

# الشركات الأمريكية في مرحلة انتخابات الرئاسة



الاثنين 19 أغسطس 2024 م 12:40

وسط مناخ سياسي أكثر استقطاباً من أي وقت مضى في الولايات المتحدة، تجد الشركات الكبرى نفسها في بعض الأحيان في مرحلة انتقادات والاتهامات بدعم مرشح ما، لتصبح بذلك هدفاً لدعوات المقاطعة في خضم حملة الانتخابات الرئاسية. يظهر هذا الأمر من خلال المحنّة الأخيرة التي واجهتها شركة تتفليكس وغوغل، اللتين تعرضتا لحملات تتهمهما بتمويل حملة المرشحة الديموقراطية كامala هاريس، قبل أشهر من الانتخابات في الخامس من نوفمبر/تشرين الثاني. وفيما يشّكل امتداداً لهذه الاتهامات، تزايّدت الدعوات للمقاطعة خصوصاً على (إكس) المملوكة للملياردير إيلون ماسك الذي كان أعلن دعم المرشح الجمهوري دونالد ترامب ولا يتوازن عن محاولة التأثير على الناخبين عبر منصته غير أنّ هذه الدعوات ضدّ تتفليكس انتشرت، كذلك، عبر منصات اجتماعية أخرى منها تيك توك وإنستغرام، حيث ظهرت الاتهامات ذاتها التي تقوم على أن الشركات تموّل حملة هاريس الانتخابية بما يصل إلى 7 ملايين دولار. لكن تتفليكس أوضحت أن مؤسّسها المشارك ومديرها التنفيذي، ريد هاستينغز قدّم هذا التبرّع "بصفته الشخصية"، مؤكدة أنّ موقفه "ليست له أي صلة بتتفليكس". ورغم ذلك، انتشرت الدعوات المطالبة بـ"حذف تتفليكس" على شبكات التواصل الاجتماعي، وباتت اللقطات التي تُظهر إلغاء الاشتراك، شائعة التداول. ووفقاً لشركة الأبحاث المتخصّصة بمكافحة التضليل سيابرا Cyabra، فإنّ حوالي ربع الدعوات للمقاطعة عبر إكس تأتي من حسابات وهمية كانت قد استُخدمت لدعم ترامب. من جهته، يقول المدير العام لسيابرا دان براهمي: "حملات التضليل ضدّ الشركات خلال المناخ المستقىّب الحالي تحمل تأثيراً يتجاوز بكثير قضيّة الصورة البسيطة". ويشدد على أنّ "حالة تتفليكس تُظهر مدى سرعة انتشار هذه الحملات وإمكانية وصولها إلى مئات الملايين من الأشخاص... ولكن أيضاً أنه يمكن للمعلومات المضلّلة أن تتلاعب بالرأي العام وسلوك المستهلك".