

1	<p>مستخلصات عامة : ملامح العرض الانتخابي، أشكال التأثير، أنماط السلوك الانتخابي</p>
2	<p>منهجية الرصد : النطاق، الموضوع، الهدف والتمشّي</p>
3	<p>مستخلصات تفصيلية (أولية)</p>
4	<p>مقاربة تحليلية لдинاميكية التأثير الميديا-انتخابي</p>
5	<p>تحاليل قادمة في التقرير النهائي لرصد 2</p>

# رصد



رؤية جديدة لتحليل المشهد الميديا-انتخابي  
باعتماد منهجية منصات التأثير (كاليديا)

التقرير الأولي للفترة الأولى للحملة  
الانتخابية (2 إلى 10 سبتمبر 2019)



منصور عيوني، تونس 2019  
kalidianow@gmail.com



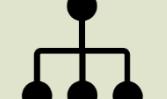
KALIDIA

1	<p><b>مستخلصات عامة : ملامح العرض الانتخابي، أشكال التأثير، أنماط السلوك الانتخابي</b></p>	<p><b>لامح العرض الانتخابي على الشبكات الاجتماعية</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>مضمون العرض متركز على البرنامج والوعود من جهة وعلى إبراز الموقف من القضايا الكبرى من جهة أخرى</li> <li>عمل منهجي على توسيع فكرة صلاحيات الرئيس لتشمل استحقاق التنمية من بوابة الأمن الشامل</li> <li>استهداف الجيوب الانتخابية للخصم بخطاب مؤدلج، واستهداف الفئات "المهمشة" بعدد من الوعود "الشعبوية"</li> </ul>
2	<p><b>منهجية الرصد : النطاق، الموضوع، الهدف والتمشّي</b></p>	
3	<p><b>مستخلصات تفصيلية (أولية)</b></p>	<p><b>أشكال التأثير الميديا-اجتماعي</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>التأثير بالنشاط طويل الأمد على الشبكات الاجتماعية</li> <li>التأثير بتطاير أسباب الدعم المالي والإعلامي والحزبي</li> <li>التأثير عن طريق استراتيجية محتوى تسهر عليها فرق مختصة</li> <li>التأثير بطريقة عضوية من دون التعويل على فرق مختصة</li> </ul>
4	<p><b>مقاربة تحليلية لдинاميكية التأثير الميديا-انتخابي</b></p>	
5	<p><b>تحاليل قادمة في التقرير النهائي لرصد 2</b></p>	<p><b>أنماط السلوك الانتخابي على الخط</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>الأفكار المستقرة</li> <li>الناخب الاستراتيجي</li> <li>الناخب الحائر</li> </ul>

1	<p>مستخلصات عامة : ملامح العرض الانتخابي، أشكال التأثير، أنماط السلوك الانتخابي</p>	<p>5 هيئات وثلاث جمعيات</p>	<p>7 صفحة رسمية لوسائل إعلامية</p>	<p>26 صفحة رسمية للمترشّحين</p>
2	<p>منهجية الرصد : النطاق، الموضوع، الهدف والتمشّي</p>		<p>1001 تفاعلا</p>	<p>1001 1001 مشتركا بفيسبوك</p>
3	<p>مستخلصات تفصيلية (أولية)</p>	<p>1001 تعليقا</p>		<p>مدونة بحوالي مليوني تفاعلا وتعليق على مدى شهر كامل +2M</p>
4	<p>مقاربة تحليلية لдинاميكية التأثير الميديا-انتخابي</p>			<p>تحليل العرض الانتخابي على الخط</p>
5	<p>تحاليل قادمة في التقرير النهائي لرصد 2</p>	<p>فهم أشكال التأثير وأنماط السلوك الانتخابي في الشبكة</p>		

1	<p>مستخلصات عامة : ملامح العرض الانتخابي، أشكال التأثير، أنماط السلوك الانتخابي</p>
2	<p>منهجية الرصد : النطاق، الموضوع، الهدف والتمشّي</p>
3	<p>مستخلصات تفصيلية (أولية)</p>
4	<p>مقاربة تحليلية لдинاميكية التأثير الميديا-انتخابي</p>
5	<p>تحاليل قادمة في التقرير النهائي لرصد 2</p>

الحضور الميديا-اجتماعي 

طوبولوجيا الحضور 

قوة الدفع الشبكي 

مستوى النّفاذ الشبكي 

التأثير الميديا-اجتماعي 

1	<p><b>مستخلصات عامة : ملامح العرض الانتخابي، أشكال التأثير، أنماط السلوك الانتخابي</b></p>	<p>تطور كبير لآداء الحملات الانتخابية على الخط، مع اعتماد غالبية المرشحين على فرق مختصة في التسويق الرقمي</p>
2	<p><b>منهجية الرصد : النطاق، الموضوع، الهدف والتمشّي</b></p>	<p>الإذاعات هي الأكثر تأثيراً من بين وسائل الإعلام، مع بلوغ مستوى التفاعل ذروته خلال المناظرات التلفزيّة</p>
3	<p><b>مستخلصات تفصيلية (أولية)</b></p>	<p>ترتفع التفاعلات مع منشورات المرشح عندما يعلق بصفة بعديّة على ظهور تلفزيّ له أو عندما يدفع عن نفسه إشاعة أو عندما يتوجّه بالنقد المباشر للخصم الانتخابي</p>
4	<p><b>مقاربة تحليلية لдинاميكية التأثير الميديا-انتخابي</b></p>	<p>ليس هنالك تغيير كبير في نسق التفاعل عندما يخوض المرشح مجدّداً في بسط برنامجه الانتخابي</p>
5	<p><b>تحاليل قادمة في التقرير النهائي لرصد 2</b></p>	<p>منصور عيوني، تونس 2019. kalidianow@gmail.com</p>



1	<p>مستخلصات عامة : ملامح العرض الانتخابي، أشكال التأثير، أنماط السلوك الانتخابي</p>	<p>أهم مواضيع التفاعل المتعلقة بالتسليمة (التنبير)، ثم الدفاع عن المرشح، ثم نقاش مواصفات الرئيس، ثم ترتيب المرشحين</p>
2	<p>منهجية الرصد : النطاق، الموضوع، الهدف والتمشّي</p>	<p>سجّلنا وعيا عاماً بالانحياز السياسي لعدد من سائل الإعلام مع ترکز النقد على الصحفيين أكثر منه على المؤسسات</p>
3	<p>مستخلصات تفصيلية (أولية)</p>	<p>سجّلنا حالة من التعديل الشّبكيّ الذّاتيّ بالتنبيه للأخبار الزائفية ونبذ خطاب العنف ورفض إفحام الجيش في التجاذب السياسي</p>
4	<p>مقاربة تحليلية لдинاميكية التأثير الميديا-انتخابي</p>	<p>الشبّكات الاجتماعية لا تغيّر المواقف المستقرّة ولكن تساعد المواطن الحائر على إقصاء بعض المرشحين</p>
5	<p>تحاليل قادمة في التقرير النهائي لرصد 2</p>	<p>منصور عيوني، تونس 2019. kalidianow@gmail.com</p>



1	<p>مستخلصات عامة : ملامح العرض الانتخابي، أشكال التأثير، أنماط السلوك الانتخابي</p>	<p>المواطنون الحائرون هم الأكثر تفاعلا عن طريق التعليقات على منشورات الغير والنشر على صفحاتهم الشخصية</p>
2	<p>منهجية الرصد : النطاق، الموضوع، الهدف والتمشّي</p>	<p>نشاط لصفحات محلية داعمة لمرشّحين بعينهم بدوافع جهوية، خاصة في منطقة الشمال الغربي والوسط</p>
3	<p>مستخلصات تفصيلية (أولية)</p>	<p>ليس هناك أثر كبير للمنشورات الرسمية المتعلقة بالزيارات الميدانية (اجتماعات شعبية)، ما عدى تلك التي توثّق حوارا حيّا وتلقائيا مع المواطنين</p>
4	<p>مقاربة تحليلية لдинاميكية التأثير الميديا-انتخابي</p>	<p>تشكّل "بروفيل" ناخب استراتيجي ليس له خيار مسبق أو انتماء إيديولوجي، لكن يضع لنفسه سلّم اختيار شخصي</p>
5	<p>تحاليل قادمة في التقرير النهائي لرصد 2</p>	<p>منصور عيوني، تونس 2019. kalidianow@gmail.com</p>



1	<h2>مستخلصات عامة : ملامح العرض الانتخابي، أشكال التأثير، أنماط السلوك الانتخابي</h2>
2	<h2>منهجية الرصد : النطاق، الموضوع، الهدف والتمشّي</h2>
3	<h2>مستخلصات تفصيلية (أولية)</h2>
4	<h2>مقاربة تحليلية لдинاميكية التأثير الميديا-انتخابي</h2>
5	<h2>تحاليل قادمة في التقرير النهائي لرصد 2</h2>

1

## مستخلصات عامة : ملامح العرض الانتخابي، أشكال التأثير، أنماط السلوك الانتخابي

2

## منهجيّة الرّصد : النّطاق، الموضوع، الهدف والتمشّي

3

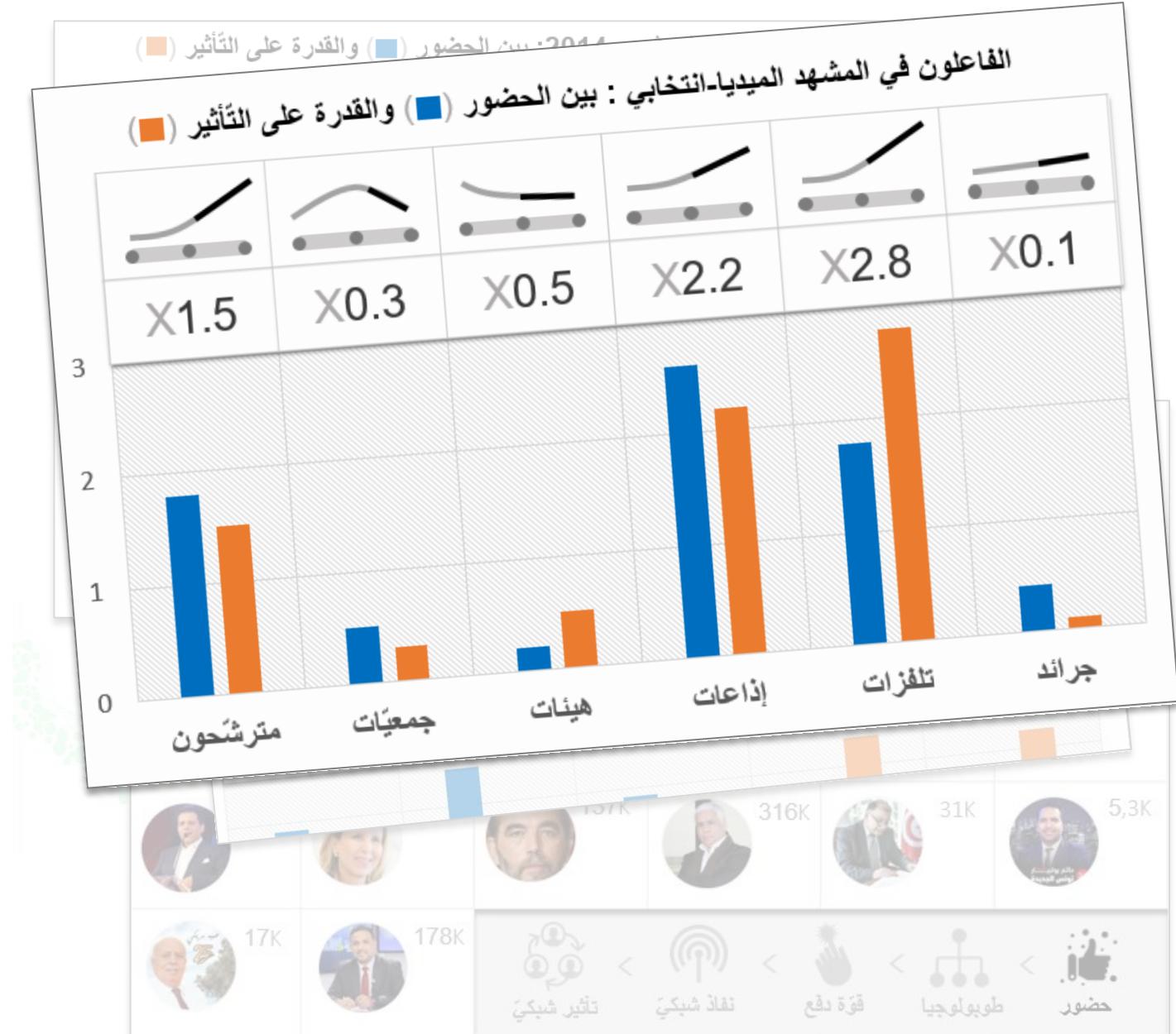
## مستخلصات تفصيلية (أولية)

4

## مقاربة تحليلية لдинاميكية التأثير الميديا-انتخابي

5

## تحاليل قادمة في التقرير النهائي لرصد 2



1	<p>مستخلصات عامة : ملامح العرض الانتخابي، أشكال التأثير، أنماط السلوك الانتخابي</p>
2	<p>منهجية الرصد : النطاق، الموضوع، الهدف والتمشّي</p>
3	<p>مستخلصات تفصيلية (أولية)</p>
4	<p>مقاربة تحليلية لдинاميكية التأثير الميديا-انتخابي</p>
5	<p>تحاليل قادمة في التقرير النهائي لرصد 2</p>



1

## مستخلصات عامة : ملامح العرض الانتخابي، أشكال التأثير، أنماط السلوك الانتخابي

2

## منهجية الرصد : النطاق، الموضوع، الهدف والتمشّي

3

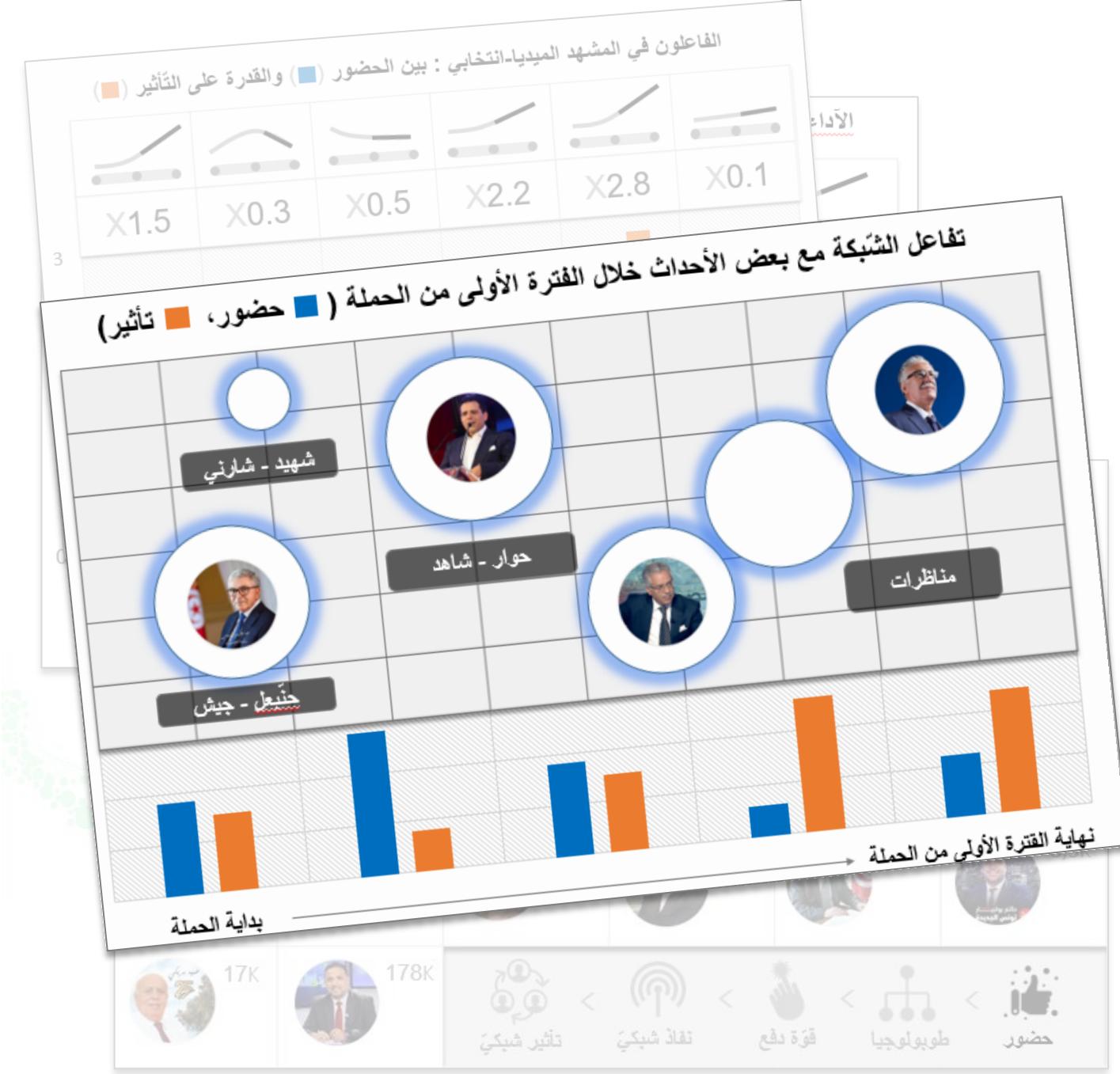
## مستخلصات تفصيلية (أولية)

4

## مقاربة تحليلية لдинاميكية التأثير الميديا-انتخابي

5

## تحاليل قادمة في التقرير النهائي لرصد 2



1

## مستخلصات عامة : ملامح العرض الانتخابي، أشكال التأثير، أنماط السلوك الانتخابي

2

## منهجية الرصد : النطاق، الموضوع، الهدف والتمشّي

3

## مستخلصات تفصيلية (أولية)

4

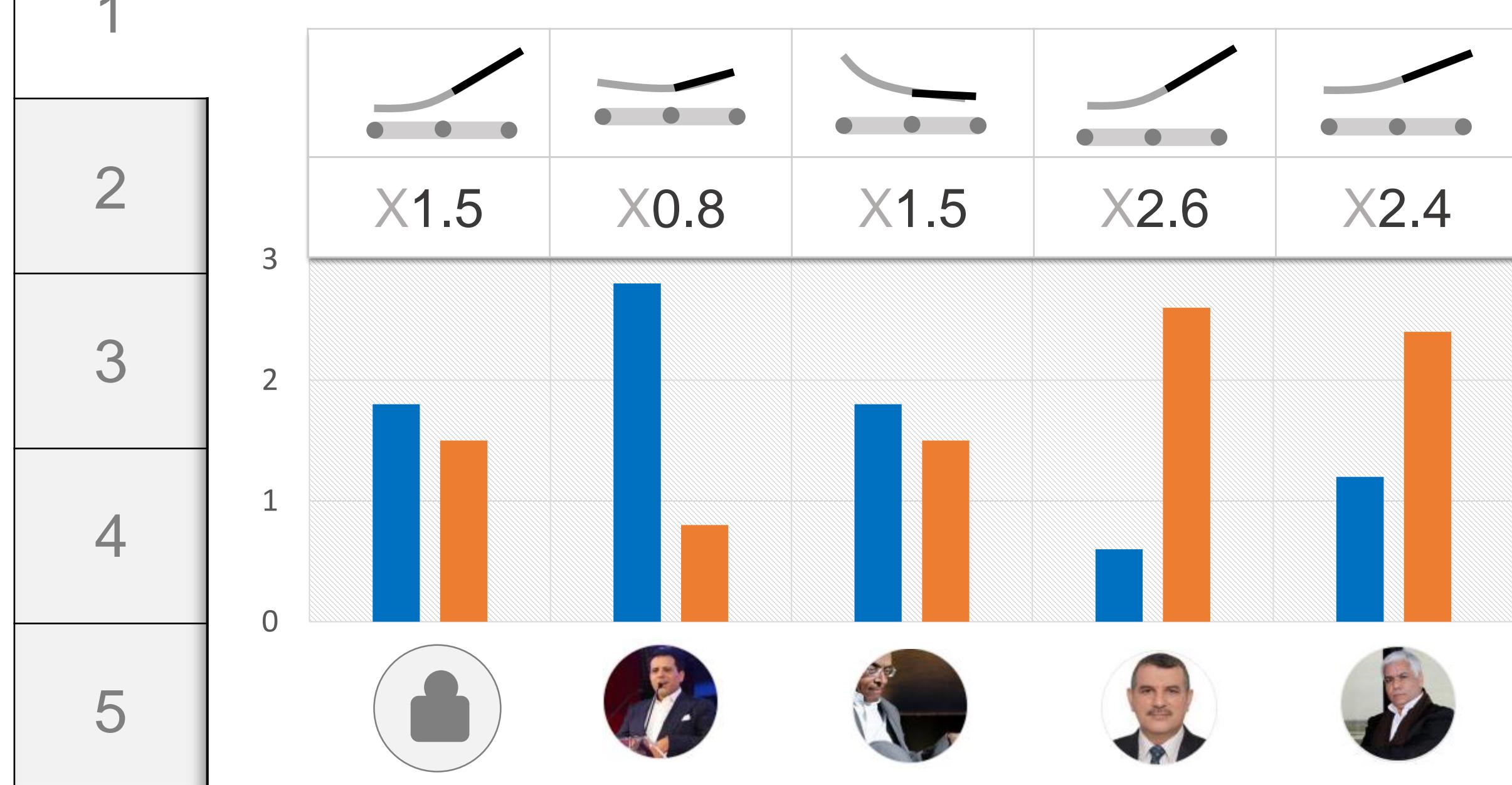
## مقاربة تحليلية لдинاميكية التأثير الميديا-انتخابي

5

## تحاليل قادمة في التقرير النهائي لرصد 2



## الاداء الميديا-اجتماعي لمرشحي 2014: بين الحضور (■) والقدرة على التأثير (■)



## تفاعل الشبكة مع بعض الأحداث خلال الفترة الأولى من الحملة (■ حضور، ■ تأثير)

1

2

3

4

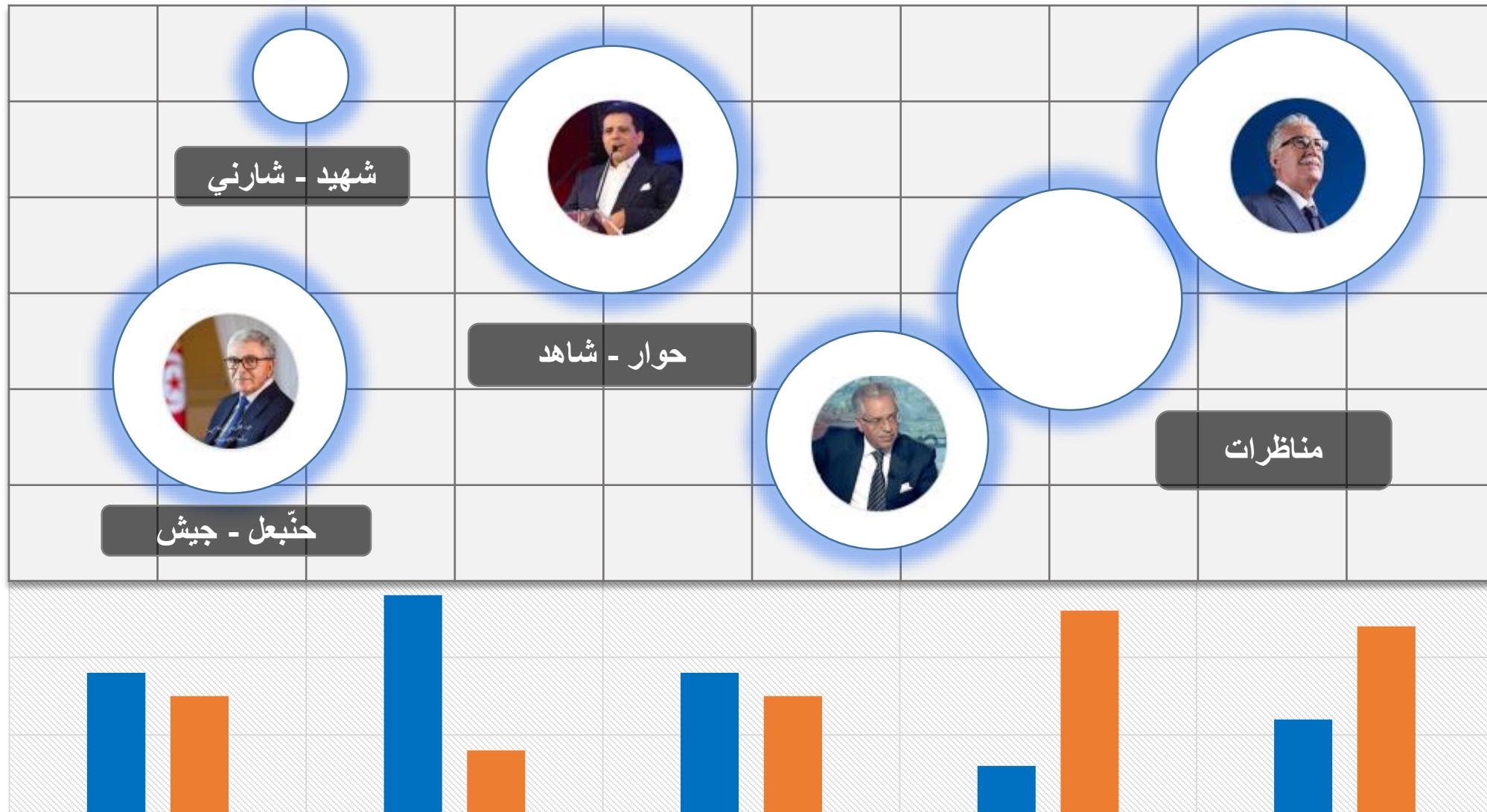
5

شهيد - شارني

حوار - شاهد

حبيـل - جيش

مناظرات



بداية الحملة

نهاية القترة الأولى من الحملة

## الفاعلون في المشهد الميديا-انتخابي : بين الحضور (■) والقدرة على التأثير (■)

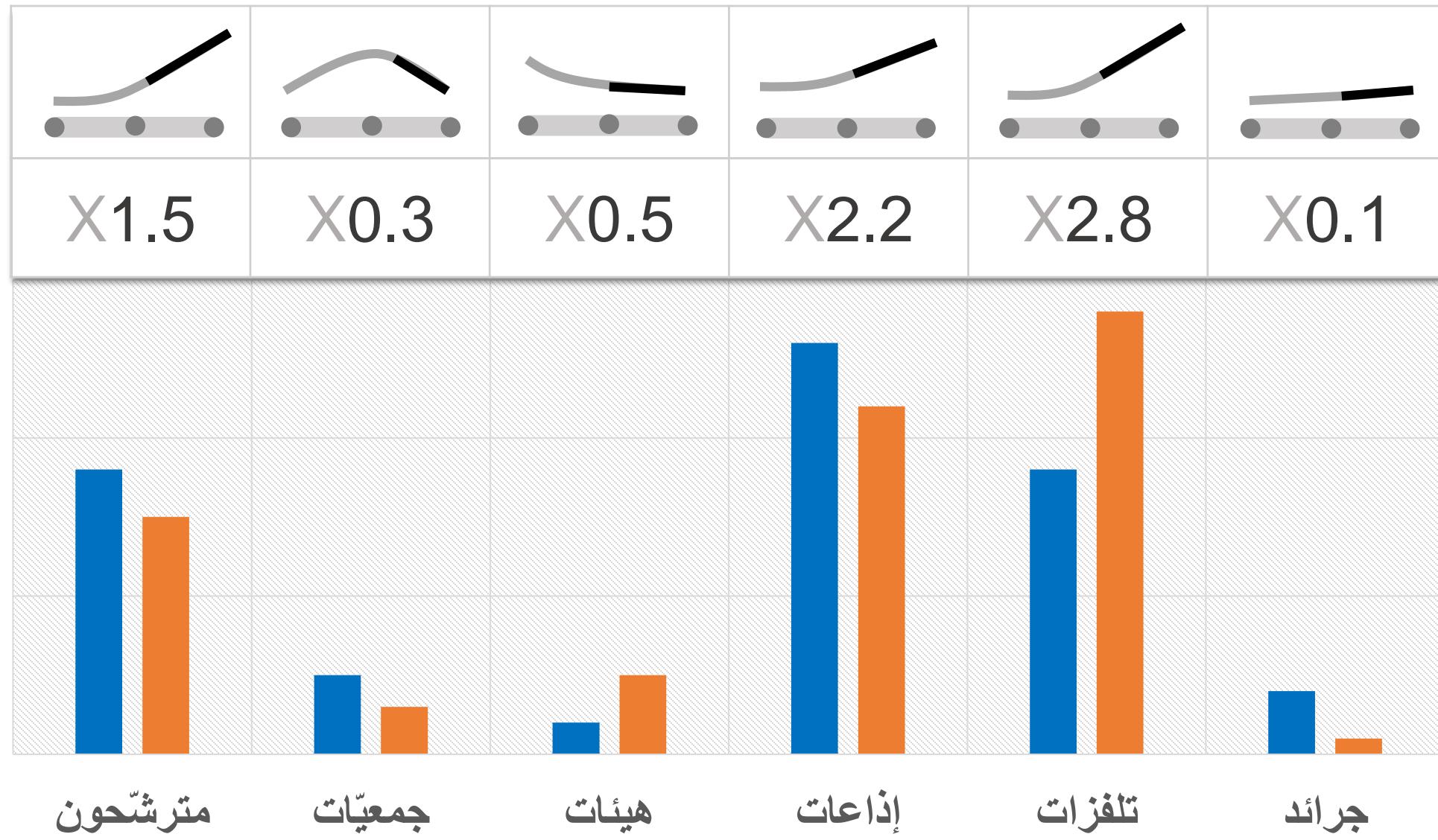
1

2

3

4

5



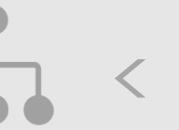


2

	99K		175K		72K		426K		95K		285K		
	103K		63K		957K		81K		280K		16K		
	810K		88K		72K		415K		217K		44K		
	1,2M		114K		137K		316K		31K		5,3K		
	17K		178K		تأثير شبكي		نفاذ شبكي		قوة دفع		طوبولوجيا		حضور



2
3
4
5

 1,2M	 957K	 810K	 426K	 415K	 316K	
 285K	 280K	 217K	 178K	 175K	 137K	
 114K	 103K	 99K	 95K	 88K	 81K	
 72K	 72K	 63K	 44K	 31K	 17K	
 16K	 5,3K	 تأثير شبكي	 نفاذ شبكي	 قوة دفع	 طوبولوجيا	 حضور



2



1,2M



957K



810K



426K



415K



316K

3



285K



280K



217K



178K



175K



137K

4



114K



103K



99K



95K



88K



81K

5



16K



5,3K

حضور واسع  
قوة دفع أكثر من 800 ألف  
تأثير شبابي  
مجال شبابي  
3 حضور

حضور  
3



2  
3  
4  
5

 1,2M	 957K	 810K	 426K	 415K	 316K
 285K	 280K	 217K	 178K	 175K	 137K
 114K	 103K	 99K	 95K	 88K	 81K
 72K	 72K	 63K	 44K	 31K	 17K
 16K	 5,3K	<p>حضور كيبي أكبر نفاذ شبكى قوة دفع تأثير شبكي أكثر من 280 ألف</p>			

حضور كيبي  
أكبر نفاذ شبكى  
قوة دفع  
تأثير شبكي  
أكثر من 280 ألف

5

حضور شبكي

حضور



2

 1,2M	 957K	 810K	 426K	 415K	 316K
 285K	 280K	 217K	 178K	 175K	 137K
 114K	 103K	 99K	 95K	 88K	 81K
 72K	 72K	 63K	 44K	 31K	 17K
 16K	 5,3K	<p>حضور جيد</p> <p>أكثر من 130 ألف تأثيري شبكي</p> <p>قوة دفع</p> <p>مجال شمسي</p>			

حضور جيد

أكثر من 130 ألف تأثيري شبكي

قوة دفع

4

مجال شمسي

حضور



2

3

4

5



# 11 حضور متوسط



## حضور



2

3

4

5

 1,2M	 957K	 810K	 426K	 415K	 316K
 285K	 280K	 217K	 178K	 175K	 137K
 114K	 103K	 99K	 95K	 88K	 81K
 72K	 72K	 63K	 44K	 31K	 17K
 16K	 5,3K	<p>حضور محدود</p> <p>قوة دفع أقل من 17 ألف</p> <p>تأثير شبكي</p> <p>مجال شباب</p>			

حضور محدود

قوة دفع أقل من 17 ألف

تأثير شبكي

مجال شباب

2

 حضور



2

3

4

5


1 حضور ضعيف  
مجال نبكي تأثير شبكي قوة دفع في حدود 5آلاف

حضور



2

 1,2M	 957K	 810K	 426K	 415K	 316K
 285K	 280K	 217K	 178K	 175K	 137K
 114K	 103K	 99K	 95K	 88K	 81K
 72K	 72K	 63K	 44K	 31K	 17K
 16K	 5,3K	 تأثير شبكي	 نفاذ شبكي	 قوة دفع	 طوبولوجيا
					 حضور



2

3

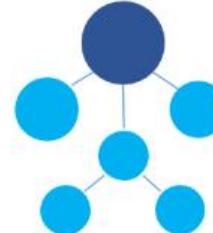
4

5



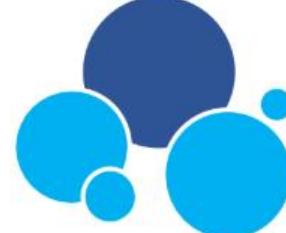
شبكة خطية

الحامدي

حضور محدود  
تأثير سريع

شبكة متوزعة

كنو

حضور سريع  
تأثير سريع

شبكة متحالفية

المرزوقي

حضور واسع  
تأثير مستدام

شبكة متضخمة

الباجي

حضور واسع  
تأثير ظرفي 

نفاذ سبكي 2014

# توبولوجيا الحضور الشبكي

ما هي الأنماط التي تتنظم وفقها الشبكات الميديا-اجتماعية للمترشحين؟



5K



5K



8K



1K



حضور



www.mourakiboun.org

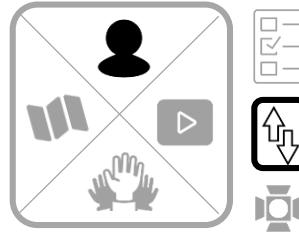
نفاذ سبكي

قوة دفع

طوبولوجيا

نفاذ سبكي

نفاذ سبكي



2

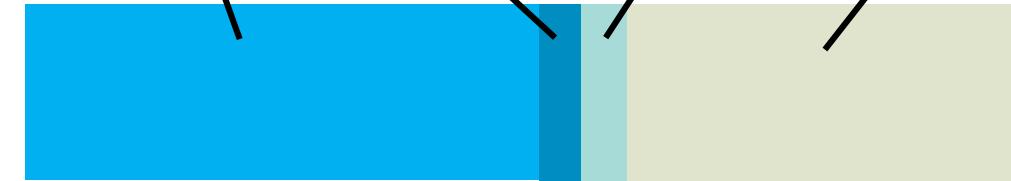
	1,2M		957K		810K		426K		415K		316K
	285K		280K		217K		178K		175K		137K
	114K		103K		99K		95K		88K		81K
	72K		72K		63K		44K		31K		17K
	16K		5,3K		تأثير شبكي		نفاذ شبكي		قوة دفع		طوبولوجيا
											حضور



2



ذاتيّ



&gt;

قوة دفع  
عاليٌ

316K

3



&gt;

قوة دفع  
ضعيف

137K

4



&gt;

قوة دفع  
عاليٌ

81K

5



16K



5,3K

# قوة الدفع الميديا-اجتماعي

تأثير شبكيٌّ



نفاذ شبكيٌّ

قوة دفع

طوبولوجيا <  
حضور <: : :  
الإعجاب



2

	1,2M		957K		810K		426K		415K		316K
	285K		280K		217K		178K		175K		137K

3

	114K		103K		99K		95K		88K		81K
--	------	--	------	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----

4

	72K		72K		63K		44K		31K		17K
--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----

5

	16K		5,3K		تأثير		نفاذ شبكي		قوة دفع		طوبولوجيا		حضور
--	-----	--	------	--	-------	--	-----------	--	---------	--	-----------	--	------



عبد الفتاح مورو Abdelfattah Mourou

4 h

رسالة الأستاذ عبد الفتاح #مورو لشعب التونسي  
الاستاذ عبد الفتاح #مورو 14 = #انتخب\_الأقدر\_لتونس\_أفضل  
#MOIROU2019 #ELECTION2019 #tnelec2019



1 k

177 commentaires 1,3 k partages

...



الصافي سعيد

8 septembre, à 16 h 05

في هذا المقطع يعرض #الصافي\_سعيد نماذج لمشاريعه التي ستحدث نقلة نوعية في الاقتصاد التونسي، وهو المرشح الوحيد الذي قدم مشاريع واقعية بنماذج جاهزة وبرنامجه وطرق تمويل واضحة.



3,3 k

392 commentaires 1 k partages

...



16K



5,3K

قدرة عالية على النّفاذ الشّبكيّ

تأثير شبكيّ

نّفاذ دفع

قدرة

طوبولوجيا

حضور

5





2

	1,2M		957K		810K		426K		415K		316K
	285K		280K		217K		178K		175K		137K

3

	114K		103K		99K		95K		88K		81K
--	------	--	------	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----

4

	72K		72K		63K		44K		31K		17K
--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----

5

	16K		5,3K		تأثير		نفاذ شبكي		قوة دفع		طوبولوجيا		حضور
--	-----	--	------	--	-------	--	-----------	--	---------	--	-----------	--	------

القدرة على

النفاذ الشبكي

ضعيف ■ محدود ■ متوسط ■ عالي

تأثير

ولوح

قوة دفع

طوبولوجيا

حضور

...



2

 1,2M 	 957K 	 810K 	 426K 	 415K 	 316K 	
 285K 	 280K 	 217K 	 178K 	 175K 	 137K 	
 114K 	 103K 	 99K 	 95K 	 88K 	 81K 	
 72K 	 72K 	 63K 	 44K 	 31K 	 17K 	
 16K 	 5,3K 	 تأثير	 نفاذ شبكي	 قوة دفع	 طوبولوجيا	 حضور

# سلّم التأثير الميديا-اجتماعي

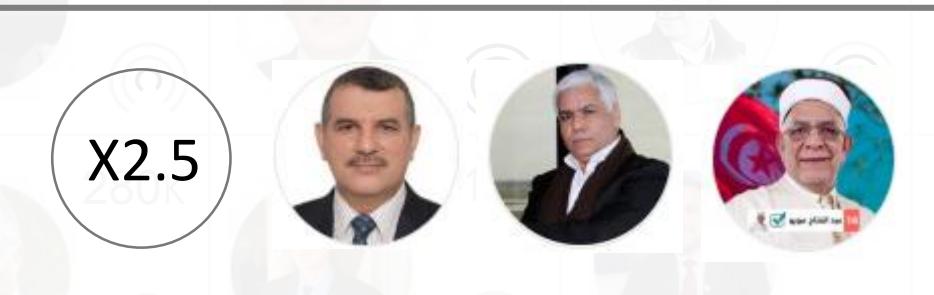
X1.5

X2.5

X2

X1.5

X1



1

مستخلصات عامة : ملامح  
العرض الانتخابي، أشكال التأثير،  
أنماط السلوك الانتخابي

2

منهجية الرصد : النطاق،  
الموضوع، الهدف والتمشّي

3

مستخلصات تفصيلية (أولية)

4

مقاربة تحليلية لдинاميكية  
التأثير الميديا-انتخابي

5

تحاليل قادمة في  
التقرير النهائي لرصد 2

خارطة التأثير: التضاريس، المساحات والتفاعلات

تطورات نوعية في استراتيجيات  
ال التواصل الميديا-انتخابي

تحليل الخطاب : أين الرئيس ؟

في بسيكولوجيا الاختيار :  
مقاربات مواطنية على الخط





# رَصْد



# رؤية جديدة لتحليل المشهد الميديا-لانتخابي باعتماد منهجية منصات التأثير (كاليديا )

## شکرا لکم.

## الانتخابات الرئاسية التونسية



KALIDIA