

## وسائل التواصل الاجتماعي واستخداماتها في السياسة

## استخدام تويتر في الحملة الانتخابية لدونالد ترامب الرئاسية 2016

عمر حسن فهمي سعيد الحيدري  
قسم العلاقات الدولية والدبلوماسية  
جامعة جيهان-أربيل

## الخلاصة

تقود وسائل التواصل الاجتماعي بدور مهم في التأثير على الراي العئد خلال اجراء الانتخابات وبخاصة من قبل السياسيين بسبب الانتشار الكبير والواسع لهذه الوسائل عبر الانترنت مما ادى الى تغيير العديد من الموازين في مجال التأثير قد يصل الى الاستغناء عن وسائل الدعاية التقليدية والاعتماد بشكل كلي على الانترنت ووسائل التواصل الاجتماعي وفي هذا البحث تم تناول هذا التأثير من خلال الحملة الانتخابية الاميركية لعئد 2016 وكيفية استخدام هذه الوسائل للوصول الى البيت الابيض .

## المقدمة

لعبت وسائل التواصل الاجتماعي في الانتخابات الرئاسية الأمريكية 2016 دورا محوريا حيث يمكن القول إن هذه الانتخابات هي أول انتخابات "تويتر" أو انتخابات وسائل التواصل الاجتماعي الرئاسية وتميز موقع تويتر في الانتخابات الرئاسية الأمريكية 2016 من حيث القدرة لتغريدة واحدة على تطوير الحوار سياسي وإدارة مسار التغطية الإعلامية التقليدية بشكل غير مسبق.

وشهد موقع تويتر ارتفاعا نسبيا بعدد المستخدمين الفاعلين من 185 مليون مستخدم عئد 2012 ليصل عئد 2016 إلى 385 مليون مستخدم فاعل وللتذكير أيضا يبلغ حجم مستخدم موقع "فيسبوك" 1.7 مليار مستخدم فاعل شهريا . وبالتالي فإن أكثر من 60% من البالغين في الولايات المتحدة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بشكل كبير. و40% يستقون الأخبار من شبكات التواصل الاجتماعي.

ويتضمن هذا البحث عملية تحليل لاستخدام دونالد ترامب لموقع تويتر في التأثير على الراي العئد في الحملة الانتخابية والاستخدامات لهذه التأثير من خلال استخدام لهجة التغريدة ونوع التغريدة للوصول الى النتائج .

ولقد تم تقسيم البحث الى اربعة مباحث

المبحث الاول يتناول الإطار المنهجي للبحث

المبحث الثاني يتناول مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي ونشأة وتطور هذه الوسائل .

المبحث الثالث يتناول استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في السياسة .

المبحث الرابع يتناول التحليل ونتائج البحث والتحليل والاجراءات والاستنتاجات والتوصيات .

## المبحث الاول: الاطار المنهجي للبحث

### هدف البحث :

يهدف البحث الى تحديد مدى تأثير استخدائ وسائل التواصل الاجتماعي في الراي العئء وبالتالي تأثيره في الانتخابات وبالسياسة في الدول الديمقراطية .

### اهمية البحث :

تاتي اهمية البحث من حيث ان استخدائ وسائل التواصل الاجتماعي تتنامى في الشرق الاوسط بشكل سريع جدا وملاحظة هذه التأثيرات على المجتمع والسياسة واثارها في الانتخابات وتغيير النتائج في المجتمع.

### مشكلة البحث :

استخدائ وسائل التواصل الاجتماعي ( تويتر) في التأثير على الناخبين في الانتخابات الاميركية 2016.

### منهج البحث :

تحليل محتوى صفحة تويتر للرئيس الاميركي دونالد ترامب للفترة من كانون الثاني 2016 ولغاية اخر يوش بالانتخابات الاميركية ومن ثم تحليل البيانات لتبيان مدى التأثير على الناخبين .

## المبحث الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي

### مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

خلال السنوات الاخيرة شهدت مواقع التواصل الاجتماعي انتشارا واسعا وتعددا كبيرا في ادواته لتتبع جميع الرغبات في المجتمع ومن هذه الادوات الاكثر استخداما هي الفيس بوك والتويتر والعديد من المواقع الاخرى فهي "برنامج يستخد لبناء مجتمعات على شبكة الانترنت أين يمكن للأفراد أن يتصلوا ببعض البعض لعديد من الأسباب المتنوعة"<sup>1</sup> .

وكذلك تعرف مواقع التواصل الاجتماعي على أنها "مكان يلتقي فيه الناس لأهداف محددة و هي موجهة من طرف سياسات تتضمن عدد من القواعد والمعايير التي يقترحها البرنامج".<sup>2</sup>

وكذلك تعرف على أنها مواقع الانترنت التي يمكن للمستخدمين المشاركة و المساهمة في إنشاء أو إضافة صفحاتها وبسهولة.<sup>3</sup>

ولكن ماذا نعني بمصطلح التواصل الاجتماعي؟ بشكل مبسط هي عملية التواصل مع عدد من الناس عن طريق مواقع و خدمات الكترونية توفر سرعة توصيل المعلومات على نطاق واسع فهي مواقع لا تعطيك معلومات فقط بل

<sup>1</sup> خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر، الأردن، ط 2013، ص 24.

<sup>2</sup> <http://www.lahaonline.com/articles/view> مواقع التواصل الاجتماعي وأثارها الأخلاقية والقيمية أمنة عبد الرحمن

<sup>3</sup> أمنة عبد الرحمن، نفس المصدر السابق.

تتزامن وتتفاعل معك أثناء إمدادك بتلك المعلومات عن من في نطاق شبكتك و بذلك تكون أسلوب لتبادل المعلومات بشكل فوري عن طريق شبكة الانترنت<sup>4</sup>

وتعد مواقع التواصل الاجتماعي منظومة من الشبكات الالكترونية عبر الانترنت تتيح للمستخدم فيها إنشاء موقع خاص فيه و من ثم ربطه من خلال نظمه اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات أو جمعه مع أصدقاء أو غير ذلك .

تقود الفكرة الرئيسية للشبكات الاجتماعية على جمع بيانات الأعضاء المشتركين في الموقع و يتم نشر هذه البيانات بشكل علني حتى يجتمع الأعضاء ذوي المصالح المشتركة و الذين يبحثون عن ملفات أو صور ، أي أنها شبكة مواقع فعالة تعمل على تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف و الأصدقاء

### نشأة مواقع التواصل الاجتماعي و تطورها

#### المرحلة الأولى:

بدأت مجموعة من المواقع الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينات مثل (كلاس ميتس) عهده 1995 للربط بين زملاء الدراسة، و موقع سكس ( دجريس ) عهده 1997 حيث ركز الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص، و كانت تقود فكرته أساسا على فكرة بسيطة يطلق عليها -الدرجات الست للانفصال- ، وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين و خدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء، و ظهر أيضا عدة مواقع أخرى مثل "لايف جورنال" و موقع "كايورلد" الذي أنشئ في كوريا سنة 1999، و كان ابرز ما ركزت عليه مواقع التواصل الاجتماعي في بدايتها خدمة الرسائل القصيرة و الخاصة بالأصدقاء.<sup>5</sup>

#### المرحلة الثانية :

و تشهد المرحلة الثانية من تطور الشبكات الاجتماعية على الإقبال المتزايد من قبل المستخدمين لمواقع الشبكات العالمية، و يتناسب ذلك مع تزايد مستخدمي الانترنت على مستوى العالم.

و يشير إلى مجموعة من التطبيقات على الويب (مدونات، مواقع المشاركة، الوسائط المتعددة وغيرها...) اهتمت بتطوير التجمعات الافتراضية مركزة على درجة كبيرة من التفاعل و الاندماج و التعاون، ولقد ارتبطت هذه المرحلة بشكل أساسي بتطور خدمات شبكة الانترنت، و تعتبر مرحلة اكتمال الشبكات الاجتماعية، و يمكن أن نؤرخ لهذه المرحلة بانطلاق موقع -ماي سبايس- و هو الموقع الأمريكي المشهور، ثم موقع الفيسبوك.

حيث ظهرت بعد المحاولات الأخرى إلا أن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوئد كان مع بداية عهده 2002، حيث ظهر موقع "فرنديستير" الذي حقق نجاحا دفع "غوغل" إلى محاولة شرائه سنة 2003، لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ، و في النصف الثاني من نفس العهده ظهر في فرنسا موقع "سكا يروك" كمنصة للتدوين ثم تحول بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية سنة 2007، و قد استطاع موقع "سكا يروك" تحقيق انتشار واسع ليصل في 2008 إلى المركز السابع في ترتيب المواقع الاجتماعية وفقا لعدد المشتركين.

و مع بداية 2005 ظهر موقع "ماي سبايس" الأمريكي الشهير الذي تفوق على "غوغل" في عدد مشاهدات صفحاته، و يعتبر موقع "ماي سبايس" من أوائل الشبكات الاجتماعية و أكبرها على مستوى العالم و معه منافسه

<sup>4</sup> خالد غسان يوسف المقدادي، نفس المصدر السابق، ص 24.

<sup>5</sup> عادل، امينة و هبة، خليفة: الشبكات الاجتماعية و تأثيرها على الاخصائي و المكتبة، دراسة شاملة للتواجد و الاستخدام لموقع <http://.eleagyp.com/downloads/2009/amina heba.doc.2013/1/3>.

الشهير "فيسبوك" والذي كان قد بدأ في الانتشار المتوازي مع "ماي سبايس"، حتى قُدم "فيسبوك" في 2007 بآتاحة تكوين تطبيقات للمطورين، وهذا أدى إلى زيادة أعداد مستخدمي "فيسبوك" بشكل كبير، وعلى مستوى العالم، و نجح بالتفوق على منافسه اللدود "ماي سبايس" عهء 2008، أيضا ظهرت عدة مواقع أخرى "مثل تويتر ويوتيوب، لتستمر ظاهرة مواقع الشبكات الاجتماعية في التنوع و التطور.<sup>6</sup>

## أهم أنواع مواقع التواصل الاجتماعي

### الفيسبوك:

وهو موقع الكتروني للتواصل الاجتماعي، أي أنه يتيح عبه للأشخاص العاديين و الاعتباريين (كالشركات) أن يبرز نفسه وأن يعزّز مكانته عبر أدوات الموقع للتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر التواصل مع مواقع تواصل أخرى، و إنشاء روابط تواصل مع الآخرين.<sup>7</sup>

وأسس هذا الموقع "مارك زاكربيرج" عهء 2004 و هو احد طلبة هارفارد - الذي أصبح فيما بعد يعد اصغر ملياردير في العالم - وذلك بغرض التواصل بين الطلبة في هذه الجامعة، و من ثم انتشر استخدامه بين طلبة الجامعات الأخرى في أمريكا و بريطانيا و كندا، و ليتطور الموقع وخصائصه من مجرد موقع لإبراز الذات و الصور الشخصية إلى موقع متخصص بالتواصل ترعاه شركة فيسبوك التي أصبحت تقدر بالمليارات عهء 2007 نتيجة لاستدراك 21 مليون مشترك في هذا الموقع ذلك العهء ليتحدى أي موقع للتواصل الاجتماعي و يصبح الأول على صعيد العالم، و بلغ عددهم حسب إحصائيات 2011 -800 مليون مشترك.

### التويتر:

وهو إحدى شبكات التواصل الاجتماعي التي انتشرت في السنوات الأخيرة، ولعبت دورا كبيرا في الأحداث السياسية في العديد من البلدان و خاصة الشرق الأوسط، و اخذ تويتر اسمه من مصطلح "تويت" الذي يعني "التغريد" و اتخذ من العصفورة رمزا له، و هو خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى 140 حرفا للرسالة الواحدة، و يجوز للمرء أن يسميها نسا مكثفا لتفاصيل كثيرة، و يمكن لمن لديه حساب في موقع تويتر أن يتبادل مع أصدقائه تلك التغريدات أو التويترات من خلال ظهورها على صفحاتهم الشخصية أو في حالة دخولهم على صفحة المستخدم صاحب الرسالة، و تتيح شبكة تويتر خدمة التدوين المصغرة، و إمكانية الردود و التحديثات عبر البريد الإلكتروني، كذلك أهم الأحداث من خلال خدمة (RSS) عبر الرسائل النصية.<sup>8</sup>

و قد ظهر الموقع في أوائل 2006 كمشروع تطوير بحثي أجرته شركة ابفيوس الأمريكية في مدينة سان فرانسيسكو، بعد ذلك أطلقتها الشركة رسميا للمستخدمين بشكل عهء في أكتوبر 2006 وبعء ذلك بدأ الموقع في الانتشار كخدمة جديدة على الساحة في 2007 من حيث تقديم التدوينات المصغرة، و في أبريل 2007 قامت الشركة بفصل الخدمة عن الشركة و تكوين شركة جديدة باسم وهو تويتر و مع ازدياد إعداد من يستخدمه لتدوين أحداثهم اليومية، فقد قرر محرك "غوغل" أن يظهر ضمن نتائجه تدوينات تويتر كمصدر للبحث اعتبارا من 2009 و اليوش يعتبر تويتر مصدرا معتمدا للتصريحات الشخصية سواء كانت صادرة عن سياسيين أو ممثلين أو صحفيين أو وجهاء المجتمع

<sup>6</sup> زاهر رامي : استخدم مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، ع15، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2003، ص23.

<sup>7</sup> مهاب نصر : "الفايسبوك" صورة المثقف وسيرته العصرية، وجوه المثقف على الفيسبوك هل تعيد انتاج صورته تُد تصنع افقا مغايرا؟! جريدة القيس الكويتية اليومية، العدد 13446، 3 نوفمبر 2010، ص10.

<sup>8</sup> سليمة رابحي، الحملات الانتخابية و شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر بين وسائط الاتصال الجديدة و أنماط التبليغ التقليدية، ملتقى دولي حول شبكات التواصل الاجتماعي، بسكرة، 10/9 سبتمبر 2012.

الغربي والعربي على حد سواء، و يتوقع مستقبلا مصدرا معتمدا للتصريحات الحكومية و الإخبارية و قناة التواصل مع الشعب كما يحدث اليوش في الأحداث العربية عقب "الربيع العربي" و تأثير التويتر القوي فيه.<sup>9</sup>

### المبحث الثالث: وسائل التواصل الاجتماعي والسياسة

#### استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في السياسة

لفهم عملية الاستخدام لوسائل التواصل الاجتماعي يجب ان نفهم كيف لعبت وسائل الاعلام طوال تاريخها الطويل في السياسة وبالانتخابات بشكل خاص تطورا من الاذاعة ومن ثم التلفزيون وصولا الى الانترنت الذي خلق مجالات جديدة للسياسيين للوصول الى اكبر عدد من الناخبين المحتملين .

فوسائل الاعلام والانترنت وبخاصة وسائل التواصل الاجتماعي تلعب جنبا الى جنب مع وسائل الاعلام التقليدية دورا هاما في العملية السياسية وخصوصا خلال الانتخابات .

ولقد كان باراك اوباما اول مرشح رئاسي استخدم هذه الوسائل الجديدة للحملة الانتخابية لعهد 2008<sup>10</sup> حيث ان استخدم وسائل التواصل الاجتماعي قفز ما بين عامي 2006-2008 الى رقم قياسي بلغ 46% من المستخدمين البالغين في الولايات المتحدة الاميركية للحصول على اخبار الحملة الانتخابية او محاولة التأثير للانضمام الى جانبهم في الحملة حيث اصبحت ادارة الحملة عبر وسائل التواصل الاجتماعي ادارة استراتيجية كاداة للدعاية والترويج للشخص المروج له وتكون استراتيجية قصيرة الاجل لامتد والوصول الى هدف قصير الاجل.<sup>11</sup>

وتهدف هذه الاستراتيجية للترويج للتغيير وخلق الفرص الاخرى وخاصة في السياسة العامة والسياسة الاقتصادية مما يتيح للسياسيين خلق نوعية خاصة من الناخبين.<sup>12</sup>

فالسياسيون يستخدمون ادارة القضايا الاستراتيجية من خلال استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لاطلاع الجمهور على مواقف السياسيين من قضايا معينة وفي غياب الاستراتيجية يكل ذلك خلق نوع من العشوائية والتشويش وبشكل مفرط لدى الجمهور .

فالمشاركة السياسية عبر وسائل التواصل الاجتماعي مهمة جدا من حيث ان هذه الوسائل لديها القدرة على مساعدة السياسيين في حملاتهم الانتخابية وخلق منصات للحوار مع الناخبين مباشرة.<sup>13</sup>

<sup>9</sup> سليمة راجي: المرجع السابق.

<sup>(10)</sup> Williams, C. (2008). What is a social network worth? Facebook and vote share in the 2008 presidential primaries. American Political Science Association. Retrieved January 22, 2016, from [http://citation.allacademic.com/meta/p\\_mla\\_apa\\_research\\_citation/2/8/0/1/5/pages280151/p280151-1.php](http://citation.allacademic.com/meta/p_mla_apa_research_citation/2/8/0/1/5/pages280151/p280151-1.php)

<sup>(11)</sup> same reference.

<sup>(12)</sup> Heath, R., & Palenchar, M. (2008). Strategic Issues Management: Organizations and Public Policy Challenges. Retrieved February 15, 2016, from <https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=vHE9DIb3kbMC&oi=fnd&pg=PT9&dq=strategic+issues+management+theory&ots=OVHDzVZ2j&sig=DuHzCyxFNDCS5H09UNiBzs6js0E#v=onepage&q=strategic%20issues%20management%20theory&f=false>

<sup>(13)</sup>Todd, C., Gawiser, S. R., Arumi, A. M., & Witt, G. E. (2009). How Barack Obama won: A state-by-state guide to the historic 2008 presidential election. Retrieved February 18, 2016, from

لذا فان شبكات التواصل الاجتماعي اصبحت من الادوات الرئيسية وذات السلطة الحقيقية ذات النفوذ القوي لدفع الراي العئد للمشاركة في الانتخابات.<sup>14</sup>

حيث ان وسائل التواصل الاجتماعي تعزز المشاركة المدنية للراي العئد في الانتخابات ولها القدرة على التنبؤ بنتائج الانتخابات.<sup>15</sup>

ويعد موقع تويتر من اهم وسائل التواصل الاجتماعي واكثرها تأثيرا حيث يعبر الموقع عن المشاعر الحقيقية للسياسي وردود افعال الراي العئد على هذه المشاعر الامر الذي يؤدي الى امكانية التنبؤ بنتائج الانتخابات.<sup>16</sup>

#### المبحث الرابع: التحليل ونتائج البحث

##### اجراءات البحث

لغرض اجراء التحليل تم وضع تقسيمات ووصف للتغريدات لتحليل هذه الظاهرة ووضع المحتويات حسب نوع التغريدة ولهجتها للخروج بالنتائج . وعليه فلقد تم وضع جدول للتغريدات وتقسيمها ووصفها ونموذج عنها لمعرفة كيفية الاستخدامها كورقة استراتيجية رابحة لتعبئة الناخبين والفوز بالانتخابات الاميركية .

<https://books.google.com/books?id=Bxn9XnnRZkEC&lpg=PP9&ots=HzNSi6dlOc&dq=how%20presidential%20campaigns%20are%20won&lr&pg=PP9#v=onepage&q=how%20presidential%20campaigns%20are%20won&f=false>

(<sup>14</sup>)Gil de Zunga, H., Jung, N. and Valenzuela, S. (2012), Social Media Use for News and Individuals' Social Capital, Civic Engagement and Political Participation. Journal of Computer-Mediated Communication, 17: 319-336. Retrieved April 15, 2016, from <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2012.01574.x/full>

(<sup>15</sup>)Tumasjan, A., Sprenger, T., Sandner, P., & Welpe, I. (2010). Predicting Elections with Twitter: What 140 Characters Reveal about Political Sentiment. Association for the Advancement of Artificial Intelligence, 178-185. Retrieved February 5, 2016, from <http://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM10/paper/viewFile/1441/1852Predicting>

(<sup>16</sup>)Tumasjan, A., Sprenger, T., Sandner, P., & Welpe, I. same reference above .

## جدول رقم (1) يمثل جدول التغريدات ونوعها ووصفها

نوع التغريدة	وصف التغريدة	مثال
تعزير الذات او حول الحملة ترويجية	الاداء الشخصي لدعم الحملة	It all begins today - WE WILL FINALLY ” TAKE OUR COUNTRY BACK AND MAKE ”!AMERICA GREAT AGAIN
معارضة / سياسيون اخرين	ذكر المعارضين والسياسيين الاخرين	“This was sent out from Ted Cruz- as Iowans arrived at their caucus sites to vote. #CruzFraud [Photos]”
وسائل الاعلاد	تقارير وسائل الاعلاد	“Why does @megynkelly devote so much time on her shows to me, almost always negative?Without me her ratings would tank. Get a life Megyn!”
تعبئة الناخبين	تشجيع مباشر للناخبين او عرض النتائج الاولية للانتخابات	“THANK YOU Arkansas! Get out & #VoteTrump on Tuesday. We will MAKE AMERICA SAFE & GREAT AGAIN! [Photo]”
سياسية	حول السياسة العامة والشؤون الخارجية والهجرة والاقتصاد والقضايا الاجتماعية	“I will end illegal immigration and protect our borders! We need to MAKE AMERICA SAFE & GREAT AGAIN! #Trump2016 [Video]”
حملة انتخابية	حول الانفاق على الحملة وتمويلها	“I don't believe I have been given any credit by the voters for self-funding my campaign, the only one. I will keep doing, but not worth it!”
شخصية	حوا الاسرة او موضوعات لاتتعلق بالحملة الانتخابية	Just for your info, tax returns have 0 to do w/ someone’s net worth. I have already filed my financial statements w/ FEC. They are great!

ومن ثم فلقد تم وضع جدول لمعرفة اللهجة المستخدمة في التغريدة وكما يلي:

جدول رقم (2) يمثل جدول لمعرفة اللهجة المستخدمة في التغريدة

اللهجة المستخدمة	وصف اللهجة المستخدمة	مثال
ايجابية	تصريحات ايجابية متفائلة	"It all begins today - WE WILL FINALLY TAKE OUR COUNTRY BACK AND MAKE AMERICA GREAT AGAIN!"
هجومية	تعليقات مهينة او سلبية حول شخص ما او شئ ما	"Just out Nevada poll shows Jeb Bush at 1%, he should take his dumb mouthpiece, @LindseyGrahamSC, and just go home."
دفاعية	دفاع عن الحملة او شخص يساهم في الحملة الانتخابية	"Cruz just lied again- I am, and have been totally against #ObamaCare- repeal and replace!"
استفزازية	تحدي الاشخاص والافكار	"He (or she) who hesitates is lost: MAKE AMERICA GREAT AGAIN!"

**نتائج التحليل**

من خلال حملة دونالد ترامب الرئاسية استخشد ترامب وسائل التواصل الاجتماعي لنشر رسالته السياسية سواء كانت تعبيراً عن مواقفه او للترويج عن حملته الانتخابية في موقع تويتر حيث وصل عدد المستخدمين والمشاركين مع موقع ترامب (7.57) مليون شخص منذ بداية ترشيحه للحملة الانتخابية للرئاسة الاميركية في حزيران 2015 وبخاصة تغريدة (هاش تاك #) ... ترامب : يجعل اميركا عظيمة (#Trump : Make America Greeting#).

حيث تم جمع المعلومات لهذه الدراسة للفترة من 1 كانون الثاني 2016 ولغاية 1 اذار 2016 او مايسمى تجمع يوشد الثلاثاء الكبير وخلال هذه الفترة نشر ترامب (244) تغريدة على موقعه في تويتر\* وتم الوصول الى هذه التغريدات من خلال وظيفة البحث المتقدّم في تويتر.<sup>17</sup>

ولقد تم تصنيف التغريدات حسب الفئات ووضعها في جدول وكانت النتائج كمايلي :

تغريدات عن الذات والترويج للحملة بنسبة 53.6% اي مايعادل 131 تغريدة .

تغريدات عن المعارضين والسياسيين الاخرين بنسبة 39.3% اي مايعادل 96 تغريدة .

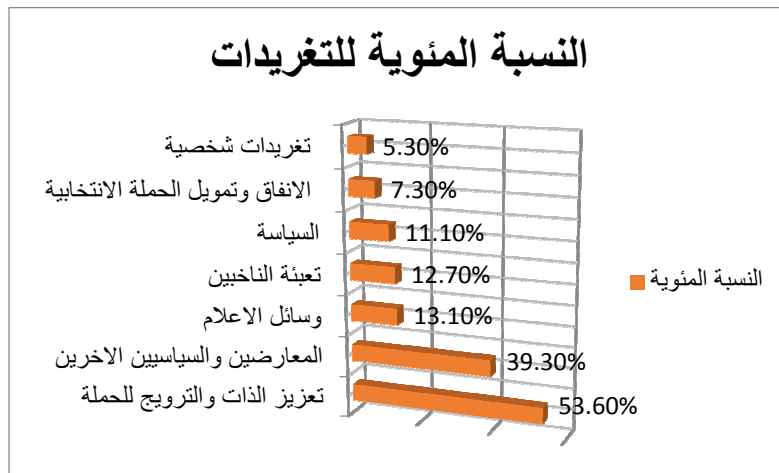
(\*) <https://twitter.com/realDonaldTrump>

(17) <https://twitter.com/search?q=from%3ArealDonaldTrump%20since%3A2016-02-01%20until%3A2016-03-02&src=typd>

وسائل الاعلاند بنسبة 13.1% مايعادل 32 تغريدة .  
 تعبئة الناخبين فكانت النسبة 12.7% اي مايعادل 31 تغريدة .  
 السياسة فكانت النسبة 11.1% اي مايعادل 27 تغريدة .  
 الانفاق وتمويل الحملة الانتخابية فكانت النسبة 7.3% اي مايعادل 18 تغريدة.  
 تغريدات شخصية فكانت النسبة 5.3% مايعادل 13 تغريدة .

جدول رقم (3) يمثل النسبة المئوية للتغريدات واعدادها

نوع التغريدة	عدد التغريدات	النسبة المئوية
تعزير الذات والترويج للحملة	131	53.6%
المعارضين والسياسيين الاخرين	96	39.3%
وسائل الاعلاند	32	13.1%
تعبئة الناخبين	31	12.7%
السياسة	27	11.1%
الانفاق وتمويل الحملة الانتخابية	18	7.3%
تغريدات شخصية	13	5.3%



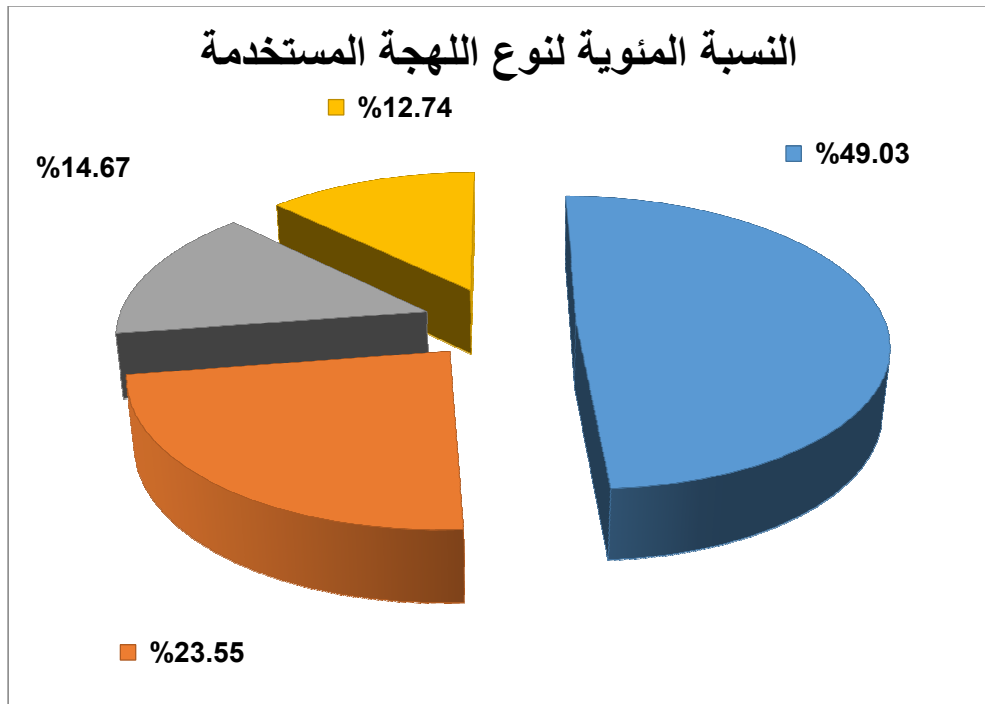
شكل رقم (1) يمثل النسبة المئوية للتغريدات

اما بالنسبة الى نوع اللهجة المستخدمة في التغريدة فكانت كما يلي:

- لهجة ايجابية فكانت النسبة 52% ما يعادل 127 تغريدة .  
لهجة هجومية فكانت النسبة 25% ما يعادل 61 تغريدة .  
لهجة دفاعية فكانت النسبة 15.6% ما يعادل 38 تغريدة .  
لهجة استفزازية فكانت النسبة 13.5% ما يعادل 33 تغريدة .

جدول رقم (4) يمثل النسبة المئوية لللهجة المستخدمة في التغريدة واعدادها

اللهجة المستخدمة	عدد التغريدات	النسبة المئوية
لهجة ايجابية	127	52%
لهجة هجومية	61	25%
لهجة دفاعية	38	15.6%
لهجة استفزازية	33	13.5%



شكل رقم (2) النسبة المئوية لنوع اللهجة المستخدمة

اما بالنسبة الى اعادة المشاركة والتفاعل مع التغريدة فكان كما يلي:

جدول رقم (5) يمثل عدد المشاركات في التويتير على صفحة الرئيس تلامب

25.505 ألف	الاكثر اعادة مشاركة
1.501 ألف	الاقل اعادة مشاركة
4.251 ألف	المتوسط اعادة مشاركة
31.433 ألف	الاكثر اعجابا
5.075 ألف	الاقل اعجابا
11.410 ألف	متوسط التغريدات اعجابا
8 تغريدات في اليوشد الواحد	معدل التغريدات اليومية للكل

### الاستنتاجات :

ان التويتير وسيلة تواصل اجتماعي مثالية للسياسيين وبخاصة للسياسيين مثل ترامب وذلك بسبب نوع التغريدة الذي يكون قصيرا الذي ينعكس على حب ترامب للذات حيث ترتبط النرجسية الى حد كبير في استخدام تويتير لانها تسمح بارسال تغريدات حول النفس او الذات.<sup>18</sup>

ف نجد ان ترامب يستخدم التويتير كنوع من اشكال الترفيه ونشر اخبار العطلات التي يقضيها مع عائلته وكذلك يستخدمه كمنصة لنشر بياناته السياسية والهجوش على الخصوش .

فلقد هاجم ترامب خصومه عبر التويتير وكانت تصريحات صريحة ومباشرة الامر الذي ادى الى التأثير على اعداد المتابعين في التويتير حيث اصبح التويتير اسلوبه ووسيلته المميزة في الانتخابات حيث قل الاعتماد على الدعاية السياسية التقليدية وقل الانفاق عليها بعكس المنافسين له في الانتخابات .

واستخدم ترامب حوالي ثمانية تغريدات كمعدل في اليوشد الواحد لعدد من المواضيع مما ساهم في وصوله الى الملايين خلال اليوشد الواحد ومن خلال التغريدات التي تخص تعزيز الذات ولدعم الحملة الانتخابية بشكل كبير وبهذا يعد ترامب اول سياسي اميركي كبير يستخدم وسائل التواصل الاجتماعي كشكل اساسي في تشكيل الحملة الانتخابية والتاثير على الجمهور بشكل مباشر .

وعليه فان هذه الدراسة وصلت الى مايلي :

اصبح التويتير كمنصة من منصات وسائل التواصل الاجتماعي في خدمة السياسيين وحملاهم.

(18) McKinney, B. C., Kelly, L., & Duran, R. L. (2012). Narcissism or openness?: College students' use of Facebook and Twitter. *Communication Research Reports*, 29(2), 108-118. Retrieved April 20 2016, from <http://people.uncw.edu/olsenr/courses/200/Articles%20and%20Worksheets/Articles/Narcissism%20Face%20book%20and%20Twitter.pdf>

ان الاسلوب الاكثر تأثيرا هو اسلوب تعزيز الذات والترويج للحملة السياسية او الانتخابية بسبب تفاعل الجمهور معها .

استخدئت اسلوب مهاجمة المعارضين والسياسيين الاخرين ياتي بالمرتبة الثاني كاسلوب يؤدي الى تفاعل الجماهير .

ان استخدئت اللهجة الاستفزازية في وسائل التواصل الاجتماعي يؤدي في كثير من الاحيان الى عزوف الجمهور عن متابعة الحملة ودعمها .

ان معدل استخدئت تويتر المؤثر في الحملات يكون مابين 6-10 تغريدات في اليوشد الواحد لاحداث اكبر تأثير على الناخبين او الجمهور المستهدف .

### التوصيات :

الاهتمتد بمتابعة وسائل التواصل الاجتماعي في الشرق الاوسط واتشاء مراكز متخصصة للمتابعة والتحليل للخروج بنتائج حول السياسات الخارجية للدول ومعرفة تاتر وتأثير الراي العئد .

تدريب متخصصين في هذا المجال مما يسمح باستخدئت هذا المجال في التاتير على الراي العئد وخاصة في مجال مكافحة الارهاب والنزاعات في منطقة الشرق الاوسط وعرض وجهات النظر المختلفة والتاتير على الجمهور من اجل تينبها كفضايا مركزية .

### المصادر

#### الكتب :

- خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر، الأردن، ط 2013، ص 1، 24.
- زاهر رامي : استخدئت مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، ع 15، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2003، ص 23.
- مهاب نصر : " الفاييبوك" صورة المثقف وسيرته العصرية، وجوه المثقف على الفاييبوك هل تعيد انتاج صورته لئ تصنع افقا مغايرا؟ جريدة القيس الكويتية اليومية ، العدد 13446 ، 3 نوفمبر 2010، ص 10.
- سليمة رابحي، الحملات الانتخابية و شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر بين وسائل الاتصال الجديدة و أنماط التبليغ التقليدية، ملتقى دولي حول شبكات التواصل الاجتماعي، بسكرة، 10/9 سبتمبر 2012.

#### مواقع الانترنت :

- عادل، امينة و هبة خليفة: الشبكات الاجتماعية و تاتيرها على الاخصائي و المكتبة، دراسة شاملة للتواجد و الاستخدئت لموقع  
▪ [http://eleagypt.com/downloads/2009/amina\\_heba.doc.2013/1/3](http://eleagypt.com/downloads/2009/amina_heba.doc.2013/1/3)
- مواقع التواصل الاجتماعي و آثارها الأخلاقية والقيمية أمنة عبد الرحمن  
<http://www.lahaonline.com/articles/view>
- Williams, C. (2008). What is a social network worth? Facebook and vote share in the 2008 presidential primaries. American Political Science Association. Retrieved January 22, 2016, from

- [http://citation.allacademic.com/meta/p\\_mla\\_apa\\_research\\_citation/2/8/0/1/5/pages280151/p280151-1.php](http://citation.allacademic.com/meta/p_mla_apa_research_citation/2/8/0/1/5/pages280151/p280151-1.php)
- Heath, R., & Palenchar, M. (2008). Strategic Issues Management: Organizations and Public Policy Challenges. Retrieved February 15, 2016, from <https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=vHE9DIb3kbMC&oi=fnd&pg=PT9&dq=strategic+issues+management+theory&ots=OVHDzVZ2j&sig=DuHzCyxFNDCS5H09UNiBzs6js0E#v=onepage&q=strategic%20issues%20management%20theory&f=false>
  - Todd, C., Gawiser, S. R., Arumi, A. M., & Witt, G. E. (2009). How Barack Obama won: A state-by-state guide to the historic 2008 presidential election. Retrieved February 18, 2016, from <https://books.google.com/books?id=Bxn9XnnRZkEC&lpg=PP9&ots=HzNSi6dlOc&dq=how%20presidential%20campaigns%20are%20won&lr&pg=PP9#v=onepage&q=how%20presidential%20campaigns%20are%20won&f=false>
  - Gil de Zunga, H., Jung, N. and Valenzuela, S. (2012), Social Media Use for News and Individuals' Social Capital, Civic Engagement and Political Participation. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17: 319–336. Retrieved April 15, 2016, from <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2012.01574.x/full>
  - Tumasjan, A., Sprenger, T., Sandner, P., & Welpe, I. (2010). Predicting Elections with Twitter: What 140 Characters Reveal about Political Sentiment. *Association for the Advancement of Artificial Intelligence*, 178-185. Retrieved February 5, 2016, from <http://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM10/paper/viewFile/1441/1852Predicting>
  - <https://twitter.com/realDonaldTrump>
  - <https://twitter.com/search?q=from%3ArealDonaldTrump%20since%3A2016-02-01%20until%3A2016-03-02&src=typd>