

استخدام الأحزاب السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي في تسويق البرامج الانتخابية
دراسة تحليلية على صفحات الأحزاب المشاركة في الانتخابات الرئاسية 2019 بالجزائر على
الفايسبوك

اشراف: أ.د. جمال بن زروق

اعداد: ط.د: محي الدين فرحات

ملخص الدراسة:

تسعى هذه الدراسة الموسومة بـ "استخدام الأحزاب السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي في تسويق البرامج الانتخابية، دراسة تحليلية على صفحات الأحزاب المشاركة في الانتخابات الرئاسية 2019 بالجزائر على الفاييسبوك" إلى التعرف على مدى اهتمام مسؤولي الأحزاب السياسية الجزائرية المشاركة في الانتخابات الرئاسية بالتسويق السياسي لبرامجهم الانتخابية عبر مواقع التواصل الاجتماعي خاصة صفحات الفاييسبوك وذلك بتحليل السوق السياسية ودراستها وفهمها وتحليل مكوناتها، وقد تم اعتماد المنهج الوصفي في عملية البحث في هذا الموضوع وتم تحديد منشورات الأحزاب السياسية المشاركة في الانتخابات عبر صفحاتها الفاييسبوكية كعينة للدراسة والتحليل بواسطة تحليل المحتوى كأداة أساسية، وخلصت الدراسة الى أن الأحزاب السياسية محل الدراسة تستخدم مزيجا من الفيديو والصور والنصوص لصناعة المحتويات الإعلامية لتسويق المنتج السياسي، وذلك محاولة منهم لإقناع جمهور المتلقين وكسب اهتمامهم وانتمائهم، كما تعتمد غالبا على اللغة العربية الفصحى، أو بمزيج لغوي بين العربية الفصحى والعامية لتسهيل التواصل مع المنتخبين.

- يعتبر رؤساء الأحزاب هم الفاعلون السياسيون الرئيسيون في المضامين المنشورة على

صفحات الأحزاب المشاركة في الانتخابات الرئاسية 2019

- وكرتتيب لأكثر المواضيع اهتماما من قبل مسيري هذه الصفحات نجد أن برامجهم

الانتخابية وشرحها ومناقشتها هي الأكثر أهمية وتليها المواضيع السياسية العامة، ثم المواضيع المتعلقة بالجانب الاجتماعي والمستوى المعيشي للمواطن الجزائري.

Résumé

L'étude intitulée « L'utilisation des réseaux sociaux par les partis politiques pour la diffusion des programmes électoraux. Etude analytique des pages Facebook des parties participant aux élections présidentielles en Algérie 2019 » vise à montrer l'intérêt des partis politiques algériens participant aux élections présidentielles à la diffusion de leurs programmes électoraux à travers les réseaux sociaux, en particulier sur les pages Facebook en analysant la scène politique et comprendre sa composante.

L'approche descriptive a été adoptée dans le processus de recherche sur ce sujet, et les publications des parties publiques participant aux élections ont été identifiées à travers leurs pages Facebook comme un échantillon d'étude ainsi que l'analyse du contenu comme un outil de base.

La recherche a abouti aux résultats ci-dessous :

- Les partis politiques utilisent les séquences vidéos, des images et des textes dans l'élaboration des contenus informationnelles pour la diffusion du programmes politiques afin de convaincre les citoyens dans un langage clair et facile dans la communication avec les électeurs.
- Les chefs de partis politiques occupent une place importante dans les contenus diffusés sur les pages des partis participant aux élections présidentielles 2019.

Les programmes électoraux occupent une place considérable suivis de programmes politiques puis viennent les programmes d'ordre social et culturel du citoyen algérien.

Political Parties' Use of Social Media in Marketing Electoral Programs

An analytical study on the Facebook pages of the parties participating in the 2019 presidential elections in Algeria.

Prepared by: Dr.: Mohi eddin Farhat

Supervised by: Prof.
Dr. Jamal Bin Zarrouk

Study summary:

This study, entitled "Political Parties' Use of Social Media in Marketing Electoral Programs, an analytical study on the Facebook pages of the parties participating in the 2019 presidential elections in Algeria" seeks to identify the extent to which officials of the Algerian political parties participating in the presidential elections are interested in political marketing of their electoral programs through websites and social communication especially Facebook pages, by analyzing, studying and understanding the political market and analyzing its components.

The descriptive approach was adopted in the research process on this subject. The publications of political parties participating in the elections were identified through their Facebook pages as a sample for study and analysis by content analysis as a basic tool. The study concluded that the political parties under study use a mixture of videos, images and texts to manufacture media contents to market the political product, in an attempt to convince the audience of recipients and gain their interest and affiliation, as they often rely on the classical Arabic language, or a linguistic mixture between classical and colloquial Arabic to facilitate communication with the elected.

- The heads of the parties are the main political actors in the content published on Pages of the parties participating in the 2019 presidential elections.

- As an arrangement of the topics of most interest by the administrators of these pages, we find that their electoral programs, their explanation and discussion are the most important, followed by the general political issues, then the issues related to the social aspect and the Algerian citizen's living standards.