

«تويتر» خلال الحملة الانتخابية..

«ترامب وبايدن نموذجًا»

دراسات



مركز القرار
للدراستات الإعلامية



ديسمبر
2020

الرسالة:

رفد المجال الإعلامي بالبحوث
والدراسات المنهجية التأصيلية،
وتقويم أداء وسائل الإعلام
التفاعلي، ورصد وتحليل
مضامينها.



من نحن:

مركز سعودي (مستقل)..

مضامين وسائل الإعلام التفاعلي .. **ميداننا**

بياناتها ووسائط محتواها .. **حقول دراستنا**

الرصد والتحليل والقياس .. **أدواتنا**

2

أهدافنا:

استشراف
المستقبل..
وفق قواعد
البحث العلمي

تقديم
التوصيات
المنهجية

رصد تحوُّلات
ثورة الاتصالات
والمعلومات

تقويم الخطاب
الإعلامي،
والارتقاء به

قياس اتجاهات
الرأي العام
وتأثيراتها

المحتويات

ملخص تنفيذي	04
مقدمة	05
مجتمع وعينة الدراسة	06
نوع الدراسة ومنهجها	06
نتائج الدراسة	07
المربع الأيديولوجي لـ«فان دايك»	14
النتائج العامة للدراسة	15

ملخص تنفيذي..

في الثالث من نوفمبر 2020 أجريت الانتخابات الرئاسية الأمريكية التاسعة والخمسون لاختيار رئيس للولايات المتحدة، والتي شهدت سباقًا محمومًا بين الرئيس الجمهوري دونالد ترامب، والمرشح الديمقراطي جو بايدن.

وقد استخدم ترامب وبايدن خلال حملتيهما الانتخابيتين مجموعة من وسائل التواصل مع الناخبين، ومنها المنصات الاجتماعية التي أصبحت إحدى الوسائل الرئيسية التي يستخدمها المرشحون من أجل التواصل مع الرأي العام ومخاطبته خلال الحملات الانتخابية بهدف تسويق برامجهم وأفكارهم.

ونظرًا لتعاظم دور وسائل التواصل الاجتماعي في العملية التواصلية بين المرشحين والناخبين، فقد قام مركز القرار للدراسات الإعلامية بدراسة محتوى تغريدات كل من دونالد ترامب وجو بايدن على تويتر خلال حملتيهما الانتخابية 2020، وذلك بهدف التعرف على الكيفية التي خاطب بها الناخبين الأمريكيين للتأثير فيهم وكسب أصواتهم خلال العملية الانتخابية.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، منها:

- اعتمد دونالد ترامب في تغريداته على تكتيك هجومي، استخدم فيه مجموعة من الأساليب، منها البث المكثف، وأسلوب الصدمة من خلال العبارات القاسية والقوية وتوجيه الاتهامات التي وصلت إلى حد التطاول في بعض الأحيان.
- في المقابل انتهج بايدن تكتيكًا قائمًا على استغلال الفرص ومحاصرة ترامب وزعزعة ثقة الناخبين به عبر انتقاد سياساته خلال ولايته الأولى، ومحاولة تحويل العملية الانتخابية إلى استفتاء شعبي حول مدى صلاحية ترامب لولاية ثانية من عدمه، مستغلًا في ذلك بعض الأحداث التي عانى منها الأمريكيون مثل جائحة كورونا والاحتجاجات الأمريكية على خلفية مقتل المواطن الأمريكي ذي الأصل الإفريقي جورج فلويد.
- غلب إطار الشخصية على محتوى تغريدات المرشحين، فظهر العداء الشخصي لكل طرف تجاه الآخر، مع تراجع الاهتمام بعرض البرامج الانتخابية لكل منهما، وبخاصة بايدن الذي كان من الأوّلَى له التركيز على برنامجه بشكل أكبر من ترامب الذي شغل منصب الرئيس.

مقدمة..

أُجريت خلال شهر نوفمبر 2020 انتخابات الرئاسة الأمريكية التاسعة والخمسون لاختيار رئيس للولايات المتحدة يخلف الرئيس الجمهوري الحالي دونالد ترامب الذي دخل في منافسة قوية مع المرشح الديمقراطي جو بايدن من أجل الفوز بولاية ثانية.

وقاد المرشحان حملتيهما الانتخابيتين بهدف كسب تأييد المواطنين الأمريكيين عبر مجموعة من الوسائل ومنها المنصات الاجتماعية التي أصبحت إحدى الوسائل الرئيسية التي يستخدمها المرشحون من أجل التواصل مع الرأي العام ومخاطبته خلال الحملات الانتخابية بهدف تسويق برامجهم وأفكارهم.

وتُعرف الحملة الانتخابية بأنها «مجموعة من الأنشطة التي يقوم بها الأشخاص أو الأحزاب وفق استراتيجية محددة مسبقاً بغرض التأثير على الناخبين وإقناعهم بضرورة التصويت لصالحهم، وتجري محاولة التأثير في مدة زمنية محددة قانوناً».

أما الدعاية الانتخابية فتُعرف بأنها «كل أنشطة الاتصال التي ترمي إلى تدعيم الثقة بالحزب أو المرشح السياسي بشأن حالة انتخابية معينة، وإمداد جمهور الناخبين بالمعلومات لمحاولة التأثير بكل الوسائل والإمكانات والأساليب المتاحة وجميع قنوات الاتصال لإقناعهم وكسب تأييدهم بهدف الفوز في الانتخابات».

وقد تعاضم دور المنصات الاجتماعية في هذه الانتخابات بشكل خاص بسبب تداعيات فيروس كورونا، الذي حجّم دور التواصل المباشر بين المرشح والناخبين، فكانت إحدى الوسائل الرئيسية في هذه العملية التواصلية.

ولذلك فقد اهتمت هذه الدراسة التي أجراها مركز القرار للدراسات الإعلامية بالبحث في الكيفية التي خاطب بها كل من دونالد ترامب وجو بايدن المواطنين الأمريكيين عبر منصات التواصل الاجتماعي من أجل التأثير فيهم وكسب تأييدهم والحصول على أصواتهم في الانتخابات الرئاسية 2020م.

مجتمع وعينة الدراسة:

تمثّل مجتمع الدراسة في المحتوى المنشور من جانب المرشحيّن للرئاسة الأمريكية دونالد ترامب وجو بايدن على وسائل التواصل الاجتماعي والمتعلق بحملتيهما الانتخابيتين، ونظرًا لصعوبة رصد جميع المضامين المنشورة على المنصات الاجتماعية، فقد اختارت الدراسة «تويتر» كعينة لهذه المنصات، وقامت بمسح جميع التغريدات المنشورة عليه من جانب ترامب وبايدن خلال الأسبوع الأخير من حملتيهما الانتخابيتين، والذي امتد من 27 أكتوبر وحتى 2 نوفمبر 2020م.



منهجية الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى جملة الدراسات الوصفية التي تعتمد على منهج المسح التحليلي بشقية الكمي والكمي، وذلك لرصد وتحليل محتوى تغريدات المرشحين الرئاسيين دونالد ترامب وجو بايدن، بهدف التعرف على الكيفية التي خاطبها المواطنين خلال حملتيهما الانتخابيتين 2020م.

نتائج الدراسة:

يملك كلا المرشحين أعدادًا ضخمة من المتابعين على تويتر، مما يُظهر اهتمامهما بالمنصة الاجتماعية، إلا أن الفارق بينهما كان كبيرًا بشكل ملحوظ لصالح ترامب الذي يحظى بما يُقرب من (88.9) مليون متابع مقابل (18.8) مليون لبايدن وقت إجراء الدراسة.

وأظهرت النتائج أن عدد تغريدات ترامب على حسابه بموقع تويتر خلال فترة الدراسة بلغ 284 تغريدة، مقابل 190 تغريدة لحساب بايدن، مما يُظهر الفرق الواضح بين الاثنين في كثافة التغريد.

واتفق المرشحان في أن كليهما اعتمد على نشر التغريدات الأصلية بنسبة 100%، وعدم وجود محتوى تم إعادة تغريده من حسابات أخرى شخصية كانت أم مؤسسية.



مجالات التركيز

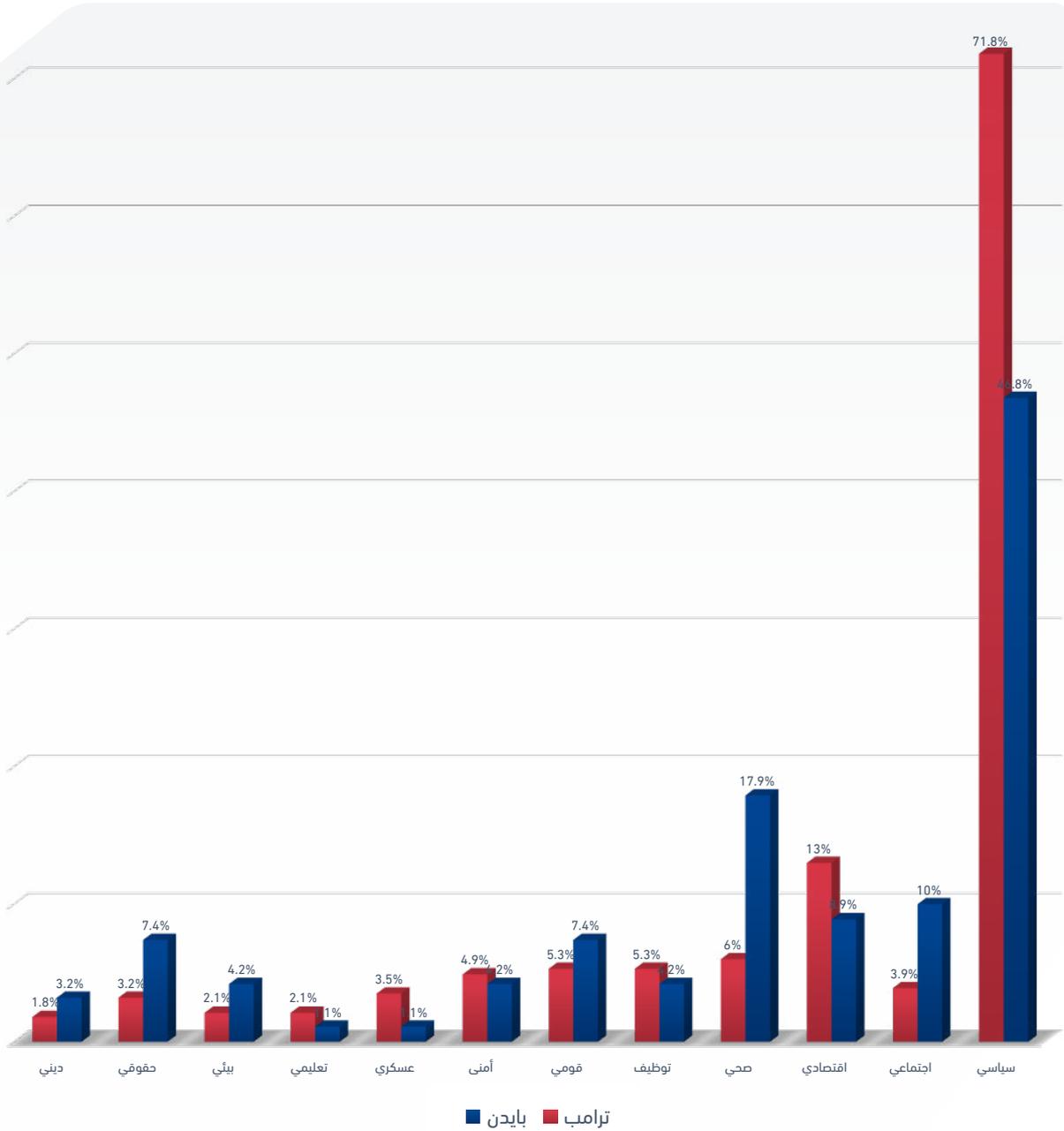
حصل المجال السياسي على المرتبة الأولى من حيث نسبة الظهور في تغريدات كلا المرشحين محل الدراسة، فاستحوذ على نسبة 71.8% من إجمالي تغريدات ترامب مقابل 46.8% لبايدن.

وفي الوقت الذي ركز فيه بايدن تناوله السياسي على حث الأمريكيين على ضرورة المشاركة في الانتخابات والإدلاء بأصواتهم من أجل الخلاص من حقبة الرئيس ترامب التي وصفها بالفاشلة، اهتم ترامب باستعراض إنجازاته الشخصية على الصعيد السياسي، وتشويه صورة منافسه باتهامه بالفساد والخيانة.

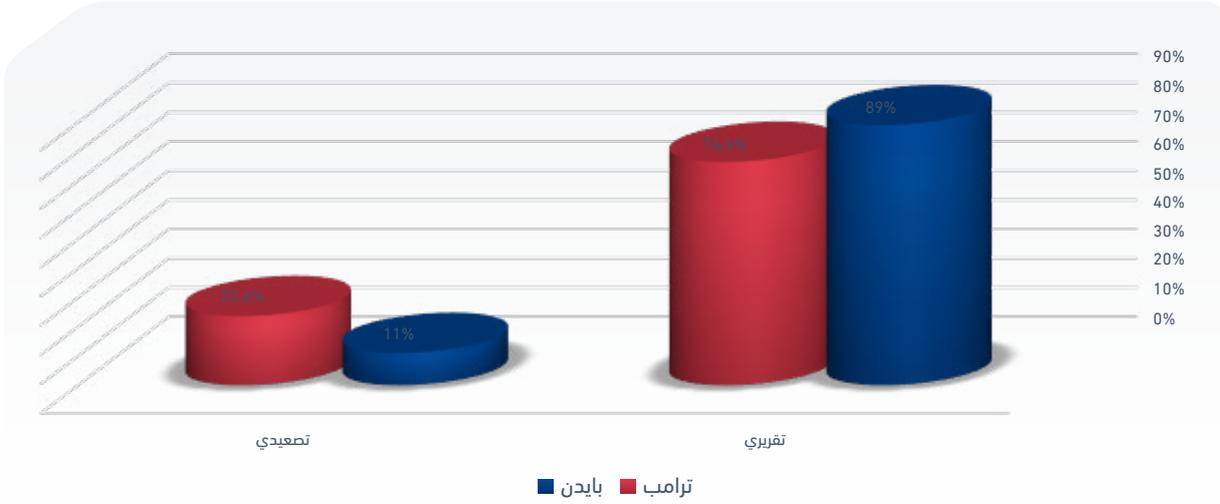
وخلافًا لأعراف البرامج الانتخابية لمرشحي الرئاسة الأمريكية، فقد أظهرت نتائج التحليل تراجع نسب تناول المرشحين لقضايا وموضوعات لطالما كانت محل اهتمام برامج المرشحين الرئاسيين خلال المراحل السابقة، مثل المجال الصحي والاجتماعي وملف البطالة. وعلى الرغم من احتلالها مراتب متقدمة، فإن نسب تناولها كانت ضعيفة وبفارق كبير عن المجال السياسي.

وظهر التأثير الكبير لتفشي وباء كورونا على اهتمامات كلا المرشحين وبخاصة بايدن، الذي سعى إلى استغلال الجائحة للتأكيد على فشل ترامب في التعامل الصحيح معها للسيطرة عليها والحد من آثارها.

كما كان من اللافت أيضًا تراجع تناول المجال العسكري الذي احتل مرتبة متأخرة وبنسب بسيطة تمثلت في 3.5% لترامب، مقابل 1.1% لبایدن، مما يُؤشر على عدم تفضيل المرشحين للتدخل العسكري الخارجي، كما كان يحدث في عهود سابقة. وإجمالاً.. تُظهر هذه النسب أن السباق بين ترامب وبایدن لم يكن حول البرنامج الانتخابي لكل منهما بقدر ما كان صراعًا شخصيًا وحزبيًا، فكل طرف سعى إلى تشويه صورة منافسه وإبراز سلبياته.



درجة الاستشارة في خطاب المرشحين



اتسمت غالبية تغريدات كل من ترامب وبايدن المنشورة على حسابيهما على تويتر خلال فترة الدراسة بالطابع «التقريزي»، حيث مثل هذا النمط ما نسبته 89% في حساب بايدن مقابل 76.4% لحساب ترامب، بينما جاءت التغريدات التي اعتمدت على الطابع التصعيدي في المرتبة الثانية لكلا المرشحين، بواقع 11% في حساب بايدن، و23.6% لصالح حسابات ترامب.

وتُظهر النسب السابقة أن «ترامب» كان أكثر ميلاً إلى استخدام لغة تصعيدية وهجومية في حملته الانتخابية ضد منافسه بايدن وحزبه الديمقراطي، فسعى إلى تحريض الأمريكيين ضده مستخدماً العديد من الحجج التي تُقوّي من موقفه مثل اتهامه لبایدن بأنه سياسي فاسد، سيُغلق مصانعهم، ويقضي على أبنائهم في حروب خارجية كما فعل من قبل من أجل مصالحه الشخصية، كما اتهم مرشح الحزب الديمقراطي بأنه سيُسهم في سيطرة الصين على الولايات المتحدة واستنزاف مواردها.

من جانبه جاء خطاب بايدن التصعيدي أقل من حيث الكم، إلا أنه تشابه مع خطاب ترامب من حيث النوع، أي التحريض ضد المنافس، فكال بايدن الاتهامات ضد ترامب ومنها أنه رغم أن إدارة ترامب علمت بظهور فيروس كورونا مبكراً فإنها تعمدت إخفاء الحقيقة على الأمريكيين، ليس هذا فحسب، وإنما استغلوا هذه الجائحة بتقديم معلومات لأصدقائهم المستثمرين في «وول ستريت» حتى يتمكنوا من جني الأرباح قبل حدوث حالة الركود، واصفاً ما حدث بأنه أمر لا يُغتفر.

كما استهدف بايدن تحريض الشعب الأمريكي أيضاً عبر توجيه اتهام مباشر إلى ترامب وإدارته بأنهم المسؤولون عن ارتفاع أعداد الوفيات والمصابين بكورونا بسبب طريقة تعاملهم الفاشلة مع الأزمة -حسب وصفه-. كما أشار بايدن إلى أن «ترامب» عمل على إذكاء الكراهية والانقسام بين الشعب الأمريكي، ولذلك حان الوقت لإنهاء حكمه.

مستوى الخطاب

يُعد الخطاب الرزين من طبائع الخطابات السياسية المستخدمة في الحملات الانتخابية الرئاسية خاصة عندما يتعلق الأمر بدولة كالولايات المتحدة الأمريكية، ولذلك كان من الطبيعي أن يستحوذ هذا المستوى من الخطاب على أغلبية التغريدات المنشورة على حساب المرشحين الرئاسيين.

إلا أن هذا لم يمنعهما من اللجوء أحيانًا إلى أسلوب التناول من أجل إهانة الآخر والتقليل من شأنه وإبراز عيوبه، فتضمنت بعض التغريدات على صفحتي المرشحين عبارات وألفاظًا وتوصيفات غير لائقة في الآخر، وتفوق ترامب في هذا الأسلوب بنسبة 28% من إجمالي تغريداته خلال فترة الدراسة، مقارنة بنسبة 6% فقط من إجمالي عينة بايدن.

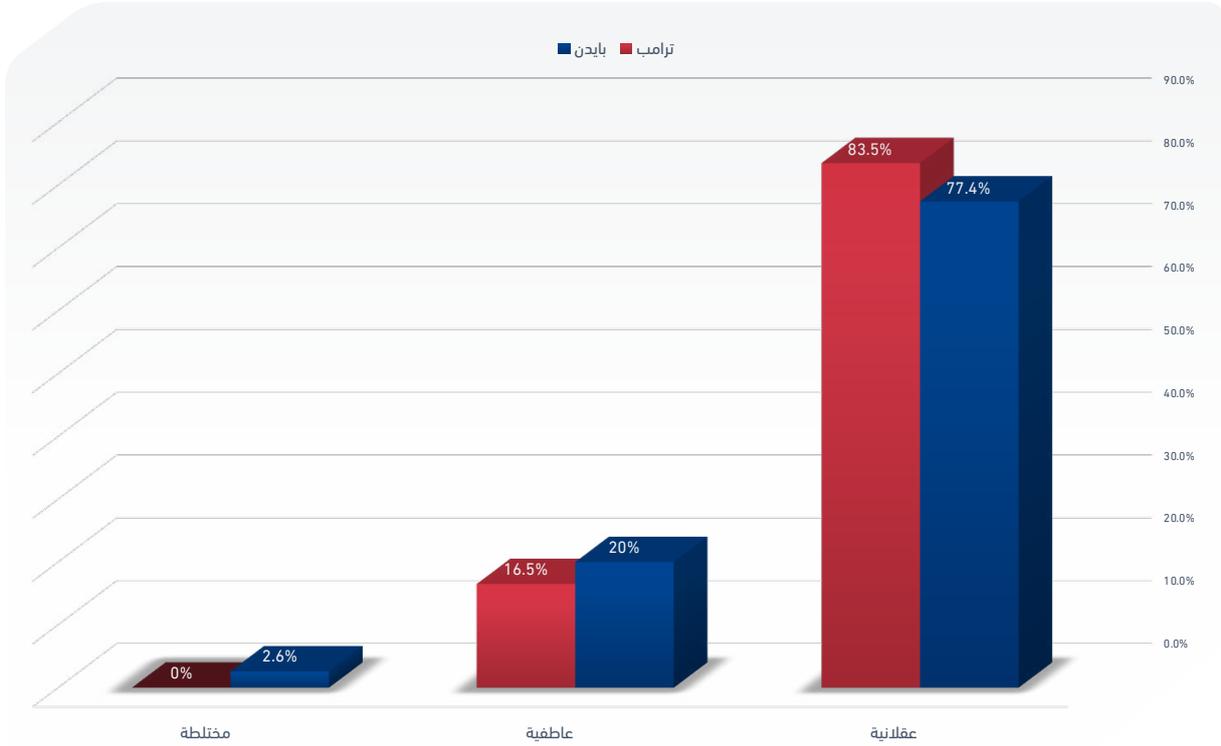
ففي الوقت الذي ركز فيه بايدن على عرض رؤاه الخاصة بسياساته التي سينتهجها إذا أصبح رئيسًا، لجأ ترامب إلى التناول عليه في مجموعة ليست بالقليلة من تغريداته ضمن عينة الدراسة، وذلك بهدف تشويه صورته أمام الناخبين، ومن أهم التوصيفات التي استخدمها ترامب لنعته بايدن «السياسي الفاسد»، «عائلة بايدن إجرامية»، «بايدن يقف مع مُثيري الشغب والصوص»، «جو بايدن يُجسد الخيانة والغدر»، و«بايدن المجنون».

كما سعى ترامب إلى ربط اسم بايدن بـ «النائم»، مُطلقًا وصف «Sleepy Joe».

أمّا بالنسبة لبایدن فكانت توصيفاته المتطاوله بحق ترامب أقل من حيث الكم والنوع (مستوى حدتها) ومن أمثلتها وصفه له بـ«أسوأ رئيس للولايات المتحدة»، «قيادة ترامب الفاشلة»، و«فوضى ترامب».



الاستمالات:



يتضح من الشكل السابق وجود اتفاق بين المرشحين بشأن أولوية اعتمادهما على الاستمالات، كما كانت النسب متقاربة، فحصلت الاستمالات العقلية على المرتبة الأولى، تلاها الاستمالات العاطفية، وأخيرًا المختلطة.

فبالنسبة للاستمالات العقلية، اعتمد كل من المرشحين على مخاطبة عقل الناخبين عبر الاستشهاد بالإحصائيات والوقائع تارة، أو تفسير المواقف والسلوكيات، حسب أهواء كل منهما تارة أخرى، وذلك من أجل إثبات صواب رؤية كل منهما من جانب وفشل المنافس من جانب آخر.

وفي الوقت الذي اهتم فيه ترامب بتناول ما حققه من نتائج على المستوى السياسي والاقتصادي والاجتماعي وغيرها من مجالات مقارنة بما حققه بايدن خلال فترات عمله كمسؤول أو مقارنة بما حققه رؤساء أمريكا السابقون، وبخاصة الديمقراطيون منهم، اهتم بايدن بإظهار سلبيات سياسات ترامب، مستغلًا بعض الأزمات لإظهار سوء إدارته لها -من وجهة نظر بايدن- مثل وباء كورونا والاحتجاجات الأمريكية التي اندلعت على خلفية مقتل المواطن الأمريكي ذي الأصل الإفريقي جورج فلويد على يد شرطي أبيض.

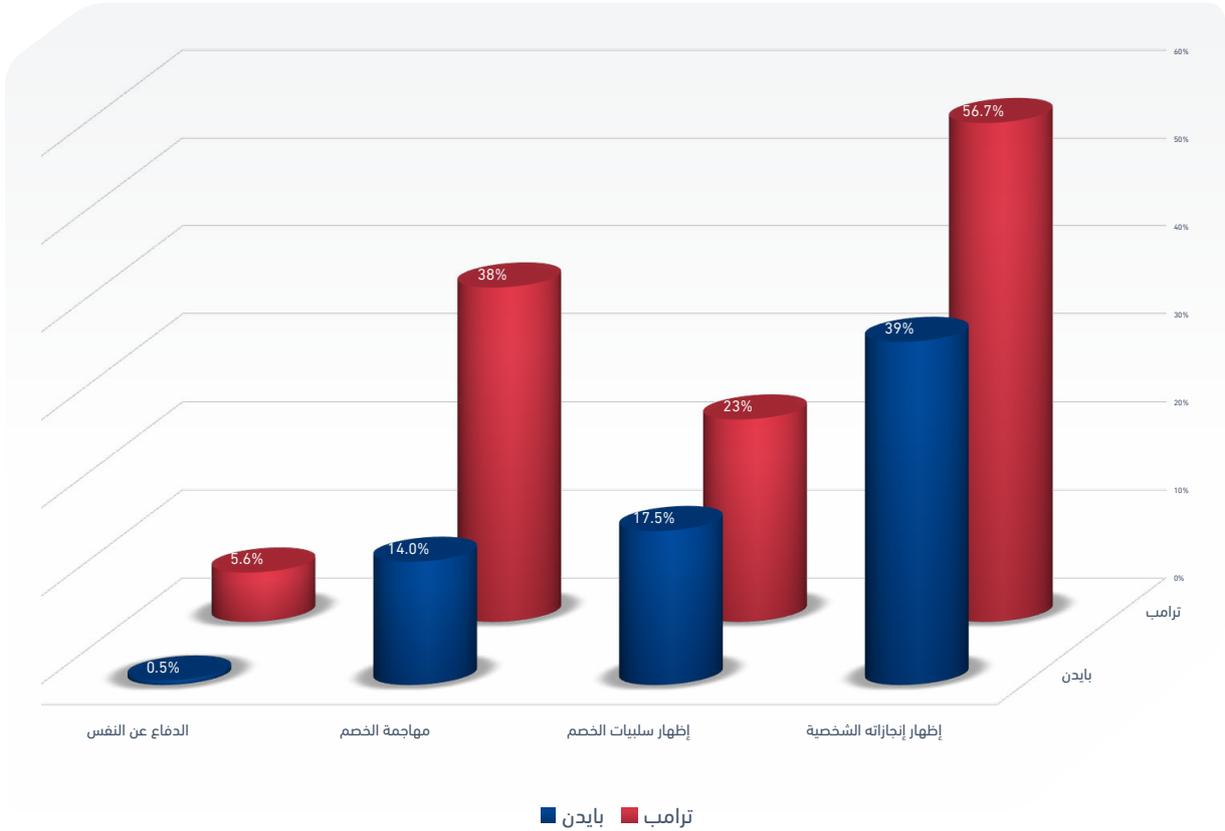
أما الاستمالات العاطفية، فقد لجأ إليها المرشحان بشكل أساسي من أجل تعزيز صورتيهما عند الناخب الأمريكي، بينما جاء الاعتماد عليها لتشويه المنافس بدرجة أقل، وظهر ذلك في بعض الحالات التي هدف فيها كل مرشح إلى إثارة عاطفة الخوف للأمريكيين من المستقبل حال فوز المرشح الآخر.

استراتيجيات الخطاب

يتضح من الشكل السابق أن استراتيجية «إظهار الإنجازات الشخصية» حازت المرتبة الأولى في تغريدات كل من ترامب وبايدن عينة الدراسة، وإن كانت نسبتها أكبر في محتوى تغريدات ترامب بنسبة ظهور 56.7% مقابل 39% لبايدن.

ورغم أن هذه النتيجة طبيعية، كون الحدث السياسي الذي يُستخدم فيه الخطاب هو حملة انتخابية، ومن المنطقي إبراز كل مرشح لقدراته ونجاحاته، فإنه يمكن إرجاع سبب وجود فارق كبير بين نسبة ظهور هذه الاستراتيجية في تغريدات ترامب وبايدن إلى مجموعة من العوامل، منها أن المرشح الجمهوري يدخل الانتخابات طامحًا في ولاية رئاسية ثانية، وبالطبع استغل ما قام به على أرض الواقع خلال ولايته الأولى كأداة دعائية في حملته الانتخابية، وهو ما افتقده بايدن الذي ركز في الأساس على الوعود الانتخابية إذا أصبح رئيسًا.

إضافة إلى ذلك فإن هذه الاستراتيجية تتوافق مع إحدى صفات ترامب وهي الثقة التي تتحول في بعض الأحيان إلى عنصر سلبي نتيجة مبالغته فيها.



في المرتبة الثانية اختلفت نسب ظهور الاستراتيجية المستخدمة في محتوى المرشحين، حيث مثلتها في تغريدات ترامب استراتيجية «مهاجمة الخصم»، فتضمنت العديد من تغريداته الهجوم على بايدن والحزب الديمقراطي بشكل عام. بينما جاءت استراتيجية «إظهار سلبيات الخصم» في الترتيب الثاني في تغريدات بايدن، حيث

واجه المرشح الديمقراطي نقطة القوة النسبية التي يعتمد عليها ترامب والمتمثلة في أنه كان رئيس الولايات المتحدة خلال الولاية الحالية ويستخدم ما تم فيها لتحقيق تفوق نوعي لصالحه، فجاء تركيز بايدن على إبراز السلبيات التي شابت فترة حكم منافسه، وذلك من أجل تحويل إحدى نقاط قوة ترامب إلى عامل سلبي ضده. وانعكس الحال فيما يتعلق بالاستراتيجية التي احتلت المرتبة الثالثة، فمثلتها استراتيجية «إظهار سلبيات الخصم» في محتوى ترامب، بينما مثلتها استراتيجية «مهاجمة الخصم» في تغريدات بايدن.

الدولة الأمريكية..

تراجعت كقوى فاعلة إلى المرتبة الأخيرة وبنسبة متدنية للغاية في محتوى تغريدات المرشحين.

ونجح بايدن في وضع ترامب في خانة الدفاع عن النفس، وساعده في ذلك استغلاله لأحداث آنية ما زال يُعاني منها المواطن الأمريكي، مثل طريقة تعامله مع أزمة كورونا والاحتجاجات التي تشهدها بعض الولايات الأمريكية.

في المقابل ظهر تجاهل بايدن للاتهامات الموجهة إليه من جانب ترامب، فلم يسع للدفاع عن نفسه في التهم التي اتسم بعضها بالشدّة كاتهامه بالفساد والترُّبُح الشخصي من وظائفه العامة.

وإجمالاً، تُشير النسب السابقة إلى أن «ترامب» كثيرًا ما كان يستخدم أكثر من استراتيجية في التغريدة الواحدة، فعلى سبيل المثال اعتاد عَقْدَ المقارنات مع بايدن أو حزبه الديمقراطي، فيعرض إنجازاته خلال ولايته الأولى وفي الوقت نفسه يُهاجم خصومه ويُبرز سلبياتهم لإظهار أنه الأجدر بالفوز في الانتخابات الرئاسية.

القوى الفاعلة

جاءت نسب ظهور القوى الفاعلة في محتوى تغريدات المرشحين للرئاسة الأمريكية كاشفة، حيث قدمت مجموعة من القراءات، منها:

● عرض دونالد ترامب نفسه كقوى فاعلة في الغالبية العظمى من تغريداته عينة الدراسة بنسبة ظهور بلغت 96%، مع تراجع ظهور الشعب الأمريكي كقوى فاعلة إلى المرتبة الثالثة بنسبة 18% فقط، رغم أنه المعنّي الأول وصاحب القرار في العملية الانتخابية، وهو ما يُؤكّد النتيجة السابقة المتعلقة بشخصية ترامب الوثيقة إلى حد الغرور في بعض الأحيان.

● في المقابل، جاء الشعب الأمريكي في المرتبة الأولى من حيث نسبة ظهوره كقوى فاعلة في محتوى تغريدات بايدن الذي اتضح أنه يُعوّل على المواطنين لهزيمة منافسه الجمهوري.

● تراجع الدولة الأمريكية كقوى فاعلة إلى المرتبة الأخيرة وبنسبة متدنية للغاية في محتوى تغريدات المرشحين، ويُمكن تفسير ذلك بأن اهتمام كل من ترامب وبادين كان منصبًا في الأساس على إبراز مساوئ الآخر وليس استعراض برنامجيهما الرئاسيين.

المربع الأيديولوجي لـ«فان دايك».. أنا والآخر

يُشير المربع الأيديولوجي لـ«فان دايك» إلى استخدام (التحويل والتحويل / التجميل والتشويه)، فيلجأ المتكلم أو الكاتب إلى تضخيم أو تهويل حسناته وسيئات غيره، وتقليل أو تهوين سيئاته وحسنات غيره، وذلك من أجل تجميل كل ما له ومَن معه، وتشويه كل ما لغيره ومَن ضده.

وبالتطبيق على تغريدات ترامب وبايدن محل الدراسة، التي جاءت في إطار حملتيهما الانتخابيتين، فقد أظهرت النتائج ما يلي:

أولاً- دونالد ترامب:

مثل ترامب الـ«أنا» في الغالبية العظمى من تغريداته، **وتجاهل أي أحد غيره**، حتى حزبه الجمهوري الذي ينتمي له فلم يذكره إلا نادراً.

أمّا «الآخر» في محتوى تغريداته فمثله **جو بايدن** على وجه الخصوص والحزب الديمقراطي بشكل عام، وفي بعض الأحيان اعتبر ترامب الآخر هم اليساريين.

ثانياً- جو بايدن:

مثل بايدن الـ«أنا» في تغريداته، كما مثلها أيضًا **حزبه الديمقراطي**، بينما «الآخر» كان **ترامب** هو ممثله في محتوى تغريدات جو بايدن.

وتؤشر النتيجة السابقة إلى ما يلي:

- ظهر ترامب في تغريدات بشخصية نرجسية.
- تجاهل مرجعيته كمرشح جمهوري.
- لم يكتف ترامب بمهاجمة منافسه جو بايدن، بل ناصب العداء للحزب الديمقراطي بكامله.
- تحدث بايدن في كثير من تغريداته كمرشح ديمقراطي، بعكس أسلوب ترامب.
- هاجم بايدن منافسه دونالد ترامب، إلا أنه سعى إلى طمأنة الجمهوريين بتأكيدِه على أنه في حال فوزه سيكون رئيسًا لكل الأمريكيين.

النتائج العامة للدراسة:

● اعتمد دونالد ترامب في تغريداته على تكتيك هجومي، استخدم فيه مجموعة من الأساليب، منها البث المكثف، وأسلوب الصدمة من خلال العبارات القاسية والقوية وتوجيه الاتهامات التي وصلت إلى حد التطاول في بعض الأحيان.

● انتهج بايدن تكتيكًا قائمًا على **استغلال الفرص ومحاصرة ترامب** وزعزعة ثقة الناخبين به عبر انتقاد سياساته خلال ولايته الأولى، ومحاولة تحويل العملية الانتخابية إلى استفتاء شعبي حول مدى صلاحية ترامب لولاية ثانية من عدمه، مستغلًا في ذلك بعض الأحداث التي أنتجت معاناة للأمريكيين مثل جائحة كورونا والاحتجاجات الأمريكية على خلفية مقتل المواطن الأمريكي ذي الأصل الإفريقي جورج فلويد.

● **غلب إطار الشخصية** على محتوى تغريدات المرشحين، فظهر العداء الشخصي لكل طرف تجاه الآخر، مع تراجع الاهتمام بعرض البرامج الانتخابية لكل منهما، وبخاصة جو بايدن الذي كان من الأولى له التركيز على برنامجه بشكل أكبر من دونالد ترامب الذي شغل منصب الرئيس.

● من **الأساليب الدعائية** التي اعتمد عليها المرشحان بشكل كبير:

التخويف:

يُعتبر التخويف أسلوبًا فاعلًا في عملية الإقناع، حيث إنه يستغل حاجة أساسية من احتياجات البشر وهي الشعور بالأمان، وقد اعتمد كل من ترامب وبايدن على إثارة عاطفة الخوف لدى الأمريكيين حال فوز المنافس، واستخدم كل طرف مجموعة من الاستشهادات للتدليل على موقفه، فعلى سبيل المثال قال ترامب إن «بايدن» سيدفع بالأمريكيين إلى حروب خارجية إذا أصبح رئيسًا، كما قال إن «بايدن» سيعمل على غلق المصانع الأمريكية ليفسح المجال أمام الصين لتسيطر على الولايات المتحدة. من جانبه قال بايدن إن «ترامب» لا يهتم بأمر الأمريكيين، سواء ديمقراطيين أم جمهوريين، مستشهدًا بأن إدارة ترامب كانت على علم بخطورة فيروس كورونا، ورغم ذلك لم تُخبر المواطنين، بل قدموا المعلومات لأصدقائهم

من المستثمرين لاستخدامها في جني الأرباح قبل حدوث حالة الركود المتوقعة، مؤكّدًا أن سياسة ترامب أدت إلى وفاة الآلاف من الأمريكيين، كما استشهد بايدن أيضًا بأن «ترامب» يعمل على إذكاء روح الكراهية والانقسام بين المواطنين.

الأمل في المستقبل:

بينما يعتمد أسلوب التخويف على سلبيات الآخر، فإن أسلوب الأمل في المستقبل يعتمد على الإيجابيات الذاتية، فلجأ المرشحان إلى التركيز على الوعود والآمال التي ستتحقق حال الفوز بالانتخابات.

التكرار:

وهو أسلوب دعائي يهدف إلى تثبيت الفكرة لتصبح من المسلّمات، وقد لجأ إليها المرشحان بشكل كبير، فسعى ترامب إلى تكرار بعض التوصيفات بحق بايدن بهدف تشويهه، مثل «بايدن الفاسد»، «جو بايدن يُجسد الخيانة والغدر»، «بايدن يقف مع مثيري الشغب واللصوص»، «بايدن هو مرشح المشاغبين»، كما أطلق ترامب تسمية «جو بايدن النائم Sleepy Joe».

بدوره، سعى بايدن إلى تكرار بعض التوصيفات بحق ترامب لتثبيت فكرة أساسية، مفادها أن دونالد ترامب لا يصلح رئيسًا للولايات المتحدة مثل «أسوء رئيس»، «فوضى ترامب»، «قيادته للبلاد فاشلة».

● وعلى الرغم من أن الأساس في الحملات الانتخابية التركيز على ما سيُقدمه كل مرشح حال فوزه، فإن **اهتمام كل منهما بالآخر** كان مبالغًا فيه، فقد تضمنت 31.3% من تغريدات ترامب ذكر اسم بايدن بعدد تكرارات (89) مرة، وتضمنت 19.5% من تغريدات بايدن ذكر اسم ترامب بعدد تكرارات بلغ (37).

مركز القرار

للداسات الإعلامية



..نخطو
بقرارك



تابع حسابنا على تويتر



 www.alqarar.sa

   @alqarar_sa