

في ندوة بجامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

## دعوة إلى الاستعانة بالخبصين والباحثين لبناء إستراتيجية فعالة في التسويق السياسي



للأحزاب فقد أوضح ، أن التسويق السياسي في الجزائر مر بمرحلتين ما قبل الحراك ، وما بعد الحراك ، مؤكدا على أن وسائل الإعلام في الجزائر بقيت تلعب نفس الدور ، بالنسبة لطلعت هي من يملئ ويعلم الأحزاب السياسية، على عكس ما يحدث في أوروبا وأمريكا أين تنشأ الأحزاب السياسية صحافة خاصة بها ، وتحاول أن تسوق من خلال وسائل الإعلام لخطبها السياسية ، وترصد لذلك ميزانيات كبيرة وتستخدم عديد الوسائل منها وسائل الإعلام الجديدة التي أصبح الآن يراهن عليها خصوصا أصبحت حسم نتائج الانتخابات حتى قبل الانتخابات نفسها.

دلال ب .

تشكل إطار للتسويق السياسي الأقرب ميدانيا للتحقق منه في الواقع وتتضمن جوانب خاصة تلك المتعلقة بالترتيبات المحلية في قطاعات مختلفة ، والتعاون في عدة مجالات تشمل الاقتصاد والسياسة ، والتعليم العالي ، والسياحة ، وخاصة بعدها الأمني المتعدد الأطراف لمختلف التوجهات ، وتفعيل الحوار السياسي والشراكة الاقتصادية من خلال إبراز دورها في تجسيد السياسة العامة القطاعية في الجزائر وتأثير ذلك على التنمية المستدامة ، من منطلق أن التسويق للأفكار السياسية سواء منه في السلطة أو المعارضة لا يخرج من التطرق إلى هذه المحاور . وسلط الدكتور بوشوشة عبد الحميد الضوء على دور الإعلام في تسويق الخطاب السياسي

وأكدت الدكتورة ليلي فيلاي رئيسة مخبر الدراسات الدعوية والاتصالية أن الندوة جاءت بهدف دعم التكوين في الدكتوراه ، وخاصة أن التكوين في الاتصال السياسي هو قليل جدا في الجزائر ، كما أكدت أن الغاية من هذه الندوة هي إبراز التقنيات الحديثة المطبقة في التسويق السياسي في البلدان الغربية التي تعمل وفق الديمقراطية الرقمية وتوظيف تكنولوجيا الاتصال والإعلام في الحملات الانتخابية ، من خلال إعطاء صورة عملية لكيفية الاستفادة من هذه التكنولوجيات وما يسمى بالبيانات الضخمة واستخدامها في استهداف الجمهور التأثير عليه في الحملات الانتخابية . وقدم الدكتور عبد اللطيف بوروي من جامعة قسنطينة 03 صورة عن دور الجماعات المحلية في تكريس الجودة السياسية في الجزائر ، موضحا أن العلاقة التكاملية بين مفهوم الحكم الرشيد والتنمية المستدامة في البلدية الجزائرية في الظرفية الراهنة تثير عديد الإشكالات على المستوى النظري والميداني ، خاصة بعد سنة 2019 ، والتوجه نحو تجسيد السلطة للشعب ، حيث إن أسلوب دراستها في تطور مستمر نتيجة تأثر العوامل الداخلية والمقتضيات الدولية كما أكد المتحدث أن البلدية الجزائرية تتميز بأنها تشمل مجالات عدة

أجمع ويوم أمس المشاركون في الندوة الوطنية التسويق السياسي في الجزائر الواقع والمسؤول على ضرورة زيادة الاستثمار في تقنيات الإعلام والاتصال من أجل تشجيع مرتبة الأحزاب السياسية كلها. ودعا المتحدثون في الندوة التي نظمتها جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية ممثلة في مخبر الدراسات الدعوية والاتصالية، إلى الاستعانة بالمختصين والأكاديميين والباحثين من أجل بناء وضبط إستراتيجية فعالة في التسويق السياسي ودعم الاهتمام بالدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في صنع المشهد السياسي. قسنطينة: دلال بوعلام وشدت المتحدثون على ضرورة توفير خدمة التسويق السياسي وترشيد استخدامها من خلال إشراك الفاعل الحكومي والغير حكومي والأفكار المرتبطة بهما ، كما حث المختصين في السياسة والإعلام على الاهتمام بدور البلدية كوحدة تحليل قطاعات تهم المواطن سياسيا واقتصاديا وأمنيا ، كما حث الخبراء على ضرورة العمل على تحسين صفحات الأحزاب السياسية واعتبارها صفحات رسمية وليست شخصية واختمت التوصيات بدعوة إلى اقتراح موضوع الثقافة السياسية في المجتمع الجزائري لمنقضى وطني بالشراكة مع كلية العلوم السياسية والعلاقات الدولية.