

اتجاهات الجمهور نحو تناول مواقع الصحف الإلكترونية للانتخابات الرئاسية المصرية لعام ٢٠٢٣م

هيام محمد الهادي

مدرس بقسم الإعلام التربوي - كلية التربية النوعية - جامعة بنها

مستخلص

هدفت الدراسة إلى تناول التأثيرات الناتجة عن اعتماد الجمهور على مواقع الصحف الإلكترونية كمصدر للمعلومات عن انتخابات الرئاسة ٢٠٢٣م، والكشف عن اتجاهات الجمهور نحو تناول مواقع الصحف الإلكترونية لانتخابات الرئاسة ٢٠٢٣م، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تعتمد على منهج المسح، وتم تطبيق الدراسة على عينة عمدية قوامها (٤٠٧) مفردة من الجمهور المصري المتابعون لمواقع الصحف الإلكترونية، ولديهم حق الانتخاب، باستخدام استمارة الاستبيان، وتوصلت الدراسة إلى: أهم دوافع متابعة الجمهور لانتخابات الرئاسة بمواقع الصحف الإلكترونية "التعرف على برامج المرشحين وفهمها بدقة" والتي جاءت بوزن مئوى بلغ (٦,٦٥%) والتي جاءت بالترتيب الأول، يليها بالترتيب الثانى "التعرف على وجهات النظر المختلفة حول الانتخابات" بوزن مئوى بلغت قيمته (٦,٦٣%)، ثم بالترتيب الثالث دافع "تقديم تغطية متكاملة لكل ما يتعلق بالانتخابات الرئاسية"، حيث جاء بوزن مئوى بلغت قيمته (٦,٤٤%)، - كما جاء أن نسبة (٥,٩%) من الجمهور يرون أن تناول مواقع الصحف الإلكترونية لانتخابات الرئاسة لها تأثير سلبي اتجاهاتهم، كما جاءت نسبة (٥٦,٨%) من الجمهور عينة الدراسة أن تناولها لأخبار انتخابات الرئاسة لها تأثير إيجابي على اتجاهاتهم، بينما ظهر نسبة (٣٧,٣%) يرون أن لمواقع الصحف لانتخابات الرئاسة تأثير محايد على اتجاهاتهم نحو الانتخابات.

الكلمات المفتاحية: اتجاهات الجمهور، الصحف الإلكترونية، الانتخابات الرئاسية المصرية

Public Attitudes Towards the Coverage of the 2023 Egyptian Presidential Elections on Electronic Newspaper Websites

Hayam Mohamed El-Hadi

Lecturer Department of Educational Media, Faculty of Specific Education, Benha University

Abstract

The study aimed to examine the impacts resulting from the public's reliance on electronic newspaper websites as a source of information about the 2023 presidential elections. It also aimed to uncover public trends towards consuming these websites for election-related news. This descriptive study utilized a survey method and was conducted on a purposive sample of 407 Egyptian citizens who follow electronic newspaper websites and have voting rights. The study found that the primary motivation for the audience's interest in presidential elections through these websites is "to understand candidates' programs accurately," which ranked first with a weighted percentage of 6.65%. Following this, the second motivation was "to understand different perspectives on the elections," with a weighted percentage of 6.63%. The third motivation was "to provide comprehensive coverage of everything related to presidential elections," with a weighted percentage of 6.44%. Additionally, 5.9% of the audience perceives a negative impact on their attitudes towards presidential elections from consuming electronic newspaper websites, while 56.8% believe it has a positive impact, and 37.3% see the impact as neutral.

Keywords: public trends, electronic newspapers, Egyptian presidential elections

مقدمة

حظيت مواقع الصحف الإلكترونية فى السنوات الأخيرة باهتمام شديد من قبل الجمهور حيث تعد مصدرًا هامًا يلجأ إليها فى الحصول على المعلومات عن كافة الموضوعات والقضايا المثارة بالمجتمع، فهى تمثل رصيّدًا أخباريًا هامًا، خصوصًا فى ظل أجواء التغير الاجتماعى والسياسى الذى تمر به البلاد، وذلك نظرًا لإتاحتها وسهولة استخدامها، كما أنها تتيح لمستخدميها حرية التعبير عن الرأى، والتواصل مع القائم بالاتصال.

وتعتبر الانتخابات بشكل عام من أهم مظاهر المشاركة السياسية ودليل من دلائل الديمقراطية، حيث أصبحت من الأشكال الهامة للممارسة الديمقراطية ووسيلة للحصول على الحقوق والحريات والتداول السلمى للسلطة، وتمثل الانتخابات الرئاسية المصرية حدثًا مهمًا ومؤثرًا فى التحولات السياسية التى تشهدها مصر، لذا فإن تناول انتخابات الرئاسة بمواقع الصحف الإلكترونية تعد بمثابة مادة إعلامية لاغنى عنها كمصدر للمعلومات لدى الجمهور المتابع والمهتم بالأوضاع السياسية فى مصر وعلى رأسها الانتخابات الرئاسية.

والعملية الانتخابية فى بلدان العالم كافة تعتمد على تفاعل ثلاث أطراف رئيسية هى المرشحين ووسائل الإعلام والناخبين، فوسائل الإعلام تقوم بتوصيل المعلومات للناخبين لتعريفهم بالمرشحين وتعمل على تشجيع الجمهور على المشاركة السياسية، ويصبح الإعلام بذلك هو الوسيلة التى تتوسط بين المرشحين والناخبين الذين يرجو كل مرشح أن يحصل على أصواتهم حتى يظفر بالحكم، والدور الذى تؤديه وسائل الإعلام فى الانتخابات نابع من طبيعة ووظيفة هذه الوسائل فى الإخبار والشرح والتحليل والتفسير والمبادرة والمبادأة والمراقبة والتنبيه.

وتتصدر انتخابات الرئاسة المصرية اهتمامات وسائل الإعلام بصفة عامة ومواقع الصحف الإلكترونية بصفة خاصة بل وتتنافس فيما بينها فى تناولها لكافة جوانب العملية الانتخابية ومحاولة تقديم معلومات فورية لإحاطة الرأى العام بما يحدث فى كافة الدوائر الانتخابية بجميع محافظات مصر بالصوت والصورة.

وفى هذا الصدد تقوم وسائل الإعلام والتى من بينها مواقع الصحف الإلكترونية بمساعدة الأفراد على إدراك الموضوعات السياسية الراهنة، ومن ثم زيادة الوعى السياسى لديهم من خلال كم ونوعية المعلومات التى تقدم لهم وتؤثر فى تشكيل أفكارهم واتجاهاتهم، وبث معتقدات سياسية بما يتناسب مع أيديولوجية النظام القائم.

فمواقع الصحف الإلكترونية نجحت في توفير كم زاهر من المعلومات المتعلقة بالانتخابات الرئاسية، حيث يتابعها الجمهور المصري بكافة قطاعاته بوجه عام، حيث تحظى الانتخابات باهتمام واسع لوسائل الإعلام، ومن ثم يتم متابعتها لحظة بلحظة منذ إعلان فتح باب الترشح وانتهاءً بإعلان نتائج الانتخابات، وفي كل مرحلة من مراحل الانتخابات يتجلى دور مواقع الصحف الإلكترونية في تشكيل اتجاهات الجمهور، ومن ثم التأثير في قراراته التي يتحدد وفقها دوره في بناء النظام السياسي والاجتماعي للدولة، وبذلك تكون مواقع الصحف الإلكترونية شجعت متابعيها على أن يتبنون سياستها التي تسهم في تشكيل اتجاهاتهم نحو الانتخابات الرئاسية المصرية.

وفي ضوء تناول مواقع للانتخابات الرئاسية المصرية ترى الباحثة أنه من الجدير بالدراسة التعرف على اتجاهات الجمهور نحو تناول مواقع الصحف الإلكترونية للانتخابات الرئاسية المصرية ٢٠٢٣.

أولاً: مشكلة الدراسة

تمثل الانتخابات الرئاسية حدثاً سياسياً هاماً للشعب المصري، لكونها من أهم الوسائل التي يترتب عليها الكثير من النتائج والتغييرات في كافة المجالات والأنظمة، الأمر الذي يجعلها محل اهتمام ومتابعة من قبل وسائل الإعلام المختلفة التقليدية والحديثة، تلك الوسائل التي لها دور بالغ التأثير في تغيير الأفكار والآراء والاتجاهات إزاء العملية الانتخابية.

وفي ضوء معطيات نظرية الاعتماد التي تركز على أن العلاقات بين وسائل الإعلام والجمهور والنظام الاجتماعي تتسم بخصائص اجتماعية من الاعتماد المتبادل الذي تفرضه سمات المجتمع الحديث، حيث يعتمد أفراد الجمهور على وسائل الإعلام كنظام فرعي لإدراك تفهم نظام فرعي آخر هو المحيط الاجتماعي من حولهم يعني اكتساب الفرد للمعلومات الخاصة بتوجيه سلوكه في المجتمع لاتخاذ السلوك الملائم لتوقعات نقيم المجتمع في المواقف المختلفة السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية وغيرها، حيث تعتبر وسائل الإعلام أداة حيوية يتم استخدامها وفق الظروف والمتغيرات الاجتماعية والسياسية التي تمر بها البلاد لتحقيق أهداف ومصالح معينة، من حيث طرق تقديمها للأخبار واختيار موضوعاتها وأشكالها، وقيمها التي تحكم تناولها للانتخابات الرئاسية بما يؤثر في اتجاهات الجمهور وتحديد مواقفها نحوها في ضوء ما تقدم من أخبار وآراء وتحليلات وتغطيات مباشرة من خلال مواقع الصحف الإلكترونية.

وفي ضوء ما توصلت إليه مؤشرات الدراسة الاستطلاعية التي أجرتها الباحثة على عينة من الجمهور المصري قوامها أربعون مبحوثا قبل القيام بإجراء الدراسة الراهنة في الفترة من يناير إلى فبراير ٢٠٢٤، والتي أظهرت اعتمادهم على مواقع الصحف الإلكترونية في الحصول على معلومات حول الانتخابات الرئاسية ٢٠٢٣م، وكذلك أعطت نتائج تبين مدى اهتمام مواقع الصحف الإلكترونية بتناول الانتخابات الرئاسية وزيادة معدلات النشر لهذه النوعية من الموضوعات، بالإضافة إلى جانب اعتماد الجمهور المصري على المواقع الصحف الإلكترونية في استيفاء معلوماته عن الانتخابات الرئاسية، بل ويتعاضد دورها في تشكيل آرائهم واتجاهاتهم نحو المرشحين، لذا كان من الأهمية رصد دورها في تناول انتخابات الرئاسة وتشكيل اتجاهاتهم الجمهور نحوها.

وقد أشارت العديد من الدراسات السابقة ومنها دراسة (Phillips, El-Sebahy, N. (2024). N. V. (2024). S. (2023). Swafford, S. C. (2023). Ha, S. (2023). Firmannamal, A. (2023). نرمن نصر محمد إبراهيم (٢٠٢١)، سامح حسنين عبد الرحمن (٢٠١٧)، عبد الصادق عبد الصادق (٢٠١٤) إلى أن مواقع الصحف الإلكترونية ساهمت بشكل كبير في التعرف علي البرامج الانتخابية للمرشحين، ومن ثم المساهمة في تكوين اتجاهات الجمهور نحو اختيار المرشح الرئاسي المناسب، وأن هناك علاقة ارتباطية بين تعرض الجمهور لتلك المواقع وبين تشكيل وتكوين القرار النهائي فيما يتعلق باختيار المرشح الذي يمكن التصويت له في الانتخابات، وأن المواقع تستخدم أطر إخبارية متوازنة تقوم علي تغطية الأخبار المتعلقة بالمرشحين بشكل عادل دون تفضيل أحد المرشحين علي الآخر مما يساعد الناخبين علي الاختيار بشكل موضوعي ومحاييد، وإن آراء وتعليقات الجمهور عبر مواقع الصحف الإلكترونية لها تأثير كبير علي اتجاهات وسلوك الجمهور نحو المشاركة في العملية الانتخابية أو اختيار مرشح معين، أن النشر المستمر لمواقع الصحف الإلكترونية والمتعلقة بالانتخابات الرئاسية أثرت بشكل إيجابي علي ترتيب الأجندة الإعلامية للجمهور وزيادة الاهتمام بالانتخابات وجعلها علي صدارة القضايا والموضوعات.

وفي ضوء الاهتمام الواسع بالانتخابات المصرية ٢٠٢٣، الأمر الذي يجعل من انتخابات الرئاسة حدث مهما باعتباره مؤثر مباشر أو غير مباشر على المنطقة العربية، لذا فإن تناول مواقع الصحف الإلكترونية لتلك الانتخابات وتأثيرها على اتجاهات الجمهور المصري أمراً يستدعي البحث والدراسة.

وتأسيسًا على ذلك تحددت مشكلة الدراسة الحالية في التعرف اتجاهات الجمهور نحو تناول مواقع الصحف الإلكترونية للانتخابات الرئاسية المصرية ٢٠٢٣.

ثانياً: أهمية الدراسة

تتمثل أهمية الدراسة فيما يلي:

- أهمية الانتخابات الرئاسية المصرية لما لها من تأثيرات كبيرة على مقدرات الشعب المصرى ومجريات الأحداث فى المنطقة العربية، وخاصة بعد التحولات الديمقراطية التى شهدتها مصر بعد ثورة ٢٥ يناير.
- تمثل الانتخابات الرئاسية أهم وأقوى مظاهر التعبير عن المشاركة السياسية من جانب المواطن، واحد أشكال التعبير عن الرأى من خلال اختيار الشعب لرئيس الجمهورية بالانتخاب الحر المباشر.
- تكمن أهمية الدراسة فى أن الانتخاب هو الوسيلة المتاحة للشعب من أجل التعبير عن إرادته، وكذلك من أجل تنظيم مراحل العملية الانتخابية بداية بالمرحلة السابقة لمرحلة الاقتراع إلى آخر مرحلة من المراحل وهى إعلان النتائج.
- تعكس الدراسة دور وسائل الإعلام بصفة عامة فى تشكيل اتجاهات الجمهور، وتركز بشكل خاص على مواقع الصحف الإلكترونية، وأهمية رصد الدور الذى تقوم به المواقع فى تناول القضايا السياسية وعلى رأسها قضية الانتخابات الرئاسية.
- استخدام نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، خاصة لارتباطها بدراسات الجمهور وتأثيرات وسائل الإعلام عليه، وتقديم تفسيراً لدور تلك المواقع فى تشكيل اتجاهات الجمهور حيال الانتخابات الرئاسية.
- تتناول هذه الدراسة جانب من جوانب العلاقة القائمة ما بين وسائل الإعلام والحياة السياسية فى المجتمع المصرى، ومن هنا تكتسب أهميتها من دورها فى التعرف على اتجاهات الجمهور نحو تناول مواقع الصحف الإلكترونية للانتخابات الرئاسية المصرية ٢٠٢٣.
- أهمية وسائل الإعلام المختلفة، وخاصة مواقع الصحف الإلكترونية فيما تقوم به من دور كبير فى تشكيل رأي الناخبين، وفي اتجاهاتهم وميولهم السياسية، ومن ثم تؤثر في تحفيزهم، أو عزوفهم عن المشاركة في العملية الانتخابية.
- تحديد الدور الذى تقوم مواقع الصحف الإلكترونية في تغطية الانتخابات، في مراحل العملية الانتخابية المختلفة.

ثالثاً: أهداف الدراسة

- ١- رصد مدى اهتمام الجمهور بمتابعة مواقع الصحف الإلكترونية لانتخابات الرئاسة ٢٠٢٣م.
- ٢- التعرف على دوافع متابعة الجمهور لانتخابات الرئاسة بمواقع الصحف الإلكترونية.
- ٣- الكشف عن درجة اعتماد الجمهور على مواقع الصحف الإلكترونية في التعرف بانتخابات الرئاسة ٢٠٢٣م.
- ٤- تناول التأثيرات الناتجة عن اعتماد الجمهور على مواقع الصحف الإلكترونية كمصدر للمعلومات عن انتخابات الرئاسة ٢٠٢٣م.
- ٥- التعرف على اتجاهات الجمهور نحو تناول مواقع الصحف الإلكترونية لانتخابات الرئاسة ٢٠٢٣م.

رابعاً: الدراسات السابقة

وسوف تقوم الباحثة بتناول الدراسات السابقة المرتبطة بمتغيرات الدراسة ترتيباً تنازلياً من الأحدث إلى الأقدم طبقاً للترتيب الزمني كالتالي:

عرضت دراسة (Zuhdi, A., Suryana, et.al (2024)) أثر معالجة الانتخابات الرئاسية بمواقع الصحف الإلكترونية على توجهات الجمهور نحوها، واعتمد الباحث في دراسته علي المنهج المسحي، حيث قام باختيار عينة عمدية من الجمهور قوامها ٣٥٨ مفردة بحثية ومن خلال الاستقصاء توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كالآتي:- أن مواقع الصحف الإلكترونية تعتبر من أهم الوسائل التي يعتمد عليها الجمهور من أجل متابعة الأخبار المتعلقة بالانتخابات الرئاسية في أندونيسيا،- هناك علاقة ارتباطية بين التعرض المكثف لمواقع الصحف الإلكترونية وبين زيادة الاهتمام بالعملية الانتخابية والسعي إلى المشاركة من خلال التصويت في الانتخابات، - سعي المرشحين في الانتخابات الرئاسية إلى استغلال مواقع الصحف الإلكترونية من أجل نشر المعلومات المتعلقة بالبرنامج الانتخابي مما ينعكس بشكل كبير علي تكوين صورة إيجابية حول المرشح أو ما يعرف بـBranding character،- سرعة مواقع الصحف الإلكترونية في نشر المعلومات المتعلقة بالانتخابات الرئاسية وتمكين القارئ من الاطلاع علي الأخبار في أي وقت ومكان من خلال الهواتف الذكية مما يزيد من درجة اهتمام الجمهور بالمشاركة في العملية الانتخابية.

وقدمت دراسة (El-Sebahy, N. (2024) ^(٢) اتجاهات الجمهور في مصر نحو تغطية مواقع الصحف الإلكترونية للانتخابات الرئاسية في ٢٠٢٣، واعتمد الباحث في دراسته علي منهج المسح، حيث قام باختيار عينة عمدية من الجمهور المصري قوامها ٤٠٠ مفردة بحثية، ومن خلال الاستقصاء، توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كالآتي:- أن الصحف الرقمية ساهمت بشكل كبير في التعرف علي البرامج الانتخابية للمرشحين، ومن ثم المساهمة في تكوين اتجاهات الجمهور نحو اختيار المرشح الرئاسي المناسب،- اتجاه الجمهور إلى الاعتماد علي الفيديوهات المتعلقة بالبرنامج الانتخابي للمرشح السياسي، باعتبارها من أهم مصادر المعلومات التي يمكن الاعتماد عليها من أجل الحصول علي المعلومات المتعلقة بالمرشح الانتخابي،- هناك علاقة ارتباطية بين التعرض إلى مواقع الصحف الإلكترونية وبين التأثير علي الجانب الوجداني والمعرفي والسلوكي للجمهور فيما يتعلق بالمشاركة في العملية الانتخابية.

وتناولت دراسة Phillips, N. V. (2024) ^(٣) أثر معالجة مواقع الصحف الإلكترونية للانتخابات على توجهات جمهور الناخبين، وتأثير ذلك علي قراراتهم المتعلقة بالعملية الانتخابية واختيار المرشح الرئاسي في الانتخابات الأخيرة في ٢٠٢٣، واعتمد الباحث في دراسته علي المنهج المسحي، حيث قام باختيار عينة عمدية من الجمهور قوامها ٣٧٦ مفردة بحثية، ومن خلال الاستقصاء توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كالآتي:- اعتماد الجمهور علي مواقع الصحف الإلكترونية من أجل الحصول علي المعلومات والأخبار المتعلقة بالعملية الانتخابية،- هناك علاقة ارتباطية بين تعرض الجمهور إلى مواقع الصحف الإلكترونية وبين تشكيل وتكوين القرار النهائي للجمهور فيما يتعلق باختيار المرشح الذي يمكن التصويت له في الانتخابات،- تنوع الوسائل التي يعتمد عليها الجمهور من أجل الحصول علي المعلومات المتعلقة بالانتخابات الرئاسية والتي جاء في مقدمتها مواقع الصحف الإلكترونية والبرامج الحوارية في القنوات الفضائية،- أن درجة تأثير مواقع الصحف الإلكترونية علي اتجاهات الجمهور نحو الانتخابات الرئاسية مرتبط بشكل كبير بالميول والاتجاهات السياسية والانتماءات الحزبية والتي تساهم بشكل كبير في تقبل أو عدم تقبل الأخبار والمعلومات الواردة في مواقع الصحف الإلكترونية والمتعلقة بالمرشحين في الانتخابات الرئاسية.

كما أوضحت دراسة Swafford, S. C. (2023) ^(٤) أطر معالجة مواقع الصحف الإلكترونية للانتخابات الرئاسية الأمريكية من وجهة نظر الجمهور، واعتمد الباحث في دراسته علي المنهج المسحي، حيث قام باختيار عينة عمدية من الصحف الرقمية في ولاية Missouri حيث تم تحليل

عينة من مواد الاتصالية قوامها ٢٩٢ وتحليل ٢٢٠ صورة إخبارية، بالإضافة إلى إجراء دراسة ميدانية علي عينة من الجمهور قوامها ٣٧٧ مفردة بحثية ومن خلال تحليل المضمون والاستقصاء توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كالآتي:- اعتماد مواقع الصحف الإلكترونية محل الدراسة علي مجموعة من الأطر من بينها إطار محو الأمية الانتخابية والتي تستهدف زيادة وعي الجمهور بالعملية الانتخابية من خلال نشر المعلومات المتعلقة بالبرامج الانتخابية للمرشحين في الانتخابات الرئاسية،- أن مواقع الصحف الإلكترونية سعت إلى تشجيع الجمهور علي ضرورة المشاركة في العملية الانتخابية من خلال استخدام اطار المسؤولية الملقاة علي جميع المواطنين التي تحتم عليهم المشاركة في العملية الانتخابية،- اتجاه مواقع الصحف الإلكترونية محل الدراسة إلى استخدام أطر إخبارية متوازنة تقوم علي تغطية الأخبار المتعلقة بالمرشحين بشكل عادل دون تفضيل أحد المرشحين علي الآخر مما يساعد الناخبين علي الاختيار بشكل موضوعي ومحاييد.

كذلك أشارت دراسة (Ha, S. (2023) (٥) إلى توجهات الجمهور نحو تغطية حملات الإنتخابات الرئاسية في مواقع الصحف الإلكترونية، واعتمد الباحث في دراسته علي المنهج المسحي، حيث قام باختيار عينة عمدية من الجمهور في الولايات المتحدة قوامها ٢٧٩ مفرد بحثية ومن خلال الاستقصاء توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج المهمة كالآتي:- اعتماد الجمهور علي وسائل الإعلام الرقمية إلكترونية ومن بينها مواقع الصحف الإلكترونية من أجل متابعة العملية الانتخابية الرئاسية في الولايات المتحدة،- هناك علاقة ارتباطية بين التعرض إلى مواقع الصحف الإلكترونية وبين التأثير علي اتجاهات الجمهور فيما يتعلق بالاهتمام بالعملية الانتخابية وجعلها في صدارة الموضوعات التي يهتم بها من خلال زيادة الزخم الإعلامي المتعلق بالانتخابات الرئاسية دون غيرها،- أهمية التعرض إلى مواقع الصحف الإلكترونية في التأثير علي اتجاهات وسلوك الجمهور نحو العملية الانتخابية خاصة من خلال التعرض إلى آراء وتعليقات الجمهور والتي لها تأثير كبير علي اتجاهات وسلوك الجمهور نحو المشاركة في العملية الانتخابية أو اختيار مرشح معين، وذلك بسبب المصادقية العالية لتلك الجماعات لدي مستخدم تلك الصحيفة الإلكترونية.

وحلت دراسة (Walsh, M. (2023) (٦) توجهات الجمهور نحو معالجة مواقع الصحف الإلكترونية للانتخابات الرئاسية وتأثيراتها السياسية عليهم في المملكة المتحدة في الفترة من ٢٠١٥-٢٠١٩، واعتمد الباحث في دراسته علي المنهج المسحي، حيث قام باختيار عينة

عمدية من الجمهور في المملكة المتحدة قوامها ٧٩٨ مفردة بحثية والتي شاركت في الانتخابات في الفترة من ٢٠١٥-٢٠١٩، بالإضافة إلى إجراء دراسة تحليلية لعينة من المواد الاتصالية في تلك الصحف في تلك الفترة ومن خلال تحليل المضمون والاستقصاء توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج المهمة كالآتي:- اتجاه المرشحين والأحزاب السياسية في المملكة المتحدة إلى استغلال مواقع الصحف الإلكترونية من أجل مخاطبة الجمهور والتعريف بالبرامج الانتخابية للحزب وما يسعى إلى تحقيقه في الدولة،- اتجاه الأحزاب السياسية إلى توظيف مواقع الصحف الإلكترونية من أجل اقناع الجمهور إلى ترشيحهم في الانتخابات من خلال الاعتماد علي مجموعة من الاستراتيجيات الاتصالية المتطورة والمعقدة والتي تقوم علي إبراز الجوانب السلبية للحزب المنافس مقابل التركيز علي الجوانب الإيجابية للحزب والأنشطة التي يمكن تنفيذها أثناء تولي الحكم في المملكة المتحدة.

وقارنت دراسة Firmannamal, A. (2023).^(٧) بين اتجاهات الجمهور فيما يتعلق بمعالجة الصحف التقليدية ومواقع الصحف الإلكترونية للانتخابات الرئاسية الأندونيسية، واعتمد الباحث في دراسته علي المنهج المسحي، حيث قام باختيار عينة عمدية من الجمهور الذي تعرض إلى وسائل الإعلام التقليدية والرقمية قوامها ٣٥٨ مفردة بحثية ومن خلال الاستقصاء، توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج المهمة كالآتي:- اتجاه الرئيس الاندونيسي Joko Widodo إلى الاستعانة بالصحف الرقمية من أجل الترويج إلى برنامجه الانتخابي،- اعتماد الرئيس الإندونيسي إلى توظيف الوسائل التقليدية ومواقع الصحف الإلكترونية بشكل تكاملي من أجل تحقيق ميزة تنافسية والتفوق علي الخصوم السياسيين وضمان وصول المعلومات إلى قاعدة ضخمة من الجماهير،-أن النشر المستمر من مواقع الصحف الإلكترونية والمتعلقة بالانتخابات الرئاسية أثرت بشكل ايجابي علي ترتيب الأجندة الإعلامية للجمهور وزيادة الاهتمام بالانتخابات وجعلها علي صدارة القضايا والموضوعات.

كما هدفت دراسة Fujiwara, T., Müller, K., & Schwarz, C. (2023).^(٨) إلى التعرف توجهات الجمهور نحو الانتخابات الرئاسية الأمريكية كما تصورها مواقع الصحف الإلكترونية، واعتمد الباحث في دراسته علي المنهج المسحي، حيث قام باختيار عينة عمدية من تغريدات الجمهور علي منصة Twitter ومن خلال الملاحظة والتحليل لتلك التغريدات حول تأثير الصحف الأمريكية علي اتجاهات الجمهور، توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج المهمة كالآتي:- وجود تأثير كبير لمواقع الصحف الإلكترونية علي اتجاهات الجمهور فيما يتعلق

بانتخابات الرئاسة الأمريكية، في المقابل وجود أن هناك تأثير ضعيف فيما يتعلق بالانتخابات التشريعية "الكونجرس"،- هناك تأثير كبير لنمط ملكية والتوجهات الحزبية علي كيفية تغطية مواقع الصحف الإلكترونية للانتخابات الرئاسية، حيث وجد أن بعض المواقع كانت تروج إلى المرشح الجمهوري Donald Trump وذلك بناء علي انتمائها الحزبي حيث كانت تقوم لتركيز علي الإيجابيات والإمكانات التي يمتلكها خاصة في مجال الاقتصاد وأن ذلك يساعد بشكل كبير علي تحسين الاقتصاد الأمريكي،- أن درجة تأثير مواقع الصحف الإلكترونية علي اتجاهات الجمهور فيما يتعلق باختيار المرشح الرئاسي مرهونة بشكل كبير بالانتماءات الحزبية، والتي كانت من أهم عوامل تأثير علي الجمهور في عملية اختيار المرشح الرئاسي،- أهمية التفاعلية الموجودة علي مواقع الصحف الإلكترونية في التأثير علي اتجاهات الجمهور ومناقشة القضايا التي يمكن للمرشحين التعامل معها في المستقبل بشكل فعال مما يؤثر بشكل كبير علي اختيار الجمهور للمرشح، خاصة مع زيادة مصداقية الجماعات المرجعية الموجودة علي المنصات الرقمية.

وأظهرت دراسة. (Koa, M. (2023) ^(٩) الاستراتيجيات الاتصالية لمواقع الصحف الإلكترونية في معالجة الانتخابات الرئاسية المصرية وتأثيراتها على توجهات الجمهور نحو التصويت، واعتمد الباحث في دراسته علي المنهج المسحي، حيث قام باختيار عينة عمدية من الجمهور المصري قوامها ٤٦٨ مفردة بحثية ومن خلال الاستقصاء توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج المهمة كالآتي:- أن مواقع الصحف الإلكترونية تعتبر من أهم الوسائل التي يعتمد عليها الجمهور في الحصول علي المعلومات المتعلقة بالانتخابات الرئاسية إلى جانب مواقع التواصل الاجتماعي التي تعمل علي نشر المعلومات بشكل سريع وفوري،- وجود تأثير مباشر للانتماء الحزبي والسياسي علي الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة، حيث وجد أن مواقع الصحف الإلكترونية التابعة للإخوان المسلمين شرعت إلى توظيف مجموعة من الاستراتيجيات الاتصالية التي تسعى إلى تقويض شرعية النظام الحالي من خلال التركيز علي الجهود التي يقوم بها في حصار غزة مع دولة الاحتلال الإسرائيلي،- من بين الاستراتيجيات الاتصالية التي تقوم بها مواقع الصحف الإلكترونية للإخوان المسلمين التركيز علي الصفات الإيجابية لحكومة محمد مرسي وذلك في مقارنة مع النظام الحالي مما يعطي صورة سلبية عن ذلك النظام وبالتالي التأثير علي اتجاهات الجمهور فيما يتعلق بمستوي المشاركة في الانتخابات.

وسعت دراسة سمر خلف الله الزناني (٢٠٢٣) (١٠) تحليل وفهم وتفسير الدور الذي يقوم به خطاب مواقع الصحف الإلكترونية في تشكيل اتجاهات النخبة المصرية إزاء الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠٢٠ ، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية حيث تعتمد علي منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني، واختارت الباحثة عينة عمدية للدراسة الميدانية من النخبة قدرها ١٥٠ مفردة، أما عينة الدراسة التحليلية بلغت ٦٤ مادة رأي منشورة بصحف الدراسة الثلاثة ” بوابة الأهرام، موقع اليوم السابع، بوابة الوفد”، وأظهرت نتائج الدراسة الميدانية كثافة تعرض النخبة للصحف الإلكترونية المصرية، وهو مؤشر علي مكانة هذه الوسيلة الاتصالية المميزة لدي القراء واحتفاظها بنسب عالية من القراء رغم المنافسة الشرسة لمواقع التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية للصحف التقليدية والإلكترونية علي حد سواء، حيث توفر هذه الوسيلة مستوي عالي من التفاعلية وإمكانية مشاركة المحتوى الإخباري وتبادله علي المنصات المختلفة مما يساعد النخب بالقيام بدورها القيادي في توجيه الجمهور والقراء لمضامين إعلامية معينة، إضافة إلى إمكانية التعليق عليه، وهي نتيجة تؤكد علي استمرارية الصحافة الإلكترونية بالرغم من الوجود القوي لمواقع التواصل الاجتماعي ولجوء العديد من المؤسسات الصحفية حول العالم للمنصات الإلكترونية للوصول لقطاعات كبيرة من الجمهور بدأت تهجر وسائل الإعلام التقليدية وتعتمد بشكل كبير علي المنصات الرقمية المستحدثة.

ورصدت دراسة محمد الحفناوي (٢٠٢٢) (١١) أطر معالجة الصحف والبوابات الإلكترونية لانتخابات مجلس النواب ٢٠٢٠م والتي تفسر وتشرح الأحداث وتكشف دوافع متابعة أفراد عينة الدراسة (الرأي العام المصري) لانتخابات مجلس النواب بالصحف والبوابات الإلكترونية، واستخدمت الدراسة المنهج المسحي، كما استخدم المنهج المقارن لمعرفة الفروق بين أطر التداول الإخباري لانتخابات مجلس النواب ٢٠٢٠ بالصحف والبوابات الإلكترونية، وطبقت الدراسة على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من محافظات (القاهرة - الشرقية - سوهاج)، وتوصلت الدراسة إلى نتائج أبرزها: جاء "تستضيف الخبراء والمتخصصون لتفسير وتحليل المشهد الانتخابي" بوزن نسبي بلغ ٨١.٠، ويمكن تفسير ذلك في ضوء حرص الصحف والبوابات الإلكترونية على استقطاب الخبراء والمحللين من المهتمين بالشئون السياسية من المشهود لهم بالكفاءة لتقديم تفسيرات حول توجه الدولة بشأن اندماج الأحزاب في تحالفات لتنوع القرار السياسي لتعميق الديمقراطية للوصول إلى قرار سياسي رشيد يعبر عن رؤي واتجاهات جميع الأحزاب على اختلاف انتمائيتها السياسية والأيدولوجية لإعلاء الصالح العام، كما توصلت

نتائج الدراسة إلى مجئ "مشاركتي تحدث التغيير" في الصدارة أسباب المشاركة في الانتخابات بوزن نسبي بلغ ٨.٣٪، فقد أدرك الرأي مشاركة في التصويت على نظام القوائم لا يختار مرشح بل يختار قائمة تضم مجموعة من المرشحين مختلفين التوجهات السياسية متفقين على تغليب المصلحة العامة وإعلاء الشأن العام.

ورصدت دراسة: نرمين نصر محمد إبراهيم (٢٠٢١) (١٢) دور المواقع الصحفية في تغطية الانتخابات الرئاسية المصرية لعام ٢٠١٨م، وأهم الموضوعات والمضامين المثارة على المواقع الصحفية والمرتبطة بتغطية الحملات التسويقية للانتخابات الرئاسية المصرية لعام ٢٠١٨م، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واستخدمت الباحثة منهج المسح الإعلامي لعينة من الجمهور المصري بلغ قوامها ٤٠٠ مفردة من ثلاث محافظات (الدقهلية- القاهرة- بنى سويف)، وكذلك مسح لعينة من المواقع الصحفية التي طرحتها الدراسة التحليلية والتي تمثلت في عينة من ثلاث مواقع مختلفة بأنماط مختلفة وهي: موقع الأهرام- موقع اليوم السابع- موقع الوفد: وتم جمع بيانات الدراسة من خلال استمارتي "تحليل المضمون- الاستبيان" واستمرت إجراءات هذه الدراسة في فترة زمنية محددة من ٢٠١٨/١/٢١ وحتى ٢٠١٨/٤/٢ حيث تم تحليل جميع الأعداد في تلك الفترة، وأوضحت نتائج الدراسة أن (موقع الأهرام- موقع اليوم السابع- موقع الوفد) كانت من أهم المصادر التي اعتمد عليها الجمهور في استقاء المعلومات حول الانتخابات الرئاسية المصرية لعام ٢٠١٨م. كما أشارت إلى مدى حرص الباحثين على متابعة الانتخابات الرئاسية بدرجة كبيرة جداً والتي أخذت الترتيب الأول، أن الخبر الصحفي من أهم القوالب التي استخدمتها المواقع الصحفية محل الدراسة في تغطيتها للانتخابات، وجاءت عبارة " التعرف على المرشحين الرئاسيين وبرامجهم الانتخابية" كان من أهم العبارات التي تقيس اعتماد دوافع الباحثين على تلك المواقع محل الدراسة لمتابعة الانتخابات الرئاسية ومن ثم فكان أفضل القوالب لهذه العبارة الخبر الصحفي لشرح وتفسير برامج المرشحين وبرامجهم الانتخابية.

كما كشفت دراسة: إيمان محمود عبدالرحمن أحمد (٢٠٢١) (١٣) عن كيفية تأطير المواقع الإلكترونية للصحف المصرية للصور الصحفية المنشورة لحملة الانتخابات الرئاسية المصرية لعام ٢٠١٨، وشملت عينة الدراسة عدد من مواقع الصحف الإلكترونية المصرية باختلاف أنماط ملكيتها وهي (موقع الأهرام ممثلاً للصحف القومية، موقع المصري اليوم ممثلاً للصحف الخاصة، موقع الوفد ممثلاً للصحف الحزبية). أظهرت النتائج سيطرة إطار المشاركة علي

التغطية المصورة للانتخابات الرئاسية المصرية ٢٠١٨ في صفح الدراسة، تلاه إطار الدعم والمساندة تلاه إطار المسؤولية تلاه إطار المصلحة العامة، كما أظهرت النتائج تعدد أساليب الإقناع المستخدمة في التغطية الصحفية المصورة للانتخابات حيث اعتمدت صفح الدراسة علي أساليب الإقناع المنطقية في المرتبة الأولى تليها أساليب الإقناع العاطفية وذلك لإثراء التغطية المصورة للانتخابات الرئاسية المصريه.

كذلك عرضت دراسة: مها محمد حسين الملاح (٢٠١٩) (١٤) أسلوب وطبيعة معالجة مواقع الصحف الإلكترونية المصرية بمختلف أنماط ملكيتها (حكومي- حزبي- خاص) لقضية الانتخابات الرئاسية المصرية، واستخدمت أداة تحليل المضمون تم تطبيقه على عينة من الصحف (الأهرام- الوفد- المصري اليوم)، خلال الفترة من ٢٠١٤/٤/٢١ إلى ٢٠١٤/٦/٥، حيث اعتمدت على المنهج المسحي، ومن أهم نتائج الدراسة: أن من الأفكار الرئيسية لقضية الانتخابات الرئاسية المصرية ٢٠١٤ التي تناولتها مواقع الصحف الإلكترونية بالترتيب الأول "المشاركة في انتخابات الرئاسة" وذلك بنسبة (٢٢,٧١٪)، يليها فكرة "الدعاية الانتخابية الرئاسية" وذلك بنسبة (١٦,٨٠٪)، وبالترتيب الثالث فكرة "دعم الحملات الانتخابية لمرشحي الرئاسة" والتي جاءت بنسبة (١١,٣٥٪) من إجمالي الأفكار الرئيسية. وأن من الاستراتيجيات الإقناعية التي استخدمتها مواقع الصحف الإلكترونية "تقديم المعلومات" بنسبة (٧١,٧٪) بينما جاء بالترتيب الثاني "أسانيد تم الاعتماد عليها" بنسبة (٣٥,٩٪)، ثم بالترتيب الثالث "قوانين وتشريعات" بنسبة (٩,٨٪)، وبالترتيب الرابع لتلك الاستراتيجيات "الاستعانة برمز وشخصيات معروفة" والتي ظهرت بنسبة (٨,٥٪). -كما جاءت نتائج الدراسة بأن جريدة المصري اليوم لها اتجاه إيجابي نحو الانتخابات، يليها في ذلك الاتجاه جريدة الاهرام، ثم جريدة الوفد.

وهدف دراسة مي ديهوم عبد الحميد منصور الباسل (٢٠١٩) (١٥) إلى التعرف على تأثير التغطية الإخبارية لانتخابات مجلس النواب في مواقع الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية المصرية على اتجاهات الناخبين نحو المرشحين وفي هذا الإطار اعتمدت الدراسة على منهج المسح من خلال تحليل مضمون عينة من المادة الخبرية بمواقع الصحف الإلكترونية (اليوم السابع - الأهرام - الوفد - الفتح) والمواقع الإخبارية (البوابة نيوز - صدى البلد - فيتو جيت)، وكذلك إجراء دراسة ميدانية على عينة عشوائية من الناخبين (كل من له حق الانتخاب) مكونة من ٤٠٠ مفردة، وتوصلت الدراسة إلى: - وجود حيادية في مضمون التغطية الإخبارية بصحف الأهرام واليوم السابع والمواقع الإخبارية على عكس صحيفتي الوفد والفتح التي تحيزت

قليلاً. ووجود تركيز على بعض المرشحين بصحيفتي الوفد والفتح بعكس صحيفتي الأهرام واليوم السابع والمواقع الإخبارية. - ورصدت عدم وجود علاقة ارتباطيه دالة إحصائياً بين مستويات تعرض المبحوثين للتعطية الإخبارية لانتخابات مجلس النواب في مواقع الصحف الإلكترونية واتجاهاتهم نحو المرشحين. - ووجود علاقة ارتباطيه دالة إحصائياً بين مستويات تعرض المبحوثين للتعطية الإخبارية لانتخابات مجلس النواب في المواقع الإخبارية ومستوى اتجاهاتهم نحو المرشحين.

كما أظهرت بشري حسين الحمداني (٢٠١٩) (١٦) الموضوعات التي حظيت باهتمام صحيفة الزمان الإلكترونية فضلاً عن الأشكال الإخبارية ونوع التعطية والعناصر التبيوغرافية التي تم استخدامها في التعطية الإخبارية للانتخابات البرلمانية ٢٠١٨. واعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي باستخدام أداة تحليل المضمون، وتكونت عينة البحث من الموقع الإلكتروني صحيفة الزمان العراقية اليومية للمدة من (٢٠١٨/٤/١٤) إلى (٢٠١٨/١٤/٦) بأسلوب الحصر الشامل. وتوصلت الدراسة إلى: أن المضامين القضايا الانتخابات على تكرار ٢٨ وبنسبة ١٠,٥٪، وحصلت مخالقات وفساد المعبدین على تكرار ٥١ وبنسبة ١٩,٢٪، وحصلت التأثيرات الداخلية على تكرار ٢٦ وبنسبة ٩,٨٪، وحصلت الكيانات والكتل والأحزاب بتكرار ٣٧ وبنسبة ١٣,٩٪، وحصلت تصريحات خارجية حول الانتخابات بتكرار ٢٩ وبنسبة ١٠,٩٪، وحصلت المرشحات والشعارات على تكرار ٨ وبنسبة ٣,٠٪، وحصلت المعارضة والاحتجاجات بتكرار ٢٤ وبنسبة ٩,٠٪، وحصلت شئون الانتخابات على تكرار ٤ وبنسبة ١,٥٪.

وهدف دراسة محمود محمد عبد الحليم (٢٠١٨) (١٧) إلى التعرف على دور حملات التسويق السياسي في تشكيل صورة المرشحين في الانتخابات الرئاسية وانعكاسها على اتجاهات الشباب نحو المشاركة السياسية، وتنتمي هذه الدراسة إلى نوعية الدراسات الوصفية التي تعتمد على منهج المسح، وقد استخدمت الاستبيان والمقابلة الشخصية لجمع البيانات من عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من المقيمين في محافظة القاهرة والشرقية، وتوصلت الدراسة إلى: - أن اتجاهات المبحوثين نحو الحملات الإعلامية تمثلت في أنها "استطاعت الحملات أن تقنعني بأهمية المشاركة" وذلك بمتوسط حسابي ٢,٦٧، يليها بالترتيب الثاني أنها "أقنعتني الحملات بأن عدم المشاركة في الانتخابات تدل على سلبية المواطنين في حل مشاكل الوطن" كذلك "كانت حملات التوعية الانتخابية من أهم أسباب مشاركتي في الانتخابات" بمتوسط حسابي ٢,٧٣، وفي الترتيب الثالث ظهر "كان شرح النظام الانتخابي في مصر واضح" بمتوسط حسابي بلغ

٢,٦٦- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين الأساليب الإقناعية التوعوية التي استخدمتها الحملات الإعلامية لتشجيع الناخبين على المشاركة في الانتخابات الرئاسية ومستوى المشاركة السياسية لهم في الانتخابات الرئاسية. - وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين المرتكزات الدعائية التي استخدمها المرشحون خلال حملاتهم الانتخابية لكسب تأييد الناخبين وبين المشاركة السياسية للمبجوثين في الانتخابات الرئاسية.

كذلك توصلت دراسة: لبنى عبد العزيز الجابري (٢٠١٧) (١٨) إلى مدى اعتماد الشباب المصري على تلك الوسائل في الحصول على المعلومات السياسية وخاصة أثناء فترة الانتخابات الرئاسية السابقة ٢٠١٤، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تعتمد على منهج المسح، فقد تمثلت عينة الدراسة في (٤٠٠) مفردة من الشباب المصري، حيث تم توزيع استمارة الاستبيان عليهم لجمع البيانات، خلاصة النتائج:- حصلت فئة الاعتماد بدرجة كبيرة على الإنترنت أثناء فترة الانتخابات الرئاسية على المرتبة الأولى وذلك بنسبة ٥٧.٣٪، يليه في المرتبة الثانية الاعتماد بدرجة متوسطة بنسبة ٣٣.٣٪ وأخيرا الاعتماد بدرجة قليلة بنسبة ٩.٥٪- توجد فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في مستوى الاعتماد على الإنترنت، كمصدر للمعلومات حول الانتخابات الرئاسية. - توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات العمر في مستوى الاعتماد على الإنترنت، وتوجد فروق دالة إحصائية بين فئات المرحلة التعليمية الجامعية التي ينتمي إليها المبجوث (المرحلة الجامعية- دراسات عليا) في مستوى الاعتماد على (الإنترنت). -توجد فروق غير دالة إحصائية بين المبجوثين من ذوي المستويات الاجتماعية والاقتصادية المختلفة في درجة الاعتماد على (الإنترنت).

واستهدفت دراسة: عبد الصادق عبد الصادق (٢٠١٤) (١٩) التعرف على معالجة صحيفة الشرق الأوسط لانتخابات الرئاسة المصرية ٢٠١٢، وقد قام الباحث بتحليل مضمون عدد ٦٤٨ من المواد الإخبارية بواقع ٣٢٩ بصحيفة الشرق الأوسط، ٣١٩ بصحيفة الحياة خلال الفترة من ٢٦ إبريل من ٢٦ يونيو ٢٠١٢، وتوصلت الدراسة للعديد من النتائج، أهمها: تصدرت الأخبار السياسية قائمة الأخبار التي ركزت عليها صحيفة الشرق الأوسط والحياة بنسبة ٣٠٪، يليها الأخبار الاقتصادية بنسبة ١٠.٣٤٪، الأخبار الأمنية بنسبة ٧.٧٢٪، الاحتفالات بنسبة ٦.١٧٪، الأخبار العسكرية بنسبة ٦.١٧٪، الأخبار الاجتماعية بنسبة ٤.٠١٪، الأخبار الدينية بنسبة ٣.٤٠٪، الأخبار التعليمية بنسبة ٢.٤٧٪، الأخبار الصحية بنسبة ٢.١٦٪، الأخبار الإنسانية بنسبة ١.٨٥٪، الأخبار الثقافية بنسبة ١.٧٠٪، وجاءت الأخبار الرياضية في المرتبة

الأخيرة بنسبة ١.٣٩%، جاءت الموضوعات المتعلقة بعلاقة المجلس الأعلى للقوات المسلحة والإخوان في مقدمة الموضوعات التي ركزت عليها صحيفة الشرق الأوسط والحياة وذلك بنسبة ٩.٧٢%، وتلاهها فلول النظام السابق أو بقايا الحزب الوطني الحاكم السابق في مصر بنسبة ٦.٧٩%، وتبع ذلك الأخبار المتعلقة بالبورصة المصرية بنسبة ٦.٦٤%، واهتمت صحيفة الشرق الأوسط والحياة بالأخبار الطويلة المركبة، مثلت هذه الأخبار ما يقرب من نصف الأخبار المنشورة ٤٨.١٥% .

تعليق على الدراسات السابقة:

- ظهر الدراسات السابقة عرضها التنوع في الأهداف وأدوات الدراسة المستخدمة، وكذلك التأكيد بشكل أو بآخر على دور وسائل الإعلام المختلفة في تلبية رغبة الجمهور في الحصول على المعلومات حول الانتخابات المختلفة.
- اختلفت نوعية الانتخابات التي تناولتها الدراسات السابقة إلا أن جميعها اتفقت على الدور الذي تؤديه وسائل الإعلام المختلفة كمصدر للمعلومات لدى الجمهور والمتعلقة بالعملية الانتخابية.
- اعتمدت أغلب البحوث على منهج الوصفى سوء كان بشقه الميدانى أو التحليلي، وظهرت أداة الاستبيان في معظم الدراسات السابقة للتحقق من الدور الذى تقوم به وسائل الإعلام بشكل عام فى العملية الانتخابية.
- تنوعت الأطر النظرية التى استخدمتها الدراسات السابقة فى دور وسائل الإعلام فى تناول وتغطية الانتخابات، إلا أن أغلبها اعتمد على نظرية الاعتماد أو الاستخدامات والاشباكات لتحقيق أهداف الدراسة والاجابه على تساؤلاتها.
- ألقت بعض الدراسات السابقة الضوء على أهمية الدور الذى تقوم مواقع الصف الإلكترونية فى الحياة السياسية، وأظهرت تأثيراتها المختلفة على الجمهور وتشكيل فكرة وقناعاته.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

تمثلت أوجه الاستفادة بالنسبة للباحثة من خلال ما يلى:

- أطلعت الباحثة على الدراسات السابقة التى تناولت موضوعات قريبة من موضوع الدراسة الحالية، للوصول إلى فهم اعمق لموضوع الدراسة، حيث تناولت كل دراسة من الدراسات السابق عرضها جانبًا مختلفًا لذات الموضوع، فمنها الدراسات التى تناولت

اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات حول الانتخابات الرئاسية، ودراسات ركزت على توجهات الجمهور نحو الانتخابات الرئاسية كما تصورها مواقع الصحف الإلكترونية، الأمر الذي أثر في عرض مشكلة الدراسة، وأسس لصياغة تساؤلاتها وأهدافها.

- كما استفادت الباحثة من المناهج المستخدمة فيها، حيث اتجهت أغلب الدراسات السابقة إلى استخدام المنهج الوصفي، كما تعددت أدوات تحليل النتائج بين ميدانية وتحليلية، وانتقت الباحثة أداة الاستبيان لتوافقها مع طبيعة الدراسة، واستندت الباحثة إلى الدراسات المشابهة لوضع استمارة تجميع أكبر قدر ممكن من المعلومات، ومن ثم الوصول لأدق وأشمل نتائج ممكنة عن اتجاهات الجمهور نحو تناول مواقع الصحف الإلكترونية للانتخابات الرئاسية المصرية ٢٠٢٣.

- التعمق في الجانب النظري، حيث تنوعت النظريات المستخدمة في الدراسات السابق عرضها، حيث اعتمدت بعض الدراسات على نظرية الأطر، بهدف تحليل المحتوى للرسالة الإعلامية، كما اعتمدت بعض الدراسات على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، والاستخدامات والاشباكات، ونظرية المسؤولية المجتمعية لوسائل الإعلام، لكن الباحثة استندت إلى نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، بوصفها مدخلا نظريًا يناسب الدراسة الحالية، واستندت إليها بعض من الدراسات السابق عرضها، الأمر الذي ساعد الباحثة على التعرف على التوظيف الأمثل للنظرية في الدراسة الحالية.

خامساً: الإطار النظري للدراسة (نظرية الاعتماد):

تقوم الفكرة الأساسية لنموذج الاعتماد أن قدرة وسائل الاتصال على تحقيق أكبر قدر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي، سوف يزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز مكثف، وهذا الاحتمال سوف تزيد قوته في حالة تواجد عدم استقرار بنائي في المجتمع بسبب الصراع والتغيير، بالإضافة إلى ذلك فإن فكرة تغيير سلوك ومعارف ووجدان الجمهور يمكن أن تصبح تأثيرًا مرتدًا لتغيير كل من المجتمع ووسائل الاتصال، وهذا هو معني العلاقة الثلاثية بين وسائل الاتصال والجمهور والمجتمع.

الفروض الرئيسية لنموذج الاعتماد على وسائل الإعلام:

يتمثل الفرض الرئيس لنموذج الاعتماد في قيام الفرد بالاعتماد على وسائل الإعلام لإشباع احتياجاته من خلال استخدام الوسيلة، وكلما أدت الوسيلة دورًا مهمًا في حياة الأشخاص زاد تأثيرها وأصبح دورها أكثر أهمية ومركزية، وبذلك تنشأ العلاقة بين شدة الاعتماد ودرجة تأثير الوسيلة لدى الأشخاص، وكلما ازدادت المجتمعات تعقيدًا ازداد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام^(٢٠)

كما تقوم على عدة فروض فرعية أخرى هي:

- تؤثر درجة استقرار النظام الاجتماعي على زيادة الاعتماد أو قلته على مصادر معلومات وسائل الإعلام، وكلما زادت درجة عدم الاستقرار في المجتمع كلما زاد الاعتماد لدى الأفراد على وسائل الإعلام.
- تزداد درجة الاعتماد على وسائل الإعلام في حالة قلة القنوات البديلة للمعلومات، أما في حالة وجود مصادر معلومات بديلة تقدمها شبكات خاصة أو رسمية أو مصادر إعلامية خارج المجتمع سيقل اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام.
- يختلف الجمهور في درجة اعتماده على وسائل الإعلام نتيجة لوجود اختلاف في الأهداف الشخصية والمصالح والحاجات الفردية. ^(٢١)

تأثيرات وسائل الإعلام على الجمهور نتيجة الاعتماد عليها^(٢٢):

- الآثار المعرفية: وتشمل كشف الغموض الناتج عن نقص المعلومات في حدث معين يترتب عليه عدم معرفة التفسير الصحيح للحدث من قبل الجمهور.
- الآثار الوجدانية: فوسائل الإعلام عندما تقوم بأدوار اتصال رئيسية ترفع الروح المعنوية لدى الجمهور نتيجة الإحساس بالتوحد والاندماج في المجتمع والعكس عندما لا تعبر وسائل الإعلام عن ثقافته وانتمائه.
- الآثار السلوكية: وتشمل التنشيط الذي يعنى قيام الفرد بنشاط ما نتيجة التعرض لوسائل الإعلام، والخمول ويعنى العزوف عن العمل ويحدث نتيجة التغطية المبالغ فيها مما يسبب الملل.

الاستفادة من نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في الدراسة الحالية:

تساعد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على اختبار مدى اعتماد أفراد المجتمع على مواقع الصحف الإلكترونية كوسائل ومصادر للمعلومات أثناء الانتخابات الرئاسية، واستنتاج أهم

التأثيرات (المعرفية الوجدانية، السلوكية) الناتجة عن اعتماد أفراد المجتمع على مواقع الصحف الإلكترونية، وهل يختلف حجمها تبعاً للمتغيرات الديموجرافية المختلفة للجمهور.

فالعلاقة الرئيسة التي تحكم هذه النظرية هي علاقة الاعتماد بين وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي والجمهور، وتستخدم هذه النظرية في الكشف عن الأسباب التي تجعل لوسائل الإعلام أحياناً أثراً قوياً ومباشرة، وفي أحيان أخرى تكون لها تأثيرات غير مباشرة، وتتزايد درجة الاعتماد بتعرض المجتمع لحالات من عدم الاستقرار والتحول والصراع الذي يدفع أفراد الجمهور لاستقاء المزيد من المعلومات من وسائل الإعلام لفهم الواقع الاجتماعي المحيط بهم.

سادساً: الإطار المعرفي:

(١) جوانب تأثير مواقع الصحف الإلكترونية على العملية الانتخابية

تقوم مواقع الصحف الإلكترونية بدور كبير في التأثير على الجمهور من خلال المعلومات التي تقوم بنشرها والتي تعتمد على بعض الأطر الإخبارية مثل المسؤولية الاجتماعية والتي تقوم باللعب على جانب الواجب الوطني الذي يحتم على جمهور الناخبين المشاركة في العملية السياسية والأدلاء بأصواتهم في العملية الانتخابية مما يؤدي إلى إرساء عوامل الديمقراطية واختيار المرشح الملائم. (٢٣)

وتقوم مواقع الصحف الإلكترونية بدور مهم وفعال في توصيل صوت صغار المرشحين السياسيين إلى الجمهور والعمل على نشر برنامجهم الانتخابي مما يؤدي إلى زيادة التعريف بهم ومن ثم تكون فرصتهم قوية في تحقيق الفوز في الانتخابات السياسية. كما تسمح مواقع الصحف الإلكترونية للجمهور في التفاعل فيما بينهم وهو ما يعرف بـ Interactivity حيث يتمكن الجمهور من الدخول في الكثير من المحادثات وإقامة الحلقات النقاشية Dialogue Loope والمتعلقة بالمرشحين وبرنامجهم الانتخابي مما يساعد بشكل كبير على توجيه آراء الجمهور نحو مرشح معين، خاصة أن الكثير من الجماهير تتأثر بشكل كبير بالآراء والتعليقات الموجودة عبر مواقع الصحف الإلكترونية. (٢٤)

ومواقع الصحف الإلكترونية تقوم بالتأثير بشكل مباشر على صغار الناخبين الذين يعتمدون على عليها من أجل الحصول على المعلومات والتي تعتبر في الكثير من الأحيان المصدر الأول لهم، وبالتالي يزداد تأثيرها على المراهقين والشباب فيما يتعلق بالمشاركة في العملية الانتخابية أو اختيار المرشح المناسب (٢٥).

وتقوم مواقع الصحف الإلكترونية بدور كبير في التأثير علي اتجاهات الجمهور من خلال استطلاعات الرأي التي تنظمها عبر الانترنت والتي تكون حول المرشح المحتمل في الفوز في الانتخابات أو إجراء استطلاع الرأي حول البرنامج الانتخابي الأفضل مما يساعد في التأثير علي اتجاهات الجمهور حول المرشح الانتخابي الذي يمكن اختياره والتصويت له بناء علي نسبة الأصوات التي حصل عليها في ذلك الاستطلاع.

وتساعد في تكوين آراء واتجاهات الجمهور فيما يتعلق بالعملية الانتخابية من خلال الارسل المستمر والفوري للمعلومات والأخبار المتعلقة بالعملية الانتخابية، وبفضل قدرة الجمهور علي الإطلاع علي تلك المعلومات في أي وقت ومكان من خلال الهواتف الذكية ينعكس ذلك بشكل كبير علي اتجاهاتهم المتعلقة بالانتخابات^(٢٦).

كذلك تسهم مواقع الصحف الإلكترونية في زيادة معرفة الجمهور بالبرامج الانتخابية للمرشحين وماهي أهم الوعود التي يمكن تحقيقها في المستقبل سواء فيما يتعلق بالجانب الاقتصادي أو الاجتماعي أو السياسي، حيث يقوم المرشحين من خلالها بتقديم شرح تفصيلي عن برامجهم الانتخابية والتي تعتبر العمل الرئيس في اختيارهم في الانتخابات.

والتأثير في ترتيب أجندة الجمهور من خلال النشر المكثف المتعلق بالانتخابات، حيث أن الزخم المصاحب نتيجة ذلك النشر المكثف يؤدي إلى زيادة اهتمام الجمهور وجعلها علي رأس أولوياته خلال فترة الانتخابات. ^(٢٧)

(٢) دوافع استخدام مواقع الصحف الإلكترونية أثناء الانتخابات الرئاسية

هناك مجموعة من الدوافع المتعلقة باستخدام مواقع الصحف الإلكترونية أثناء الانتخابات الرئاسية والتي تشمل:

الدوافع المعرفية: تقوم مواقع الصحف الإلكترونية بدور محوري وفعال في إمداد الجمهور بالمعلومات اللازمة المتعلقة بالعملية الانتخابية والتي تشمل زيادة الوعي والمعرفة ببرامج المرشحين، والتعرف علي نتائج استطلاعات الرأي والمتعلقة باحتمالية فوز أحد المرشحين في نتائج الانتخابات، فضلاً عن قدرتها علي إشباع الجانب المعرفي نتيجة قدرة الجمهور علي متابعة الأخبار المتعلقة بالانتخابات بشكل فوري وسريع من خلال الهواتف الذكية.^(٢٨)

الدوافع العاطفية: من خلال التعرف بشكل مستمر علي الأخبار المتعلقة بالمرشح السياسي المفضل لدي القارئ، بالإضافة إلى أنها تسمح للجمهور بالتعبير عن الآراء ومناصرة ودعم مرشح معين دون غيره وذلك سواء علي أساس الاتفاق الفكري والحزبي مع المرشح السياسي.

دوافع الشخصية المتكاملة: كذلك من بين الاستخدامات البحث المستمر لدي الجمهور عن المصادر الصحفية التي تتمتع بالثقة والمصداقية والتي من خلالها يمكن الحصول علي

المعلومات المتعلقة بالانتخابات والتي علي أثرها يمكن اتخاذ القرار المناسب المتعلق باختيار المرشح الذي يمكنه تلبيه رغبات وطموحات الجمهور.^(٢٩)

الدوافع النفسية: وذلك من خلال الشعور بالاطلاع بشكل مستمر علي العملية الانتخابية وإدراك ما يحدث في البيئة المحيطة خاصة فيما يتعلق بالأمور المهمة مثل الانتخابات ما ينعكس بشكل إيجابي علي الجانب النفسي لدي القارئ.

الدوافع الاجتماعية: من بين أهم العوامل التي تدفع الجمهور إلى استخدام مواقع الصحف الإلكترونية أنها تعتبر منصة ملائمة يلتقي من خلالها الأصدقاء والأقران والمعارف حيث يتم فتح النقاش والمحادثات المتعلقة بالعديد من القضايا ومن بينها الانتخابات، حيث يفضل الكثير من الجمهور الاعتماد علي الصحف الرقمية والتي تتيح للأعضاء التفاعل فيما بينهم ومن ثم المساهمة في تكوين الآراء المتعلقة بالمشاركة في الانتخابات أو اختيار مرشح معين، خاصة ان القارئ يميل إلى تصديق الجماعات المرجعية مثل الأصدقاء والعارف الموجودين علي منصة الصحيفة الإلكترونية.^(٣٠)

(٣) العوامل المؤثرة في تغطية مواقع الصحف الإلكترونية للانتخابات

هناك مجموعة من العوامل التي تؤثر بشكل مباشر علي تغطية المواقع الصحفية الإلكترونية للانتخابات والتي تشمل^(٣١):

- نمط ملكية الصحيفة الإلكترونية والتي تؤثر بشكل كبير علي كيفية تغطيتها للانتخابات، وتؤثر طبيعة ملكية مواقع الصحف الإلكترونية علي كيفية تناولها للأخبار بشكل عام وعلي كيفية تغطيتها بشكل خاص، حيث أن مواقع الصحف الإلكترونية التي تنتمي لحزب سياسي معين يؤثر بشكل مباشر علي كيفية صياغتها للأخبار والمعلومات المتعلقة بالانتخابات، علي النقيض من مواقع الصحف الإلكترونية المستقلة التي تتمتع بالحيادية في تغطيتها للموضوعات المتعلقة بالانتخابات.
- الانتماء السياسي والأيدولوجية التي تتبعها الصحيفة الإلكترونية والتي تؤثر أيضا علي كيفية تغطية مواقع الصحف الإلكترونية، حيث أن مواقع الصحف الإلكترونية التي لها توجهات أيدولوجية معينة، تتأثر طريقة وكيفية معالجتها للأخبار المتعلقة بالانتخابات.
- النظام السياسي للدولة وحجم الديمقراطية الموجود بها، حيث أن الدول الشمولية لها سيطرة كبيرة علي وسائل الإعلام الرقمية أو التقليدية، مما يؤثر علي كيفية تغطية وسائل الإعلام للأخبار والمعلومات بشكل يتفق مع رؤية وتوجه الدولة، وفي تغطيتها للانتخابات تسعى تلك الصحف إلى تبني وجهات نظر تتفق بشكل كبير مع سياسة النظام الحاكم، لهذا نجد أن مواقع الصحف الإلكترونية تسعى إلى مناصرة مرشح الحزب الحاكم، علي النقيض من مواقع الصحف الإلكترونية الموجودة في الدول

الديمقراطية التي تسعى إلى تقديم تغطية متوازنة وعادلة وتقف علي مسافة واحدة من كل من المرشحين.

- حارس البوابة الإعلامية، وهو يعتبر الشخص المسؤول عن تنفيذ السياسة التحريرية للصحيفة الإلكترونية، حيث أن لديه القدرة علي تعديل أو إضافة أو حذف الأخبار المتعلقة بالانتخابات، مما يشير إلى أن طريقة تغطية الانتخابات تتأثر بشكل كبير بحارس البوابة الإعلامية وتوجهاته السياسية أو الفكرية.

(٤) عوامل نجاح مواقع الصحف الإلكترونية في تغطية الانتخابات الرئاسية

هناك مجموعة من العوامل التي تساعد في نجاح مواقع الصحف الإلكترونية أثناء تغطيتها للانتخابات الرئاسية والتي تشمل:

١. السرعة والفورية في نقل وتوصيل المعلومات إلى الجمهور المستهدف.
٢. القدرة علي تحديث المعلومات المتعلقة بالانتخابات الرئاسية مما يجعل القارئ علي إطلاع بشكل مستمر علي تطورات الانتخابات الرئاسية، حتي لا يلجأ إلى مصادر إعلامية بديلة.
٣. القدرة علي تحليل المعلومات بما يسمح للجمهور من فهم البرامج الانتخابية، خاصة أن تلك التحليلات تحتوي علي نقد لتلك البرامج الانتخابية بما يسمح للجمهور من التعرف علي إيجابيات وسلبيات تلك البرامج مما يؤدي إلى دفع الجمهور إلى المشاركة السياسية واتخاذ القرارات المناسبة فيما يتعلق بالمرشح السياسي.
٤. التوازن في عرض المعلومات والأخبار وعدم تغليب الجانب الفكري والحزبي والأيديولوجي في تغطية الصحيفة للأخبار المتعلقة بالانتخابات الرئاسية.^(٣٢)
٥. فتح النقاشات والمحادثات بين الجمهور، والتي لها تأثير كبير علي زيادة إقتناع الجمهور بمدى أهمية المشاركة في العملية الانتخابية أو اختيار مرشح معين، خاصة مع زيادة مصداقية الجماعات المرجعية الموجودين علي منصة الصحيفة الرقمية.^(٣٣)
٦. العمل علي الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الأخبار المتعلقة بالانتخابات الرئاسية مما يزيد من درجة تعرض الجمهور لذلك النوعية من الأخبار والمعلومات، خاصة مع زيادة تفضيل الجمهور التعرض إلى مواقع التواصل الاجتماعي.^(٣٤)
٧. تغطيتها للانتخابات الرئاسية ومدى تمتعها بالمصداقية والثقة لدي الجمهور، حيث أن هناك علاقة إرتباطية بين مصداقيتها وبين إقتناع الجمهور بالمعلومات المقدمة، فكلما زادت المصداقية زادت درجة إقتناع الجمهور بالمعلومات المقدمة والمتعلقة بالانتخابات الرئاسية.^(٣٥)

٨. العمق في تقديم المعلومات والمتعلقة بالبرامج الانتخابية للمرشحين.
٩. وجود تأثير لأيدولوجية الصحيفة الرقمية علي كيفية تغطيتها للأخبار والمعلومات المتعلقة بالانتخابات الرئاسية، حيث تحاول الصحف الرقمية تقديم الأخبار والمعلومات من منظورها ومعتقداتها الفكري والحزبي، الذي يؤدي في النهاية إلى تقديم الدعم إلى مرشح معين علي باقي المرشحين.^(٣٦)
١٠. الاعتماد علي بعض الاستراتيجيات الاتصالية والأطر الإخبارية التي تساعد علي فهم واقتناع الجمهور بشكل يتفق مع ما ترغب به الصحيفة الرقمية.^(٣٧)
١١. التنوع في المعلومات المقدمة والتي قد تشمل الأخبار، أو التحليلات أو استطلاعات الرأي أو الإعلانات مما يؤدي إلى زيادة اهتمام الجمهور بالانتخابات الرئاسية وجعلها علي رأس أولويات الموضوعات التي يهتم بها خلال فترة معينة والتي تشمل مدة الانتخابات.^(٣٨)
١٢. التحديث المستمر للمعلومات والأخبار المتعلقة بالانتخابات الرئاسية مما يجعل الجمهور علي اطلاع دائم بمجريات الأحداث المتعلقة بالانتخابات الرئاسية.
١٣. الانفتاح والتوازن في عرض الأخبار المتعلقة بالمرشحين السياسيين وعدم الاهتمام بمرشح سياسي مقابل باقي المرشحين، حيث تكون التغطية الإخبارية علي قدم المساواة مما يساعد الجمهور علي تكوين رأي مستنير فيما يتعلق باختيار المرشح السياسي المناسب لهذا المنصب الرفيع.^(٣٩)

(٥) الاستراتيجيات الاتصالية التي توظفها مواقع الصحف أثناء معالجة الانتخابات

الرئاسية

تعتمد مواقع الصحف الإلكترونية علي مجموعة من الاستراتيجيات الاتصالية أثناء تغطيتها للانتخابات الرئاسية والتي تشمل:

- إضفاء الشرعية legitimacy: وهو يعتبر من الإستراتيجيات الاتصالية التي تستخدمها مواقع الصحف الإلكترونية والمقصود بالشرعية هي تلك الأفعال التي تركز عليها الصحف الإلكترونية من أجل إضفاء المصداقية حول مرشح سياسي معين، مما يؤدي إلى تحسين سمعته وصحته الذهنية لدي الناخبين وبالتالي التأثير علي قراراتهم فيا يتعلق باختيار ذلك المرشح دون غيره من المرشحين. باعتبارها افتراضًا لأفعال تجعل سياسيًا أو كيانًا مرغوبًا وموثوقًا به وشعبيًا من قبل الجهات الفاعلة الاجتماعية الأخرى لتدمير السمعة السلبية أو الانتقادات.^(٤٠)

- **الأدلة والبرهنة Evidence** : وهو يعتبر من الاستراتيجيات الاتصالية التي تعتمد علي العقل والمنطق في مخاطبة الجمهور من أجل اقناع الجمهور باختيار مرشح سياسي معين من خلال تقديم الأدلة والبراهين علي مدي فعالية برنامج انتخابي معين في مقابل البرامج الأخرى التي يقدمها المرشحين مما يؤثر بشكل كبير علي قرارات واتجاهات الجمهور المتعلقة بكيفية الاختيار في العملية السياسية.^(٤١)
- **الشيطنة Demonization**: وهو يعتبر من الاستراتيجيات الاتصالية الرائجة والتي تستخدمها بعض مواقع الصحف الإلكترونية خاصة تلك التابعة للدولة من أجل نزع صفة الإنسانية عن مرشح سياسي معين ووسمة بصفة الشياطين والتركيز علي بعض الأعمال الخبيثة التي يقوم بها من أجل المساهمة في تدمير سمعة ذلك المرشح وبالتالي التأثير بشكل سلبي علي قرارات الجمهور فيما يتعلق بمرشح يليق بمصب رئيس الدولة.^(٤٢)
- **الأرقام Number**: وتعتبر من بين الاستراتيجيات الاتصالية التي تعتمد على المنطق في تقديم الأدلة والبراهين والتي لها تأثير كبير علي قرارات الجمهور فيما يتعلق بالمرشح الانتخابي، وتتعد صور تقديم الأرقام والتي يمكن استخدامها في صورة أرقام أو احصائيات أو من خلال الرسوم البيانية التي تؤكد قدرة مرشح معين علي تحقيق إنجاز في مجال الاقتصاد أو الاجتماع أو التعليم.^(٤٣)
- **التأكيد علي الصفات السلبية للآخر**: وهو يعتبر من الاستراتيجيات الاتصالية التي تستخدمها بعض مواقع الصحف الإلكترونية التي تنتمي إلى حزب سياسي معين، حيث يتم التركيز علي الصفات السلبية لبعض المرشحين مما يؤدي إلى دفع الناخبين إلى التصويت إلى المرشح المنافس.^(٤٤)
- **التصنيف Categorizing**: وهو يعتبر من بين الأساليب والاستراتيجيات الاتصالية التي تستخدمها بعض مواقع الصحف الإلكترونية والتي تقوم علي تصنيف مرشح معين والعمل تكوين صورة نمطية سلبية مما يؤدي إلى تشويه ذلك المرشح وأنه ينتمي إلى جماعة لا تنتمي إلى المجتمع أو الدولة وبالتالي التأثير بشكل كبير في اتخاذ القرار بعدم انتخاب ذلك المرشح.^(٤٥)

سابعاً: تساؤلات الدراسة

- ١- ما مدى اهتمام الجمهور بمتابعة مواقع الصحف الإلكترونية لانتخابات الرئاسة ٢٠٢٣م؟
- ٢- ما دوافع متابعة الجمهور لانتخابات الرئاسة ٢٠٢٣م بمواقع الصحف الإلكترونية؟
- ٣- ما درجة اعتماد الجمهور على مواقع الصحف الإلكترونية في التعرف بانتخابات الرئاسة ٢٠٢٣م؟
- ٤- ما التأثيرات الناتجة عن اعتماد الجمهور على مواقع الصحف الإلكترونية كمصدر للمعلومات عن انتخابات الرئاسة ٢٠٢٣م؟
- ٥- ما اتجاهات الجمهور نحو تناول مواقع الصحف الإلكترونية لانتخابات الرئاسة ٢٠٢٣م؟

ثامناً: فروض الدراسة

- ١- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموغرافية للجمهور: "النوع، العمر، المؤهل الدراسي، الوظيفة"، في التأثيرات (المعرفية- الوجدانية- السلوكية) الناتجة عن الاعتماد على مواقع الصحف الإلكترونية في متابعة الانتخابات الرئاسية ٢٠٢٣.
- ٢- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموغرافية للجمهور: "النوع، العمر، المؤهل الدراسي، الوظيفة"، في اتجاهاتهم نحو دور مواقع الصحف الإلكترونية في التعرف بالانتخابات الرئاسية ٢٠٢٣.
- ٣- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين درجة اعتماد الجمهور على مواقع الصحف الإلكترونية للحصول على معلومات حول انتخابات الرئاسة وتأثيرها على اتجاهاتهم.
- ٤- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين دوافع متابعة الجمهور للصحف الإلكترونية لمتابعة الانتخابات الرئاسية ٢٠٢٣ واتجاهاتهم نحوها.

تاسعاً: نوع الدراسة ومنهجها

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستهدف تحليل وتقويم خصائص معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد، للحصول على معلومات كافية، واستخلاص نتائج ودلائل مفيدة، وتهتم البحوث الوصفية بالظروف والعلاقات القائمة بين المتغيرات، لاستخلاص دلالاتها من خلال النتائج التي تصل إليها الباحثة، ويمكن بذلك الاستفادة في معرفة اتجاهات الجمهور نحو تناول مواقع الصحف الإلكترونية للانتخابات الرئاسية المصرية وتحليل آرائهم.

واعتمدت الدراسة عن منهج المسح الذي يعد من أنسب المناهج العلمية للدراسة حيث إنه يقدم وصفاً دقيقاً للظواهر المتعلقة بموضوع الدراسة، وتم توظيف هذا المنهج بشقة الميداني، وذلك بمسح عينة من جمهور مواقع الصحف الإلكترونية، للتعرف على اتجاهاتهم نحو تناول مواقع الصحف الإلكترونية للانتخابات الرئاسية.

عاشراً: مجتمع الدراسة وعينتها

يتمثل مجتمع الدراسة في أفراد الجمهور المصري الذين يتابعون مواقع الصحف الإلكترونية، وتم تطبيق الدراسة على عينة عمدية قوامها (٤٠٧) مفردة من الجمهور المصري المتابعون لمواقع الصحف الإلكترونية، ولديهم حق الانتخاب، وتم تطبيق الدراسة المدانية خلال الفترة التي تلى الانتخابات الرئاسية خلال شهرى يناير وفبراير ٢٠٢٤، بمحافظة القاهرة الكبرى (القاهرة- الجيزة- القليوبية).

مميزات اختيار العينة:

- تتطبق عليهم الشروط اللازمة لعملية التصويت وحق الانتخاب وخاصة عامل السن والأهلية.
- ممن يتابعون مواقع الصحف الإلكترونية.
- اختيار أقليم القاهرة الكبرى لأنها تضم شرائح مختلفة من السكان يمثلون بقية المحافظات الأخرى، كما تتفاوت أحيائها فى المستوى الاجتماعى الاقتصادى.
- ووزع الجمهور وفقاً للنوع إلى "الإناث" عددهم (٢٠٨) بنسبة بلغت (٥١,١%)، و"الذكور" عددهم (١٩٩) بنسبة بلغت (٤٨,٩%) من إجمالي عينة الدراسة، ووزعت العينة وفقاً للسن إلى "من ١٨ إلى ٢٧ سنة" بلغ عددهم (٥٧) بنسبة (١٤,٠%)، و "من ٢٨ إلى ٣٧ سنة" وعددهم (٥٢) بنسبة (١٢,٨%)، أما من "٣٨ سنة إلى ٤٧ سنة" فجاء عددهم (٩٩) بنسبة (٢٤,٣%)، كما كان عدد الجمهور من "٤٨ سنة إلى ٥٧ سنة" (١٣٤) بنسبة (٣٢,٩%)، في حين بلغ عدد الجمهور من سن "٥٨ فأكثر" (٦٥) بنسبة (١٦,٠%) من إجمالي عينة الدراسة.
- كما وُزعت العينة وفقاً للمؤهل التعليمي إلى " يقرأ ويكتب" وعددهم (٦١) بنسبة (١٥,٠%)، و "تعليم أقل من متوسط" عددهم (٦٣) بنسبة (١٥,٥%) ، و "تعليم متوسط" بعدد (١٠٥) بنسبة (٢٥,٨%)، أما المؤهل الجامعي فجاء عددهم (١٢٩) بنسبة (٣١,٧%)، وأخيراً أصحاب الدراسات العليا فكان عددهم (٤٩) بنسبة (١٢,٠%) من إجمالي عينة الدراسة.
- ووزعت العينة وفقاً للوظيفة إلى " طالب" بعدد (١١٢) بنسبة (٢٧,٥%)، و "موظف حكومي" بعدد (١١٩) بنسبة بلغت (٢٩,٢%)، و "وظيفة أعمال حرة" بعدد (١٧٦) بنسبة بلغت (٤٣,٢%) من إجمالي عينة الدراسة.

حادي عشر: أدوات الدراسة

اعتمدت الدراسة فى جمع بياناتها على:

١- استمارة الاستبيان.

٢- مقياس تأثير مواقع الصحف الإلكترونية، والتي تم تصنيفها على النحو التالي:

مبحوثين معارضون على التأثيرات = الحاصلين على (٢١: ٣٥) درجة على المقياس.

مبحوثين محايدون على التأثيرات = الحاصلين على (٣٦: ٤٩) درجة على المقياس.

مبحوثين موافقون على التأثيرات = الحاصلين على (٥٠: ٦٣) درجة على المقياس.

٣- مقياس الاتجاهات الجمهور نحو مواقع الصحف الإلكترونية، والتي تم تصنيفها على النحو التالي:

اتجاهات سلبية = الحاصلين على (٣٣: ٥٥) درجة على المقياس.

اتجاهات محايدة = الحاصلين على (٥٦: ٧٧) درجة على المقياس.

اتجاهات إيجابية = الحاصلين على (٧٨: ٩٩) درجة على المقياس.

اختبار الصدق والثبات لأداة الدراسة:

للتحقق من صدق الأسئلة والعبارات التي تكون منها الاستبيان ومقاييس الدراسة، والتأكد من صلاحيتها لقياس متغيرات وفروض الدراسة، تم عرضها على مجموعة من الأساتذة المتخصصين في مجال الدراسة(*) وقد قامت الباحثة بإجراء التعديلات وفقاً لمقترحاتهم بما يتوافق مع أهداف الدراسة، وللتحقق من ثبات النتائج التي يتم الوصول إليها باستخدام هذه الاستمارة فقد اعتمدت الباحثة على أسلوب إعادة الاختبار، حيث تم تطبيق الاستمارة على (٤٠) مفردة، وبعد (١٥) أيام تم تطبيقها مرة ثانية، وقد تم حساب معامل الارتباط لمعرفة مدى الاتساق والترابط بين إجابات الجمهور في التطبيق الأول والثاني، والذي أسفر عن معامل ثبات قدرة، (٠,٩٣٢٢) وهي نسبة مرضية بدرجة كبيرة لثبات نتائج الأدوات.

ثاني عشر: حدود الدراسة

- **حدود موضوعية:** وتتمثل فى اتجاهات الجمهور نحو تناول مواقع الصحف الإلكترونية للانتخابات الرئاسية المصرية لعام ٢٠٢٣م.
- **حدود زمنية:** وتتمثل فى الفترة الزمنية من شهر يناير إلى فبراير ٢٠٢٤م.
- **حدود مكانية:** تتمثل فى محافظة القاهرة الكبرى (القاهرة- الجيزة- القليوبية).

ثالث عشر: التعريفات الإجرائية

الانتخابات الرئاسية: هي استحقاق دستوري يجري كل ست سنوات عن طريق الاقتراع العام السري المباشر على أن يتم الاقتراع تحت إشراف أعضاء من هيئة قضائية، لاختيار رئيس الجمهورية والمرشح فيها السيد/ عبدالفتاح السيسي (مستقل) الرئيس الحالي للبلاد، والمرشح السياسي حازم سليمان عمر (حزب الشعب المصري)، عيد السند يمامة (حزب الوفد الجديد)، فريد زهران (الحزب الوطني الديمقراطي الاجتماعي) رئيس لهم.

مفهوم الاتجاهات : المعارف والمعتقدات الراسخة لدى الجمهور المصري والتي يعبرون عنها من خلال إبداء آرائهم فيما تطرحه مواقع الصحف الإلكترونية من معلومات حول انتخابات الرئاسة المصرية.

التناول: ويقصد به الطريقة التي يتم من خلالها تناول مواقع الصحف الإلكترونية للأخبار والوقائع والأحداث حول الانتخابات الرئاسية لتحقيق الأهداف المرجوة من وراء تقديم مضمون ما.

مواقع الصحف الإلكترونية: وهي مواقع إلكترونية تنشر المواد الصحفية على مواقعها عبر الإنترنت، وتستخدم تقنيات حديثة من وسائط، وصور وفيديوهات، والتعليق على المادة المنشورة من قبل مستخدميها، وتتميز بالفورية في نقل الخبر، وإمكانية استخدامها في وقت وأي زمان ومكان.

رابع عشر: التحليل الإحصائي للبيانات المستخدم في الدراسة

تم جمع بيانات تلك الدراسة من خلال التطبيق الإلكتروني، وقد خضعت الاستبيانات لمراجعة مدققة، كما روجعت بعد استيفاء جميع الحالات، وتم إدخال البيانات في الحاسب الآلي وعولجت إحصائياً باستخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، وذلك وفق خطة تتفق والإجابة على التساؤلات والتحقق من الفروض، حيث تضمنت المعالجة الإحصائية ما يلي:

- التكرارات والنسب المئوية لاستجابات الجمهور على جميع أسئلة بنود الاستبيان.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للقيم الكمية التي تعكس استجابات الجمهور على البنود والمقاييس الفرعية التي يضمها الاستبيان.
- اختبار "ت" للمقارنة بين مجموعات العينة مصنفة حسب النوع (ذكور & إناث)، وذلك من حيث متوسط الدرجة على بنود ومقاييس الاستبيان.

- تحليل التباين أحادي الاتجاه One Way Analysis of Variance ANOVA بين مجموعات العينة مصنفة حسب الوظيفة، العمر، السن، مستوى التعليم وذلك من حيث متوسط الدرجة على بنود ومقاييس الاستبيان، وفي حالة وجود فروق جوهرية تم استخدام لاختبارات البعدية Post Hoc Tests بطريقة أقل فرق معنوي Least Significance Difference والمعروف بـ L.S.D لمعرفة مصدر التباين بين المجموعات التي كشف تحليل التباين عن وجود فرق بينها.
- اختبار كاي^٢ (Chi-square)، وكذلك معامل التوافق (Contingency Coefficient) لرصد قيمة ومعنوية العلاقة بين متغيرين من المستوى الأسمى.
- اختبار "Z. Test" لدراسة معنوية الفرق بين نسبتي مؤبطين.
- معامل ارتباط بيرسون "Pearson Correlation" لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من متغيرات الدراسة.

خامس عشر: نتائج الدراسة الميدانية

تهدف هذه الدراسة إلى رصد اتجاهات الجمهور نحو تناول مواقع الصحف الإلكترونية لانتخابات الرئاسة ٢٠٢٣، وفي إطار منهج المسح تم ملء استمارة الاستبيان الإلكتروني لعينة قوامها (٤٠٧) مفردة (١٩٩) من الذكور، و(٢٠٨) من الإناث، وتم مراعاة المتغيرات الديموجرافية لعينة الدراسة، وفيما يلي تعرض الباحثة أهم نتائج الدراسة الميدانية التي أجريت على العينة، وذلك للإجابة عن تساؤلات الدراسة، وقد أسفر تحليل استجابات العينة التي تضمنتها بيانات صحيفة الاستبيان بعد عملية الجدولة والتصنيف عن بيانات كمية دعمت الثقة في النتائج وموضوعيتها، كما ساعدت علي تحقيق أهداف الدراسة والإجابة علي تساؤلاتها.

١) مدى اهتمام الجمهور بمتابعة مواقع الصحف الإلكترونية لانتخابات الرئاسة ٢٠٢٣

جدول (١)

مدى اهتمام الجمهور بمتابعة مواقع الصحف الإلكترونية لانتخابات الرئاسة ٢٠٢٣ وفقاً للنوع

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
مهتم بدرجة كبيرة	١٣٣	٦٦,٨	١١٥	٥٥,٣	٢٤٨	٦٠,٩
مهتم بدرجة متوسطة	٥١	٢٥,٦	٧١	٣٤,١	١٢٢	٣٠,٠
مهتم بدرجة ضعيفة	١٥	٧,٥	٢٢	١٠,٦	٣٧	٩,١
الإجمالي	١٩٩	١٠٠	٢٠٨	١٠٠	٤٠٧	١٠٠
قيمة كاي ^٢ = ٥,٧١٣ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠,١١٨						
مستوي الدلالة = دالة عند ٠,٠٥						

بحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢، وجد أنها = ٥,٧١٣، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠,٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠,١١٨ تقريباً مما يؤكد على وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع الجمهور (الذكور - الإناث) وبين درجة الاهتمام بمتابعة مواقع الصحف الإلكترونية لانتخابات الرئاسة ٢٠٢٣، حيث تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة الجمهور من يهتمون بدرجة كبيرة بمتابعة الانتخابات الرئاسية ٢٠٢٣ على مواقع الصحف الإلكترونية والتي بلغت (٦٠,٩٪)، وبلغت نسبة من يهتمون بمتابعتها بدرجة متوسطة من إجمالي مفردات عينة الدراسة (٣٠,٠٪)، بينما جاءت نسبة قليلة من الجمهور لا يتابعونها على مواقع الصحف الإلكترونية من إجمالي مفردات عينة الدراسة (٩,١٪).

وهنا تظهر من خلال هذه النتيجة الأهمية الكبيرة لمواقع الصحف الإلكترونية لدى الجمهور في علاقتها بالمجتمع وتقديمها للأحداث الجارية وما تحققه لدى الجمهور من إعلامه واخباره وتزويده بالمعلومات عما يدور حول الانتخابات.

وتتفق نتيجة هذه الدراسة مع دراسة كل من (Zuhdi, A., Suryana, et.al (2024)، و Koa, M. (2023)، والتي أشارت إلى أن مواقع الصحف الإلكترونية تعتبر من أهم الوسائل التي يعتمد عليها الجمهور من أجل متابعة الأخبار المتعلقة بالانتخابات الرئاسية، وأن مواقع الصحف الإلكترونية تعتبر من أهم الوسائل التي يعتمد عليها الجمهور في الحصول على المعلومات المتعلقة بالانتخابات الرئاسية إلى جانب مواقع التواصل الاجتماعي التي تعمل على نشر المعلومات بشكل سريع وفوري.

٢) عدد الساعات التي يتابع فيها الجمهور في تصفح مواقع الصحف الإلكترونية لانتخابات الرئاسة ٢٠٢٣ يومياً

جدول (٢) عدد الساعات التي يتابع فيها الجمهور في تصفح مواقع الصحف الإلكترونية لانتخابات الرئاسة ٢٠٢٣ يومياً وفقاً للنوع

النوع		ذكور		إناث		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%
أقل من ساعة		١٢٢	٦١,٣	١٥٣	٧٣,٦	٢٧٥	٦٧,٦
من ساعة إلى أقل من ساعتين		٤٤	٢٢,١	٣٢	١٥,٤	٧٦	١٨,٧
من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات		٢٤	١٢,١	٨	٣,٨	٣٢	٧,٩
ثلاث ساعات فأكثر		٩	٤,٥	١٥	٧,٢	٢٤	٥,٩
الإجمالي		١٩٩	١٠٠	٢٠٨	١٠٠	٤٠٧	١٠٠
قيمة كا ^٢ = ١٤,٦٩٧ درجة الحرية = ٣ معامل التوافق = ٠,١٨٧							
مستوي الدلالة = دالة عند ٠,٠١							

بحساب قيمة كا ٢١ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٣، وجد أنها = ١٤,٦٩٧ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠,٠١، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠,١٨٧ تقريباً مما يؤكد على وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع الجمهور (الذكور - الإناث) وبين معدل ساعات متابعتهم مواقع الصحف الإلكترونية لانتخابات الرئاسة ٢٠٢٣ يومياً، حيث تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يتابعونها في (أقل من ساعة) يومياً والتي بلغت (٦٧,٦٪)، وبلغت نسبة من يهتمون بمتابعتها (من ساعة إلى أقل من ساعتين) يومياً على مواقع الصحف الإلكترونية من إجمالي مفردات عينة الدراسة (١٨,٧٪)، كما جاءت نسبة الجمهور الذين يتابعونها (من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات) يومياً على مواقع الصحف الإلكترونية من إجمالي مفردات عينة الدراسة (٧,٩٪)، في حين جاءت نسبة من يتابعونها (ثلاث ساعات فأكثر) يومياً على مواقع الصحف الإلكترونية (٥,٩٪).

٣) مواقع الصحف الإلكترونية التي يحرص الجمهور على متابعة انتخابات الرئاسة ٢٠٢٣ من خلالها

جدول (٣) مواقع الصحف الإلكترونية التي يحرص الجمهور على متابعة انتخابات الرئاسة ٢٠٢٣ من خلالها وفقاً للنوع

الدلالة	قيمة z	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع مواقع الصحف
		%	ك	%	ك	%	ك	
غير دالة	٠,١٣٠	٩٣,١	٣٧٩	٩٣,٨	١٩٥	٩٢,٥	١٨٤	صحيفة الاهرام الإلكتروني.
غير دالة	١,٠٩٥	٨٨,٠	٣٥٨	٩٣,٣	١٩٤	٨٢,٤	١٦٤	صحيفة اليوم السابع الإلكتروني.
غير دالة	٠,٣٧٥	٨٦,٧	٣٥٣	٨٨,٥	١٨٤	٨٤,٩	١٦٩	صحيفة مصر اليوم الإلكتروني
غير دالة	١,١٠٤	٨٦,٠	٣٥٠	٩١,٣	١٩٠	٨٠,٤	١٦٠	صحيفة البوابة نيوز
غير دالة	٠,٣١٥	٨٥,٠	٣٤٦	٨٦,٦	١٨٠	٨٣,٤	١٦٦	صحيفة الدستور
غير دالة	٠,٨١٧	٨٣,٥	٣٤٠	٨٧,٥	١٨٢	٧٩,٤	١٥٨	صحيفة الأخبار الإلكترونية
دالة ٠,٠١	١,٦٣٩	٧٧,١	٣١٤	٨٥,١	١٧٧	٦٨,٨	١٣٧	صحيفة الموجز
دالة ٠,٠١	١,٥٢٢	١٨,٩	٧٧	١١,٥	٢٤	٢٦,٦	٥٣	صحيفة الوفد الإلكتروني
غير دالة	٠,٣٥٧	١٣,٣	٥٤	١١,٥	٢٤	١٥,١	٣٠	صحيفة الوطن
		٤٠,٧		٢٠,٨		١٩٩		جملة من سئلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى مواقع الصحف الإلكترونية التي يحرص الجمهور على متابعة انتخابات الرئاسة ٢٠٢٣ من خلالها وفقاً للنوع، جاء في مقدمة تلك المواقع "صحيفة الاهرام الإلكتروني". حيث جاءت بنسبة بلغت (٩٣,١٪) من إجمالي عينة الدراسة، يليها في الترتيب الثاني "صحيفة اليوم السابع الإلكتروني" حيث جاءت بنسبة بلغت (٨٨,٠٪) من إجمالي عينة الدراسة.

ثم فى الترتيب الثالث " صحيفة مصر اليوم الإلكتروني " بنسبة بلغت (٨٦,٧%) من إجمالي عينة الدراسة، وجاء فى الترتيب الرابع موقع " صحيفة البوابة نيوز "، وذلك بنسبة بلغت (٨٦,٠%) من إجمالي عينة الدراسة، وكذلك بالترتيب الخامس موقع " صحيفة الدستور " وذلك بنسبة (٨٥,٠%)، أما بالترتيب السادس فجاء موقع " صحيفة الأخبار الإلكترونية " بنسبة بلغت (٨٣,٥%).

كذلك جاء موقع " صحيفة الموجز " بالترتيب السابع بنسبة بلغت (٧٧,١%)، وفي الترتيب الثامن كان موقع " صحيفة الوفد الإلكتروني " بنسبة مئوية (١٨,٩%)، وفي الترتيب التاسع والأخير موقع " صحيفة الوطن " بنسبة (١٣,٣%).

وقد أوضح النتائج التفصيلية وجود فروق دالة إحصائياً في استجابات الجمهور حول أهم الصحف الإلكترونية التى يتابعون من خلالها انتخابات الرئاسة ٢٠٢٣، على النحو التالي:-

- فالإناث يتابعونها من خلال " صحيفة الموجز " نسبة أكبر من نسبة الذكور (٨٥,١%- ٦٨,٨%) عند مستوى دربة = ٠,٠١، والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (١,٦٣٩)، وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٩%.

- وأيضاً يتابعها الذكور من خلال " صحيفة الوفد الإلكتروني " بنسبة أكبر من الإناث (٢٦,٦% - ١١,٥%)، وذلك عند مستوى دلالة = ٠,٠١، والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (١,٥٢٢) وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٩%.

(٤) دوافع متابعة الجمهور لانتخابات الرئاسة بمواقع الصحف الإلكترونية

جدول (٤) دوافع متابعة الجمهور لانتخابات الرئاسة بمواقع الصحف الإلكترونية

الاستجابة		موافق		محايد		معارض		الوزن المرجح	
الدوافع		ك	%	ك	%	ك	%	النقاط	الوزن المئوي
التعرف على برامج المرشحين وفهمها بدقة		٢٩٤	٧٢,٢	٩٤	٢٣,١	١٩	٤,٧	١٠٨٩	٦,٦٥
التعرف على وجهات النظر المختلفة حول الانتخابات		٢٩٣	٧٢,٠	٩٢	٢٢,٦	٢٢	٥,٤	١٠٨٥	٦,٦٣
تقديم تغطية متكاملة لكل ما يتعلق بالانتخابات الرئاسية		٢٦٥	٦٥,١	١١٧	٢٨,٧	٢٥	٦,١	١٠٥٤	٦,٤٤
توجيهي لاختيار المرشح الأفضل		٢٧٨	٦٨,٣	٩٠	٢٢,١	٣٩	٩,٦	١٠٥٣	٦,٤٣
لتقديمها معلومات غير متاحة في وسائل الإعلام الأخرى		٢٥٨	٦٣,٤	١٢٣	٣٠,٢	٢٦	٦,٤	١٠٤٦	٦,٣٩
المشاركة بالرأي والتفاعل حول ما ينشر		٢٤٨	٦٠,٩	١٣٨	٣٣,٩	٢١	٥,٢	١٠٤١	٦,٣٦
فهم مجريات الأحداث بشأن العملية الانتخابية		٢٦٤	٦٤,٩	٩٨	٢٤,١	٤٥	١١,١	١٠٣٣	٦,٣١
الفورية في تناول أحداث الانتخابات الرئاسية		٢٢٨	٥٦,٠	١٥٢	٣٧,٣	٢٧	٦,٦	١٠١٥	٦,٢٠
السهولة في الحصول على المعلومات المتعلقة بالمرشحين من خلالها		٢٤١	٥٩,٢	١٢٦	٣١,٠	٤٠	٩,٨	١٠١٥	٦,٢٠
متابعة الأخبار الخاصة بالانتخابات		٢٢٢	٥٤,٥	١٦٢	٣٩,٨	٢٣	٥,٧	١٠١٣	٦,١٩
الثقة والمصداقية في هذه المواقع		٢٢٢	٥٤,٥	١٦١	٣٩,٦	٢٤	٥,٩	١٠١٢	٦,١٨
تشجعي على المشاركة في العملية الانتخابية		٢٣٣	٥٧,٢	١٣٦	٣٣,٤	٣٨	٩,٣	١٠٠٩	٦,١٦
تتيح لى تبادل وجهات النظر مع المؤيدين والمعارضين		٢٠٢	٤٩,٦	١٨٠	٤٤,٢	٢٥	٦,١	٩٩١	٦,٠٥
تتيح لى حفظ أخبار المرشحين لقراءتها في الوقت الذي يناسب		٢٠٣	٤٩,٩	١٦٩	٤١,٥	٣٥	٨,٦	٩٨٢	٦,٠٠
تعطي تفاصيل أكثر دقة للحدث الانتخابي		٢٢٣	٥٤,٨	١٢٤	٣٠,٥	٦٠	١٤,٧	٩٧٧	٥,٩٧
تكوين لدى رأي خاص بشأن العملية الانتخابية		١٧٩	٤٤,٠	١٨٠	٤٤,٢	٤٨	١١,٨	٩٤٥	٥,٧٧
مجموع الأوزان		ن = ٤٠٧						١٦٣٦٠	

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم دوافع متابعة الجمهور لانتخابات الرئاسة بمواقع الصحف الإلكترونية:

- حيث جاء فى الترتيب الأول دافع " التعرف على برامج المرشحين وفهمها بدقة " والتي جاءت بوزن مؤوى بلغ (٦,٦٥٪) ، وجاء فى الترتيب الثانى " التعرف على وجهات النظر المختلفة حول الانتخابات " بوزن مؤوى بلغت قيمته (٦,٦٣٪)، ثم بالترتيب الثالث دافع " تقديم تغطية متكاملة لكل ما يتعلق بالانتخابات الرئاسية " ، حيث جاء بوزن مؤوى بلغت قيمته (٦,٤٤٪).

- يليها فى الترتيب الرابع " توجيهي لاختيار المرشح الأفضل " بوزن مؤوى بلغت قيمته (٦,٤٣٪)، كذلك فى الترتيب الخامس دافع " لتقديمها معلومات غير متاحة فى وسائل الإعلام الأخرى " حيث جاءت بوزن مؤوى بلغت قيمته (٦,٣٩٪)، وأيضاً فى الترتيب السادس دافع " المشاركة بالرأى والتفاعل حول ما ينشر " وذلك بوزن مؤوى بلغت قيمته (٦,٣٦٪)، أما بالترتيب السابع فجاء دافع " فهم مجريات الأحداث بشأن العملية الانتخابية " بوزن مؤوى (٦,٣١٪).

- كذلك جاء بالترتيب الثامن من تلك الدوافع كل من " الفورية فى تناول أحداث الانتخابات الرئاسية- السهول فى الحصول على المعلومات المتعلقة بالمرشحين من خلالها " بوزن مؤوى (٦,٢٠٪)، يليه بالترتيب التاسع " متابعة الأخبار الخاصة بالانتخابات " بوزن مؤوى بلغ (٦,١٩٪)، وبفارق بسيط جاء الترتيب العاشر دافع " الثقة والمصادقية فى هذه المواقع " بوزن مؤوى (٦,١٨٪)، فى حين جاء بالترتيب الحادي عشر " تشجعي على المشاركة فى العملية الانتخابية " بوزن مؤوى (٦,١٦٪).

- وأظهر النتائج أن من دوافع متابعة الانتخابات بمواقع الصحف الإلكترونية أنها " تتيح لى تبادل وجهات النظر مع المؤيدين والمعارضين " والتي جاءت بالترتيب الثانى عشر بوزن مؤوى (٦,٠٥٪)، كما جاء بالترتيب الثالث عشر دافع " تتيح لى حفظ أخبار المرشحين لقراءتها فى الوقت الذى يناسب " بوزن مؤوى (٦,٠٠٪)، ودافع أنها " تعطي تفاصيل أكثر دقة للحدث الانتخابي " جاء بالترتيب الرابع عشر بوزن مؤوى (٥,٩٧٪)، وأخيراً بالترتيب الخامس عشر أنها " تكوين لدى رأي خاص بشأن العملية الانتخابية " بوزن مؤوى (٥,٧٧٪) من إجمالي اختيارات عينة الدراسة.

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج كل من دراسة (El- Zuhdi, A., Suryana, et.al (2024) و (Sebahy, N. (2024)، و (Koa, M. (2023) والتي أوضحت أن سرعة مواقع الصحف الإلكترونية فى نشر المعلومات المتعلقة بالانتخابات الرئاسية وتمكين القارئ من الإطلاع علي الأخبار فى

أي وقت ومكان من خلال الهواتف الذكية مما يزيد من درجة اهتمام الجمهور بالمشاركة في العملية الانتخابية، وأنها ساهمت بشكل كبير في التعرف علي البرامج الانتخابية للمرشحين، ومن ثم المساهمة في تكوين اتجاهات الجمهور نحو اختيار المرشح الرئاسي المناسب، وأن مواقع الصحف الإلكترونية تعتبر من أهم الوسائل التي يعتمد عليها الجمهور في الحصول علي المعلومات المتعلقة بالانتخابات الرئاسية إلى جانب مواقع التواصل الاجتماعي التي تعمل علي نشر المعلومات بشكل سريع وفوري مما يزيد من دوافع متابعة الجمهور لانتخابات الرئاسة.

٥) تقييم الجمهور عينة الدراسة لتناول مواقع الصحف الإلكترونية لانتخابات الرئاسة

٢٠٢٣

جدول (٥) تقييم الجمهور لتناول مواقع الصحف الإلكترونية لانتخابات الرئاسة ٢٠٢٣ وفقاً للنوع

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
تناول مبالغ فيها	١٠٨	٥٤,٣	١٥٠	٧٢,١	٢٥٨	٦٣,٤
متحيز	٨٥	٤٢,٧	٤٠	١٩,٢	١٢٥	٣٠,٧
محايد	٦	٣,٠	١٨	٨,٧	٢٤	٥,٩
الإجمالي	١٩٩	١٠٠	٢٠٨	١٠٠	٤٠٧	١٠٠
قيمة كا ^٢ = ٢٨,٨٥٢ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠,٢٥٧						
مستوي الدلالة = دالة عند مستوى ٠,٠١						

بحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢، وجد أنها = ٢٨,٨٥٢ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠,٠١، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠,٢٥٧ تقريباً مما يؤكد على وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع الجمهور (ذكور - إناث) وتقييمهم لتناول مواقع الصحف الإلكترونية لانتخابات الرئاسة، حيث تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة (٦٣,٤%) من عينة الجمهور يرون أن تناول مواقع الصحف الإلكترونية لانتخابات الرئاسة "تناول مبالغ فيه"، كما يرى نسبة (٣٠,٧%) أن تناولها كان "متحيز"، بينما يرى نسبة (٥,٩%) أن تناول مواقع الصحف الإلكترونية لانتخابات الرئاسة كان "محايد" من جمهور عينة الدراسة.

٦) متابعة الجمهور لمواقع الصحف الإلكترونية لانتخابات الرئاسة ٢٠٢٣

جدول (٦) متابعة الجمهور لمواقع الصحف الإلكترونية لانتخابات الرئاسة ٢٠٢٣ وفقاً للنوع

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي		قيمة z	الدالة
	ك	%	ك	%	ك	%		
متابعة النص مع الصور وعروض الفيديو	١٨٤	٩٢,٥	١٩٦	٩٤,٢	٣٨٠	٩٣,٤	٠,١٧٨	غير دالة
متابعة الموضوعات بصورة عشوائية	١٧٤	٨٧,٤	١٩١	٩١,٨	٣٦٥	٨٩,٧	٠,٤٤٣	غير دالة
متابعة النص المكتوب فقط	١٥٤	٧٧,٤	١٨٦	٨٩,٤	٣٤٠	٨٣,٥	١,٢١٤	غير دالة
متابعة عناوين الأخبار والموضوعات فقط	١٥٥	٧٧,٩	١٨٤	٨٨,٦	٣٣٩	٨٣,٣	١,٠٦٦	غير دالة
متابعة الموضوعات الأكثر قراءة وجاذبية	١٥٤	٧٧,٤	١٧٩	٨٦,١	٣٣٣	٨١,٨	٠,٨٧٤	غير دالة
متابعة الفيديوهات فقط	١٤٢	٧١,٤	١٧٢	٨٢,٧	٣١٤	٧٧,١	١,١٤٣	غير دالة
متابعة الصور فقط	١٣١	٦٥,٨	١٨١	٨٧,٠	٣١٢	٧٦,٧	٢,١٣٧	دالة ٠,٠١
جملة من سنلوا	١٩٩		٢٠٨		٤٠٧			

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن الجمهور يتابع " النص مع الصور وعروض الفيديو " بمواقع الصحف الإلكترونية التي تتناول انتخابات الرئاسة والتي جاءت بالترتيب الأول بنسبة مئوية بلغت (٩٣,٤%) من إجمالي عينة الدراسة، يليها في الترتيب الثاني أنهم " متابعة الموضوعات بصورة عشوائية "، حيث جاءت بنسبة بلغت (٨٩,٧%) من إجمالي عينة الدراسة، وجاء في الترتيب الثالث أنهم يتابعون " النص المكتوب فقط " بنسبة بلغت (٨٣,٥%) من إجمالي عينة الدراسة، ثم بالترتيب الرابع يتابعون " عناوين الأخبار والموضوعات فقط " بنسبة بلغت (٨٣,٣%) من إجمالي عينة الدراسة.

كما يتابع الجمهور عينة الدراسة "الموضوعات الأكثر قراءة وجاذبية " بمواقع الصحف الإلكترونية والتي جاءت بالترتيب الخامس بنسبة (٨١,٨%)، وأشارت النتائج أنهم يتابعون "الفيديوهات فقط " التي تتناول انتخابات الرئاسة بنسبة (٧٧,١%) والتي جاءت بالترتيب السادس، أما في الترتيب السابع فجاء متابعتهم "الصور فقط" بنسبة (٧٦,٧%).

وقد أوضح النتائج التفصيلية وجود فروق دالة إحصائية في استجابات الجمهور حول المواقع الإلكترونية التي يتابعون الانتخابات الرئاسية على النحو التالي:- يفضل الإناث متابعتها "الصور فقط " نسبة أكبر من نسبة الذكور (٨٧,٠%-٦٥,٨%) والفارق دال إحصائياً حيث بلغت

قيمة Z المحسوبة (٢,١٣٧)، والتي جاءت بمستوى دلالة = ٠,٠١، وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٩٪.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة El-Sebahy, N. (2024) والتي أشارت إلى أن اتجاه الجمهور إلى الاعتماد علي الفيديوهات المتعلقة بالبرنامج الانتخابي للمرشح السياسي، باعتبارها من أهم مصادر المعلومات التي يمكن الاعتماد عليها من أجل الحصول علي المعلومات المتعلقة بالمرشح الانتخابي.

٧) تفاعل الجمهور مع تناول المواقع الصحف الإلكترونية لانتخابات الرئاسة ٢٠٢٣

جدول (٧) تفاعل الجمهور مع تناول المواقع الصحف الإلكترونية لانتخابات الرئاسة ٢٠٢٣ وفقا للنوع

الدالة	قيمة z	الإجمالي		إناث		نكور		النوع طريقة التفاعل
		%	ك	%	ك	%	ك	
غير دالة	٠,٥٤٢	٨٩,٧	٣٦٥	٩٢,٣	١٩٢	٨٦,٩	١٧٣	قراءة الموضوع كاملاً
غير دالة	٠,٨٩٤	٨٨,٥	٣٦٠	٩٢,٨	١٩٣	٨٣,٩	١٦٧	تنتقل إلي الروابط الأخرى ذات العلاقة
غير دالة	٠,١٥٤	٨٧,٧	٣٥٧	٨٨,٦	١٨٤	٨٦,٩	١٧٣	تقوم بإرسال تعليق حول الموضوع
غير دالة	٠,٣٦١	٨٥,٧	٣٤٩	٨٧,٦	١٨٢	٨٣,٩	١٦٧	تكتفي بقراءة الخبر
غير دالة	٠,٦٧٠	٨٣,٣	٣٣٩	٨٦,٥	١٨٠	٧٩,٩	١٥٩	تقوم بنشر الموضوع علي صفحتك بمواقع الشبكات الإجتماعية
غير دالة	٠,٨٧٢	٨٢,٣	٣٣٥	٨٦,٥	١٨٠	٧٧,٩	١٥٥	تكتفي بالقراءة ومتابعة الروابط الأخرى
غير دالة	٠,٧٩	٦٥,٨	٢٦٨	٦٢,٠	١٢٩	٦٩,٨	١٣٩	مناقشة ما تم عرضه مع الأصدقاء
غير دالة	٠,٢٢٠	٢٧,٠	١١٠	٢٦,٠	٥٤	٢٨,١	٥٦	الإشتراك في الخدمات الإخبارية عن طريق الهاتف المحمول
غير دالة	٠,٣٧٦	١٧,٧	٧٢	١٥,٩	٣٣	١٩,٦	٣٩	قراءة العناوين وتصفح الصور والفيديوهات
		٤٠,٧		٢٠,٨		١٩٩		جملة من سئلا

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن الجمهور يتفاعلون مع أخبار المواقع الصحف الإلكترونية عن انتخابات الرئاسة "قراءة الموضوع كاملاً" والتي جاءت بالترتيب الأول بنسبة مئوية بلغت (٨٩,٧٪) من إجمالي عينة الدراسة، يليها في الترتيب الثاني أنهم "تنتقل إلي الروابط الأخرى ذات العلاقة" حيث جاءت بنسبة بلغت (٨٨,٥٪) من إجمالي عينة الدراسة، وجاء في الترتيب الثالث أنهم يتفاعلون "تقوم بإرسال تعليق حول الموضوع" بنسبة بلغت (٨٧,٧٪) من إجمالي عينة الدراسة، ثم بالترتيب الرابع "تكتفي بقراءة الخبر" بنسبة بلغت (٨٥,٧٪) من إجمالي عينة الدراسة.

كما يتفاعل الجمهور عينة الدراسة " تقوم بنشر الموضوع علي صفحتك بمواقع الشبكات الإجتماعية " والتي جاءت بالترتيب الخامس بنسبة (٨٣,٣٪)، وأشارت النتائج أنهم يتفاعلون "تكتفي بالقراءة ومتابعة الروابط الأخرى " التي تتناول انتخابات الرئاسة بنسبة (٨٢,٣٪) والتي جاءت بالترتيب السادس، أما في الترتيب السابع فجاء " مناقشة ما تم عرضه مع الأصدقاء " بنسبة (٦٥,٨٪)، وفي الترتيب الثامن جاء تفاعلهم " الإشتراك في الخدمات الإخبارية عن طريق الهاتف المحمول " بنسبة مئوية (٢٧,٠٪)، أما بالترتيب التاسع والأخير فجاء تفاعلهم " قراءة العناوين وتصفح الصور والفيديوهات " وذلك بنسبة بلغت (١٧,٧٪).

تتفق نتائج هذه الدراسة مع دراسة كل من Fujiwara, T., Müller, K., & Schwarz, C. (2023). دراسة سمر خلف الله الزناني (٢٠٢٣)، والتي أوضحت أهمية التفاعلية الموجودة علي مواقع الصحف الإلكترونية في التأثير علي اتجاهات الجمهور ومناقشة القضايا التي يمكن للمرشحين التعامل معها في المستقبل بشكل فعال مما يؤثر بشكل كبير علي اختيار الجمهور للمرشح، والتفاعلية تتيح إمكانية مشاركة المحتوى الإخباري وتبادلته في توجيه الجمهور والقراء لمضامين إعلامية معينة، إضافة إلى إمكانية التعليق عليه، وهي نتيجة تؤكد علي استمرارية الصحافة الإلكترونية.

٨) مستوى ثقة الجمهور في تناول مواقع الصحف الإلكترونية لانتخابات الرئاسة

جدول (٨) مستوى ثقة الجمهور في تناول مواقع الصحف الإلكترونية لانتخابات الرئاسة وفقا للنوع

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
لا أثق بدرجة كبيرة	٩٦	٤٨,٢	١٣٠	٦٢,٥	٢٢٦	٥٥,٥
أثق إلى حد ما	٨٥	٤٢,٧	٦٣	٣٠,٣	١٤٨	٣٦,٤
لا أثق مطلقاً	١٨	٩,٠	١٥	٧,٢	٣٣	٨,١
الإجمالي	١٩٩	١٠٠	٢٠٨	١٠٠	٤٠٧	١٠٠
قيمة كا ^٢ = ٨,٤٦٣ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠,١٤٣						
مستوي الدلالة = دالة عند ٠,٠١						

بحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢، وجد أنها = ٨,٤٦٣ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠,٠١، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠,١٤٣ تقريباً مما يؤكد على وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع الجمهور (ذكور - إناث) ومستوى ثقتهم في تناول مواقع الصحف الإلكترونية لانتخابات الرئاسة، حيث تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن

الجمهور الذي يثق بدرجة كبيرة في تناول مواقع الصحف الإلكترونية لانتخابات الرئاسة بلغت نسبته (٥٥,٥٪)، في حين جاءت نسبة الجمهور الذي ثق فيها إلى حد ما (٣٦,٤٪)، بينما جاءت نسبة الجمهور الذي لا يثق مطلقاً في تناول مواقع الصحف الإلكترونية لانتخابات الرئاسة بلغت (٨,١٪) من إجمالي مفردات عينة الدراسة.

٩) مستوى مساهمة مواقع الصحف الإلكترونية في التعرف على مجريات انتخابات الرئاسة ٢٠٢٣ من وجهة نظر الجمهور

جدول (٩) مستوى مساهمة مواقع الصحف الإلكترونية في التعرف على مجريات انتخابات الرئاسة ٢٠٢٣ وفقاً للنوع

النوع / مستوى المساهمة		ذكور		إناث		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%
أسهمت بشكل كبير		٨٧	٤٣,٧	١٠٧	٥١,٤	١٩٤	٤٧,٧
أسهمت إلى حد ما		٩٩	٤٩,٧	٧٩	٣٨,٠	١٧٨	٤٣,٧
لم تسهم		١٣	٦,٥	٢٢	١٠,٦	٣٥	٨,٦
الإجمالي		١٩٩	١٠٠	٢٠٨	١٠٠	٤٠٧	١٠٠
قيمة كا ^٢ = ٦,٤٢٧		درجة الحرية = ٢		معامل التوافق = ٠,١٢٥		مستوى الدلالة = دالة عند ٠,٠٥	

بحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢، وجد أنها = ٦,٤٢٧ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠,٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠,١٢٥ تقريباً مما يؤكد على وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع الجمهور (ذكور - إناث) ووجهة نظرهم في مستوى مساهمة مواقع الصحف الإلكترونية في التعرف على مجريات انتخابات الرئاسة ٢٠٢٣، حيث تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة (٤٧,٧٪) من الجمهور يرون أن مواقع الصحف الإلكترونية أسهمت بدرجة كبيرة في التعريف بالانتخابات الرئاسية، وأيضاً نسبة (٤٣,٧٪) من إجمالي عينة الجمهور يرون أنها أسهمت إلى حد ما في التعريف بالانتخابات الرئاسية، بينما جاءت نسبة (٨,٦٪) من الجمهور يرون أن مواقع الصحف الإلكترونية لم تسهم في التعريف بالانتخابات الرئاسية.

(١٠) أهم الموضوعات الانتخابية الرئاسية التى تناولتها المواقع الصحف الإلكترونية من وجهة نظر الجمهور عينة الدراسة

جدول (١٠)

الموضوعات الانتخابية الرئاسية التى تناولتها المواقع الصحف الإلكترونية
من وجهة نظر الجمهور عينة الدراسة وفقا للنوع

الموضوعات	النوع	ذكور		إناث		الإجمالي		قيمة z	الدالة
		ك	%	ك	%	ك	%		
التعرف على لجنة الأشراف على الانتخابات الرئاسية		١٤٠	٧٠,٤	١٤٠	٦٧,٣	٢٨٠	٦٨,٨	٠,٣٠٧	غير دالة
ترشيح أشخاص ليسوا على قدرة من الكفاءة والقدرة على المنافسة		١٢٥	٦٢,٨	١١٥	٥٥,٣	٢٤٠	٥٩,٠	٠,٧٥٩	غير دالة
إقبال كبار السن فقط على التصويت		١٠٨	٥٤,٣	١٠١	٤٨,٦	٢٠٩	٥١,٤	٠,٥٧٦	غير دالة
الاهتمام بحقوق الإنسان		٩٣	٤٦,٧	١١٤	٥٤,٨	٢٠٧	٥٠,٩	٠,٨١٤	غير دالة
تفعيل دور الأحزاب والقوى السياسية المعارضة		٩٠	٤٥,٢	١٠٤	٥٠,٠	١٩٤	٤٧,٧	٠,٤٨١	غير دالة
ضعف الإقبال العام على عملية التصويت والانتخابات		٩٥	٤٧,٧	٨٧	٤١,٨	١٨٢	٤٤,٧	٠,٥٩٦	غير دالة
القضاء على الفساد		٩٥	٤٧,٧	٧٥	٣٦,١	١٧٠	٤١,٨	١,١٧٨	غير دالة
معرفة المواعيد الانتخابية الرئاسية		٦٠	٣٠,٢	٧٣	٣٥,١	١٣٣	٣٢,٧	٠,٤٩٩	غير دالة
معرفة مواعيد الترشح للانتخابات الرئاسية والطعن علي المرشحين		٣٦	١٨,١	٤٠	١٩,٢	٧٦	١٨,٧	٠,١١٥	غير دالة
قيام بعض الجهات بترشيح ممثل لها في إطار تمثيلي		٣٣	١٦,٦	٤٢	٢٠,٢	٧٥	١٨,٤	٠,٣٦٤	غير دالة
تقديم معلومات حول شروط الترشح ومواعيد فتح وأغلاق باب الترشح.		٢٠	١٠,١	٢٦	١٢,٥	٤٦	١١,٣	٠,٢٤٧	غير دالة
جملة من سئلوا		١٩٩		٢٠٨		٤٠٧			

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن الجمهور عينة الدراسة يرون أن " التعرف على لجنة الأشراف على الانتخابات الرئاسية " في مقدمة الموضوعات التى يهتمون بمتابعتها على مواقع الصحف الإلكترونية والتى ظهرت بنسبة (٦٨,٨%) من إجمالي عينة الدراسة، يليها بالترتيب الثاني موضوع " ترشيح أشخاص ليسوا على قدرة من الكفاءة والقدرة على المنافسة "

حيث جاءت بنسبة بلغت (٥٩,٠%) من إجمالي عينة الدراسة، تلاها في الترتيب الثالث موضوع "إقبال كبار السن فقط على التصويت" بنسبة بلغت (٥١,٤%) من إجمالي عينة الدراسة. ثم بالترتيب الرابع موضوع "الاهتمام بحقوق الإنسان" بنسبة بلغت (٥٠,٩%) من إجمالي عينة الدراسة، أما موضوع "تفعيل دور الأحزاب والقوى السياسية المعارضة" فقد جاء بالترتيب الخامس وذلك بنسبة (٤٧,٧%)، وأيضاً بالترتيب السادس جاء موضوع "ضعف الإقبال العام على عملية التصويت والانتخابات" وذلك بنسبة (٤٤,٧%)، بينما جاء بالترتيب السابع موضوع "القضاء على الفساد" بنسبة (٤١,٨%).

كما أظهرت نتائج الدراسة أن موضوع "معرفة المواعيد الانتخابات الرئاسية" كان بالترتيب الثامن بنسبة بلغت (٣٢,٧%)، في حين جاء بالترتيب التاسع موضوع "معرفة مواعيد الترشح للانتخابات الرئاسية والطعن علي المرشحين" بنسبة مئوية (١٨,٧%)، وبفارق بسيط جاء بالترتيب العاشر موضوع "قيام بعض الجهات بترشيح ممثل لها في إطار تمثيلي" بنسبة (١٨,٤%)، وأخيراً بالترتيب الحادي عشر من اهتمامات الجمهور جاء موضوع "تقديم معلومات حول شروط الترشح ومواعيد فتح وأغلاق باب الترشح" بنسبة (١١,٣%) من إجمالي عينة الدراسة.

١١) مدى راضى عن تناول مواقع الصحف الإلكترونية لانتخابات الرئاسية ٢٠٢٣

جدول (١١)

مدى راضى عن تناول مواقع الصحف الإلكترونية لانتخابات الرئاسية ٢٠٢٣ وفقاً للنوع

النوع		ذكور		إناث		الإجمالي	
مدى الرضى	ك	%	ك	%	ك	%	ك
راضى جدا	١٠٦	٥٣,٣	١٣٤	٦٤,٤	٢٤٠	٥٩,٠	
راضى إلى حدما	٨٣	٤١,٧	٥٢	٢٥,٠	١٣٥	٣٣,٢	
غير راضى	١٠	٦,٠	٢٢	١٠,٦	٣٢	٧,٩	
الإجمالي	١٩٩	١٠٠	٢٠٨	١٠٠	٤٠٧	١٠٠	
قيمة كا ^٢ = ١٤,٦٩٣ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠,١٨٧ مستوى الدلالة = دالة عند ٠,٠١							

بحسب قيمة كا^٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢، وجد أنها = ١٤,٦٩٣ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠,٠١، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠,١٨٧ تقريباً مما يؤكد على وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع الجمهور (ذكور - إناث) ورضاهم عن تناول مواقع الصحف الإلكترونية لانتخابات الرئاسية ٢٠٢٣، حيث تشير النتائج التفصيلية للجدول

السابق أن نسبة (٥٩,٠%) من الجمهور راضى جدا على تناول مواقع الصحف الإلكترونية لانتخابات الرئاسة، كما جاءت نسبة (٣٣,٢%) من الجمهور عينة الدراسة راضى إلى حتما عن ذلك التناول، بينما ظهر الجمهور الغير راضى عن تناول مواقع الصحف لانتخابات الرئاسة بنسبة بلغت (٧,٩%).

١٢) أسباب الرضى الجمهور عن تناول مواقع الصحف الإلكترونية لانتخابات الرئاسة ٢٠٢٣

جدول (١٢)

أسباب الرضى الجمهور عن تناول مواقع الصحف الإلكترونية لانتخابات الرئاسة ٢٠٢٣ وفقا للنوع

الدالة	قيمة z	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع
		%	ك	%	ك	%	ك	
غير دالة	٠,٢٣٧	٨٠,٣	٣٠١	٧٩,٠	١٤٧	٨١,٥	١٥٤	لأنها تعكس الواقع السياسي الخاص بالانتخابات الرئاسية
غير دالة	٠,١٤٨	٦٢,١	٢٣٣	٦٢,٩	١١٧	٦١,٤	١١٦	تعرض آرائها من خلال شخصيات مؤثرة
غير دالة	٠,٠١٢	٥٩,٢	٢٢٢	٥٩,١	١١٠	٥٩,٣	١١٢	تقدم وجهات نظر لا أجدها في وسائل الإعلام الأخرى
غير دالة	٠,٢٤٤	٥٧,٣	٢١٥	٥٨,٦	١٠٩	٥٦,١	١٠٦	التغطية الفورية للأحداث الانتخابية
غير دالة	٠,٠٧٩	٥١,٢	١٩٢	٥١,٦	٩٦	٥٠,٨	٩٦	تتسم بالموضوعية والحرية والتوازن في طرح وجهات النظر المختلفة
غير دالة	١,٠٠٩	٤٨,٨	١٨٣	٤٣,٥	٨١	٥٤,٠	١٠٢	التعمق في تناول الموضوعات المتعلقة بالانتخابات الرئاسية
غير دالة	٠,٠٦٤	٤١,٦	١٥٦	٤١,٩	٧٨	٤١,٣	٧٨	تناول موضوعات وقضايا متنوعة
غير دالة	٠,٣٧٣	٢٦,١	٩٨	٢٤,٢	٤٥	٢٨,٠	٥٣	اعتمادها على الاستمالات العقلية أكثر من العاطفية
غير دالة	٠,١٨١	٢٤,٦	٩٢	٢٣,٧	٤٤	٢٥,٥	٤٨	تعبير عن درجة عالية من الوعي للقاءمين عليها
غير دالة	٠,٦٣٦	٢٢,٧	٨٥	١٩,٤	٣٦	٢٥,٩	٤٩	الآنية والحدثة في متابعة شئون العملية الانتخابية
غير دالة	٠,٠٣٤	٢١,٩	٨٢	٢٢,٠	٤١	٢١,٧	٤١	تحتوى على معلومات مهمة
غير دالة	٠,٢٤٣	٩,٩	٣٧	٨,٦	١٦	١١,١	٢١	تقدم شواهد وأحداث حقيقية
غير دالة	٠,٢٩٧	٨,٠	٣٠	٦,٥	١٢	٩,٥	١٨	تزيد من معلوماتي الخاصة بموقع الانتخابات الرئاسية
غير دالة	٠,٤٠٤	٥,٩	٢٢	٣,٨	٧	٧,٩	١٥	الرد على المضامين السلبية وتصحيح ما بها من مغالطات
		٣٧٥		١٨٦		١٨٩		جملة من سنلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن " لأنها تعكس الواقع السياسي الخاص بالانتخابات الرئاسية " في مقدمة أسباب رضى الجمهور عن تناول مواقع الصحف الإلكترونية لانتخابات الرئاسية حيث جاءت بنسبة بلغت (٨٠,٣%) من إجمالي عينة الدراسة، يليها فى الترتيب الثاني لأنها " تعرض آرائها من خلال شخصيات مؤثرة " بنسبة بلغت (٦٢,١%) من إجمالي عينة الدراسة، وجاء فى الترتيب الثالث لأنها " تقدم وجهات نظر لا أجدها في وسائل الإعلام الأخرى " بنسبة بلغت (٥٩,٢%) من إجمالي عينة الدراسة، ثم جاء بالترتيب الرابع سبب "التغطية الفورية للأحداث الانتخابية " وذلك بنسبة بلغت (٥٧,٣%) من إجمالي عينة الدراسة.

وأيضاً بالترتيب الخامس جاء لأنها " تنسم بالموضوعية والحرية والتوازن في طرح وجهات النظر المختلفة " وذلك بنسبة (٥١,٢%)، كذلك بالترتيب السادس سبب " التعمق في تناول الموضوعات المتعلقة بالانتخابات الرئاسية " بنسبة بلغت (٤٨,٨%) من إجمالي عينة الدراسة، كما جاء بالترتيب السابع لأنها " تتناول موضوعات وقضايا متنوعة " بنسبة مئوية (٤١,٦%)، كذلك جاء بالترتيب الثامن سبب " اعتمادها على الاستمالات العقلية أكثر من العاطفية " بنسبة بلغت (٢٦,١%).

وجاء سبب " تعبر عن درجة عالية من الوعي للقائمين عليها " بالترتيب التاسع وذلك بنسبة (٢٤,٦%)، تلاها بالترتيب العاشر سبب " الأنية والحدثة في متابعة شئون العملية الانتخابية " بنسبة بلغت (٢٢,٧%)، وفي الترتيب الحادي عشر جاء لأنها " تحتوى على معلومات مهمة " بنسبة بلغت (٢١,٩%)، أما فى الترتيب الثاني عشر جاء لأنها " تقدم شواهد وأحداث حقيقية " بنسبة (٩,٩%)، بينما جاء بالترتيب الثالث عشر جاء لأنها " تزيد من معلوماتي الخاصة بموقع الانتخابات الرئاسية " بنسبة بلغت (٨,٠%)، وأخيراً جاء بالترتيب الرابع عشر جاء سبب " الرد على المضامين السلبية وتصحيح ما بها من مغالطات " بنسبة (٥,٩%) من إجمالي عينة الجمهور.

(١٣) أسباب عدم الرضى الجمهور عن تناول مواقع الصحف الإلكترونية الانتخابات الرئاسية ٢٠٢٣

جدول (١٣)

أسباب عدم الرضى الجمهور عن تناول مواقع الصحف الإلكترونية الانتخابات الرئاسية ٢٠٢٣ وفقا للنوع

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي		قيمة z	الدالة
	ك	%	ك	%	ك	%		
لا أحصل منها على معلومات مفيدة	٨	٨٠,٠	١٦	٧٢,٧	٢٤	٧٥,٠	٠,١٩١	غير دالة
غير محايدة في تناول الأحداث الانتخابية	٦	٦٠,٠	١٥	٦٨,٢	٢١	٦٥,٦	٠,٢١٥	غير دالة
الاستخفاف بعقول الجمهور	٦	٦٠,٠	١١	٥٠,٠	١٧	٥٣,١	٠,٢٦٢	غير دالة
عدم حرص القائمين على المواقع على تنوع مصادره	٦	٦٠,٠	٩	٤٠,٩	١٥	٤٦,٩	٠,٥٠١	غير دالة
سطحية التناول الانتخابات	٦	٦٠,٠	٨	٣٦,٤	١٤	٤٣,٨	٠,٦٢٠	غير دالة
المبالغة والتحويل في عرض المعلومات الخاصة بالانتخابات	٦	٦٠,٠	٦	٢٧,٣	١٢	٣٧,٥	٠,٨٥٨	غير دالة
عدم الالمام بالمرشحين للانتخابات الماما كاملاً	١	١٠,٠	٦	٢٧,٣	٧	٢١,٩	٠,٤٥٣	غير دالة
الخداع والأكاذيب التي تعتمد عليها	٣	٣٠,٠	٢	٩,١	٥	١٥,٦	٠,٥٤٨	غير دالة
تأكد وجهة نظري السلبية حيال الانتخابات الرئاسية	-	-	٣	١٣,٦	٣	٩,٤	٠,٣٥٨	غير دالة
جملة من سئلا	١٠		٢٢		٣٢			

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن سبب " لا أحصل منها على معلومات مفيدة " في مقدمة أسباب عدم رضى الجمهور عن تناول مواقع الصحف الإلكترونية لانتخابات الرئاسية حيث جاءت بنسبة بلغت (٧٥,٠%) من إجمالي عينة الدراسة، يليها فى الترتيب الثاني لأنها " غير محايدة في تناول الأحداث الانتخابية " بنسبة بلغت (٦٥,٦%) من إجمالي عينة الدراسة، وجاء فى الترتيب الثالث لأنها " الاستخفاف بعقول الجمهور " بنسبة بلغت (٥٣,١%) من إجمالي عينة الدراسة، ثم جاء بالترتيب الرابع سبب " عدم حرص القائمين على المواقع على تنوع مصادره " وذلك بنسبة بلغت (٤٦,٩%) من إجمالي عينة الدراسة.

وأيضاً بالترتيب الخامس جاء لأنها "سطحية التناول الانتخابات " وذلك بنسبة (٤٣,٨)٪، كذلك بالترتيب السادس سبب " المبالغة والتهويل في عرض المعلومات الخاصة بالانتخابات " بنسبة بلغت (٣٧,٥)٪ من إجمالي عينة الدراسة، كما جاء بالترتيب السابع لأنها " عدم الالمام بالمرشحين للانتخابات الماما كاملاً " بنسبة مئوية (٢١,٩)٪، كذلك جاء بالترتيب الثامن سبب " الخداع والأكاذيب التي تعتمد عليها " بنسبة بلغت (١٥,٦)٪، وجاء سبب " تأكد وجهة نظري السلبية حيال الانتخابات الرئاسية " بالترتيب التاسع وذلك بنسبة (٩,٤)٪ من إجمالي عينة الجمهور .

ويمكن تفسير ذلك بأن نسبة كبيرة من الجمهور تعتقد بعدم وجود مرشح منافس حقيقي وقوى فى مواجهة المرشح عبدالفتاح السيسى وبالتالي أعتقدوا بأن النتيجة محسومة مسبقاً، لذا ظهرت العديد من أسباب عدم الرضى لدى عينة الدراسة.

(١٤) درجة اعتماد الجمهور على مواقع الصحف الإلكترونية في التعرف بانتخابات الرئاسية ٢٠٢٣

جدول (١٤)

درجة اعتماد الجمهور على مواقع الصحف الإلكترونية في التعرف بانتخابات الرئاسية ٢٠٢٣ وفقاً للنوع

النوع		ذكور		إناث		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%
درجة الاعتماد		١١٠	٥٥,٣	١٢٣	٥٩,١	٢٣٣	٥٧,٢
اعتمد عليها بدرجة كبيرة		٧٨	٣٩,٢	٧٢	٣٤,٦	١٥٠	٣٦,٩
اعتمد عليها بدرجة متوسطة		١١	٥,٥	١٣	٦,٣	٢٤	٥,٩
اعتمد عليها بدرجة ضعيفة		١٩٩	١٠٠	٢٠٨	١٠٠	٤٠٧	١٠٠
الإجمالي							
قيمة كا ^٢ = ٠,٩٣٣ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠,٠٤٨ مستوى الدلالة=غير دالة							

بحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢، وجد أنها = ٠,٩٣٣ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند أي مستوى دلالة، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠,٠٤٨ تقريباً مما يؤكد على عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع الجمهور (ذكور - إناث) ودرجة اعتمادهم على مواقع الصحف الإلكترونية للانتخابات الرئاسية ٢٠٢٣، حيث تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة (٥٧,٢)٪ من الجمهور يعتمدون بدرجة كبيرة على مواقع الصحف الإلكترونية لمعرفة أخبار انتخابات الرئاسية، كما جاءت نسبة (٣٦,٩)٪ من الجمهور عينة الدراسة يعتمدون بدرجة متوسطة عليها في التعرف على أخبار انتخابات الرئاسية، بينما ظهر نسبة (٥,٩)٪ يعتمدون بدرجة ضعيفة على مواقع الصحف للانتخابات الرئاسية في التعرف على أخبار انتخابات الرئاسية.

(١٥)

أسباب اعتماد الجمهور على مواقع الصحف الإلكترونية في الحصول على معلومات عن انتخابات الرئاسة ٢٠٢٣

جدول (١٥)

أسباب اعتماد الجمهور على مواقع الصحف الإلكترونية

في الحصول على معلومات عن انتخابات الرئاسة ٢٠٢٣ وفقا للنوع

الدالة	قيمة z	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع
		%	ك	%	ك	%	ك	
غير دالة	٠,٢٠٢	٨٨,٠	٣٥٨	٨٨,٩	١٨٥	٨٦,٩	١٧٣	تدعم تلك المواقع المعلومات المقدمة بها بالأدلة والبراهين
غير دالة	٠,٠٢٨	٨٢,٦	٣٣٦	٨٢,٧	١٧٢	٨٢,٤	١٦٤	تقدم تغطية حية للانتخابات الرئاسية من موقعها
غير دالة	٠,٢٩٦	٧٧,٤	٣١٥	٧٦,٠	١٥٨	٧٨,٩	١٥٧	للاطلاع على وجهات النظر المختلفة حول الانتخابات الرئاسية
غير دالة	١,٣٠٨	٧٣,٥	٢٩٩	٧٩,٨	١٦٦	٦٦,٨	١٣٣	اكتساب تفسيرات تساعدني على تبني آراء أو اتخاذ قرار بشأن الانتخابات الرئاسية
غير دالة	١,٠٩٧	٦٥,٤	٢٦٦	٧٠,٧	١٤٧	٥٩,٨	١١٩	معرفة تفاصيل الانتخابات الرئاسية
غير دالة	٠,٦٥٦	٦٤,١	٢٦١	٦٧,٣	١٤٠	٦٠,٨	١٢١	تناقش موضوعات الانتخابات الرئاسية بحرية
غير دالة	٠,٠٧٢	٦١,٧	٢٥١	٦٢,٠	١٢٩	٦١,٣	١٢٢	تدعيم المواقع المعلومات والبيانات والتصريحات الرسمية من مصادر معروفة
غير دالة	٠,١٧١	٦١,٧	٢٥١	٦٢,٥	١٣٠	٦٠,٨	١٢١	تتعامل تلك المواقع مع المعلومات التي تقدمها بقدر كبير من الحيادية والموضوعية
غير دالة	٠,٣٦٤	٥٩,٥	٢٤٢	٥٧,٧	١٢٠	٦١,٣	١٢٢	تعبر عن توجهاتي وتوجهات المجتمع بأكمله
غير دالة	٠,٣١٦	٥١,٤	٢٠٩	٥٢,٩	١١٠	٤٩,٧	٩٩	تساعدني على معرفة مواقف بعض الدول الخارجية تجاه الانتخابات الرئاسية
غير دالة	٠,٤٠٥	٣٥,١	١٤٣	٣٣,٢	٦٩	٣٧,٢	٧٤	تتفرد بعرض أخبار غير موجودة بالوسائل الأخرى
غير دالة	٠,٩٠٧	٢٥,٦	١٠٤	٢١,٢	٤٤	٣٠,٢	٦٠	القضاء على التوتر الناتج عن الجهل بتطورات الانتخابات الرئاسية
غير دالة	٠,٣٦٦	١٧,٩	٧٣	١٩,٧	٤١	١٦,١	٣٢	الحصول على معلومات أتناقش فيها مع الآخرين حول الانتخابات الرئاسية
غير دالة	٠,٥٨٦	١٣,٠	٥٣	١٥,٩	٣٣	١٠,١	٢٠	ثقتي في المعلومات التي تقدمها عن الانتخابات الرئاسية
غير دالة	٠,١٠٨	١٣,٠	٥٣	١٢,٥	٢٦	١٣,٦	٢٧	سهولة حصولي على المعلومات المتعلقة بالانتخابات الرئاسية
غير دالة	٠,٤٩٨	١٠,٦	٤٣	١٣,٠	٢٧	٨,٠	١٦	لأنها سريعة في نقل الأخبار والموضوعات المرتبطة بالانتخابات الرئاسية
		٤٠,٧		٢٠,٨		١٩,٩		جملة من سئلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى اعتماد الجمهور على مواقع الصحف الإلكترونية في الحصول على معلومات عن انتخابات الرئاسة، والتي ظهرت بالترتيب الأول لأنها " تدعم تلك المواقع المعلومات المقدمة بها بالأدلة والبراهين" حيث جاءت بنسبة بلغت (٨٨,٠٪) من إجمالي عينة الدراسة، يليها في الترتيب الثاني لأنها " تقدم تغطية حية للانتخابات الرئاسية من موقعها " بنسبة بلغت (٨٢,٦٪) من إجمالي عينة الدراسة، وجاء في الترتيب الثالث لأنها " للاطلاع على وجهات النظر المختلفة حول الانتخابات الرئاسية " بنسبة بلغت (٧٧,٤٪) من إجمالي عينة الدراسة، ثم جاء بالترتيب الرابع "اكتساب تفسيرات تساعدني على تبني آراء أو اتخاذ قرار بشأن الانتخابات الرئاسية " وذلك بنسبة بلغت (٧٣,٥٪) من إجمالي عينة الدراسة.

وأيضاً بالترتيب الخامس جاء لأنها " معرفة تفاصيل الانتخابات الرئاسية " وذلك بنسبة (٦٥,٤٪)، كذلك بالترتيب السادس " تناقش موضوعات الانتخابات الرئاسية بحرية " بنسبة بلغت (٦٤,١٪) من إجمالي عينة الدراسة، كما جاء بالترتيب السابع لأنها " تدعم المواقع المعلومات والبيانات والتصريحات الرسمية من مصادر معروفة- تتعامل تلك المواقع مع المعلومات التي تقدمها بقدر كبير من الحيادية والموضوعية" بنسبة مئوية (٦١,٧٪)، كذلك جاء بالترتيب الثامن اعتمادهم عليها لأنها" تعبر عن توجهاتي وتوجهات المجتمع بأكمله " بنسبة بلغت (٥٩,٥٪).

وجاء من أسباب اعتمادهم " تساعدني على معرفة مواقف بعض الدول الخارجية تجاه الانتخابات الرئاسية " بالترتيب التاسع وذلك بنسبة (٥١,٤٪)، تلاها بالترتيب العاشر لأنها " تتفرد بعرض أخبار غير موجودة بالوسائل الأخرى " بنسبة بلغت (٣٥,١٪)، وفي الترتيب الحادي عشر جاء لأنها " القضاء على التوتر الناجم عن الجهل بتطورات الانتخابات الرئاسية " بنسبة بلغت (٢٥,٦٪)، أما في الترتيب الثاني عشر جاء لأنها " الحصول على معلومات أتناقش فيها مع الآخرين حول الانتخابات الرئاسية " بنسبة (١٧,٩٪)، بينما جاء بالترتيب الثالث عشر جاء لأن " ثقتي في المعلومات التي تقدمها عن الانتخابات الرئاسية- سهولة حصولي على المعلومات المتعلقة بالانتخابات الرئاسية " بنسبة بلغت (١٣,٠٪)، وأخيراً جاء بالترتيب الرابع عشر جاء سبب " لأنها سريعة في نقل الأخبار والموضوعات المرتبطة بالانتخابات الرئاسية " بنسبة (١٠,٦٪) من إجمالي عينة الجمهور.

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع دراسة (Phillips, N. V. (2024) والتي أوضحت اعتماد الجمهور على مواقع الصحف الإلكترونية من أجل الحصول على المعلومات والأخبار المتعلقة بالعملية الانتخابية.

(١٦) التأثيرات الناتجة عن اعتماد الجمهور على مواقع الصحف الإلكترونية كمصدر للمعلومات عن انتخابات الرئاسة

أ- التأثيرات المعرفية

جدول (١٦)

التأثيرات المعرفية الناتجة عن الجمهور على مواقع الصحف الإلكترونية كمصدر للمعلومات عن انتخابات الرئاسة

الاستجابة	موافق	محايد	معارض		الانحراف المعياري	الاستجابة
			%	ك		
مواقع الصحف قدمت لي معلومات عن الانتخابات الرئاسية	٣٠,٨	٧٥,٧	٨٩	٢١,٩	١٠	٢,٥
ساعدتني في فهم الأحداث وتفسير خلفياتها	٢٠,٩	٥١,٤	١٧٦	٤٣,٢	٢٢	٥,٤
وسعت نطاق معلوماتي ومعرفي بالانتخابات الرئاسية	٢٤,٣	٥٩,٧	١٠,٨	٢٦,٥	٥٦	١٣,٨
التعرف على مواقف مختلف الأطراف بشأن الانتخابات الرئاسية	٢١,٧	٥٣,٣	١٦٨	٤١,٣	٢٢	٥,٤
المواقع ساعدت في التعرف على مراحل عملية الانتخابات الرئاسية	٢٧,٣	٦٧,١	١٢٥	٣٠,٧	٩	٢,٢
اعتمد عليها في حال وجود تضارب في المعلومات حول المرشحين	٢٣,٣	٥٧,٢	١٦٤	٤٠,٣	١٠	٢,٥
ساهمت في تشكيل اتجاهاتي نحو مرشحي الانتخابات الرئاسية	٢٦,١	٦٤,١	١٣٠	٣١,٩	١٦	٣,٩
الإجمالي	ن = ٤٠٧					١٥,٤٥

يتضح من الجدول السابق أن استجابات الجمهور عينة الدراسة حول التأثيرات المعرفية الناتجة عن الاعتماد على مواقع الصحف الإلكترونية كمصدر للمعلومات عن انتخابات الرئاسة، حيث جاءت موافقتهم على أنها:

- مواقع الصحف قدمت لي معلومات عن الانتخابات الرئاسية.
- ساعدتني في فهم الأحداث وتفسير خلفياتها.
- وسعت نطاق معلوماتي ومعرفي بالانتخابات الرئاسية.
- التعرف على مواقف مختلف الأطراف بشأن الانتخابات الرئاسية.

- المواقع ساعدت في التعرف على مراحل عملية الانتخابات الرئاسية.
 - اعتمد عليها في حال وجود تضارب في المعلومات حول المرشحين.
 - ساهمت في تشكيل اتجاهاتي نحو مرشحي الانتخابات الرئاسية.
- ب- التأثيرات الوجدانية

جدول (١٧)

التأثيرات الوجدانية الناتجة عن الجمهور على مواقع الصحف الإلكترونية كمصدر للمعلومات عن انتخابات الرئاسة

الاستجابة	التأثيرات الوجدانية	موافق		محايد		معارض		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاستجابة
		ك	%	ك	%	ك	%			
موافق	أعطتني الاحساس بالامل بأن المستقبل أفضل	٢٤٢	٥٩,٥	١٥٠	٣٦,٩	١٥	٣,٧	٢,٥٦	٠,٥٦٧	موافق
موافق	ساعدتني على الشعور بالتفاعل المستمر مع أحداث الانتخابات الرئاسية	٢٣٤	٥٧,٥	١٤٤	٣٥,٤	٢٩	٧,١	٢,٥٠	٠,٦٢٧	موافق
موافق	قللت من شعوري بالقلق على مصر تجاه الانتخابات الرئاسية	٢١٧	٥٣,٣	١٥٥	٣٨,١	٣٥	٨,٦	٢,٤٥	٠,٦٤٨	موافق
موافق	أثارت احترامي وإعجابي بالمرشحين المحتملين	٢٤٤	٦٠,٠	١٢١	٢٩,٧	٤٢	١٠,٣	٢,٥٠	٠,٦٧٦	موافق
موافق	المواقع تجعلني أشعر بالسعادة بإيجابيات الانتخابات الرئاسية	٢٤٠	٥٩,٠	١٥٠	٣٦,٩	١٧	٤,٢	٢,٥٥	٠,٥٧٦	موافق
موافق	تجعلني أشعر بعدم جدوى تلك الانتخابات الرئاسية وأثرها على المجتمع المصري	٢٥٩	٦٣,٦	١٣٤	٣٢,٩	١٤	٣,٤	٢,٦٠	٠,٥٥٦	موافق
موافق	الإجمالي	ن = ٤٠٧								٣,٦٥

يتضح من الجدول السابق أن استجابات الجمهور عينة الدراسة حول التأثيرات الوجدانية الناتجة عن الاعتماد على مواقع الصحف الإلكترونية كمصدر للمعلومات عن انتخابات الرئاسة، حيث جاءت موافقتهم على أنها:

- أعطتني الاحساس بالامل بأن المستقبل أفضل.
- ساعدتني على الشعور بالتفاعل المستمر مع أحداث الانتخابات الرئاسية.
- قللت من شعوري بالقلق على مصر تجاه الانتخابات الرئاسية.
- أثارت احترامي وإعجابي بالمرشحين المحتملين.
- المواقع تجعلني أشعر بالسعادة بإيجابيات الانتخابات الرئاسية.
- تجعلني أشعر بعدم جدوى تلك الانتخابات الرئاسية وأثرها على المجتمع المصري.

ج- التأثيرات السلوكية

جدول (١٨)

التأثيرات السلوكية الناتجة عن الجمهور على مواقع الصحف الإلكترونية كمصدر للمعلومات عن انتخابات الرئاسة

الاستجابة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		الاستجابة / التأثيرات السلوكية
			%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	٠,٥٧٧	٢,٥٤	٤,٢	١٧	٣٧,٣	١٥٢	٥٨,٥	٢٣٨	ساهمت في تشكيل رأي تجاه الانتخابات الرئاسية
موافق	٠,٥٨٩	٢,٥٤	٤,٩	٢٠	٣٦,١	١٤٧	٥٩,٠	٢٤٠	أدت إلى الحرص على متابعة أخبار الانتخابات الرئاسية
موافق	٠,٥٨١	٢,٥٥	٤,٤	١٨	٣٦,٦	١٤٩	٥٩,٠	٢٤٠	دعمت رغبتني في المشاركة السياسية
موافق	٠,٥٤٣	٢,٦٠	٢,٧	١١	٣٤,٤	١٤٠	٦٢,٩	٢٥٦	جعلتني أبحث عن معلومات متعلقة بالتداعيات المترتبة على الانتخابات الرئاسية
موافق	٠,٥٥٨	٢,٥٥	٣,٢	١٣	٣٨,٣	١٥٦	٥٨,٥	٢٣٨	حفزتني على المناقشة والحوار مع الآخرين حول الانتخابات الرئاسية
موافق	٠,٥٨١	٢,٥٤	٤,٤	١٨	٣٧,٣	١٥٢	٥٨,٢	٢٣٧	تدفعتني إلى البحث عن معلومات إضافية عن الانتخابات الرئاسية
موافق	٠,٥٧٣	٢,٥٧	٤,٢	١٧	٣٤,٢	١٣٩	٦١,٧	٢٥١	تجعلني اتخذ مواقف واضحة نحو أحد المرشحين
موافق	٠,٥٩٢	٢,٥٦	٥,٢	٢١	٣٣,٧	١٣٧	٦١,٢	٢٤٩	تمنحني الفرصة للتفاعل مع ماتعرضه من موضوعات
موافق	٤,٥٩	٢٠,٤٥	ن = ٤٠٧						الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن استجابات الجمهور عينة الدراسة حول التأثيرات السلوكية الناتجة عن الاعتماد على مواقع الصحف الإلكترونية كمصدر للمعلومات عن انتخابات الرئاسة، حيث جاءت موافقتهم على أنها:

- ساهمت في تشكيل رأي تجاه الانتخابات الرئاسية.
- أدت إلى الحرص على متابعة أخبار الانتخابات الرئاسية.
- دعمت رغبتني في المشاركة السياسية.

- جعلتني أبحث عن معلومات متعلقة بالتداعيات المترتبة على الانتخابات الرئاسية.
 - حفزتني على المناقشة والحوار مع الآخرين حول الانتخابات الرئاسية.
 - تدفعتني إلى البحث معلومات إضافية عن الانتخابات الرئاسية.
 - تجعلني اتخذ مواقف واضحة نحو أحد المرشحين.
 - تمنحني الفرصة للتفاعل مع ماتعرضه من موضوعات.
- (١٧) طبيعة تأثير تناول مواقع الصحف الإلكترونية لانتخابات الرئاسية ٢٠٢٣ على اتجاهات الجمهور عينة الدراسة

جدول (١٩)

طبيعة تأثير تناول مواقع الصحف الإلكترونية لانتخابات الرئاسية ٢٠٢٣ على اتجاهات الجمهور وفقا للنوع

النوع		ذكور		إناث		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%
لها تأثير سلبي		١١	٥,٥	١٣	٦,٣	٢٤	٥,٩
لها تأثير إيجابي		١٠٨	٥٤٥,٣	١٢٣	٥٩,١	٢٣١	٥٦,٨
لها تأثير محايد		٨٠	٤٠,٢	٧٢	٣٤,٦	١٥٢	٣٧,٣
الإجمالي		١٩٩	١٠٠	٢٠٨	١٠٠	٤٠٧	١٠٠
قيمة كا ^٢ = ١,٣٦٣ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠,٠٥٨ مستوى الدلالة = غير دالة							

بحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢، وجد أنها = ١,٣٦٣ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند أي مستوى دلالة، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠,٠٥٨ تقريباً مما يؤكد على عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع الجمهور (ذكور - إناث) وطبيعة تأثير تناول مواقع الصحف الإلكترونية لانتخابات الرئاسية ٢٠٢٣ على اتجاهاتهم، حيث تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة (٥,٩%) من الجمهور يرون أن تناول مواقع الصحف الإلكترونية لانتخابات الرئاسية لها تأثير سلبي اتجاهاتهم، كما جاءت نسبة (٥٦,٨%) من الجمهور عينة الدراسة أن تناولها لأخبار انتخابات الرئاسية لها تأثير إيجابي على اتجاهاتهم، بينما ظهر نسبة (٣٧,٣%) يرون أن لمواقع الصحف لانتخابات الرئاسية تأثير محايد على اتجاهاتهم نحو الانتخابات.

واتفت هذه النتيجة مع دراسة (Firmannamal, A. (2023) والتي أشارت إلى أن النشر المستمر من مواقع الصحف الإلكترونية والمتعلقة بالانتخابات الرئاسية أثرت بشكل إيجابي علي ترتيب الأجندة الإعلامية للجمهور وزيادة الاهتمام بالانتخابات وجعلها علي صدارة القضايا والموضوعات.

(١٨) اتجاهات الجمهور نحو تناول مواقع الصحف الإلكترونية لانتخابات الرئاسة

جدول (٢٠)

اتجاهات الجمهور نحو تناول مواقع الصحف الإلكترونية لانتخابات الرئاسة حيث ن = ٤٠٧

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		الاستجابة
			%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	٠,٥٩٢	٢,٥٦	٥,٢	٢١	٣٣,٧	١٣٧	٦١,٢	٢٤٩	التخلص من الصراعات والانقسامات بين القوى السياسية في مصر
موافق	٠,٥٨٣	٢,٥٧	٤,٧	١٩	٣٣,٩	١٣٨	٦١,٤	٢٥٠	تضافر كل الأطراف لاتمام العملية الانتخابية الرئاسية بكل سلام وأمان
موافق	٠,٦٦٥	٢,٤٨	٩,٦	٣٩	٣٢,٧	١٣٣	٥٧,٧	٢٣٥	إعطاء أهمية قصوى لمطالب وطموحات الجماهير
موافق	٠,٥٥٧	٢,٥٧	٣,٢	١٣	٣٦,٩	١٥٠	٦٠,٠	٢٤٤	إجراء الانتخابات الرئاسية ضرورة لمستقبل الوطن
موافق	٠,٦٦١	٢,٤٨	٩,٣	٣٨	٣٢,٩	١٣٤	٥٧,٧	٢٣٥	إعطاء أهمية قصوى للحوار الوطني بين مختلف الأطراف السياسية
موافق	٠,٥٧٦	٢,٥٥	٤,٢	١٧	٣٦,٦	١٤٩	٥٩,٢	٢٤١	عدم الالتزام بالموضوعية من جانب الإعلام بشأن بعض المرشحين
موافق	٠,٥٦٦	٢,٥٧	٣,٧	١٥	٣٥,٩	١٤٦	٦٠,٤	٢٤٦	العملية الانتخابية ستكون نزيهة وموثقة
موافق	٠,٥٧٧	٢,٥٤	٤,٢	١٧	٣٧,٣	١٥٢	٥٨,٥	٢٣٩	محسومة مسبقاً
موافق	٠,٤٥٧	٢,٧٨	١,٧	٧	١٨,٩	٧٧	٧٩,٤	٣٢٣	موثوق بما وأمنة
موافق	٠,٥٧٨	٢,٥٢	٤,٢	١٧	٣٩,٦	١٦١	٥٦,٣	٢٢٩	متحيزة مع النظم التي تتوافق مع مصالحها وتوجهاتها
موافق	٠,٦٦٥	٢,٥٢	٩,٦	٣٩	٢٩,٠	١١٨	٦١,٤	٢٥٠	تتمتع المواقع بنشر وجهات النظر المختلفة حول الانتخابات الرئاسية
موافق	٠,٦٠٧	٢,٤٨	٥,٩	٢٤	٣٩,٨	١٦٢	٥٤,٣	٢٢١	لها دور في إقناع كثيرين بضرورة المشاركة في الانتخابات الرئاسية
موافق	٠,٥٨٤	٢,٥٩	٤,٩	٢٠	٣١,٤	١٢٨	٦٣,٦	٢٥٩	يؤدي تنوع تناول المواقع الإخبارية الإلكترونية إلى الصراع والاختلاف
موافق	٠,٥٧٧	٢,٥٤	٤,٢	١٧	٣٨,١	١٥٥	٥٧,٧	٢٣٥	غير مأييد للانتخابات الرئاسية ولا أرى أنها تستحق هذه الضجة الإعلامية
موافق	٠,٥٧٧	٢,٥٨	٤,٤	١٨	٣٣,٢	١٣٥	٦٢,٤	٢٥٤	أعبر عن رأي تجاه أحداث الانتخابات الرئاسية عن طريق مناقشة الآخرين في التعليقات
موافق	٠,٥٧٢	٢,٥٥	٣,٩	١٦	٣٦,٩	١٥٠	٥٩,٢	٢٤١	اهتم بأخبار الانتخابات بين المرشحين
موافق	٠,٥٦٥	٢,٦٧	٤,٩	٢٠	٢٢,٩	٩٣	٧٢,٢	٢٩٤	أشعر بالحرية والديمقراطية في عرض الموضوعات الانتخابات الرئاسية

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		الاستجابة العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
محايد	٠,٧٢٣	٢,٢٤	١٧,٠	٦٩	٤٢,٠	١٧١	٤١,٠	١٦٧	اهتم بأخبار المرشحين ومن سيفوز منهم
محايد	٠,٨٠٤	٢,٢٩	٢١,٩	٨٩	٢٦,٨	١٠٩	٥١,٤	٢٠٩	انتبه جيدا لكل ماينشر عن المرشحين في الانتخابات
موافق	٠,٥٦٥	٢,٥٧	٣,٧	١٥	٣٥,٤	١٤٤	٦٠,٩	٢٤٨	أحرص على متابعة أخبار الانتخابات الرئاسية
موافق	٠,٤٩٢	٢,٧٣	٢,٢	٩	٢٢,٦	٩٢	٧٥,٢	٣٠٦	أحاول إقناع المعارضين للانتخابات الرئاسية بأهميتها ودورها الإيجابي في تطوير المجتمع
موافق	٠,٦٠٣	٢,٥٣	٥,٧	٢٣	٣٥,٩	١٤٦	٥٨,٥	٢٣٨	أتحدث مع زملائي عن تناول المواقع للانتخابات الرئاسية
موافق	٠,٦٢٢	٢,٥٤	٦,٩	٢٨	٣٢,٢	١٣١	٦٠,٩	٢٤٨	تناول مواقع الصحف الإلكترونية الانتخابات الرئاسية وسيلة لسمعي المجتمع نحو الإصلاح
محايد	٠,٧٣٣	٢,٣٠	١٦,٢	٦٦	٣٧,١	١٥١	٤٦,٧	١٩٠	اختار مرشحي الانتخابي بناءً على تناول مواقع الصحف الإلكترونية لانتخابات الرئاسية
موافق	٠,٦٤٦	٢,٥٣	٨,٤	٣٧	٣٠,٠	١٢٢	٦١,٧	٢٥١	اتسم التناول للانتخابات بالموضوعية
موافق	٠,٥٣٠	٢,٦٤	٢,٥	١٠	٣١,٢	١٢٧	٦٦,٣	٢٧٠	اتسم التناول الانتخابي بالشمولية
موافق	٠,٥٦٨	٢,٤٥	٣,٧	١٥	٤٧,٢	١٩٢	٤٩,١	٢٠٠	اتسم بالتنوع والتعددية في عرض الآراء
موافق	٠,٦٤١	٢,٥٥	٨,١	٣٣	٢٨,٧	١١٧	٦٣,١	٢٥٧	اتسم بالسرعة والقوة
موافق	٠,٥٧٠	٢,٥١	٣,٧	١٥	٤٢,٠	١٧١	٥٤,٣	٢٢١	لم ينجح التناول في تمثيل كافة المرشحين
موافق	٠,٥١٨	٢,٦٨	٢,٥	١٠	٢٧,٣	١١١	٧٠,٣	٢٨٦	نجح التناول في نقل المعرفة الكاملة للجمهور بالأخبار وتطورات الانتخابات
موافق	٠,٥٦٦	٢,٥٧	٣,٧	١٥	٣٦,١	١٤٧	٦٠,٢	٢٤٥	يفتقد التناول إلى الشمولية حيث نجح في إمداد الجمهور بالمعلومات ولكنها لم تنجح في كيفية اختبار المرشحين
موافق	٠,٥٢٧	٢,٦٨	٢,٩	١٢	٢٦,٣	١٠٧	٧٠,٨	٢٨٨	متابعة مواقع الصحف الإلكترونية أمر غير مجدي
موافق	٠,٥٢٨	٢,٦٠	٢,٠	٨	٣٥,٦	١٤٥	٦٢,٤	٢٥٤	ماتعرضه مواقع الصحف يحفز على حب الوطن

يتضح من الجدول السابق: أن استجابات الجمهور نحو تناول مواقع الصحف الإلكترونية في تناول انتخابات الرئاسة، ذلك في:

- عكست متوسطات درجاتهم اتفقهم على أنها (التخلص من الصراعات والانقسامات بين القوى السياسية في مصر - تضافر كل الأطراف لاتمام العملية الانتخابية الرئاسية بكل سلام وأمان - إعطاء أهمية قصوى لمطالب وطموحات الجماهير - إجراء الانتخابات الرئاسية ضرورة لمستقبل الوطن - إعطاء أهمية قصوى للحوار الوطني بين مختلف الأطراف السياسية - عدم الالتزام بالموضوعية من جانب الإعلام بشأن بعض المرشحين - العملية الانتخابية ستكون نزيهة وموثقة - محسومة مسبقاً - موثوق بها وأمنة - متحيزة مع النظم التي تتوافق مع مصالحها وتوجهاتها - تهتم المواقع بنشر وجهات النظر المختلفة حول الانتخابات الرئاسية - لها دور في إقناع كثيرين بضرورة المشاركة في الانتخابات الرئاسية - يؤدي تنوع تناول المواقع الإخبارية الإلكترونية إلى الصراع والاختلاف - غير مأييد للانتخابات الرئاسية ولا أرى أنها تستحق هذه الضجة الإعلامية - أعبّر عن رأي تجاه أحداث الانتخابات الرئاسية عن طريق مناقشة الآخرين في التعليقات - اهتم بأخبار الانتخابات بين المرشحين - أشعر بالحرية والديمقراطية في عرض الموضوعات الانتخابية الرئاسية - أحرص على متابعة أخبار الانتخابات الرئاسية - أحاول إقناع المعارضين للانتخابات الرئاسية بأهميتها ودورها الإيجابي في تطوير المجتمع - أتحدث مع زملائي عن تناول المواقع للانتخابات الرئاسية - تناول مواقع الصحف الإلكترونية الانتخابات الرئاسية وسيلة لسعى المجتمع نحو الإصلاح - اتسم تناول الانتخابات بالموضوعية - اتسم تناول الانتخابي بالشمولية - اتسم بالتنوع والتعددية في عرض الآراء - اتسم بالسرعة والقوية - لم ينجح تناول في تمثيل كافة المرشحين - نجح تناول في نقل المعرفة الكاملة للجمهور بالأخبار وتطورات الانتخابات - يفنّد تناول إلى الشمولية حيث نجح في إمداد الجمهور بالمعلومات ولكنها لم تنجح في كيفية اختيار المرشحين - متابعة مواقع الصحف الإلكترونية أمر غير مجدي - ماتعرضه مواقع الصحف يحفز على حب الوطن) وذلك بمتوسطات مرتفعة.

- بينما جاءت وجهة نظرهم محايد في أنها (اهتم بأخبار المرشحين ومن سيفوز منهم - انتبه جيداً لكل ماينشر عن المرشحين في الانتخابات - اختار مرشحى الانتخابي بناءً على تناول مواقع الصحف الإلكترونية لانتخابات الرئاسة).

وترى الباحثة أنه يظهر وبشكل واضح اهتمام أفراد عينة الدراسة بمتابعة تناول مواقع الصحف الإلكترونية لانتخابات الرئاسة لتحقيق المعرفة المباشرة والآنية الانتخابات، وأن مواقع الصحف الإلكترونية قد أدت الدور المنوط به بشكل افاد الجمهور في الحصول على المعلومات وتكوين اتجاهات نحو الانتخابات، و توجهاته من خلال المتابعة التي يحظى بها خلال فترة الانتخابات، وتسهم من جانب آخر في زيادة إقبال المواطنين على المشاركة في العملية الانتخابية، وتحفيز المترددين في الذهاب إلى صناديق الاقتراع للإدلاء بأصواتهم، وممارسة حقوقهم الدستورية.

وتتفق نتيجة هذه الدراسة مع دراسة كل من دراسة (El-Sebahy, N. (2024)، دراسة Fujiwara, T., Müller, K., & Schwarz, C. ،Ha, S. (2023). ،Phillips, N. V. (2024). (2023). والتي أشارت إلى أن الصحف الرقمية ساهمت بشكل كبير في التعرف علي البرامج الانتخابية للمرشحين، ومن ثم المساهمة في تكوين اتجاهات الجمهور نحو اختيار المرشح الرئاسي المناسب، وأن درجة تأثير مواقع الصحف الإلكترونية علي اتجاهات الجمهور نحو الانتخابات الرئاسية مرتبط بشكل كبير بالميول والاتجاهات السياسية والانتماءات الحزبية والتي تساهم بشكل كبير في تقبل او عدم تقبل الأخبار والمعلومات الواردة في مواقع الصحف الإلكترونية والمتعلقة بالمرشحين في الانتخابات الرئاسية، وإن آراء وتعليقات الجمهور لها تأثير كبير علي اتجاهات وسلوك الجمهور نحو المشاركة في العملية الانتخابية أو اختيار مرشح معين، وذلك بسبب المصادقية العالية لتلك الجماعات لدي مستخدم تلك الصحيفة الإلكترونية، وكذلك وجود تأثير كبير لمواقع الصحف الإلكترونية علي اتجاهات الجمهور فيما يتعلق بانتخابات الرئاسة الأمريكية.

فروض الدراسة:

اختبرت الدراسة عددا من الفروض وكانت النتائج على النحو التالي:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموغرافية للجمهور: "النوع، العمر، المؤهل الدراسي، الوظيفة"، في التأثيرات (المعرفية- الوجدانية- السلوكية) الناتجة عن الاعتماد على مواقع الصحف الإلكترونية في متابعة الانتخابات الرئاسية ٢٠٢٣.

(أ) الفروق بين الذكور والإناث في تأثيرات الاعتماد على مواقع الصحف الإلكترونية في متابعة الانتخابات الرئاسية ٢٠٢٣:

جدول (٢١)

الفروق بين الذكور والإناث في تأثيرات الاعتماد على مواقع الصحف الإلكترونية في متابعة الانتخابات الرئاسية ٢٠٢٣

النوع المتغير	ذكور (ن=١٩٩)		إناث (ن=٢٠٨)		ت	مستوى المعنوية ٤.٥
	ع	م	ع	م		
معرفية	٢,٦٤	٠,٥٣٢	٢,٧٤	٠,٤٧١	٢,٠٥٤	٠,٠٥ دالة
وجدانية	٢,٦٢	٠,٥٧٣	٢,٦١	٠,٥٨٠	٠,٢١٥	غير دالة
سلوكية	٢,٦٢	٠,٥٦٤	٢,٦٩	٠,٥١٢	١,٣٩١	غير دالة
التأثيرات	٢,٦٦	٠,٥٣٥	٢,٧٤	٠,٤٨١	١,٦٢٨	غير دالة

يتضح من الجدول السابق: وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور وبين متوسطي درجات الإناث في تأثير المعرفي الناتجة عن اعتمادهم على مواقع الصحف الإلكترونية في التعرف على مجريات الانتخابات الرئاسية لعام ٢٠٢٣، والتي جاءت لصالح الإناث، حيث كانت قيمة (ت) تساوي (٢,٠٥٤) دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٥.

بينما اتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور وبين متوسطي درجات الإناث في تأثيرات الوجدانية الناتجة عن اعتمادهم على مواقع الصحف الإلكترونية في التعرف على مجريات الانتخابات الرئاسية لعام ٢٠٢٣، حيث كانت قيمة (ت) تساوي (٠,٢١٥) وهي غير دالة عند أي مستوى دلالة.

كما أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور وبين متوسطي درجات الإناث في تأثيرات السلوكية الناتجة عن اعتمادهم على مواقع الصحف الإلكترونية في التعرف على مجريات الانتخابات الرئاسية لعام ٢٠٢٣، حيث كانت قيمة (ت) تساوي (١,٣٩١) وهي غير دالة عند أي مستوى دلالة.

(ب) الفروق بين العمر من (من ١٨ إلى ٢٧ سنة- من ٢٨ سنة إلى ٣٧ سنة- من ٣٨ إلى ٤٧ سنة- من ٤٨ سنة إلى ٥٧ سنة- من ٥٨ سنة فأكثر) في تأثيرات الاعتماد على مواقع الصحف الإلكترونية لمتابعة الانتخابات الرئاسية ٢٠٢٣:

جدول (٢٢)

تحليل التباين أحادي الاتجاه (OnWay-ANOVA) بين متوسطات درجات الجمهور في تأثير الاعتماد على مواقع الصحف الإلكترونية لمتابعة انتخابات الرئاسة ٢٠٢٣ تبعا لاختلاف العمر

التأثيرات	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدالة
معرفية	بين المجموعات	٦,٤٩٢	٤	١,٦٢٣	٦,٧٦١	دالة ٠,٠١
	داخل المجموعات	٩٦,٥٠٠	٤٠٢	٠,٢٤٠		
	المجموع	١٠٢,٩٩٣	٤٠٦	-		
وجدانية	بين المجموعات	٨,٠٦٢	٤	٢,٠١٦	٦,٤٠٠	دالة ٠,٠١
	داخل المجموعات	١٢٦,٦٠١	٤٠٢	٠,٣١٥		
	المجموع	١٣٤,٦٦٣	٤٠٦	-		
سلوكية	بين المجموعات	٧,٨١١	٤	١,٩٥٣	٧,١٣٥	دالة ٠,٠١
	داخل المجموعات	١١٠,٠٣١	٤٠٢	٠,٢٧٤		
	المجموع	١١٧,٨٤٣	٤٠٦	-		
التأثيرات	بين المجموعات	٦,٦٩٩	٤	١,٦٧٥	٦,١٨٩	دالة ٠,٠١
	داخل المجموعات	٩٨,٧٣١	٤٠٢	٠,٢٤٦		
	المجموع	١٠٥,٤٣٠	٤٠٦	-		

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الجمهور الذين يمثلون مراحل العمر المختلفة (من ١٨ سنة إلى ٢٧ سنة- ٢٨ سنة إلى ٣٧ سنة- ٣٨ سنة إلى ٤٧ سنة- ٤٨ سنة إلى ٥٧ سنة- ٥٨ سنة فأكثر)، وذلك في التأثيرات المعرفية الناتجة عن الاعتماد على مواقع الصحف الإلكترونية لمتابعة مجريات الانتخابات الرئاسية، حيث بلغت قيمة ف (٦,٧٦١) وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠,٠١.

ثم تشير يوضح الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الجمهور الذين يمثلون مراحل العمر المختلفة (من ١٨ سنة إلى ٢٧ سنة- ٢٨ سنة إلى ٣٧ سنة- ٣٨ سنة إلى ٤٧ سنة- ٤٨ سنة إلى ٥٧ سنة- ٥٨ سنة فأكثر)، وذلك في التأثيرات الوجدانية الناتجة عن الاعتماد على مواقع الصحف الإلكترونية لمتابعة مجريات الانتخابات الرئاسية، حيث بلغت قيمة ف (٦,٤٠٠) وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠,٠١.

كذلك أوضحت نتائج الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الجمهور الذين يمثلون مراحل العمر المختلفة (من ١٨ سنة إلى ٢٧ سنة - ٢٨ سنة إلى ٣٧ سنة - ٣٨ سنة إلى ٤٧ سنة - ٤٨ إلى ٥٧ سنة - ٥٨ سنة فأكثر)، وذلك في التأثيرات السلوكية الناتجة عن الاعتماد على مواقع الصحف الإلكترونية لمتابعة مجريات الانتخابات الرئاسية، حيث بلغت قيمة $F(٧, ١٣٥)$ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة $= ٠,٠٠١$.

ولمعرفة مصدر ودلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات الجمهور، تم استخدام الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي.

جدول (٢٣)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات في تأثير الاعتماد على مواقع الصحف الإلكترونية لمتابعة الانتخابات الرئاسية تبعاً لاختلاف العمر

المجموعات	من ١٨ إلى ٢٧ سنة	٢٨ إلى ٣٧ سنة	٣٨ إلى ٤٧ سنة	٤٨ إلى ٥٧ سنة	أكبر من ٥٨ سنة
من ١٨ إلى ٢٧ سنة	-	٠,١٠١	٠,٠٥٨	٠,١٤١	٠,٣٧٣- **
٢٨ إلى ٣٧ سنة	٠,١٠١	-	٠,١٥٩	٠,٠٣٩	٠,٢٧٢- **
٣٨ إلى ٤٧ سنة	٠,٠٥٨	٠,١٥٩	-	٠,١٩٩*	٠,٤١٣- **
٤٨ إلى ٥٧ سنة	٠,١٤١	٠,٠٣٩	٠,١٩٩*	-	٠,٢٣٣*
أكبر من ٥٨ سنة	٠,٣٧٣**	٠,٢٧٢**	٠,٤٣١**	٠,٢٣٣**	-

ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات الجمهور أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي.

حيث اتضح أن هناك اختلافاً بين الجمهور من عمر (١٨ إلى ٢٧ سنة - ٢٨ إلى ٣٧ سنة - ٣٨ إلى ٤٧ سنة - ٤٨ إلى ٥٧ سنة) وبين الجمهور من عمر (٥٨ سنة فأكثر)، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين (٠,٣٧٣ - ٠,٢٧٢ - ٠,٤٣١ - ٠,٢٣٣) على التوالي لصالح الجمهور من عمر (٥٨ سنة فأكثر) فهم أكثر تأثراً من باعتمادهم على مواقع الصحف الإلكترونية بمتابعة الانتخابات الرئاسية، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٠١.

كما ظهر أنه هناك اختلافاً بين الجمهور من (٤٨ إلى ٥٧ سنة) وبين الجمهور (٣٨ إلى ٤٧ سنة)، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين (٠,١٩٩) لصالح الجمهور من (٣٨ إلى ٤٧) فهم أكثر تأثراً من باعتمادهم على مواقع الصحف الإلكترونية بمتابعة الانتخابات الرئاسية، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٠٥.

(ج) الفروق بين المؤهل الدراسي (يقرأ ويكتب- مؤهل أقل من متوسط- مؤهل متوسط- مؤهل عالي- دراسات عليا) في تأثيرات الاعتماد على مواقع الصحف الإلكترونية لمتابعة الانتخابات الرئاسية ٢٠٢٣ :

جدول (٢٤)

تحليل التباين أحادي الاتجاه (OnWay-ANOVA) بين متوسطات درجات الجمهور في تأثيرات الاعتماد على مواقع الصحف الإلكترونية لمتابعة الانتخابات الرئاسية ٢٠٢٣ تبعا لاختلاف المؤهل الدراسي

الأبعاد	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
معرفة	بين المجموعات	٨,٣٤٦	٤	٢,٠٨٧	٨,٨٦٣	دالة عند ٠,٠١
	داخل المجموعات	٩٤,٦٤٦	٤٠٢	٠,٢٣٥		
	المجموع	١٠٢,٩٩٣	٤٠٦	-		
وجدانية	بين المجموعات	٧,٨٦٣	٤	١,٩٦٦	٦,٢٣٢	دالة عند ٠,٠١
	داخل المجموعات	١٢٦,٨٠١	٤٠٢	٠,٣١٥		
	المجموع	١٣٤,٦٦٣	٤٠٦	-		
سلوكية	بين المجموعات	٧,٤٤٩	٤	١,٨٦٢	٦,٧٨١	دالة عند ٠,٠١
	داخل المجموعات	١١٠,٣٩٤	٤٠٢	٠,٢٧٥		
	المجموع	١١٧,٨٤٣	٤٠٦	-		
التأثيرات	بين المجموعات	٩,١٣٨	٤	٢,٢٨٤	٩,٥٣٧	دالة عند ٠,٠١
	داخل المجموعات	٩٦,٢٩٢	٤٠٢	٠,٢٤٠		
	المجموع	١٠٥,٤٣٠	٤٠٦	-		

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الجمهور الذين يمثلون مستويات التعليم المختلفة (يقرأ ويكتب- مؤهل أقل من متوسط- مؤهل متوسط- مؤهل عالي) (الليسانس/بكالوريوس)- دراسات عليا، وذلك في تأثيرات معرفية الناتجة عن الاعتماد على مواقع الصحف الإلكترونية لمتابعة مجريات الانتخابات الرئاسية، حيث بلغت قيمة ف (٨,٨٦٣) وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠,٠١.

وتشير يوضح الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الجمهور الذين يمثلون مستويات التعليم المختلفة (يقرأ ويكتب- مؤهل أقل من متوسط- مؤهل متوسط-

مؤهل عالي (الليسانس/بكالوريوس) - دراسات عليا)، وذلك في تأثير الوجداني الناتج عن الاعتماد على مواقع الصحف الإلكترونية لمتابعة مجريات الانتخابات الرئاسية، حيث بلغت قيمة $F(6, 232)$ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠,٠١.

كذلك تشير نتائج الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الجمهور الذين يمثلون مستويات التعليم المختلفة (يقرأ ويكتب - مؤهل أقل من متوسط - مؤهل متوسط - مؤهل عالي (الليسانس/بكالوريوس) - دراسات عليا)، وذلك في التأثير السلوكي الناتج عن الاعتماد على مواقع الصحف الإلكترونية لمتابعة مجريات الانتخابات الرئاسية، حيث بلغت قيمة $F(6, 281)$ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠,٠١.

ولمعرفة مصدر ودلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات الجمهور، تم استخدام الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي.

جدول (٢٥)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات في تأثيرات الاعتماد

على مواقع الصحف الإلكترونية لمتابعة الانتخابات الرئاسية ٢٠٢٣ تبعاً لاختلاف المؤهل الدراسي

المجموعات	يقرأ ويكتب	مؤهل أقل من متوسط	مؤهل متوسط	مؤهل عالي	دراسات عليا
يقرأ ويكتب	-	*٠,٢٢٧	٠,٢٠٥	**٠,٣٦٣	**٠,٤٧٦
مؤهل أقل من متوسط	*٠,٢٧٧	-	٠,٠٢٢	٠,١٦٤	**٠,٤٥٣
مؤهل متوسط	٠,٢٠٥	٠,٠٢٢	-	٠,١٤١	**٠,٣١٢
مؤهل عالي	**٠,٣٦٣	٠,١٦٤	٠,١٤١	-	٠,٢٤٨
دراسات عليا	**٠,٤٧٦	**٠,٤٥٣	**٠,٣١٢	٠,٢٤٨	-

ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات الجمهور أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي.

حيث اتضح أن هناك اختلافاً بين الجمهور الذي (يقرأ ويكتب) وبين الجمهور أصحاب (مؤهل أقل من متوسط - مؤهل عالي - دراسات عليا)، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين (*٠,٢٧٧ - **٠,٣٦٣ - **٠,٤٧٦) على التوالي لصالح الجمهور (مؤهل أقل من متوسط - مؤهل عالي - دراسات عليا) فهم أكثر تأثراً من الاعتماد على مواقع الصحف الإلكترونية لمتابعة الانتخابات الرئاسية ٢٠٢٣، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠١ - ٠,٠٥) على التوالي.

كما ظهر أنه هناك اختلافاً بين الجمهور أصحاب (الدراسات العليا) وبين الجمهور أصحاب (مؤهل أقل من متوسط - مؤهل متوسطي)، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين

(٠,٤٥٣** - ٠,٣١٢**) لصالح الجمهور (الدراسات العليا) فهم أكثر تأثراً من الاعتماد على مواقع الصحف الإلكترونية لمتابعة الانتخابات الرئاسية ٢٠٢٣، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٠١.

(د) الفروق بين الوظيفة (طالب - موظف حكومي - أعمال حرة) في تأثيرات الاعتماد على مواقع الصحف الإلكترونية لمتابعة الانتخابات الرئاسية ٢٠٢٣:
جدول (٢٦)

تحليل التباين أحادي الاتجاه (OnWay-ANOVA) بين متوسطات درجات الجمهور في تأثيرات الاعتماد على مواقع الصحف الإلكترونية لمتابعة الانتخابات الرئاسية ٢٠٢٣ تبعا لاختلاف الوظيفة

الأبعاد	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
معرفية	بين المجموعات	٩,٧٢٨	٢	٤,٨٦٤	٢١,٠٦٩	دالة عند ٠,٠١
	داخل المجموعات	٩٣,٢٦٥	٤٠٤	٠,٢٣١		
	المجموع	١٠٢,٩٩٣	٤٠٦	-		
وجدانية	بين المجموعات	١٤,٦٣٠	٢	٧,٣١٥	٢٤,٦٢٠	دالة عند ٠,٠١
	داخل المجموعات	١٢٠,٠٣٣	٤٠٤	٠,٢٩٧		
	المجموع	١٣٤,٦٦٣	٤٠٦	-		
سلوكية	بين المجموعات	٧,٨٤٣	٢	٣,٩٢١	١٤,٤٠٢	دالة عند ٠,٠١
	داخل المجموعات	١١٠,٠٠٠	٤٠٤	٠,٢٧٢		
	المجموع	١١٧,٨٤٣	٤٠٦	-		
التأثيرات	بين المجموعات	١١,٢٥٥	٢	٥,٦٢٧	٢٤,١٤٠	دالة عند ٠,٠١
	داخل المجموعات	٩٤,١٧٥	٤٠٤	٠,٢٣٣		
	المجموع	١٠٥,٤٣٠	٤٠٦	-		

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الجمهور الذين يمثلون الوظائف المختلفة (طالب - موظف حكومي - أعمال حرة)، وذلك في تأثيرات معرفية الناتجة عن الاعتماد على مواقع الصحف الإلكترونية لمتابعة مجريات الانتخابات الرئاسية، حيث بلغت قيمة ف (٢١,٠٦٩) وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠,٠٠١.

كما تشير يوضح الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الجمهور الذين يمثلون الوظائف المختلفة (طالب - موظف حكومي - أعمال حرة)، وذلك في تأثيرات وجدانية الناتجة عن الاعتماد على مواقع الصحف الإلكترونية لمتابعة مجريات الانتخابات الرئاسية، حيث بلغت قيمة ف (٢٤,٦٢٠) وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠,٠٠١.

وأيضاً وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الجمهور الذين يمثلون الوظائف المختلفة (طالب - موظف حكومي - أعمال حرة)، وذلك في تأثيرات سلوكية الناتجة عن الاعتماد على مواقع الصحف الإلكترونية لمتابعة مجريات الانتخابات الرئاسية، حيث بلغت قيمة $F(14, 402)$ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة $= 0.001$.

ولمعرفة مصدر ودلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات الجمهور، تم استخدام الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي.

جدول (٢٧)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات في التأثيرات الناتجة عن الاعتماد على مواقع الصحف الإلكترونية لمتابعة مجريات الانتخابات الرئاسية، تبعا لاختلاف الوظيفة

المجموعات	طالب	موظف حكومي	أعمال حرة
طالب	-	**٠,٣١٦	**٠,٣٦٠
موظف حكومي	**٠,٣١٦-	-	٠,٠٤٤
أعمال حرة	**٠,٣٦٠ -	٠,٠٤٤	-

ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات الجمهور أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي.

ظهر أنه هناك اختلافاً بين الجمهور (طالب) وبين الجمهور (موظف حكومي - أعمال حرة)، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين (**٠,٣١٦ - **٠,٣٦٠) على التوالي، لصالح الجمهور (الطالب) فهم الأكثر تأثراً بمتابعة الانتخابات الرئاسية على مواقع الصحف الإلكترونية، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة $= 0.001$.

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموغرافية للجمهور: "النوع، العمر، المؤهل الدراسي، الوظيفة"، في اتجاهاتهم نحو دور مواقع الصحف الإلكترونية في التعريف بالانتخابات الرئاسية ٢٠٢٣.

(أ) الفروق بين الذكور والإناث في اتجاهاتهم نحو دور مواقع الصحف الإلكترونية في التعريف بالانتخابات الرئاسية ٢٠٢٣:

جدول (٢٨)

الفروق بين الذكور والإناث في اتجاهاتهم نحو دور مواقع الصحف الإلكترونية في التعريف بالانتخابات الرئاسية ٢٠٢٣

النوع	ذكور (ن=١٩٩)		إناث (ن=٢٠٨)		ت	مستوى المعنوية ٤٠٥
	ع	م	ع	م		
المتغير						
الاتجاه	٢,٦٢	٠,٥٣٥	٢,٧٦	٠,٤٣٩	٢,٨١٧	٠,٠١ دالة

يتضح من الجدول السابق: إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور وبين متوسطي درجات الإناث في اتجاهاتهم نحو دور مواقع الصحف الإلكترونية في التعريف بالانتخابات الرئاسية ٢٠٢٣، لصالح الإناث، حيث كانت قيمة (ت) تساوي (٢,٨١٧) دالة عند مستوى دلالة = ٠,٠١.

(ب) الفروق بين العمر (من ١٨ إلى ٢٧ سنة- من ٢٨ سنة إلى ٣٧ سنة- من ٣٨ إلى ٤٧ سنة- من ٤٨ سنة إلى ٥٧ سنة- من ٥٨ سنة فأكبر) في اتجاهاتهم نحو دور مواقع الصحف الإلكترونية في التعريف بالانتخابات الرئاسية ٢٠٢٣:

جدول (٢٩)

تحليل التباين أحادي الاتجاه (OnWay-ANOVA) بين متوسطات درجات الجمهور في اتجاهاتهم نحو دور مواقع الصحف الإلكترونية في التعريف بالانتخابات الرئاسية ٢٠٢٣ تبعا لاختلاف العمر

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدالة
بين المجموعات	٤,٢٣٣	٤	١,٠٥٨	٤,٥٠٨	دالة ٠,٠١
داخل المجموعات	٩٤,٣٧٦	٤٠٢	٠.٢٣٥		
المجموع	٩٨,٦٠٩	٤٠٦	-		

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الجمهور الذين يمثلون مراحل العمر المختلفة (من ١٨ سنة إلى ٢٧ سنة- ٢٨ سنة إلى ٣٧ سنة- ٣٨ سنة إلى ٤٧ سنة- ٤٨ إلى ٥٧ سنة- ٥٨ سنة فأكبر)، وذلك في اتجاهاتهم نحو دور مواقع الصحف الإلكترونية بالتعريف بالانتخابات الرئاسية، حيث بلغت قيمة ف (٤,٥٠٨) وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠,٠١.

ولمعرفة مصدر ودلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات الجمهور، تم استخدام الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي.

جدول (٣٠)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات في اتجاهاتهم نحو مواقع الصحف الإلكترونية بالتعريف بالانتخابات الرئاسية تبعا لاختلاف العمر

المجموعات	من ١٨ إلى ٢٧ سنة	٢٨ إلى ٣٧ سنة	٣٨ إلى ٤٧ سنة	٤٨ إلى ٥٧ سنة	أكبر من ٥٨ سنة
من ١٨ إلى ٢٧ سنة	-	٠,٠٢٩	٠,١٣٠	٠,٠٢٣	٠,٢١٢*
٢٨ إلى ٣٧ سنة	٠,٠٢٩	-	٠,١٠١	٠,٠٠٦	٠,٢٤١*
٣٨ إلى ٤٧ سنة	٠,١٣٠	٠,١٠١	-	٠,١٠٧	٠,٣٤٢**
٤٨ إلى ٥٧ سنة	٠,٠٢٣	٠,٠٠٦	٠,١٠٧	-	٠,٢٣٥**
أكبر من ٥٨ سنة	٠,٢١٢*	٠,٢٤١*	٠,٣٤٢**	٠,٢٣٥**	-

ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات الجمهور أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي.

حيث اتضح أن هناك اختلافاً بين الجمهور (من ١٨ إلى ٢٧ سنة- من ٢٨ سنة إلى ٣٧ سنة) وبين الجمهور (أكبر من ٥٨ سنة)، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين (٠,٢١٣*)- (٠,٢٤١*) على التوالي، لصالح الجمهور (من ١٨ إلى ٢٧ سنة- من ٢٨ سنة إلى ٣٧ سنة) فهم لديهم اتجاه ايجابي نحو دور مواقع الصحف الإلكترونية في التعريف بالانتخابات الرئاسية، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠٥.

كما ظهر أنه هناك اختلافاً بين الجمهور (٣٨ إلى ٤٧ سنة- ٤٨ إلى ٥٧ سنة) وبين الجمهور (أكبر من ٥٨ سنة)، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين (٠,٣٤٢*)- (٠,٢٣٥*) على التوالي، لصالح الجمهور (أكبر من ٥٨ سنة) فهم لديهم اتجاه ايجابي نحو دور مواقع الصحف الإلكترونية في التعريف بالانتخابات الرئاسية، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١.

(ج) الفروق بين المؤهل الدراسي (يقرأ ويكتب- مؤهل أقل من متوسط- مؤهل متوسط- مؤهل عالي- دراسات عليا) في اتجاهاتهم نحو دور مواقع الصحف الإلكترونية في التعريف بالانتخابات الرئاسية ٢٠٢٣:

جدول (٣١)

تحليل التباين أحادي الاتجاه (OnWay-ANOVA) بين متوسطات درجات الجمهور في اتجاهاتهم نحو دور مواقع الصحف الإلكترونية في التعريف بالانتخابات الرئاسية ٢٠٢٣ تبعا لاختلاف المؤهل الدراسي

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدالة
بين المجموعات	٥,٧٣٧	٤	١,٤٣٤	٦,٢٠٨	دالة عند ٠,٠١
داخل المجموعات	٩٢,٨٧٣	٤٠٢	٠,٢٣١		
المجموع	٩٨,٦٠٩	٤٠٦	-		

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الجمهور الذين يمثلون مستويات التعليم المختلفة (يقرأ ويكتب- مؤهل أقل من متوسط- مؤهل متوسط- مؤهل عالي (الليسانس/بكالوريوس)- دراسات عليا)، وذلك في اتجاهاتهم نحو مواقع الصحف الإلكترونية بالتعريف بالانتخابات الرئاسية، حيث بلغت قيمة ف (٧,٨٧٠) وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠,٠١.

ولمعرفة مصدر ودلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات الجمهور، تم استخدام الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي.

جدول (٣٢)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات في اتجاهاتهم نحو دور مواقع الصحف الإلكترونية في التعريف بالانتخابات الرئاسية ٢٠٢٣ تبعا لاختلاف المؤهل الدراسي

المجموعات	يقرأ ويكتب	مؤهل أقل من متوسط	مؤهل متوسط	مؤهل عالي	دراسات العليا
يقرأ ويكتب	-	٠,٠٦١	٠,١٠٠	٠,٠٩٧	***,٣٠٠-
مؤهل أقل من متوسط	٠,٠٦١	-	٠,٠٤٠	٠,٠٣٧	***,٢٩٧-
مؤهل متوسط	٠,١٠٠	٠,٠٤٠	-	٠,٠٠٣	*,٢٦٠-
مؤهل عالي	٠,٠٩٧	٠,٠٣٧	٠,٠٠٣	-	*,٢٠٠-
دراسات عليا	***,٣٠٠	***,٢٩٧	*,٢٦٠	*,٢٠٠	-

ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات الجمهور أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي.

حيث اتضح أن هناك اختلافاً بين الجمهور (يقرأ ويكتب- مؤهل أقل من متوسط) وبين الجمهور (دراسات العليا)، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين (٠,٢٩٧ - ٠,٣٠٠) على التوالي، لصالح الجمهور (دراسات العليا) فهم من لديهم اتجاهات إيجابية نحو دور مواقع الصحف الإلكترونية في التعريف بالانتخابات الرئاسية، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١.

كما ظهر أنه هناك اختلافاً بين الجمهور (مؤهل متوسط- مؤهل عالي) وبين الجمهور (دراسات عليا)، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين (٠,٢٦٠ - ٠,٢٠٠) على التوالي، لصالح الجمهور (دراسات عليا) فهم من لديهم اتجاهات إيجابية نحو دور مواقع الصحف الإلكترونية في التعريف بالانتخابات الرئاسية، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠٥.

(د) الفروق بين الوظيفة (طالب- موظف حكومي- أعمال حرة) في اتجاهاتهم نحو دور مواقع الصحف الإلكترونية في التعريف بالانتخابات الرئاسية ٢٠٢٣:

جدول (٣٣)

تحليل التباين أحادي الاتجاه (OnWay-ANOVA) بين متوسطات درجات الجمهور في اتجاهاتهم نحو دور مواقع الصحف الإلكترونية في التعريف بالانتخابات الرئاسية ٢٠٢٣ تبعا لاختلاف الوظيفة

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	١١,٥٥٤	٢	٥,٧٧٧	٢٦,٨٠٩	دالة ٠,٠١
داخل المجموعات	٨٧,٠٥٦	٤٠٤	٠,٢١٥		
المجموع	٩٨,٦٠٩	٤٠٦	-		

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الجمهور الذين يمثلون الوظائف المختلفة (طالب- موظف حكومي- أعمال حرة)، وذلك في اتجاهاتهم نحو دور مواقع الصحف الإلكترونية لمتابعة مجريات الانتخابات الرئاسية، حيث بلغت قيمة $F(26, 809)$ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠,٠١.

ولمعرفة مصدر ودلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات الجمهور، تم استخدام الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي.

جدول (٣٤)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات في اتجاهاتهم نحو مواقع الصحف الإلكترونية لمتابعة مجريات الانتخابات الرئاسية، تبعا لاختلاف الوظيفة

المجموعات	طالب	موظف حكومي	أعمال حرة
طالب	-	**٠,٣٠٠	**٠,٣٧٤
موظف حكومي	**٠,٣٠٠-	-	٠,٠٧٤
أعمال حرة	**٠,٣٧٤-	٠,٠٧٤	-

ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات الجمهور أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي.

ظهر أنه هناك اختلافاً بين الجمهور (طالب) وبين الجمهور (موظف حكومي- أعمال الحرة)، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين (**٠,٣٠٠ - **٠,٣٧٤) على التوالي، لصالح الجمهور (الطالب) فهم من لديهم اتجاهات إيجابية نحو دور مواقع الصحف الإلكترونية في التعريف بالانتخابات الرئاسية، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٠١.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين درجة اعتماد الجمهور على مواقع الصحف الإلكترونية للحصول على معلومات حول انتخابات الرئاسة وتأثيرها على اتجاهاتهم

جدول (٣٥)

معامل الارتباط بيرسون يوضح العلاقة بين درجة اعتماد الجمهور على مواقع الصحف الإلكترونية للحصول على معلومات حول انتخابات الرئاسة وتأثيرها على اتجاهاتهم

التأثيرات	درجة الاعتماد الجمهور على مواقع الصحف الإلكترونية	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى الدلالة
معرفية	**٠,٤٨١	طردى	قوي	دالة عند ٠,٠١	
وجدانية	**٠,٣٩٦				
سلوكية	**٠,٤٤٣				
التأثيرات	**٠,٤٥١				

أتضح من الجدول السابق:

وجود علاقة طردية قوية بين اعتماد الجمهور المصري على مواقع الصحف الإلكترونية كمصدر للمعلومات عن انتخابات الرئاسة وبين تأثيراتها المختلفة (معرفية - وجدانية - سلوكية)، حيث كانت "R" (٠,٤٨١ - ٠,٣٩٦ - ٠,٤٤٣) على التوالي، وجميعها دالة إحصائية عند مستوى = ٠,٠١. مما يثبت صحة الفرض.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين دوافع متابعة الجمهور للصحف الإلكترونية لمتابعة الانتخابات الرئاسية ٢٠٢٣ واتجاهاتهم نحوها

جدول (٣٦)

معامل الارتباط بيرسون يوضح العلاقة بين دوافع متابعة الجمهور على مواقع الصحف الإلكترونية للحصول على معلومات حول انتخابات الرئاسة واتجاهاتهم نحوها

دوافع متابعة الجمهور للصحف الإلكترونية حول انتخابات الرئاسة				المتغير
معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى الدلالة	
٠,١٩٦	طردية	قوي	٠,٠١	اتجاهات الجمهور نحو انتخابات الرئاسة

يتضح من الجدول السابق:

وجود علاقة طردية قوية بين دوافع متابعة الجمهور للصحف الإلكترونية التي تقوم بالتعريف بانتخابات الرئاسة ٢٠٢٣ واتجاهاتهم نحو تلك الانتخابات، حيث كانت "R" (٠,١٩٦) وهي دالة عند مستوى ٠,٠١. مما يثبت صحة الفرض.

سادس عشر: النتائج العامة للدراسة

- أوضحت النتائج ان نسبة كبيرة من الجمهور يهتمون بمتابعة الانتخابات الرئاسية ٢٠٢٤ على مواقع الصحف الإلكترونية، ثم من يهتمون بمتابعتها بدرجة متوسطة، بينما جاءت نسبة قليلة من الجمهور لا يتابعونها على مواقع الصحف الإلكترونية.
- وأشارت نتائج الدراسة إلى أن مواقع الصحف الإلكترونية التي يحرص الجمهور على متابعة انتخابات الرئاسة ٢٠٢٣م من خلالها، جاء في مقدمة تلك المواقع "صحيفة الأهرام الإلكتروني" ثم "صحيفة اليوم السابع الإلكتروني" يليها "صحيفة مصر اليوم الإلكتروني" تلاها "صحيفة البوابة نيوز"، ثم "صحيفة الدستور" يليها "صحيفة الأخبار الإلكترونية"، ثم "صحيفة الموجز" تلاها "صحيفة الوفد الإلكتروني" وأخيراً "صحيفة الوطن".

- جاءت نسبة كبيرة من عينة الجمهور يرون أن تناول مواقع الصحف الإلكترونية لانتخابات الرئاسة "تناول مبالغ فيه"، ثم تناولها كان "متحيز"، وأخيرا "محايد".
- وعن تفاعلية الجمهور أوضحت النتائج أن الجمهور يتفاعلون مع أخبار المواقع الصحف الإلكترونية عن انتخابات الرئاسة من خلال "قراءة الموضوع كاملاً" ثم "تنتقل إلى الروابط الأخرى ذات العلاقة" يليها "تقوم بإرسال تعليق حول الموضوع" تلاها "تكتفي بقراءة الخبر" ثم "تقوم بنشر الموضوع علي صفحتك بمواقع الشبكات الإجتماعية" تلاها "تكتفي بالقراءة ومتابعة الروابط الأخرى" ثم "مناقشة ما تم عرضه مع الأصدقاء" يليها "الإشتراك في الخدمات الإخبارية عن طريق الهاتف المحمول" وأخيرا "قراءة العناوين وتصفح الصور والفيديوهات".
- كما جاء أهم الموضوعات التي تناولتها مواقع الصحف الإلكترونية " التعرف على لجنة الأشراف على الانتخابات الرئاسية" ثم "ترشيح أشخاص ليسوا على قدرة من الكفاءة والقدرة على المنافسة" يليها "إقبال كبار السن فقط على التصويت" ثم "الاهتمام بحقوق الإنسان" تلاها "تفعيل دور الأحزاب والقوى السياسية المعارضة" ثم "ضعف الإقبال العام على عملية التصويت والانتخابات" يليها "القضاء على الفساد" ثم " معرفة المواعيد الانتخابات الرئاسية" يليها "معرفة مواعيد الترشح للانتخابات الرئاسية والطعن علي المرشحين" تلاها "قيام بعض الجهات بترشيح ممثل لها في إطار تمثيلي" وأخيراً " تقديم معلومات حول شروط الترشيح ومواعيد فتح وأغلاق باب الترشيح".
- النسبة الأكبر من الجمهور يرون أن المواقع تناولها لأخبار انتخابات الرئاسة لها تأثير إيجابي على اتجاهاتهم، ثم يرون أن لمواقع الصحف لانتخابات الرئاسة تأثير محايد على اتجاهاتهم نحو الانتخابات، وأخيرا من الجمهور يرون أن تناول مواقع الصحف الإلكترونية لانتخابات الرئاسة لها تأثير سلبي اتجاهاتهم.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور وبين متوسطى درجات الإناث في تأثيرات الوجدانية الناتجة عن اعتمادهم على مواقع الصحف الإلكترونية في التعرف على مجريات الانتخابات الرئاسية لعام ٢٠٢٣ م.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور وبين متوسطى درجات الإناث في تأثيرات السلوكية الناتجة عن اعتمادهم على مواقع الصحف الإلكترونية في التعرف على مجريات الانتخابات الرئاسية لعام ٢٠٢٣ م.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور وبين متوسطى درجات الإناث في اتجاهاتهم نحو دور مواقع الصحف الإلكترونية في التعريف بالانتخابات الرئاسية ٢٠٢٣م، لصالح الإناث.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الجمهور الذين يمثلون مراحل العمر المختلفة (من ١٨ سنة إلى ٢٧ سنة - ٢٨ سنة إلى ٣٧ سنة - ٣٨ سنة إلى ٤٧ سنة - ٤٨ إلى ٥٧ سنة - ٥٨ سنة فأكثر)، وذلك في اتجاهاتهم نحو دور مواقع الصحف الإلكترونية بالتعريف بالانتخابات الرئاسية.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الجمهور الذين يمثلون الوظائف المختلفة (طالب - موظف حكومي - أعمال حرة)، وذلك في اتجاهاتهم نحو دور مواقع الصحف الإلكترونية لمتابعة مجريات الانتخابات الرئاسية.
- وجود علاقة طردية قوية بين دوافع متابعة الجمهور للصحف الإلكترونية التى تقوم بالتعريف بانتخابات الرئاسية ٢٠٢٣ واتجاهاتهم نحو تلك الانتخابات.

سابع عشر: توصيات ومقترحات الدراسة

- على وسائل الإعلام المختلفة التقليدية والرقمية معالجة وتناول الأخبار والموضوعات والأحداث المثارة بحياد وموضوعية بشكل كبير لوجود مساحه من الثقة والمصادقية بينها وبين الجمهور المتلقى.
- الاهتمام بتدريب الكوادر الإعلامية المتخصصة بحيث يكون لديهم القدرة على التفاعل مع الجمهور والرد على أسئلتهم واستفساراتهم بشكل سريع وفعال حتى يكون هناك تواصل أكبر بين والوسائل الإعلامية المختلفة وجمهورها.
- الحرص على الاهتمام بعناصر التفاعل المختلفة لتوفير مساحه أكبر للجمهور للتعبير عن رأيهم بحرية.
- ضرورة تفعيل دور لجنة تقييم الأداء الإعلامى فى مرحلة الانتخابات بشكل موضوعى نظراً لأهمية الإعلام فى هذه المرحلة الإنتقالية بصفة عامة والانتخابات بخاصة.
- ضرورة التوسع فى استخدام الأشكال الصحفية كافة وتوظيفها فى تغطية حملة الانتخابات بكل أشكالها لدى الجمهور.
- إجراء دراسات حول دوافع متابعة الجمهور المصرى للانتخابات الرئاسية.
- إجراء دراسة مقارنة بين معالجة المواقع ومواقع الصحف الإلكترونية للانتخابات الرئاسية.
- إجراء دراسة تحليلية مقارنة بين الصحف المصرية والعربية والدولية للتناول للانتخابات الرئاسية المصرية وعلاقتها بتوجهاتهم ومواقفهم نحو مصر.

ثامن عشر: قائمة المراجع

- ¹ Zuhdi, A., Suryana, C., Pedrasan, R., Sasono, S., & Habibie, A. M. (2024). Presidential elections: The impact of the 2024 Presidential Election processing in electronic news sites on audience perceptions. **Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan**, 17(1), 195-208.
- ² El-Sebahy, N. (2024). The electronic news websites coverage on the presidential elections from audience perspective: a case study on Egypt 2023 presidential elections. **MA Thesis**, the American University in Cairo.
- ³ Phillips, N. V. (2024). The impact of electronic news websites processing of elections on voters perceptions: case of Egypt 2023 presidential elections. **MA Thesis**, the American University in Cairo.
- ⁴ Swafford, S. C. (2023). Framing of electronic newspapers websites' coverage of presidential elections from readers' perspective. **MA Thesis**, University of Missouri-Columbia.
- ⁵ Ha, S. (2023). Audience perceptions of presidential elections campaigns in electronic newspapers websites according to information processing and media effects theories. **Doctoral Thesis**, The University of Texas at Austin.
- ⁶ Walsh, M. (2023). A Longitudinal Analysis of audience perceptions to electronic journals websites coverage of presidential Elections and their political impacts. **Doctoral Thesis**, City, University of London.
- ⁷ Firmannamal, A. (2023). A comparison between audience perceptions toward traditional and electronic news journals websites for the Indonesian presidential election, **Doctoral Thesis**, Queensland University of Technology.
- ⁸ Fujiwara, T., Müller, K., & Schwarz, C. (2023). The audience perceptions toward the USA presidential elections as portrayed by electronic journals websites. **Journal of the European Economic Association**, jvad058.
- ⁹ Koa, M. (2023). Communicative strategies of online news sites in processing the Egyptian presidential elections and their impact on audience perceptions toward voting. **SAGE Open**, 13(2), 21582440231175381.
- ^{١٠} سمر خلف الله الزناني (٢٠٢٣): دور الخطاب الصحفي الإلكتروني في تشكيل اتجاهات النخبة المصرية إزاء الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠٢٠، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة سوهاج، كلية الآداب.
- ^{١١} محمد الحفناوي (٢٠٢٢): معالجة الصحف والبوابات الإلكترونية لانتخابات مجلس النواب ٢٠٢٠ واتجاهات الرأي العام نحوها، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، الجزء ٣، العدد ٢١، فبراير، ص ٧١-١٢٣.
- ^{١٢} نرمين نصر محمد ابراهيم (٢٠٢١): دور المواقع الصحفية في تغطية الحملات التسويقية للانتخابات الرئاسية المصرية ٢٠١٨: دراسة تطبيقية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة المنصورة، كلية الاداب.

^{١٣} إيمان محمود عبدالرحمن أحمد (٢٠٢١): أطر التغطية المصورة للانتخابات الرئاسية المصرية ٢٠١٨: دراسة تحليلية لعينة من مواقع الصحف الإلكترونية المصرية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المنصورة، كلية الآداب.

^{١٤} مها محمد حسين الملاح (٢٠١٩): أطر معالجة الانتخابات الرئاسية في مواقع الصحف المصري (دراسة مقارنة) حوليات أداب عين شمس، جامعة عين شمس، كلية الآداب، المجلد ٤٧، العدد ٢، أبريل، ص ١٥ - ٣٦.

^{١٥} مي ديهوم عبد الحميد منصور الباسل (٢٠١٩): التغطية الإخبارية للانتخابات مجلس النواب في الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية المصرية وتأثيراتها على اتجاهات الناخبين نحو المرشحين: دراسة تطبيقية على انتخابات مجلس النواب ٢٠١٤، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة بنى سويف، كلية الآداب.

^{١٦} بشري حسين الحمداني (٢٠١٩): التغطية الإخبارية للانتخابات البرلمان العراقي في المواقع الإلكترونية للصحف العراقية: دراسة تحليلية لمواقع جريدة الزمان الإلكتروني للمدة من (٢٠١٨ / ٤ / ١٤) إلى (٢٠١٨ / ٦ / ١٤)، مجلة أكاديمية شمال أوربا للعلوم والبحث العلمي، مجلد ٢، عدد ٥، أكتوبر، ص ٢١ - ٤٦.

^{١٧} محمود محمد محمد عبد الحليم (٢٠١٨): علاقة تعرض الشباب للحملات الإعلامية حول الانتخابات الرئاسية المصرية ٢٠١٨ والمشاركة السياسية لديهم، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد ٦٥، أكتوبر، ص ٤٦٩ - ٥٥٤.

^{١٨} لبنى عبد العزيز الجابري (٢٠١٧): استخدام الشباب الجامعي الانترنت في الحصول على المعلومات حول الانتخابات الرئاسية، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد ١٠، أبريل، ص ٥٢١ - ٥٤٦.

^{١٩} عبد الصادق عبد الصادق (٢٠١٤): معالجة مواقع الصحف العربية الإلكترونية للانتخابات الرئاسية المصرية ٢٠١٢ دراسة في تحليل مضمون صحفيتي الشرق الأوسط والحياة، مجلة جامعة الشارقة للعلوم الانسانية والاجتماعية، مجلد ١١، عدد ٢، ص ١٧٧ - ٢٤٤.

^{٢٠} صالح خليل أبو أصبع (٢٠٠٤): الاتصال والإعلام فى المجتمعات المعاصرة، عمان، دار آدم للدراسات والنشر والتوزيع، ص ١٢١.

^{٢١} هشام رشدى خيرالله (٢٠٢٤): مصداقية تناول الإعلامى للأزمات الاقتصادية عبر مواقع الصحف الإلكترونية وعلاقتها بثقة الجمهور المصرى واتجاهاته نحوها، المجلة المصرية لبحوث الرأى العام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مجلد ٢٣، عدد ٢، إبريل / يونية، ص ١٩٥.

- 22 Pablo. H.(2009). Media Dependency and Political Perception in an Authoritarian Political System, London, **Journal of communication**, V.4, N.3, p60.
- 23 - Swafford, S. C. (2023). Framing of electronic newspapers websites' coverage of presidential elections from readers' perspective. **MA Thesis**, University of Missouri-Columbia. P.11.
- 24 - Hadiz, V. (2018). Imagine all the people? Mobilising Islamic populism for right-wing politics in Indonesia. **Journal of Contemporary Asia**, 48(4): p566.
- 25 - Hatherell, M. (2019). **Political representation in Indonesia**: The emergence of the innovative technocrats, p174.
- 26 - Irawanto, B. (2019). Making it personal: The campaign battle on social media in Indonesia's 2019 presidential election. **ISEAS Yusof Ishak Institute**, (28), p9.
- 27 - Ferrer-Conill, R., & Tandoc, E. (2018). The audience-oriented editor: Making sense of the audience in the newsroom. **Digital Journalism**, 6(4), p436.
- 28 - Hall, W., Tinati, R., & Jennings, W. (2018). From Brexit to Trump: Social media's role in democracy. **Computer**, 51(1), p18.
- 29 - Johansson, A. (2016). Social Media and Politics in Indonesia. Stockholm China Economic Research Institute, **Stockholm School of Economics**, Vol. 42.
- 30 - Phillips, N. V. (2024). The impact of electronic news websites processing of elections on voters perceptions: case of Egypt 2023 presidential elections. **MA Thesis**, the American University in Cairo. P8.
- 31 - Blumler, J., & Esser, F. (2019). Mediatization as a combination of push and pull forces: Examples during the 2015 UK general election campaign. **Journalism**, 20(7), p855.
- 32 - Ha, S. (2023). Audience perceptions of presidential elections campaigns in electronic newspapers websites according to information processing and media effects theories. **Doctoral Thesis**, The University of Texas at Austin. P.12.
- 33 - Fisher, C., Culloty, E., Lee, J., & Park, S. (2019). Regaining Control Citizens who follow politicians on social media and their perceptions of journalism. **Digital Journalism**, 7(2), p230.
- 34 - Walsh, M. (2023). A Longitudinal Analysis of audience perceptions to electronic journals websites coverage of presidential Elections and their political impacts. **Doctoral Thesis**, City, University of London. P.17.
- 35 - Flew, T. (2018). Social media and the cultural and creative industries. In Poell, T, Burgess, J, & Marwick, A (Eds.), **The SAGE handbook of social media**, p 512. SAGE Publications Ltd.
- 36 - Fujiwara, T., Müller, K., & Schwarz, C. (2023). The audience perceptions toward the USA presidential elections as portrayed by electronic journals websites. **Journal of the European Economic Association**, p.22.
- 37 - Feezell, J. (2018). Agenda setting through social media: The importance of incidental news exposure and social filtering in the digital era. **Political Research Quarterly**, 71(2), p482.

- ³⁸ - Driessens, O., Bolin, G., Hepp, A., & Hjarvard, S. (2017). **Dynamics of mediatization: Institutional change and everyday transformations in a digital age.** Springer. P.11.
- ³⁹ - Alsridi, H., Elareshi, M., & Ziani, A. K. (2023). Egyptian presidential elections processing in Electronic news Sites and their impact on audience: Aljazeera.net case study. **KnE Social Sciences**, p1.
- ⁴⁰ - Bruns, A., Enli, G., Skogerbo, E., Larsson, A., & Christensen, C. (2016). The Routledge companion to social media and politics. London: **Routledge, Taylor & Francis Group**. P.4.
- ⁴¹ - Casero-Ripollés, A., Feenstra, R., Tormey, S., Chadwick, A., & Stromer-Galley, J. (2016). Old and new media logics in an electoral campaign: The case of Podemos and the two-way street mediatization of politics. **The International Journal of Press/Politics**, 21(3), p378.
- ⁴² - Zuhdi, A., Suryana, C., Pedrason, R., Sasono, S., & Habibie, A. M. (2024). Presidential elections: The impact of the 2024 Presidential Election processing in electronic news sites on audience perceptions. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, 17(1), 195-208.
- ⁴³ - Cwalina, W., & Falkowski, A. (2015). Political Branding: Political Candidates Positioning Based on Inter-Object Associative Affinity Index. *Journal of Political Marketing: Political Branding*, 14(1-2), 152–174.
- ⁴⁴ - Del Vicario, M., Zollo, F., Caldarelli, G., Scala, A., & Quattrociocchi, W. (2017). Mapping social dynamics on Facebook: The Brexit debate. *Social Networks*, 50, 6-16.
- ⁴⁵ - Koa, M. (2023). Communicative strategies of online news sites in processing the Egyptian presidential elections and their impact on audience perceptions toward voting. *SAGE Open*, 13(2), p.4.

أسماء السادة المحكمين:

- أ.د/ محمود حسن إسماعيل: أستاذ الإعلام وثقافة الأطفال، كلية الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.
- أ.د/ اعتماد خلف معبد: أستاذ الإعلام وثقافة الأطفال، كلية الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.
- أ.د/ حسن خليل: أستاذ الإذاعة والتلفزيون، كلية التربية النوعية، جامعة القاهرة.