

## محاضرة في اليسوعية عن استراتيجيات الإغراء والتدمير في الحملات الانتخابية



من المحاضرة

كما حدث في آخر مواجهة متلفزة بين إيمانويل ماكرون ومارين لوبان، حين تحدثت هذه الأخيرة عن حسابات مصرفية لمرشحها المنافس في الباهاماس». واعتبر انه «لو علقت هذه المعلومة غير الصحيحة في ذهن الناخبين، لكان من الصعب على ماكرون تكذيبها في آخر ساعات الحملة الانتخابية». اضافة: «كما يعتمد الناخب على العواطف لكي يحدد خياراته. فالمشاعر التي يحركها المرشح تستخدم لتقييمه بغض النظر عن أفكاره وتوجهاته السياسية. لذلك يتم استعمال الصور العائلية وحضور الحيوانات». واذ عدد دوسكيه أساليب الإغراء والتدمير، شدد على أن «الاختصاصي الذي يستعملها يحرص على ألا تلتفت الأنظار، بل أن تؤثر في طرق إنتاج القرارات، ليس عبر التأثير الإعلامي المباشر، بل عبر استغلال ثغرات هذه الطرق. فلنكن يغري الناخب يستعمل الاختصاصي الذي يعمل لدى المرشح البلاغة الخطابية ويخبر القصص... الخ».

### مونان

وخلال النقاش الذي تبع المحاضرة، شدد البروفيسور مونان على أن «هذا الإستراتيجيات بحاجة، لكي تطبق، إلى مجتمع تجري فيه الانتخابات بشكل دوري وطبيعي، وهذا ما ليس متوافرا في لبنان في الوقت الحاضر. لكن أملنا كبير في أن يستطيع العهد الجديد أن يعيد الممارسة الديمقراطية إلى مسارها الصحيح، خصوصا على صعيد الانتخابات، مما يتيح التنافس الحضاري والسعي للحصول على عقول وقلوب الناخبين».

نظمت كلية إدارة الاعمال والعلوم 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 المدرسة العليا للتجارة في «بو»، البروفيسور فريديريك دوسكيه وهو صاحب مؤلفات عديدة من بينها «التسويق والتواصل السياسي»، في حضور حشد من العمداء والأساتذة والطلاب والمهتمين.

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

### دوسكيه

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 التلاعب من قبل اختصاصيين هدفهم إغراء الناخب وتدمير الخصم». وأوضح ان «الناخب يفكر ويحلل، لكن اعتمادا على مصادر محدودة. لذلك يستعمل المعلومات المتوفرة لحظة الاختياري 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 الأخلاقي،