

# دوسكيه حاضر في ايسوعية عن إستراتيجيات الإغراء والتدمير خلال الحملات الانتخابية

المباشر، بل عبر استغلال ثغرات هذه الطرق. فلكي يغري الناخب يستعمل الاختصاصي الذي يعمل لدى المرشح البلاغة الخطابية ويخبر القاصص... الخ». وخلال النقاش الذي تبع المحاضرة، شدّد البروفسور مونات على أن «هذا الإستراتيجيات بحاجة، لكي تطبق، إلى مجتمع تجرى فيه الانتخابات بشكل دوري وطبيعي، وهذا ما ليس متوافرا في لبنان في الوقت الحاضر».

الأخلاقي، كما حدث في آخر مواجهة متلفزة بين إيمانويل ماكرون ومارين لوبان، حين تحدثت هذه الأخيرة عن حسابات مصرفية لمرشحها المنافس في الباهاماس». واذ عدّد دوسكيه أساليب الإغراء والتدمير، شدّد على أن «الاختصاصي الذي يستعملها يحرص على ألا تلتفت الانظار، بل أن تؤثر في طرق إنتاج القرارات، ليس عبر التأثير الإعلامي

التلاعب من قبل اختصاصيين هدفهم إغراء الناخب وتدمير الخصم»، موضحا ان «الناخب يفكر ويحلل، لكن اعتمادا على مصادر محدودة. لذلك يستعمل المعلومات المتوافرة لحظة الاختيار كي يتخذ قرارات معقدة. لذلك اعتمدت قوانين تحدد موعد انتهاء الحملات الانتخابية ومنع نشر الإحصاءات». وأشار الى ان «الحصول على معلومة في آخر لحظة، يعزز فرص التلاعب غير

نظمت كلية إدارة الأعمال والعلم الإداري في جامعة القديس يوسف، بالتعاون مع معهد العلوم السياسية، محاضرة عن «استراتيجيات الإغراء والتدمير خلال الحملات الانتخابية»، للباحث السياسي والكاتب ومسؤول قسم التسويق في الـ (ESC Pau) المدرسة العليا للتجارة في «بو» البروفسور فريديريك دوسكيه وهو صاحب مؤلفات عديدة من بينها «التسويق والتواصل السياسي».

تبع الندوة، نقاش أداره مسؤول ماستر التسويق والتواصل السياسي في معهد العلوم السياسية البروفسور باسكال مونات ومنسق برنامج الـ MBAIP في كلية إدارة الأعمال والعلوم الإدارية البروفسور وليد ابو خليل.

واعتبر دوسكيه في مستهل المحاضرة، وانطلاقا من نتائج أبحاث في العلوم الإجتماعية، أن «القوى الناخبة غير متورطة في الرهانات السياسية، لذلك هي معرضة للتأثر باستراتيجيات