

تأثير الإعلام الجديد في الحملات الإنتخابية

دراسة تطبيقية على حملة "ترامب" لانتخابات الرئاسة الأمريكية ٢٠١٦م

إعداد

د / مسفر بن عبد الله البشر

أستاذ الإعلام المشارك في جامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية

أولاً: مدخل إلي موضوع الدراسة

مقولة عالم الاتصال الكندي Marshall McLuhan في عام ١٩٦٢م عن إعادة تشكيل العالم في صورة جديدة وتحوله إلي قرية صغيرة بفعل الإلكترونيات، هذه المقولة قد عفي عليها الزمن، إذ أصبح العالم تحت أصابع من يمتلك هذه التكنولوجيا الجديدة في صيغها المتطورة بلمسة واحدة إلي مؤشر تلفاز أو مفتاح كومبيوتر أو جهاز محمول تليفون نقال، بحيث تنقل هذه التقنية الجديدة العالم إلي مستخدم هذه الوسائل وتمكنه من التفاعل معها والتأثر بها والتأثير فيها، في ما أطلق عليه البعض التحول من عالم القبيلة إلي عالم الفيس بوك Face book^(١) فالتكنولوجيا الحديثة في مجال الإعلام قد أفرزت ما يعرف بشبكات التواصل الاجتماعي Social Media وتطبيقاتها المتعددة والمتنوعة، ومن أهمها ما يلي^(٢):

- الفيس بوك، الذي أسسه Mark Zuckerberg في عام ٢٠٠٢ خلال دراسته في جامعة هارفارد ثم طوره ليصبح شبكة عالمية.
- تويتر Twitter الذي يستخدم في إرسال رسائل قصيرة غير مطولة.
- يوتيوب YouTube المختص بنشر مقاطع فيديو ويسمح للمشاهدين بالتفاعل معها، مشاهدتها ومشاركة.
- موقع فلكر Flickr للمشاركة في إنتاج ونشر ومشاهدة الصور وترتيبها وتنظيمها وفرستها... الخ.
- ماي سبيس My Space كشبكة تفاعلية بين مريدين وأصدقاء مسجلين على الموقع.. إضافة إلي الواتس أب Whats App والفايبر Viber والتانجو Tango والسكايب Skype وغير ذلك.

وقد أتاحت هذه المواقع وغيرها خدمات متعددة، منها: تقديم مواقع الصحف وإصدارتها، وصحافة المواطن Journalism Sites، والمدونات Blogs وخدمات التصنيف والفهرسة، والاتصالات التفاعلية، والأرشيف الإلكتروني... وغير ذلك من خدمات تتسم بالسرعة والسهولة في الاستخدام، والشبوع والانتشار، والكونية غير المحدودة العالمية، والتفاعلية وغيرها. وإزاء هذا التقدم الكبير في شبكات التواصل الاجتماعي التي تعتمد على الفردية في الاستخدام والاتاحة شبه المطلقة أمام المستخدم، عن طريق الهاتف الجوال على أبسط مثال، وعلى الجانب الآخر إغراق عدد من الصحف الدولية والوطنية والاكتفاء بنسخ اليكترونية منها على شبكة الانترنت، إضافة إلي تضاؤل النسخ المبيعة من الصحف الورقية نتيجة عدم جدواها في السبق الإخباري في مواجهة شبكات التواصل الاجتماعي الفورية التي تنقل الحدث فور وقوعه وأحياناً بالترزامن مع وقوعه، فقد أصبح الإعلام الجديد New Media يشمل التطبيقات المتعددة على شبكات التواصل الاجتماعي في غاية الأهمية في حياتنا الشخصية والعامة وفي تأدية أدوار مهمة، منها: المساهمة بشكل فاعل على المستوى الوطني والدولي في الحملات الانتخابية البرلمانية والرئاسية، وليس أدل على

ذلك من اعتماد المرشح للرئاسة الأمريكية "دونالد ترامب" في حملته الانتخابية على هذه الشبكات كبديلة عن الصحافة الأمريكية (صحف / مجلات) والتلفزيون الأمريكي، وفي الوقت الذي كانت الأغلبية تتوقع فوز منافسته هيلاري كلينتون بمنصب رئيس الولايات المتحدة الأمريكية، فإن ترامب قد قلب التوقعات جميعها وفاز بالمنصب الرفيع، وفي أول حديث له بعد فوزه بالرئاسة أعلن أن "تويتر" كان سبب نجاحه وفوزه بالرئاسة، وأن مواقع التواصل الاجتماعي كانت لها فاعلية أكبر من كل الأموال التي صرفتها منافسته هيلاري كلينتون لنجاح حملتها الانتخابية^(١٦).

ثانياً: الدراسات السابقة

هناك العديد من الدراسات والتقارير العربية والأجنبية التي تناولت تأثير الإعلام الجديد على الحملات الانتخابية وأهميتها لدى الجمهور، منها ما يلي:

- دراسة Barrie Genter عن شبكات التواصل الاجتماعي في العالم العربي نظراً لشيوع المواقع واتاحتها بشكل كبير لدى الأغلبية عبر أجهزة بسيطة (نقال) ومن ثم فإنه ليس غريباً أن يتصدر السعوديون قائمة مستخدمي هذه الشبكات عالمياً متفوقين في ذلك على الولايات المتحدة الأمريكية والصين وغيرها من الدول الكبرى^(١٧)، رغم ما يشوب مضامين هذه الشبكات - في أحيان كثيرة - من تحزب أيديولوجي، أو طائفي، أو مذهبي، أو عرقي، أو ديني، أو شائعات مغرصة أو مفرعة، أو إرهاب.
- وهذه الدراسة تبحث تأثير "شبكات التواصل الاجتماعي" في المجتمع من خلال استخدامها من جانب المرشح الأمريكي "دونالد ترامب" لمواجهة تغول الإعلام التقليدي المؤيد لخصمه في الانتخابات الرئاسية ٢٠١٦.
- دراسة ربابعة عن دور الإعلام الجديد في تشكيل الرأي العام وآلية استثماره^(١٥) التي تتناول إحداث هذا الإعلام تأثيراً قوياً وتأثيراً ملموساً في الرأي العام، خاصة إذا كانت لدى المصدر المصدقية والجاذبية، ما يمتلكه المصدر من خصائص ديموغرافية وأيديولوجية تجعله متكافئاً مع المتلقين ومنسجماً معهم؛ إضافة إلى التفاعلية التي تعد من أهم خصائص الإعلام الجديد.
- دراسة Mario Guerrero و Jessica T. Feezell, Meredith Conroy عن أهمية "الفيس بوك" و"تويتر"^(١٦) و"المدونات" وغيرها من مواقع وأدوات التواصل الاجتماعي في إيجاد وسائل جديدة لتقريب المتواصلين عبر وسائل الإعلام الجديد وتقليل الضجوة بينهم من خلال خصائص هذه الوسيلة من تفاعلية وفورية، وأن ذلك يؤثر بدوره في المجال السياسي وفي القضايا السياسية المطروحة من خلال حملات انتخابية أو غيرها، وأن متابعة الموضوعات السياسية على الوسائل الإلكترونية سيثري وجدان المتواصلين معاً على هذه الوسيلة.
- دراسة محمود علم الدين عن صحافة واعلام المواطن، التي أطلق عليها مسمى "السلطة الخامسة"^(١٧) بعد نجاحها في أن تؤدي دوراً حيويًا في حياتنا السياسية؛ أحداث تونس "مثالاً" من خلال "المدونات" وموقعي "الفيسبوك" و"تويتر" وغيرهما من الشبكات

الاجتماعية. وتقع هذه الدراسة المهمة في جزئين: الأول، عن الإعلام الجديد باعتباره ثورة في عالم الاتصال وأساليب الممارسة السياسية، وكيف أصبح سلطة خامسة ورؤية وممارسات الولايات المتحدة الأمريكية لهذا الإعلام.. الثاني: دراسات تطبيقية عن الدول التي مز بها الربيع العربي وانتهت إلي مصادمات مع الإعلام والإعلاميين.

- مبادرة شركة "جوجل" Google التي حملت اسم Digital News بتمويل مؤسسات حديثة ناشئة في أوروبا، وإعلانها ضخ ١٥٠ مليون يورو خلال ثلاث سنوات. بهدف دعم هذه المؤسسات الصحفية ومساعدتها للحصول على عائدات مالية من نشرها مواد صحفية على شبكة الإنترنت. وفي الوقت نفسه فإن شركة Google سوف تستفيد من الفكرة بنشرها مقالات ومواد استقصائية تجعل الشركة تخرج من اقتصرها على نشر الخبر فقط، بل تضيف إليه التحليل والمقال... الخ... وقد انضمت إلي المبادرة مجموعة من أكبر المؤسسات الإعلامية الدولية، منها Financial Time وGuardian البريطانيتين، و El Pais الإسبانية، Die Zeit الألمانية^(٨). وكما أن هذه المبادرة ستعش ماديا الصحف المشاركة فيها لكنها- المبادرة- ستأخذ من رصيد هذه الصحف لدى القراء لتضيفهم إلي متصفح Google الذين سيجلون على الشبكة- أيضا- مقالات وتحقيقات استقصائية وغيرها تغنيهم عن اقتناء الصحيفة الورقية ما لم تطور الأخيره نفسها أولا بأول.

ثالثاً: مشكلة الدراسة

تتحدد مشكلة هذه الدراسة في تفجر شبكات التواصل الاجتماعي باستخداماتها التقنية التي تفوقت بشكل كبير على الصحافة الورقية أو التليفزيونية أو الراديو وأصبحت تهددها، ولعل أكبر مثال على ذلك عمليا حملة الرئاسة الأمريكية التي اعتمد فيها المرشح ترامب على "الفيديا الجديدة" وفاز بمنصب رئيس الولايات المتحدة الأمريكية لفترة رئاسة قادمة وأصبح التساؤل الجوهري هنا هل ستلغي هذه الوسائل الإعلامية الجديدة الوسائل التقليدية في الصحافة على اختلاف مستوياتها!!!!

رابعاً: تساؤلات الدراسة

تسعي هذه الدراسة للإجابة على التساؤلات التالية،

- ١- ما الخدمات الجديدة التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي؟
- ٢- ما موقع الصحافة التقليدية من الإعلام الجديد وبخاصة السوشيال ميديا؟
- ٣- ما مدي استخدام كل من المرشحين: "هيلاري كلينتون" و"ترامب" للإعلام في حملتيهما الانتخابية للرئاسة ٢٠١٦م؟
- ٤- لماذا نجحت حملة "ترامب" في مواجهة التغول الإعلامي لحملة "كلينتون"؟

خامساً: منهج الدراسة

تعتبر هذه الدراسة وصفية تتبع الظاهرة التي تتمثل في التقنيات الحديثة في الـ Social Media وكذلك مكوناتها وأسبابها واستخدامها من جانب المرشح الرئاسي ترامب. فهي تقدم تحليلاً وصفيًا وكيفيًا لهذه الاستخدامات ودلالاتها لاستخلاص النتائج التي أدت إلى هذا النجاح المبهر والتوظيف السليم لاستخدامات المستهدف من جانب مخططي حملته الانتخابية.

سادساً: الإطار النظري للدراسة

أ- النظريات التي تنطلق منها الدراسة:

تنطلق هذه الدراسة بشكل أساسي من نظرية التسويق الاجتماعي والسياسي Social-Political Marketing باعتبارها تجمع بين مجموعة نظريات خاصة بتسويق المعلومات أو المعرفة التي تتبناها جهة "ما" أو حملة "ما". إذ تجمع بين نظرية انتقاء المعلومات وبين نظرية انتشار المعلومات وتهدف هذه النظرية إلى زيادة فاعلية حملات وسائل الإعلام القائمة على معلومات من خلال الفهم المتعمق للقضية أو المشكلة أو الحملة ومعالجة جوانبها الاجتماعية والنفسية. وتعتبر هذه النظرية امتداداً طبيعياً لنظريات الإقناع⁽⁹⁾ حيث أن هناك عددٌ عظيمٌ من عوامل تؤثر على التسويق الاجتماعي، في مقدمتها: التعليم Education والإقناع Convenience وتعديل السلوك Behaviors Correction والتأثير الاجتماعي Social Effect..

ومداخل هذه النظرية لتحقيق أهدافها تتمثل في إغراء جمهور الرسائل الموجهة إلى جمهور الحملة الانتخابية التي يقوم بها "ترامب" في مواجهة خصمه العنيد "هيلاري" وتصويب الرسائل الموجهة من هذا الخصم ضد "ترامب" نفسه التي كانت وسائل الإعلام التقليدية تعتبر منافسته لوزير الخارجية الأمريكية السابقة مجرد "مزحة" بل وتثير جمهور المتلقين ضد رسائله الانتخابية.

كما تستفيد الدراسة من نظرية الثراء الإعلامي Media Richness Theory التي تكمن أهميتها، هنا، في قدرتها على تسهيل الفهم المشترك وتوضيح الأمور الغامضة الخاصة بجملة المرشح "ترامب" وتنطلق النظرية من التالي:

- الثراء المرتبط بالوسيلة Social Media.
- عدم التأكد والغموض المرتبطان بالأفكار والمفاهيم الواردة في حملة "ترامب". حيث تقدم الحملة تفسيرات منطقية من وجهة نظر مخططي الحملة وأجراء مناقشات حولها عبر "السوشيال ميديا" لإقناع الناخبين عن طريق هذا التواصل الخاص الذي يعتبر في حكم الاتصال الشخصي.

ب- أهمية شبكات التواصل الاجتماعي:

تكمُن أهمية هذه الشبكات في أنها لا تخضع لحارس البوابة الإعلامية الذي يقوم بـ "فلتره" مضامين الوسائل الإعلامية التقليدية. فهذه الشبكات تقع خارج سيطرة الدولة إما عدا حالتها، المنع والرصد، وتعد إعلاماً بديلاً لهذه الوسائل الخاضعة لحراس البوابة. وفيها يعبر المستخدمون عن توجهاتهم واحتياجاتهم وأهدافهم. كما توصف بأنها "شبه" تواصل شخصي بين المرسل والموجهة إليه الرسائل الإعلامية التي تحملها هذه الشبكات عبر مواقع "الويب"، "فيس بوك" الذي يقدم مجموعة خدمات لمستخدمين، مثل المحادثات الفورية، والرسائل الخاصة، والبريد الإلكتروني، والصور والفيديو، والمدونات، ومشاركة الملفات وغير ذلك من خدمات تربط مستخدميه وتساعدهم على التواصل الشخصي والفوري غير المرتبط بالمكان أو الزمان، وهذه الخدمات تحمل الكثير من المضامين التي يمكن للمستخدمين استقبالها وكذلك إنتاجها والمشاركة بها على المواقع الصحفية والاجتماعية والإعلامية^(١٠) سواء كانت هذه المضامين نصوصاً Text أو صوراً Photo أو موسيقى Music أو فيديو أو أفلاماً أو محتوى افتراضياً... الخ. ونظراً لهذه الأهمية الكبيرة للإعلام الجديد ولشبكات التواصل الاجتماعي فقد حدثت تحولات في الإعلام الجديد نفسه وكذلك في الإعلام التقليدي (الصحافة المطبوعة، التلفزيون... الخ) منها ما يلي:

- سعي بعض شركات الإعلام الجديد بمد نشاطها للاستفادة من خدمات الصحافة الورقية، كما فعلت شركة Google عندما مولت صحفاً غربية شهيرة للاستفادة من نشر بعض محتوياتها بالترزامن مع طباعة هذه الصحف لتضيف Google لتصفحها الرأي والتحليل والصحافة الاستقصائية بجانب الأخبار الآنية.
- توقف بعض الصحف الورقية خوفاً على صحفيتها من القتل بعد زيادة معدل المخاطر التي يتعرض لها صحفيون توقفت صحيفة NORTE المكسيكية بعد عددها الصادر في ٣ من أبريل ٢٠١٧ وحمل عددها الأخير كلمة "وداعاً" في صدر صفحتها الأولى... اعتماداً على أن القارئ سيجد على الإنترنت ما يروق له.
- اندماج بعض المواقع الشهيرة للكتب لتقديم خدمات رقمية أكثر. من ذلك قيام الملياردير جيف بيزوس مؤسس ومالك موقع "أمازون" لبيع الكتب في عام ٢٠١٤ بشراء صحيفة The Washington Post أهم صحيفة يومية في العالم بسبب قربها من صانعي القرار في واشنطن، وإعلان صاحب الموقع عن طريقة جديدة لقراءة الصحيفة الإلكترونيات بشكل أكثر من توزيعها الورقي ليكون تأثيرها أكثر على متصفحها. حيث ركزت نسختها الإلكترونية على ما يلي:

- ١- خدمة موبايل فيديو التي تقدم الخبر في ١٥ ثانية فقط.
- ٢- التحرك السريع لتقديم التحقيق المتعمق.
- ٣- خدمة الأخبار العاجلة.

- قيام وكالات الأنباء والصحف بتجديد نفسها من أجل البقاء، من ذلك قيام وكالة «رويترز» للأنباء منذ أوائل أبريل ٢٠١٧ بأطلاق خاصية لنشر الأنباء باسم Back Story تشرح فيها للقارئ كيف تحصل الصحف على الخبر وآلية العمل به أو في صورة سؤال وجواب للصحافي صاحب الخبر. وذلك لإشراك القارئ في الأمر والتفاعل معه... وكذلك منافسة الصحف على نشر القصص الاستقصائية لإعطاء مزيد من الثقة والمصداقية من جانب القارئ للصحيفة أو الوكالة الإخبارية.

- جاء استعمال «ترامب» في حملته الانتخابية لشبكات التواصل الاجتماعي ناجحاً، خاصة «تويتر». وأعلن ترامب في أول حديث له بعد توليه الرئاسة^(١٢) واصفاً «تويتر» بأنه وسيلة تواصل فعالة ورائعة. وأن مواقع التواصل الاجتماعي لها الفضل في فوزه بالانتخابات الرئاسية، خاصة أنه استخدمها كوسيلة فعالة لمحاربة وشن الهجوم على حملة هيلاري كلينتون للرئاسة.

وهكذا جاء «ترامب» رئيساً للولايات المتحدة الأمريكية بفضل التواصل شبه الشخصي على شبكات التواصل الاجتماعي الذي اعتبره مؤيدوه أنه تواصل شخصي جداً ويرد على استفساراتهم بشكل يسعد المتصلين به. وإذا كانت هيلاري كلينتون قد فازت بالتصويت العام فإن «ترامب» قد حسم الأمور لصالحه عبر فوزه بعد كبير من أصوات المجمع الانتخابي.

جـ السوشال ميديا قفزت بترامب لكرسي الرئاسة:

وصف الإعلام الأمريكي (العالمي) فوز دونالد ترامب Donald John Trump، المرشح الجمهوري، في الانتخابات الأمريكية الثانية والخمسين التي أجريت في الثامن من نوفمبر لعام ٢٠١٦م، بالمعجزة. وذلك بعد حصوله من ٢٩٠ صوتاً من أصوات المجمع الانتخابي متقدماً على منافسته، مرشحة الحزب الديمقراطي، «هيلاري كلينتون» التي توقفت رصيدها من التصويت عند ٢٣٢ صوتاً. برغم ترجيح كافة استطلاعات الرأي السابقة للانتخابات كفة المرشحة الديمقراطية صاحبة الخبرة كسيده أولي في البيت الأبيض زوجة كلينتون، ووزيرة خارجية في عهد الرئيس (السابق) أوباما.

فوز «ترامب» بمنصب الرئيس رقم (٤٥) للولايات المتحدة الأمريكية بمثابة صدمة من المواطنين الأمريكيين ضد إعلامهم الذي دأب على مدى أكثر من شهرين في خداعهم بالإسهاب في مناصرة المرشحة الديمقراطية «هيلاري كلينتون» ونشر استطلاعات رأي مؤيدة للإعلام^(١٣) بشأن التقليل من فرص نجاح «ترامب» لدرجة تقترب من انعدامها. وفوجئ الأمريكيون بأن النتيجة انقلبت مائة وثمانين درجة ضد المرشحة التي كان يروج لها الإعلام ولصالح المرشح الذي كان ينظر إليه على أنه صاحب الفرصة المنعدمة في النجاح لدرجة أن التصويت الشعبي العام في هذه الانتخابات جاء لصالح «هيلاري»^(١٤) [٦٥.٨٤٤.٦١٠] في حين اقتصرت الأصوات التي جاءت لصالحه على [٦٢.٩٧٩.٦٣٦] وبالغت استطلاعات الرأي

والإعلام (الصحافة/ التليفزيون) والمناظرات التي تفوقت فيها والمؤتمرات الصحفية بالتأكيد على فوز المرشحة الديمقراطية لدرجة أن مجلة News Week الأمريكية وصفت على صفحاتها على الإنترنت صورة "هيلاري كلينتون" على غلاف المجلة معلنة أن هيلاري أصبحت رئيسة للولايات المتحدة الأمريكية Madam President.

ويعد دونالد جون ترامب Donald Johan Trump الرئيس رقم ٤٥؛ للولايات المتحدة الأمريكية منذ ٢٠ يناير ٢٠١٧ لمدة أربع سنوات حتى عام ٢٠٢١ م. وهو رجل أعمال وملياردير وشخصية تليفزيونية ومؤلف ورئيس مجلس إدارة منظمة ترامب. وبدأ نجمه السياسي يلمع بعد هزيمته عضو مجلس الشيوخ عن ولاية تكساس "تيد كروز" وحاكم ولاية أوهايو "جون كيسيك" وعضو مجلس الشيوخ عن ولاية فلوريدا "ماركو روبيو" وغيرهم في الانتخابات التمهيدية للحزب الجمهوري.

سابعاً: نتائج الدراسة:

أ- أسباب خسارة "هيلاري" رغم تأكيد المؤشرات بفوزها:

- رغم تركيز الإعلام على خبرتها في البيت الأبيض زوجة للرئيس الأسبق "كلينتون" وعملها وزيرة خارجية في عهد "أوباما" إلا أنها لم تنجح في المحافظة على تماسك الائتلاف الذي صنعه "أوباما" في أمريكا وكان يجب أن تحافظ عليه وتضيف إليه.
- تعاضها الهش مع الأفارقة واللاتينيين والشباب. وفشل عدد كبير من هؤلاء في الذهاب إلى صناديق الاقتراع.
- إعلان "جيمس كومي" مدير مكتب التحقيقات الفيدرالية قبل ١١ ساعة من يوم التصويت فتح التحقيق مجدداً في استخدام "هيلاري" بريدها الإلكتروني خلال عملها وزيرو للخارجية. الأمر الذي أثر سلباً على التصويت لها.
- التسريبات التي قام بها قرصنة روس "هاكرز" وصلوا إلى أنظمة الحاسب الآلي التابعة للجنة الوطنية للحزب الديمقراطي والجمهوري أيضاً ونشروا هذه المعلومات كما سربوها إلى "ويكيليكس".
- نجاحات "ترامب" في أنه سيحدث تغييراً في أمريكا ومخاطبته جمهوره عبر الإعلام البديل شبكات التواصل الاجتماعي بشكل يكاد يكون شخصياً في حين اعتمدت "هيلاري" على الاتصال الجماهيري الذي روج أن أكثر البيض سيصوتون لها. وهذا ما لم يحدث كما أرادت وخطت لحملتها الانتخابية فكان سقوطها المدوي.
- ثقتها الزائدة التي دفعها لأن تعلن قبل ثلاثة أسابيع من الانتخابات أن حملة "ترامب" فوضوية وغامضة كما صدق ربيان نشره المكتب الصحفي لحملتها الانتخابية أن خطاب ترامب فكره مقلقة في حال انتخابه رئيساً للولايات المتحدة.
- وعلى عكس مجلة News Week التي وصفت صورة هيلاري على غلاف طبعتها الإليكترونية معلنة قبل الانتخابات بأنها السيدة الرئيسة Madam President فإن الصحف الأمريكية صدرت تحمل نبأ فوز "ترامب" بأنه صدمة لأمريكا وللعالم. كما أن الصحف الدولية حملت الصدمة نفسها في صفحاتها الأولى. فهذه هي صحيفة Daily

Mirror^(١٤) البريطانية تصدر صفحتها الأولى السيدة رافعة شعار الحرية في أمريكا واضحة يدها على وجهها متسائلة "ماذا فعلوا؟ Why have they done? أما صحيفة The Daily Telegraph^(١٥) فتصدرت صفحتها الأولى عبارة حزينة تعبر عن الصدمة God Save American والحال نفسه مع أغلب الصحف الألمانية والإسبانية وغيرها.

ب. دور الإعلام الجديد في قلب الموازين وفوز "ترامب"

منذ أن أطلق رجل الأعمال الممثل المضحك التليفزيوني العنيد الصدامي "دونالد ترامب" حملته الانتخابية في السادس عشر من يونيو ٢٠١٦ تحت شعار "لنستعيد عظمة أمريكا مرة أخرى Make America Great Again وقد تحول إلى ظاهرة سياسية واعلامية بقدرته على المغامرة والمخاطرة بالوقوف في وجه هيلاري كلينتون التي روج لها الإعلام الأمريكي - والأجنبي - واستمر في تحديه للإعلام وقدرته على تحقيق الفوز رغم مغالاة استطلاعات الرأي ووسائل الإعلام. ووقوفها بجانب المرشحة الأخرى. لدرجة أن مجلة New Week^(١٦) (الأربعاء ٢٠١٦/١١/٩) قد أقدمت على طرح عددها على موقعها على الإنترنت وعددها الأسبوعي قبل إعلان النتيجة الرسمية للسباق الانتخابي معلنة على غلافها أن هيلاري قد أصبحت السيدة الأولى للولايات المتحدة.

وكانت هذه التوقعات المضمونة من جانب المجلة الأمريكية والإعلام الأمريكي التقليدي تستند إلى أن "ترامب" يعد - حسب حملة هيلاري كلينتون - ووسائلها وأدواتها نموذجاً للزعامات "الشعبوية" التي تظهر على الساحة السياسية بشكل غير متوقع، وأنه مجرد "مزحة" عابرة في هذه الانتخابات. مستندة في ذلك إلى عدة مؤشرات مؤثرة، منها ما يلي:

- لغة الاستبعاد والعنف والتهديد التي استخدمها "ترامب" خلال حملته الانتخابية وأصبحت مستهجنة من النخبة والنموذج الليبرالي الأمريكي المزواج بين الليبرالية وحرية الرأي، إذ كان يتغنى في خطابه السياسي بعنصريته وماضيه النسائي المشين^(١٧).
- معاداته للبسطاء الذين نزحوا إلى الأرض الجديدة أملاً في التمتع بالحرية والمساواة، فكانت صدمتهم في هذا المرشح الذي يطالب باستبعادهم وعودتهم إلى بلادهم الأصلية.
- تجاوزه وسائل الإعلام التقليدية: الصحافة/ الراديو/ التليفزيون، والأحزاب السياسية واستطلاعات الرأي التي تعاطفت مع منافسته "هيلاري" والأساليب المتوقعة، اعتماداً على أسلوب جديد في حملته الانتخابية، يقول، اضغط واضغط كثيراً حتى تحصل على ما تريد.
- ترويج آلة الإعلام أن تصويت النساء سيكون مع "هيلاري" تعاطفاً معها ضد ترامب، باعتبارها أول سيدة ستصل إلى البيت الأبيض.
- خسارته المناظرات التليفزيونية أمام منافسته بشهادة الخبراء والجمهور أيضاً.

- أن أصحاب البشرة البيضاء ليبراليون، ولن يصوتوا لترامب في الانتخابات نظرا لصدقاته غير المعتادة.
- ضعف تصويت اللاتينيين كراهية في ترامب.
- أن ترامب ليس متدينا، وبالتالي لن يصوت له «الملتزمون» دينيا.
- ورغم ما أشاعته حملة «هيلاري كلينتون» ضد «ترامب» إلا أن «ترامب» قد أعلن في كلمة ألقاها في مدينة غيتسبرج عن عزمه، حال فوزه بمنصب الرئيس، تغيير النظام المتهالك في واشنطن واستبدال حكومة جديدة تعمل لصالح الناس.

وكان تراب خلال حملته الانتخابية واثقا من نفسه ومعلنا أن الإعلام المؤازر لهيلاري منافق وساذج ومهنيته ملوثة بالانحياز الفج. وفي موقف الأضعف وأنه لا يحتاج إليه، وإنما يثق في الإعلام البديل، «تويتر» و«فيس بوك» و«يوتيوب» مؤكدا أن الإعلام لا يصنع واقعا وإنما يقدم هذا الواقع لجماهيره المتابعين لوسائله المتعددة.

لقد اعتمد «دونالد ترامب» على أحد مستشاريه «ستيف بانون» وهو يشكل إدارة حملته الانتخابية ليكون مستشارا ومسؤولا عن إدارة هذه الحملة كرئيس للشؤون الاستراتيجية في حملته الانتخابية وما كان من «بانون» إلا أن أقنع «ترامب» بالتعاقد مع شركة Cambridge Analytica⁽¹⁷⁾ الذي يشغل «بانون» عضو مجلس إدارتها، لتقوم بالتسويق السياسي له بأسلوب الاستهداف المباشر عن معرفة شخصيات الأفراد المستهدفين وقياس توجهاتهم عن طريق أرقام هواتفهم المحمولة على الإنترنت وتحليل شخصياتهم من خلال الأنشطة التي يمارسونها على شبكة Facebook. هذا الأسلوب الذي برع فيه عالم النفس «مايكل كوزنيكسي» ليتم التوجه لهؤلاء الأفراد بالرسائل المناسبة لشخصياتهم المختلفة لضمان تفاعل أكبر بشكل إيجابي مع هذه الرسائل.

وقد اعتمدت الحملة على تشكيل نموذج يستطيع الإحاطة بشخصية كل شخص أمريكي اعتمادا على تحليل البيانات الكبيرة عن الناخبين. والاستهداف الشخصي بالإعلانات التي تناسب الفرد الذي يتلقاها.

وقد ركز خبراء هذه الشركة في التأكيد على الثورة التكنولوجية التي سيقوم بها المرشح الجمهوري لصالح المواطنين الأصليين ولصالح الولايات المتحدة الأمريكية نفسها.. ومن المحاور التي تم التركيز عليها من جانب Cambridge Analytica ما يلي،

- تبرير تصريحات «ترامب» وتفسيرها في رسائل قصيرة عبر «الإنترنت» بأنها في صالح شعبه «المنسي» وهي التصريحات التي تنطلق من فلسفة «أضغط.. واضغط حتى تحصل على ما تريد».

- طموحات "ترامب" غير المحدودة نحو الرئاسة، فقد حاول منذ ١٩٨٨ أن يكون ضمن قائمة الرئيس الأسبق جورج بوس (الأب) سعياً للاستعداد لانتخابات الرئاسة في عام ٢٠٠٠ وحاول الحصول على ترقية "حزب الإصلاح" كما ظل على قائمة "الحزب الديمقراطي" ولم ينضم إلى الجمهوريين إلا سنة ٢٠٠٩ وكان له دوره في التشكيك في شرعية أول رئيس من أصول أفريقية في تاريخ الولايات المتحدة الأمريكية باعتبار أن باراك حسين أوباما ليس مولوداً في أمريكا، وهو ما أثار جدلاً كبيراً قفز باسم "ترامب" إلى قائمة السياسيين في البلاد.

- دعوته للتجديد وإثارة اهتمام الطبقات الشعبية بعد إطلاقه حملته الانتخابية تحت شعار Make America Great Again "لنستعيد عظمة أمريكا مرة أخرى" مما جعله يتحول إلى ظاهرة سياسية لدى من يخاطبهم عبر Social Media رغم عدم تقديمه برنامجاً انتخابياً مجدداً يقنع الأمريكيين بالتصويت له.

- اهتمامه بالقضايا الداخلية، وفي مقدمتها ما يلي^(١٨) :

• الهجرة غير الشرعية/ التوظيف/ الرعاية الصحية/ الاقتصاد... حيث أعلن أن سياسته ستركز على منع الهجرة غير الشرعية وحماية حدود بلاده ببناء سور على حدود المكسيك والزامها بتحمل تكلفته المالية. ومكافحة سياسة الإنجاب بألغاء منح الجنسية لمن يولدون على أرض أمريكية، وإعطاء أولوية التوظيف للأمريكيين، وزيادة دخل الطبقات المتوسطة. وهذه القضايا تحتل أولويات الأمريكيين حيث يدعو "ترامب" الشركات العاملة في الولايات المتحدة الأمريكية إلى منح أولويات العمل إلى المواطنين في بلاده، وفرض رسوم حماية ضد الإغراق على الصين وغيرها حتى لا تكون منتجاتهم منافساً كبيراً لما تنتجه المصانع الأمريكية.

- دعوته إلى أن يدفع الآخرون لأمريكا مقابل حمايتها لهم، مثال ذلك المساهمة الأمريكية الفاعلة في تحرير الكويت، حتى يمكن تعزيز الاقتصاد الأمريكي نتيجة ما تقدمه البلاد من دعم لدول أخرى، فهو لا يؤمن بالتدخل الإنساني كأساس للتدخل في شؤون دول أخرى وإنما يتم الأمر على أساس مصلحة أمريكا.

- نبرة الصدق والثقة التي كادت تصل إلى الهمجية في لقاءات "ترامب" ومؤتمراته الصحفية ومناظراته مع غريمته "كلينتون".

- رغم خسارته في مناظراته مع "هيلاري" إلا أن شجاعته جعلت كثيرين يستمعون إليه ويقرأون تغريداته على "تويتر"، من ذلك تمزيقه للاتفاق "الأمريكي/ الإيراني" بشأن النووي وترديده تسريبات ويكيليكس ضد "هيلاري" ودفعات من بريدها الإلكتروني تفضح اتهامها سرا "لقطر" ودول خليجية أخرى بدعم داعش وتكرر ذلك على الملأ، إضافة إلى تكرار "ترامب" اتهام زوج منافسته "كلينتون" بأنه اغتصب امرأة في البيض الأبيض خلال فترة رئاسته، ورد "هيلاري" بتوجيه اتهام لترامب بأنه أيد الحملة على

ليبيا ودعم احتياج العراق، الأمر الذي وصفته الصحافة الأمريكية بأنه "لوث صورة أمريكا في العالم"^(١٩).

- عزمه إلغاء القرارات غير الدستورية والأوامر التي أصدرها الرئيس أوباما.
- إعلانه توفير فرص عمل للمواطنين الأمريكيين (٢٥ مليون مواطن) خلال العشر سنوات المقبلة.

- عزمه إلغاء دفع مليارات الدولارات لبرنامج الأمم المتحدة للتغير المناخي وتحويل هذه المليارات لتحسين البنية التحتية الوطنية.

وهذه الأفكار والرؤى والمحاو التي ركز عليها ترامب في حملته الانتخابية في الفضاء الافتراضي وصلت إلى الأفراد أو الجماهير النوعية عبر "تويتر" و"السوشيال ميديا" بشكل عام باعتبارها من جانب الطرفين "ترامب" الجمهور المستهدف" وكأنها أفعال شخص مع الأفراد والجمهور الأمر الذي يخلق حميمية بين الطرفين.



جـ- نتائج فوز "ترامب" بمنصب "الرئيس" بفضل "الميديا الجديدة":

عندما يتم إعلان نتيجة الانتخابات الأمريكية بفوز "ترامب" فإنه قد أكد على تمسكه باستخدامه "تويتر" ووصفه بأنه "وسيلة تواصل رائعة" وقال إن مواقع التواصل الاجتماعي لها الفصل في فوزه في الانتخابات الرئاسية خاصة أنه استخدمها كوسيلة فاعلة لمحاربة وشن الهجوم على حملة "هيلاري كلينتون" الرئاسية باعتبار أن هذه المواقع كانت وسيلته للدفاع عن نفسه ضد تضييق

الأخبار الكاذبة والقصص "المضبوكة" ضده^(٢٠). ونتيجة للصدمة المفاجئة لأغلب الأمريكيين والعديد من مواطني دول العالم، فقد وجه هذا الفوز غير المتوقع (حسب الميديا) لترامب إلى استخلاص النتائج التالية:

١- أن التناؤل بالنجاح إذا صاحبه عمل مستمر يؤدي بالضرورة إلى النجاح، وهذا ما حدث مع "ترامب" الذي كانت "الميديا" ضده عدا شبكات التواصل الاجتماعي التي حملت توجهاته لإرضاء الأغلبية من الأمريكيين البيض التي يستمد منها عصيته وتحيزاته السياسية.

٢- عدم الاعتماد بشكل مطلق أو يقيني باستطلاعات الرأي أو الاعتماد على ما يطلق عليه تأثير وسائل الإعلام الأمريكية التي كان يعتقد - حتى وقت قريب - أنها قادرة على تشكيل الرأي العام وتوجيهه، وثبت عدم فاعليتها في حملة المرشحة الرئاسية "هيلاري كلينتون".

٢- أهمية الفضاء الافتراضي وشبكات التواصل الاجتماعي التي وضعت وسائل الإعلام الأمريكية التقليدية في موقف محرج للغاية بفضل توقعاتها وتأكيدها على فوز هيلاري كلينتون" إذ كانت النتيجة عكس ذلك تماما.

٤- خطأ انسياق الإعلام الأجنبي خلف الإعلام الأمريكي الذي ثبت فشل حساباته وتوقعاته وتأكيدها بفوز هيلاري دون قيام هذا الإعلام الأجنبي بتحقيقات استقصائية أو تحليلات خاصة به من ذلك الرسم الذي نشرته مجلة DER SPIEGEL الألمانية على غلافها مصورة ترامب ممسكا في يده بسكين تقطر منها دماء. وفي يده الأخرى رأس تمثال الحرية مقطوعا يقطر هو الآخر دما، محذرة من فوز ترامب".



٥- وما نشرته مجلة Time الأمريكية^(٢٠) من رسم للضمان إيديال رودريجيز" المدير الفني السابق لها، يصور ترامب وهو يذوب تماما Total Meltdown ويلفظ أنفاسه الأخيرة مؤكدة فوز هيلاري بالمنصب. لكنها فوجئت بعكس ما توقعت.

٦- وصحيفة The Daily Telegraph راس تمثال شعلة الحرية واضعة يديها على وجهها متسائلة "ماذا فعلوا؟" What have they done? لقد قلبت شبكات التواصل

الاجتماعي "الميديا" رأسا على عقب وسحبت البساط من الإعلام التقليدي لوقوفها بين الاتصال لجماهير والاتصال الشخصي، ولعل ما حدث في الانتخابات الأمريكية أكبر دليل على ذلك حيث فاز ترامب بمصب رئيس الولايات المتحدة الأمريكية رغم مهاجمة الإعلام التقليدي له اصحافة، صحف، مجلات، تليفزيون، ومؤتمرات صحفية، وقياسات رأي عام، وفشلت حملة هيلاري كلينتون رغم مساندة الإعلام لها بدرجة كبيرة.

الهوامش:

١- العدد الصادر الأربعاء ٢٠١٦/١١/٥م.

- ١- جمال سند السويدي، وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية: من القبيلة إلى الفيسبوك، الطبعة الرابعة د.ن، ٢٠١٤، ص١١٤.
- ٢- آمال حسن عتيبة، شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تجديد الخطاب الدعوي، مؤتمر ضوابط استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الإسلام، المجلد الأول المملكة العربية السعودية، جائزة نايف العالمية / الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة، ٢٢-٢٣/٢/١٤٣٨هـ الموافق ٢٢-٢٣/١١/٢٠١٦م، ص١٢١ وما بعدها.
- 3- May Bulman, The Independent, 28 November 2016.
- 4- Barrie Gunter, Mokhtar Elaresi, Khalid Al-Gaber, Social Media in the Arab World: Communication and Public Opinion in the Gulf States, I. B. Tauris, London: 2016)
- ٥- محمد أحمد حسن ربابعة، "دور الإعلام الجديد في تشكيل الرأي العام وألية توجيهه واستثماره"، مؤتمر ضوابط استخدام الشبكات التواصل الاجتماعي في الإسلام، المجلد الثالث المدينة المنورة، جائزة نايف العالمية للسيرة والسنة النبوية، الجامعة الإسلامية، ١٤٣٨/١٦/٢٠١٦م، ص٤٢ وما بعدها.
- 6- Meredith Conroy and others, "Face book and political engagement: A study of Online political group membership and offline political engagement..
- 7- April 2012, Available online: www.sciencedirect.com
- ٨- محمود علم الدين، السلطة الخامسة، تراجع وسائل الإعلام التقليدية وخصوصا واعلام المواطن، الجزءان: الأول، والثاني، الطبعة الأولى القاهرة، دار السحاب للنشر والتوزيع، ٢٠١٤.
- 9- BBC Technology, "Google offers cash support to Europe's New group: 27 April 2015.
- ١٠- محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، الطبعة الأولى، القاهرة، عالم الكتب، ١٩٩٧م، ص٢٠٣ وما بعدها.
- ١١- و: محمد بن عبد العزيز الحيزان، البحوث الإعلامية، ط٢٠- الرياض، د.ن، ١٤٢٥هـ، ٢٠٠٤م.
- ١٢- حنان محمد عبد المجيد إبراهيم، "علاقة شبكات التواصل الاجتماعي بنمط العلاقات الأسرية"، مؤتمر ضوابط استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الإسلام، المجلد الرابع، مجلد سابق، ص٢١٩.
- 13- Martin Baron, "I'm in Spot Light, but it's not really about me. It's about the power of Journalism", The Washington Post: February 24, 2016.

- 14- May Bulman, The Independent, "Donald Trump's "celebrity-style" tweets helped him win US presidential election, Says data scientist, 28 November 2016.
- 15- 8%A9-%D8%A7%D9%84%DA3-8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A9-%D8%A7%D9%84%DA9/2959793.
- 16- Daily Mirror.
- 17- The Daily Telegraph.
- ١٨- أمانى مسعود، "قراءة في صورة اللامألوف: الإعلام السياسي، صحيفة الأهرام" في ٢٠١٧/٢/١٣، ص ١٠.
- ١٩- سلمى العليمي "The Outsider"، "مجلة حالة العالم"، العدد ٢٢، القاهرة، المركز الإقليمي للدراسات الاستراتيجية، أكتوبر ٢٠١٥، ص بدون.
- 20- The Observer, Jamie Doward and Alice Gibbs, "Did Cambridge Analytica influence the Brexit vote and the use election?", 4 March 2017.
- 21- 8%A9-%D8%A7%D9%84%DA3-8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A9-%D8%A7%D9%84%DA9/2959793
- 22- The Independent, May Bulman" Donald Trumps Celebrity – style' tweets helped him win US presidential election", 28 November 2016.
- 23- Time, 24, 10, 2016.