السلوك الانتخابي لمرشحي الانتخابات الأمريكية على شبكات التواصل الاجتماعي (دراسة حالة المرشح دونالد ترامب)

إعداد

فاطمة صلاح عبد الراضي عبد الفتاح

أ.د/ جمال سلامة علي

أستاذ العلوم السياسية

كلية السياسة والاقتصاد- جامعة السويس

أ.د/ إيمان نور الدين

أستاذ العلوم السياسية

كلية السياسة والاقتصاد- جامعة السويس

الملخص

خلال انتخابات الرئاسة الأمريكية لعام ٢٠١٦، اتبع المرشح دونالد ترامب سلوك انتخابي معين بهدف زعزعة صورة منافسيه في انتخابات ٢٠١٦ وخاصة المرشحة الديمقراطية هيلاري كلينتون، واقناع الجماهير ببرنامجه الانتخابي والتأثير على الرأي العام الأمريكي من أجل التصويت لصالحه، مستعينًا في ذلك بشبكات التواصل الاجتماعي بمختلف أنواعها؛ لذلك تناقش هذا الدراسة مفهوم السلوك الانتخابي وشبكات التواصل الاجتماعي وصولا إلى السلوك الانتخابي لترامب خلال حملته الرئاسية ٢٠١٦.

الكلمات الدالة: السلوك الانتخابي/ دونالد ترامب/ شبكات التواصل الاجتماعي/ الحملة الانتخابية لدونالد ترامب.

Abstract

During the 2016 US presidential elections, candidate Donald Trump followed certain electoral behaviour with the aim of

destabilizing the image of his rivals in the 2016 elections, especially Democratic candidate Hillary Clinton, and convincing the masses of his electoral program and influencing the American public opinion in order to vote for him, using all kinds of social media networks. ; Therefore, this study discusses the concept of electoral behaviour, social networks, and electoral behaviour of Trump during his 2016 presidential campaign.

Key words: electoral behaviour / Donald Trump / Social media / Donald Trump's election campaign.

مقدمة

في منتصف تسعينات القرن الماضي ظهرت شبكات التواصل الاجتماعي كشكل جديد من الخدمات التي يوفرها الإنترنت للمستخدميين، ويعتبر موقع classmates من أوائل المواقع في هذا المجال، وبعده توالى ظهور مواقع أخرى مثل اليوتيوب وlinked و الفايسبوك، و my space وتويتر ولايف بوون وهاي فايف أوركت وتاجد، وغيره من المواقع مستغلة التطور الذي شهده الأنترنت في بداية القرن الواحد و العشرين، كان الهدف الأساسي من إنشاء مواقع التواصل الاجتماعي هو التواصل بين أفراد المجتمع لهم نفس الاهتمامات على مواقع الشبكة العنكبوتيـة ، من أجل تبادل المعلومات و المعرفة وذلك باستخدام التدوين على الصفحات والنشر واستخدام الصور والفيديوهات والنص والصوت وتقديم خدمات أخرى مثل تبادل الرسائل الخاصة وإمكانية المحادثة الفورية والبريد الإلكتروني وغيره.

استطاعت هذه المواقع خلال فترة وجيزة استقطاب الكثير من مختلف أنحاء العالم ، وأصبح دور الإنترنت لا يقتصر فقط على نقل المعلومة وإرسالها وإنما أصبح له العديد من الانعكاسات السياسية والثقافية والاقتصادية والاجتماعية، وأصبحت هذه

المواقع منابر للتعبير عن مختلف الاتجاهات والأفكار التي يعتنقها مستخدمي هذه الشبكات.

لجأت الكثير من الأحزاب السياسية مستغلة هذا التقدم في شبكات التواصل لترويج أفكارها، والقيام بالحملات الانتخابية لمرشحيها خلال فترة الانتخابات، وقد نجح العديد من المرشحين مثل باراك أوباما ودونالد ترامب وغيرهم في جذب الجمهور باستخدام هذه المواقع والتأثير على الرأي العام وتوجيهه لصالحهم، وقد اختلف المرشح دونالد ترامب عن أي مرشح أخر، لذلك تسعى الدراسة إلى مناقشة السلوك الانتخابي لدونالد ترامب على وسائط التواصل الاجتماعي من خلال تقسيم الدراسة إلى ثلاث محاور وهما:

المحور الأول: مفهوم السلوك الانتخابي وأهم نماذج تفسير السلوك الانتخابي

المحور الثاني: مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي وأهم أنواعها وعيوبها ومميزاتها.

المحور الثالث: السلوك الانتخابي لترامب عبر شبكات التواصل الاجتماعي خلال حملته الانتخابية ٢٠١٦

المحور الأول: مفهوم السلوك الانتخابي وأهم نماذج تفسير السلوك الانتخابي

أولًا: مفهوم السلوك الانتخابي

يقصد بالسلوك هو النشاط التي تصدر عن أي كائن كائن حي، سواء كان هذا السلوك غير ظاهرا أو ظاهر، ويكون على شكل أي نشاط انفعالي أواجتماعي أو عقلي أو لفظي أو حركي ، يصدر من الإنسان كاستجابة لمثيرات سواء داخلية أو خارجية.[١]

أو هو كل ما يستشعرمن تأثيرات انفعالية ووجدانية مثل الإحساس بالألم أو باللذة، والشعور بالضيق أو الغضب والخوف والارتياح وما يصاحب ذلك من أنشطة فيسيولوجية.[٢]

يعتبر مفهوم السلوك السياسي من مداخل علم السياسة الجديدة الذي يدرس مساهمات الأفراد السياسية والاتجاهات ويعتبر السلوك السياسي شكل من أشكال السلوك الإجتماعي ويخضع لنفس شروطه وقوانينه وأحكامه ومواصفاته ولكنه يركز على الفعاليات والأنشطة المتعلقة بتنظيم المجتمع وبحكم القيادة بهدف تحقيق أهدافه التي لابد أن تتماشى مع طبيعة النظام الإجتماعي.[٣]

فالسلوك الانتخابي هو كل نمط من أنماط التصرف (الأفعال أو ردود الأفعال) والتي تظهر من المواطن خلال موعد انتخابي، نتيجة تأثره بمجموعة من المتغيرات أو العوامل الحضارية أو التنظيمية أو السياسية أو البيئية أو الاجتماعية أو الاقتصادية.

ويمكن تعريفه أيضًا بأنه جميع الممارسات والأفكار، التي تصدر عن الأفراد عند اختيارهم ما يمثلهم في المجتمع.[٤]

ثانيًا: نماذج تفسيرالسلوك الانتخابي

- النموذج الاقتصادي

يعتبر أنتوني داونز من أصحاب هذا الاتجاه، حيث يفترض أن الناخب عقلاني في أسلوب الوصول إلى الفائدة التي سيحصل عليها من خلال العرض المقدم في السوق السياسي، فتبعًا لهذا المدخل يملك الناخب الاختيار الواعي والبحث عن اقصى استفادة.

ووفقا لدراسة قام بها Kramer في عام ١٩٧١على الانتخابات الامريكية وبحث التغيرات التي تظهر على المواطنين نتيجة التحولات الاقتصادية واتجاهات التصويت، تبين أن المواطنين يعطون أصواتهم للمرشح الذي يعمل على تحسين ظروفهم، واستمدت ملسمات النموذج الاقتصادي من فرضيات الاتجاه الاقتصادي.[٥]

- النموذج الايكولوجي

في عام ١٩١٣ قام سيغفرد بعمل بحث بعنوان الجدول السياسي لغرب فرنسا ركز فيه على العامل التاريخي والجغرافي في تفسير الظاهرة السياسية للانتخابات واسماها بالبيئة الانتخابية، وتم ربط الانسان بالبيئة التي يعيش فيها وسلوكه الانتخابي، وحسب هذا النموذج فإن الرقعة الجغرافية التي يعيش فيها الفرد تحدد سلوكه، فمثلا المناطق الجبلية وصعوبة المواصلات تقود إلى الانعزالية وتقلل التواصل مع العالم الخارجي.[٦]

- النموذج النفسي الاجتماعي

يعتمد هذا النموذج على دراسات الرأي العام، ويؤكد على أن انتماء الفرد الاجتماعي له أثر على سلوكه الانتخابي، ويدخل في نطاق الانتماء انتماء المواطن للنقابات والمنظمات الاجتماعية ومجموعات العمل، ويأخذ هذا النموذج أيضًا دور الجنس في التأثير على السلوك الانتخابي.[٧]

ثالثًا: العوامل المتحكمة في السلوك الانتخابي

التنشئة السياسية

أول من صاغ مصطلح التنشئــة السياسية هربرت هاسمان في كتاب بعنوان التنشئة السياسية و قد عرفها بأنها تعلم الشخص لأشكال إجتماعية عن طريق المؤسسات المجتمع المختلفة والتي تساهم في أن يتعايش الفرد مع ذلك المجتمع نفسيًا وسلوكيًا.

تتوقف مشاركة المواطن في الحياة السياسية على نوعية وكمية المنبهات السياسية التي يواجهها، ولكن مجرد تعرض الشخص للمنبه السياسي لايكفي بمفرده لدفع الشخص للمشاركة السياسية ولكن يجب أن يتوافر قدر معين من الاهتمام السياسي، وذلك يتوقف على خبرات تنشئته المبكرة.[٨]

الوعي السياسي

هو علم المواطن بواجباته وحقوقه السياسية وما يدور حوله من وقائع وأحداث، وأيضًا يقصد به قدرة الفرد على التصور الكلي للواقع المحيط به.

الثقافة السياسية

يعتقد المفكر جابريل ألموند أن أي ثقافة تنقسم إلى ٣ جوانب، جانب معرفي يتعلق بمعلومات الفرد عن النظام السياسي وآخر شعوري يتعلق بالقادة والمؤسسات وجانب تقييمي يكون الآراء والأحكام التقيمية عن الظواهر السياسية، ومن خلال ذلك يمكن تعريف الثقافة السياسية مجموعة ما يملكه المواطن من أحكام تقييمية تتعلق بالظواهر السياسية والمشاعر الايجابية والسلبية تجاه المؤسسات والقادة ومعارفه عن النظام السياسي.[٩]

الحملة الانتخابية

تعتبر الحملة الانتخابية التي تصاحب عملية الانتخابات احدى الوسائل المهمة من أجل إثراء الحوار السياسي وتوعية الناخبين، فعلى مترشح لكي يفوزبالمنصب لابد من مقابلة جمهور الناخبي و إقناعهم بانه المرشح الأفضل، وذلك من خلال طرح خطة وبرنامج. فطريقة عرض البرامج والأفكار، و الطريقة التي تدار بها الحملة الانتخابية وعلاقات المرشحين مواقفهم وسلوكياتهم والشكل الخارجي له تأثير كبير على سلوكيات الناخبين،فهي فرصة ثمينة للمرشح من أجل التأثير على الجمهور .

النظام الانتخابي

يعمل النظام الانتخابي على تحويل الأصوات التي يدلى بها إلى عدد من المقاعد التي يفوز بها المرشح أو الحزب، أما المتغيرات الأساسية فتتمثل في النظام الانتخابي المستخدم نظم مختلط أو نسبي أو أغلبية أو غيره والمعادلة الحسابية التي تستخدم في احتساب المقاعد للفائزين وشكل ورقة الاقتراع هل سيتم التصويت لقائمة حزبية أم مرشح واحد بالإضافة إلى حجم الدائرة.[١٠]

المحور الثاني: مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي وأهم أنواعها وعيوبها ومميزاتها

أولًا: تعريف شبكات التواصل الاجتماعي

هناك عدة تعريفات لوسائط التواصل الاجتماعي نذكر منها ما يلي:

- يعرفها البعض بأنها هي الشبكة التي تضم مجموعة من الأشخاص يتشاركون نفس الميول والاهتمامات ويسعون إلى تكوين صداقة من خلال الشبكة العنكبوتية.
- هي تجمعات على الشبكة العنكبوتية يتم من خلال القيام بالعديد من المناقشات وذلك خلال فترة زمنية معينة ويجمعهم شعور طيب وفي إطار محدد.
- هي مقهى اجتماعي يتم من خلاله تجمع الأشخاص من أجل تبادل المعلومات فيما بينهم ويختلف هذا المقهى عن المقهى الحقيقي في إمكانية حمله أينما كنت.
- ويعرفها البعض بأنها تلك الشبكات الاجتماعية التي توفر للمستخدمين إمكانية عرض الصور والتواصل مع الأصدقاء الذين التقوها في الواقع الحقيقي أو على الإنترنت، ومشاهدة بياناتهم الشخصية وعرض قائمة أصدقائهم.
- ويعرفها البعض أيضًا بأنها: مجموعة من الصفحات على الويب تعمل على تسهيل التفاعل بين الأعضاء الموجودين على وسائط التواصل الاجتماعي وتوفر كافة الوسائل التي تساهم في تفاعل الأعضاء مع بعضهم البعض.[١١]

ثانيًا: أنواع شبكات التواصل الاجتماعي

يوجد العديد من وسائط التواصل الاجتماعي التي يوفرها الإنترنت، ونظرًا لوجود صعوبة في حصر تلك الوسائط إلا أنه يظل هناك مجموعة من الشبكات التي تعد الأبرز والأكثر استخدامًا، وهي:

١- الفيس بوك

هو موقع يوفر للمشتركين به إمكانية التواصل مع بعضهم العض وتكوين صداقات وتعريف المجتمع يهويتهم.

ترجع فكرة نشأته الى "مارك زوكربرغ" في عام ٢٠٠٤م؛ وتم انشاءه لكي يجمع زملاءه في الجامعة من أجل تبادل الأخبار والصور وكان يقتصر فقط على جامعة هارفرد الأمريكية ثم تم فتح المجال أمام من يرغب في الدخول إلى الموقع من طلبة الجامعات الأخرى والمدارس وغيرهم.

ويعتبر موقع الفيس بوك من أشهر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي والأكثر استخدامًا، كما هو موضح بالشكل رقم (١) طبقًا لإحصائية ٢٠٢٠، ويرجع الأقبال على هذا الموقع أكثر من غيره إلى:

- يتيح حرية التعبير عن الرأي تجاه القضايا المختلفة.
- إتاحة فرصة الحصول على وظيفة ملائمة
- اكتساب الخبرة والحصول على المعلومات
- الإعلان والدعاية[١٢]

٢- تويتر

هو أحد مواقع وسائط التواصل يتم من خلاله إرسال تغريدات قصيرة، تم انشاءه في عام ٢٠٠٦، ومن أهم مميزاته أنه سهل وسريع ومجاني، أما عن

سلبياته فيعتبر أداة سريعة لنشر الشائعات، وتقتصر فيه كل تغريدة على ١٤٠ حرف فقط.

٣- اليوتيوب

من أهم مواقع التواصل الاجتماعي تم انشاءه في فبراير ٢٠٠٥ بواسطة مجموعة من الموظفين في شركة "باي بال" وهم: تشاد هيرلي وستيف تشن وجاود كريم ويعرض الموقع الأفلام عبر الانترنت بشكل مجاني، حيث كان الفرد قبل ظهور اليوتيوب يتكلف الكثير لمشاهدة وتحميل الافلام عبر الانترنت. ويعرف البعض موقع اليوتيوب بانه عبارة عن موقع الكتروني يسمح بمشاركة وتحميل الافلام بشكل مجاني، بعضها عامة يستطيع اي شخص رؤيتها وبعضها افلام خاصة يُسمح لمجموعة محددة فقط بمشاهدتها.[١٣]

وتتميز تلك الشبكات الاجتماعية عن غيرها من المواقع بعدة مميزات، من أهمها:

- إنها تهدف الى خلق جو من التواصل بين مجموعة من الأفراد من دول ومناطق متنوعة على موقع واحد، تختلف آراءهم ومستوياتهم.
- يوفر فرصة للتعاون والتشاور والترفيه والاكتشاف والاستطلاع وتكوين علاقات جديدة.
- إن الفرد في هذا المجتمع عضو فاعل، أي لا يقتصر دوره فقط على الاطلاع والاستماع ولكن يقوم بالمراسلة والاستقبال والقراءة والكتابة والمشاركة والاستماع والتحدث.[١٤]

المحور الثالث: السلوك الانتخابي لترامب عبر شبكات التواصل الاجتماعي خلال حملته الانتخابية ٢٠١٦

استخدم ترامب مجموعة من الأساليب خلال حملته الانتخابية وكان له سلوكه الخاص الذي ميزه عن غيره من المرشحين، وهي:

أولا: استخدام رسالة وشعار مميز للحملة

تعتبر الرسالة بيان يوضح للجمهور السبب الذي يدفعه للتصويت لمرشح ما، ويتم استخدام الرسالة بهدف إعلام الجمهور بالبرنامج الانتخابي الذي ينادي به المرشح من أجل اقناع الجمهور بدعم برنامجه الانتخابي، من المهم أن تستند الرسالة إلى عدة اعتبارات توضح كيف ينوي الحزب ومرشحه تحقيق الأهداف المرجوة. وتختلف الرسالة عن الشعار فاي أن الرسالة تكون قصيرة أما الشعار فهو قصير جدا ويتشتمل على معلومات محدودة.[١٥]

استخدم ترامب شعار لحملته اجعل أمريكا عظيمة مرة أخرى مستخدما وسائل تتسم بالبساطة من أجل ترويج رسالة وشعار وأهداف حملته أهمها القبعة الحمراء التي مكتوب عليها شعار الحملة make America great again ، وعمل على ارتدائها خلال فترة حملته الانتخابية، قامت الحملة باستهداف جماعات وأفراد من الناخبين لهم أساليب حياة متشابهة ولهم نفس المخاوف تجاه التوظيف ولهم أيضا نفس التفكير، واستهدف الحملة باستخدام هذا الشعار مجموعة من الجمهور لديهم حاجات أساسية قد تعرضت للخطر، كانت رسالة ترامب مباشرة ومفهومة وقد ارتبطت بالتغير، على عكس الشعار الذي رفعته هيلاري كلينتون الذي اتسم بتغييره أكثر من مرة.

ثانيا: الهجوم على الخصم

لم يحظى ترامب بشعبية لدى الصحف الأمريكية كما حصلت المرشحة الديمقراطية هيلاري كلينتون، فقد حصلت على تأييد ٢٠٠ صحيفة، وحصل المرشح ترامب على دعم أقل من ٢٠ صحيفة.[١٦] مما حفز دونالد ترامب للجوء إلى وسائل الإعلام الحديثة، كما أن الصحف التي كانت تدعم هيلاري كلينتون قامت بشن هجوم ضد دونالد ترامب وأطلقت الشائعات وركزت على أخطاءه حيث نشرت نيويورك تايمز سجلات تظهر حجم الخسائر التي تعرض لها ترامب، وارجعت ذلك لسوء إدارته، ونتيجة لذلك نشرت حملة ترامب بيانا يؤكد أنه رجل أعمال وشخصية تتحمل المسؤولية وعلى أثر ذلك أتهم ترامب صحيفة نيويورك تايمز بأنها امتداد لحملة هيلاري كلينتون.[١٧]

أستخدم ترامب وسائط التواصل الاجتماعي، وخاصة شبكة تويتر بهدف بناء علاقات والتواصل مع المواطنين للترويج لحملته الانتخابية وتوظيفها في الرد على الهجوم الذي تعرض له واستخدم مصطلح اخبار مزيفة "fake news" في منشوراته للإشارة للمؤسسات الإخبارية التي تنشر معلومات غير صحيحة أو تنتقده بهدف تصوير نفسه ضحية الإعلام من أجل كسب عاطفة الناخبين، وخلق جو من عدم الثقة لدى الجمهور فيما ينشره الإعلام التقليدي.[١٨]

ساعد هذا السلوك المرشح ترامب على استقطاب وحشد عدد كبير من الجمهور على عكس كلينتون التي ركزت على الوسائل التقليدية أكثر من وسائط التواصل الاجتماعي الحديثة.[١٩]

وجه ترامب عدة اتهامات للمرشحة هيلاري مستخدما كافة وسائط التواصل الاجتماعي ومن بينها:

- إتهام كلينتون بأنها امتداد لسياسة أوباما الفاشلة.
- استغلال مكانتها ومنصبها لتحقيق مصالح شخصية

- ليس لديها استراتيجية واضحة للقضاء على تنظيم داعش، كما أن أوباما وهي من مؤسسي هذا التنظيم.
- لا تحافظ على أسرار الدولة
- تسببت في حدوث خسائر ضخمة نتيجة موافقتها على الحرب ضد الدولة العراقية.

ثالثا: استراتيجية الشائعات والأخبار المزيفة (fake news)

استخدم دونالد ترامب هذه الشكل من أشكال الدعاية لتشويه صورة المنافسين له لكي يبدو الأفضل أمام الجمهور، أتبع ترامب أسلوب الشائعات من خلال تأكيده على أن كلينتون والرئيس السابق أوباما من مؤسسي الدولة الإسلامية (IS)، كما أكد أن أوباما ليس مواطناً أمريكياً.

وأستخدم مصطلح "الأخبار الوهمية" أو "الأخبار المزيفة" كإشارة للإعلام الذي لا يتفق معه ويعارضه والذي يقوم بنشر أخبار كاذبة ليخلق لدى الجمهور أحساسا بعدم الثقة في الأخبار التي ينشرها الإعلام التقليدي ويقدم نفسه بشكل بطولي باعتباره يكشف عن الأساليب الوهمية والخادعة للإعلام التقلييدي وأنه ضحية المؤسسات الإعلامية التقليدية التي تهاجمه.[٢٠]

رابعًا: الوعود الانتخابية

تهدف هذه الطريقة أو الأسلوب إلى جذب انتباه الجمهور لضمان الحصول على أصواتهم من خلال التركيز على أهم احتياجاتهم و أولوياتهم ثم استعمال الوسيلة المناسبة للوصول إلى الهدف المرغوب، أعتمد المرشح الجمهوري ترامب على هذا الأسلوب لعدة أسباب أهمها:

- أن الجمهور الأمريكي يلديه احتياجات يحتاج إلى من يلبيها ولديه مطالب.

- أصبح الجمهور الأمريكي يجد صعوبة في التمتع بأبسط حقوقه[٢١]

قدم دونالد ترامب أثناء الحملة الانتخابية العديد من الوعود التي تتعلق بإشباع تلك المطالب والاحتياجات مثل توفير فرص العمل للشباب وتوفير التعليم بتكلفة أقل وجودة عالية، ومكافحة الغلاء وإجراء إصلاحات لكافة مرافق الحياة، وإصلاح النظام الصحي والذي يرى أنه نظام كارثي ويجب ألغاءه ويتم استبداله بنظام بديل يكون أقل تكلفة وأكثر فاعلية.

كما وعد أيضًا بنقل الشركات والاستثمارات الأمريكية إلى الولايات المتحدة، وحث على الاستفادة من الطاقات البديلة كالفحم، والتي كانت توفر فرص عمل للشباب وتستوعب اعداد كبيرة من العمال، ووصف عمال المناجم بأن وضعهم كارثي ومأساوي.

أما فيما يتعلق بالضرائب وعد جمهور الناخبين بخفض الضرائب بنسبة ١٥% للشركات حتى يتسنى لها توفيرأكبر عدد من فرص العمل ومحاولة تحسين دخلهم، وعد أيضًا ببناء جدار بين الولايات المتحدة الأمريكية والمكسيك مبررا ذلك بسبب أن المخدرات تعبر إلى الولايات المتحدة عن طريق المكسيك وقد تسببت في تدمير العديد من الأشخاص وأن الجدار هو الوسيلة الامثل والوحيدة للحد من هذه الظاهرة.[٢٢]

خامسًا: توظيف الاحصائيات

يعطي هذا السلوك الأحساس بالمصداقية وخاصة إذا كانت تلك الإحصائيات مصدرها مؤسسات ومراكز بحثية تحظى باهتمام وبثقة الرأي العام، أستخدم ترامب هذا السلوك خلال الحملة في مواجهة هيلاري؛ حيث وجه انتقاداته إلى هيلاري ووصفها بانها امتدادًا لفشل أوباما وفشل استمر لمدة ٣٠ عامًا لم ينجح فيها النظام في إنجاز أي تغيير أو إصلاح، ورفض سياستها الخارجية والاتفاقيات التي دمرت اقتصاد الولايات المتحدة وصرح بأن الاتفاقية الإيرانية قد أعطت إيران ٤٠٠ مليون دولار.

وفيما يتعلق بارتفاع نسب الجرائم فقد ذكر أن معدلات الجريمة قد وصلت إلى ٣٧٢ لكل ١٠٠ ألف فرد بحسب الإحصائيات التي تصدرها الجهات الرسمية، وللإيحاء للرأي العام بأنه وضع خطة ناجحة للقضاء على تنظيم داعش صرح بأن هناك عدد من الجنرالات يدعمون الخطة يبلغ عددهم حوالي ٢٠٠ جنرال، وظف أيضًا الأسلوب الاحصائي لكي يوضح للجماهيرمدى كارثية الوضع الاقتصادي والاجتماعي الذي وصلت إليه الولايات المتحدة الأمريكية؛ حيث أعلن أن التقارير رصدت أرقام كارثية فقد بلغت نسبة الفقر ٤٥% لدى الأفارقة الأمريكيين، وأن الدين قد وصل إلى عشريين تريليون دولار.[٢٣]

سادسًا: تحويل الانتباه

يعتمد بعض المرشحين على هذا السلوك من أجل صرف انتباه الجماهير عن بعض القضايا وتحويل تركيزه إلى قضايا يعتقد المرشحون أن عرضها قد يلاقي تجاوباً من قبل الرأي العام، أستخدم المرشح ترامب هذا السلوك عندما تحدثت المرشحة الديمقراطية هيلاري عن قضية إساءة المرشح ترامب للنساء والتي تناولتها وسائط التواصل الاجتماعي، حيث تم نشر فيديو للمرشح ترامب يظهر فيه أساءته بحق النساء باستخدام بعض الالفاظ البذيئة، وكان رد فعل ترامب تجاه ذلك بقول كلمة (أعتذر) ثم تحول مباشرةً إلى قضية أخرى تتعلق بالتنظيمات الارهابية واهمها داعش وان لديه خطة لمكافحة هذا التنظيم، وحمل إدارة الرئيس السابق باراك أوباما مسؤولية عدم مكافحة هذا التنظيم وانه كان السبب في انتشاره في العديد من الدول كما انه كان غير جاد في القضاء على عليه والذي يهدد الأمن والاستقرار الدولي، وأمن الولايات المتحدة الأمريكية، كما وعد المواطنين بأنه سيجعل الولايات المتحدة مستقرة وآمنة أكثر من أي وقت مضى.[٢٤]

الخاتمة

من خلال العرض السابق، يمكن القول أن هناك مجموعة من الأساليب التي تميز بها المرشح ترامب عن سابقيه، وقد وظفها بطريقة جيدة عبر شبكات التواصل الاجتماعي للوصول إلى هدفه الأساسي وهو الوصول لكرسي الرئاسة، وقد لجأ المرشح ترامب خلال حملته إلى استخدام شبكات التواصل بديلا للاعلام التقليدي نتيجة التأييد الذي حصلت عليه هيلاري من الصحف، حيث حصلت وقتها بدعم أكثر من مائتي صحيفة أما المرشح ترامب لم يؤيده الكثير من الصحف وقد بلغ عدد المؤيدين له ٢٠ صحيفة فقط ، كذلك تعرضه للهجوم من جانب هذه الصحف وخاصة صحيفة نيويورك تايمز والتي ركزت على إبراز أخطاءه فكانت وسيلة الوحيدة للدفاع عن نفسه هي وسائط التواصل الاجتماعي التي أستخدمها في اظهار نفسه على انه شخصية ناجحة ورجل أعمال مسئول.

يدرك دونالد ترامب بصفته رجل إعلامي أن لوسائط التواصل الاجتماعي دور وتأثير مهم على الرأي العام وتنافس في قوتها الوسائل التقليدية. فقد استطاع ترامب من خلال هذه الوسائط الرد على الشائعات والاخبار المزيفة التي واجهها واستخدم كافة الأساليب التي تضمن له الفوز، كما وفرت وسائط التواصل الاجتماعي له الفرصة لوضع أجندة للنقاش تم فرضها على وسائل الإعلام التقليدية.

كانت وسائط التواصل الاجتماعي الأداة التي وفرت لترامب مساحة من الحرية في نشر برنامج الحملة وشعارها للتأثير على الجمهور، وأيضا تقديم الوعود الانتخابية والوصول إلى أكثر القضايا التي تحظى بأهتمام الرأي العام الأمريكي. كما كانت الأداة الوحيدة بعد تخلي الإعلام التقليدي عن دعمه لتشويه صورة المرشحين وزعزعة صورتهم الذين يحظون بدعم من جانب الصحف أمام جمهورهم من أجل جذب أنتباههم للتصويت لصالحه.

المراجع

١أحمد محمد عبد الخالق و عبد الفتاح محمد دويدار، علم النفس أصوله و مبادئه ، (القاهرة: دار المعرفة الجامعية ،١٩٩٩)، ص ١٣-١٤

٢الهمالي عبد الله ، أسلوب البحث الاجتماعي وتقنياته، (ليبيا: منشورات جامعة قار يونس ، ١٩٨٨)

٣عبد الغفار رشاد القصبي ، مناهج البحث في علم السياسة التحليل السياسي كيف تكتب بحثا أو رسالة، (القاهرة: مكتبة الآداب، ط١، ٢٠٠٤)، ص٣٠-٣١

4 Lazarsfeld P.F, Reflections on business, American Journal of Sociology, Volume 65, (1959), PP. 90

٥ابراهيم مرتضى الأعرجي ، السلوك الانتخابي و علاقته بالاعتقاد بعدالة العالم لدى طلبة جامعة بغداد دراسة عن الانتخابات النيابية ٩٥ في العراق ٢٠١٠ ،مجلة كلية الآداب ، العدد٩٨ ،ص٥٣٦

6 Visser .M, The Psychology of voting action on the Psychological Origins of Electoral Research,1939–1964, Journal of the History of the Behavioural Sciences, Volume 30, (January 1994), p. 43

٧ سوويم العزي، السلوك السياسي في المجتمع العربي، (دار الألفية، ط ١، ١٩٩٢)، ص٣٥

٨سعد إسماعيل، علم السياسة ، (الاسكندرية، دار المعارف، ١٩٨٥).

9 Duverger Mourise, Sociologie De La Politique, paris,PUF, 1973).

١٠أندرو رينولدز و آخرون ، أشكال النظم الانتخابية، ترجمة أيمن أيوب ، سلسلة منشورات المؤسسة الدولية للديمقراطية و الانتخابات، (الطبعة الأولى، ٢٠١٠)، ص١٩

١١رضا ابراهيم عبد اهلل البيومى، مواجهة نشر الشائعات عبر شبكات التواصل الاجتماعى فى الفقة الاسلامى والقانون الوضعى، مقدم للمؤتمر العلمي السادس لكمية الحقوق جامعة طنطا المنعقد فى الفترة من ٢٢-٢٢ إبريل ٢٠١٢ تحت عنوان "القانون والشائعات"، كلية الحقوق: جامعة طنطا، ص١٣

١٢عبدالحكيم بن عبداهلل بن راشد الصوافي، استخدام وسائل التواصل االجتماعي لدى طلبة الحلقة الثانية من التعليم االساسي في محافظة شمال الشرقية بسلطنة عمان وعالقته ببعض المتغيرات، رسالة ماجستير، (جامعة نزوي: كلية العلوم والاداب، ٢٠١٥)، ص٢١

١٣ماجد الزيود، الشباب والقيم في عالم متغير، (عمان: دار الشروق، الطبعة العربية الثانية، ٢٠١١).

١٤وائل فضل الله، أثر الفيس بوك على المجتمع، تم الاسترجاع من: com.qassimy.www (٢٠٢٠/١٠/٢٦).

15 Mirjana Kovacevic & Shannon O'Connellcampaign, skills trainer's guide, national democratic institute, p.p. 2-3, retrieved from: https://www.ndi.org/sites/default/files/Campaign-Skills-Trainers-Guide-ENG.pdf

16 Lilleker, Darren, Dan Jackson, Einar Thorsen, and Anastasia Veneti. "US Election Analysis 2016: Media, Voters and the Campaign." (2016): 107. p. 11

17 David Barstow, Susanne Craig, Russ Buettner and Megan Twohey, 2016. "Donald Trump Tax Records Show He Could Have Avoided Taxes for Nearly Two Decades", The Times Found, the new York times, retrieved from https://www.nytimes.com/2016/10/02/us/politics/donald-trump-taxes.html , (27/3/2020)

18 Piksar, Kristina. "Donald Trump's political discourse on Twitter." PhD diss., Tartu Ülikool, 2018.p15

19 Darren Lilleker, Daniel Jackson, Einar Thorsen and Anastasia Veneti. (2016). Ibid, p.16

20 kristina piksar. Op. cit, P. 15

21 Pérez-Curiel, Concha, and Pilar Limón-Naharro. "Political influencers. A study of Donald Trump's personal brand on Twitter and its impact on the media and users." *Communication & Society* 32, no. 1 (2019): 57-75. p. 60

22 NBC news, 2016, The First Presidential Debate: Hillary Clinton And Donald Trump (Full Debate), viewed 5/7/2020, https://www.youtube.com/watch?v=855Am6ovK7s

23 ibid

24 Pbs news hour, 2016, Watch the full third presidential debate between Hillary Clinton and Donald Trump, https://www.youtube.com/watch?v=BfKMzwYAqW4, (8/7/2020)