



رؤية جديدة لتحليل المشهد الميديا-لانتخابي
باعتداد منهجية منصّات التأثير (كاليديا)

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

الانتخابات الرئاسية التونسية



منصور عيوني، تونس 2019.
kalidianow@gmail.com



KALIDIA

1

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

2

منهجية الرصد : النطاق،
الموضوع، الهدف والتّمشي

3

مستخلصات تفصيلية (أولى)

4

مقاربة تحليلية لديناميكية
التأثير الميديا-انتخابي

5

تحاليل قادمة في
التقرير النهائي لرصد 2

ملاح العرض الانتخابي على الشبكات الاجتماعية

- مضمون العرض متركز على البرنامج والوعود من جهة وعلى إبراز الموقف من القضايا الكبرى من جهة أخرى
- عمل منهجي على توسيع فكرة صلاحيات الرئيس لتشمل استحقاق التنمية من بوابة الأمن الشامل
- استهداف الجيوب الانتخابية للخصم بخطاب مؤدلج، واستهداف الفئات "المهمشة" بعدد من الوعود "الشعبوية"

أشكال التأثير الميديا-اجتماعي

- التأثير بالنشاط طويل الأمد على الشبكات الاجتماعية
- التأثير بتظافر أسباب الدعم المالي والإعلامي والحزبي
- التأثير عن طريق استراتيجيات محتوى تسهر عليها فرق مختصة
- التأثير بطريقة عضوية من دون التعويل على فرق مختصة

أنماط السلوك الانتخابي على الخط

- الأفكار المستقرة
- الناخب الاستراتيجي
- الناخب الحائر

| | |
|---|---|
| 1 | مستخلصات عامة : ملاح العرض الانتخابي، أشكال التأثير، أنماط السلوك الانتخابي |
| 2 | منهجية الرصد : النطاق، الموضوع، الهدف والتّمشي |
| 3 | مستخلصات تفصيلية (أولية) |
| 4 | مقاربة تحليلية لديناميكية التأثير الميديا-انتخابي |
| 5 | تحاليل قادمة في التقرير النهائي لرصد 2 |

| | |
|---|---|
| 1 | مستخلصات عامّة : ملامح العرض الانتخابي، أشكال التأثير، أنماط السلوك الانتخابي |
| 2 | منهجية الرّصد : النّطاق، الموضوع، الهدف والتّمشّي |
| 3 | مستخلصات تفصيليّة (أوليّة) |
| 4 | مقاربة تحليليّة لديناميّة التأثير الميديا-انتخابي |
| 5 | تحاليل قادمة في التقرير النهائي لرصد 2 |

5
هيئتان وثلاث
جمعيات

7
صفحة رسميّة
لوسائل إعلاميّة

26
صفحة رسميّة
للمترشّحين

1001 تفاعلا
1001 تعليقا

1001
مشاركاً فيسبوك

مُدوّنّة بحوالي مليوني تفاعلا
وتعليقا على مدى شهر كامل

+2M

فهم أشكال التأثير وأنماط السلوك الانتخابي في الشبكة

تحليل العرض الانتخابي على الخطّ

1. الحضور الميداني-اجتماعي

طوبولوجيا الحضور

قوة الدّفع الشّبكي

مستوى النّفاذ الشّبكي

التّأثير الميداني-اجتماعي

1

مستخلصات عامّة : ملامح
العرض الانتخابي، أشكال التّأثير،
أنماط السلوك الانتخابي

2

منهجية الرّصد : النّطاق،
الموضوع، الهدف والتّمشي

3

مستخلصات تفصيليّة (أوليّة)

4

مقاربة تحليليّة لديناميّة
التّأثير الميداني-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 والتمشي |
| 3 | مستخلصات تفصيلية (أولية) |
| 4 | مقاربة تحليلية لديناميكية التأثير الميديا-انتخابي |
| 5 | تحاليل قادمة في التقرير النهائي لرصد 2 |

1 تطوّر كبير لآداء الحملات الانتخابية على الخطّ، مع اعتماد غالبية المرشحين على فرق مختصة في التسويق الرقمي

2 الإذاعات هي الأكثر تأثيرا من بين وسائل الإعلام، مع بلوغ مستوى التفاعل ذروته خلال المناظرات التلفزية

3 ترتفع التفاعلات مع منشورات المرشح عندما يعلّق بصفة بعدية على ظهور تلفزيوني له أو عندما يدفع عن نفسه إشاعة أو عندما يتوجّه بالنقد المباشر للخصم الانتخابي

4 ليس هنالك تغيير كبير في نسق التفاعل عندما يخوض المرشح مجدّدا في بسط برنامجه الانتخابي

| | |
|---|---|
| 1 | مستخلصات عامّة : ملامح العرض الانتخابي، أشكال التأثير، أنماط السلوك الانتخابي |
| 2 | منهجية الرصد : النطاق، الموضوع، الهدف والتّمشي |
| 3 | مستخلصات تفصيليّة (أوليّة) |
| 4 | مقاربة تحليليّة لديناميّة التأثير الميديا-انتخابي |
| 5 | تحاليل قادمة في التقرير النهائي لرصد 2 |

5
أهمّ مواضيع التّفاعل متعلّقة بالتّسليّة (التنبيه)، ثمّ الدّفاع عن المرشّح، ثمّ نقاش مواصفات الرّئيس، ثمّ ترتيب المرشّحين

6
سجّلنا وعيا عامّا بالانحياز السّيّاسيّ لعدد من سائل الإعلام مع تركّز النّقد على الصّحفيّين أكثر منه على المؤسّسات

7
سجّلنا حالة من التّعديل الشّبكيّ الدّاتيّ بالتّنبية للأخبار الزّائفة ونبذ خطاب العنف ورفض إقحام الجيش في التّجاذب السّيّاسيّ

8
الشّبكات الاجتماعيّة لا تغيّر المواقف المستقرّة ولكن تساعد المواطن الحائر على إقصاء بعض المرشّحين

| | | | |
|---|---|--|----|
| 1 | مستخلصات عامّة : ملامح العرض الانتخابي، أشكال التأثير، أنماط السلوك الانتخابي | المواطنون الحائرون هم الأكثر تفاعلا عن طريق التعليقات على منشورات الغير والنشر على صفحاتهم الشخصية | 9 |
| 2 | منهجية الرصد : النطاق، الموضوع، الهدف والتّمشي | نشاط لصفحات محلّية داعمة لمرشّحين بعينهم بدوافع جهويّة، خاصّة في منطقة الشّمال الغربيّ والوسط | 10 |
| 3 | مستخلصات تفصيليّة (أوليّة) | ليس هنالك أثر كبير للمنشورات الرّسميّة المتعلّقة بالزيارات الميدانيّة (اجتماعات شعبيّة)، ما عدى تلك التي توثّق حوارا حيّا وتلقائيّا مع المواطنين | 11 |
| 4 | مقاربة تحليليّة لديناميّة التأثير الميديا-انتخابي | تشكّل "بروفيل" ناخب استراتيجيّ ليس له خيار مسبق أو انتماء إيديولوجيّ، لكن يضع لنفسه سلّم اختيار شخصيّ | 12 |
| 5 | تحاليل قادمة في التقرير النهائي لرصد 2 | | |

1

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

2

منهجية الرصد : النطاق،
الموضوع، الهدف والتمشي

3

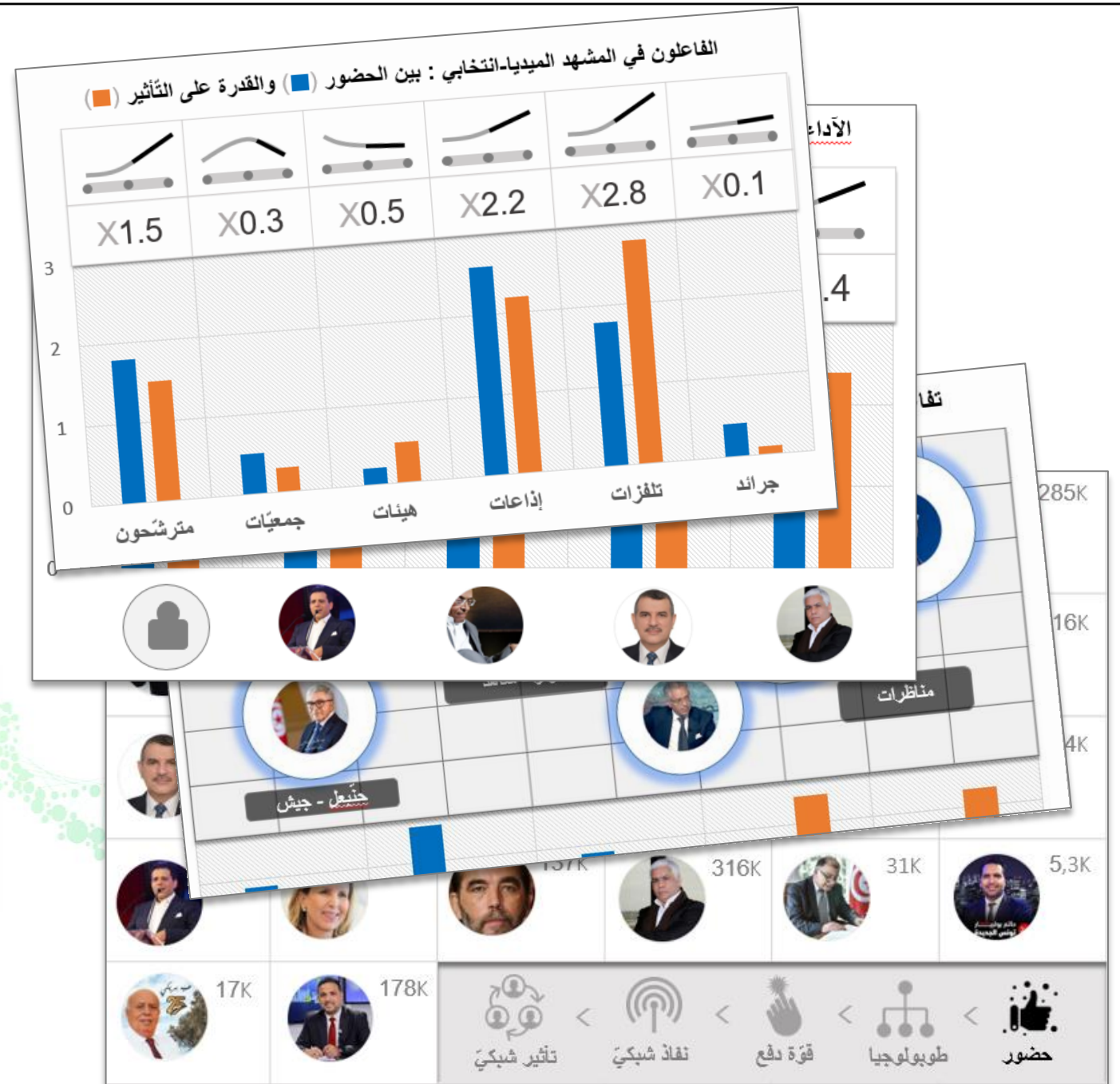
مستخلصات تفصيلية (أولية)

4

مقاربة تحليلية لديناميكية
التأثير الميديا-انتخابي

5

تحاليل قادمة في
التقرير النهائي لرصد 2



1

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

2

منهجية الرصد : النطاق،
الموضوع، الهدف والتّمشّي

3

مستخلصات تفصيليّة (أوليّة)

4

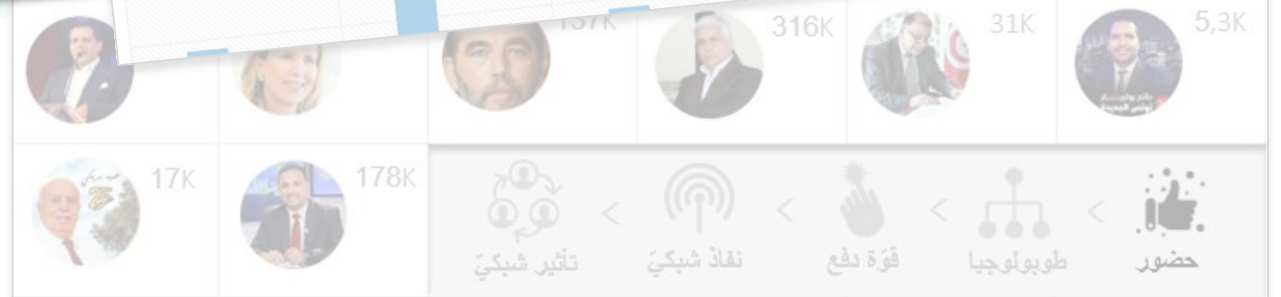
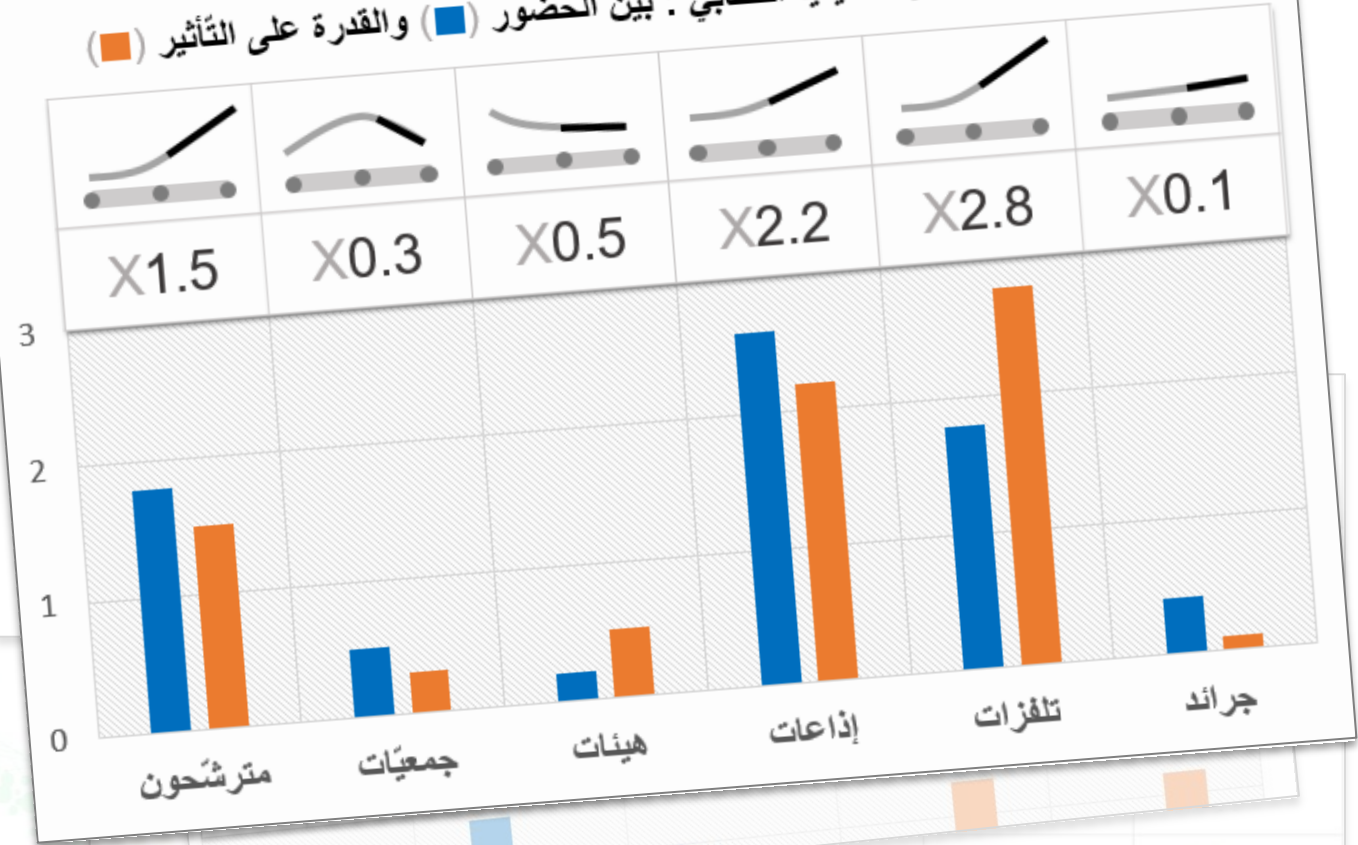
مقاربة تحليليّة لديناميّة
التأثير الميديا-انتخابي

5

تحاليل قادمة في
التقرير النهائي لرصد 2

2024 بين الحضور (■) والقدرة على التأثير (■)

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



1

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

2

منهجية الرصد : النطاق،
الموضوع، الهدف والتمشي

3

مستخلصات تفصيلية (أولية)

4

مقاربة تحليلية لديناميكية
التأثير الميديا-انتخابي

5

تحاليل قادمة في
التقرير النهائي لرصد 2



1

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

2

منهجية الرصد : النطاق،
الموضوع، الهدف والتمشي

3

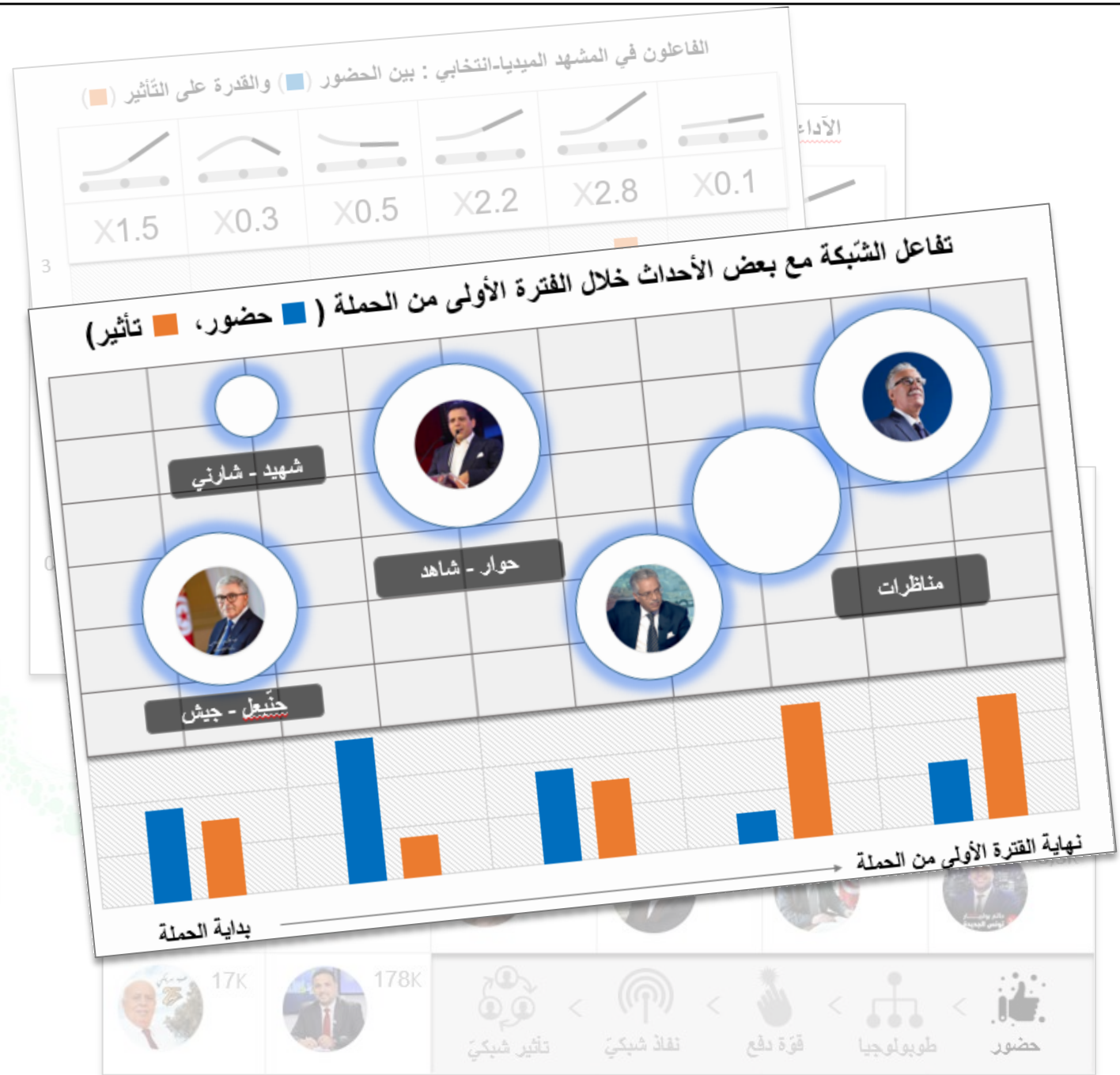
مستخلصات تفصيلية (أولية)

4

مقاربة تحليلية لديناميكية
التأثير الميديا-انتخابي

5

تحاليل قادمة في
التقرير النهائي لرصد 2



1

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

2

منهجية الرصد : النطاق،
الموضوع، الهدف والتّمشّي

3

مستخلصات تفصيليّة (أوليّة)

4

مقاربة تحليليّة لديناميّة
التأثير الميديا-انتخابي

5

تحاليل قادمة في
التقرير النهائي لرصد 2



الآداء الميداني-إجتماعي لمرشحي 2014: بين الحضور (■) والقدرة على التأثير (■)

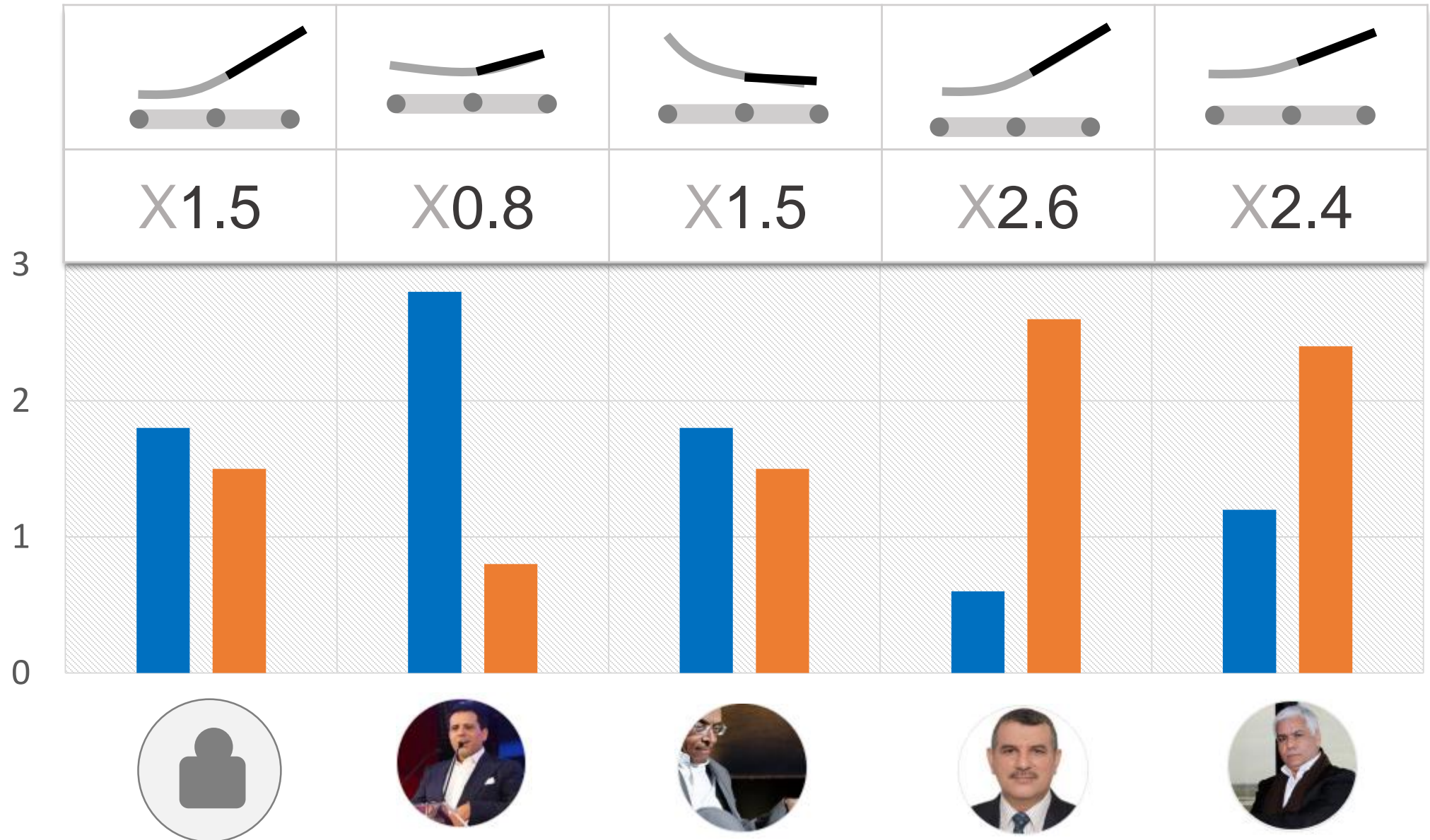
1

2

3

4

5



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

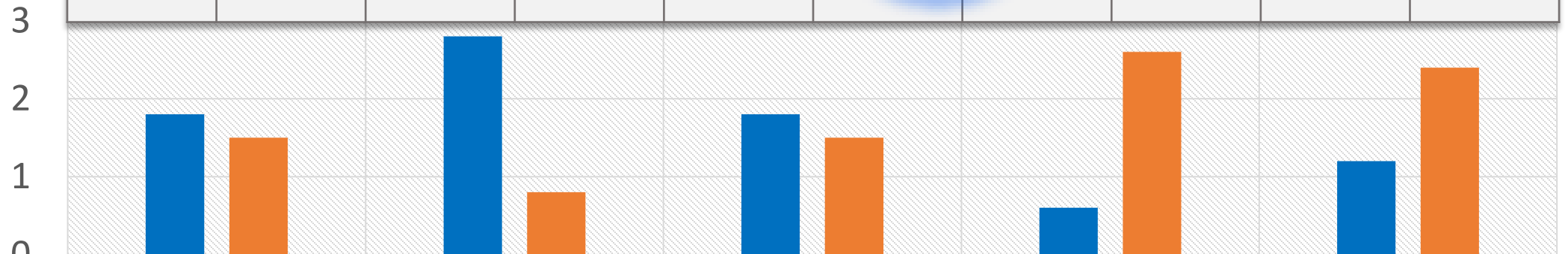
1

2

3

4

5



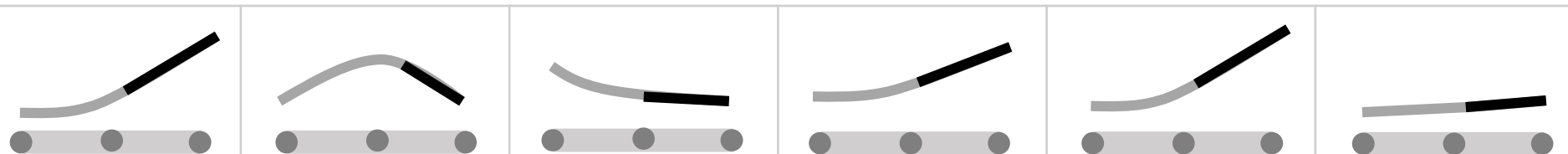
بداية الحملة

نهاية الفترة الأولى من الحملة

1

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

2



X1.5

X0.3

X0.5

X2.2

X2.8

X0.1

3

3

4

2

5

1

0

مترشّحون

جمعيات

هيئات

إذاعات

تلفزات

جرائد



2

3

4

5



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

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

حضور واسع

تأثير شبكي

أكثر من 800 ألف

قوة دفع

3

مجال شبكي



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

حضور كبير

تأثير شبكي

أكثر من 280 ألف

قوة دفع

5

مجال شبكي



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

حضور جيد

أكثر من 130 ألف نفوذ شبكي تأثير شبكي

4

قوة دفع

مجال شبكي



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

11 حضور متوسط
أكثر من 30 ألف
تأثير شبكي
نفاذ شبكي
قوة دفع
مجال بكي

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

حضور محدود

تأثير شبكي

نفوذ شبكي
أقل من 17 ألف

قوة دفع

2

مجال شبكي



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

حضور ضعيف

تأثير شبكي

نفوذ شبكي
في حدود 5 آلاف

قوة دفع

مجال البكي



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



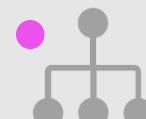
تأثير شبكي



نفاذ شبكي



قوة دفع



طوبولوجيا



حضور



2

3

4

5



توبولوجيا الحضور الشبكي

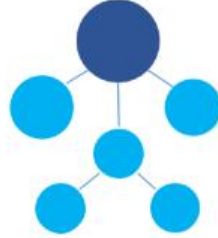
ماهي الأنماط التي تنتظم وفقها الشبكات الميديا-اجتماعية للمترشحين ؟



شبكة خطية

الحامدي

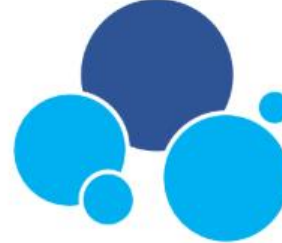
حضور محدود
تأثير سريع



شبكة متوزعة

كنو

حضور سريع
تأثير سريع



شبكة متحالفة

المرزوقي

حضور واسع
تأثير مستدام



شبكة متضخمة

الباجي

حضور واسع
تأثير ظرفي

مراقبون رصد
Mourakiboun



www.mourakiboun.org

تذكير 2014



316K



137K



81K



17K



حضور

طوبولوجيا

قوة دفع



2

3

4

5



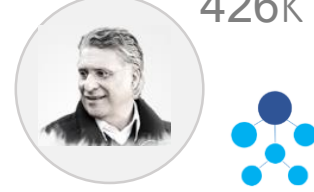
1,2M



957K



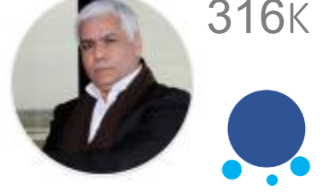
810K



426K



415K



316K



285K



280K



217K



178K



175K



137K



114K



103K



99K



95K



88K



81K



72K



72K



63K



44K



31K



17K



16K



5,3K



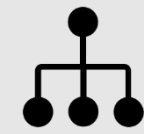
تأثير شبكي



نفاذ شبكي



قوة دفع



طوبولوجيا



حضور



2

3

4

5



قوة دفع
عالي



قوة دفع
ضعيف



قوة دفع
عالي



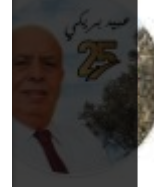
316K



137K



81K



17K



16K



5,3K

قوة الدفع الميديا-اجتماعي

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



نفاذ شبكي



قوة دفع



طوبولوجيا



حضور



Abdelfattah Mourou عبد الفتاح مورو

4 h · 🌐

رسالة الأستاذ عبد الفتاح #مورو لشعب التونسي
الأستاذ عبد الفتاح #مورو 14 = #انتخب_الأقدر_لتونس_أفضل
#MOUROU2019 #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 وبرنامج وطرق تمويل واضحة.



👍❤️😄 3,3 k

392 commentaires 1 k partages

قدرة عالية على النفاذ الشبكي

تأثير شبكي

نفاذ شبكي

قوة دفع

طوبولوجيا

حضور

Hamma Hammami حمه الهمامي
53 minutes · 🌐

يلزمها دبلوماسية جديدة
#يلزمها_حمه ✓ 8



19 2 commentaires 33 partages

J'aime Commenter Partager

Mongi Rahoui منجي الرحوي
10 h · 🌐

إجابة المرشح منجي الرحوي على السؤال التالي: هل تساندون مقترح تغيير الأوراق النقدية لوضع حد للتهريب وتبييض الأموال وتمويل الإرهاب؟
أكد المرشح للانتخابات الرئاسية منجي الرحوي خلال حضوره في المناظرة التلفزيونية أنه مع مقترح تغيير العملة لسببين أولهما دخول العملة إلى المسالك البنكية وثانيهما معرفة الموارد الحقيقية.
مشيرا إلى أن تغيير العملة من أوكد المهام التي يجب تجسيدها وهو إحدى الوسائل لتفكي تبييض الأموال.
#نعم_نغير
#منجي_الرحوي ... Afficher la suite



229 48 commentaires 40 partages

قدرة محدودة على النفاذ الشبكي

نفاذ شبكي

قوة دفع

طبولوجيا

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



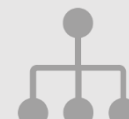
تأثير



نفاذ شبكي



قوة دفع



طوبولوجيا



حضور

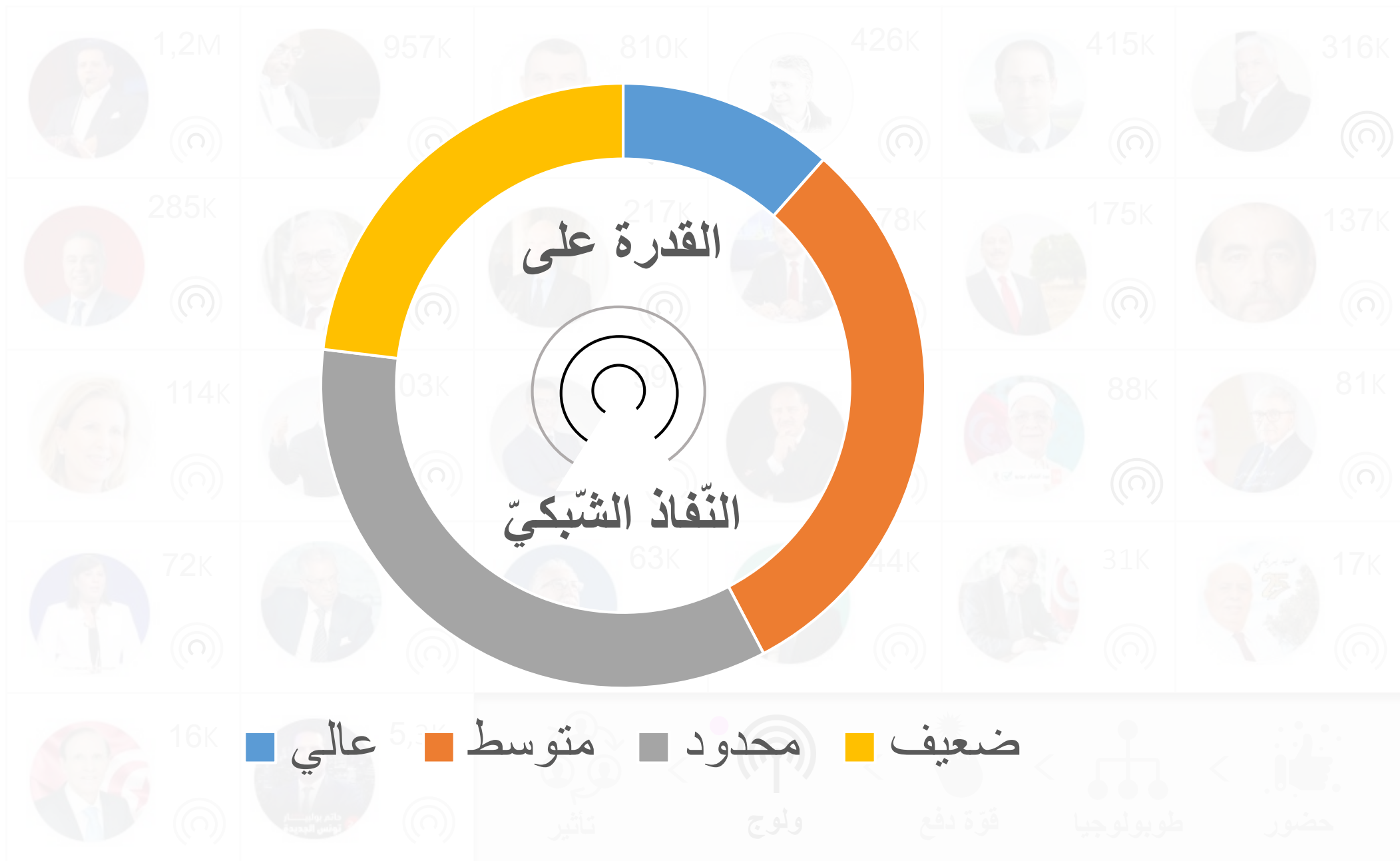


2

3

4

5





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



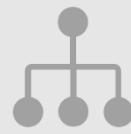
تأثير



نفاذ شبكي



قوة دفع



طوبولوجيا



حضور

X1.5

سليم التاثير
الحديد-اجتماعي

X2.5



X2



X1.5



X1



| | |
|---|---|
| 1 | مستخلصات عامّة : ملامح العرض الانتخابي، أشكال التأثير، أنماط السلوك الانتخابي |
| 2 | منهجية الرّصد : النّطاق، الموضوع، الهدف والتّمشّي |
| 3 | مستخلصات تفصيليّة (أوليّة) |
| 4 | مقاربة تحليليّة لديناميّة التّأثير الميديا-انتخابي |
| 5 | تحاليل قادمة في التقرير النهائي لرصد 2 |

| |
|---|
| خارطة التّأثير: التّضاريس، المساحات والتّفاعلات |
| تطوّرات نوعيّة في استراتيجيات التّواصل الميديا-انتخابي |
| تحليل الخطاب : أين الرّئيس ؟ |
| في بسلوكولوجيا الاختيار : مقاربات مُواطنيّة على الخطّ |

رصد



رؤية جديدة لتحليل المشهد الميداني-لانتخابي
باعتدال منهجية منصّات التأثير (كاليديا)

شكرا لكم.

الانتخابات الرئاسية التونسية