي بتوجهه نحو الواقع وتدميره "مؤامرة الصمت" إمام مجموعة كاملة من المشاكل المهمة ( المخدرات والجنس والطلاق والجريمة بين الإحداث ووضع الأقليات القومية) فإنه ليس فقط عكس وجود الاتجاه الليبرالي او بالآخر الليبرالي الجديد. في الوعي الجماهيري لفترة السبعينيات وبداية السبعينيات بل اثر بدرجة مهمة ايضاً في تطور الاتجاهات القيمية والاتجاهات الاجتماعية السياسية لدى الأمريكيان. وبظهورهم من يوم لاخر على شاشات أجهزة التلفاز عاملين في ظروف واقعية او قريبة من الواقعية ومت�عين بملامح تلك الاصلالة الخاصة التي تميز كل ما يستحق اهتمام التلفزة كان ابطال المسلسلات التلفازية الشعبية يساعدون موضوعياً على نشر نماذج مجسدة تماماً للأمزجة الذهنية والتصرفات بين طبقات السكان الواسعة.

ان التدهور الخطير للمناخ الاجتماعي-السياسي والأخلاقي قد ولد السخط الجماهيري على وضع الأمور داخل البلد والرعب والقلق على المستقبل. قد تفاقم التقييم السلبي للوضع الحقيقي وتوسعت دائرة الموضوعات الجريئة لبرامج التلفزة الأمريكية.

ان نجاح البرامج الكوميدية الاجتماعية التي عرضها التلفاز قد آثار ردود أفعال متصلة لمحاكاتها وعلى أي حال ففي زحمة السعي لكسب المشاهد فإن مؤلفيها اخروا يتوجهون نحو جوانب الواقع المشوهة والمتناهية الظلمة للغاية. وبغض النظر عن النجاح التجاري لأمثال هذه البرامج فإن حقيقة تدهور الأسس الفنية والأخلاقية عن طريق التلفزة قد تفهمها المواطن الأمريكي الاعتيادي على نحو غاية في السوء. وفضلاً عن الشواهد المباشرة على التأثير المدمر لمثل هذا الصنف من المواد الشخصية الإنسانية (فقد أتضح في مجرى التحري عن عدد كبير من الجرائم الجنائية الخطيرة ان أصولها إنما كانت إعمال عنف مشهورة في المسلسلات التلفازية) فإن المستوى الرفيع من التقة بالتلفاز في عيون الجمهور الواسع قد قاد إلى ان جزءاً منها من المشاهدين صار ينظر إلى العالم الذي يظهر على شاشات أجهزة التلفاز بوقائع القتل التي لا تنتهي فيه، والشذوذ الجنسي والاضطرابات العائلية بصفتها انموذجاً يماثل تماماً المجتمع المعاصر. ان وعي "الأكثرية المستاءة" المرعوبة بالظواهر المنذرة بالخطر في أهم ميادين الحياة الاجتماعية الأمريكية والخائب أملها في وعود الليبراليين قد أصبح سريع التأثير للغاية في الأفكار المحافظة عن "الأنموذج الأمريكي للحياة" ودعواتها إلى الانضباط الاجتماعي والتلاحم والوعظ الأخلاقي الصارم. ولم يبسط التلفاز في التقاط اتجاه جديد فابتداً من أواسط السبعينيات اخذ التلفاز الأمريكي يتكيف من موسم النزاعات المحافظة في طبقات المجتمع المختلفة، فقد تعاظم لحد كبير عدد الأشرطة التلفازية التي امتنجت فيها الدعاية لرسوخ دعائم الرأسمالية بالمساعي لتصوير الماضي بهيئة الكمال وإسباغ الأجواء الرومانسية المسبغة عليه، وحل رجل البوليس العادي حارساً أحباً ما يتلهف كثير من الأمريكيان إليه هو "القانون والنظام" فقد حل وكيل الأمن الخارق-الغانغستر- محل البطل الرئيس للمسلسلات البوليسية ومحل الجنس أيضاً ولو انه كان الموضوع "رقم ١" للموسم ١٩٧٩-١٩٧٨. وقد تأسفت لذلك مجلة "تي-في-هaid" لأن هذا الأمر ليس بالجنس الحقيقي، وإنما هو مجرد "إثارة خفيفة وتلميحات غير مباشرة وإشارات ضمنية". وحظي بالاحترام الكبير أيضاً ما يسمى بمسلسلات "الحدين إلى الوطن" التي أحيت مبادئ أنتاج برامج التسلية في فترة الخمسينيات-بداية السبعينيات. وهكذا ففي أفضل نقاليد التسلية "الخلصة" احتفظ بأكبر المسلسلات نجاحاً. بهذا الخصوص للفترة ١٩٧٩-١٩٧٨ ان موضوع مسلسل "مورك وميندي" بسيط ثير ماكر، ويدور حول ملابسات سوء الفهم المضحكة، والصدف الخرقاء، التي سببها

حلول مخلوق ساذج من كوكب آخر، في ولاية كلوراد وهي من كوكب الأرض، بعادته الملازمة له في الجلوس على وجهه. وبتحليل العمليات الحاربة في تلفزة الولايات المتحدة الأمريكية لسنوات السبعينيات لا يسمح أن لا ذكر شرطيين للمسلسلات التلفازية يحرقان الرتابة النمطية لمنتجات الخط التلفازي الأمريكي. ان تحويل عرض "قصة الوثائقية" الجنور" لمؤلفها آل هيلى الى شريط سينمائي الذي عرض للمرة الأولى عبر شبكة أي-بي-سي في بداية العام ١٩٧٧، قد حشد جمهوراً قياسياً في تاريخ التلفاز الأمريكي بأكمله فقد شاهد الفلم ١٣٠ مليون مشاهد (وفي وقت تكرار العرض في خريف العام اللاحق كان جمهوره يبلغ ثمانين مليون مشاهد) وكسب أكبر عدد من جوائز "إيمي" مما يستطيع كسبه فلم في وقت ما - وهي تسع جوائز.

وعلى امتداد ٢١ ساعة تجري الإحداث إمام المشاهدين عن قصة تقليدية لأسرة زنجية عانت من جيل إلى جيل فظاعة العبودية وعلى الرغم من أن عدداً من المواطنين الأمريكيين السود يعدون وضع الزنوج في الواقع كان أسوأ بكثير مما يعرضه الفلم إلا أنه حتى تلك الصيغة المخففة للعبودية في أمريكا أعدت كشفاً حقيقياً بالنسبة لملايين المشاهدين ولكن ومثلما كان ينبغي التوقع فمن هذا العمل الذي يعد واحداً من أفضل إعمال التلفزة الأمريكية ومع ذلك لم يستطع تقادى الهجمات الحادقة من جانب الدوائر الأشد رجعية واليمينية المتطرفة ومثلما أعلن آل. هيلى مؤلف هذه الأسطورة الشعرية ذاته" فإن الجائزة الأولى كان سيعطيها من بين جميع "الجنور" إلى ذلك الممثل الرسمي منظمة (لكو-كلكس-كلان) الذي "مزج" بكلبة قائلاً: إن السبيل الأفضل لعرض هذا الفلم التلفازي - هو نقضه ظهراً لوجه كي يتحرر الزنوج الأمريكيان تدريجياً من العبودية بل كي يحصلوا على الغل المقابل على الأيدي والإقدام.

وفي خريف العام ١٩٧٨ استطاع الأمريكيان أن يعيشوا تجربة أخرى جديدة حين قامت الشبكات "المستقلة" (غير المرتبطة باتفاقية مع الشبكات الوطنية) في أكثر من ٢٠ ولاية من الولايات البلاد بعرض شريط سينمائي وثائقي من ٢٠ حلقة كان قد أنتج بالمشاركة بين سينمائي الاتحاد السوفياتي والولايات المتحدة وكرس لإحداث الحرب الوطنية العظمى و حول مديات أهمية و ضرورة عرض هذا الفلم في الولايات المتحدة تحدث على الأقل حقيقة انه في المبيعات الأمريكية سمى "الحرب المجهولة" لأن حقيقة الدور الحاسم للاتحاد السوفياتي في دحر الفاشية وحقيقة ظلمات وتصحيات الشعب السوفياتي كانت فعلاً مجهولة بالنسبة للمواطن الأمريكي العادي. وعلى الرغم من انه طبقاً لمعايير التلفاز التجاري لم يكن جمهور الفلم كبيراً جداً (لقد رفضت الشركات الوطنية قطعاً بث هذا الفلم). إلا أن مغزى هذه التجربة قد ترك أهمية

كبيرة لاتفاق التعاون بين هيئات السينما والتلفزة السوفيتية والأمريكية وخاصة للتلفزة الأمريكية ذاتها أو بالنسبة لوجهة نظر توسيع التفاهم المتبادل بين شعبي البلدين. إن طبيعة تأثير التلفزة على وعي الأمريكيان قد تجلّى بقدر أكبر من الوضوح عند تحايل برامجه الإعلامية والاجتماعية السياسية وكما أشرنا من قبل - فإنه منذ أواسط السنتين تحول التلفاز وهو المصدر الوحيد غالباً للمعلومات في أوقات كثيرة ولاحقاً - المصدر الأكثر مصداقية بالنسبة لملايين الأمريكيان. وعلى الرغم من أن البرامج الإعلامية والاجتماعية - السياسية تشغّل حيزاً ضيئلاً للغاية ( لا أكثر من ٦١٪ ) من جدول الفُقرات التلفازية إلا أن الصعب المغالاة في تقدير تأثيرها على بلورة النظارات السياسية للجمهور ذلك أن إخبار الشبكات التلفازية وحدها يشاهدتها أكثر من ٧٠٪ منه في البيوت المجهزة بأجهزة التلفاز. أما البرامج المنفردة أو ما تسمى بالبرامج الخاصة المكرسة للإحداث السياسية المنفصلة فإنها تجذب اعداداً أكبر من المشاهدين لمتابعة بعض الإحداث السياسية. ويستقى الأمريكيان الأكثرية الساحقة من المعلومات حول الإحداث داخل البلاد وخارجها من إصدارات نشرات الأخبار المسائية لشبكات البث التلفازي الوطنية الثلاث إما نشرات الأخبار التي تبثها المحطات المحلية فإنها لا تستطيع أن تنافس إخبار الشبكات الوطنية في نطاقات المنطقة التي تعمل فيها هذه المحطات الثلاث لأنها تعتمد كلها هذه الشبكات فيما يتعلق بالأخبار ذات الطابعين الوطني والعالمي وكذلك لأن عملية التحكم المفتوح بالأخبار بروحية الصحافة الرخيصة قد أبعدت عن الأخبار المحلية المشاهدين الأشد طلاً. هنالك عاملان متربطان بالغاً الأهمية يمكنان في أساس نشاط المؤسسات الإعلامية للتلفزة الأمريكية فإذا كانت تأدية التلفزة الأمريكية لوظيفتها المرسومة لها في منظومة البرجوازية للأعلام الجماهيري والدعائي قد حدّت مسبقاً اتجاهها السياسي العام ( الدفاع عن الرأسمالية ومعاداة الشيوعية ومعاداة السوفيت ) فان نظام البث التجاري المعهول به في الولايات المتحدة والمتراصف على الربح قد ترك تأثيره الحاسم في تشكيل أساليب وطرائق الصحافة التلفازية". ان نظام البث التجاري يحدد في كثير معايير اختيار الإنباء التلفازية والأساليب التكنولوجية لتقديمها الأساليب الموجهة قبل كل شيء ومهما كلف الأمر إلى اجتناب أكبر قدر ممكن من جمهور المشاهدين". ومنذ عام ١٩٥٨ قال المخرج التلفازي - التسجيلي أي. ميرو ان الأخبار التلفازية قد أصبحت عبارة عن مشهد لمزيج غير متجانس من الإعلان والمعلومات. ان جميع هذه الأشياء توجد في الأخبار وقد أصبحت أكثر تناقضاً ولا شيء سوى ذلك.

لقد أدركت التلفزة الأمريكية منذ السنوات الأولى لوجودها أن غالبية المشاهدين يجذبها الجانب المملي للتلفزة فحسب وإن الاستعانة بالعواطف تعد على نحو متعاظم طريقة أشد فعالية من اللغة الجافة للحقائق والأرقام وقد اثبت كذلك أن زيادة الطبل على "السلعة" التلفازية يتم بمساعدة "التغليف" الجيد لبرامج التسلية. ومن هذه اللحظة ابتدأ الاستغلال المكثف للأذواق المتواضعة للجمهور العام ولم يكن باستطاعة هذه العملية تقادى المساس بالبرامج الإعلامية. ما هذا "الجمهور العظيم" الذي تمثل أذواقه وأولاده طبقاً لتأكيدات مالكي صناعة التلفزة المعابر الأساسية عند تنظيم النشرة الإعلامية؟ (لاحظ: تعرض على المشاهد ليس أهم الإنباء بل تلك الإنباء التي يرثب في التمتع بها)! ومن ثمما أظهرت البحوث فإن الطابع المميز لجمهور الإنباء التلفزيونية هو الطابع العرضي، أساساً فإن هذه الميزة تتشكل إما بفضل الفقرة التي تتلو النشرة الإعلامية مباشرة وإما بسبب البرنامج الذي يسبق النشرة ولهذا واستناداً على المعلومات التي حصل عليها.

د. هوفتير من جامعة سان-ديغو فان ٨٧٪ من المشاهدين يتبعون نشرة الأخبار لا عبارات لا علاقة بها بالسياسة. وبكلمات أخرى فإن جمهور الإنباء -ذاته- جمهور تلفاز التسلية جمهور مبرمج مسبقاً وقصد استهلاك التسلية والإعلانات إن مستوى تحصيله الدراسي واطئ وبفضل التلفاز باتت الأخبار ميسورة لأولئك الذين يعانون بسبب وضعهم الاجتماعي صعوبات في التحصيل الدراسي (على الرغم من أن الجزء الأكبر تعلمـاً في المجتمع ظل يحافظ على ولائه للصحافة كمصدر للمعلومات). وكما قال في قوله الرئيس السابق للجنة الفيدرالية لشؤون الاتصالات أو هنري حاولوا دعوة مسؤول البث إلى حدث صريح وسيقول لكم أن التلفزة تتوجه في الغالب إلى الإنسان الذي يرتدي فانيلة ذات رسومات ويضع إمامه على الطاولة عليه بيرة.

إن إدارات الأخبار التلفازية لا تسعى قطعاً إلى رفع المستوى الفكري لبرامجها ولا حفاً لا تسعى إلى رفع مستوى مشاهديها كذلك بل على العكس من ذلك فهي بنظرها إلى الأمور المعقدة من خلال منظور تناولها الحياني وباستغلالها على نطاق واسع لغة العبارات الدارجة وبإضافتها الصفة الدرامية على الأخبار بشكل مصطنع فإنها في ذلك كل أخذت تخاطب عواطف المشاهدين لا عقولهم وبذلك سهلت لحد كبير مهمة غرسها للتقييمات والتصورات الضرورية في وعيهم. ولهذا الهدف بالذات اخضع مفهوم الصحافة الأمريكية التي تفهم كلمة (الأخبار) على أنها إحداث ديناميكية مثيرة ويفضل أن تكون سلبية الصفة. ولهذا يشير غ. هانس أستاذ علم الاجتماع في معهد ماساشوتس

التكنولوجي إلى أن التلفزة تفضل دائمًا تلك الموضوعات الحافلة بالإحداث ولاسيما إذا كان هذا الحق تعبيرًا عن السخط أو الصدام أو المغامرة وهكذا مثلاً فإن المظاهرات التي تفترن ولو بحالة واحدة للصدام مع الشرطة ستحظى بأسقية العرض على المظاهرات السلمية. زد على ذلك أن هذه الحادثة بالذات والمختار من كامل مجرى التظاهرة هي التي ستدخل في النشرة. إن مجرد السعي لأن تنظم الأخبار التلفازية أكثر ما يمكن من الإحداث الحافلة بالمواد المرئية المصورة لا يثير أي اعتراض طبعاً. وفي نهاية المطاف فإن قدرة التلفزة على جعل المشاهد شاهداً على الإحداث الجارية وتعد أهم افضلياته على وسائل الأعلام الجماهيرية الأخرى ومع ذلك ينبغي تقرير أن الحرس على "مشهدية" الأخبار قد اتخذ في التلفاز الأمريكي طابعاً مفرط النمو للغاية. وفي عملية تصنيف المعلومات الواردة يمنع التفضيل للموضوعات المعززة بالمشاهد واللقطات الأكثر متاعبة وبالتالي فإنها لكثيرة تلك الواقع التي تزاحم فيها الإحداث التافهة الأخبار المهمة فتدفع إلى المقام الأول لا سبب إلا لسهولة إضاعتها بفضل العدسات التلفازية وبمعرفتهم مثل هذا المدخل لاختيار الأخبار. وقد اضطر مراسلو التلفزة الذين علموا بهذه الطريقة في اختيار الأخبار إلى اللجوء إلى جميع الدليل الممكنة من أجل أن تلبى المعلومات التي يقدمونها المطالب المطروحة عليهم. وهذا في زحمة الجري وراء "مشهدية" الأخبار يلجاً المندوبون في كثير من الحالات إلى ما يسمى بـ"إخراج" الموضوعات حاملين الأشخاص المهمين في هذا الحدث أو ذاك على تمثيل الحدث مرة أخرى إمام الكاميرا. لقد اتخذت هذه الممارسة نطاقات واسعة للغاية بحيث إنها أصبحت مادة للتحقيق في أحدى اللجان الفرعية لمجلس الشيوخ الأمريكي التي كانت مضطربة للاعتراف بـ"إخراج" الأخبار غالباً ما يعد سبباً لإضفاء صفة الدرامية المصطنعة عليها أو تزييفها. إن نزوع التلفزة إلى تغطية الإحداث المثيرة ونبش تفاصيلها" الطريقة" قد تجلى تأثيره سواء على موقف الطبقات الواسعة من السكان تجاه المشاكل الاجتماعية-السياسية وعلى اتجاه الرأي العام أجمالاً وكذلك على تأدية أهم مؤسسات المجتمع البرجوازي وظائفها. لقد تعرضت مؤسسات الانتخابات البرجوازية إلى تغيرات جدية تحت تأثير التلفزة ان استخدام وسائل الإعلام الجماهيري وخاصة التلفزة في صراع الحملة الانتخابية مضافاً إلى ذلك إشراك الدوائر المختلفة المشتغلة بدراسة الرأي العام وإنشاء الشركات المتخصصة في الإدارة السياسية وظهور وكالات دعائية لدى الأحزاب الخاصة بها وتحويل الدعاية السياسية إلى عنصر لا يتجزأ من عناصر الحملة الانتخابية يعد أهم سمات الانتخابات المعاصرة في الولايات المتحدة. إن هذه المؤسسات التي يجمعها مصطلح "السياسة الجديدة" تمثل "تكيف المؤسسة الديمقراطية الشكلية الأهداف البرجوازية الاحتكارية في عصر الثورة

العلمية-التقنية و تعد هذه المرحلة جديدة في تطور وسائل التحكم في التأثير على تشكيل وعي الجماهير.

لقد استخدمت التلفزة بشكل منتظم في الحملات الانتخابية منذ العام ١٩٥٢ ولكن خلال الأعوام المنصرمة لم يتوصل الباحثون إلى رأي موحد بخصوص المشاكل التي ظهرت خلال هذه الانتخابات نتيجة التدخل في السياسة وينقق غالبية العلماء الأمريكيين والعلمون في البحث التلفازي كما يبدو، على أن تأثير التلفاز على نتائج الانتخابات لا يتحدد فقط باستدامه في الحملة الانتخابية. فهم يفضلون الحديث عن تأثيره ليس على الناخبين فحسب وإنما على المواطنين آخرين باعتبارهم في هذا الأمر ان التلفزة تمس وعي الناخب بشكل عام وليس موقفه من الحملة الانتخابية لمرشح معين وهي تؤثر على كامل المناخين السياسي والثقافي للبلاد، وليس على رأي الأمريكيان تجاه بعض المرشحين. وتتجدر الإشارة إلى ان التلفزة بشكل عام لم تغير ولم تستطع ان تغير جوهر الحياة السياسية للولايات المتحدة فقد مرت إشكالها الخارجية فقط مخلة وراءها تأثيرها الأقوى على تكتيك النخبة الحاكمة وتأثيرها الأضعف على الجماهير الواسعة من المشاهدين الناخبين. وهكذا فان عدداً من الدراسات المكررة حول تأثير الحملات الانتخابية على نتيجة التصويت قد اظهر ان عدداً يسيراً جداً من الناخبين فقط يتخذ قراره أو يراجع وجهة نظره تحت تأثير الحملة الانتخابية، ولذلك فإن النتيجة الكلية للدراسات تتحصر في الآتي:

ان الغالبية الساحقة من الناخبين وهم يشكلون (٨٠%) تتحذ اختيارها النهائي قبل بداية الحملة الانتخابية بينما يفضل ما بين ٧٠%-٨٥% من المشاركين في التصويت مرشح ذلك الحزب الذي أيدوه في الانتخابات السابقة ويغير ١٠% من الناخبين انتماءهم الحزبي، اما العشرة بالمائة الباقون فيكونون في وضع متعدد وهذا القسم من الناخبين بالذات هو الذي يتعرض بقدر اكبر لتأثير الحملة الانتخابية. ولكننا يجب الا نفهم من هذا الامر، ان الاشخاص الذين وضعوا خيارهم مثمناً هم غير متكرثين نهائياً بنشاطات المرشحين انفسهم ومساعديهم ووسائل الاعلام الجماهيري فوظيفة جميع هذه النشاطات التي اتخذت في اطار الحملة الانتخابية تجاه هؤلاء الاشخاص تحصر كما يبدو في دعم اهتمامهم بشخصية المرشح وارضيته السياسية، وبذلك تقلل هذه الوظيفة الى الحد الادنى مخاطر عدم الوضوح لدى المشارك المحتمل عند اعطائه صوته في صناديق الاقتراع. لقد شهد للتلفزة دور اكبر في رفع النشاط السياسي للناخبين وعلى الرغم من ذلك هنالك معطيات تشير الى ان اعداد المشاهدين الذين يستقون معلوماتهم عن سير صراع الحملة الانتخابية من البرامج التلفازية فقط

تختفي باطراد كلما ارتفع مستوى التعليمي. وخلال السنوات الماضية ومنذ ظهور التلفاز اعادوا النظر في صياغة الحملات الانتخابية على نحو جذري في كل تقنية قيادة الحملة الانتخابية فحلت اللقاءات بدلاً عن الخطابات ذات الطابع التقليدي. أي تلك البرامج التي تظهر فيها بقوة واضحة قدرة التلفزة على جذب اهتمام المشاهدين تجاه هذه المشكلة أو تلك وبمقتضى ذلك تغيرت ايضاً المتطلبات المطروحة على المرشحين. ان المرشح المثالي في الحملة التلفازية هو على الأرجح ليس ذلك الإنسان المؤهل لأن يعرض على البلاد الأفكار الفريدة والعميقة وليس ذلك الشخص الذي يفهم الأهمية إلا منهجية القصوى للمنصب الذي يسعى إليه وإنما عليه أن يمتلك قدرته على الإلقاء بتصریحاته بما ينبع انتباع الإنسان العليم المطلع ذي الكلمة الموثوقة وعليه ان يمتلك قدرة الأخلاقية وعلى ان يبدو وائقاً لأن هذا الانتباع سيفقى طويلاً عند المشاهد الذي سينسى الكلمات والصور.

ان برامج التلفزة بصفتها الأداة الأساسية للحملة الانتخابية المعاصرة قد آتت بتعديلات مهمة حتى في نشاط الأجهزة الحزبية للأحزاب البرجوازية الرئيسة وفي ظروف الثورة وداخل وسائل الأعلام الجماهيري وظهور الأساليب الجديدة الأشد تأثيراً على الناخبين فان الأحزاب كانت مضطربة للسماح للتلفزة باقتحام جميع مجالات نشاطها عملياً ونتيجة لذلك فان عملية انخفاض تأثير آلية العمل الحزبي التي لوحظت منذ نهاية القرن التاسع عشر على مجرى الحملة الانتخابية قد تسارعت بدرجة كبيرة، فقد أصبحت بأيدي المرشحين أداة مكنته من القيام بالحملة الانتخابية بأنفسهم موجبين الناخبين من خلال القادة الحزبيين. ان التلفزة قد عززت دور تلك الملامح في طبع المرشح ومؤهلاته ومظهره الخارجي بشكل يمكن ان تجتنب تعاطف المشاهد والناخب وقلصت بالمقابل دور انتماهه الحزبي لاسيما وان الفروق بين الخطط السياسية للحزبيين البرجوازيين ضئيلة جداً. ان تقوية دور شخصية المرشح والعناية الفائقة لتكوين "الصورة" التلفازية المناسبة وتقليل أهمية انتماهه الحزبي قد ساعدت على تشكيل ملامح مميزة أخرى للحملات الانتخابية المعاصرة فوظيفة المنظمات الحزبية التي هي بشكل تقليدي حلقة الوصل بين المرشح والناخبين وقد اضطلع بها أشخاص وشركات ليست لها علاقة بالسياسة وإنما هي وكالات إعلان، تتضمن متخصصين بالاتصال بالرأي العام ومتخصصين بعلم النفس وتضم ايضاً مؤسسات استطلاع الرأي العام وكل هؤلاء ادخلوا في الحملة الانتخابية طرقهم الخاصة في العمل التي كانت مميزة تتخصص من قبل بالإعمال التجارية فحسب وفي الوقت الحاضر فان دراسة "سوق الترويج" للمرشحين ووضع الميزانيات والرقابة على نفقاتها وتنظيم الأعلام قد أصبح جزءاً لا يتجزأ من صراع الحملة الانتخابية في الولايات المتحدة وفي نشاطها ثان

المجاميع الخاصة التي تشكل فريق عمل مع المرشح في قيادة الحملة الانتخابية وإنما تستند في نشاطها على آخر ما توصلت إليه الثورة العلمية-التقنية، وتستخدم أحدث الدراسات في ميداني علم الاجتماع وعلم النفس وتقنيات بشكل فعال من التجربة المترافقه لدى الإعلان التجاري. إن مثل هذه التجربة قد أدت إلى زيادة كبيرة جداً في النفقات المالية للقيام بالحملات الانتخابية عملياً ولذلك فإن حصة الأسد من نفقات المرشحين تذهب إلى التلفزة. إن آلية ارتباط المال بالسياسة مسألة في غاية البساطة ومن أجل الوصول إلى هذا المنصب الانتخابي أو ذاك فإن هذا الأمر يستلزم التفود على الرغم من أنه من الواضح تماماً أن قدرة المرشح على شراء الوقت التلفزي لا يمكن أن تكون أساساً لانتخابه للمنصب المناسب. ويتمامي باستمرار الوزن النوعي "بأسلوب آخر للصراع من أجل السلطة وهو استخدام الإعلانات السياسية "التجارية" فالإعلان السياسي شأنه شأن أي إعلان آخر يستمر من ٣٠ إلى ٦٠ ثانية ويتألف من أشد تصريحات المرشح لهذا المنصب الانتخابي أو ذاك تأثيراً وتعظيم خطته السياسية أثناء الحملة الانتخابية وامتداح أحد جوانب نشاطاته. ويظهر على شاشة التلفاز جنديان أمريكيان يشقان طريقهما في الخندق وهما يتحدثان عن الحرب انهم يعدانها حرباً بلا جدوى ولا يرون الهدف الذي يستحق أن يقاتلوا من أجله وفجأة تدوى اطلاقه فيقتل أحدهما. وعندما شهد الجندي الآخر مصرع رفيقه اندفع باستماتة مستدرجاً بوجهه نحو العدو ليخسر نفسه ويسقط من جراء زخات الرصاص ويظل المذيع التلفزي يدعو بالحاج "صوتوا للجمهوريين"!

ان هذا العام ليس العام ١٩٦٨ -الذي شهد الحرب في فيتنام وإنما هو العام ١٩٥٢ -الذي وقعت فيه الحرب الكورية وبهذه الطريقة ظهرت أولى البرامج الإعلانية الدعائية التي بوساطتها ابتدأت التلفزة الأمريكية "بيع" المرشحين السياسيين. ومنذ ذلك الوقت كان منظمو حملة ايزنهاور الانتخابية قد توصلوا إلى استنتاج مفاده ان الإعلان القصير وعدم تركه فسحة للتردد واغراقه المشاهد في أجواء الادراك السلبي يعد اداة مثالية "للغرض" الاراء انه نافع للشبكات التلفازية ولا يزعج المشاهد ولا يفسد عليه امسيته بالاحاديث السياسية الطويلة والمملة. ان اهداف الإعلان السياسي لا تتميز من حيث المبدأ عن اهداف الإعلان التجاري العادي على ان الإعلان السياسي يتعامل مع "سلعة" مغايرة بعض الشيء الامر الذي يفسر بالدرجة الاولى تشابه الاساليب والطرائق المستخدمة فيها. ان الإعلان السياسي شأنه شأن الإعلان التجاري يهدف قبل كل شيء إلى اثارة العاطفة واللاوعي لذا فان "الفردوسية والتحليل النفسي مشهوران للغاية سواء عند محترفي الإعلان السياسي ومستخدمان لدى زملائهم العاملين في مجال الإعلان التجاري. ان الاستخدام الواسع للاعلان السياسي يقلق على

حد سواء الرأي العام الامريكي وعدداً من الباحثين الذين يفترضون وهم محقون ان الرأي في المشاكل التي تقلق ملايين الامريكيين لا يمكن ان تضحي بجوهر المناقشة السياسية ذاتها. وعلى أي حال فان النقاشات حول مسألة هل يعد لا اخلاقياً" بيع المرشحين كما يباع الصابون" قد فقدت وبدرجة كبيرة حدتها. ان الناخب بتعدوه على الاعلان السياسي غالباً ما عاد يتقبله كواقع حتمي ولو انه حسب المعطيات المتوفرة ليس اكثراً من ١% من المشاركون في التصويت يتذمرون قرارهم او يغيرونه تحت تأثير "البث التجاري".

وتعد ان التغيرات الجوهرية في اجراء مؤتمرات الحزبين الديمقراطي والجمهوري واحدة من مظاهر التأثير الذي يحدث التلفاز في الحياة السياسية الامريكية. فقد تحولت هذه المؤتمرات الى مشاهد بهيجه وهائلة موجهة الى ملايين من الجماهير فضلاً عن ذلك فان اجراءات عقد المؤتمرات باتت اقصر فقد الغيت الجلسات اليومية اما الاحاديث فصارت تلقى باسلوب "أي اقل كثافة وابلغ عاطفة".

ان تحليل الحملات الانتخابية يدل على تعاظم استخدام التلفزة بصفتها احدى الادوات الاساسية للدعائية في الحملة الانتخابية داخل الولايات المتحدة. فضلاً عن ذلك فان التلفزة لا تغير فقط مجرى الحملة الانتخابية بل وتزيد ايضاً من تأثير الخطباء المتحدثين عبر التلفاز وكذلك المدراء والمستشارين ومنظمي استطلاع الرأي العام ووكالات الاعلان محولة ايام بهذه الطريقة الى عامل اكثر استقلالية وفعالية في الحياة السياسية الامريكية وواضح للعيان ايضاً ان العناية الفائقة "بصورة" المرشح تدفع الى الظل موقفه من هذه المشاكل المحددة او تلك وبالنتيجة يؤدي الانتماء الحزبي دوراً اقل شأناً للطامحين الاساسيين لمنصب الرئاسة. ومن الطبيعي فان سلطة التلفزة ليست بعيدة جداً عن ان تكون غير مفيدة، وهكذا فان صراع المرشحين في العام ١٩٧٦ انتهى بانتصار كارتر -ليس لانه استطاع استخدام التلفاز على نحو افضل من منافسيه وإنما نتيجة لمجموعة عوامل ذات طابع اخر (فيتنام ووترغيت البطالة التضخم المالي وما شاكل ذلك) التي صاغ من خلالها التلفاز مع وسائل الاعلام الجماهيري الاخرى الرأي العام لامد طويل قبل الانتخابات. وفضلاً عن ذلك فان مسألة تحديد من سيحصل على كرسي الرئاسة ظلت كما في السابق تقرر ليس في قاعات الجمعيات العامة، وخاصة ليس امام ابصار المشاهدين بل من خلال الصراع الجارى بين التجمعات السياسية الكثيرة وراء الكاميرا. اما التلفزة فهي تدعم هيبة الدولة في هذه المساحة الانتخابية المدعوة لتقديم المرشحين.

ان احدى الموضوعات البارزة للتلفزة الامريكية هي سياسة الادارة الامريكية وبصفة عامة-شخصية الرئيس والقرارات التي يتخذها موجهة انتظارها الى واشنطن فان التلفزة ليس عبئاً ان تختار الرئيس كمادة اساسية لاهتمامها بصفته المصدر الاكثر هيبة ومصداقية للمعلومات عن الاحداث داخل البلاد وخارجها الذي يثير باستمرار الاهتمام لدى جمهور المشاهدين الواسع كأنسان وسياسي لأن الرئيس يحتل جميع اقنية التلفزة التجارية في اي وقت مناسب ولا يفوت فرصة ملائمة. فهو يستطيع الادلاء بحديث رسمي وعقد مؤتمر صحفي والتحدث في مقابلة ومهافنة رجل الفضاء واستقبال رؤوساء الدول والقيام برحلة الى الخارج وحضور مباراة لكرة القدم ومداعبة كلبه امام البيت الابيض او توجيه عدسة الكاميرا التلفازية الى عائلته او اعضاء ادارته او مشاريعه رأيه السياسي.

ان التلفزة الرئيسية عادة ما تكون العرش الالكتروني الخاص الذي لا يطاله أي ملك جبار ولا أي امبراطور متغطرس ولا أي بابا من بابوات روما ولا أي ذبي يستطيع حتى ان يحتم بمثل هذا المنبر الرفيع وبمثل عصا المايسترو السحري هذه ويشير استاذ الصحافة في جامعة كولومبيا الامريكية ف.فريندلي ان قدرة الرئيس غير المحددة في استخدام اقنية التلفزة والرقابة الصارمة على المعلومات الواردة من البيت الابيض تمنح بالتأكيد الرئيس افضلية ملموسة على منافسيه السياسيين ( خاصة وان السلطة التشريعية تحدد صرامة، اما السلطة القضائية فتحظر تماماً وجود الكاميرات في قاعات جلسات الكونغرس والمحكمة العليا). وبكل ذلك تساعد على توطيد السلطة الرئيسية مقارنة مع العناصر الاخرى لبنية المجتمع السياسي. ان تعاظم تأثير المعلومات الواردة مع الرئيس على الرأي العام اجبر اسياد البيت الابيض على توجيه اهتمام خاص لخلق الظروف المناسبة لادارة التيار الاعلامي ان مصطلح "ادارة الاخبار" في الولايات المتحدة الامريكية يلقى انتشاراً واسعاً ويفهم من هذا المصطلح نظرياً من المندوب من الحصول على هذه المعلومة او تلك بحجة حماية اسرار الدولة او تعريفه بالرواية الرسمية للحدث فقط. وفي الواقع فان مؤسسات الاعلام الحكومي ساصاغت على مدى عدة سنوات لوجودها طرقاً دقيقة متنوعة للغاية للتحكم بالاخبار. فهي تقدم عادة اثناء العمل للهيئات الاعلامية الاخبار المناسبة للحكومة وتلتزم جانب الصمت فيما يتعلق بالحقائق السلبية محاولة ان تخفي عن الرأي العام سواء الاستخدام والخطاء التي هي ليست نادرة في ظروف النظام الأمريكي. ان الاحداث التي تضمن الحصول على رأسمال سياسي محدد تعد باستمرار بمتنهى العناية الفائقة تحسباً لإمكانية تغطيتها المكثفة جداً عبر شاشة التلفاز وهكذا فان الرئيس نكسون قضى عند عودته من الصين تسع ساعات في المطار (غي الاسكا) فقط من اجل ان يتزامن تقديم

التسجيل التلفازي المباشر لوصوله إلى واشنطن مع فترة الأخبار المسائية ومع ذلك فان الرؤساء الأمريكيان يلجاون إلى جميع الحيل الممكنة من أجل تجنب اهتمام التلفزة بهم في الأوضاع التي لا تتناسب بهم فإذا كان هذا الأمر غير ممكن عن قصد فان بامكان الرئيس اللجوء إلى أكثر ملائمة له لتقديم المعلومات (وهذا ما يفسر إلى حد كبير شغف نكسون بالأحاديث الرسمية ومحاجاته المؤتمرات الصحفية وهجماته الكثيرة على الكونغرس والحزب المعارض متهمًا الكونغرس بعدم الرغبة في الإسهام في حل المشاكل الاجتماعية-السياسية عاقدًا ورابطًا بشكل دائم احبطاته سياسة الإدارة السابقة وبكل ذلك حاول أن يلقى عليهم مسؤولية تدهور الوضع داخل البلاد). وثمة طريقة أخرى هي محاولة صرف اهتمام الرأي العام عن الموضوع غير المرغوب في وقت مراجعات القضية الفيتامية في العام ١٩٦٦ طار الرئيس جونسون على عجل إلى هونولولو بغية اللقاء بقادة فيتنام الجنوبية فقط لكي "يصنع" حدثاً يثير اهتمام حتماً. وتتجدر الإشارة إلى عنصر مهم آخر يرتبط "بإدارة الأخبار" تمثل هذه الممارسة كثيراً ما يؤدي إلى شحة المعلومات في جملة من القضايا محاولين ان يسبقو مذاقسيهم، فهذا الصحفي أو ذلك سيدل قصارى جهده من أجل ان يصبح شخصاً موثقاً لدى الرئيس ويتنقلى المعلومات اللازمة له من مصدرها الأول. غالباً ما يوافق الرئيس برغبة على مثل هذا التعاون ولكن ليس من دون أساس ومع هذه الحال يتوقع الرئيس من هذا الصحفي المندوب التقويم المناسب للمعلومات الواردة إليه. ان اهتمام التلفزة الكبير بشخصية الرئيس وبالقرارات التي يتتخذها وطبقاً لذلك تحويل بؤرة الاهتمام بالرأي العام من المجلس البلدي إلى البيت الأبيض قد ساعدا بدرجة واضحة على تغيير نزعات عدم الرضا من موضوع إلى موضوع آخر.

ان تدهور الثقة تجاه الحكومة الفيدرالية والمثبت باستطلاعات الرأي العام إنما كان يستند على عدة حقائق شوهت سمعتها ان عدم القدرة على معالجة المصاعب الاقتصادية على نحو فعال والاحباطات المتعاظمة في حقل السياسة الخارجية والفساد المستشري بين موظفي الدولة الكبار وغير ذلك من حقائق أمريكا المعاصرة التي يجب ان تقود إلى زيادة إعداد المستائين من وضع الأمور في البلاد ولكن من دون ذلك التلفزة كان من العسير تزداد النزعات الاقتصادية التي كانت واضحة للجميع ان تكون على هذه الدرجة من الأهمية. ان التلفاز لم يوسع فقد دائرة متلقي الأعلام الذي يمس القوى المحركة والآلية عمل السياسة "العليا" وإنما كشف أيضاً تلك الطبقات المتراصة في عمل الجهاز الحكومي التي ما كان لها إلا ان تثير استثناء من جانب شرائح واسعة من السكان والتي جانب ذلك فان التلفزة دون شك لم تعترض إجهاض أركان النظام القائم وغض اليد التي تطعمه (وبشكل موجع احياناً) لأن التلفاز في

المحصلة النهائية كان يراعى دائماً قواعد اللعبة التي وضعها "رجال الأعمال الكبار". فمن ناحية كان التلفاز يناضل من أجل المشاهدين (أي من أجل الربح) ومن ناحية أخرى ينفذ وظيفة مانع الصواعق الاجتماعية الفريدة من نوعه لأنه يتضمن إثاء اللهو وراء الإثارة أو لصالح الصراع التنافسي أو تحت ضغط الكتل المتقدمة لهذه الفضيحة أو تلك ولتكن مثلاً تشهيراً كاملاً يمزق مرتش من مرتفع الكابيتول أو لتكون قضية ووترغيت" التي تعد واحدة من اسطع الشهادات على أعمق أزمات النظام الاجتماعي السياسي الأمريكي لم يتوجه التلفاز في ذلك كله إطلاقاً نحو الأسباب الحقيقة لهذه المشكلة ويتجنب بقوه معالجة جوهر القضية بل على العكس من ذلك فان التلفزة بتركيزها الاهتمام على شخصية الضحية الدورية إنما كانت تعلم المشاهدين بأن "العمل الشرير" الذي ارتكب كان فقط نتيجة حتمية للجوانب المظلمة للصفة الأخلاقية ولسلوك هذا السياسي الفاشل وما دام الأمر كذلك فان "الفضيحة" الجديدة تعد نصراً آخرأ للديمقراطية الأمريكية الرفيعة" ومناسبة لإرجاء المدح للتلفاز وليديها-الحبيب الذي لا يشتري العارف بكل شيء.

ان مشكلة التغطية المناسبة لنشاطه بوساطة الأعلام الجماهيري والتلفزة بشكل خاص قد جذبت الاهتمام الثابت لإدارة ج. كارتر فالرئيس كارتر شأنه في ذلك شأن أسلافه في البيت الأبيض حيث استخدم بشكل فعال لأغراض نشر سياساته: ودعم علاقات الثقة مع عدد من مراسلي التلفزة المختلفين وتحدى في المؤتمرات الصحفية التي كانت تبث من خلال التلفزة وأدلى من خلال التلفاز بتصریحات رسمية محارلاً تقوية التأثير الدعائي على نتائج المفاوضات التي جرت في جو بالغ الكتمان والسرية، في كامب ديفيد التي أسفرت عن عقد صفقة منفصلة بين الكيان الصهيوني ومصر، وكان كارتر وقت إذاعة هذا النباء ومع تلك اللحظة التي يحتشد فيها اكبر عدد ممك من المشاهدين إمام شاشات أجهزة التلفاز ان النقل المباشر من البيت الأبيض قد أرغم الشبكات التلفازية على التضحية بالجزء الأكثربحا من جدول الأحد للبرامج التلفازية المسائية (ففي هذا الوقت تعرض شبكة أي، بي، سي مشهداً كينغ كونغ" المشهور وتقدم شبكة سي، بي، آس تقريراً مباشراً عن مراسيم تسليم جوايز" ايبي" وبذلك ضمن لكارتر جمهوراً مؤلفاً من خمسة وثمانين مليون مشاهد.

ان سياسة كارتر تجاه التلفزة التي تهدف الى ظروف مثالية لإدارة الزيارات الإعلامي والتأثير الموجه نحو الرأي العام كانت قد أرسست إثناء الحملة الانتخابية للعام ١٩٧٦ وأذاك كان كارتر يبدو إمام مشاهدي التلفاز انساناً مخلصاً ومهتماً على نحو عميق بمصير أمريكا ولم يتلوث بالعلاقات مع تجار السياسة الواشينطونيين. وقد كان

يلاحظ في خطابه الذي ألقاه إثناء الحملة الانتخابية تلك النزعة نحو الوعظ الأخلاقي الذي يعد سمة بارزة للمفكرين المحافظين الذين كانوا قد وطدوا إلى ذلك الدين موالعهم". ان على الحكومة ان تكون جيدة للغاية شريفة مستقمة صادقة واسعة الإطلاع عطوفة وحسنة النية مثل الأمريكيين أنفسهم، ان الشعار الفعال جداً في ظروف أمريكا المعاصرة" القائد باسم التغيير! والإعلان المعد لمرشح الديمقراطيين الذي يلفت اهتمام المشاهدين طوعياً نحو الجوانب الأكثر جاذبية في شخصيته والجهود البطولية المبذولة من قبل في المرحلة الأولية" لصنع الرؤساء" والموجهة من اجل تثبيته بصفته الأكثر نجاحاً لاحقاً لل مليونيرات ذات العلاقات الثلاثين المكرسة للعرض الأمريكي العظيم الجوال-أي الانتخابات الأولية-ان هذا كلّه ساعد كارتر على إحراز تفوق ملموس على منافسيه الأساسيين. ولكن مع اقتراب أيام الاقتراع كان كارتر يخيب آمال المشاهدين على نحو مطرد لأنّه مقدم نفسه كما أعلنت شبكة أي، بي، سي أسلوبها ممتدًا دونما مضمون. ومع ذلك فان كارتر باعتراف مستشاريه وقد نسلم الوظيفة قانعاً بقدراته على استخدام التلفزة في تحقيق الأهداف المرسومة ولكن منذ الأشهر الأولى لوجوده في منصب الرئيس كانت الصحافة الأمريكية قد أشارت غير مرّة إلى عدم فعالية سياسته تجاه وسائل الأعلام الجماهيري عامّة والتلفزة خاصة ولم يول مساعدو كارتر اهتماماً لمثل هذه التقييمات مستذدين على تحامل الصحفيين إلى أن أكدت استطلاعات الرأي العام وجهة نظر الصحافة فضلاً عن ذلك في العام والنصف من وجوده على قمة السلطة كانت التوصيات بخصوص العلاقات المتباينة مع التلفزة من النقاض البالغ بحيث ان البيت الأبيض اتخذ قراراً يليق بأي إدارة ببروفروبراطية-مفادة عدم اتخاذ أي قرار.

وقد استمر الحال هكذا إلى ان تم العمل على صناعة "صورة" تلفازية لكارتر ملائمة لــ رفسون وهو متخصص في الإعلان كان يعمل على صورة الرئيس منذ محاولته الفاشلة الأولى من أجل ان يصبح محافظاً على ولاية جورجيا، وقد أوجد رفسون مدخله الخاص به تجاه المشكلة فهو لم يتضامن مع وجهة نظر أولئك الذين كانوا يدعون إلى تقليص عدد المؤتمرات الصحفية التلفازية للرئيس لأن أي خطأ يسمح به يتحول ثوراً إلى ملك عام للجميع كما لم يؤيد أولئك الذين دعوا إلى عرض جميع المؤتمرات الصحفية في التلفزة لأن النقل "الحي" يثير الاهتمام الكبير لدى المشاهدين الذي يأملون في قرارة نفوسهم دائماً ان يصبحوا شهوداً على أي هفوة للرئيس وقد ركز رفسون على التهيئة الأكثر دقة للمؤتمرات الصحفية الرئاسية بحيث ان كارتر لا يجيب على هذا السؤال المحدد أو ذاك فحسب وإنما يستطيع ان يجد نفسه في حرية

حتى في القضايا المتشابكة، وبهذا الشكل فقد كما يؤكد رفسون يستطيع الرئيس تجنب العوائق والتوفقات التي غالباً ما يفهمها الجمهور غياباً للموقف أو نقصاً في الأهلية.

ان الاستراتيجية التي صاغها رفسون كانت تقوم على عدد من الإجراءات المحددة: المقابلات الكثيرة غير المسجلة على شريط لأكثر المعلقين والمحللين نفوذاً!! ومناسبات تناول الطعام غير الرسمية مع دعوة المسؤولين مع دعوة المسؤولين وكبار العاملين في الصحافة والتلفزة ونجوم التلفزة حيث كان جيمي كارتر الحقيقي خلال ذلك يرد على استفساراتهم والقيام بالتنسيق والرقابة على جميع التصريحات التلفازية لأعضاء الحكومة وحاشيته وفضلاً عن ذلك فإن رفسون أوصى بتحديد شخصية كارتر نفسه-المزارع المغالي في التین من جورجيا وبدلاً عن ذلك يجب الإشارة إلى عمق اهتماماته وسعتها لشخصية سياسية على النطاق العالمي.

ان الاختصاصيين في مجال وسائل الأعلام الجماهيري يرون ان علاقات الرئيس بالتلفزة لم تترتب بالشكل المريح الذي كان يتمناه هو لوجود تلك الملامح المميزة لشخصية كارتر- مثل التمسك الوثيق بمعايير أخلاقية محددة والتوازن وحب العمل وهي أمور يصعب تعطيتها بالوسائل البصرية. ان خصوصية التلفزة ذاتها تحدد اهتمامه بكل ما هو براق وإزاءه وعبر ويتناقض معه التأمل والهدوء فهما طبقاً بنظرية الصحافة الأمريكية أمران سبيران لدى الجمهور حتماً الضجر والرغبة في التحول إلى قناة تلفازية أخرى. ويمكن ان يظهر الرئيس على نحو أفضل بكثير من وجهة نظر المتطلبات التلفازية عندما يبدو في موقف ليس شكلياً. ان هذا هو الذي دفع مساعديه كارتر الى فكرة انتشار جو غير مصطنع حتى في أوقات إلقاء الرئيس خطابه الرسمي وبالنتيجة وكما تكتب مجلة "تي. في. غايد" فإن المشاهدين ينظرون باهتمام الى الرئيس في كنزته الصوفية ويستمدون بتلذذ الى فرقة احتراق الخشب في الموقد ولكنهم بالكاد يستطعون جوهر المشاكل التي يتطرق الخطاب إليها. ان تحاليل استخدام التلفزة لصالح السلطة التنفيذية يبرهن على تعزيز دورها لنشر الدعاية الإعلامية السياسية الرسمية لواشنطن. ان الرؤساء الأمريكيان ميللون غالباً إلى التوجّه للاستعانة بالتلفزة لاستبيان الرأي العام وكذلك لغرض تعليم هذا الأجزاء أو ذاك من إجراءات السياسيين الخارجيين والداخلية.

ان زيادة أهمية التلفزة في العمل السياسي قد ساعدت بدورها على تعزيز موقع السلطة التنفيذية مقارنة مع السلطات التشريعية والقضائية وبالإضافة إلى ذلك فإن زيادة حجم الإعلان الصادر عن البيت الأبيض عبر أقنية التلفزة قد تزامنت مع

تنشيط جهود القوى والجمعيات السياسية ذات التوجهات المختلفة التي لها خلافات تكتيكية معينة مع الخط الرسمي التي تستخدم التلفزة كميدان للصراع السياسي الداخلي التي تطمح لجني رأس المال السياسي على حساب أخطاء الإدارة الأمريكية وإن هذه القوى والجمعيات السياسية كانت تستند بدرجة كبيرة على النزوع نحو الإثارة التي هي من صفات التلفاز الأمريكي. مستنرجاً إمام أبصار المشاهدين بــ الأعمال التي عرضت مشروع نشر الدعاية الإعلامية السياسية غير ممنعة.

ان التلفاز عندما يجعل المترجر شاهداً على التفاصيل المملة لتناقضاتهم فإن ذلك يساعد وبدرجة ليست قليلة على خيبة أمل الأميركيان العاديين فيما يتعلق بنشاط السياسيين المحترفين بما في ذلك الرئيس ذاته ويؤدي الى نشر روح عدم الثقة واللامبالاة والغربة. لقد اقتنى تكون وتطور المجال المعلوماتي -والداعي للأداء الوظيفي للتلفزة الأمريكية لسنوات الحرب الباردة بتحسين أساليب وطرق تقييم المعلومات إذ ان إدارة الأخبار عندما اعتمدت في أساس نشاطها معايير مشهدية الأخبار وخلق أوهام تجردها جاعلة من التشويق جزءاً لا يتجزأ من البرامج الإخبارية فأنها حققت زيادة كبيرة في عدد المشاهدين وزيادة الثقة ببرامجها وقد ساعد بروز التلفاز كمصدر ظاهرياً الأكثر مصداقية ويساعد بدوره على تحويل الأخبار التلفازية إلى قناة مهمة للتأثير على الوعي السياسي للأمرikan ان العالم المصغر بحجم شاشة التلفاز فقد بدرجة كبيرة مدباته وتناقضاته معوداً المشاهد الانزلاق على سطح هذا الحدث او ذاك دون الدخول في جوهره، فالتلفاز خف لحد كبير من التأزم في استيعاب الجماهير وبذلك سهل عملية ادخال الأسس الایديولوجية الضرورية للطبقة الحاكمة في وعي الجمهور. ومع ذلك فان ادخال الوسائل المستخدمة في برامج التسلية في عمل المؤسسات الإعلامية والسعى لنقوية التأثير الدعائي على حساب الإضافة التكميلية والعاطفية وجعل الأخبار درامية عن قصد. واعتماد النتائج السلبية الممكنة للإحداث قد ساعد الى درجة معروفة على نمو علاقة سلبية لدى مختلف شرائح المجتمع ازاء الحالة داخل البلاد، كما عززت شكوك المواطنين الأميركيان العاديين من إمكانية تجاوزها في إطار الوضع الحالي للقوى السياسية. ويجد التأكيد ان التلفاز الأميركي وهو يؤدي وظيفته داخل المنظومة الثقافية برمتها لا يمكن إلا ان يخضع الى القوانين العامة لتطورها ولهاذ بالذات كانت تظهر بين برامجها ذات مضمون نقدمي ديمقراطيي التي وجدت جمهورها واسعاً للغاية وأثرت فيه تأثيراً فنياً كما أثرت فيه سياسياً.