

فنون الخداع والتضليل للجمهور الأمريكي

01-4-2004

في السياسة الأمريكية لا يوجد شيء أفيد من معرفة أين المال، لكن روف عرف أكثر من ذلك، حيث كان قارئاً نهماً للتاريخ الانتخابي، يعرف أين تتمركز الأصوات وكيف تحصل عليها. وتحول من ساعي بريد إلى إدارة الحملات السياسية، أثبت قدرة فائقة في تليق موضوعات الحملة القوية والسهلة للاستهلاك العام. ومتمكن من صناعة الدعاية وخبير في تسويق فكرة قوية بسيطة وتدفع الناخبين إلى الاصطفاف إلى جانبك

مواد ذات علاقة

[قصة التأثير في واشنطن](#)

عندما يعتزم فريق بوش على كتابة مذكراته، بعد سنة أو خمسة سنوات من الآن، فإنه بالتأكيد لا أحد سيتشوق للكتابة عن شتاء 2004، الذي شهد وقوع سلسلة من الأخطاء دفعة واحدة، هذا إلى جانب الفوضى والفشل في الاستراتيجيات (العراق وأفغانستان)، وقد تصادف كارل روف (الذي يوصف بأنه عقل بوش) من تتابعها، حيث إنه منذ تولي السلطة قبل ثلاثة سنوات، اشتهرت إدارة بوش بـ"دقة" خطواتها السياسية الضيقة.

اتسمت رسائله بالبساطة دائماً، والتزم رجال ونساء الرئيس جميعاً بها، ويسود اعتقاد في واشنطن أن روف يشرف على كل التفاصيل. وجرّ مجلس الشيوخ إلى "التكيف" مع سيطرة البيت الأبيض وذلك بعزل ترينت لوت (Trent Lott) (زعيم الأغلبية في مجلس الشيوخ) وتعيين بيل فريست مكانه. وأسمع أمريكا ما أراد أن يسمعها، من خلال تصميم الأحداث في 30 أو 60 ثانية من فترة بث التلفاز، لهذا اعتبروه في واشنطن مخزناً لكل ما يستحق أن يُعرف عن ممارسة السياسية الحديثة. وفته صحيفة "النيويورك تايمز" في أواخر عام 2002 بأنه: "أحد أقوى مستشاري الإدارات الأمريكية على الأقل لجيل بأكمله"، لكن لا أحد ادعى أن روف بلغ هذا المستوى من التأثير بذكائه فقط، حيث يتحدث المراقبون وكذا زملاؤه عن "حيله" و"مكره". لكن خصومه لا يخافونه مثل دائرته وأعضاء حزبه، ذلك لأنه نادراً ما قد يسمح لموظف جمهوري أن "يحيد عن الطريق" بدون محاولة انتزاع الثأر، كما تبين العام الماضي عندما ذكر وزير المالية السابق بول أونيل في كتابه أن بوش قد قصد غزو العراق منذ البداية، وجد أونيل نفسه تحت تهديد مقاضاة للتلويح بالوثائق السرية، مما اضطره للاعتذار وناقض نفسه، وهذه حالة من حالات انتقام روف من "المتمردين".

لكن سنة 2004 جلبت معها حزمة من المشاكل، وبدا -لبعض الوقت- أن البيت الأبيض لا يدري ماذا يعمل. رغم أن بعضها مشاكل ثانوية، وحتى عادية. فعندما بدأ الموسم الرئيسي في يناير، أبرز الإعلام هجوم الديمقراطيين على إدارة الرئيس بوش، والشيء الوحيد المثير هو النبرة "القوية" اللادعة، إذ لم يستعمل الديمقراطيون مثل هذه اللهجة مع أي رئيس جمهوري منذ نيكسون، وتزامن هذا مع أرقام فرص العمل التي افتقرت إلى أي نبض، وشجع فريقاً صحفياً من وضع أقدام بوش على النار. وانقض المرسلون على الإدارة بسرعة فائقة وبانتظام من خلال إثارة جملة من الموضوعات، حيث أثاروا قضية الرقم القياسي للحرس الوطني للرئيس، وكذا الأسئلة القديمة بخصوص تليقات المعلومات الاستخبارية لما قبل الحرب. وكان يمكن للأحداث

أن تؤول إلى مصير أسوأ أكثر مما هو عليه الوضع الآن، ذلك أن كثيرا من حالات الفشل الفظيعة الأخرى والفضائح لم يتم التعرض لها من قبل الديمقراطيين والإعلام. وما لم يكن يتوقعه أحد أن أسوأ ضرر ألحق بالبيت الأبيض كان بأيدي أعضائه، فنظام البيت الأبيض بالكامل أحدث فرقة، ففي ظل إدارة "روف"، فإن فريق بوش كان دائما يرد على النقد بصخب وعجرفة وبوحشية.

في السياسة الأمريكية لا يوجد شيء أفيد من معرفة أين المال، لكن روف عرف أكثر من ذلك، حيث كان قارئاً نهما للتاريخ الانتخابي، يعرف أين تتمركز الأصوات وكيف تحصل عليها. وتحول من ساعي بريد إلى إدارة الحملات السياسية، أثبت قدرة فائقة في تليفق موضوعات الحملة القوية والسهلة للاستهلاك العام. ومتمكن من صناعة الدعاية وخبير في تسويق فكرة قوية بسيطة وتدفع الناخبين إلى الاصطفاف إلى جانبك..

بدأت آلة "روف" في الاشتغال مجددا كما كانت في السابق، حيث نشرت الإعلانات المضادة للمترشح الديمقراطي الرئاسي جون كيري، وعملت على استرداد سيطرة جدول أعمال الصحف اليومية. وقد أجرت نيو يورك تايمز، وشبكة سي بي إس التلفازية استفتاء الأسبوع الماضي أظهر أن بوش يتسلل ثانية قبل كيري، 46% مقابل 43%. وخلال أقل من 24 ساعة بعد علمها بخطاب كيري، أنتجت حملة بوش (أو آلة روف) إعلانا ينتقد فيه كيري لتصويته في مجلس الشيوخ على الإنفاق العسكري. لدى حملة بوش مادة جاهزة لمطاردة كيري على أساس أصواته وخطبه. كلما يثير كرية قضية، فإن حملة بوش-تشيبي جاهزة لأن توزع النشرات المضادة وتضخ الإعلانات في التلفاز والراديو. من المستحيل أن يخوض "روف" معتركا سياسيا من دون استراتيجية للهجوم مفصلة، لكنه دائما يُبقي الخطة الرئيسية بسيطة. وليس صعبا أن تستنتج خطته لانتخابات 2004، والتي تتضمن قضايا خفض الضريبي، تشجيع النمو والحرب على الإرهاب. لكن مرة أخرى (كما في انتخابات 2000)، فإن كلمة السر كما إحددها "روف": اجعل القضية الرئيسية، الشخصية. اجعل بوش يبدو منتظما، محبوبا وقويا، واجعل كيري يبدو غير مبال، مغرض وساخر.

القاعدة السياسية الأولى كما وضعها "روف"، معرفة أين المال. وقانونه الأول في الحكم هو الاحتفاظ بقاعدة سياسية واحدة أثناء البدء في العمل الجاد لضمان الولاء المتحكم في كبار المانحين السياسيين في دورة الانتخابات القادمة.

وأحد أبرز ميزات "روف" أن لديه القدرة على رؤية وتقدير كافة الأطراف المشاركة في السياسة، وعند فحص الساحة نجد أن أهم المشاركين الفاعلين: الجمهور: متعب، ومتخوف من فقدان أرزاقه. والأهم من هذا، أنهم جاهلون بشكل يدعو للرتاء، وتنتابه "البرودة" بسهولة، بخصوص تفاصيل أي موضوع سياسي. ولديه القابلية للتأقلم مع السباقات السياسية التي تتمحور حول الاختلافات الرئيسية حول الشخصية، وهذا تعميم واسع النطاق، لكنه حتى الآن أثبت نجاحه. والانتخابات الرئاسية هي ظواهر ثقافة جماعية، وأغلبية الناخبين لا تعرف إلا القليل عن المرشحين أو القضايا التي يطرحونها.

الإعلام: من منظور جماهيري، يمثل التلفاز الوسيلة الأكثر تأثيرا. وطبقا لدراسة مركز "بيو" للأبحاث لعام 2003، فإن ما يزيد على 80 في المئة من الأمريكيين يدعون الحصول على معظم أخبارهم من التلفاز. والنتيجة المتزنة الوحيدة لهذه الدراسة أن عددا كبيرا من الأمريكيين يستهلكون الأخبار السياسية بشكل جانبي ومتفرق، بينما يحاول آخرون متابعة الأحداث، لكن يفقدون إلى الوقت عدا بعض الدقائق يخصصونها لمتابعة محطة إخبارية ولمحة في الصفحة الأولى لجريدتهم. وهذا مرتبط بأمرين: أولا، التأثير النسبي للإعلانات السياسية للتغطية على الأخبار أقوى مما يتصوره المراقب العادي. ثانيا، وهو الأهم، إذا أمكن أن تبعد الأخبار السيئة عن الصفحة الأولى وعن أخبار التلفاز، فإن معظم الناس لن تعرف أنها حدثت. هناك حفنة من

المؤسسات الإعلامية مسئولة عما يراه الأمريكيون على أخبار التلفزيون القومية، حيث إن الجمهور الأمريكي سهل الانقياد بشكل مثير.

المعارضة السياسية : كانت غير فاعلة من قبل، وأحداث 11 سبتمبر شلتها تماما. كان الديمقراطيون يطاردون نوبات الجمهوريين منذ ريجان، في حين أن للجيل السابق، لم يختلفوا مع الحزب الجمهوري من حيث المبدأ على أي من النقاط المهمة لـ"الإمبراطورية"، امتيازات رأس المال أو التقشف الاقتصادي، غير أنهم يقلقون كثيرا ويتحركون ببطأ. بالنسبة لهم، تمثل الانتخابات معارك على حصة السوق أكثر من اتجاهات الأشياء. ويبدو حاليا أن الحزب الديمقراطي أصبح هادئا، إنه غير جاد سياسيا، ولم يعد قادرا على شن معركة متواصلة.

إن الحديث عن "نجاحات" كارل روف هو التعرض لحالات الفشل وتحريفات السياسة الأمريكية والحياة العامة.