



كلية الإعلام
المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال

الحملة الانتخابية لمرشي رئاسة الجمهورية – دراسة تحليلية لصفحات المرشحين على موقع فيسبوك ٢٠٢٣-٢٠٢٤

د. لبنى الجابري

مدرس بقسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة الأهرام الكندية

مقدمة:

تعتبر المشاركة السياسية من أهم متغيرات قضية الاستقرار السياسي، فهي تسمح بتداول السلطة وتضفي عليها الشرعية وتفتح قنوات اتصالية وحوار متبادل بين السلطة والشعب، كما تعزز المشاركة السياسية انتماء وولاء المواطنين فتجعلهم لا يطالبون فقط بحقوقهم، بل يقومون أيضاً بواجباتهم مما يحقق معه التوازن ويعزز أسس المواطنة ويوفر البيئة الحاضنة للديمقراطية.

وقد أسهمت وسائل التواصل الاجتماعي في تفعيل فكرة المشاركة وخاصة السياسية وتحقيق رغبة كل فئة مجتمعية في الاهتمامات والأنشطة نفسها، كما أن لها دوراً مهماً في الضغط والتفاعل والتأثير وفي تحقيق المسؤولية المجتمعية إذا ما أحسن استثمارها واستغلالها وتوجيهها بشكل جيد، فقد استطاعت أن تحول الأقوال والأفكار والتوجهات إلى مشروعات عمل جاهزة للتنفيذ، لذا لا يمكن أن نعد التواصل عبر الشبكات الاجتماعية فترة تتغير مع مرور الزمن، فلا يزال عدد المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي في تزايد مستمر، وأصبح استخدامه أكثر جدية، فبعد أن كان زواره يفضلون استخدامه فقط كوسيلة ترفيهية، تحول الأمر ليصبحوا أكثر اهتماماً بالشئون العامة لبلادهم وازداد إحساسهم الوطني وأصبحت الصفحات السياسية والإخبارية تتفوق على الصفحات الفنية والرياضية.

وازدادت أهمية شبكات التواصل الاجتماعي في العقود الأخيرة في دعم فكرة المشاركة السياسية وكذلك في التعرف على الحملات والبرامج الانتخابية للمرشحين، فهي تتميز بقدرتها على نقل مختلف الأحداث

والأخبار لحظة بلحظة وقت وقوعها، فقد فرضت نفسها كأداة مهمة للحشد وكسب التأييد، فبروز تلك المنصات التواصلية خلق انفتاحا سياسيا غير موجه من قبل جهة بعينها مما دفع فئات المجتمع المختلفة وشجعهم للتعبير على آرائهم وتوجهاتهم السياسية بحرية ومنحهم إمكانية مناقشة مختلف القضايا المصرية الراهنة سواء بتأييد أو معارضة الممارسات القائمة في الساحة الوطنية.

مشكلة الدراسة:

تؤثر شبكات التواصل الاجتماعي بشكل كبير على ثقافة المجتمع واقتصاده ونظرتة الشاملة للعالم، كما تسمح أيضا بطرح عدد كبير من القضايا المجتمعية ومناقشتها، فهي تعد منصة إعلامية حرة تمكن الأشخاص من التعبير عن آرائهم، وتنبع مشكلة الدراسة من اهتمام شبكات التواصل الاجتماعي بإشكالية الانتخابات، خاصة بعد ثورتي 25 يناير و30 يونيو وما قد يعنيه ذلك من ضخامة الأثر الذي تتركه مثل هذه المواقع على الجمهور، حيث تعد هذه الصفحات أداة من أدوات الدعاية السياسية الانتخابية.

كما أن لوسائل التواصل الاجتماعي قدرة كبيرة على التأثير في الرأي العام، فقد أصبحت الأحزاب والقوى السياسية المختلفة تستخدمها كأدوات لجذب الجمهور وخاصة في الانتخابات من أجل دعم مرشحها وبالتالي زيادة معدلات المشاركة، وعلى الجانب الآخر فقد أتاحت الفرصة للتيارات السياسية المعارضة أن تستخدم تلك الوسائل للتأثير على معدلات التصويت الانتخابي أو توجيه السلوك التصويتي للأفراد تجاه مرشحين عن غيرهم. وانطلاقا من هذه الحقائق، يبرز دور شبكات التواصل الاجتماعي في صنع وإحداث التغيير في جميع مجالات الحياة فالألف يشاركون في العملية السياسية من خلال وسائل الإعلام من أجل التعبير عن آرائهم تجاه قضاياهم، وأصبحت الأحزاب السياسية اليوم تملك مواقع إلكترونية وصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك وتويتر واليوتيوب وغيرها، حيث تسجل شبكات التواصل الاجتماعي حضورا كبيرا لكافة التيارات الحزبية.

وتأتى هذه الدراسة لمواكبة التيارات والاتجاهات البحثية التي تهتم بدراسة كيفية تناول مواقع التواصل الاجتماعي، وخاصة الفيسبوك، كوسيلة إعلامية لمختلف القضايا والتي لها تأثيرها على الرأي العام، وما لتلك الوسيلة من إسهامات في تحديد معارف الجمهور واتجاهاته وسلوكياته، كذلك التعرف على الدور الذي تقوم به تلك المنصات في تدعيم ونقل المشاركة السياسية من الواقع الافتراضي إلى الواقع الفعلي وذلك بالتطبيق على الصفحات الرسمية التي استخدمها المرشحين لرئاسة الجمهورية لعام 2023 / 2024 على موقع الفيسبوك، فعلى الرغم من كثافة الدراسات التي اهتمت بدراسة وسائل الاعلام الجديدة ودورها في معالجة القضايا المختلفة، **ومن هنا تحدد المشكلة البحثية في:** دراسة مواقع التواصل الاجتماعي «صفحات مرشحي الرئاسة عبر منصة فيسبوك» لموضوع الانتخابات الرئاسية ودورها في تغطية سير أحداث الانتخابات وكيف ساهمت المنصات الإلكترونية في عرض ومعالجة تلك القضية.

أهمية الدراسة:

تحدد أهمية الدراسة فيما يلي:

- 1 - يستمد هذا الموضوع أهميته من أهمية الانتخابات في العملية السياسية، فالديمقراطية هي الانتخابات كما أنها من أهم الآليات المحققة والمرسخة والضامنة لمشاركة فعالة ودائمة في صناعة القرار.
- 2 - قلة الدراسات التي تناولت معالجة الانتخابات الرئاسية وقضاياها من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.
- 3 - تعد مواقع التواصل الاجتماعي من أهم مصادر تكوين الإدراك لدى الجمهور حيث تقوم بتكوين الرأي العام حول مختلف القضايا والأحداث والموضوعات، كما أنها تقدم مؤشرات كاشفة عن أداء القوى المجتمعية المتباينة من خلال تزويد المواطن بشكل دوري بالأخبار والمعلومات والآراء والتحليلات والتفسيرات والأحكام التقييمية التي تحدد معارفهم واتجاهاتهم وسلوكهم.
- 4 - تأتي أهمية الدراسة في الكشف عن الدور الذي تؤديه مواقع التواصل الاجتماعي في الانتخابات، وفي التأثير على السلوك الانتخابي والتصويتي للمرشح والناخب على حد سواء، مما يساعد صناع القرار وواضعي السياسات على الاستفادة من نتائج الدراسة.
- 5 - أهمية ودور الانتخابات الرئاسية في الحياة المجتمعية، فقد أظهرت نتائج العديد من الدراسات عن ارتفاع نسبة المشاركة عندما يكون الانتخاب بشأن اختيار رئيس الجمهورية الأمر الذي يعني إدراك الناخبين بمحورية دور رئيس الجمهورية في النظام السياسي.

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة لتحقيق هدف رئيسي يتمثل في: «التعرف على الدور الذي تقوم به وسائل التواصل الاجتماعي-صفحات مرشحي الرئاسة عبر منصة فيسبوك- في تغطية أحداث الانتخابات ومساهمة تلك المنصات الإلكترونية في دعم المشاركة السياسية خلال فترة الانتخابات الرئاسية 2023 / 2024».

وذلك بالإضافة إلى بعض الأهداف الفرعية مثل:

- 1 - التعرف على المحتوى الإعلامي لصفحات المرشحين كذلك اساليب الاقناع والاستمالات المستخدمة لتحقيق غرض سياسي محدد وهو مساندة المرشحين لرئاسة الجمهورية.
- 2 - التعرف على حجم تفاعل الجمهور العام والمتابع لهذه الصفحات على فيس بوك.
- 3 - التعرف على أهم القضايا التي طرحتها الصفحات الرسمية لمرشحي الرئاسة على موقع الفيسبوك ودورها في تحقيق التفاعل مع الأحداث السياسية الجارية، ورصد أهم الموضوعات التي حرص المرشحين على مناقشتها.

- 4 - الكشف عن أهداف المضامين المقدمة من خلال الصفحات عينة الدراسة.
- 5 - التعرف على مدى اهتمام وتفاعل الجمهور بموضوع الانتخابات الرئاسية من خلال وسائل التواصل الاجتماعي.
- 6 - إبراز دور وسائل التواصل الاجتماعي كأداة اتصالية حديثة في عملية الاتصال السياسي خاصة خلال الحملات الانتخابية.
- 7 - التعرف على المشهد الاتصالي الرقمي بمصر في ظل انتشار وسائل التواصل الاجتماعي.

الدراسات السابقة:

حظي موضوع تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية وخاصة موضوع الانتخابات سواء التشريعية أو الرئاسية بأهمية كبيرة خلال السنوات الأخيرة، كما حرصت العديد من الدراسات على محاولة الربط بين دور المنصات المتعددة لوسائل التواصل الاجتماعي وزيادة الوعي السياسي في المجتمعات وبين المواطنين، ويعد الرجوع إلى مناقشة الدراسات السابقة خطوة أساسية تساهم في بناء أساس نظري قوى حول موضوع البحث، ولذلك نستعرض في هذا الجزء بعض الأدبيات المتعلقة بموضوع الدراسة:

دراسة Haman, 2024 ، حول «استخدام المرشحين السياسيين لوسائل التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية»، وقد أظهرت نتائجها: مدى شعبية وسائل التواصل الاجتماعي في المكسيك، ففي الحملة الانتخابية عام 2021 تم الاتصال بالمرشحين باستخدام استطلاع تم إرساله إلى بريدهم الإلكتروني أو العناوين المدرجة إما في السجل الرسمي أو على صفحاتهم على الفيسبوك، حيث يدرس المرشح السياسي الفوائد التي يمكن أن يحققها استخدام الشبكات الاجتماعية أثناء الانتخابات، وحاولت الدراسة الإجابة عن تساؤل رئيسي حول الاستخدام المتصور للناخبين لشبكات التواصل الاجتماعي في دوائهم الانتخابية، وقد بينت الإجابات استحالة الحصول على بيانات حول استخدام محدد للشبكة في الدائرة الانتخابية لكل مرشح، حيث تقوم شبكات التواصل الاجتماعي بحماية هذه البيانات، ومع ذلك فإن التصور السياسي الأكثر أهمية هو اتخاذ القرار الفعلي باستخدام الشبكة، وأوضحت النتائج أيضاً أن بعض المرشحين السياسيين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي أكثر من غيرهم معتقدين أن ذلك يخدم دوائهم الانتخابية، أما عن ظهور بعض القيود والمعوقات فقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي تعمل فقط مع عينة محددة من المرشحين هم من لديهم استعداد للمشاركة في الاستبيان ولديهم علاقة أكثر مع الإنترنت، والتواصل العام، وأكثر احتمالية عن غيرهم لاستخدام وسائل التواصل.

دراسة (Sevin, 2021) ، حول مصادر البيانات الجديدة والحملات الرئاسية»، والتي أظهرت نتائجها: أنه من الصعب اختفاء الإعلانات الرقمية من الحملات الرئاسية على الرغم من وجود ردود فعل قوية

ضد هذا الاتجاه، مثل عدم قبول تويتير لأى سياسة إعلانية، بينما يوجد طلب متزايد على مقابلة الناخبين أينما كانوا على مواقع التواصل الاجتماعي، وقد طرحت الدراسة بعض التساؤلات حول معرفة القضايا الأكثر أهمية للمرشحين وأسئلة أخرى حول الجمهور المستهدف من جميع المنصات والتي تشمل المعلومات الديموغرافية وأماكن الإقامة، كما تم طرح أسئلة بحثية حول إظهار الجوانب المختلفة لمجموعات البيانات وتنظيم المناقشة حولها بدلاً من تقديم صورة شاملة للانتخابات الرئاسية لعام 2020، وأظهرت النتائج أيضاً أهمية الرسائل السياسية على المنصات المختلفة بما في ذلك القادمة من الصفحات المعارضة، وعن مقترحات الدراسة فقد أوصت بأهمية التركيز في إجراء البحوث المستقبلية على التحليلات البلاغية والرئية للمواد الإعلانية الفعلية، وأيضاً التركيز على ما يجذب انتباه الناس، وأخيراً دراسة نسبة إقبال الناخبين والمعلومات حول تفضيل التصويت من استطلاعات الرأي والذي بدوره يفيد في مجال الدعاية السياسية.

دراسة (وسام بوقليمون، 2022)، حول «مضامين الخطاب السياسي في الفضاء السيبراني»، وقد بينت نتائج الدراسة أن: الحزب السياسي يهتم في بناء مضامين خطابه بتركيزه على المحتويات السياسية الأمنية بدرجة أولى عبر موقع الفيسبوك بنسبة %23.41 والقضايا الأخرى الاقتصادية والاجتماعية قد تقاربت نسبها جاءت في المرتبة الثانية، وأن الأحزاب السياسية لا تستغل الوسائط المتعددة بالشكل المطلوب في تسويق محتويات الخطاب السياسي أثناء الحملة الانتخابية، مما يجعل الخطاب السياسي يعاني من غياب استراتيجية اتصالية تأثيرية إقناعيه في بناء مضامينه عبر الوسيط الرقمي لإيصال الرسالة السياسية، كما تبين انحصار أهداف الأحزاب من خلال المضامين السياسية عبر الفيسبوك في التسويق الانتخابي لبرامجه ومرشحيه دون اللجوء الى سياسة الأرقام والإحصائيات.

دراسة (خالد بومخيلة، 2021)، حول «واقع الحملات الانتخابية في فضاء التواصل الاجتماعي- دراسة حالة في الجزائر، ومن أهم نتائج الدراسة: تمثل وسائل التواصل الاجتماعي أهم استخدامات الجزائريين لشبكة الانترنت حيث يستخدم 18 مليون جزائري منصات التواصل بشكل يومي، تعتبر منصة فيسبوك أهم وسائل التواصل الاجتماعي في الجزائر وتمثل شريحة الشباب أكبر مستخدم لهذه المنصة التواصلية. عرف الاتصال السياسي في الجزائر تحولا تكنولوجيا في أدوات الاتصال الحديثة، حيث سمحت وسائل التواصل الاجتماعي لمختلف الأطياف السياسية خاصة المعارضة بإيصال أفكارها للمواطنين. شكلت منصات التواصل الاجتماعي الفاعل الرئيسي في أهم الأحداث السياسية في الجزائر خاصة خلال الحراك الشعبي الجزائري والذي أبرز قوة وسائل التواصل في حشد الجماهير لتغيير النظام. أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي أحد أبرز الأدوات الاتصالية خلال الحملات الانتخابية بالجزائر، حيث تم توظيفها للترويج لأفكار المرشحين منذ الانتخابات الرئاسية 2014، تطور استخدام منصات التواصل الاجتماعي مع الانتخابات الرئاسية 2019، حيث عرفت استخدام كل المرشحين لمواقع التواصل لنشر رسائلهم الدعائية.

دراسة (محمد عبد اللطيف، 2020)، حول دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب المصري نحو مجلس الشيوخ والمرشحين لعضويته، وبينت نتائج الدراسة: أن الشباب المصري

يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بشكل منتظم وبنسب ومعدلات مرتفعة باعتبارها أحد أهم الروافد وإشباعها لمختلف احتياجاتهم، وقد جاءت شبكة الفيس بوك على رأس قائمة الشبكات الاجتماعية المفضلة لدى الشباب المصري - بعينه الدراسة - لتزويدهم بالمعلومات والمعارف السياسية وللتعبير عن آرائهم تجاه القضايا بحرية حول انتخابات مجلس الشيوخ والمرشحين لعضويته والتعبير عن أهم المشكلات في المجتمع المصري.

وقد تمثلت أبرز الدوافع السياسية لاستخدام عينة الدراسة للشبكات الاجتماعية في حملات انتخابات مجلس الشيوخ المصري 2020، الحصول على معلومات عن المرشحين لعضويته وإبداء آرائهم في مختلف الأحداث الجارية التي تهم الرأي العام المصري، وبذلك تدعم هذه النتيجة الدور السياسي المهم الذي تقوم به هذه الشبكات في إحاطة الشباب علم ودراية بانتخابات مجلس الشيوخ والمرشحين لعضويته وهو ما جعلها مصدر لمعلوماتهم السياسية. كما ثبت وجود ارتباط إيجابي ودال إحصائياً بين كثافة استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحو مجلس الشيوخ والمرشحين لعضويته، وتتفق هذه النتيجة مع مقولات ومعطيات نموذج قياس الاتجاهات حيث تؤثر كثافة استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهاتهم السياسية نحو المجلس والمرشحين لعضويته.

دراسة (عبد الزاق بن مالك، 2020)، حول توظيف الأحزاب السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية للتأثير على السلوك الانتخابي للشباب، والتي أظهرت نتائجها: أن مواقع التواصل الاجتماعي تعتبر وسيلة اتصالية حديثة ناجحة، مما ترتب عنها تفعيل المشاركة السياسية الإلكترونية في الحملات الانتخابية، حيث توصلت النتائج إلى أن نسبة 44% من أفراد العينة يستخدمون موقع فيسبوك ويرجع ذلك لسهولة استخدامه، كما تسعى الأحزاب السياسية عبر صفحاتها إلى التأثير على الأفراد من أجل كسبه وتأييده وهو ما عبرت عنه إجابات أفراد العينة بنسبة مرتفعة 71.5%. كما تبين أن مواقع التواصل الاجتماعي تعتبر فضاء حراً لمناقشة ومتابعة نشاطات الأحزاب السياسية وهذا ما أكدته أفراد العينة التي أرجعت سبب تفضيلها لمتابعة نشاط الأحزاب بأنه فضاء يتيح لها الوقوف على الرأي والرأي الآخر كما أنها تسهل الحصول على كل المستجدات دون عناء. فالأحزاب السياسية قادرة على التأثير في السلوك الانتخابي للأفراد من خلال مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة متوسطة، فنسبة 34% من أفراد العينة ترى أن سبب المشاركة في الانتخابات يرجع لأهمية المنصب المترشح له.

دراسة (مروة السيد سلام، 2015)، حول «إدارة الحملات الانتخابية الرئاسية المصرية لعام 2014 على مواقع التواصل الاجتماعي في ضوء نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية» والتي بينت نتائجها: بروز القضايا السياسية في مقدمة القضايا التي ركزت عليها حملتي المرشحين (عبد الفتاح السيسي وحمددين صباحي) وذلك بنسبة 24.7% للمرشح الأول وذلك بمناقشة قضايا التظاهر والحريات، كما أوضحت النتائج أن حملة المرشح عبد الفتاح السيسي يؤخذ عليها محدودية التركيز على الموضوعات والقضايا غير السياسية والأمنية وتراجع مناقشة القضايا الاجتماعية، كما بينت النتائج أن حجم تفاعلية الجمهور على صفحات حملة السيسي خصوصاً على الفيس بوك، أعلى من حجم التفاعلية على صفحات المرشح الأخر.

دراسة (جهد حجازي شحاته، 2015)، حول «دور حملات التسويق السياسي في تشكيل اتجاهات الشباب نحو المشاركة السياسي»، وقد أوضحت نتائجها ما يلي: ارتفاع معدلات الاعتماد على حملات التسويق السياسي لمرشحي الانتخابات الرئاسية 2014 كمصدر للمعلومات عن شخصياتهم وبرامجهم حيث بلغت نسبة من يعتمدوا على حملات التسويق السياسي لمرشحي الرئاسة 64%، كما أنه من أهم أسباب متابعة حملات التسويق السياسي لمرشحي الانتخابات الرئاسية هو التعرف على البرنامج الانتخابي للمرشحين وبالتالي التوجيه لاختيار المرشح الأفضل.

دراسة (سلوى سليمان، إيناس عبد الحميد، 2015)، حول «الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في الدعاية الانتخابية لمرشحي الرئاسة المصرية»، وقد بينت النتائج: أن درجة اعتماد الباحثين على الفيس بوك كمصدر للمعلومات عن الانتخابات الرئاسية قد جاءت منخفضة، حيث أشار 8.2% فقط من حجم العينة أنهم يعتمدون على بالدرجة الثانية، وتزايدت النسبة لتصل أقصاها 19.1% من حجم العينة حيث يعتمد عليه كمصدر للمعلومات في المرتبة السابعة، كما بينت النتائج أن أكثر من نصف العينة يستخدمون موقع فيس بوك دائما للحصول على المعلومات عما يجري من أحداث عن الانتخابات، وأن 43.6% يستخدمون الفيس بوك بصفة دائمة للدخول إلى صفحة مرشحهم المفضل والصفحات المؤيدة له، بينما أشار 18.2% إلى أنهم يستخدمون الفيس بوك لتكوين رأي عن الأحداث التي تجري حولهم وعن مرشحي الرئاسة.

التعقيب على الدراسات السابقة وأوجه الاستفادة منها:

- نظرا لأن البحث العلمي عملا تراكميا يسعى لاستكمال ما توصل إليه الآخرون، فإن هذه الدراسة استكمال لدراسات أخرى سابقة تسعى لمواكبة التيارات والاتجاهات البحثية التي تهتم بدراسة كيفية تناول مواقع التواصل الاجتماعي، وخاصة الفيسبوك، حيث لم تجر أي دراسة سابقة في حدود ما اطلع عليه الباحث تكشف تحليل ودراسة مواقع التواصل الاجتماعي «صفحات مرشحي الرئاسة عبر منصة فيسبوك» لموضوع الانتخابات الرئاسية ودورها في تغطية سير أحداث الانتخابات وكيف ساهمت المنصات الإلكترونية في عرض ومعالجة تلك القضية.

- استفادت الباحثة من طرحها للتراث العلمي السابق في تحديد وبلورة المشكلة البحثية بطريقة واضحة وكذلك تحديد المنهج العلمي الملائم، كما ساعدت الباحثة في تحديد أدوات جمع البيانات وكيفية بنائها بما يحقق أهداف الدراسة.

- لاحظت الباحثة من خلال مراجعة الدراسات السابقة اعتماد أغلبها على منهج المسح ويرجع ذلك إلى كونها دراسات وصفية، فهو المنهج المناسب لتحقيق أهداف تلك الدراسات، وقد اعتمدت الدراسات الأجنبية إلى حد كبير أيضا على منهج المسح، ولكن بشقيه الوصفي والتحليلي وذلك في دراسة الجمهور المستخدم أو المضمون المقدم من خلال الوسيلة.

- نظرا لطبيعة موضوع الانتخابات والذي يعقد كل 4 سنوات، هناك قلة في عدد الدراسات السابقة، حيث وجدت الباحثة فجوات زمنية بين الدراسات التي تناولت قضايا الانتخابات وعلاقتها بوسائل التواصل الاجتماعي.

- من خلال مراجعة الباحثة للدراسات السابقة لاحظت قلة الأدبيات العربية التي تبحث في تحليل مضمون الخطاب الانتخابي سواء التشريعي أو الرئاسي عبر منصات التواصل الاجتماعي وخاصة فيسبوك.
- استفادت الباحثة من الدراسات الأجنبية حيث كانت أكثر تنوعاً من الدراسات العربية في هذا المجال، وقد يرجع ذلك إلى أن مصر والعالم العربي لم يدخلوا مجال تنظيم الحملات الانتخابية عبر وسائل التواصل الاجتماعي إلا من فترة لا يمكن وصفها بالكبيرة.
- استفادت الباحثة من وجود بعض الدراسات التي تناولت دور وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على الشباب أو الجمهور العام، ولكنها افتقدت وجود دراسات حول تحليل المحتوى الكمي والكيفي من خلال تلك الوسائل وخاصة في فترات الانتخابات.

الإطار المنهجي للدراسة:

أ- نوع الدراسة: تنتمي الدراسة الحالية إلى الدراسات الوصفية حيث تهدف إلى تحليل وتفسير خصائص مجموعة معينة أو موقف محدد في فترة محددة، وهذا النوع من الدراسات لا يتوقف عند مرحلة جمع البيانات فقط وإنما يمتد إلى تصنيف البيانات والحقائق التي تم جمعها وتحليلها، فهو نمط من البحوث الكمية التي تعنى بالحسابات والاستدلالات المنطقية.

ب- منهج الدراسة: تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح، وقد تم توظيف هذا المنهج للوصول إلى إجابات وافيه حول تساؤلات الدراسة واستخلاص نتائج تفسريه لها دلالة.

ج- مجتمع وعينة الدراسة: يتحدد مجتمع الدراسة التحليلية في مواقع التواصل الاجتماعي- فيسبوك - التي وظفتها الحملات الانتخابية محل الدراسة، وهي (صفحات مرشحي الرئاسة الأربعة)، (المرشح عبد الفتاح السيسي، المرشح فريد زهران، المرشح حازم عمر والمرشح عبد السند يمامة) على موقع فيسبوك خلال فترة الحملة الانتخابية، وقد تكونت عينة الدراسة من عدد (349) منشور على موقع فيسبوك والخاصة بالصفحات الرسمية لمرشحي رئاسة الجمهورية 2023، وذلك في الفترة من 9 حتى 30 نوفمبر.

وقد أجريت الانتخابات الرئاسية في مصر في 2023 كما أعلنت (الهيئة الوطنية للانتخابات)، وذلك بعد تكهنات باحتمال إجراء الانتخابات في وقت أبكر، وقد تم فتح باب تسجيل المرشحين في الفترة من 5 إلى 14 أكتوبر 2023، وبدء الحملة الانتخابية في 9 نوفمبر، وقد جرى التصويت في مصر في الفترة من 10 إلى 12 ديسمبر، بينما أدلى المغتربون بأصواتهم في الفترة من 1 إلى 3 ديسمبر، وقامت الباحثة بحصر شامل لجميع المنشورات على صفحات مرشحي الرئاسة، وهي أربع صفحات رسمية خاصة بكل من (صفحة الحملة الانتخابية).



شكل رقم (1) أسماء ورموز المرشحين للانتخابات الرئاسية 2023

د- أدوات جمع البيانات: تعتمد الدراسة على استمارة تحليل المضمون لتحليل الصفحات الرسمية لمرشحي الحملات الانتخابية الرئاسية (محل الدراسة)، وتعتبر أداة تحليل المضمون أداة بحثية أثبتت قدرتها في تحليل محتوى صفحات الانترنت وتساعد على الخروج بمؤشرات كمية وكيفية لذا تم تصميم استمارة تحليل محتوى تتضمن المتغيرات التي يمكن من خلالها رصد قدرة وحدود صفحات مرشحي الحملات الانتخابية على مواقع التواصل الاجتماعي كمنبر للدعاية الانتخابية. وقد اشتملت على عدد من فئات التحليل التي يمكن من خلالها قياس إمكانات الصفحات في إدارة الحملات الانتخابية، كذلك قامت الباحثة بالتحليل الكيفي لجميع القضايا الواردة في منشورات مرشحي الرئاسة الأربعة خلال فترة الدراسة وذلك لتحليل كل من القضايا الرئيسية وكذلك القضايا الفرعية التي تم تناولها ومناقشتها على صفحات المرشحين خلال فترة الدراسة، كما استخدمت الباحثة أسلوب الملاحظة: والذي وظفته في تحليل النتائج وتفسيرها، وذلك من خلال متابعتها اليومية لصفحات المرشحين خلال فترة الدراسة.

النتائج العامة للدراسة:

تنقسم نتائج الدراسة التحليلية إلى المحاور التالية:

المحور الأول: أهم العناصر الخاصة بالشكل المقدم به المنشورات على صفحة كل مرشح رئاسي.

المحور الثاني: أهم العناصر الخاصة بالمضمون المقدم به المنشورات على صفحة كل مرشح رئاسي.

المحور الثالث: التحليل الكيفي للقضايا الواردة على صفحة كل مرشح رئاسي.

المحور الأول: أهم العناصر الخاصة بالشكل المقدم به المنشورات على صفحة كل مرشح رئاسي

يتناول المحور التالي الفئات الخاصة بالشكل المقدم من خلالها المنشورات على صفحات المرشحين من حيث: عدد المنشورات، وعدد التعليقات، وعدد التفاعلات، وإعادة توجيه المنشور (الشير) على صفحة كل مرشح رئاسي، كذلك من حيث القالب المقدم من خلاله المنشورات على صفحات المرشحين.

• عدد المنشورات بصفحة كل مرشح رئاسي على موقع فيسبوك:

تشير بيانات الجدول التالي إلى عدد المنشورات الخاصة بصفحة كل مرشح رئاسي على موقع فيسبوك خلال فترة الانتخابات الرئاسية محل الدراسة لعام 2024 :

جدول (1) عدد المنشورات بصفحة كل مرشح رئاسي على موقع فيسبوك

النسبة	التكرار	صفحات المرشحين
49.6	173	صفحة المرشح عبد الفتاح السيسي
22.3	78	صفحة المرشح حازم عمر
21.5	75	صفحة المرشح فريد زهران
6.6	23	صفحة المرشح عبد السند يمامة
100.0	349	الإجمالي

تظهر بيانات الجدول السابق عدد المنشورات على صفحة كل مرشح رئاسي خلال فترة الدراسة، حيث تأتي صفحة المرشح عبد الفتاح السيسي في المرتبة الأولى من حيث عدد المنشورات خلال فترة الدراسة وذلك بنسبة %49.6، تليها صفحة المرشح حازم عمر بنسبة %22.3، والمرتبة الثالثة جاءت لصفحة المرشح فريد زهران بنسبة %21.5، وفي المرتبة الرابعة والأخيرة بنسبة %6.6 جاءت صفحة المرشح عبد السند يمامة. وبالتالي استخدم جميع المرشحين وسائل التواصل الاجتماعي، وقد اتفقت النتيجة السابقة مع نتيجة إحدى الدراسات التي أوضحت إن التصور السياسي الأكثر أهمية هو اتخاذ القرار الفعلي باستخدام الشبكة، وأوضحت النتائج أيضاً أن بعض المرشحين السياسيين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي أكثر من غيرهم معتقدين أن ذلك يخدم دوائهم الانتخابية، دراسة (Ha- ma. M, 2024)، وفي دراسة أخرى أظهرت النتائج أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت أحد أبرز الأدوات الاتصالية خلال الحملات الانتخابية بالجزائر، حيث تم توظيفها للترويج لأفكار المرشحين منذ الانتخابات الرئاسية 2014، تطور استخدام منصات التواصل الاجتماعي مع الانتخابات الرئاسية 2019، حيث عرفت استخدام كل المرشحين لمواقع التواصل لنشر رسائلهم الدعائية، دراسة (خالد بومخيلة، 2021).

• عدد التعليقات على المنشورات الخاصة بصفحة كل مرشح رئاسي

تشير بيانات الجدول التالي إلى عدد التعليقات على المنشورات الخاصة بصفحة كل مرشح رئاسي على موقع فيسبوك خلال فترة الانتخابات الرئاسية محل الدراسة عام 2024 :

جدول (2) عدد التعليقات على المنشورات الخاصة بصفحة كل مرشح رئاسي

الإجمالي	صفحات المرشحين				عدد التعليقات
	صفحة المرشح عبد السند يمامة	صفحة المرشح فريد زهران	صفحة المرشح حازم عمر	صفحة المرشح عبد الفتاح السيسي	
253	20	56	61	116	من 1 إلى أقل من 250
72.5%	87.0%	74.7%	78.2%	67.1%	
52	3	8	14	27	من 250 إلى أقل من 500
14.9%	13.0%	10.7%	17.9%	15.6%	
26	0	4	3	19	من 500 إلى أقل من 750
7.4%	0.0%	5.3%	3.8%	11.0%	
7	0	2	0	5	من 750 إلى أقل من 1000
2.0%	0.0%	2.7%	0.0%	2.9%	
11	0	5	0	6	1000 تعليق فأكثر
3.2%	0.0%	6.7%	0.0%	3.5%	
349	23	75	78	173	الإجمالي
100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

تظهر بيانات الجدول السابق عدد التعليقات التي وردت على منشورات صفحات مرشحي الرئاسة خلال فترة الدراسة، ومن الجدير بالذكر أن ترتيب فئات التحليل الثلاث الأولى قد اتفق مع ترتيب النسب المئوية لصفحات مرشحي الرئاسة الأربعة: حيث تبين أن فئة (من 1 إلى أقل من 250 تعليق) قد حصلت على المرتبة الأولى بين الفئات الأخرى وذلك لدى مرشحي الرئاسة الأربعة خلال فترة الدراسة، حيث حصلت على نسبة 67.1% لدى صفحة المرشح عبد الفتاح السيسي، 78.2% لصفحة المرشح حازم عمر، أما المرشح فريد زهران والمرشح عبد السند يمامة فقد حصلوا على نسبة 74.7% و 87.0% لكل منهما على التوالي، أما عن فئة (من 250 : أقل من 500 تعليق) فقد جاءت في المرتبة الثانية لدى صفحات المرشحين الأربعة أيضاً مع اختلاف النسبة المئوية لكل منهم، فحصلت صفحة المرشح عبد الفتاح السيسي على نسبة 15.6%، أما صفحة المرشح حازم عمر فقد حصلت على نسبة 17.9%، بينما صفحة المرشح فريد زهران حصلت على 10.7% و صفحة المرشح عبد السند يمامة على 13.0%، أما عن فئتي (من 750 : أقل من 1000) تعليق، وفئة (1000 تعليق فأكثر) فلم تظهر بهم أي نسب إلا لدى صفحتي المرشحين عبد الفتاح السيسي وفريد زهران، وذلك بنسبة 2.9%، 3.5% على التوالي للمرشح عبد الفتاح السيسي، 2.7%، 6.7% للمرشح فريد زهران.

عدد التفاعلات على المنشورات بصفحة كل مرشح رئاسي:

تظهر بيانات الجدول التالي عدد التفاعلات على المنشورات الخاصة بصفحة كل مرشح رئاسي على موقع فيسبوك خلال فترة الانتخابات الرئاسية محل الدراسة عام 2024 :

جدول (3) عدد التفاعلات على المنشورات بصفحة كل مرشح رئاسي

الإجمالي	صفحات المرشحين				عدد التفاعلات
	المرشح عبد السند يمامة	المرشح فريد زهران	المرشح حازم عمر	المرشح عبد الفتاح السيسي	
105	23	48	33	1	من 1 إلى أقل من 250 تفاعل
30.1%	100.0%	64.0%	42.3%	6%	
38	0	10	26	2	من 250 إلى أقل من 500 تفاعل
10.9%	0.0%	13.3%	33.3%	1.2%	
57	0	6	9	42	من 500 إلى أقل من 750 تفاعل
16.3%	0.0%	8.0%	11.5%	24.3%	
65	0	3	6	56	من 750 إلى أقل من 1000 تفاعل
18.6%	0.0%	4.0%	7.7%	32.4%	
84	0	8	4	72	1000 تفاعل فأكثر
24.1%	0.0%	10.7%	5.1%	41.6%	
349	23	75	78	173	الإجمالي
100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

تظهر بيانات الجدول السابق عدد التفاعلات على المنشورات الخاصة بصفحة كل مرشح رئاسي، حيث أظهرت النتائج أن فئة من (1: أقل من 250 تفاعل) قد جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 100% لصفحة المرشح عبد السند يمامة وعدد 23 منشور هم إجمالي حجم العينة، أما فئة من (250: أقل من 500 تفاعل) فقد جاءت صفحة المرشح حازم عمر في المرتبة الأولى بنسبة 33.3%، تليها في المرتبة الثانية والثالثة صفحتي المرشحين فريد زهران وعبد الفتاح السيسي بنسب (13.3%، 1.2%) على التوالي، أما فئة من (500: أقل من 750) وفئة من (750: أقل من 1000 تفاعل) فقد جاءت في المرتبة الأولى لدى صفحة المرشح عبد الفتاح السيسي بنسب 24.3%، 32.4% على التوالي، تليها صفحة المرشح حازم عمر بنسب (11.5%، 7.7%) على التوالي، أما عن فئة (1000 فأكثر) فقد حصلت صفحة المرشح عبد الفتاح السيسي على المرتبة الأولى بنسبة 41.6%، تليها صفحة المرشح فريد زهران بنسبة 10.7%.

وقد تتفق النتائج السابقة من حيث تفاعل الجمهور مع المحتوى المقدم من خلال صفحات مرشحي الرئاسة مع دراسة (علا حسانين، 2018)، والتي بينت أن أبرز دوافع استخدام الجمهور لشبكات التواصل الاجتماعي هو الحصول على المعلومات والمعارف عن الأنشطة السياسية المختلفة والمشاركة في الاستحقاقات الانتخابية.

• إعادة توجيه المنشور (الشير) على صفحة كل مرشح:

تظهر بيانات الجدول التالي عدد الشير على صفحة كل مرشح رئاسي على موقع فيسبوك خلال فترة الانتخابات الرئاسية محل الدراسة عام 2024 :

جدول (4) إعادة توجيه المنشور (الشير) على صفحة كل مرشح رئاسي

الإجمالي	صفحات المرشحين				عدد الشير
	المرشح عبد السند يمامة	المرشح فريد زهران	المرشح حازم عمر	المرشح عبد الفتاح السيسي	
178	23	52	70	33	من 1 إلى أقل
51.0%	100.0%	69.3%	89.7%	19.1%	من 50 شير
94		4	6	84	من 50 إلى أقل
26.9%		5.3%	7.7%	48.6%	من 100 شير
31		3	1	27	من 150 إلى أقل
8.9%		4.0%	1.3%	15.6%	من 200 شير
15		3	1	11	من 200 إلى أقل
4.3%		4.0%	1.3%	6.4%	من 250 شير
31		13		18	250 شير فأكثر
8.9%		17.3%		10.4%	
349	23	75	78	173	الإجمالي
100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

تظهر بيانات الجدول السابق عدد الشير على صفحة كل مرشح رئاسي على موقع فيسبوك خلال فترة الانتخابات الرئاسية محل الدراسة عام 2024 ، فقد أظهرت النتائج أن فئة من (1 : أقل من 50 شير) قد حصلت على المرتبة الأولى لدى صفحات ثلاثة من مرشحي الرئاسة وهم المرشح حازم عمر، المرشح فريد زهران، والمرشح عبد السند يمامة، وذلك بنسب %89.7، %69.3 و%100 على التوالي، بينما حصلت فئة (من 50 : أقل من 100 شير) على المرتبة الأولى لصفحة المرشح عبد الفتاح السيسي وذلك بنسبة %48.6 وعدد تكرارات 84 شير من إجمالي 173 منشور. أما فئة (250 شير فأكثر) فقد حصلت على المرتبة الرابعة لدى صفحة المرشح عبد الفتاح السيسي وذلك بنسبة %10.4 وعدد تكرارات 18 شير، بينما ظهرت بنسبة %17.3 حاصلة على المرتبة الثانية لدى صفحة المرشح فريد زهران. وتبين نتائج الجداول السابقة اهتمام الجمهور وتفاعله مع صفحات مرشحي الرئاسة عبر موقع فيسبوك، سواء كان هذا بالتعليق أو إعادة الشير أو حتى بالتفاعل على المنشورات.

وهو ما أكدته نتائج بعض الدراسات حول ارتفاع نسبة المشاركة عندما يكون الانتخاب بشأن اختيار رئيس الجمهورية أو الاستفتاء على الدستور أو تعديلاته بالمقارنة بتخفيض النسب في الانتخابات البرلمانية حيث يدرك الناخبين محورية دور رئيس الجمهورية في النظام السياسي باعتباره رئيس السلطة التنفيذية ولصلاحياته الواسعة مما يجعلهم حريصين على المشاركة في اختياره باعتباره رأس الدولة والمسئول الأول عنها، إلى جانب سهولة الانتخاب حيث يتطلب اختيار مرشح واحد على مستوى الجمهورية بينما النظام الانتخابي للانتخابات البرلمانية أكثر تعقيداً ويجمع بين القائمة والفردي ويتطلب اختيار أكثر من مرشح في كل دائرة انتخابية، ويتبين أيضاً أن أعلى نسبة مشاركة تحققت في الانتخابات الرئاسية 2014 (47,45%) بينما النسبة الأدنى هي في انتخابات مجلس الشيوخ 2020 (23%, 14)، (حنان أبو سكين، 2024)، وتؤكد نتائج دراسة أخرى أن انتخابات مجلس النواب والتي عقدت في 2020 قد شهدت زيادة طفيفة في معدلات المشاركة في التصويت بمقدار 1.3% مقارنة بانتخابات 2025 ولعل السبب في ذلك يرجع لوسائل التواصل الاجتماعي حيث كان هناك استخدام مكثف لمنصات الفيسبوك لحث المواطنين على المشاركة والتصويت، (محمد مختار، 2023)

• القالب المقدم من خلاله المنشورات على صفحات المرشحين:

تشير بيانات الجدول التالي إلى القالب المقدم من خلاله المنشورات الخاصة بصفحة كل مرشح رئاسي على موقع فيسبوك خلال فترة الانتخابات الرئاسية محل الدراسة عام 2024:

جدول (5) القالب المقدم من خلاله المنشورات على صفحات المرشحين

عدد الاستجابات	صفحات المرشحين				القالب
	المرشح عبد السند يمامة	المرشح فريد زهران	المرشح حازم عمر	المرشح عبد الفتاح السيسي	
342	23	75	78	166	نص
98.0%	100.0%	100.0%	100.0%	96.0%	
217	18	46	19	134	صورة
62.2%	78.3%	61.3%	24.4%	77.5%	
74	1	4	42	27	صورة نصية
21.2%	4.3%	5.3%	53.8%	15.6%	
56	4	25	14	13	فيديو
16.0%	17.4%	33.3%	17.9%	7.5%	
13			10	3	انفو جراف
3.7%			12.8%	1.7%	
					النقل عن صفحات الجهات والشخصيات العامة
349	23	75	78	173	عدد الاستجابات

* توجد إمكانية اختيار أكثر من بديل

تشير بيانات الجدول السابق إلى القالب المقدم من خلاله منشورات مرشحي الرئاسة على صفحة فيسبوك، وقد أظهرت النتائج أن قالب «النص المكتوب» جاء في المرتبة الأولى للصفحات الأربعة كما جاء مصاحبا لعدد من القوالب الأخرى مثل قالب الصورة والصورة النصية والانفوجراف، وعن صفحة المرشح عبد الفتاح السيسي فقد حصلت فئة (قالب النص المكتوب) على المرتبة الأولى وذلك بنسبة 96.0%، تليها فئة (قالب الصورة) بنسبة 77.5% وفي المرتبة الثالثة فئة (قال الصورة النصية) بنسبة 15.6%، واختلفت هذه النتائج مع دراسة (محمد معوض، وائل إسماعيل، 2020)، والتي أوضحت نتائجها أن المنشورات التي احتوت على « نص وصورة » جاءت في المرتبة الأولى عند كلا المرشحين، فقد بلغت نسبتها عند المرشح عبد الفتاح السيسي (33.87%)، أما عند المرشح حمدين صباحي فقد بلغت نسبتها (60.48%)، وتتفق النتائج السابقة مع نتائج دراسة (عادل صالح، 2021)، والتي بينت أن معظم الأخبار المنشورة في صفحات فيسبوك احتوت على مواد نصية حيث جاءت بنسبة 99% حيث أكدت تلك النتائج على الملامح العامة لصحافة وسائل التواصل الاجتماعي والتي مازالت تقوم على المحتوى النصي وعن صفحة المرشح حازم عمر فقد تباينت نسب استخدام منشورات صفحته الانتخابية بين القوالب المختلفة، فقد حصلت فئة (قالب النص) على المرتبة الأولى بنسبة 100%، تليها فئة (قالب صورة نصية) بنسبة 53.8% وفي المرتبة الثالثة فئة (قالب الصورة) بنسبة 24.4%، أما عن فئتي (قالب الفيديو والانفوجراف) فقد حصلتا على 17.9%، 12.8% لكل منهما على التوالي.

المحور الثاني: أهم العناصر الخاصة بالمضمون المقدم به المنشورات على صفحة كل مرشح رئاسي:

يتناول المحور التالي الفئات الخاصة بالمضمون، القضايا الرئيسية المطروحة في المنشورات على صفحات المرشحين، مصادر المعلومات حول القضايا الخاصة بصفحة كل مرشح رئاسي، طبيعة طرح القضايا الواردة في المنشورات الموجودة بصفحة كل مرشح رئاسي، محتوى المعلومات الواردة في المنشورات على صفحات المرشحين، الأفكار الواردة في المنشورات على صفحات كل مرشح رئاسي، دور الشخصيات الرئيسية الواردة في المنشورات على صفحة كل مرشح رئاسي.

• القضايا الرئيسية المطروحة في المنشورات على صفحات المرشحين:

تشير بيانات الجدول التالي إلى القضايا الرئيسية التي تناولتها المنشورات ونسبتها على صفحة كل مرشح رئاسي على موقع فيسبوك خلال فترة الانتخابات الرئاسية محل الدراسة عام 2024:

جدول رقم (6) القضايا الرئيسية المطروحة في المنشورات على صفحات المرشحين

عدد الاستجابات	صفحات المرشحين				القضية الرئيسية*
	المرشح عبد السند يمامة	المرشح فريد زهران	المرشح حازم عمر	المرشح عبد الفتاح السيسي	
90	4	31	17	38	القضايا الاجتماعية
25.8%	17.4%	41.3%	21.8%	22.0%	
114	6	35	39	34	القضايا الاقتصادية
32.7%	26.1%	46.7%	50.0%	19.7%	
324	23	75	56	170	القضايا السياسية
92.8%	87.0%	100%	71.7%	98.2%	
11	2	3	1	5	القضايا الدينية
3.2%	8.7%	4.0%	1.3%	2.9%	
20	3	5	4	8	القضايا الصحية والبيئية
5.7%	8.7%	6.7%	3.8%	4.0%	
19	4	2	11	2	القضايا القانونية والأمنية
5.4%	17.3%	2.7%	14.1%	1.2%	
29	3	6	7	13	القضايا التعليمية والتكنولوجية
8.3%	13.0%	8.0%	8.9%	7.5%	
4	1			3	القضايا الرياضية
1.1%	4.3%			1.7%	
349	23	75	78	173	عدد الاستجابات

* توجد إمكانية اختيار أكثر من بديل

تظهر بيانات الجدول السابق اهتمام صفحات مرشحي الرئاسة الأربعة بمتابعة عدد كبير من القضايا المجتمعية والتي تم حصرها في ثمانية قضايا رئيسية، وقد حصلت فيها القضايا السياسية على المرتبة الأولى وذلك بنسبة 94.5%، تليها القضايا الاقتصادية بنسبة 32.7%، بينما جاءت في المرتبة الثالثة القضايا الاجتماعية بنسبة 25.8%، أما عن القضايا التعليمية والتكنولوجية فقد برزت في المرتبة الرابعة من بين القضايا محل الاهتمام لدى صفحات مرشحي الرئاسة وذلك بنسبة 8.3% وعدد تكرارات 29، تليها في المرتبة اللاحقة فئة القضايا الصحية والبيئية بنسبة 5.7%، ثم فئة القضايا الأمنية والقانونية بنسبة 5.4%، وحصلت فئة القضايا الدينية على نسبة 3.2%، تليها في المرتبة الأخيرة فئة القضايا الرياضية بنسبة 1.1%.

أما عن صفحة كل مرشح رئاسي، فقد بلغت نسبة القضايا السياسية 57.7% بصفحة المرشح حازم عمر وذلك بتكرار 45 من إجمالي 78 منشور خلال فترة الدراسة، بينما حصلت على نسبة

88% بصفحة المرشح فريد زهران وذلك بتكرار 66 من إجمالي 75 منشور خلال فترة الدراسة، أما عن صفحة المرشح عبد السند يمامة فقد حظت القضايا السياسية بالمرتبة الأولى بنسبة 87% و20 تكرار من إجمالي 23 منشور خلال فترة الدراسة، وعن صفحة المرشح عبد الفتاح السيسي فقد جاءت القضايا السياسية في المقدمة بنسبة 82.7% و عدد تكرارات 143 من إجمالي 173 منشور خلال فترة الدراسة، وقد اتفقت نتائج الدراسة الحالية مع دراسة (مروة سلام، 2017)، وذلك في حصول القضايا السياسية على المرتبة الأولى من بين القضايا التي ركزت الحملة الانتخابية للرئيس السيسي وذلك سواء في انتخابات 2014 وحتى انتخابات 2023، ففي الأولى حصلت على نسبة 24.7% على موقع فيسبوك، أما في انتخابات 2023 فقد زادت لتصل إلى نسبة 82.7%، وكذلك اتفقت مع دراسة (محمد معوض، وائل إسماعيل)، في أن المنشورات ذات الطابع السياسي جاءت في المرتبة الأولى في انتخابات 2014 عند كلا المرشحين، حيث بلغت نسبتها عند المرشح عبد الفتاح السيسي (79.03%)، أما عند المرشح حمدين صباحي (71.77%).

وعن القضايا الاقتصادية والاجتماعية فقد تفاوتت درجة الاهتمام بكل منهما لدى صفحات مرشحي الرئاسة الأربعة، فقد حصلت القضايا الاقتصادية على المرتبة الثانية لدى صفحتي كل من المرشحين حازم عمر وفريد زهران وذلك بنسبة 50.0%، و46.7% وعدد تكرارات 39 و35 منشور لكل منهما على التوالي، بينما جاءت القضايا الاجتماعية في المرتبة الثانية لدى المرشح عبد الفتاح السيسي وذلك بنسبة 22.0% وعدد تكرارات 38 من إجمالي 143 منشور خلال فترة الدراسة، كما حصلت قضايا التعليم والتكنولوجيا على المرتبة الرابعة لدى صفحة المرشح عبد الفتاح السيسي وذلك بنسبة 7.5%، بينما جاءت القضايا الصحية والبيئية في المرتبة الخامسة بنسبة 4.0%، تليها القضايا الدينية بنسبة 2.9%، أما القضايا الأمنية والقانونية فقد جاءت بنسبة 1.2%، وفي المرتبة الثامنة والأخيرة جاءت قضايا الرياضة بنسبة 1.7%.

وعن صفحة المرشح فريد زهران، فقد حصلت فئة القضايا الأمنية والقانونية على المرتبة الرابعة بنسبة 14.1%، وفي المرتبة الخامسة جاءت فئة القضايا التعليمية والتكنولوجية بنسبة 8.9%، وفي المرتبة السادسة جاءت القضايا الصحية والبيئية بنسبة 3.8%، أما فئة القضايا الدينية فقد جاءت في المرتبة السابعة والأخيرة بنسبة 1.3%.

أما عن صفحة المرشح حازم عمر، فقد جاءت فئة القضايا التعليمية والتكنولوجية في المرتبة الرابعة بنسبة 8.0%، تليها فئة القضايا الصحية والبيئية بنسبة 6.7%، ثم فئة القضايا الدينية بنسبة 4.0% وفي المرتبة السابعة والأخيرة جاءت فئة القضايا القانونية والأمنية بنسبة 2.7%.

وعن صفحة المرشح عبد السند يمامة، فقد جاءت توحدت نسب الاهتمام ببعض القضايا، فقد جاءت كل من فئة القضايا الاجتماعية والقانونية والأمنية في المرتبة الثالثة بنسبة 17.3% لكل منهما، كما حصلت كل من فئة قضايا البيئة والصحة وفئة قضايا التعليم والتكنولوجيا على المرتبة الرابعة بنسبة 13.0% لكل منهما، أما عن فئتي القضايا الدينية والرياضية، فقد حصلت كل منهما على نسب 8.7%، و4.3% على التوالي.

• مصادر المعلومات حول القضايا الخاصة بصفحة كل مرشح رئاسي:

تشير بيانات الجدول التالي إلى مصادر المعلومات حول القضايا الخاصة بصفحة كل مرشح رئاسي على موقع فيسبوك خلال فترة الانتخابات الرئاسية محل الدراسة عام 2024 :

جدول (7) مصادر المعلومات حول القضايا الخاصة بصفحة كل مرشح رئاسي

عدد الاستجابات	صفحات المرشحين				المصادر
	المرشح عبد السند يمامة	المرشح فريد زهران	المرشح حازم عمر	المرشح عبد الفتاح السيسي	
330	9	75	78	168	المرشح نفسه
94.6%	39.1%	100.0%	100.0%	97.1%	
17		14	1	2	جهات تشريعية (مجلس نواب- شيخوخ)
4.9%		18.7%	1.3%	1.2%	
164	18	54	16	76	أحزاب سياسية
47.0%	78.3%	72.0%	20.5%	43.9%	
3		3			جامعات ومراكز بحوث
9%		4.0%			
81	5	48	15	13	خبراء ومتخصصون مستقلون
23.2%	21.7%	64.0%	19.2%	7.5%	
21	4	1		16	مجالس قومية متخصصة
6.0%	17.4%	1.3%		9.2%	
74	5	10	7	52	نقابات واتحادات وغرف تجارية
21.2%	21.7%	13.3%	9.0%	30.1%	
33		7	4	22	مجتمع مدني
9.5%		9.3%	5.1%	12.7%	
30	5	18	2	5	رجال دين
8.6%	21.7%	24.0%	2.6%	2.9%	
1			1		مصادر أمنية
3%			1.3%		
127	7	68	50	2	وسائل اتصال وإعلام
36.4%	30.4%	90.7%	64.1%	1.2%	
					وكالات أنباء
159	7	45	20	87	جمهور عام
45.6%	30.4%	60.0%	25.6%	50.3%	
19	1	1	4	13	شخصيات رياضية أو فنية
5.4%	4.3%	1.3%	5.1%	7.5%	
17	2	3	2	10	كتاب وأدباء وشعراء
4.9%	8.7%	4.0%	2.6%	5.8%	
2				2	الكيانات الشبابية
6%				1.2%	
7		1	1	5	المصريين بالخارج
2.0%		1.3%	1.3%	2.9%	
5		3	2		شخصيات وجهات دولية
1.4%		4.0%	2.6%		
349	23	75	78	173	عدد الاستجابات

*توجد امكانية اختيار أكثر من بديل

تظهر بيانات الجدول تعدد مصادر المعلومات حول القضايا المطروحة للمناقشة على صفحات المرشحين بموقع فيسبوك خلال فترة الدراسة، فقد حصلت صفحة كل من المرشح فريد زهران والمرشح حازم على نسبة 100% من إجمالي حجم العينة الخاصة بهما في الاعتماد على المرشح نفسه كمصدر أساسي للمعلومات حول القضايا المختلفة، بينما حصلت صفحة المرشح عبد الفتاح السيسي على نسبة 97.1%، أما صفحة المرشح عبد السند يمامة فقد كانت النسبة 39.1%.

وتتسق البيانات السابقة مع نتائج دراسة (محمد عبد اللطيف، 2020)، التي بينت أن مستخدمي المنصات الاتصالية في أوقات الانتخابات يكونوا أكثر تواصلًا مع المنشورات في حالة صدورهم من الشخصيات الرئيسية كالمترشح نفسه، والذي يعتبر هو نمط التحقق المباشر لديهم، كذلك الاحتكاك المباشر مع المرشحين في بيئة الحملة الانتخابية أو التواصل المباشر معهم من خلال شبكات التواصل الاجتماعي.

أما عن فئة الأحزاب السياسية كأحد مصادر المعلومات حول القضايا المطروحة فقد حصلت على نسب متقدمة لدى صفحات مرشحي الرئاسة الأربع بشكل عام، فقد سجلت النتائج حصول صفحة المرشح عبد السند يمامة على نسبة 78.3% وعدد تكرارات 18 منشور من إجمالي حجم العينة وهي بذلك تحصل على المرتبة الأولى من بين مصادر المعلومات التي اعتمد عليها المرشح خلال فترة الدراسة، بينما جاءت في المرتبة الثانية لدى المرشح فريد زهران وذلك بنسبة 72.0% وعدد تكرارات 54 من إجمالي 75 منشور خلال فترة الدراسة، كما جاءت بنسبة 43.9% لدى صفحة المرشح عبد الفتاح السيسي و 20.5% لدى صفحة المرشح حازم عمر.

كما توضح بيانات الجدول السابق اهتمام صفحات كافة المرشحين بالاعتماد على الجمهور العام كأحد مصادر المعلومات، حيث حصلت صفحة المرشح عبد الفتاح السيسي على نسبة 50.3% وعدد 87 منشور من إجمالي حجم العينة، كما حصلت صفحة المرشح حازم عمر على نسبة 25.6% وعدد 20 منشور، كما أظهرت صفحات المرشحين الآخرين اهتمامًا بالجمهور العام حيث جاءت النسبة 60% لصفحة المرشح فريد زهران و30.4% للمرشح عبد السند يمامة طبقًا لحجم العينة الخاص بكل منهم خلال فترة الدراسة.

أما عن فئة «الاستعانة بالشخصيات الرياضية والعامّة»، فقد بينت النتائج اهتمام صفحات مرشحي الرئاسة بها كأحد مصادر المعلومات، حيث حصلت صفحة المرشح عبد الفتاح السيسي على نسبة 7.5% وعدد تكرارات 13 من إجمالي 173 منشور خلال فترة الدراسة، كما سجلت صفحة المرشح حازم عمر نسبة 5.1% بتكرارات 4 من إجمالي 78 منشور.

كما سجلت النتائج اهتمام صفحة المرشح عبد الفتاح السيسي بالكيانات الشبابية كأحد مصادر المعلومات، فهي الصفحة الوحيدة التي اعتمدت ذلك بنسبة 1.2% بعدد تكرارات 2 من إجمالي 173. وتتفق النتائج السابقة مع دراسة (محمد خليفة، 2018)، والتي بينت أن من أبرز الدوافع السياسية لاستخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي هو الحصول على معلومات حول المرشحين وإبداء آرائهم في القضايا والموضوعات والأحداث السياسية الجارية وذلك لتكوين رأي محايد حولهم.

• **طبيعة طرح القضايا الواردة في المنشورات الموجودة بصفحة كل مرشح رئاسي:**

تشير بيانات الجدول التالي إلى طبيعة طرح القضايا الواردة في المنشورات على صفحة كل مرشح رئاسي على موقع فيسبوك خلال فترة الانتخابات الرئاسية محل الدراسة علم 2024 :

جدول (8) طبيعة طرح القضايا الواردة في المنشورات الموجودة بصفحة كل مرشح رئاسي

الإجمالي	صفحات المرشحين				طبيعة طرح القضية
	المرشح عبد السند يمامة	المرشح فريد زهران	المرشح حازم عمر	المرشح عبد الفتاح السيسي	
293	21	34	65	173	طرح للجوانب الإيجابية فقط
84.0%	91.3%	45.3%	83.3%	100.0%	طرح للجوانب السلبية فقط
37		37			التوازن في طرح الإيجابيات والسلبيات
10.6%		49.3%			الإجمالي
19	2	4	13		
5.4%	8.7%	5.3%	16.6%		
349	23	75	78	173	
100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

توضح بيانات الجدول السابق طبيعة طرح الجوانب المختلفة للقضية خلال فترة الدراسة، وقد تبين أن صفحة المرشح الرئاسي عبد الفتاح السيسي قد حصلت على نسبة 100% من حيث طرح الجوانب الإيجابية للقضايا وذلك بعدد 173 منشور خلال فترة الدراسة، في حين حصلت صفحة المرشح عبد السند يمامة على 91.3% بعدد 21 منشور من إجمالي 23 خلال فترة الدراسة، أما صفحة المرشح حازم عمر فقد تنوعت جوانب عرض القضايا حيث حصلت فئة عرض الجوانب الإيجابية فقط على نسبة 83.3% بينما جاءت فئة عرض الإيجابيات والسلبيات بنسبة 16.6% خلال فترة الدراسة وأخيراً أظهرت صفحة المرشح فريد زهران تنوع بين الفئات الثلاثة، فقد حصلت عرض الإيجابيات فقط على نسبة 45.3% بعدد 34 منشور من إجمالي 75 طول فترة الدراسة، بينما السلبيات فقط على نسبة 49.3% أما التوازن في عرض القضايا فقد جاء في المرتبة الثالثة بنسبة 5.3%.

• **محتوى المعلومات الواردة في المنشورات على صفحات المرشحين:**

تشير بيانات الجدول التالي إلى محتوى المعلومات الواردة في المنشورات الخاصة بصفحة كل مرشح رئاسي على موقع فيسبوك خلال فترة الانتخابات الرئاسية محل الدراسة علم 2024 :

جدول (9) محتوى المعلومات الواردة في المنشورات على صفحات المرشحين

عدد الاستجابات	صفحات المرشحين				محتوى المعلومات الواردة بالمنشور *
	المرشح عبد السند يمامة	المرشح فريد زهران	المرشح حازم عمر	المرشح عبد الفتاح السيسي	
332	23	75	78	156	تصريحات أو بيانات رسمية
95.1%	100.0%	100.0%	100.0%	90.2%	
234	22	32	40	140	تفاصيل إخبارية عن الموضوع
67.0%	95.7%	42.7%	51.3%	80.9%	
280	23	73	73	111	معلومات وحقائق مرتبطة بالموضوع
80.2%	100.0%	97.3%	93.6%	64.2%	
54	1	18	14	21	إحصاءات وأرقام تتعلق بالموضوع
15.5%	4.3%	24.0%	17.9%	12.1%	
228	23	74	75	56	آراء وأفكار حول الموضوع
65.3%	100.0%	98.7%	96.2%	32.4%	
349	23	75	78	173	عدد الاستجابات

* توجد إمكانية اختيار أكثر من بديل

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن هناك تنوع في طبيعة المعلومات الواردة حول الموضوعات والقضايا محل النقاش خلال فترة الدراسة، جاءت فئة «التصريحات أو البيانات الرسمية» في المرتبة الأولى لدى صفحات مرشحي الرئاسة الأربعة، فقد حصلت على نسبة 100% لدى كل من المرشح حازم عمر، والمرشح فريد زهران والمرشح عبد السند يمامة، بينما حصلت على نسبة 90.2% لدى صفحة المرشح عبد الفتاح السيسي. أما عن فئة «تفاصيل إخبارية» فقد جاءت في المرتبة الثانية لدى كل من المرشح عبد الفتاح السيسي بنسبة 80.9%، والمرشح عبد السند يمامة بنسبة 95.7%.

أما عن فئة «معلومات وحقائق» فقد حصلت على المرتبة الثانية لدى كل من صفحات المرشحين حازم عمر وفريد زهران وذلك بنسب 93.6% و97.3% لكل منهما على التوالي، وجاءت في المرتبة الثالثة بنسبة 64.2% لدى صفحة المرشح عبد الفتاح السيسي، بينما حصلت فئة (الإحصاءات والأرقام حول الموضوعات المطروحة بالمنشورات) على نسب أقل من غيرها على صفحات المرشحين الأربعة، حيث جاءت بنسبة 12.1% على صفحة المرشح عبد الفتاح السيسي وبعدها تكرارات 21 من إجمالي 173، بينما جاءت بنسبة 17.9% وعدد 14 من إجمالي 28 منشور بصفحة المرشح حازم عمر، أما عن المرشح فريد زهران فقد حصل على نسبة 24% وعدد 18 من إجمالي 74 منشور، وأخيرا حصل المرشح عبد السند يمامة على نسبة 4.3% وعدد منشور واحد من إجمالي 23 منشور خلال فترة الدراسة.

• الأفكار الواردة في المنشورات على صفحات كل مرشح:

تشير بيانات الجدول التالي إلى الأفكار الأساسية الواردة في المنشورات الخاصة بصفحة كل مرشح رئاسي على موقع فيسبوك خلال فترة الانتخابات الرئاسية محل الدراسة عام 2024 :

جدول (10) الأفكار الواردة في المنشورات على صفحات كل مرشح رئاسي

عدد الاستجابات	صفحات المرشحين				الأفكار الواردة في المنشورات*
	المرشح عبد السند يمامة	المرشح فريد زهران	المرشح حازم عمر	المرشح عبد الفتاح السيسي	
341	21	72	75	173	البرنامج الانتخابي للمرشح
97.7%	91.3%	96.0%	96.2%	100.0%	
347	23	75	77	172	دعاية مباشرة للمرشح
99.4%	100.0%	100.0%	98.7%	99.4%	
107	6	59	42		دعاية مضادة ضد المرشح الأخر
30.7%	26.1%	78.7%	53.8%		
269	20	74	77	98	آراء المرشح في بعض القضايا العامة
77.1%	87.0%	98.7%	98.7%	56.6%	
349	23	75	78	173	عدد الاستجابات

* توجد إمكانية اختيار أكثر من بديل

توضح بيانات الجدول السابق الأفكار الأساسية الواردة في المنشورات الخاصة بصفحات مرشحي الرئاسة، فعن فئة «البرنامج الانتخابي للمرشح»، فقد حصلت صفحة المرشح عبد الفتاح السيسي بنسبة 100% وعدد تكرارات 173 منشور هم إجمالي عينة الدراسة، وبنسبة 96.2%، 96% لكل من المرشح حازم عمر والمرشح فريد زهران وعدد 75، 72 منشور على التوالي من إجمالي عينة الدراسة لديهم، أما المرشح عبد السند يمامة فقد حصل على نسبة 91.3% بعدد 21 تكرار من إجمالي 23 منشور إجمالي عينة الدراسة.

كما أظهرت النتائج أيضا اهتمام الصفحات الأربعة بالتركيز على «الدعاية المباشرة للمرشح»، حيث جاءت بنسبة 100% على صفحة كل من المرشح فريد زهران والمرشح عبد السند يمامة، أما صفحة المرشح عبد الفتاح السيسي فقد حصلت على نسبة 99.4% بإجمالي عدد 172، بينما جاءت بنسبة 98.7% بصفحة المرشح حازم عمر وذلك بإجمالي 77 منشور.

أما عن فئة «الدعاية المضادة للمرشح الأخر»، فلم تسجل صفحة المرشح عبد الفتاح السيسي أية نسبة في تلك الفئة، بينما سجلت باقي الصفحات، فقد حصلت صفحة المرشح فريد زهران على نسبة 78.7% بعدد 59 تكرار، بينما صفحة المرشح حازم عمر حصلت على نسبة 53.8% بعدد 59 تكرار وأخيرا صفحة المرشح عبد السند يمامة على 26.1% وعدد 6 تكرارات من إجمالي عدد المنشورات لدى كل منهم.

• التجاوزات الواردة في المنشورات بصفحات مرشحي الرئاسة:

تشير بيانات الجدول التالي إلى طبيعة التجاوزات الواردة في المنشورات الخاصة بصفحة كل مرشح رئاسي على موقع فيسبوك خلال فترة الانتخابات الرئاسية محل الدراسة علم 2024:

جدول (11) التجاوزات الواردة في المنشورات بصفحات مرشحي الرئاسة

عدد الاستجابات	صفحات المرشحين				التجاوزات الواردة
	المرشح عبد السند يمامة	المرشح فريد زهران	المرشح حازم عمر	المرشح عبد الفتاح السيسي	
18	2	6	10		نشر مواد مجهولة المصدر
5.2%	8.7%	8.0%	12.8%		
17	1	6	10		توظيف أرقام وإحصاءات غير محددة المصدر
4.9%	4.3%	8.0%	12.8%		
					ورود عبارات تتضمن سباً وقذفاً لبعض المساس بالحياة الخاصة للأفراد
314	20	62	59	173	لا يوجد تجاوزات واردة
90.0%	87.0%	82.7%	75.6%	100.0%	
349	23	75	78	173	عدد الاستجابات

* توجد إمكانية اختيار أكثر من بديل

توضح بيانات الجدول السابق نسبة التجاوزات الواردة على صفحات مرشحي الرئاسة الأربع خلال فترة الدراسة، وقد أفادت النسب قلة التجاوزات الواردة في منشورات صفحات المرشحين بشكل عام، فعن صفحة المرشح الرئاسي عبد الفتاح السيسي حصلت فئة «لا يوجد وجود تجاوزات» على نسبة 100% خلال فترة الدراسة، بينما حصلت صفحة المرشح حازم عمر على نسبة 75.6% وصفحة المرشح فريد زهران على نسبة 82.7%، أما صفحة المرشح عبد السند يمامة فقد كانت النسبة 87.0%

أما عن فئة «نشر بعض المواد مجهولة المصدر» فقد حصلت صفحة المرشح حازم عمر على نسبة 12.8% وعدد 10 تكرارات، بينما ظهرت على صفحة المرشح فريد زهران بنسبة 8.0% وعدد 6 تكرارات وبنسبة 8.7% وعدد 2 تكرار على صفحة المرشح عبد السند يمامة، وعن فئة «توظيف أرقام وإحصاءات غير محددة المصدر»، فقد جاءت بنسبة 12.8% وعدد 10 تكرارات على صفحة حازم عمر، أما صفحة المرشح فريد زهران فقد حصلت على نسبة 8.0% وعدد 6 تكرارات، أخيراً صفحة المرشح عبد السند يمامة بنسبة 4.3% وتكرار واحد فقط وذلك من إجمالي عدد التكرارات الخاصة بإجمالي عينة الدراسة لدى كل مرشح.

• دور الشخصيات الرئيسية الواردة في المنشورات على صفحة كل مرشح رئاسي:

تشير بيانات الجدول التالي إلى دور الشخصيات الرئيسية الواردة في المنشورات الخاصة بصفحة كل مرشح رئاسي على موقع فيسبوك خلال فترة الانتخابات الرئاسية محل الدراسة عام 2024 :

جدول (12) دور الشخصيات الرئيسية الواردة في المنشورات على صفحة كل مرشح رئاسي

عدد الاستجابات	صفحات المرشحين				طبيعة الدور	القوى والشخصيات الرئيسية الفاعلة*
	المرشح عبد السند يمامة	المرشح فريد زهران	المرشح حازم عمر	المرشح عبد الفتاح السيسي		
348	22	75	78	173	إيجابي 100.0%	المرشح الرئاسي نفسه
	99.7%	95.7%	100.0%	100.0%		
11				11	إيجابي 6.4%	المرشح الآخر
	3.2%					
	5		3	2		محايد
	1.4%		4.0%	2.6%		
	24	2	11	2	9	سلي
	6.9%	8.7%	14.7%	2.6%	5.2%	
118	4	31	3	80	إيجابي 46.2%	أحزاب سياسية
	33.8%	17.4%	41.3%	3.8%		
	34	6	18	10		محايد
	9.7%	26.1%	24.0%	12.8%		
	10	2	4	4		سلي
	2.9%	8.7%	5.3%	5.1%		
5		4		1	إيجابي 6%	جهات تشريعية (مجلس نواب - مجلس الشيوخ)
	1.4%		5.3%			
	8		7	1		محايد
	2.3%		9.3%	1.3%		
	4		4			سلي
	1.1%		5.3%			
84	1	52	25	6	إيجابي 3.5%	ش
	24.1%	4.3%	69.3%	32.1%		
	32	3	9	20		محايد
	9.2%	13.0%	12.0%	25.6%		
	8		8			سلي
	2.3%		10.7%			

عدد الاستجابات	صفحات المرشحين				طبيعة الدور	القوى والشخصيات الرئيسية الفاعلة*
	المرشح عبد السند يمامة	المرشح فريد زهران	المرشح حازم عمر	المرشح عبد الفتاح السيسي		
6		3		3	إيجابي	جهات قضائية محايد
	1.7%		4.0%		1.7%	
	2	1		1		
	6%	4.3%		1.3%		
2				2	إيجابي	شخصيات رياضية
	6%				1.2%	
22				22	إيجابي	اتحادات ونقابات عامة
	6.3%				12.7%	
3				3	إيجابي	الكيانات الشبابية محايد
	9%				1.7%	
	7		6	1		
	2.0%		8.0%	1.3%		
9	1	3	1	4	إيجابي	دور العبادة (الجوامع والكنائس رجال الدين)
	2.6%	4.3%	4.0%	1.3%	2.3%	
11				11	إيجابي	الجاليات المصرية بالخارج محايد
	3.2%				6.4%	
	5	1	2	2		
	1.4%	4.3%	2.7%	2.6%		
4		2	2		محايد	شخصيات وجهات دولية
	1.1%		2.7%	2.6%		
	1		1			سلي
	3%		1.3%			
						لا يوجد
	349	23	75	78	173	عدد الاستجابات

* توجد إمكانية اختيار أكثر من بديل

تظهر بيانات الجدول السابق اهتمام صفحات المرشحين الأربعة على حد سواء بأهمية الدور الإيجابي للمرشح نفسه كأحد القوى الفاعلة من خلال المنشورات على صفحاتهم الانتخابية عبر منصة فيسبوك، حيث جاءت بنسبة 100% على صفحات كل من المرشح عبد الفتاح السيسي، المرشح حازم عمر والمرشح

فريد زهران، أما المرشح عبد السنند يمامة فقد ظهرت بنسبة 95.7% وذلك من إجمالي عينة الدراسة لدى كل منهم.

وعن دور شخصية المرشح الآخر في المنشورات، فقد أظهرت النتائج أن صفحة المرشح عبد الفتاح السيسي هي الوحيدة التي أظهرت شخصية المرشح الآخر بشكل إيجابي وذلك بنسبة 6.4% وعدد 11 تكرار، بينما أظهرت بنسبة 5.2% دور المرشح الآخر بشكل سلبي وعدد 9 تكرارات من إجمالي عينة الدراسة، وعن دور الأحزاب السياسية كأحد القوى الفاعلة من خلال المنشورات خلال فترة الدراسة، فقد عمدت بعض الصفحات إلى الحديث عنها بشكل محايد، حيث جاءت على صفحات المرشحين عبد السنند يمامة، فريد زهران حازم عمر بالنسب التالية 26.1%، 24.0%، 12.8% على التوالي وذلك من إجمالي عينة الدراسة لديهم، في حين ظهر دور الأحزاب السياسية بشكل إيجابي على صفحة المرشح عبد الفتاح السيسي بنسبة 46.2%، أما عن الكيانات الشبابية ودورها كأحد القوى الفاعلة، فقد أظهرت النتائج حرص صفحة المرشح عبد الفتاح السيسي على إظهارها بشكل إيجابي وذلك بنسبة 2.3% بعدد 4 تكرارات، بينما أوضحت النتائج تناول تلك القوى بشكل محايد من خلال المنشورات على صفحات كل من المرشح حازم عمر وفريد زهران وذلك بنسبة 1.3%، 8.0% على التوالي وذلك من إجمالي عينة الدراسة الخاصة بكل منهم.

وقد أظهرت بعض الصفحات اهتماما محايدا بدور الجاليات المصرية في الخارج كأحد القوى الفاعلة، وذلك بالنسب التالية (2.6%، 2.7%، 4.1%) وذلك على صفحات كل من المرشح حازم عمر، فريد زهران وعبد السنند يمامة وذلك من إجمالي عينة الدراسة خلال فترة الدراسة، بينما ظهرت بشكل إيجابي وبنسبة 6.4% وعدد 11 تكرار على صفحة المرشح عبد الفتاح السيسي وذلك من إجمالي العينة خلال فترة الدراسة.

المحور الثالث: التحليل الكيفي للقضايا الواردة على صفحة كل مرشح رئاسي.

قامت الباحثة من خلال متابعتها لصفحات مرشحي الرئاسة خلال فترة الدراسة من 9 حتى 30 نوفمبر، بعمل مسح شامل لجميع المنشورات الموجودة على الصفحة الرسمية لكل مرشح، حيث قامت بتدوين كافة المنشورات وعددها (349) منشور، وذلك بهدف تحليل جميع القضايا الواردة فيها كفيًا وذلك بغرض التعرف على طبيعة القضايا الرئيسية منها ومدى الاهتمام الموجه لها على صفحة كل مرشح رئاسي وكذلك جميع القضايا الفرعية المنبثقة منها، وقد أظهرت نتائج التحليل الكيفي تفاوت الاهتمام بتلك القضايا لدى كل مرشح، إلا أن هناك إجماع عام لدى صفحات المرشحين الأربعة على الاهتمام بالقضايا السياسية، حيث جاءت في المرتبة الأولى كما جاءت في التحليل الكمي، وستقوم الباحثة بمناقشة نتائج التحليل الكيفي على الصفحة الانتخابية لكل مرشح رئاسي:

صفحة المرشح عبد الفتاح السيسي:

أولاً القضايا السياسية: جاءت القضية الفلسطينية على رأس القضايا السياسية والتي اهتمت بها المنشورات الخاصة بصفحات مرشحي الرئاسة جميعاً، حيث أظهرت النتائج أن القضية الفلسطينية جاءت بنسبة %15.6 وعدد تكرارات 27 منشور من إجمالي حجم عينة الدراسة، أما عن نتائج التحليل الكيفي فقد أظهرت أن القضية الفلسطينية قد نوقشت كأحد القضايا السياسية الرئيسية والتي تناولتها منشورات الصفحة، حيث وجهت صفحة المرشح حملة من خلال منشورات الصفحة والتي منها «انطلاق فعالية «تحيا مصر استجابة شعب # تضامنا- مع- فلسطين» تحت رعاية الرئيس عبد الفتاح السيسي»، كما أنها تضمنت عدداً من القضايا الفرعية مثل:

- دور مصر في دعم القضية وتكثيف المساعدات المقدمة لإغاثة أهالي قطاع غزة.
- فتح معبر رفح لعلاج الجرحى الفلسطينيين وإدخال المساعدات.
- استقبال حاملي الجنسية المزدوجة.
- إدخال المساعدات لقطاع غزة وتسخير كافة الإمكانيات والجهود لأشقائنا في فلسطين.
- التأكيد على أن حل القضية الفلسطينية ليس التهجير، ولكن هو العدل بحصول الفلسطينيين على حقوقهم المشروعة، حيث عرض المرشح ذلك من خلال منشورات صفحته قائلاً: «إن حل القضية الفلسطينية، ليس التهجير وليس إزاحة شعب بأكمله إلى مناطق أخرى بل إن حلها الوحيد، هو العدل، بحصول الفلسطينيين على حقوقهم المشروعة، في تقرير المصير، والعيش بكرامة وأمان، في دولة مستقلة على أرضهم مثلهم مثل باقي شعوب الأرض # عبد-الفتاح-السيسي # تحيا-مصر # رمز-النجمة».
- تخفيض أوجه الدعاية الانتخابية للحملة الرسمية إلى حدودها الدنيا دعم الأشقاء في فلسطين.
- التركيز على أن التضامن العربي يمكن أن يكون السبيل لتخفيف معاناتهم وتحقيق العدالة والسلام في المنطقة.
- رفض تصفية القضية الفلسطينية وتهجير الفلسطينيين والتأكيد على ضرورة وقف إطلاق النار.
- وجوب نفاذ المساعدات بشكل مستدام ودائم لسكان قطاع غزة ورفض تعرض الأبرياء في سياسات العقاب الجماعي من حصار وتجويع أو تهجير.
- موقف القيادة السياسية في الوقوف بوضوح شديد ضد تصفية القضية الفلسطينية.
- نداء لجميع الأحزاب والجهات المؤيدة بالتبرع في حساب المؤسسات والجمعيات الأهلية لخدمة القضية الفلسطينية.
- الشكر لحزب حماة الوطن على تبرعهم بمبلغ ١٠ مليون جنيه لدعم القضية الفلسطينية.

- نداء لجميع الأحزاب والجهات المؤيدة بالتبرع في حساب المؤسسات والجمعيات الأهلية لخدمة القضية الفلسطينية.
- القبائل العربية مكون أساسي من مكونات المجتمع المصري حيث عرض المرشح من خلال صفحته الانتخابية منشورا حول «انطلاق مؤتمر مجلس القبائل والعائلات المصرية والمنعقد تحت عنوان- صوت غزة من القاهرة - وذلك لدعم أشقائنا الفلسطينيين في غزة بمشاركة أحزاب حماة الوطن ومستقبل الوطن وينسقه شباب الأحزاب والسياسيين وعدد من الشخصيات من رموز المجتمع وشاركت الحملة الرسمية للمرشح في المؤتمر وتوجهت بالشكر لمجلس القبائل والعائلات المصرية على دعوة الحملة لحضور هذه الفاعلية التي تأتي في سياق الدعم الشعبي المتواصل للموقف المصري الراسخ من القضية الفلسطينية مؤكداً أن القبائل العربية مكون أساسي من مكونات المجتمع المصري ولهم دور مُقدر في مكافحة الإرهاب وتأمين الحدود بالاشتراك مع القوات المسلحة والشرطة المصرية وتقديم تضحيات عديدة في سبيل ذلك متوجهاً بالشكر لكل من ساهم في معاونة المؤسسات الدولية والمحلية في نقل وتحميل قوافل المساعدات الإنسانية وتقديم الدعم اللوجستي لها لتسهيل وصولها إلى معبر رفح البري».

كما بينت نتائج التحليل الكيفي ظهور عدد آخر من القضايا السياسية الفرعية
والتي ركزت عليها صفحة المرشح والتي منها:

- حرص المرشح الرئاسي على الاهتمام بكافة الملفات منها الحماية الاجتماعية والعدالة الاجتماعية، والتركيز على إيمان القيادة السياسية بتحسين مستوى معيشة المواطن.
- إبراز أن التحديات التي مرت بالبلاد قد أثقلت الحياة السياسية.
- التركيز على ضرورة المشاركة في الاستحقاق الانتخابي مع الالتزام بكافة المعايير والمبادئ التي تنتهجها الحملة الانتخابية، وكذلك التوعية بضرورة وأهمية المشاركة في العملية الانتخابية ودعم المرشح عبد الفتاح السيسي وزيادة وعي المرأة وتشجيعها على المشاركة الفعالة في العملية الانتخابية.
- إبراز تعدد المؤتمرات والندوات الجماهيرية التي نظمتها الأحزاب والمحافظات لدعم وتأييد المرشح في الانتخابات الرئاسية بكافة المحافظات وتوضيح أن حزب حماة الوطن كان من أوائل الأحزاب التي أعلنت دعمها وتأييدها للمرشح.
- استقبال ممثلي قطاعات المجتمع المصري للاستماع إلى رؤاهم ومقترحاتهم للمرحلة المقبلة.
- التأكيد على أن المشهد الانتخابي في مصر يعكس مدى الإصلاح السياسي ومدى ثقة الشعب المصري في هذه الإصلاحات وفي المرشح، كذلك التأكيد على دور الهيئة الوطنية للانتخابات وما بذلته من جهود للاستعدادات العملية الانتخابية خارج مصر وداخلها واستعراض القواعد الاسترشادية والضوابط الحاكمة للعملية الانتخابية خارج البلاد.

ثانياً: القضايا الاقتصادية: أولت الحملة الانتخابية للمرشح اهتماماً بإبراز بمناقشة القضايا الاقتصادية، وقد ظهر ذلك من خلال التحليل الكيفي للمنشورات خلال فترة الدراسة:

• تولى الدولة المصرية اهتماماً بالغاً بتنمية سيناء عن طريق إطلاق العديد من المشروعات التنموية وإطلاق استراتيجية وطنية لتنميتها.

• دور النقابة في تقديم خدماتها الصحية والاجتماعية والعمل على رفع المستوى الاقتصادي والمهني للعاملين بها.

• القطاع الزراعي شهد الكثير من التطورات والإنجازات.

• قطاع السياحة والطيران تساهمان بشكل كبير في اقتصاد الدولة المصرية.

• المرشح الرئاسي أولى اهتماماً بتطوير البنية التحتية وتحقيق العديد من الإنجازات، حيث نشرت صفحة المرشح «أكدت الحملة أن المرشح الرئاسي أنه لا بد من توفير مظلة يستظل بها جميع المصريين وأن إنجازاته شاهده على ذلك وان البنية التحتية وشبكة الطرق كان لها بالغ الأثر في تنمية الدولة وسهولة الوصول إلى المناطق الحدودية وفي نفس السياق أشاد أهالي سيناء بإنجازات الدولة المصرية في تعمير سيناء وإطلاق المشروعات القومية المختلفة التي ساهمت في توفير فرص عمل للكثير من الشباب».

• القيادة السياسية تهتم بإعادة إحياء دور النقابات وتوفير الأمن والاستقرار وتطوير الجهاز الإداري للدولة ورفع كفاءة العاملين.

• شهدت مصر على مدار السنوات التسع الماضية تطوراً غير مسبوق في البنية الأساسية للدولة في المرحلة الصعبة من بناء الوطن قد مرت والتي شملت مشروعات البنية التحتية ومشروعات اقتصادية ضخمة وتدشين العديد من المبادرات الصحية.

• مجابهة التحديات على الأراضي الزراعية واستصلاح مساحات جديدة كما وفرت فرص عمل وساهمت في زيادة حجم الإنتاج الزراعي.

• القطاع التعاوني في مصر له مهمة مجتمعية كبيرة فهو أداة مهمة لضبط الأسعار فالحركة التعاونية في مصر قديمة.

• الدولة المصرية بذلت جهوداً أكبر لزيادة الصناعة والزراعة والاستثمار لمجابهة غلاء الأسعار نتيجة الأزمات العالمية فالصناعة هي قاطرة التنمية في أي دولة.

• تشجيع المستثمرين على إقامة المجمعات الصناعية التي لها بالغ الأثر على الاقتصاد الوطني.

• التأكيد على أنه مع بداية عام 2022 كان أعلى إيراد سياحي لمصر في تاريخها وهذا يحسب للقيادة السياسية، كذلك الاهتمام بالعاملين في مجال السياحة، إذ تم دعم غير مسبق للعمال غير المنتظمة.

• الحرص على تطبيق الحد الأدنى للأجور ومراجعتة بصورة مستمرة، كذلك توفير عدد من فرص العمل للشباب من خلال إنشاء 22 مدينة صناعية.

• زيادة التصنيع المحلى ومنح مساهمات كبيرة للقطاع الخاص ما أدى إلى زيادة حجم الإنتاج، وتوفير فرص عمل.

القضايا الاجتماعية: اولت الحملة الانتخابية للمرشح عبد الفتاح السيسي اهتماما بإبراز ومناقشة القضايا الاجتماعية، وقد ظهر ذلك من خلال التحليل الكيفي للمنشورات خلال فترة الدراسة:

• المرشح يولى اهتماماً كبيراً للحركة النقابية في مصر والاهتمام بتطوير البنية التحتية، الأمر الذى يمثل دعماً حقيقياً للأجيال الحالية والمستقبلية بالتوسع في إجراءات الحماية الاجتماعية للفئات الأولى بالرعاية من خلال برامج تكافل وكرامة.

• إبراز دور برنامج حياة كريمة لتطوير الريف المصري الذى يعد من أبرز برامج تحقيق العدالة الاجتماعي.

• التأكيد على أن الحملة قائمة على المشاركة الجماعية لكافة أطراف المجتمع المصري.

• توضيح أن المرحلة المقبلة هي مرحلة بناء الإنسان من حيث التعليم والثقافة والصحة.

كما أظهر التحليل الكيفي للقضايا الاجتماعية الخاصة بصفحة المرشح خلال فترة الدراسة اهتماما واسعا **بقضايا المرأة والشباب والمصريين المقيمين بالخارج** باعتبارها قضايا اجتماعية فرعية تخص قطاعا عريضا من المجتمع المصري، ومن أهم **قضايا المرأة** والتي تم طرحها من خلال المنشورات:

• تعيش المرأة المصرية حالياً عصرها الذهبي وذلك بضمان حقوقها سواء بشكل مباشر أو غير مباشر في شتى مجالات الحياة.

• ترسيخ قيم العدالة والمساواة وعدم التمييز بين الجنسين.

• دور المجلس القومي للمرأة في الحرص على توعية المرأة بممارسة حقوقها.

• دور المرأة الفعال في المجتمع وأنها ضربت أروع الأمثلة في المشاركة في كل استحقاق وانتخاب.

• ملف تمكين المرأة شهد طفرة غير مسبوقة فتمكينها واجب وطني، حيث نشرت صفحة المرشح «بدأت حملة المرشح الرئاسي أولى جولاتها الخارجية بزيارة المجلس القومي للمرأة، والتقى المستشار محمود فوزى رئيس الحملة الانتخابية بالدكتورة مايا مرسى رئيسة المجلس القومي للمرأة بحضور عضوات وأعضاء المجلس وثمان رئيس الحملة الانتخابية دور المجلس القومي للمرأة في الحرص على توعية المرأة بممارسة حقوقها وخاصة المدنية والسياسية وتمكين المرأة في كافة المحافظات مشيداً بدور المرأة الفعال في المجتمع فقد تقلدت المرأة المناصب القيادية في عهد المرشح وقد تضمن الدستور أكثر من ٢٠ مادة تناولت موضوعات تمس المرأة بشكل مباشر مثل المساواة وتجريم العنف و تم تنظيم المجلس القومي

للمرأة بقانون منحه الصلاحيات و الاستقلال المطلوب مؤكداً أن حملة المرشح الرئاسي على استعداد تام لتتلقى بكل سرور مقترحات ومتطلبات أعضاء المجلس وسيدات مصر» .

• توعية المرأة بدورها الهام في المشاركة السياسية ودعم المرشح الرئاسي عبد الفتاح السيسي في الانتخابات الرئاسية القادمة

أما عن أهم قضايا الشباب التي تم تناولها من خلال المنشورات خلال فترة الدراسة:

- الشباب هم المستقبل والأمل والحلم فهم شركاء الحاضر والمستقبل.
- أفكار الشباب جديدة وطموحة تضيف إلى الواقع.
- رؤى الشباب لحل الأزمات تبني طريقاً للمستقبل.
- دور الكيانات الشبابية في توعية المواطنين وخاصة فئة الشباب بإنجازات الدولة خلال السنوات التسع الماضية. وقد ظهرت تلك القضايا الفرعية من خلال منشورات صفحة المرشح والتي من بينها: «في ظل استهدافها تمكين الشباب استمرت الحملة الرسمية للمرشح الرئاسي في استقبال الكيانات الشبابية الجديدة، للمشاركة والانضمام إلى الحملة، حيث استمعت منهم لأفكار جديدة وطموحة تضيف إلى الواقع، وتواجه الأزمات وتبني طريقاً للمستقبل».
- توفير المراكز التعليمية والتدريبية للشباب وتأهيلهم للقيادة.
- الشباب هم الطاقة الدافعة والمحركة نحو التنمية والبناء والتعمير.
- الشباب قادر على تحويل الأحلام إلى واقع مؤثر يتخطى كل الحدود الممكنة فعملهم الدؤوب لإنجاح فكرة أمنوا بها محوا من قاموسهم المستحيل.

كذلك اهتمت حملة المرشح بتناول قضايا ذوي الاحتياجات الخاصة حيث نشرت

صفحة المرشح:

- «إن المجتمع الذى يقدر قيمة أبنائه وبناته من ذوى الاحتياجات الخاصة ولاسيما المتفوقين والأبطال منهم فيرفع من شأنهم ويثمن إنجازاتهم ويعمل على تمكينهم ودمجهم في شتى مجالات الحياة هو المجتمع الأقرب لتحقيق آماله وبلوغ ما يصبو إليه من نهضة شاملة في جميع المجالات، نشارك معاً أبرز إنجازات الرئيس عبد الفتاح السيسي في ملف ذوى الاحتياجات الخاصة- قادرين باختلاف».
- تقدير قيمة الأشخاص من ذوى الاحتياجات الخاصة داخل المجتمع والعمل على رفع شأن ذوى الهمم وتثمين إنجازاتهم وتمكينهم ودمجهم في شتى مجالات الحياة.
- إبراز اهتمام المرشح الرئاسي بتقديم مشاريع غير مسبوق للشباب.

وعن **المصريين بالخارج** فقد أولت حملة المرشح اهتماما واسعا، فقد تناول خطاب المرشح قضايا المغتربين من خلال منشورات الصفحة، ومنها:

- دعوة المصريين بالخارج للمشاركة الإيجابية في الانتخابات الرئاسية وحثهم على الإدلاء بأصواتهم
- تنظيم مؤتمرات وندوات جماهيرية لدعم وتأييد المرشح الرئاسي في الانتخابات الرئاسية من جانب الجاليات المصرية في الخارج.
- التركيز على فكرة ما يمثله المصريين بالخارج من قوة عظيمة فهم جسر تواصل وتعاون حقيقي بين مصر والعالم.
- الإجراءات والتسهيلات التي عملت الدولة المصرية على تحقيقها لتصويت المصريين بالخارج.
- استعراض القواعد الاسترشادية والضوابط الحاكمة للعملية الانتخابية خارج البلاد.
- الاستماع للمصريين في الخارج لمعرفة مقترحاتهم ورؤاهم، فقد نشرت الحملة الرسمية للمرشح «التقت الحملة الرسمية مع الجاليات المصرية في 60 دولة متنوعة حول العالم وذلك خلال أكثر من 40 لقاء عبر الفيديو كونفرانس، وعبر المرشح الرئاسي عن سعادته وترحيبه بالمشاركين في اللقاء من مختلف دول العالم وذلك بحضور السفيرة نبيلة مكرم وزيرة الدولة للهجرة وشؤون المصريين بالخارج سابقاً. كأحد الخبراء في مجال شؤون المصريين في الخارج وفي نفس السياق، أكد المصريون في الخارج على حرصهم الشديد على عمل مؤتمرات توعوية بأهمية الإدلاء بصوتهم الانتخابي، وأنه واجب وطني، لاستكمال مسيرة التنمية في مصر، وأنهم دائما يقفون بجانب بلادهم وظهر ذلك جليا في 30 يونيو، للتأكيد على أمن واستقرار البلاد».
- تدعيم الروابط السياسية والاجتماعية والاقتصادية بين المصريين بالخارج وبين وطنهم وبين بعضهم البعض.
- تكوين رأى عام وطني يساند القضايا الوطنية والقومية والاستفادة من خبرات المصريين بالخارج في شتى مجالات التنمية.

القضايا التعليمية والتكنولوجية: أولت الحملة الانتخابية للمرشح اهتماما بإبراز ومناقشة القضايا التعليمية وقد ظهر ذلك من خلال التحليل الكيفي للمنشورات خلال فترة الدراسة:

- ضرورة رفع الحد الأدنى لأجور العمال والموظفين في قطاع التعليم.
- الاهتمام بالبنية التحتية والفوقية في المنشآت التعليمية وتطويرها.
- ضرورة الاهتمام بالعلماء والباحثين.
- التأكيد على ضرورة تطوير مجال البحث العلمي وتشجيع الابتكار وريادة الأعمال وكذلك توجيه الأبحاث العلمية لخدمة المجتمع.

- إيمان الحملة بأن قوة مصر الناعمة تكمن في فنانيها ومثقفها ومبدعيها.
 - الاهتمام بدعوة الخبراء والاستماع لهم والتركيز بشكل كبير على بناء الإنسان.
 - إبراز دور المثقفين وطني والدولة في مرحلة التنمية والبنية الأساسية لم تغفل قطاع الثقافة.
 - توضيح ما قامت به القيادة السياسية بتنفيذ الكثير من المشروعات الثقافية.
 - التأكيد على أن الحملة الانتخابية تفتح أبوابها لكل الآراء والاقتراحات من النخبة الثقافية.
- القضايا الصحية والبيئية:** أولت الحملة الانتخابية للمرشح اهتماما بإبراز ومناقشة القضايا الصحية، وقد ظهر ذلك من خلال التحليل الكيفي للمنشورات خلال فترة الدراسة:
- دور الدولة في القضاء على فيروس سى وإعلان مصر أول دولة خالية من فيروس سى حيث نال ملف الصحة في مصر الاهتمام القوى والأولوية الكبيرة خلال السنوات التسع الماضية.
 - التأكيد على أن هناك عدد كبير من المبادرات الطبية التي أُقيمت لرعاية المواطنين صحياً في عهد المرشح الرئاسي.
 - أهمية ملف الصحة وانه من ملفات الأمن القومي ذات الأولوية.
 - إبراز أن من حق كل مواطن في الرعاية الصحية المتكاملة.
- القضايا الدينية:** أولت الحملة الانتخابية للمرشح اهتماما بإبراز ومناقشة القضايا الدينية، وقد ظهر ذلك من خلال التحليل الكيفي للمنشورات خلال فترة الدراسة، وقد انبثق عن تلك القضية الرئيسية بعض القضايا الفرعية والتي منها:
- تحييد أي محاولة لإثارة الفتن في مصر.
 - الدور الوطني العظيم للكنيسة في نجاح ثورة ٣٠ يونيو، وأهمية نشر المعلومات والتوعية بتطور أوضاع الأقباط في مصر بعد عام 2013.
 - إبراز دور البابا تواضروس في الحفاظ على الدولة من الانزلاق إلى حالة من الاستقطاب الطائفي.
 - الدور الخيري والإنساني الذى تلعبه الكنيسة الكاثوليكية في مجال رعاية الفقراء وتوفير العون للمكوبين والمهاجرين، كذلك دور الدولة في تقنين أوضاع الكنائس.
 - الكنيسة الكاثوليكية جزءاً من النسيج الوطني وجزءاً أصيلاً فيه، حيث نشرت الصفحة «أشار رئيس الحملة أن الكنيسة الكاثوليكية في مصر حاضرة وقوية في الخدمة المجتمعية فضلاً عن القيمة الروحية والدينية للكنيسة وقد استطاعت الكنيسة الكاثوليكية أن تكون جزءاً من النسيج الوطني وجزءاً أصيلاً فيه بالمواقف الوطنية سواء في عام 2013 أو في أحداث فلسطين.

• دور دار الإفتاء المؤسسة العريقة التي تتحدث بلسان الدين الحنيف وتوضح للمسلمين الحق في أمور دينهم فهي مرجعية كبيرة في صناعة الفتوى والعلوم الشرعية، كما أن لها دور كبير في تيسير حياة المسلمين ومكافحة التطرف والإرهاب وطرده الفتاوى المتشددة وكذلك نشر الوعي الصحيح بالقضية الفلسطينية وشرح أبعادها.

القضايا الأمنية والقانونية: أولت الحملة الانتخابية للمرشح اهتماما بإبراز ومناقشة القضايا الأمنية والقانونية، وقد ظهر ذلك من خلال التحليل الكيفي للمنشورات خلال فترة الدراسة، وقد انبثق عن تلك القضية الرئيسية بعض القضايا الفرعية والتي منها:

• الدستور المصري احتفي بحقوق الانسان، ودور المرشح الرئاسي في التأكيد على تعزيز حقوق الإنسان خلال السنوات التسع الماضية حيث أطلق الاستراتيجية الوطنية لحقوق الإنسان، كذلك تعزيز حقوقه ودوره في تقييم رقى المجتمعات وتقدمها.

• مناقشة إصدار العديد من القوانين والتشريعات التي أنصفت العمال وعالجت مشاكل الترتيبات.

• التأكيد على أهمية ضرورة الاصطفاف خلف القيادة السياسية في مواقفها للحفاظ على استقرار الدولة خاصة في تلك الظروف الصعبة.

• اهتمام الحملة الانتخابية للمرشح بقطاع السياحة لما له من أثر إيجابي في الدخل القومي المصري، والاهتمام بتحقيق الأمن والأمان

القضايا الرياضية: أولت الحملة الانتخابية للمرشح اهتماما بإبراز ومناقشة القضايا الرياضية، وقد ظهر ذلك من خلال التحليل الكيفي للمنشورات خلال فترة الدراسة، وقد انبثق عن تلك القضية الرئيسية بعض القضايا الفرعية والتي منها:

• تشجيع أبناء الوطن من الحاصلين على بطولات وميداليات عالمية ومحلية.

• إبراز دور البطل الرياضي كشخص له مسؤولية مجتمعية.

• ضرورة تطوير وبناء منشآت ومرافق البنية الأساسية للمنظومة الرياضية في مصر فقد حدث تطور كبير في الرياضة المصرية.

• الاهتمام بالرياضة في المدارس واعتبار الرياضة مسألة أمن قومي.

صفحة المرشح حازم عمر:

أولاً القضايا السياسية: بينت نتائج كلا من التحليل الكمي والكيفي للمنشورات الخاصة بصفحة المرشح حازم عمر اهتماما كبيراً بمناقشة **أبعاد القضية الفلسطينية**، فقد حصلت القضية من خلال التحليل الكمي على نسبة %14.1 وعدد تكرارات 11 من إجمالي 78 منشور، أما عن التحليل

الكيفي للمنشورات فقد تصدرت القضية الفلسطينية القضايا السياسية المختلفة والتي تم مناقشتها خلال فترة الدراسة وقد اندرج من هذه القضية الرئيسية بعض القضايا الفرعية والتي منها:

• تحذير الجانب الإسرائيلي من تبعات تصاعد حدة العنف في قطاع غزة وتحمله مسؤولية استهداف المراسلين الصحفيين بالرصاصة الحية من قبل جيش الاحتلال.

• السكوت عن الممارسات الإسرائيلية ضد المدنيين العزل من المجتمع الدولي أمرًا غير مقبولاً، وقد أعلن المرشح ذلك من خلال صفحته الانتخابية «أرفض بشكل قاطع الاعتداء الذي تم اليوم على السياح الإسرائيليين المدنيين -العزل- الأمنيين» في بلد الأمن والأمان إذ أعتبر هذا الفعل بمثابة عمل إجرامي ولا يمكن أن يتسقى بأى شكل من الأشكال مع ثوابتنا في دعم الشعب الفلسطيني لاسترداد حقوقه التاريخية وتحرير أرضه من سلطة الاحتلال - حادثه مقتل السياح الإسرائيليين في الإسكندرية».

• رفض فكرة تهجير الفلسطينيين من أرضهم إلى سينا.

• الترحيب بنجاح قرار الجمعية العامة للأمم المتحدة والذي يدعو إلى هدنة إنسانية فورية في غزة ووقف التصعيد والسماح بدخول المساعدات الإنسانية.

• ضرورة إيجاد سبل للهدنة والحد من اتساع دائرة التصعيد بين الجانبين الفلسطيني والإسرائيلي لتجنب زعزعة استقرار المنطقة.

كما بينت نتائج التحليل الكيفي ظهور عدد آخر من القضايا السياسية الفرعية والتي ركزت عليها صفحة المرشح ومنها:

• عرض المحاور الثلاثة القائم عليها البرنامج الانتخابي والتي تشمل المحور الاقتصادي، المحور الاجتماعي والمحور السياسي للخروج من الأزمات التي تواجه مصر.

• التركيز على أن الترشح للرئاسة ليس عشوائياً، والمنافسة قوية وعزم المرشح على تقليل الاستقطاب السياسي.

• إظهار أن برنامج المرشح هو الأنسب للمواطن المصري وأن حزب الشعب الجمهوري جاهز لتولى المسؤولية.

• تقبل الرأي والرأي الآخر بدون تشكيك في وطنية أحد.

• تعظيم المصالح المشتركة بين مصر ودول الاتحاد الأوروبي، حيث نشرت صفحة المرشح الانتخابية «اليوم استقبلت، السفير «كريستيان برجر» سفير الاتحاد الأوروبي لدى جمهورية مصر العربية بمقر الحملة المركزية وتناول اللقاء الحديث عن الأوضاع الراهنة في المنطقة وسبل التهدئة والحد من اتساع دائرة التصعيد لتجنب زعزعة استقرار المنطقة، كما تحدثنا عن الملامح الرئيسية لبرنامجنا الانتخابي ورؤيتنا حول تعظيم المصالح المشتركة بين مصر ودول الاتحاد الأوروبي، # حازم_عمر # الانتخابات -الرئاسية».

- توعية المواطنين بأهمية المشاركة بإيجابية خلال الانتخابات الرئاسية وتعريف المواطنين بالبرنامج الانتخابي الخاص بالمرشح الرئاسي.
- وضع خطة للتواصل مع الجاليات المصرية في الخارج على التصويت في الانتخابات الرئاسية، حيث نشرت الصفحة «حملتنا الانتخابية تقوم بإجراء اتصالات مكثفة بالجاليات المصرية لحث أبناء مصر في الخارج على النزول والتصويت في الانتخابات الرئاسية القادمة 2024، والمقرر إجراؤها بالخارج أيام 1 و2 و3 ديسمبر، وذلك في إطار الجهود التي تقوم بها الحملة تجاه المصريين بالخارج والتواصل معهم في كافة القضايا، البرنامج الانتخابي للمهندس#حازم_عمر #حزب_الشعب_الجمهوري».
- فيما يخص الأمن القومي عرض المرشح خطته فيما يخص ملف الأمن المائي المصري.
- الحديث عن المشكلات الهامة الخاصة بمشكلات الأقباط في مصر.
- **القضايا الاقتصادية:** أولت الحملة الانتخابية للمرشح اهتماما بإبراز ومناقشة القضايا الاقتصادية، وقد ظهر ذلك من خلال التحليل الكيفي للمنشورات خلال فترة الدراسة:
- الحديث أن مصر لديها مشكلات في الديون الداخلية والخارجية ولا بد من إصلاح هيكل المالية الخاص بمصر، وتقليص عجز الموازنة وتخفيض الاستدانة.
- الأولوية هي مواجهة التقلبات الاقتصادية وهناك استراتيجية ورؤية لإصلاح الاقتصاد المصري والخروج بمصر من الأزمة الاقتصادية.
- أهمية الإصلاح الهيكلي الشامل للاقتصاد فهو الحل المستدام للتنمية، فقد تأثرت مكانة مصر الإقليمية واقتصادها «تأثرا» كثيرا بعامي 2011 و 2013.
- تحقيق استقرار الأسعار وتخفيض الهدر والفائض في كافة قطاعات الاقتصاد المصري.
- العمل على توطيد الصناعة المصرية وتشجيع إقامة المشروعات الصناعية وكذلك ضبط السياسات النقدية.
- تبنى فكرة إزالة الضرائب والرسوم من الغذاء والدواء الذي يستخدمه الفقراء وكذلك إلغاء ضريبة القيمة المضافة.
- العمل على زيادة الرقعة المحصولية فالتوسع في الإنتاج الزراعي، حيث نشرت الصفحة «لابد من العمل على رفع الكفاءة المحصولية.. والتوسع في رقعتها، سنعالج التحديات الاقتصادية.. بزيادة الإنتاج في الصناعة والزراعة والاستخراج، #حازم-عمر#حزب-الشعب-الجمهوري».
- ضرورة وضع أهداف محددة وواضحة فيما يخص النهوض بملف السياحة.
- **القضايا الاجتماعية:** أولت الحملة الانتخابية للمرشح اهتماما بإبراز ومناقشة القضايا الاجتماعية، وقد ظهر ذلك من خلال التحليل الكيفي للمنشورات خلال فترة الدراسة:

- أهمية العمل على حماية القيم الاجتماعية.
 - ضرورة مواجهة ظاهرة الهجرة غير الشرعية للحد من انتشارها داخل المجتمع.
 - العمل على تخفيف ورفع العبء عن الخدمات المقدمة للمواطنين لرفع مستوى معيشتهم.
 - الحديث عن وضع استراتيجية شاملة للحماية الاجتماعية والتأمينات.
 - مناقشة أبرز المشاكل التي تواجه المواطنين في محافظات قطاع شمال ووسط وجنوب الصعيد.
- القضايا التعليمية والتكنولوجية:** أولت الحملة الانتخابية للمرشح اهتماماً بإبراز ومناقشة قضايا التعليم والتكنولوجيا، وقد ظهر ذلك من خلال التحليل الكيفي للمنشورات خلال فترة الدراسة:
- التأكيد على أهمية الخبرات والدراسة العملية.
 - ضرورة عمل برامج تدريبية لتحويل عمالة الوفرة إلى العمالة المتخصصة والنادرة.
 - ركزت حملة المرشح على أهمية الاهتمام بتطوير التعليم لأبناء الوطن، حيث نشرت الصفحة «لدينا خطة قوية لتطوير التعليم العام من أجل مستقبل أفضل لأبناء الشعب المصري» #حازم_عمر #حزب_الشعب_الجمهوري.
 - لا بد من عودة الدور الحقيقي للمدرسة والجامعة كمنابر للعلم.
- القضايا الصحية والبيئية:** أولت الحملة الانتخابية للمرشح اهتماماً بإبراز ومناقشة قضايا الصحة والبيئة، وقد ظهر ذلك من خلال التحليل الكيفي للمنشورات خلال فترة الدراسة:
- هناك برامج لترشيد ورقابة استخدام الطاقة لتعظيم الاستفادة.
 - الحديث عن خطة المرشح أن لديه حلولاً لمعالجة المشاكل الموجودة بكل من الصحة والتعليم.
 - ضرورة الارتقاء بالمنظومة الصحية لتقديم خدمات أفضل للمواطنين.

صفحة المرشح فريد زهران:

- أولاً: القضايا السياسية:** بينت نتائج كلا من التحليل الكمي والكيفي للمنشورات الخاصة بصفحة المرشح فريد زهران اهتماماً كبيراً بمناقشة أبعاد القضية الفلسطينية، فقد حصلت على نسبة 14.1% من نسبة القضايا التي تم معالجتها وذلك بعدد 11 منشور من إجمالي عينة الدراسة، أما عن التحليل الكيفي للمنشورات فقد تصدرت القضية الفلسطينية القضايا المختلفة والتي تم مناقشتها خلال فترة الدراسة وقد اندرج من هذه القضية الرئيسية بعض القضايا الفرعية والتي منها:
- أن الانتخابات الرئاسية تحدث في ظل ظروف غاية في الصعوبة بسبب ما يحدث في غزة.

- موقف مصر ثابت من القضية الفلسطينية، وهو دعم حقوق الشعب الفلسطيني في إقامة دولة فلسطينية مستقلة عاصمتها القدس الشرقية.
- الأمن القومي الاستراتيجي متعلق تماما بالقضية الفلسطينية.
- الوقوف مع الشعب الفلسطيني وما يتعرض له من حرب الإبادة التي تقوم بها إسرائيل بلا إنسانية ولا احترام للقانون الدولي، حيث نشر المرشح من خلال صفحته من مؤتمر الفيوم «اعتذر لكل فلسطيني لان ما يحدث في غزة من توحش سببه ضعف مصر، والسؤال الأهم هو من السبب في ضعف موقف مصر».
- التركيز على أن أقل ما يمكن أن يقدمه رئيس مصر هو زيارة غزة الآن وإعلان موقف داعم لأهل فلسطين.
- دعوة رؤساء العالم الحر للاجتماع، وقد نشر المرشح ذلك من خلال صفحته حيث أجرى مقابلة تليفزيونية مع المذيع عمرو أديب قائلاً «أن أقل ما يمكن أن يقدمه رئيس مصر هو زيارة غزة الآن وإعلان موقف داعم لأهلنا بفلسطين ودعوة رؤساء العالم الحر لكسر الحصار وإرغام الاحتلال على كبح جماح الوحشية التي يمارسها في القطاع».
- أهمية أن تتخذ الحكومات الأوروبية موقفاً أكثر إنصافاً للشعب الفلسطيني وأن تمارس الدول الأوروبية مسؤولياتها إزاء القضية عبر الضغط لإتمام حل الدولتين والتسوية العادلة للصراع.
- التركيز على مناصرة المرأة الفلسطينية ودعوة حملة مناهضة العنف ضد النساء للاهتمام عما يحدث للمرأة والفتاة الفلسطينية فيما يتعرضن له من أقصى أنواع العنف غير الإنساني.
- كما بينت نتائج التحليل الكيفي ظهور عدد آخر من القضايا السياسية الفرعية والتي ركزت عليها صفحة المرشح ومنها:
- يجب الحفاظ على المكسب المتبقي من ٢٥ يناير وهو التعددية السياسية، فالمعارضة المصرية أصبحت من النضج والكفاءة.
- السعى لإقامة دولة ديمقراطية حديثة، قوية ومؤثرة في محيطها الإقليمي والدولي.
- انتقادات ضد الحكومة، وقد ظهر ذلك من خلال منشورات صفحة المرشح: «قال الدكتور فريد شوقي عضو الهيئة العليا لحزب العدل ندعم الأستاذ فريد زهران كمرشح لرئاسة الجمهورية نظرا لما عايناه من خيبه الأمل بعد الفشل الحكومي المستمر في أغلب الملفات، وأضاف خلال كلمته بالمؤتمر الرئاسي للمرشح بمركز ساحل سليم بأسبوط: الحكومة فشلت في التعليم والصحة والاقتصاد، فهي حكومة خلق الأزمات وآخرها انقطاع الكهرباء، ونجحت في استمرار الأزمة بجدارة».
- الحديث عن وجود دوائر داخل النظام الحاكم ترغب في التغيير الأمن للسلطة.

- أهمية إقامة علاقات متزنة مع إيران وتركيا كونهم أكبر القوى في المنطقة، فمصر وإيران وتركيا هم أقدم وأكبر القوى في المنطقة.
- إظهار العراقيين والتجاوزات التي مثلت انتهاكا لحق مرشحي الرئاسة في استكمال إجراءات الترشح بالحصول على توكيلات المواطنين وطالبنا بأن تقف السلطة التنفيذية على مسافة متساوية من جميع المرشحين فحجم المضيقات التي حدثت أثناء مرحلة جمع التوكيلات الشعبية من المواطنين كانت كبيرة جداً.
- أهمية إجراء تحقيق في شكاوى المرشحين، وليس إحالة حملة أحدهم للمحاكمة، فما حدث من إحالة.
- ضرورة فتح المجال وإتاحة حرية التعبير للجميع خاصة في مثل هذه الظروف التي تمر بها المنطقة ككل، وقد ظهر ذلك من خلال منشورات الصفحة: «تصريح المرشح الرئاسي فريد زهران بشأن إحالة طنطاوي وعدد من أعضاء حملته للمحاكمة: تابعنا بدهشة واستياء قرار إحالة النائب السابق، أحمد الطنطاوي ومدير حملته و 21 من أعضائها للمحاكمة الجنائية بتهمة تداول أوراق تخص الانتخابات دون إذن السلطات المختصة، عبر دعوة المواطنين لتوقيع توكيلات شعبية لتأييد طنطاوي».
- الانتخابات الرئاسية تحدث في ظل ظروف غاية في الصعوبة بسبب ما يحدث في غزة فتغيير النظام الحاكم في مصر أصبح ضرورة ملحة.
- الحديث عن ضرورة تغيير الطريقة التي تدار بها البلاد منذ خمسينيات القرن الماضي والتي اعتمدت على احتكار السلطة والثروة والمجال العام
- **القضايا الاقتصادية:** أولت الحملة الانتخابية للمرشح اهتماما بإبراز ومناقشة قضايا الاقتصادية، وقد ظهر ذلك من خلال التحليل الكيفي للمنشورات خلال فترة الدراسة:
- البرنامج الاقتصادي للمرشح يقدم حلول حقيقية لتحقيق تنمية مستدامة يشعر بها المواطن.
- الشعور بالخطر على الوضع الاقتصادي في مصر، الدولة ضخت أموالاً ضخمة معتمدة بشكل كبير على الاقتراض الخارجي والداخلي مما كان له أثره السلبي على الاقتصاد المصري، وكذلك تبني سياسة واضحة لإدارة ملف الديون فالدين العام في مصر قفز من ٣٤ مليار دولار في ٢٠١٣ إلى ١٦٥ مليار دولار هذا العام.
- أهمية إتاحة المجال للقطاع الخاص عبر خروج الحكومة من الاقتصاد والتوقف عن المزاحمة وكذلك إعادة ترتيب أولويات الاستثمارات العامة وإعادة الجدولة الزمنية لتنفيذ هذه المشروعات.
- إعادة رسم سياسات المالية العامة بإعادة بناء هيكل الإيرادات الضريبية، فتحصيل الضرائب يكون من الثروات العقارية والأرباح والدخول المرتفعة وليس من القيمة المضافة والاستهلاك.

- الحديث حول ما تم صرفه على العاصمة الإدارية وأنه كان يمكنه حل كل مشاكل الصحة والإسكان والتعليم، كذلك مشروع القطار الكهربائي الذي يصرف عليه مليارات بينما القطارات التي يستخدمها المصريون تعاني من الإهمال وتردى الأوضاع.
- العمل على علاج الآثار السلبية التي نتجت من خطط الإصلاح الاقتصادي المزعوم من قبل النظام الحالي وضبط الأسعار ومكافحة الغلاء والبطالة فمشاكل المواطنين ليست هي أولويات الحكومة.
- العمل على إرجاء أي مشروعات قومية جديدة وتحسين الهيكل الاقتصادي ورفع مستويات الإنتاج.
- العمل على حل أزمة الإسكان وتراخيص البناء وتمويل المشروعات ذات العائد الاقتصادي.
- اتهام النظام الحاكم في مصر بأنه لن ينجح في إعادة جدولة الديون والقادم معه أصعب فهو من أوصل سعر الدولار إلى ٥٠ جنية.
- تشجيع القطاع الخاص مع توفير ضمانات الاستقرار في السوق المصرية.

- الاستفادة من موارد مصر الطبيعية وثرواتها الأثرية لجذب السياحة.

القضايا الدينية: أولت الحملة الانتخابية للمرشح اهتماما بإبراز ومناقشة قضايا الدينية وقد ظهر ذلك من خلال التحليل الكيفي للمنشورات خلال فترة الدراسة:

- المرشح الرئاسي يعلن وقوفه مع المؤسسات الدينية في تبنيها فصل الخطاب الديني عن السياسي.
- طالب المرشح الرئاسي المؤسسات الدينية ألا تضي قداسة دينية على أي توجه سياسي.
- يدعم المرشح فكرة حيادية واستقلالية مؤسسات الدولة الدينية عن أي تدخلات سياسية.
- يجب أن يكون للدين دور مجتمعي.
- دار الإفتاء تدعو الشعب المصري دوماً للمشاركة في الانتخابات الرئاسية.
- ضرورة وقوف دار الإفتاء المصرية على مسافة واحدة من كافة المرشحين.

القضايا القانونية: أولت الحملة الانتخابية للمرشح اهتماما بإبراز ومناقشة قضايا الأمنية والقانونية وقد ظهر ذلك من خلال التحليل الكيفي للمنشورات خلال فترة الدراسة:

- عدم وجود قانون حقيقي لحرية تداول المعلومات، فغياب السياسة هو السبب الرئيسي لكافة الصراعات الموجودة حالياً في المنطقة.
- أهم الأهداف هو وجود سلطة قضائية مستقلة تستطيع انجاز القضايا.
- غياب السياسة في مصر أدى إلى الحديث عن ٢٥٠٠ قضية في أمن الدولة لنشطاء ومواطنين عاديين موجودين في الحبس بسبب آرائهم.

- ضرورة فتح حوار مجتمعي لإصلاح التشريعات القانونية، وتنحية رئيس الجمهورية من رئاسة المجلس الأعلى للقضاء.
- استخدام السلطات الممنوحة للرئيس لإصدار عفو شامل عن سجناء الرأي الذين لم يتورطوا في ممارسة عنف أو إرهاب.
- الالتزام بالعهود والاتفاقيات المنظمة لحقوق الانسان، كذلك ضرورة أن تتمسك مصر بالاتفاقيات المختلفة الخاصة بحصة مصر من مياه النيل وحشد الدعم الأفريقي والعالمي للحفاظ على حق مصر في مياه النيل.
- ضرورة انشاء مفوضية لمكافحة التمييز كاستحقاق دستوري ذو أولوية لم يتحقق خلال السنوات الماضية.
- أمن مصر الاستراتيجي متعلق تماما بالقضية الفلسطينية.
- من أولويات المرشح حال فوزه اصدار قرارات عفو شامل عن كافة المحبوسين في قضايا الرأي، وتعديل قوانين الحبس الاحتياطي والإجراءات الجنائية والكيانات الإرهابية.
- القضاء على البلطجة ومحاربتها، حيث نشرت صفحة المرشح: «قالت الدكتورة مها عبد الناصر عضو مجلس النواب ومنسق اللجنة المالية بحملة المرشح # فريد_زهران، كما نجحنا في محاربة البلطجة بنقابة المهندسين يجب أن نحاربها في كل مصر، لأن البلد أصبحت تدار بالبلطجة ولا بد من التغيير، جاء هذا أثناء المؤتمر الجماهيري للمرشح الرئاسي فريد زهران، مدينة أسيوط، ضمن جولة المرشح».
- أهمية وأولوية الفصل بين السلطات التشريعية والقضائية والتنفيذية وحرية الصحافة ودعم احترام القانون.
- **القضايا الصحية:** أولت الحملة الانتخابية للمرشح اهتماما بإبراز ومناقشة قضايا الصحة والبيئة، وقد ظهر ذلك من خلال التحليل الكيفي للمنشورات خلال فترة الدراسة:
 - مشكلة الوحدات صحية في كل صعيد مصر والتي ليس بها أطباء.
 - أهمية أن تجد الاسرة المصرية خدمة علاجية جيدة و حياة جيدة.
 - انتقاد المرشح من الاهتمام ببناء مستشفيات عملاقة بينما القرى بها وحدات صحية لا يوجد بها ممرضين ولا أطباء.
- **القضايا الاجتماعية:** أولت الحملة الانتخابية للمرشح اهتماما بإبراز ومناقشة القضايا الاجتماعية وقد ظهر ذلك من خلال التحليل الكيفي للمنشورات خلال فترة الدراسة:
 - السعي من خلال البرنامج الانتخابي لعلاج كل القصور من أجل رفاهية المواطن ورفعة الدولة المصرية وبناء جمهورية جديدة متقدمة ديمقراطية مدنية حديثة.

- الإيمان بأهمية أصوات الشباب والمرأة وحق الشعب في صنع مستقبله فهو وحده مصدر السلطات.
- الحرية والكرامة الإنسانية والعدالة الاجتماعية حق لكل مواطن.
- من أهم أهداف المرشح ما اسماء برفع الظلم عن الشعب الذي عانى طويلاً كذلك تحقيق المساواة بين أفرادها في الحقوق والواجبات دون أي تمييز.
- الاهتمام بالتعليم والصحة وتمكين للمرأة، كذلك يجب أن يأخذ الشباب فرصة في العملية السياسية.
- الاهتمام بالصعيد الذي لازال يعاني كما عانى في الماضي من التهميش.
- مواجهة ظاهرة الهجرة غير الشرعية وذلك بالاهتمام بالتعليم وزيادة الوعي وتوفير فرص عمل للشباب.
- تحقيق العدالة الاجتماعية وكذلك الحد من زيادة معدلات الفقر وارتفاع معدلات البطالة، فالمرتبات والأجور المنتظمة أصبحت لا تفي بالاحتياجات الضرورية للفرد
- **القضايا التعليمية:** أولت الحملة الانتخابية للمرشح اهتماماً بإبراز ومناقشة القضايا التعليمية والتكنولوجية وقد ظهر ذلك من خلال التحليل الكيفي للمنشورات خلال فترة الدراسة:
- الحكومة طالبت المدرسين بالتطوع أو الحساب بالحصصة، كيف يمكن أن يعلموا الأطفال بهذه الطريقة.
- تابلت المدرسة يستعمله الطلاب في الألعاب وليس للدراسة.
- هناك مشاكل في التعليم وتكدس الفصول.
- ضرورة الاهتمام بقضايا العلاج الجيد والتعليم النافع أكثر من الطرق والكباري.
- التعليم الجيد والرعاية الصحية الملائمة وتوفير فرص عمل أهم من بناء المدن التي لا يسكنها أحد.
- **أولاً: القضايا السياسية:** بينت نتائج كلا من التحليل الكمي والكيفي للمنشورات الخاصة بصفحة المرشح عبد السند يمامة اهتماماً كبيراً بمناقشة أبعاد القضية الفلسطينية، فقد حصلت على نسبة 39.1% وعدد تكرارات 9 من إجمالي 23 منشور هم عينة الدراسة، أما عن التحليل الكيفي للمنشورات فقد تصدرت القضية الفلسطينية القضايا المختلفة والتي تم مناقشتها خلال فترة الدراسة وقد اندرج من هذه القضية الرئيسية بعض القضايا الفرعية والتي منها:
- رفض التهجير القسري للشعب الفلسطيني وان المجتمع الدولي مسؤول عما وصلت إليه القضية الفلسطينية بامتناعه عن الفعل.
- إقامة دولة فلسطينية مستقلة على حدود 1967 وعاصمتها القدس الشرقية.

• على المجتمع الدولي أن يتخذ موقفا أكثر حسما في التعامل مع الاعتداءات المتكررة من الكيان الصهيوني ضد الفلسطينيين، وقد جاء ذلك في اطار بعض المنشورات على صفحة المرشح والتي أعلن «إن اختزال المشهد السياسي فيما يتعلق بالأوضاع المتدهورة في غزة بين وجهتي نظر الأولى أن عددا من الدول يتحدث عن حق إسرائيل في الدفاع عن نفسها والثانية تستنكر العدوان على غزة، وهو ما ظهر جليا في قمة القاهرة للسلام، في حين أن الحل يتمثل في إرادة دولية تستند إلى قرارات مجلس الأمن والأمم المتحدة بالانخراط في عملية سلام شاملة تؤدي إلى حل الدولتين».

• رفض مخططات التهجير ضد الشعب الفلسطيني وضرورة الوقف الفوري لإطلاق النار لحماية لجميع الأطراف.

• ضرورة السماح بالاستمرار في إدخال المساعدات الغذائية والأدوية للمصابين والمحاصرين عبر ممرات آمنة، حيث أعلن المرشح ذلك من خلال منشورات صفحته الانتخابية والتي أوضحت أن «المرشح رئيس الوفد قرر تخصيص مؤتمره الانتخابي الأول الذي يعقد بالدقهلية لنصرة غزة وأكد أن المؤتمر يتزامن مع القمة العربية الطارئة التي تعقد في اليوم التالي بالرياض كما أعلن أن خطابه سيتضمن مقترحات تخص التضامن العربي في مواجهة العدوان الإسرائيلي على الشعب الفلسطيني بغزة لتكون أمام القادة العرب في قمة الرياض، كما نشرت الصفحة أن المرشح الرئاسي قرر أن يكون عنوان مؤتمره الأول غزة في قلب الوفد وذلك إيمانا منه بالدور التاريخي والمستمر لحزب الوفد في الوقوف دائما مع الأشقاء الفلسطينيين كما أعلن عن تنفيذ فيلم وثائقي يوثق المجازر التي ترتكب في حق الشعب الفلسطيني في غزة بالإضافة إلى فيلم اخر يعرض بالمؤتمر».

• ضرورة ألا يكون هناك تهجير للفلسطينيين والمطالبة بأهمية سحب السفير مصري من إسرائيل وإعلان أن أمريكا الداعم الأول لإسرائيل.

كما بينت نتائج التحليل الكيفي ظهور عدد آخر من القضايا السياسية الفرعية والتي ركزت عليها صفحة المرشح ومنها:

• أهمية الإصلاح الاقتصادي، فلن يكون هناك إصلاح سياسي والتأكيد على أن خطة المرشح قائمة على الحقوق والحريات العامة وكذلك تفعيل مواد الدستور.

• الإصلاح السياسي هو المدخل الى الإصلاح الاقتصادي الشامل وضرورة التغيير الوزاري الشامل والعاجل.

• اصدار بيانات لطريقة تعامل أجهزة الدولة مع المرشحين على مدار فترة التجهيز والترشح للانتخابات الرئاسية.

• إظهار أن حزب الوفد يمتلك أكبر كتل برلماني بعد حزب الأغلبية كما أنه يعتمد لرؤية إصلاحية شاملة وحلولا واقعية قابلة للتنفيذ كما يمتلك مجموعة إنقاذ اقتصادي تضم خيرة العقول المصرية.

• التأكيد على أن عدم المشاركة في الانتخابات يمثل جريمة بحكم القانون.

- ضرورة العودة إلى المدة الرئاسية لفترتين كل واحدة 4 سنوات.
- **القضايا الاقتصادية:** أولت الحملة الانتخابية للمرشح اهتماما بإبراز ومناقشة القضايا الاقتصادية وقد ظهر ذلك من خلال التحليل الكيفي للمنشورات خلال فترة الدراسة:
- الأزمة الاقتصادية التي تعاني منها مصر هي عرض لمرض، فهي أزمة حقيقية تحتاج إلى إصلاح اقتصادي.
- المصريون يعيشون أزمة من ارتفاع الأسعار منذ عشر سنوات وتحقيق استقرار الأسعار وتطبيق الحد الأدنى للأجور أهم أولويات الحملة وكذلك ضرورة إزالة الضرائب والرسوم من الغذاء والدواء الذي يستخدمه الفقراء.
- الحل لإنهاء الأزمة الاقتصادية هو أن نعهد بالإصلاح الاقتصادي لمجموعة متخصصة في المالية والاقتصاد، فقد خسر الجنيه 85% من قيمته والأسعار وزادت 10 مرات لكل السلع.
- ضرورة ضبط السياسات النقدية، وإنهاء التعامل مع صندوق النقد الدولي.
- العمل على زيادة الرقعة المحصولية، فالتوسع في الإنتاج الزراعي هو هدف رئيسي.
- قضية حسن إدارة موارد الدولة والبدء في مشروعات لها الأولوية في التنفيذ، وكذلك تخفيض الهدر والفائض في كافة قطاعات الاقتصاد المصري.
- إصلاح التشريعات الاقتصادية ضرورة مهمة لجذب الاستثمار.
- الحديث حول إعطاء الحزب مهلة لمدة 5 سنوات لانتشال مصر من الأزمة الاقتصادية، حيث نشرت صفحة المرشح في ندوة اليوم السابع: نمارس حملتنا الانتخابية دون تضيق، ولم يتدخل أحد في قرار ترشحي، ولكني لا أملك «عصا سحرية» بموعد الإصلاح الاقتصادي كما أعدم فكرة استبعاد التيارات الدينية من المشهد».
- **القضايا الدينية:** أولت الحملة الانتخابية للمرشح اهتماما بإبراز ومناقشة القضايا الدينية، وقد ظهر ذلك من خلال التحليل الكيفي للمنشورات خلال فترة الدراسة:
- المواطنة شعار الحزب، وستبقى مصر مثال للوحدة الوطنية.
- الكنيسة القبطية المصرية هي أقدم كيان شعبي على وجهه، حيث نشرت الصفحة: «التقى المرشح الرئاسي رئيس الوفد بقدااسة البابا تواضروس الثاني بابا الإسكندرية وبطريك الكرازة المرقسية بالمقر البابوية بالكاتدرائية بالعباسية، في بداية اللقاء رحب قدااسة البابا تواضروس بالمرشح رئيس الوفد، والوفد المرافق له على أرض الكاتدرائية، وقال المرشح الرئاسي أنه يحمل تقديراً خاصاً للكنيسة المصرية ودورها الروحي والتاريخ الوطني للبابوات على مدار تاريخ مصر من التنوير والتسامح، وأضاف أن أول زيارة يقوم بها لشخصية عامة كانت لقدااسة البابا تواضروس وفي بداية حملتي الانتخابية وهنا اختيار الزيارة وتوقيتها مقصود وله دلالاته».

- تخصيص صفحة باسم الكنيسة بجريدة الوفد تصدر كل يوم أحد. إزالة أى معوقات أمام لجنة المواطنة وإتاحة الفرصة لزراعة قيم المواطنة بين الوفيدين جميعاً.
- لدينا ٦٠٠ كنيسة ودير خارج مصر وعدد الأقباط بمصر ١٥ مليون قبطى طبقاً لحصر الكنيسة.
- **القضايا القانونية:** أولت الحملة الانتخابية للمرشح اهتماماً بإبراز ومناقشة القضايا الأمنية والقانونية، وقد ظهر ذلك من خلال التحليل الكيفي للمنشورات خلال فترة الدراسة إذ أظهر التحليل أن:
- أهمية استقلال القضاء والفصل بين السلطات والعدالة الاجتماعية وضرورة تعديل فترة الرئاسة لتعود إلى 4 سنوات بدلاً من 6 سنوات.
- الحافظ على حقوق مصر التاريخية في نهر النيل والتي اعترفت بها المعاهدات والمواثيق الدولية العالمية.
- أهمية إجراء التعديلات اللازمة على المواد التي تم إدخالها على الدستور المصري خلال 2019. ضرورة إعادة صلاحيات مجلس الشيوخ الرئاسية ودستور 2014 يعرقل إجراء انتخابات المحليات.
- الحملة الانتخابية ضد الكوته باستثناء كوته المرأة.
- **القضايا التعليمية والتكنولوجية:** أولت الحملة الانتخابية للمرشح اهتماماً بإبراز ومناقشة القضايا الأمنية والقانونية، وقد ظهر ذلك من خلال التحليل الكيفي للمنشورات خلال فترة الدراسة:
- الإيمان بالخبرات والدراسة العملية.
- ضرورة عمل برامج تدريبية لتحويل عمالة الوفرة إلى العمالة المتخصصة والنادرة.
- أهم أهداف حملة المرشح هو إصلاح البنية التحتية للمؤسسات التعليمية.

مناقشة لأهم النتائج:

قامت الباحثة بإجراء دراسة تحليلية لمضمون مواقع التواصل الاجتماعي- فيسبوك - التي وظفتها الحملات الانتخابية محل الدراسة، وهي صفحات مرشحي الرئاسة الأربعة (المرشح عبد الفتاح السيسي، المرشح فريد زهران، المرشح حازم عمر والمرشح عبد السند يمامة) على موقع فيسبوك خلال فترة الحملة الانتخابية 2023، وذلك في الفترة من 9 حتى 30 نوفمبر، وقد توصلت نتائج الدراسة إلى النقاط التالية:

- 1 - حصلت صفحة المرشح عبد الفتاح السيسي على المرتبة الأولى من حيث عدد المنشورات خلال فترة الدراسة وذلك بنسبة %49.6، وعدد 173 منشور، تليها صفحة المرشح حازم عمر بنسبة %22.3 وعدد تكرارات 78، وفي المرتبة الثالثة جاءت صفحة المرشح فريد زهران بنسبة %21.5 وعدد تكرارات 75، وفي المرتبة الرابعة والأخيرة بنسبة %6.6 جاءت صفحة المرشح عبد السند يمامة بعدد 23 منشور من إجمالي 349 منشور حجم عينة الدراسة.

2 - جاءت نتائج هذه الدراسة متفقة مع نتائج بعض الدراسات السابقة فيما يتعلق بدور شبكات التواصل الاجتماعي وخاصة منصة الفيسبوك، والتي أوضحت أن التصور السياسي الأكثر أهمية هو اتخاذ القرار الفعلي باستخدام الشبكة وأن المرشحين السياسيين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي اعتقاداً منهم أن ذلك يخدم دوائهم الانتخابية.

3 - اتفقت نتائج الدراسة الحالية مع نتائج بعض الدراسات العربية حول أن وسائل التواصل الاجتماعي أضحت أكثر الأدوات الاتصالية خلال الحملات الانتخابية، حيث يتم توظيفها للترويج لحملات مرشحي الرئاسة، وأن هناك تطور ملحوظ في استخدام تلك المنصات.

4 - أوضحت نتائج الدراسة اهتمام الجمهور وتفاعله مع منشورات صفحات مرشحي الرئاسة عبر موقع فيسبوك، سواء كان هذا بالتعليق أو إعادة النشر أو حتى بالتفاعل على المنشورات، وهو ما بينته أيضاً نتائج بعض الدراسات السابقة حول ارتفاع نسبة المشاركة عندما يكون الانتخاب بشأن اختيار رئيس الجمهورية أو الاستفتاء على الدستور أو تعديلاته بالمقارنة بتخفيض النسب في الانتخابات البرلمانية حيث يدرك الناخبين محورية دور رئيس الجمهورية في النظام السياسي باعتباره رئيس السلطة التنفيذية ولصلاحياته الواسعة مما يجعلهم حريصين على المشاركة في اختياره باعتباره رأس الدولة والمسئول الأول عنها، إلى جانب سهولة الانتخاب حيث يتطلب اختيار مرشح واحد على مستوى الجمهورية بينما النظام الانتخابي للانتخابات البرلمانية أكثر تعقيداً ويجمع بين القائمة والفردي ويتطلب اختيار أكثر من مرشح في كل دائرة انتخابية، ويتبين أيضاً أن أعلى نسبة مشاركة تحققت في الانتخابات الرئاسية 2014 (47,45%) بينما النسبة الأدنى هي في انتخابات مجلس الشيوخ 2020 (14,23%)

5 - أظهرت نتائج الدراسة اهتمام صفحات الحملات الانتخابية للمرشحين بتعدد القالب المقدم من خلاله المنشورات، إلا أن الاهتمام بقالب «النص المكتوب» قد جاء في المرتبة الأولى للصفحات الأربعة كما جاء مصاحباً لعدد من القوالب الأخرى مثل قالب الصورة والصورة النصية والانفوجراف، وتختلف النتائج السابقة مع نتائج بعض الدراسات السابقة الأخرى والتي بينت حرص صفحات مرشحي الرئاسة أو المجالس النيابية على عرض منشوراتها من خلال قالب « نص وصورة » أكثر من قالب النص فقط.

6 - أظهرت نتائج الدراسة اهتمام صفحات مرشحي الرئاسة الأربعة بمتابعة عدد كبير من القضايا المجتمعية والتي تم حصرها في ثمانية قضايا رئيسية، وقد حصلت فيها القضايا السياسية على المرتبة الأولى وذلك بنسبة 94.5%، تليها القضايا الاقتصادية بنسبة 32.7%، بينما جاءت في المرتبة الثالثة القضايا الاجتماعية بنسبة 25.8%، أما عن القضايا التعليمية والتكنولوجية فقد برزت في المرتبة الرابعة من بين القضايا محل الاهتمام لدى صفحات مرشحي الرئاسة وذلك بنسبة 8.3% وعدد تكرارات 29، تليها في المرتبة اللاحقة فئة القضايا الصحية والبيئية بنسبة 5.7%، ثم فئة القضايا الأمنية والقانونية بنسبة 5.4%، وحصلت فئة القضايا الدينية على نسبة 3.2%، تليها في المرتبة الأخيرة فئة القضايا الرياضية بنسبة 1.1%.

7 - بينت نتائج الدراسة حصول صفحة المرشح الرئاسي عبد الفتاح السيسي على نسبة 100% من حيث طرح الجوانب الإيجابية للقضايا المطروحة، في حين حصلت صفحة المرشح عبد السند يمامة على 91.3%، أما صفحة المرشح حازم عمر فقد تنوعت جوانب عرض القضايا حيث حصلت فئة عرض الجوانب الإيجابية فقط على نسبة 83.3% بينما جاءت فئة عرض الإيجابيات والسلبيات بنسبة 16.6% خلال فترة الدراسة وأخيرا أظهرت صفحة المرشح فريد زهران تنوع بين الفئات الثلاثة، فقد حصلت فئة الإيجابيات فقط على نسبة 45.3%، بينما السلبيات فقط على نسبة 49.3% أما التوازن في عرض القضايا فقد جاء في المرتبة الثالثة بنسبة 5.3%.

8 - أظهرت نتائج الدراسة تعدد مصادر المعلومات حول القضايا محل المناقشة على صفحات مرشحي الرئاسة، فقد حصلت صفحة كل من المرشح فريد زهران والمرشح حازم عمر على نسبة 100% من إجمالي حجم العينة الخاصة بهما في الاعتماد على المرشح نفسه كمصدر أساسي للمعلومات حول القضايا المختلفة، بينما حصلت صفحة المرشح عبد الفتاح السيسي على نسبة 97.1%، أما صفحة المرشح عبد السند يمامة فقد كانت النسبة 39.1%، أما عن فئة «الاعتماد على الجمهور العام»، فقد حصلت صفحة المرشح عبد الفتاح السيسي على نسبة 50.3%، كما حصلت صفحة المرشح حازم عمر على نسبة 25.6%، كما أظهرت صفحات المرشحين الآخرين اهتماما بالجمهور العام حيث جاءت النسبة 60% لصفحة المرشح فريد زهران و30.4% للمرشح عبد السند يمامة طبقا لحجم العينة الخاص بكل منهم خلال فترة الدراسة.

9 - أبرزت نتائج الدراسة عدم استخدام صفحة المرشح عبد الفتاح السيسي لفكرة الدعاية المضادة للمرشح الآخر، بينما سجلت باقي الصفحات، فقد حصلت صفحة المرشح فريد زهران على نسبة 78.7% بعدد 59 تكرار، بينما صفحة المرشح حازم عمر حصلت على نسبة 53.8% بعدد 59 تكرار وأخيرا صفحة المرشح عبد السند يمامة على 26.1% وعدد 6 تكرارات من إجمالي عدد المنشورات لدى كل منهم.

وقد ترجع النسب السابقة إلى طبيعة الوضع السياسي للانتخابات، وهو وجود أحد المرشحين على رأس الدولة والذي بدوره يدرك أهمية التركيز على دوره السياسي من خلال إنجازاته في الحياة السياسي من خلال فترة حكمه للبلاد وليس التركيز على مهاجمة المرشح الآخر.

10 - بينت نتائج تقارير الهيئة العليا للانتخابات بخصوص التجاوزات خلال فترة الانتخابات، حيث أكد رئيس الهيئة العليا أنه وعلى الرغم من صعوبة مراقبة الفضاء المفتوح من مواقع التواصل الاجتماعي والمنصات ألا أنه أكد عدم تسجيل أي تجاوزات ترقى إلى حد الجرائم التي يعاقب عليها القانون من المرشحين، موضحاً أن «بعض التجاوزات» بدرت عن أشخاص داعمين أو معارضين لبعض الشخصيات، (الهيئة الوطنية للانتخابات 2024) وهو ما بينته نتائج الدراسة الحالية، ففي صفحة المرشح الرئاسي عبد الفتاح السيسي حصلت فئة «لا يوجد وجود تجاوزات» على نسبة 100% خلال فترة الدراسة.

11 - أظهرت صفحات مرشحي الرئاسة الأربعة اهتماما بالغاً بالقضية الفلسطينية، فقد حصلت على نسبة 15.6% وعدد تكرارات 27 منشور من إجمالي حجم عينة الدراسة، وقد ظهر ذلك بشكل بارز من خلال التحليل الكيفي لمحتوى صفحات مرشحي الرئاسة والتي أظهرت أن القضية الفلسطينية قد جاءت كأحد القضايا السياسية الرئيسية والتي تناولتها منشورات الصفحات.

وتتسق النتائج السابقة مع طبيعة الأوضاع والأحداث السياسية في تلك الفترة والتي بدأت في فلسطين 7 أكتوبر 2023 (طوفان الأقصى) والتي كان لها تأثيرها البالغ في تغيير المشهد السياسي الانتخابي في مصر، حيث تحولت الدعاية الانتخابية للمرشحين إلى خطاب سياسي لحشد الجمهور المصري تجاه القضية مركزاً على استخدام الجوانب والاستمالات العاطفية تجاه القضية، وأن المرشح الأكثر تركيزاً على القضية الفلسطينية سوف يحقق حشداً جماهيرياً أكثر من غيره.

أبرزت الدراسة إجماع مرشحي الانتخابات الرئاسية من خلال منشوراتهم على صفحاتهم الانتخابية على أن الانتخابات في مصر تحدث في ظل ظروف غاية في الصعوبة بسبب ما يحدث في غزة.

ما تأثيره الدراسة من بحوث مستقبلية:

1 - تقترح الباحثة إجراء المزيد من الدراسات التي تتناول دراسة الوسائل الاتصالية المستخدمة في الحملات الانتخابية سواء الرئاسية أو البرلمانية، ومدى تكاملها مع بعضها البعض وتأثيراتها المتعددة على القرار الانتخابي للجمهور المستقبل

2 - توصي الباحثة بأهمية إجراء دراسات حول الجمهور المستخدم لوسائل التواصل الاجتماعي بشكل عام وذلك للتعرف على الصفات الديموغرافية له كذلك دراسة أنماط استخدامه واحتياجاته لتلك الوسائل خاصة في ظل فترات الانتخابات.

3 - تقترح الباحثة أعداد دراسات حول منصات التواصل الاجتماعي المختلفة وليس منصتي فيسبوك واكس فقط، وذلك مثل سناب تشات، تيك توك، تليجرام وغيرهم من المنصات التي تصدرت الساحة في الآونة الأخيرة، والتي قد يتم استخدامها في مجال الدعاية الانتخابية بقوة في الفترات القادمة، كذلك دراسة الجمهور المستخدم لتلك المنصات.

4 - تقترح الباحثة أهمية إجراء دراسات استشرافية تخدم القائمين على الحملات الانتخابية الالكترونية وكذلك صناع القرار السياسي، حول طرق الاستفادة من إمكانيات تلك الوسائل الاتصالية الحديثة في خدمة الحملات الانتخابية وكذلك اقتراح آليات فعالة لتشجيع الجمهور المستخدم لتلك الوسائل على المشاركة وتلبية احتياجاته ومحاولة تعديل اتجاهاته الانتخابية وإشراكه في العملية الانتخابية.

هوامش الدراسة:

أولاً: العربية:

بومخيلة خالد، واقع الحملات الانتخابية في فضاء التواصل الاجتماعي - دراسة حالة في الجزائر، *المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات*، المجلد 04، العدد 04، أكتوبر 2021، ص 386.

بن مالك عبد الرازق، «توظيف الأحزاب السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية للتأثير على السلوك الانتخابي للشباب». *جامعة قاصدي مرباح ورقلة*، 2020.

جهاد حجازي شحاته، دور حملات التسويق السياسي في تشكيل اتجاهات الشباب نحو المشاركة السياسية: دراسة تطبيقية على الانتخابات الرئاسية 2014، *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*، جامعة الأهرام الكندية، العدد 8، مارس 2015

حنان أبو سكين، *مجلة الديمقراطية*، مؤسسة الأهرام، ع93، يناير، 2024.

سلوى سليمان الجندي، ايناس عبد الحميد الخريبي، «الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في الدعاية الانتخابية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي: دراسة على الانتخابات المصرية 2014»، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، مركز بحوث الرأي العام 2015، المجلد 14 العدد1

علا حسانين محمد حسانين، الحملات الانتخابية على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها باتجاهات المراهقين نحو المشاركة السياسية، *رسالة دكتوراه غير منشورة*. (كلية الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، 2018)

عادل صالح، «العوامل المؤثرة في أنماط التفاعل مع الأخبار السياسية في صفحتي فيسبوك لصحيفتي اليوم السابع والوطن»، *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ع 22، يونيو 2021.

محمد عبد اللطيف محمد، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب المصري نحو مجلس الشيوخ والمرشحين لعضويته - دراسة مسحية - *مجلة البحوث الإعلامية*، جامعة الأزهر، العدد 55، الجزء السادس، أكتوبر 2020.

محمد مختار، تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على المشاركة الانتخابية في منطقة الشرق الأوسط، مؤسسة ماعت للسلام والتنمية وحقوق الإنسان Available at: www.maatpeace.org

محمد معوض عبد الباري، وائل إسماعيل حسن، «استخدام منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الصورة الذهنية لمؤسسة الرئاسة في مصر»، *مجلة البحث العلمي في الآداب*، جامعة عين شمس، كلية البنات للآداب والعلوم والتربية، الجزء 2، العدد 19.

محمد خليفة بوعركي، دور وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات الشباب نحو انتخابات مجلس الأمة في دولة الكويت، *رسالة ماجستير غير منشورة*. (كلية الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة البحرين، 2018)

مرودة سيد سلام، إدارة الحملات الانتخابية الرئاسية المصرية لعام 2014 على مواقع التواصل الاجتماعي في ضوء نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية: دراسة تحليلية، **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال**، جامعة الأهرام الكندية، العدد 17، يونيو 2017

وسام بوقلمون، مضامين الخطاب السياسي في الفضاء السيبراني: دراسة تحليلية لعينة من منشورات حزب حركة مجتمع السلم خلال الحملة الانتخابية لتشريعات 2021 عبر موقع فيسبوك، **المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي**، المجلد 9، العدد 2، 2022

ثانياً: الأجنبية

HAMAN, M. (2024), WHY DO POLITICAL CANDIDATES USE SOCIAL MEDIA IN ELECTION CAMPAIGNING? AN EXPLANATION OFFERED BY A COST-BENEFIT CALCULATION USING SURVEY DATA, 22 (1), FEBRUARY 2024, AVAILABLE IN: [HTTPS-JOURNALS-SAGEPUB-COM.MPLBCI.EKB.EG/](https://journals-sagepub-com.mplbci.ekb.eg/)

SEVIN, E. (2021), NEW DATA SOURCES AND PRESIDENTIAL CAMPAIGNS, PUBLISHED JUN 2, 2021, AVAILABLE IN: [HTTPS-JOURNALS-SAGEPUB-COM.MPLBCI.EKB.EG/DOI/FULL/10.1177/000276422111021634](https://journals-sagepub-com.mplbci.ekb.eg/doi/full/10.1177/000276422111021634)

[HTTPS://WWW.FACEBOOK.COM/1AGHANEYELAROSSEIN?MIBEXTID=RS40AB7S9UCBXW6V](https://www.facebook.com/1AGHANEYELAROSSEIN?MIBEXTID=RS40AB7S9UCBXW6V)
[HTTPS://WWW.FACEBOOK.COM/FARIEDZAHARAN11?MIBEXTID=RS40AB7S9UCBXW6V](https://www.facebook.com/FARIEDZAHARAN11?MIBEXTID=RS40AB7S9UCBXW6V)
[HTTPS://WWW.FACEBOOK.COM/@HAZEMPRESIDENCY/?MIBEXTID=RS40AB7S9UCBXW6V](https://www.facebook.com/@HAZEMPRESIDENCY/?MIBEXTID=RS40AB7S9UCBXW6V)
[HTTPS://WWW.FACEBOOK.COM/ALSISI2024?MIBEXTID=RS40AB7S9UCBXW6V](https://www.facebook.com/ALSISI2024?MIBEXTID=RS40AB7S9UCBXW6V)

[HTTPS://WWW.FACEBOOK.COM/100069342573882/POSTS/PFBID02QHHVADMSFRWMTDPDVUELMEP-83PVDAQRZPXHXOUBPAGXCRAPPUGTHGVQD5U77NBVNL/?D=W&MIBEXTID=I6GGTW-8/11/2023](https://www.facebook.com/100069342573882/posts/pfbid02qhhvadmsfrwmtpdvuelmep-83pvdaqrzpxhxoubpagxcrappugthgvqd5u77nbvnl/?d=w&MIBEXTID=I6GGTW-8/11/2023)

[TTPS://WWW.MOSAIQUEFM.NET/AR/30/1/2024](https://www.mosaiquefm.net/ar/30/1/2024)

تم عرض استمارة تحليل المضمون على المحكمين التاليين:

- 1 - أ.د. / رانيا أحمد: أستاذ الإعلام بالمركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية.
- 2 - أ.د. / حنان أبو سكين: أستاذ العلوم السياسية بالمركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية.
- 3 - أ.د. / مروة نظير: أستاذ العلوم السياسية بجامعة مايو بالقاهرة
- 4 - د. عماد شلبي عبد المقصود: أستاذ الإعلام المساعد بالمركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية