

اعتماد المواطنين علي التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية

اعتماد المواطنين علي التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية وعلاقتها بتشكيل

اتجاهاتهم نحو المبادرات الرئاسية

الباحثة / مها أشرف سالم هلال

لدرجة الماجستير قسم الاعلام -كلية الاداب - جامعة المنوفية

المستخلص:

سعت هذه الدراسة للتعرف علي مدى اعتماد المواطنين علي التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية وعلاقتها بتشكيل اتجاهاتهم نحو المبادرات الرئاسية، وتنتمي هذه الدراسة للدراسات الوصفية و استخدمت منهج المسح الإعلامي، واعتمدت في بناءها النظري علي نظرية الاعتماد علي وسائل الإعلام، واعتمدت الدراسة علي أداة الاستبيان وتم تطبيقها علي عينة بلغ قوامها 400 مفردة من مستخدمي التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية، بثلاث محافظات ممثلة لكافة محافظات الجمهورية هم محافظة القاهرة ممثلة للقاهرة الكبرى، ومحافظة المنوفية ممثلة للوجة البحري، ومحافظة سوهاج ممثلة للوجه القبلي، بحيث تلي احتياجات الدراسة وتخدم أهدافها وتجبب أسئلتها، وقد توصلت الدراسة إلي عدة نتائج كان من أبرزها ارتفاع مدى متابعة المبحوثين للتطبيقات الإخبارية للصحف المصرية، وارتفاع درجة اعتماد المواطنين علي التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية كمصدر للمعلومات عن المبادرات الرئاسية، والتطبيقات الإخبارية للصحف المصرية التي يتابعها المواطنين للتعرف علي المبادرات الرئاسية، نجد أنه جاء " تطبيق اليوم السابع" في المقدمة حيث جاءت في المرتبة الأولى، يليه في المرتبة الثانية " تطبيق نبض الإخباري"، ثم جاء " تطبيق الأهرام." في المرتبة الثالثة، وجاءت " حياة كريمة" في مقدمة المبادرات الرئاسية التي تحظى بمتابعة المواطنين حيث جاءت في المرتبة الأولى، وجاءت اتجاهات المبحوثين نحو المبادرات الرئاسية اتجاهًا إيجابيًا.

Abstract

This study sought to identify the extent to which citizens depend on the news applications of Egyptian newspapers and its relationship to the formation of their attitudes towards presidential initiatives. A sample of 400 users of news applications for Egyptian newspapers, in three governorates representing all governorates of the Republic, is Cairo Governorate representing Greater Cairo, Menoufia Governorate representing Lower Egypt, and Sohag Governorate representing Upper Egypt, so that it meets the needs of the study, serves its objectives, and answers its questions. The study reached several results, the most prominent of which was the high extent of the respondents' follow-up to the news applications of the Egyptian newspapers, and the high degree of citizens' dependence on the news applications of the Egyptian newspapers as a source of information about the presidential initiatives. First, the respondents' attitudes toward presidential initiatives were positive.

المقدمة:

مع التقدم التكنولوجي والسرعة الهائلة في نقل المعلومات حول العالم بفضل التقدم في تقنيات التواصل وظهور التطبيقات الإخبارية التي تعد أحدى التقنيات الحديثة التي أحدثت نقلة في صناعة الأخبار، ويمكن تنزيلها علي الهواتف الذكية وأجهزة الكمبيوتر اللوحية، وهي تعد وسيلة إعلامية تحتوي على عدد كبير من المصادر الإخبارية العربية والعالمية، وتعرض محتواها في صورة وسائط متعددة كالنص والصوت والصور والفيديو، وتوفر التفاعلية، والمشاركة الإلكترونية في نشر المحتوى عبر التطبيقات المختلفة، وبالنظر إلي ما تعرضه التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية من أخبار وقضايا في مختلف المجالات، سنلقي الضوء في هذه

اعتماد المواطنين علي التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية
الدراسة عن تناولها للمبادرات الرئاسية في مصر التي اطلقتها القيادة المصرية من
أجل تنمية وتطوير المجتمع بجميع فئاته المختلفة في كافة القطاعات، وخلق بيئة
مناسبة لتنميته وفق خطط استراتيجية منها رؤية مصر 2030.

الدراسات السابقة:

تم تقسيم الدراسات السابقة إلي محورين هما:

المحور الأول : الدراسات التي تتعلق بالتطبيقات الإخبارية والدراسات المرتبطة
باستخدام التطبيقات في الصحف ونقل الأخبار:

1- دراسة (شيرين محمد أحمد أحمد عمر، 2022)، بعنوان: "العوامل المؤثرة
علي تفضيلات المستخدمين لإشعارات تطبيقات المحمول الإخبارية وعلاقتها
بشخصنة الأخبار العاجلة"¹:

تهدف الدراسة إلي رصد استخدامات المستخدمين لإمكانية اختيار موضوعات
الأخبار العاجلة وشخصنتها، والتعرف علي تفضيلاتهم الخاصة بالشخصنة
وإشعاراتها، واستخلاص مجموعة من المقترحات التي تساعد التطبيقات الإخبارية
علي الحفاظ علي مستخدميها وكسب مستخدمين آخرين، وتعد هذه الدراسة من
الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح الإعلامي، واعتمدت الدراسة في
جمع البيانات علي الاستبيان الإلكتروني والمجموعات النقاشية ومكالمات هاتفية
مع القائمين بالاتصال في مجال التكنولوجيا بالصحف والمجلات المختلفة، وبلغت
عينة الدراسة 331 مفردة.

توصلت الدراسة لعدة نتائج من أهمها أن أكثر التطبيقات استخداماً في
الحصول علي الأخبار العاجلة هو تطبيق اليوم السابع، وأن أكثر الموضوعات
تفضيلاً للمبحوثين من حيث القراءة هي الموضوعات السياسية يليها الموضوعات
الرياضية ثم الثقافية والفنية، واحتلت المرتبة الأخيرة الموضوعات الاقتصادية.

¹شيرين محمد أحمد أحمد عمر (يوليو-سبتمبر 2022)، "العوامل المؤثرة علي تفضيلات المستخدمين
لإشعارات تطبيقات المحمول الإخبارية وعلاقتها بشخصنة الأخبار العاجلة"، المجلة العربية لبحوث
الإعلام والاتصال، مجلد9، العدد 38.

كشفت الدراسة أن أغلب المبحوثين ينشطون خاصية الإشعارات الإخبارية، وأكثر الأوقات تفضيلاً للحصول علي الإشعارات عند حدوث أخبار عاجلة، وجاءت الأوقات الصباحية الأقل تفضيلاً من جانب عينة الدراسة، وجاءت الإشعارات الإخبارية كبدل لوسائل الإعلام الأخرى بالنسبة للمبحوثين بنسبة بلغت 67.6%، وجاء اهتمام المبحوثين بالأخبار العالمية في المركز الأول ثم الأخبار المحلية ثم الإقليمية.

2- دراسة (زينب وحيد جمعه، 2021)، بعنوان: "استخدام المراهقين للتطبيقات الإخبارية بالهواتف الذكية والإشعارات المتحققة منها"² :

هدفت الدراسة للتعرف علي دوافع استخدام المراهقين للتطبيقات الإخبارية عبر الهواتف الذكية، ورصد استخداماتهم لها والإشعارات المتحققة من ذلك، وذلك عن طريق منهج المسح من خلال ملء استمارة إستبيان بالمقابلة لعينة قوامها 400 مفردة من المراهقين وكشفت الدراسة عن عدة نتائج من أهمها:

أن نسبه مستخدمي الإنترنت عبر الهاتف المحمول (دائماً) بلغت 77% من إجمالي مفردات العينة ، يليها نسبة 2% ممن يستخدموا (أحياناً) ، وتوصلت الدراسة لدوافع استخدام المبحوثين النفعية للتطبيقات الإخبارية وجاء في المرتبة الأولى " التعرف من خلاله علي الأحداث الجارية" ، يليه " تساعدني في زيادة حصيلة المعلومات في مختلف المجالات " ثم جاء في المرتبة الثالثة " لمعرفة أحدث الـ trends والهاشتاغات المتداولة" .

وبالنسبة للتطبيقات التي يستخدمها المبحوثون في التعرف والاطلاع علي الأخبار هي في المرتبة الأولى تطبيق اليوم السابع بنسبة 64%، و في المرتبة الثانية تطبيق نبض الإخباري بنسبة وصلت لـ 36.25% من إجمالي عينة الدراسة ، ثم تطبيق الوطن بنسبة بلغت 31.50% ، ويليه تطبيق في الجول بنسبة بلغت 29.25% من إجمالي عينة الدراسة.

² زينب جمعة وحيد(2021)، "استخدام المراهقين للتطبيقات الإخبارية بالهواتف الذكية والإشعارات المتحققة منها"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس، كلية الدراسات العليا للطفولة.

اعتماد المواطنين علي التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية

وفيما يتعلق بدوافع إستخدام المبحوثين الطقوسية للتطبيقات الإخبارية حيث جاء في المركز الأول من حيث الترتيب "تعودت على إستخدامها ؛ لأن الهاتف الذكي معي طوال الوقت" ، ثم جاء في المركز الثاني "أحب إستخدام تلك التطبيقات" ، بينما جاء في المركز الثالث "لتقضية أوقات فراغي" ، وأخيراً في المركز الرابع "إستخدامها بحكم طبيعة دراستي".

3- دراسة (شيرين محمد أحمد أحمد عمر، 2018)، بعنوان: "تصميم تطبيقات صحافة المحمول المصرية وعلاقته بتفضيلات المستخدمين"³:

هدفت الدراسة لإلقاء الضوء علي أسس التصميم التي تستخدم في إخراج الصحف عينة الدراسة، ورصد تصميم العناصر التيبوغرافية والجرافيكية والتكنولوجية بتطبيقات صحافة الهواتف المحمولة، ومعرفة تفضيلات الجمهور لتصميم العناصر التيبوغرافية والجرافيكية بالتطبيقات الإخبارية، وذلك بالتطبيق علي عينة من التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية الأهرام واليوم السابع والوفد، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج من أهمها أن أكثر تطبيقات الصحف استخداماً بين المبحوثين تطبيق اليوم السابع بنسبة بلغت 58.5% من إجمالي العينة، يليه تطبيق المصري اليوم بنسبة 30.1%، ثم تطبيق الأهرام بنسبة 16.3%، وكشفت الدراسة أن أكثر الخطوط تفضيلاً لدي المبحوثين هو خط Droid Kufi Regular الذي يستخدمه تطبيق الأهرام، ويليه خط Arial.

المحور الثاني: الدراسات التي تتعلق بالمبادرات الرئاسية:

1- دراسة (نسرین حسام الدين، نهى التلاوي، وآخرون، 2022)، بعنوان "المبادرات الرئاسية الموجهة للمرأة المصرية في المنصات الإعلامية في ضوء رؤية مصر 2030"⁴:

³شيرين محمد أحمد أحمد عمر (2018)، "تصميم تطبيقات صحافة المحمول المصرية وعلاقته بتفضيلات المستخدمين"، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، العدد 63.
⁴نسرین حسام الدين، نهى التلاوي، فاطمة قطب، إنجي أبو العز، احمد شحاته، منه الله كمال، مروة عبدالله (إبريل 2022)، "المبادرات الرئاسية الموجهة للمرأة المصرية في المنصات الإعلامية في ضوء رؤية مصر 2030"، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، مجلد 61، العدد 3، ص 1242.

سعت الدراسة لرصد المحتوى الإعلامي للمبادرات الرئاسية الموجهة للمرأة المصرية سواء كانت مبادرات صحية أو اقتصادية أو اجتماعية أو في التحول الرقمي وذلك في ضوء رؤية مصر 2030 من خلال المنصات الإعلامية المختلفة وهي الفضائيات المصرية والمواقع الإخبارية ومواقع التواصل الاجتماعي، بالإعتماد علي أدوات تحليل المضمون و تحليل الخطاب خلال الفترة من 2018/1/1 إلي 2021/12/31، استندت الدراسة علي 3 نظريات إعلامية هم (نظرية الأطر الإعلامية، و نظرية اجتياز المجتمع، ونظرية ثراء الوسيلة الإعلامية)، والنموذج الاتصالي رولر (استراتيجيات الاتصال الموقفية)، وتم تطبيق الدراسة علي قناتي النيل للأخبار واكسترا نيوز، والمواقع الإخبارية لبوابة الأهرام وبوابة الشروق، وصفحات الفيسبوك الرسمية للمبادرات رهن الدراسة، باستخدام استمارة تحليل مضمون واستمارة تحليل الخطاب الإعلامي، لعينة بلغت 689 مفردة تتضمن حلقات مذاعة، وأخبار منشورة، وتدوينات وكتابات علي موقع الفيسبوك، وكشفت الدراسة عن عدة نتائج من أهمها: اخذت مبادرة "الست المصرية صحة مصر" الترتيب الأول من حيث اهتمام عينة الدراسة من القنوات التلفزيونية بمتابعتها وعرض أخبارها.

2- دراسة (هاجر مجدي عبده الحمامي، 2022)، بعنوان "دور وسائل الإعلام الجديد في توعية المواطنين بالمبادرات الصحية"⁵:

سعت الدراسة للتعرف علي درجة اهتمام المواطنين بقضايا التوعية بالمبادرات الوطنية الصحية في الإعلام الجديد ووسائل التواصل الاجتماعي، والتأثيرات المعرفية والسلوكية والوجدانية للمبجوثين الذين يتابعوا المبادرات الصحية علي منصات الإعلام الجديد، استخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي علي عينة قوامها 400 مفردة، واستمارة الإستبيان كأداة لجمع البيانات، وكشفت الدراسة عن عدة نتائج من أهمها: أهمية الإعلام الجديد وكثرة متابعيه من قبل المبجوثين، وهو ما يوضح ضرورة استغلال هذا المنبر الإعلامي وتوظيفه في التوعية الصحية، واقترح المبجوثون لتطوير المضامين الصحية علي وسائل التواصل

⁵هاجر مجدي عبده الحمامي(2022)، "دور وسائل الإعلام الجديد في توعية المواطنين بالمبادرات الصحية – دراسة ميدانية"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة دمياط، كلية الآداب، ص 208-210.

اعتماد المواطنين علي التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية
الإجتماعي هو الدقة والموضوعية والصدق في تناول الموضوعات الصحية، وجاءت مواقع
التواصل الإجتماعي في المركز الأول كمصدر يُعتمد عليه في الحصول علي المعلومات
حول المبادرات الصحية من قبل المبحوثين بنسبة بلغت 23.37%، وجاءت مبادرة 100
مليون صحة في الترتيب الأول لحمالات التوعية الصحية التي تابعتها عينة الدراسة من
خلال وسائل التواصل الإجتماعي وصلت لنسبة 83.3%، ومن أهم التأثيرات المعرفية
الناجمة عن تعرض عينة الدراسة للمبادرات الصحية علي وسائل التواصل الإجتماعي (تجعل
المستخدمين علي وعي بالمبادرات الصحية) بمتوسط حسابي 2.58، ومن أهم التأثيرات
الوجدانية (الأخذ في الإحتياط من الإصابة بمرض ما) بمتوسط حسابي 2.51، ومن أهم
التأثيرات السلوكية (تعديل السلوك الصحي تبعًا للمعلومات الصحية للمبادرات) بمتوسط
حسابي 2.34 .

3- دراسة (رشا عبد الرحمن حجازي، 2020)، بعنوان "دور الحملات الإعلامية في تشكيل الوعي الصحي للمرأة المصرية دراسة تطبيقية على حملة 100 مليون صحة":⁶

سعت الدراسة للتعرف على دور الحملات الإعلامية في تشكيل الوعي
الصحي للمرأة المصرية بالتطبيق على حملة 100 مليون صحة، مبادرة رئيس
الجمهورية لدعم صحة المرأة المصرية، للكشف المبكر عن مرض سرطان الثدي
والأمراض غير السارية، والتعرف علي دوافع تعرضها وتقييمها لهذه الحملة، تعد
هذه الدراسة دراسة وصفية اعتمدت علي منهج المسح واستمارة الإستبيان كأداة
لجمع البيانات من عينة عمدية بلغت 400 مفردة من النساء المصريات من سن
18 عام وأكثر، وتوصلت الدراسة إلى أن نسبة 46.5% من المبحوثين كانوا
حريصات علي متابعة الحملات الصحية بشكل دائم، وجاء في مقدمة المتابعة
حملة فيروس سي وعلاج المصابين به، والكشف عن الأمراض غير السارية بنسبة
وصلت 93%، وحول تقييم المبحوثين لحملة 100 مليون صحة كانت جيدة جدًا

⁶رشا عبد الرحمن حجازي(2020)،"دور الحملات الإعلامية في تشكيل الوعي الصحي للمرأة
المصرية دراسة تطبيقية على حملة 100 مليون صحة"، مجلة البحوث الاعلامية، جامعة الازهر،
كلية الإعلام، العدد53، الجزء الثاني، ص868-920-921.

الباحثة / مها أشرف سالم هلال

بنسبة بلغت 70.5%، كما أن نسبة 55.2% من المبحوثين أكدوا على وجود دور فعال ومؤثر للحملة في رفع الوعي الصحي لديهن، كما أكدت نسبة 71.3% من عينة الدراسة أن الحملة جعلتهن أكثر قدرة على ممارسة الأنشطة الصحية من أبرزها الإلتزام باتباع نظام غذائي صحي، وبالنسبة لمدي نجاح الحملة من وجهة نظر المبحوثين أكد 90.3% نجاح الحملة ولعل أهم الأسباب هو توفير خدمة الفحص والعلاج المجاني، كما أكدن على أن الحملة تؤكد على اهتمام الدولة بصحة المرأة المصرية.

التعليق على الدراسات السابقة:

- جاءت الدراسات متنوعة في الموضوعات والأهداف البحثية، وركزت الدراسات على موضوعات تتعلق بالتطبيقات الإخبارية وأيضًا المبادرات الرئاسية والرسمية، ولكن لم يتاح للباحثة دراسات قائمة على الربط بين التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية ودورها في تشكيل اتجاهات المواطنين نحو المبادرات الرئاسية وهذا ما تقوم عليه الدراسة الراهنة.
- ركزت معظم الدراسات على قياس دور وسائل التواصل الاجتماعي في انتشار المبادرات الرئاسية.
- أكدت معظم الدراسات أن مستخدمي التطبيقات الإخبارية للهواتف الذكية والأجهزة المحمولة يعتمدون عليها في الحصول على الأخبار.
- ركزت العديد من الدراسات على دور المبادرات الصحية بشكل خاص، بالرغم من وجود العديد من المبادرات في مختلف المجالات.
- من حيث أدوات جمع البيانات اعتمدت اغلب الدراسات السابقة على أداة تحليل المضمون للمحتوي الإعلامي، والاستبيان لجمع البيانات من الجمهور المستهدف.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

- الاستفادة من الدراسات العربية والأجنبية على السواء في تحديد وبلورة المشكلة البحثية.

اعتماد المواطنين علي التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية

- تحديد أهداف الدراسة بدقة فمن خلال مراجعة الدراسات السابقة تم تحديد النقاط الهامة التي يمكن تناولها، وكيفية صياغة تساؤلات الدراسة بشكل جيد وصياغة فروضها.
- الاستفادة من نتائج الدراسات السابقة في تحديد الإطار النظري المناسب للدراسة.
- علي المستوي الإجرائي أسهمت في تحديد نوع العينة ووضع تصور عام للدراسة، وتحديد أهم الأبعاد التي يتم التركيز عليها في تناول المشكلة.

الإطار النظري للدراسة:

تعتمد الدراسة في إطارها النظري على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام كونها ثلاثم موضوع الدراسة وتحقق أهدافه وتجب علي تساؤلاته؛ حيث تصف النظرية العلاقة بين الجمهور والوسيلة والمجتمع، ويفترض كلاً من ديليفر، روكيتش كلما زادت الحاجة لمعرفة المعلومات كلما زادت قوة الاعتماد على الوسيط الإتصالي، وبالتالي زاد تأثير هذا الوسيط على الإطار المعرفي والوجداني والسلوكي للجمهور، وكما لبنا هذا الوسيط الإتصالي أكبر قدر من المعلومات التي يحتاجها الجمهور، كلما اعتمد الجمهور على ذلك الوسيط بشكل أكبر⁷، وتؤكد هذه النظرية على أن الجمهور يعتمد على الوسيلة للحصول على المعلومات حول الظواهر التي ليس لهم خبرة مباشرة بها⁸.

الاستفادة من نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في الدراسة الحالية:

1- معرفة مدى اعتماد المواطنين على التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية، تفترض النظرية أن الجمهور سيعتمد علي وسائل الإعلام بشكل متزايد للحصول علي المعلومات لتكوين مداركه، ولهذا تفترض الباحثة أن ما يحدث في المجتمع، والتغير الذي يحدث في مصر، وظهور العديد من المبادرات الرئاسية وأهمية أخبارها تمثل إحدى الحالات التي يعتمد فيها المواطنون علي التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية، ومن المتوقع اعتماد عينة

⁷ Alan Rubin & Steven win Dahl (1986), the uses and Dependency Model of Mass communication, critical studies in Mass communication, Vol 3, Issue 2, P 164-184

⁸ جمال عبدالعظيم أحمد(2006)، العلاقة بين الإعتماد علي وسائل الإعلام الجماهيرية كمصدر للمعلومات والمستوي المعرفي للشباب البحريني بالانتخابات البرلمانية لعام 2006، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، العدد26، ص100.

الدراسة علي التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية كمصدر للمعلومات والأخبار حول المبادرات الرئاسية.

2- قياس التأثيرات المعرفية، والوجدانية، والسلوكية، الناتجة عن الاعتماد على التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية على المواطنين كمصدر للمعلومات حول المبادرات الرئاسية.

3- الكشف عن دوافع الاعتماد علي التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية كمصدر للمعلومات عن المبادرات الرئاسية.

4- تساعد النظرية في رصد درجة اعتماد عينة الدراسة علي التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية كوسيلة في استقاء المعلومات عن المبادرات الرئاسية، وكذلك معرفة إلى أى مدى تتشكل اتجاهات المبحوثين نحو المبادرات الرئاسية بالاعتماد علي التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية.

5- معرفة ما إذا كانت التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية تزيد من معتقدات المواطنين لاعتمادهم عليها كوسيلة إعلام.

مشكلة الدراسة:

تعد التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية أحدي التقنيات الحديثة التي يطلع عليها الكثير من المستخدمين لمعرفة ما يدور حولهم من أخبار محلية وعربية وعالمية، وأيضًا يستخدمها أغلب الصحفيين في المواقع والوكالات الإخبارية لنقل الأخبار العاجلة في مختلف المجالات بهدف تحقيق السبق الإخباري ومواكبة الأحداث بشكل آني؛ حيث يتم نشر فيها عدد كبير من الأخبار والموضوعات مدعمة بالوسائط المتعددة، وتعتبر التطبيقات الإخبارية من أهم وسائل الإعلام الجديد في نقل المعلومات والأخبار للمستخدمين، وأيضًا نقل أخبار المبادرات الرئاسية للمواطنين ومتابعة مستجداتها، فالقيادة المصرية شنت العديد من المبادرات الرئاسية لحل العديد من المشكلات والازمات التي تواجه الشعب المصري في ظروفهم المعيشية وغيرها، وتنبهت القيادة المصرية منذ اللحظة الأولى من ضرورة مواكبة

اعتماد المواطنين علي التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية
التطورات المتلاحقة؛ لذا تسعى الحكومات إلي إدارة الأداء الحكومي بشكل مخطط
جيدًا سعيًا منها لتحقيق التطوير وفق خطط استراتيجية منها رؤية مصر 2030.
وبناء على ماسبق تتلخص مشكلة الدراسة في التساؤل الآتي:-

مامدى اعتماد المواطنين على التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية وعلاقتها
بتشكيل اتجاهاتهم نحو المبادرات الرئاسية ؟
أهمية الدراسة:

ترجع أهمية الدراسة إلى الإعتبارات الآتية:

- 1- تظهر أهمية الدراسة في معرفة مدى اعتماد المواطنين على التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية وعلاقتها بتشكيل اتجاهاتهم نحو المبادرات الرئاسية.
- 2- حداثة استخدام التطبيقات الإخبارية لإخبار وإعلام المواطنين تحديدًا بما يخص المبادرات الرئاسية وتشكيل اتجاهاتهم نحوها.
- 3- الكشف عن دور التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية في تعريف المواطنين بالمبادرات الرئاسية للإرتقاء بالمجتمع.
- 4- الكشف عن وجود علاقة بين التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية التي يستخدمها المواطنون في الإطلاع على المبادرات الرئاسية، وحجم ثقتهم ومشاركتهم في تلك المبادرات.

أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق هدف رئيس هو معرفة مامدى إعتقاد المواطنين على التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية وعلاقتها بتشكيل اتجاهاتهم نحو المبادرات الرئاسية، وينبثق عن هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية تتمثل في:

- 1- معرفة مدى اعتماد المواطنين على التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية لتشكيل اتجاهاتهم نحو المبادرات الرئاسية.

- 2- التعرف على أبرز التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية التي يستخدمها المواطنون للإطلاع على المبادرات الرئاسية.
- 3- التعرف على دوافع اعتماد المبحوثين علي التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية كمصدر للمعلومات عن المبادرات الرئاسية.
- 4- التعرف على حجم التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لدى المواطنين عينة الدراسة الناتجة عن استخدام التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية في الحصول على المعلومات والأخبار حول المبادرات الرئاسية.
- 5- معرفة الاتجاهات التي تكونت نتيجة الاعتماد علي التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية في الحصول على الأخبار حول المبادرات الرئاسية.
- 6- التعرف علي اتجاهات المواطنين نحو التغطية الإخبارية للمبادرات الرئاسية من خلال التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية.
- 7- التعرف على درجة الثقة في التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية كمصدر للمعلومات والاتجاه نحو المبادرات الرئاسية.

التساؤلات:

- 1- ما درجة اعتماد المواطنين علي التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية في الحصول على المعلومات والأخبار حول المبادرات الرئاسية؟
- 2- ما درجة اعتماد المواطنين علي التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية لتشكيل اتجاهاتهم نحو المبادرات الرئاسية؟
- 3- ما أبرز التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية التي يستخدمها المواطنون للإطلاع على المبادرات الرئاسية؟
- 4- ما دوافع اعتماد المواطنين علي التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية كمصدر للمعلومات عن المبادرات الرئاسية؟

اعتماد المواطنين علي التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية

- 5- ما التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة علي اعتماد المواطنين علي التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية في الحصول على المعلومات والأخبار حول المبادرات الرئاسية؟
- 6- ما اتجاه المواطنين نحو التغطية الإخبارية للمبادرات الرئاسية من خلال التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية؟
- 7- ما درجة ثقة المواطنين في التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية كمصدر للمعلومات والاتجاه نحو المبادرات الرئاسية؟

الفروض:

- 1- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة الاعتماد علي التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية كمصدر للمعلومات والاتجاه نحو المبادرات الرئاسية.
- 2- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة الاعتماد علي التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية كمصدر للمعلومات عن المبادرات الرئاسية والتأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد.
- 3- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة الاعتماد علي التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية كمصدر للمعلومات والاتجاه نحو معالجتها للمبادرات الرئاسية.
- 4- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للمبحوثين والاتجاه نحو المبادرات الرئاسية.
- 5- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة الثقة في التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية كمصدر للمعلومات والاتجاه نحو المبادرات الرئاسية.

نوع الدراسة:

وفقاً لطبيعة المشكلة البحثية المقترحة تنتمي هذه الدراسة إلي الدراسات الوصفية التي تستهدف وصف ظاهرة اعتماد المواطنين علي التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية وعلاقتها بتشكيل اتجاهاتهم نحو المبادرات الرئاسية، وتحديد درجة الارتباط بين المتغيرات.

الباحثة / مها أشرف سالم هلال

منهج الدراسة:

تعتمد الدراسة في سبيل تحقيق أهدافها وفي إطار السعي للإجابة علي تساؤلاتها علي منهج المسح الإعلامي الذي يعد من أبرز المناهج المستخدمة في البحوث الإعلامية، تعتمد الدراسة منهج المسح الإعلامي بشقه الميداني من خلال مسح عينة من المواطنين المصريين ممن يستخدمون التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية.

مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة من عينة من المواطنين المصريين مستخدمي التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية، ويطلعون من خلالها علي المبادرات الرئاسية.

عينة الدراسة:

تم إجراء الدراسة علي عينة عمدية قوامها 400 مفردة من المواطنين المصريين من مستخدمي التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية بثلاث محافظات ممثلة لكافة محافظات الجمهورية هم محافظة القاهرة ممثلة للقاهرة الكبرى، ومحافظة المنوفية ممثلة للوجة البحري، ومحافظة سوهاج ممثلة للوجه القبلي، وتم توزيع عينة الدراسة بحيث تكون ممثلة لكافة الفئات العمرية، من 18 عامًا : 55 عامًا فأكثر، وقد راعت الباحثة أن تكون العينة ممثلة لكافة المستويات التعليمية و القطاعات الاقتصادية والاجتماعية المختلفة لإمكان تمثيل مجتمع الدراسة تمثيلاً جيداً.

أداة جمع البيانات:

أعدت الباحثة استمارة الاستقصاء للمسح الميداني للمبحوثين من خلال مجموعة أسئلة تغطي كافة جوانب الدراسة، بالإضافة إلي البيانات الشخصية الخاصة بعينة الدراسة.

الدراسة، بالإضافة إلي البيانات الشخصية الخاصة بعينة الدراسة.

اختبارات الصدق والثبات:

أولاً: إجراءات اختبار الصدق **Validity**:

اعتماد المواطنين علي التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية

يقصد باختبار الصدق صلاحية الأداة لقياس ما هو مراد قياسه، أو بمعنى آخر صلاحية أداة البحث في تحقيق أهداف الدراسة، وبالتالي ارتفاع مستوى الثقة فيما تتوصل إليه الدراسة من نتائج بحيث يمكن تعميم نتائجها، وذلك من خلال مراجعة أسئلة استمارة الاستبيان للتأكد من تضمينها للأسئلة التي سعت الدراسة للإجابة عليها واختبار فروضها، وعرض الاستمارة علي عدد من الأساتذة المحكمين في مجال الإعلام ومناهج البحث¹؛ لتحكيمها وتقدير مدى صلاحيتها لقياس ما هو مستهدف، وتم إجراء التعديلات عليها.

ثانياً: الاختبار القبلي Pre Test:

أجرت الباحثة اختباراً قبلياً لاستمارة الاستبيان علي عينة قوامها 40 مفردة، بما يمثل 10% من إجمالي العينة، للوقوف علي مدى فهم المبحوثين لأسئلة الاستمارة واستيعابهم لها، ويهدف هذا الاختبار إلي التأكد من وضوح أسئلة الاستمارة وسلاستها لإجراء الدراسة.

ثالثاً: اختبار الثبات Stability:

يقصد باختبار الثبات دقة القياس أو اتساقه، وهو مدى ثبات النتائج التي يتم التوصل إليها بتكرار القياس علي الخاصية ذاتها، ويقدر الثبات بتحديد نسبة التغيير المنتظم في المقياس، الذي يقاس من خلال حساب مدى الارتباط بين درجات القياس التي يحصل عليها عبر التطبيقات المختلفة للمقياس، فإذا كان الارتباط قوياً كان المقياس أكثر ثباتاً⁹، وقد قامت الباحثة باختبار ثبات استمارة الاستبيان بالاعتماد علي أسلوب إعادة الاختبار (Test and Re-test)، علي عدد 40 مفردة ممن أجريت عليهم الدراسة بما يمثل 10% من إجمالي العينة، بعد أسبوعين من إجراء التطبيق الأول، وقد تحقق ثبات المقياس بنسبة 95%، وهي نسبة جيدة تشير لثبات المقياس، وتدل علي عدم وجود اختلاف كبير في اجابات العينة علي استمارة الاستبيان رغم مرور فترة زمنية علي إجابتهم الأولي، وبالتالي

⁹ شيماء ذو الفقار (2009)، "مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية"، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ص78.

الباحثة / مها أشرف سالم هلال

فإن نسبة تطابق الإجابات تشير لثبات التطبيق بدرجة كبيرة، وتشير إلي صلاحية الاستمارة للتطبيق واستخدام وتعميم نتائجها.

كما تم استخدام معامل (ألفا كرونباخ "Alpha" ، وارتباط سبيرمان - براون

Spearman-Brown Coefficient والتجزئة النصفية "Split-half" لجتمان) للتحقق

إحصائياً من ثبات وصدق مقاييس الدراسة.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلي الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية وذلك باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية "SPSS" (Statistical Package for Social Science). وقد تتوعت المتغيرات الإحصائية بين متغيرات اسمية Nominal، ومتغيرات ترتيبية Ordinal، ومتغيرات وزنية Scale، وعلى هذا فقد قامت الباحثة بتطبيق المعاملات الإحصائية التي تلائم كل متغير من هذه المتغيرات وذلك من خلال استخدام الاختبارات والمعالجات الإحصائية التالية:

- التكرارات البسيطة Frequency. والنسب المئوية Percent.
- المتوسط الحسابي Mean. والانحراف المعياري Std. Deviation.
- اختبار (Independent Samples T Test) لمقارنة متوسطي عينتين مستقلتين والمعروف اختصاراً باختبار "ت" أو (T- Test).
- اختبار تحليل التباين في اتجاه واحد (One Way ANOVA) والمعروف اختصاراً ANOVA، وذلك لقياس الفروق بين المتوسطات بين أكثر من مجموعتين.
- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوي المسافة أو النسبة. وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من 0.300، ومتوسطة إذا كانت ما بين 0.300 : 0.600، وقوية إذا كانت أكثر من 0.600.

مستوى الدلالة المعتمد في هذه الدراسة:

اعتماد المواطنين علي التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية
 اعتمدت الباحثة على مستوى دلالة يبلغ 0.05، لاعتبار الفروق ذات دلالة إحصائية
 من عدمه، وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95% فأكثر، أي عند
 مستوى معنوية 0.05 فأقل.
 نتائج الدراسة

جدول (1)

درجة حرص المواطنين على متابعة التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	ك	درجة حرص الجمهور على متابعة التطبيقات الإخبارية
.6213	2.498	56.5	226	دائماً
		36.75	147	أحياناً
		6.75	27	نادراً
		100.0	400	الإجمالي

يتضح من نتائج الجدول السابق ما يلي:

- أنه فيما يتعلق بدرجة حرص المواطنين عينة الدراسة على متابعة التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية نجد أنه جاءت " دائماً " في المقدمة حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة بلغت 56,5%، يليها في المرتبة الثانية " أحياناً" بنسبة بلغت 36,75%، بينما جاءت " نادراً " في المرتبة الثالثة والأخيرة بنسبة بلغت 6,75%.
- يتبين من نتائج الجدول السابق ارتفاع درجة حرص المواطنين عينة الدراسة على متابعة التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية، وذلك بمتوسط حسابي بلغ 2.498، وانحراف معياري بلغ 0.6213.

الباحثة / مها أشرف سالم هلال

- وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة محمد إبراهيم الحفناوي¹⁰، والتي توصلت إلي أن نسبة 55% من عينة الدراسة يتابعون التطبيقات الإخبارية للصحف بشكل دائم، ويليه نسبة 30.8% من عينة الدراسة يتابعون التطبيقات الإخبارية للصحف أحياناً.

جدول (2)

مدى متابعة التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	ك	مدى المتابعة
1.1830	3.823	37.0	148	أكثر من مرة في اليوم
		28.25	113	مرة واحدة في اليوم
		20.25	81	عدة ايام في الأسبوع
		9.0	36	اسبوعيا
		5.5	22	شهريا
		100.0	400	الإجمالي

يتضح من نتائج الجدول السابق ما يلي:

- أنه فيما يتعلق بمدى متابعة المواطنين عينة الدراسة للتطبيقات الإخبارية للصحف المصرية نجد أنه جاءت " أكثر من مرة في اليوم" في المقدمة حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة بلغت 37,0%، يليها في المرتبة الثانية " مرة واحدة في اليوم" بنسبة بلغت 28,25%، ثم جاءت " عدة ايام في الأسبوع" في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت 20.25%، ثم جاءت " اسبوعيا" في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت 9.0%، بينما جاءت " شهريا" في المرتبة الأخيرة بنسبة بلغت 5,5%.

¹⁰ محمد إبراهيم الحفناوي(2018)، " تبني الشباب المصري للتطبيقات الإخبارية للصحف الإلكترونية عبر الهواتف الذكية"، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، جامعة القاهرة، العدد السادس عشر.

اعتماد المواطنين علي التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية
 - يتبين من نتائج الجدول السابق ارتفاع مدى متابعة المواطنين عينة الدراسة
 للتطبيقات الإخبارية للصحف المصرية، وذلك بمتوسط حسابي بلغ 3.823، وانحراف
 معياري بلغ 1.1830.

جدول (3)

الوقت المستغرق لمتابعة التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية في المرة الواحدة

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	ك	الوقت
.7075	1.625	49.25	197	أقل من ساعة
		40.5	162	من ساعة لأقل من ساعتين
		8.25	35	من ساعتين لأقل من ثلاث ساعات
		1.5	6	ثلاث ساعات فأكثر
		100.0	400	الإجمالي

يتضح من نتائج الجدول السابق ما يلي:

- أنه فيما يتعلق بالوقت المستغرق في المرة الواحدة لمتابعة التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية نجد أنه جاءت " أقل من ساعة" في المقدمة حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة بلغت 49,25%، يليها في المرتبة الثانية " من ساعة لأقل من ساعتين" بنسبة بلغت 40,5%، ثم جاءت " من ساعتين لأقل من ثلاث ساعات " في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت 8.25%، بينما جاءت " ثلاث ساعات فأكثر" في المرتبة الأخيرة بنسبة بلغت 1,5%.
- ويمكن تفسير ذلك بسبب قلة الوقت وانشغال المستخدم بالعمل أو الدراسة، وبالتالي يدخل علي التطبيقات الإخبارية للتعرف علي تطورات الأحداث أو مشاركة بعض الأخبار أو التعليق عليها.

الباحثة / مها أشرف سالم هلال

- وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة محمد ابراهيم الحفناوي¹¹ ، والتي توصلت أن من يقضي أقل من ساعة في تصفح التطبيقات الإخبارية، جاءت في الترتيب الأول بنسبة 45.8%، ثم من ساعة لأقل من ساعتين في الترتيب الثاني بنسبة 31.4%.
- وتختلف هذه النتيجة مع نتيجة دراسة ريهام محمود درويش¹²، والتي توصلت أن نسبة 20% من عينة الدراسة يقضون أقل من ساعة في متابعة التطبيقات الإخبارية.
- يتبين من نتائج الجدول السابق تراجع الوقت المستغرق في المرة الواحدة لمتابعة التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية، وذلك بمتوسط حسابي بلغ 3.823، وانحراف معياري بلغ 1.1830.

جدول (4)

درجة الثقة في المعلومات المنشورة على التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	ك	درجة الثقة
.6271	3.553	61.75	247	اثق فيها بدرجة كبيرة
		32.5	130	اثق فيها بدرجة متوسطة
		5.0	20	اثق فيها بدرجة ضعيفة
		.75	3	لا اثق فيها على الاطلاق
		100.0	400	الإجمالي

يتضح من نتائج الجدول السابق ما يلي:

- أنه فيما يتعلق بدرجة ثقة المواطنين عينة الدراسة في المعلومات المنشورة على التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية، نجد أنه جاء " اثق فيها بدرجة كبيرة" في المقدمة حيث جاء في المرتبة الأولى بنسبة بلغت 61,75%، يليه في المرتبة الثانية " اثق فيها بدرجة متوسطة" بنسبة بلغت 32,5%، بينما جاء " اثق فيها بدرجة ضعيفة " في المرتبة

¹¹محمد ابراهيم الحفناوي، "تبني الشباب المصري للتطبيقات الإخبارية للصحف الإلكترونية عبر الهواتف الذكية"، مرجع سابق.

¹²ريهام محمود درويش(2018)، "تطبيقات المحمول الإخبارية ودورها في امداد طلاب الجامعات بالمعلومات(جامعة كفر الشيخ نموذجاً)"، مجلة الدراسات الانسانية والادبية، جامعة كفر الشيخ، كلية الآداب، العدد15، مجلد3.

اعتماد المواطنين علي التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية
الثالثة بنسبة بلغت 5,0%، بينما جاء " لا اثق فيها على الاطلاق" في المرتبة الأخيرة بنسبة
بلغت 0,75%.

- يتبين من نتائج الجدول السابق ارتفاع درجة ثقة المواطنين عينة الدراسة في
المعلومات المنشورة على التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية، وذلك بمتوسط حسابي بلغ
3.553، وانحراف معياري بلغ 0.6271.

- ويرجع ذلك إلي أن التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية تساعد المواطنين علي
متابعة الأحداث لحظة بلحظة، بالإضافة إلي إنها تقدم المعلومات بطريقة مختلفة عن وسائل
الإعلام التقليدية، وتوفر في عرضها الوسائط المتعددة.

- وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة محمد ابراهيم الحفناوي¹³، والتي توصلت أن
57% من عينة الدراسة يثقون في الأخبار الواردة بالتطبيقات الإخبارية للصحف بدرجة
كبيرة.

- وتتفق ايضاً مع نتيجة دراسة ريهام محمود درويش¹⁴، والتي توصلت أن ثقة
المبجوثين في المعلومات المقدمة بتطبيقات المحمول الإخبارية جاءت بدرجة كبيرة في
المرتبة الأولى بنسبة 46%، يليها الثقة المتوسطة بنسبة بلغت 33%.

جدول (5)

درجة حرص المواطنين على متابعة المبادرات الرئاسية من خلال التطبيقات الإخبارية
للصحف المصرية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	ك	درجة الحرص
.5435	2.518	54.0	216	أتابعها دائماً
		43.75	175	أتابعها أحياناً

¹³ محمد ابراهيم الحفناوي، "تبني الشباب المصري للتطبيقات الإخبارية للصحف الإلكترونية عبر
الهواتف الذكية"، مرجع سابق..

¹⁴ ريهام محمود درويش، "تطبيقات المحمول الإخبارية ودورها في امداد طلاب الجامعات
بالمعلومات (جامعة كفر الشيخ نموذجاً)"، مرجع سابق.

		2.25	9	أتابعها نادراً
		100.0	400	الإجمالي

يتضح من نتائج الجدول السابق ما يلي:

- أنه فيما يتعلق بدرجة حرص الجمهور على متابعة المبادرات الرئاسية من خلال التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية نجد أنه جاءت " دائماً " في المقدمة حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة بلغت 54,0%، يليها في المرتبة الثانية " أحياناً" بنسبة بلغت 43,75%، بينما جاءت " نادراً " في المرتبة الثالثة والأخيرة بنسبة بلغت 2,25%.
- يتبين من نتائج الجدول السابق ارتفاع درجة حرص المواطنين على متابعة المبادرات الرئاسية من خلال التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية، وذلك بمتوسط حسابي بلغ 2.518، وانحراف معياري بلغ 0.5435.
- ويرجع ذلك لما توفره التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية من وسائل متعددة كالصور والفيديو في عرضها للمبادرات الرئاسية، ومتابعة تطورات المبادرات الرئاسية وعرض احصائياتها بدقة.

جدول (6)

أهم المبادرات الرئاسية التي تحظى بمتابعة المواطنين من خلال التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإجمالي		درجة المتابعة						المبادرات الرئاسية
				لا		أحياناً		دائماً		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	

اعتماد المواطنين على التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية

.5364	2.695	100.0	400	3.8	15	23.0	92	73.3	293	حياة كريمة
.6082	2.532	100.0	400	6.0	24	34.8	139	59.3	237	كلنا واحد
.6359	2.460	100.0	400	7.8	31	38.5	154	53.8	215	دعم صحة المرأة المصرية
.6849	2.455	100.0	400	11.0	44	32.5	130	56.5	226	مبادرة القضاء على فيروس سي والكشف على الأمراض غير السارية تحت شعار 100 مليون صحة
.6623	2.450	100.0	400	9.5	38	36.0	144	54.5	218	إتحضر للأخضر
.6604	2.378	100.0	400	10.0	40	42.3	169	47.8	191	التحول الرقمي
.6575	2.247	100.0	400	12.3	49	50.8	203	37.0	148	تأهيل الشباب للقيادة
.6823	2.160	100.0	400	16.5	66	51.0	204	32.5	130	أطفال بلا مأوى
.6328	2.160	100.0	400	13.3	53	57.5	230	29.3	117	نور حياة
.6617	2.115	100.0	400	16.8	67	55.0	220	28.3	113	بيننا

يتضح من نتائج الجدول السابق ما يلي:

- أنه فيما يتعلق بمدى متابعة المواطنين لمجموعة من المبادرات الرئاسية التي أطلقت خلال الفترة الماضية نجد أنه جاءت " حياة كريمة" في مقدمة المبادرات الرئاسية التي تحظى بمتابعة المواطنين حيث جاءت في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ 2.695.
- يليها في المرتبة الثانية " كلنا واحد" بمتوسط حسابي بلغ 2.532.
- ثم جاءت " دعم صحة المرأة المصرية" في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي بلغ 2.460.
- ثم جاءت " مبادرة القضاء على فيروس سي والكشف على الأمراض غير السارية تحت شعار 100 مليون صحة" في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي بلغ 2.455.
- يليها في المرتبة الخامسة " إتحضر للأخضر" بمتوسط حسابي بلغ 2.450.
- يليها في المرتبة السادسة " التحول الرقمي" بمتوسط حسابي بلغ 2.378.
- يليها في المرتبة السابعة " تأهيل الشباب للقيادة" بمتوسط حسابي بلغ 2.247.
- يليها في المرتبة الثامنة " أطفال بلا مأوى" بمتوسط حسابي بلغ 2.160.

الباحثة / مها أشرف سالم هلال

- يليها في المرتبة التاسعة " نور حياة" بمتوسط حسابي بلغ 2.160.
- بينما جاءت " بينا " في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ 2.115.
- يتبين من نتائج الجدول السابق ارتفاع درجة متابعة المواطنين للمبادرات الرئاسية التي تهتم بقطاع التنمية المجتمعية والمتمثلة في مبادرة حياة كريمة التي جاءت في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 2.695، ويعود ذلك لدورها الاجتماعي الواضح في تنمية المجتمع في مختلف المجالات كتقديم المساعدات الاجتماعية كالغذاء والملابس، وايضاً بناء المدارس والمستشفيات واعداد القوافل الطبية وغيرها من الخدمات، ثم جاءت في المرتبة الثانية مبادرة كلنا واحد بمتوسط حسابي 2.532، ويعود ذلك ايضاً لدورها في التخفيف عن كاهل المواطنين وتحقيق توازن بالسوق المحلي وضبط الأسواق، وتشير النتائج ايضاً اهتمام المواطنين بالمبادرات التي تهتم بالصحة حيث جاءت مبادرة دعم صحة المرأة المصرية في المرتبة الثالثة، يليها مبادرة القضاء على فيروس سي والكشف على الأمراض غير السارية تحت شعار 100 مليون صحة.
- وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة نجوي حامد حسين¹⁵، والتي توصلت أن مبادرة حياة كريمة جاءت في المرتبة الأولى في المبادرات التي يتابعها المبحوثون بمتوسط حسابي 4.82%.

جدول (7)

تقييم المواطنين لتغطية التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية للمبادرات الرئاسية السابقة

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	ك	تقييم التغطية
.6198	2.458	52.5	210	متعمقة
		40.75	163	متعمقة إلى حد ما
		6.75	27	سطحية

¹⁵نجوي حامد حسين(2023)، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم المشاركة الاجتماعية لدي الشباب المصري"، دراسة تطبيقية، رسالة دكتوراة غير منشورة، جامعة المنصورة، كلية الآداب.

اعتماد المواطنين على التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية

		100.0	400	الإجمالي
--	--	-------	-----	----------

يتضح من نتائج الجدول السابق ما يلي:

- أنه فيما يتعلق بتقييم المواطنين عينة الدراسة لتغطية التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية للمبادرات الرئاسية السابقة، نجد أنه جاءت التغطية " متعمقة " في المقدمة حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة بلغت 52,5%، يليها في المرتبة الثانية " متعمقة إلى حد ما" بنسبة بلغت 40,75%، بينما جاءت " سطحية " في المرتبة الثالثة والأخيرة بنسبة بلغت 6,75%.

- يتبين من نتائج الجدول السابق ارتفاع تقييم المواطنين لتغطية التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية للمبادرات الرئاسية السابقة، وذلك بمتوسط حسابي بلغ 2.458، وانحراف معياري بلغ 0.6198.

- ويرجع ذلك لإهتمام التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية، بإبراز دور المبادرات الرئاسية في تنمية الدولة المصرية.

جدول (8)

التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية التي يتابعها المواطنون للتعرف على المبادرات الرئاسية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإجمالي		درجة المتابعة						التطبيقات الإخبارية
				لا		أحيانا		دائما		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
.5752	2.623	100.0	400	4.8	19	28.3	113	67.0	268	تطبيق اليوم

الباحثة / مها أشرف سالم هلال

السابع.										
تطبيق نبض الإخباري.	243	60.8	119	29.8	38	9.5	400	100.0	2.512	.6640
تطبيق الأهرام.	193	48.3	165	41.3	42	10.5	400	100.0	2.378	.6679
تطبيق المصري اليوم.	192	48.0	158	39.5	50	12.5	400	100.0	2.355	.6929
تطبيق الوطن.	166	41.5	166	41.5	68	17.0	400	100.0	2.245	.7255
تطبيق بوابة فيتو.	101	25.3	212	53.0	87	21.8	400	100.0	2.035	.6855
تطبيق الوفد.	39	9.8	190	47.5	171	42.8	400	100.0	1.670	.6459

يتضح من نتائج الجدول السابق ما يلي:

- أنه فيما يتعلق بالتطبيقات الإخبارية للصحف المصرية التي يتابعها المواطنين للتعرف على المبادرات الرئاسية، نجد أنه جاء " تطبيق اليوم السابع" في المقدمة حيث جاءت في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ 2.623.
- يليه في المرتبة الثانية " تطبيق نبض الإخباري." بمتوسط حسابي بلغ 2.512.
- ثم جاء " تطبيق الأهرام." في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي بلغ 2.378.
- ثم جاء " تطبيق المصري اليوم" في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي بلغ 2.355.
- يليه في المرتبة الخامسة " تطبيق الوطن" بمتوسط حسابي بلغ 2.245.
- يليه في المرتبة السادسة " تطبيق بوابة فيتو." بمتوسط حسابي بلغ 2.035.
- بينما جاء " تطبيق الوفد." في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ 1.670.

اعتماد المواطنين علي التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية

- وقد يرجع سبب حصول تطبيق اليوم السابع علي الترتيب الأول إلي المميزات التي يتسم بها التطبيق من مساحات افضل لعرض الأخبار والصور مما يسهل عملية تصفح المستخدم، بالإضافة لوجود خاصية التنبيهات للأخبار العاجلة، وإتاحة إضافة التعليقات علي الأخبار، وإمكانية مشاركة الأخبار والموضوعات عبر التطبيقات الأخرى مثل فيس بوك، وواتس اب، وتويتر.
- وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة زينب جمعة وحيد¹⁶، والتي توصلت إلي أن تطبيق اليوم السابع جاء في الترتيب الأول في التطبيقات الإخبارية التي يستخدمها المبحوثون بنسبة بلغت 64%، يليه تطبيق نبض الإخباري بنسبة بلغت 36%.
- كما تتفق هذه النتيجة مع نتيجة محمد ابراهيم الحفناوي¹⁷، والتي توصلت إلي أن تطبيق اليوم السابع جاء في الترتيب الأول للتطبيقات الإخبارية التي يحرص المبحوثون علي تصفحها بوزن مرجح 19.3%.
- وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة شيرين محمد عمر¹⁸، والتي توصلت أن أكثر تطبيقات الصحف استخدامًا بين المبحوثين هو تطبيق اليوم السابع بنسبة بلغت 58.5%.
- وتتفق أيضًا مع دراسة هاجر حلمي حبيش¹⁹، والتي توصلت إلي أن تطبيق اليوم السابع الإخباري جاء في مقدمة تطبيقات الصحف التي يتابعها عينة الدراسة بنسبة 43.9%.

جدول (9)

¹⁶ زينب جمعة وحيد: "استخدام المراهقين للتطبيقات الإخبارية بالهواتف الذكية والإشباع المتحققة منها"، مرجع سابق.

¹⁷ محمد ابراهيم الحفناوي: "تبني الشباب المصري للتطبيقات الإخبارية للصحف الإلكترونية عبر الهواتف الذكية"، مرجع سابق.

¹⁸ شيرين محمد عمر: "تصميم تطبيقات صحافة المحمول المصرية وعلاقته بتفضيلات المستخدمين"، مرجع سابق.

¹⁹ هاجر حلمي حبيش: "تطبيقات الصحف بالهواتف الذكية وعلاقتها بمستوي معرفة المراهقين بالحدوث الجارية"، مرجع سابق.

درجة اعتماد المواطنين على التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية كمصدر للمعلومات
عن المبادرات الرئاسية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	ك	درجة اعتماد المواطنين
.6017	2.563	62.0	248	اعتمد بدرجة كبيرة
		32.25	129	اعتمد بدرجة متوسطة
		5.75	23	اعتمد بدرجة ضعيفة
		100.0	400	الإجمالي

يتضح من نتائج الجدول السابق ما يلي:

- أنه فيما يتعلق بدرجة اعتماد المواطنين على التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية كمصدر للمعلومات عن المبادرات الرئاسية، نجد أنه جاء " اعتمد بدرجة كبيرة" في المقدمة حيث جاء في المرتبة الأولى بنسبة بلغت 62,0%، يليه في المرتبة الثانية " اعتمد بدرجة متوسطة" بنسبة بلغت 32,25%، بينما جاء " اعتمد بدرجة ضعيفة" في المرتبة الأخيرة بنسبة بلغت 5,75%.

- يتبين من نتائج الجدول السابق ارتفاع درجة اعتماد المواطنين على التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية كمصدر للمعلومات عن المبادرات الرئاسية، وذلك بمتوسط حسابي بلغ 2.563، وانحراف معياري بلغ 0.6017.

- ويمكن تفسير ذلك بأن درجة اعتماد المبحوثين علي التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية كمصدر للمعلومات عن المبادرات الرئاسية، جاءت بدرجة كبيرة نظراً لأن التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية نجحت في تقديم محتوى هادف يجذب عدد كبير من المواطنين من مختلف الفئات العمرية والتعليمية، نظراً للموضوعية والمصداقية في عرض المبادرات الرئاسية، وتنوع مصادرها الموثوقة، واستخدامها لغة سهلة مفهومة، واستخدامها للوسائط المتعددة في عرض موضوعاتها، بالإضافة للسرعة في تغطية كل ما هو جديد والتحديث المستمر للمحتوي.

جدول (10)

دوافع الاعتماد علي التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية كمصدر للمعلومات عن المبادرات الرئاسية

دوافع الاعتماد	ك	%	
الفهم	سرعة وسهولة الحصول علي المعلومات حول المبادرات في أي وقت.	307	76.8
	التعرف علي دور المبادرات الرئاسية في تنمية المجتمع.	302	75.5
	التحديث المستمر للمعلومات ومعرفة تطورات المبادرات الرئاسية.	271	67.8
التوجيه	العبارات التوجيهية للمشاركة والتطوع في المبادرات الرئاسية.	269	67.3
	الاستفادة من تجارب الآخرين من خلال قراءة تعليقاتهم حول المبادرات الرئاسية.	242	60.5
	التعليق والمشاركة بالرأي علي أخبار المبادرات الرئاسية المنشورة علي التطبيقات الإخبارية.	218	55.0
التسلية	التسلية والترفيه.	28	7.0
	لشغل وقت الفراغ.	16	4.0
الإجمالي		400	

يتضح من نتائج الجدول السابق ما يلي:

- أنه فيما يتعلق بدوافع اعتماد المواطنين علي التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية كمصدر للمعلومات حول المبادرات الرئاسية، نجد أنه جاء دافع الفهم "سرعة وسهولة الحصول علي المعلومات حول المبادرات في أي وقت" في المقدمة حيث جاء في المرتبة الأولى بنسبة بلغت 76.8%.
- يليه في المرتبة الثانية دافع الفهم " التعرف علي دور المبادرات الرئاسية في تنمية المجتمع" بنسبة بلغت 75.5%.
- ثم جاء في المرتبة الثالثة دافع الفهم "التحديث المستمر للمعلومات ومعرفة تطورات المبادرات الرئاسية" بنسبة بلغت 67.8%.

الباحثة / مها أشرف سالم هلال

- ثم جاء دافع التوجيه " العبارات التوجيهية للمشاركة والتطوع في المبادرات الرئاسية" في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت 67.3%.
- ثم جاء دافع التوجيه " الاستفادة من تجارب الآخرين من خلال قراءة تعليقاتهم حول المبادرات الرئاسية" في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت 60.5%.
- يليه في المرتبة السادسة دافع التوجيه " التعليق والمشاركة بالرأي علي أخبار المبادرات الرئاسية المنشورة علي التطبيقات الإخبارية" بنسبة بلغت 55.0%
- بينما جاء دافع التسلية " التسلية والترفيه" في المرتبة السابعة بنسبة بلغت 7.0%.
- يليه دافع التسلية "شغل وقت الفراغ" في المرتبة الأخيرة بنسبة بلغت 4.0%.
- وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة ريهام محمود درويش²⁰، والتي أرجعت أهم أسباب اعتماد المبحوثين علي التطبيقات الإخبارية كمصدر للمعلومات هو سرعة الوصول للمعلومات دون تقيد بالوقت، وكذلك التحديث المستمر للمعلومات.

جدول (11)

مدى ثقة المواطنين في نجاح المبادرات الرئاسية من خلال متابعتها عبر التطبيقات الإخبارية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	ك	مدى الثقة
.6248	2.575	64.75	259	أثق بدرجة كبيرة
		28.0	112	أثق بدرجة متوسطة
		7.25	29	لا أثق
		100.0	400	الإجمالي

²⁰ ريهام محمود درويش: "تطبيقات المحمول الإخبارية ودورها في امداد طلاب الجامعات بالمعلومات (جامعة كفر الشيخ نموذجاً)، مرجع سابق.

اعتماد المواطنين علي التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية

يتضح من نتائج الجدول السابق ما يلي:

- أنه فيما يتعلق بدرجة مدى ثقة المواطنين في نجاح المبادرات الرئاسية من خلال متابعتها عبر التطبيقات الإخبارية، نجد أنه جاء " أثق بدرجة كبيرة" في المقدمة حيث جاء في المرتبة الأولى بنسبة بلغت 64,75%، يليه في المرتبة الثانية " أثق بدرجة متوسطة" بنسبة بلغت 28,0%، بينما جاء " لا أثق" في المرتبة الأخيرة بنسبة بلغت 7,25%.
- يتبين من نتائج الجدول السابق ارتفاع مدى ثقة المواطنين في نجاح المبادرات الرئاسية من خلال متابعتها عبر التطبيقات الإخبارية من وجهة نظر عينة الدراسة، وذلك بمتوسط حسابي بلغ 2.575، وانحراف معياري بلغ 0.6248.

جدول (12)

أسباب ثقة الجمهور في المبادرات الرئاسية

%	ك	أسباب ثقة الجمهور
28.3	105	ارتباطها باحتياجات المجتمع المصري
26.4	98	استفادة المواطنين منها وظهور أثرها الجيد على أرض الواقع
19.1	71	تكاتف قطاعات الدولة علي توفير كل عوامل النجاح لها
15.1	56	تفاعل المواطنين معها
9.4	35	ثقتي في القائمين عليها
1.6	6	أخرى
100.0	371	الإجمالي

يتضح من نتائج الجدول السابق ما يلي:

- أنه فيما يتعلق بأسباب ثقة المواطنين في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر المواطنين الذين يثقوا في المبادرات الرئاسية، نجد أنه جاء سبب " ارتباطها باحتياجات المجتمع المصري " في المقدمة حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة بلغت 28,3%.
- يليه في المرتبة الثانية " استفادة المواطنين منها وظهور أثرها الجيد على أرض الواقع" بنسبة بلغت 26,4%.
- ثم جاء " تكاتف قطاعات الدولة علي توفير كل عوامل النجاح لها" في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت 19.1%.

- ثم جاء " تفاعل المواطنين معها" في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت 15.1%.
- ثم جاء " ثقتي في القائمين عليها " في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت 9.4%.
- بينما جاء " أخرى" في المرتبة الأخيرة بنسبة بلغت 1,6%.

جدول (13)

أسباب عدم ثقة المواطنين في المبادرات الرئاسية

أسباب عدم ثقة المواطنين	ك	%
عدم توفير عوامل النجاح لها من قبل المسؤولين	8	27.6
عدم تجاوب قطاعات الشعب المختلفة مع المبادرات	7	24.1
عدم استفادة المواطنين منها وعدم ظهور أثر إيجابي لها على أرض الواقع	6	20.7
عدم ارتباطها باحتياجات المجتمع المصري	4	13.8
عدم ثقتي في القائمين عليها	4	13.8
الإجمالي	29	100.0

يتضح من نتائج الجدول السابق ما يلي:

- أنه فيما يتعلق بأسباب عدم ثقة المواطنين في المبادرات الرئاسية من وجهة نظر المواطنين الذين لا يتقوا في المبادرات الرئاسية، نجد أنه جاء سبب " عدم توفير عوامل النجاح لها من قبل المسؤولين" في المقدمة حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة بلغت 27,7%.
- يليه في المرتبة الثانية " عدم تجاوب قطاعات الشعب المختلفة مع المبادرات" بنسبة بلغت 24,1%.
- ثم جاء " عدم استفادة المواطنين منها وعدم ظهور أثر إيجابي لها على أرض الواقع" في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت 20.7%.
- ثم جاء " عدم ارتباطها باحتياجات المجتمع المصري " و " ثقتي في القائمين عليها " في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت 13.8%.

جدول (14)

اعتماد المواطنين علي التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية

التأثيرات المترتبة على الاعتماد على التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية كمصدر

للمعلومات عن المبادرات الرئاسية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإجمالي		درجة التأثيرات						العبرة
				ضعيفة		متوسطة		كبيرة		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
.5950	2.630	100.0	400	6.0	24	25.0	100	69.0	276	أثارت اعجابي بجهود الدولة المصرية في تنمية الدولة
.5608	2.628	100.0	400	4.0	16	29.3	117	66.8	267	أصبحت أكثر معرفة بالمبادرات الرئاسية من خلال التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية
.6173	2.570	100.0	400	6.8	27	29.5	118	63.8	255	زادت ثقفي في القائمين على المبادرات الرئاسية
.6277	2.545	100.0	400	7.3	29	31.0	124	61.8	247	تجعلني أشعر بالأمل نحو مستقبل أفضل
.6039	2.535	100.0	400	5.8	23	35.0	140	59.3	237	أصبحت أكثر معرفة بفوائد المبادرات الرئاسية في تنمية المجتمع وتطويره

الباحثة / مها أشرف سالم هلال

.5831	2.530	100.0	400	4.5	18	38.0	152	57.5	230	تمدني بالكثير من الأخبار والتغطيات حول المبادرات الرئاسية
.6332	2.500	100.0	400	7.5	30	35.0	140	57.5	230	تعرفت على مدى انتفاع المواطنين من هذه المبادرات الرئاسية
.6361	2.463	100.0	400	7.8	31	38.3	153	54.0	216	تعرفت على درجة تأييد المواطنين للمبادرات ورغبتهم في استمرارها.
.6278	2.417	100.0	400	7.5	30	43.3	173	49.3	197	شكلت اتجاهي نحو القضايا المختلفة المرتبطة بهذه المبادرات
.6675	2.340	100.0	400	11.0	44	44.0	176	45.0	180	أصبحت أساهم في توعية المواطنين من حولي بفوائد هذه المبادرات
.6131	2.377	100.0	400	7.0	28	48.3	193	44.8	179	اشباع غريزة حب الاستطلاع والمعرفة

اعتماد المواطنين علي التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية

.6854	2.263	100.0	400	13.8	55	46.3	185	40.0	160	مشاهدة الأخبار والموضوعات المتعلقة بالمبادرات الرئاسية المنشورة علي التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية وارسالها للأهل والأصدقاء.
.6796	2.228	100.0	400	14.3	57	48.8	195	37.0	148	جعلتني اتفاعل واشترك بالتعليقات علي الموضوعات المتعلقة بالمبادرات الرئاسية علي التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية.
.6637	2.160	100.0	400	15.3	61	53.5	214	31.3	125	أصبح لدي القدرة علي اقتناع المعارضين للمبادرات بأهميتها وفوائدها

أصبحت أشارك في فعاليات المبادرات الرئاسية واتطوع فيها	121	30.3	205	51.3	74	18.5	400	100.0	2.117	.6891
--	-----	------	-----	------	----	------	-----	-------	-------	-------

يتضح من نتائج الجدول السابق ما يلي:

- أنه فيما يتعلق بالتأثيرات المترتبة على الاعتماد على التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية كمصدر للمعلومات عن المبادرات الرئاسية وذلك من خلال مجموعة من العبارات التي تقيس تلك التأثيرات، نجد أنه جاءت " أثارت اعجابي بجهود الدولة المصرية في تنمية الدولة " في مقدمة تلك العبارات حيث جاءت في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ 2.630.
- يليها في المرتبة الثانية " أصبحت أكثر معرفة بالمبادرات الرئاسية من خلال التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية " بمتوسط حسابي بلغ 2.628
- ثم جاءت " زادت ثقتي في القائمين على المبادرات الرئاسية" في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي بلغ 2.570.
- ثم جاءت " تجعلني أشعر بالأمل نحو مستقبل أفضل " في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي بلغ 2.545.
- يليها في المرتبة الخامسة " أصبحت أكثر معرفة بفوائد المبادرات الرئاسية في تنمية المجتمع وتطويره " بمتوسط حسابي بلغ 2.535.
- يليها في المرتبة السادسة " تمدني بالكثير من الأخبار والتغطيات حول المبادرات الرئاسية " بمتوسط حسابي بلغ 2.530.
- يليها في المرتبة السابعة " تعرفت على مدي انتفاع المواطنين من هذه المبادرات الرئاسية " بمتوسط حسابي بلغ 2.500.
- يليها في المرتبة الثامنة " تعرفت على درجة تأييد المواطنين للمبادرات ورغبتهم في استمرارها. " بمتوسط حسابي بلغ 2.436.

اعتماد المواطنين علي التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية
 - بينما جاءت " اصبحت أشرك في فعاليات المبادرات الرئاسية واتطوع فيها " في
 المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ 2.117.

جدول (15)

اتجاهات الجمهور نحو المبادرات الرئاسية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإجمالي		درجة الموافقة						العبرة
				معارض		محايد		موافق		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
.4197	2.852	100.0	400	2.5	10	9.8	39	87.8	351	تساعد في تنمية الدولة المصرية.
.4836	2.727	100.0	400	1.8	7	23.8	95	74.5	298	المساهمة في علاج المشكلات الصحية للمواطنين.
.5614	2.625	100.0	400	4.0	16	29.5	118	66.5	266	سد احتياجات المواطنين في المجالات المختلفة.
.5569	2.575	100.0	400	3.3	13	36.0	144	60.8	243	المساهمة في بناء مجتمع رقمي قوي.
.6049	2.500	100.0	400	5.8	23	38.5	154	55.8	223	تحسين المستوي الاقتصادي للفئات الأكثر احتياجًا.

.7633	1.872	100.0	400	36.3	145	40.3	161	23.5	94	تحتاج لإمكانيات مادية ضخمة ترهق ميزانية الدولة.
.6131	1.400	100.0	400	66.8	267	26.5	106	6.8	27	غير قادرة علي رفع وتحسين المستوي الاقتصادي للفئات الاكثر احتياجاً
.5093	1.215	100.0	400	83.0	332	12.5	50	4.5	18	غير قادرة علي تلبية احتياجات المواطنين.
.4319	1.170	100.0	400	85.3	341	12.5	50	2.3	9	ليس لها داعي أو مبرر.

يتضح من نتائج الجدول السابق ما يلي:

- أنه فيما يتعلق باتجاهات المواطنين نحو المبادرات الرئاسية وذلك من خلال مجموعة من العبارات التي تقيس اتجاهات المواطنين نحو المبادرات الرئاسية ، نجد أنه جاءت " تساعد في تنمية الدولة المصرية. " في مقدمة تلك العبارات حيث جاءت في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ 2.852.
- يليها في المرتبة الثانية " المساهمة في علاج المشكلات الصحية للمواطنين" بمتوسط حسابي بلغ 2.727.
- ثم جاءت " سد احتياجات المواطنين في المجالات المختقة" في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي بلغ 2.625.

- اعتماد المواطنين علي التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية
- ثم جاءت " المساهمة في بناء مجتمع رقمي قوي." في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي بلغ 2.575.
 - يليها في المرتبة الخامسة " تحسين المستوي الاقتصادي للفئات الأكثر احتياجًا." بمتوسط حسابي بلغ 2.500.
 - يليها في المرتبة السادسة " تحتاج لإمكانيات مادية ضخمة ترهق ميزانية الدولة" بمتوسط حسابي بلغ 1.872.
 - يليها في المرتبة السابعة "غير قادرة علي رفع وتحسين المستوي الاقتصادي للفئات الاكثر احتياجًا" بمتوسط حسابي بلغ 1.400.
 - بينما جاءت " غير قادرة على تلبية احتياجات المواطنين." في المرتبة قبل الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ 1.215.
 - يليها " ليس لها داعي أو مبرر." في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ 1.170.

جدول (16)

اتجاهات المواطنين نحو تغطية التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية للمبادرات الرئاسية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإجمالي		درجة الموافقة								العبرة
				معارض		محايد		موافق				
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك			

الباحثة / مها أشرف سالم هلال

.4142	2.830	100.0	400	1.5	6	14.0	56	84.5	338	تتسّم التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية بالمصداقية والموضوعية في عرض المبادرات الرئاسية.
.4813	2.763	100.0	400	2.5	10	18.8	75	78.8	315	تستعين التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية بالمصادر الموثوقة.
.4969	2.753	100.0	400	3.0	12	18.8	75	78.3	313	تستخدم لغة سهلة ومفهومة.
.5064	2.685	100.0	400	2.0	8	27.5	110	70.5	282	توفر في عرضها الوسائط المتعددة كالفديو والصور الحية.
.5408	2.635	100.0	400	3.0	12	30.5	122	66.5	266	تهتم بنشر خدمات المبادرة وامّاكن وتوقيت تواجدها في مختلف المناطق.

اعتماد المواطنين على التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية

.5614	2.625	100.0	400	4.0	16	29.5	118	66.5	266	تتسم بالأنبية والسريعة في تغطية كل جديد للمبادرات الرئاسية.
.5743	2.578	100.0	400	4.3	17	33.8	135	62.0	248	تعرض بدقة الإحصائيات المتعلقة بالمبادرات وتطوراتها.
.7420	1.473	100.0	400	67.8	271	17.3	69	15.0	60	التغطية يغلب عليها الطابع الرسمي الجاف.
.7021	1.443	100.0	400	68.0	272	19.8	79	12.3	49	تغطي المبادرات بشكل سطحي دون تعمق.
.6177	1.380	100.0	400	69.3	277	23.5	94	7.3	29	تفتقد السرعة والأنبية في تغطية أخبار المبادرات الرئاسية.
.5382	1.355	100.0	400	67.5	270	29.5	118	3.0	12	لا تتحري الدقة في عرض الإحصائيات المتعلقة بالمبادرات الرئاسية

الباحثة / مها أشرف سالم هلال

وتطوراتها.										
.4925	1.195	100.0	400	84.8	339	11.0	44	4.3	17	تعتمد التطبيقات على التهويل والمبالغة في تغطية المبادرات الرئاسية .
.4300	1.160	100.0	400	86.5	346	11.0	44	2.5	10	توضع عناوين جذابة لا تعبر عن المضمون الحقيقي للمبادرات.

يتضح من نتائج الجدول السابق ما يلي:

- أنه فيما يتعلق باتجاهات المواطنين نحو تغطية التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية للمبادرات الرئاسية وذلك من خلال مجموعة من العبارات التي تقيس اتجاهات المواطنين نحو تغطية التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية للمبادرات الرئاسية ، نجد أنه جاءت " تتسم التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية بالمصداقية والموضوعية في عرض المبادرات الرئاسية." في مقدمة تلك العبارات حيث جاءت في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ 2.830.
- يليها في المرتبة الثانية " تستعين التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية بالمصادر الموثوقة." بمتوسط حسابي بلغ 2.763.
- ثم جاءت " تستخدم لغة سهلة ومفهومة." في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي بلغ 2.753.

- اعتماد المواطنين علي التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية
- ثم جاءت " توفر في عرضها الوسائط المتعددة كالفديو والصور الحية." في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي بلغ 2.685.
 - يليها في المرتبة الخامسة "تهتم بنشر خدمات المبادرة واماكن وتوقيت تواجدها في مختلف المناطق." بمتوسط حسابي بلغ 2.635.
 - يليها في المرتبة السادسة " تتسم بالآنية والسرعة في تغطية كل جديد للمبادرات الرئاسية." بمتوسط حسابي بلغ 2.625.
 - يليها في المرتبة السابعة " تعرض بدقة الإحصائيات المتعلقة بالمبادرات وتطوراتها.." بمتوسط حسابي بلغ 2.578.
 - يليها في المرتبة الثامنة " التغطية يغلب عليها الطابع الرسمي الجاف." بمتوسط حسابي بلغ 1.473.
 - بينما جاءت " تعتمد التطبيقات على التهويل والمبالغة في تغطية المبادرات الرئاسية .." في المرتبة قبل الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ 1.195.
 - يليها "توضع عناوين جذابة لا تعبر عن المضمون الحقيقي للمبادرات." في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ 1.161.

جدول (17)

مدى شعور المواطنين بأثر المبادرات الرئاسية في النهوض بالمجتمع.

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	ك	مدى شعور الجمهور
.5704	2.523	56.0	224	بدرجة كبيرة.
		40.3	161	بدرجة متوسطة.
		3.8	15	لا
		100.0	400	الإجمالي

يتضح من نتائج الجدول السابق ما يلي:

- أنه فيما يتعلق بمقياس مدى شعور المواطنين بأثر المبادرات الرئاسية في النهوض بالمجتمع، نجد أنه جاء " بدرجة كبيرة." في المقدمة حيث جاء في المرتبة الأولى بنسبة

الباحثة / مها أشرف سالم هلال

بلغت 56,0%، يليه في المرتبة الثانية " بدرجة متوسطة" بنسبة بلغت 40,3 بينما جاء " لا في المرتبة الأخيرة بنسبة بلغت 3,8%.

- يتبين من نتائج الجدول السابق ارتفاع مدى شعور المواطنين بأثر المبادرات الرئاسية في النهوض بالمجتمع من وجهة نظر المواطنين عينة الدراسة، وذلك بمتوسط حسابي بلغ 2.523، وانحراف معياري بلغ 0.5704.

ثانيًا اختبار فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة الاعتماد علي التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية كمصدر للمعلومات والاتجاه نحو المبادرات الرئاسية.

جدول (18)

يوضح العلاقة بين درجة الاعتماد علي التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية كمصدر للمعلومات والاتجاه نحو المبادرات الرئاسية

درجة الاعتماد	الاتجاه	
.533	معامل الارتباط	
.001	مستوي الدلالة	
400	العدد	

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود علاقة ارتباطية طردية بين درجة الاعتماد علي التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية كمصدر للمعلومات والاتجاه نحو المبادرات الرئاسية، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون=0.533، وهي دالة عند مستوي معنوية=0.001. أي أنه كلما زادت درجة الاعتماد علي التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية كمصدر للمعلومات زادت الاتجاهات الإيجابية نحو المبادرات الرئاسية والعكس صحيح.

اعتماد المواطنين علي التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية
وبذلك يثبت صحة الفرض الرئيس القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين
درجة الاعتماد علي التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية كمصدر للمعلومات والاتجاه
نحو المبادرات الرئاسية.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة الاعتماد علي
التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية كمصدر للمعلومات عن المبادرات الرئاسية
والتأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد.

جدول (19)

يوضح العلاقة بين درجة الاعتماد علي التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية كمصدر
للمعلومات عن المبادرات الرئاسية والتأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد

درجة الاعتماد	التأثيرات الناتجة	
.703	معامل الارتباط	التأثيرات بصفة عامة
.001	مستوي الدلالة	
400	العدد	
.698	معامل الارتباط	التأثيرات المعرفية
.001	مستوي الدلالة	
400	العدد	
.611	معامل الارتباط	التأثيرات الوجدانية
.001	مستوي الدلالة	
400	العدد	
.628	معامل الارتباط	التأثيرات السلوكية
.001	مستوي الدلالة	
400	العدد	

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود علاقة ارتباطية طردية بين درجة الاعتماد علي
التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية كمصدر للمعلومات عن المبادرات الرئاسية والتأثيرات
الناتجة عن هذا الاعتماد، ويمكن توضيح ذلك تفصيلا علي النحو التالي:

- وجود علاقة ارتباطية طردية بين درجة الاعتماد علي التطبيقات الإخبارية للصحف
المصرية كمصدر للمعلومات عن المبادرات الرئاسية والتأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد

بصفة عامة، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون=0.703، وهي دالة عند مستوى معنوية=0.001. أي أنه كلما زادت درجة الاعتماد زادت التأثيرات الناتجة بصفة عامة والعكس صحيح.

- وجود علاقة ارتباطية طردية بين درجة الاعتماد علي التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية كمصدر للمعلومات عن المبادرات الرئاسية والتأثيرات المعرفية الناتجة، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون=0.698، وهي دالة عند مستوى معنوية=0.001. أي أنه كلما زادت درجة الاعتماد زادت التأثيرات المعرفية الناتجة والعكس صحيح.

- وجود علاقة ارتباطية طردية بين درجة الاعتماد علي التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية كمصدر للمعلومات عن المبادرات الرئاسية والتأثيرات الوجدانية الناتجة، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون=0.611، وهي دالة عند مستوى معنوية=0.001. أي أنه كلما زادت درجة الاعتماد زادت التأثيرات الوجدانية الناتجة والعكس صحيح.

- وجود علاقة ارتباطية طردية بين درجة الاعتماد علي التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية كمصدر للمعلومات عن المبادرات الرئاسية والتأثيرات السلوكية الناتجة، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون=0.628، وهي دالة عند مستوى معنوية=0.001. أي أنه كلما زادت درجة الاعتماد زادت التأثيرات السلوكية الناتجة والعكس صحيح.

- ويتفق هذا مع نتيجة دراسة ريهام محمود درويش²¹، التي أكدت أنه كلما زادت درجة الاعتماد علي تطبيقات المحمول الإخبارية زادت التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المتحققة.

- ويتفق أيضًا مع دراسة هاجر حلمي حبيش²²، التي توصلت أنه يوجد ارتباط طردي دال احصائيًا بين درجة اعتماد المبحوثين علي تطبيقات صحف الهواتف الذكية وبين التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن هذا الاعتماد.

²¹ ريهام محمود درويش: "تطبيقات المحمول الإخبارية ودورها في امداد طلاب الجامعات بالمعلومات (جامعة كفر الشيخ نموذجًا)"، مرجع سابق.

²² هاجر حلمي حبيش (2019)، "تطبيقات صحافة الهواتف الذكية وعلاقتها بمستوى معرفة المراهقين بالأحداث الجارية"، رسالة دكتوراه غير منشوره، جامعة المنوفية، كلية الآداب.

اعتماد المواطنين علي التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية
وبذلك يثبت صحة الفرض الرئيس القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين
درجة الاعتماد علي التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية كمصدر للمعلومات عن
المبادرات الرئاسية والتأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد.
الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة الاعتماد علي
التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية كمصدر للمعلومات والاتجاه نحو معالجتها
للمبادرات الرئاسية.

جدول (20)

يوضح العلاقة بين درجة الاعتماد علي التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية كمصدر
للمعلومات والاتجاه نحو معالجتها للمبادرات الرئاسية

درجة الاعتماد	الاتجاه	
.586	معامل الارتباط	
.001	مستوي الدلالة	
400	العدد	

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود علاقة ارتباطية طردية بين درجة الاعتماد علي
التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية كمصدر للمعلومات والاتجاه نحو معالجتها للمبادرات
الرئاسية، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون=0.586، وهي دالة عند مستوى
معنوية=0.001. أي أنه كلما زادت درجة الاعتماد علي التطبيقات الإخبارية للصحف
المصرية كمصدر للمعلومات زادت الاتجاهات الإيجابية نحو معالجتها للمبادرات الرئاسية
والعكس صحيح.

وبذلك يثبت صحة الفرض الرئيس القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين
درجة الاعتماد علي التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية كمصدر للمعلومات والاتجاه
نحو معالجتها للمبادرات الرئاسية.

الباحثة / مها أشرف سالم هلال
الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للمبحوثين والاتجاه نحو المبادرات الرئاسية.

جدول (21)

يوضح دلالة الفروق بين متغير النوع والاتجاه نحو المبادرات الرئاسية

مستوى المعنوية Sig	درجات الحرية Df	قيمة T	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي Mean	العدد N	النوع	
.520	398	.644	.50107	.8267	225	ذكر	الاتجاه
			.42500	.8571	175	أنثي	

تشير بيانات الجدول السابق إلي عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع (ذكر، أنثي) والاتجاه نحو المبادرات الرئاسية، حيث بلغت قيمة $t = 0.644$ ، عند مستوى معنوية $= 0.520$ ، وهي غير دالة، أي أنه لم تكن هناك اختلافات واضحة بين الذكور والإناث فيما يتعلق باتجاهاتهم نحو المبادرات الرئاسية.

وبذلك يثبت عدم صحة الفرض الفرعي القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع والاتجاه نحو المبادرات الرئاسية.

جدول (22)

يوضح دلالة الفروق بين متغير المحافظة والاتجاه نحو المبادرات الرئاسية

مستوى المعنوية Sig	قيمة F	درجات الحرية Df	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي Mean	العدد N	المحافظة	
.002	6.193	2	.54889	.7650	200	القاهرة	الاتجاه
		397	.24288	.9600	100	المنوفية	

اعتماد المواطنين علي التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية

			.44165	.8700	100	سوهاج	
			.46899	.8400	400	المجموع	

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير المحافظة والاتجاه نحو المبادرات الرئاسية، حيث بلغت قيمة ف= 6.193، وهي دالة عند مستوى معنوية= 0.002، وقد جاءت الفروق لصالح محافظة المنوفية، أي أن اتجاهاتهم نحو المبادرات الرئاسية كانت أكثر إيجابية من المحافظات الأخرى.

وبذلك يثبت صحة الفرض الفرعي القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير المحافظة والاتجاه نحو المبادرات الرئاسية.

جدول (23)

يوضح دلالة الفروق بين متغير العمر والاتجاه نحو المبادرات الرئاسية

مستوى المعنوية Sig	قيمة F	درجات الحرية df	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي Mean	العدد N	العمر	الاتجاه
.007	3.616	4 395	.54006	.7143	49	من 18 إلى أقل من 25 عامًا	

			.27014	.9341	182	من 25 إلى أقل من 35 عامًا
			.58043	.7719	114	من 35 إلى أقل من 45 عامًا
			.62960	.7838	37	من 45 إلى أقل من 55 عامًا
			.54832	.7778	18	55 عامًا فأكثر
			.46899	.8400	400	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير العمر والاتجاه نحو المبادرات الرئاسية، حيث بلغت قيمة ف= 3.616، وهي دالة عند مستوى معنوية= 0.007، وقد جاءت الفروق لصالح الفئة العمرية (من 25 إلى أقل من 35 عامًا)، أي أن اتجاهاتهم نحو المبادرات الرئاسية كانت أكثر إيجابية من الفئات العمرية الأخرى.

وبذلك يثبت صحة الفرض الفرعي القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير العمر والاتجاه نحو المبادرات الرئاسية.

جدول (24)

يوضح دلالة الفروق بين متغير العمل والاتجاه نحو المبادرات الرئاسية

مستوى المعنوية Sig	قيمة F	درجات الحرية df	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي Mean	العدد N	العمل	الاتجاه
.274	1.287	4 395	.38066	.8730	63	قطاع حكومي	
			.46460	.8623	167	قطاع خاص	
			.49268	.8462	91	أعمال حرة	
			.49237	.6364	22	طالب	
			.51543	.8070	57	لا يعمل	

اعتماد المواطنين علي التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية

			.46899	.8400	400	المجموع	
--	--	--	--------	-------	-----	---------	--

تشير بيانات الجدول السابق إلي عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير العمل والاتجاه نحو المبادرات الرئاسية، حيث بلغت قيمة ف = 1.287، عند مستوي معنوية = 0.274، وهي غير دالة، أي أنه لم تكن هناك اختلافات واضحة بين فئات العمل المختلفة فيما يتعلق باتجاهاتهم نحو المبادرات الرئاسية. وبذلك يثبت عدم صحة الفرض الفرعي القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير العمل والاتجاه نحو المبادرات الرئاسية.

جدول (25)

يوضح دلالة الفروق بين متغير التعليم والاتجاه نحو المبادرات الرئاسية

مستوى المعنوية Sig	قيمة F	درجات الحرية df	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي Mean	العدد N	التعليم	
.001	6.381	3 396	.52429	.7609	46	متوسط	الاتجاه
			.71561	.5625	32	فوق متوسط	
			.46363	.8520	250	جامعي	
			.16549	.9722	72	فوق جامعي	
			.46899	.8400	400	المجموع	

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير التعليم والاتجاه نحو المبادرات الرئاسية، حيث بلغت قيمة ف = 6.381، وهي دالة عند مستوي معنوية = 0.001، وقد جاءت الفروق لصالح المؤهل فوق الجامعي، أي أن اتجاهاتهم نحو المبادرات الرئاسية كانت أكثر إيجابية من المستويات التعليمية الأخرى.

وبذلك يثبت صحة الفرض الفرعي القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير التعليم والاتجاه نحو المبادرات الرئاسية.

جدول (26)

يوضح دلالة الفروق بين متغير المستوى الاقتصادي والاجتماعي والاتجاه نحو المبادرات

الرئاسية

مستوى المعنوية Sig	قيمة F	درجات الحرية df	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي Mean	العدد N	المستوى الاقتصادي الاجتماعي	
.001	8.223	2 397	.59809	.7266	128	منخفض	الاتجاه
			.45777	.8475	177	متوسط	
			.14432	.9789	95	مرتفع	
			.46899	.8400	400	المجموع	

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير المستوى الاقتصادي والاجتماعي والاتجاه نحو المبادرات الرئاسية، حيث بلغت قيمة ف = 8.223، وهي دالة عند مستوى معنوية = 0.001، وقد جاءت الفروق لصالح المستوى المرتفع، أي أن اتجاهاتهم نحو المبادرات الرئاسية كانت أكثر إيجابية من المستويات الأخرى.

وبذلك يثبت صحة الفرض الفرعي القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير المستوى الاقتصادي والاجتماعي والاتجاه نحو المبادرات الرئاسية.

بناء علي ما سبق يثبت جزئياً صحة الفرض الرئيس القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للمبوحين والاتجاه نحو المبادرات الرئاسية.

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة الثقة في التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية كمصدر للمعلومات والاتجاه نحو المبادرات الرئاسية.

جدول (27)

يوضح العلاقة بين درجة الثقة في التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية كمصدر

للمعلومات والاتجاه نحو المبادرات الرئاسية

درجة الثقة		
.497	معامل الارتباط	الاتجاه
.001	مستوى الدلالة	

400	العدد
-----	-------

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود علاقة ارتباطية طردية بين درجة الثقة في التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية كمصدر للمعلومات والاتجاه نحو المبادرات الرئاسية، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون=0.497، وهي دالة عند مستوي معنوية=0.001. أي أنه كلما زادت درجة الثقة في التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية كمصدر للمعلومات زادت الاتجاهات الإيجابية نحو المبادرات الرئاسية والعكس صحيح.

وبذلك يثبت صحة الفرض الرئيس القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة الثقة في التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية كمصدر للمعلومات والاتجاه نحو المبادرات الرئاسية.

مقترحات الدراسة:

- يجب أن يكون هناك تخطيط إعلامي مواز لمراحل تنفيذ المبادرات الرئاسية، يتبنى القيام بحملات إعلامية، من خلال وسائل الإعلام الحديثة، ومنها التطبيقات الإخبارية للصحف المصرية، تتولى حشد الجمهور؛ للمشاركة في المبادرات، مع التنوع في أساليب المعالجة والوسائط المتعددة ووسائل الإبراز، بما يتناسب مع الجمهور وتفضيلاته.

مراجع الدراسة:

المراجع العربية:

- جمال عبدالعظيم أحمد(2006)، العلاقة بين الإعتماد علي وسائل الإعلام الجماهيرية كمصدر للمعلومات والمستوي المعرفي للشباب البحريني بالانتخابات البرلمانية لعام 2006، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، العدد26.
- رشا عبد الرحمن حجازي(2020)، "دور الحملات الإعلامية في تشكيل الوعي الصحي للمرأة المصرية دراسة تطبيقية على حملة 100 مليون صحة"، مجلة البحوث الاعلامية، جامعة الازهر، كلية الإعلام، العدد53، الجزء الثاني.
- ريهام محمود درويش(2018)، "تطبيقات المحمول الإخبارية ودورها في امداد طلاب الجامعات بالمعلومات(جامعة كفر الشيخ نموذجًا)"، مجلة الدراسات الانسانية والادبية، جامعة كفر الشيخ، كلية الآداب، العدد15، مجلد3.
- زينب جمعة وحيد(2021)، "استخدام المراهقين للتطبيقات الإخبارية بالهواتف الذكية والإشباع المتحققة منها"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس، كلية الدراسات العليا للطفولة.

- شيرين محمد أحمد أحمد عمر (2018)، "تصميم تطبيقات صحافة المحمول المصرية وعلاقته بتفضيلات المستخدمين"، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، العدد 63.
- شيرين محمد أحمد أحمد عمر (يوليو-سبتمبر 2022)، "العوامل المؤثرة علي تفضيلات المستخدمين لإشعارات تطبيقات المحمول الإخبارية وعلاقتها بشخصنة الأخبار العاجلة"، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، مجلد9، العدد 38.
- شيماء ذو الفقار (2009)، "مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية"، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- محمد إبراهيم محمد حسن (2018)، "تبني الشباب المصري للتطبيقات الإخبارية للصحف الإلكترونية عبر الهواتف الذكية"، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، جامعة القاهرة، العدد السادس عشر.
- نجوي حامد حسين (2023)، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم المشاركة الاجتماعية لدي الشباب المصري"، دراسة تطبيقية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة المنصورة، كلية الآداب.
- نسرين حسام الدين، نهى التلاوي، فاطمة قطب، إنجي أبو العز، احمد شحاته، منه الله كمال، مروة عبدالله (إبريل 2022)، "المبادرات الرئاسية الموجهة للمرأة المصرية في المنصات الإعلامية في ضوء رؤية مصر 2030"، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، مجلد61، العدد3.
- هاجر حلمي حبيش (2019)، "تطبيقات صحافة الهواتف الذكية وعلاقتها بمستوى معرفة المراهقين بالأحداث الجارية"، رسالة دكتوراه غير منشوره، جامعة المنوفية، كلية الآداب.
- هاجر مجدي عبده الحمامي (2022)، "دور وسائل الإعلام الجديد في توعية المواطنين بالمبادرات الصحية - دراسة ميدانية"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة دمياط، كلية الآداب.
- المراجع الأجنبية:**

- Alan Rubin & Steven win Dahl (1986), the uses and Dependency Model of Mass communication, critical studies in Mass communication, Vol 3, Issue 2.

- أ.د/ امال كمال: أستاذ الصحافة جامعة حلوان، وعميد كلية الإعلام وفنون الاتصال جامعة6 أكتوبر.
- أ.د/ محرز غالي: أستاذ الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
- أ.د/ رباب هاشم: أستاذ الإذاعة والتلفزيون جامعة حلوان، ووكيل المعهد الدولي للعالي للإعلام بأكاديمية الشروق.
- أ.د/ خالد عبد الجواد: أستاذ الإذاعة والتلفزيون جامعة الزقازيق.
- أ.م.د/ وليد الهادي: أستاذ الصحافة المساعد بجامعة حلوان.
- أ.م.د/ محمد الحفناوي: أستاذ الإعلام المساعد بجامعة كفر الشيخ.
- أ.م.د/ محمد فؤاد محمد : أستاذ العلاقات العامة المساعد بكلية الإعلام جامعة الأزهر.