

تعرض الشباب المصري للمضامين الإخبارية بمبادرة حياة كريمة
عبر قنوات اليوتيوب واتجاهاتهم نحوها
"دراسة تطبيقية"

د/ زينب عبد العظيم عبد الواحد

مدرس الإذاعة والتلفزيون بقسم الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية

جامعة المنيا



مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية

معرف البحث الرقمي DOI: 10.21608/jedu.2022.127341.1619

المجلد السادس . العدد التاسع والعشرين . يوليو 2020

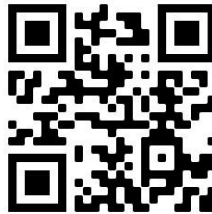
الترقيم الدولي

E- ISSN: 2735-3346 P-ISSN: 1687-3424

موقع المجلة عبر بنك المعرفة المصري <https://jedu.journals.ekb.eg/>

موقع المجلة <http://jrfse.minia.edu.eg/Hom>

العنوان: كلية التربية النوعية . جامعة المنيا. جمهورية مصر العربية



تعرض الشباب المصري للمضامين الإخبارية بمبادرة حياة كريمة

عبر قنوات اليوتيوب واتجاهاتهم نحوها

"دراسة تطبيقية"

د/ زينب عبد العظيم عبد الواحد

مستخلص الدراسة:

تهدف الدراسة إلى التعرف على إتجاه الشباب المصري نحو متابعة المضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة عبر قنوات اليوتيوب، وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تعتمد على المنهج المسحي بشقيه التحليلي والميداني، حيث تستخدم الدراسة إستمارة تحليل الشكل والمضمون لتحليل الفيديوهات المتعلقة بمبادرة حياة كريمة عبر موقعي قناتي "العربية"، وشبكة تليفزيون الحياة "على اليوتيوب"، بواقع "17" فيديو لقناة العربية و"30" فيديو لقناة شبكة تليفزيون الحياة، وذلك خلال دورة زمنية مدتها ثلاثة أشهر بداية من 2020/3/1م وحتى 2020/5/30م، وكذلك تعتمد الدراسة على صحيفة إستقصاء والتي طبقت على عينة عشوائية قوامها (550) مفردة من الشباب المصري، موزعة بالتساوي بين الجنسين، بمحافظة (القاهرة، المنيا، أسوان)، وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل متابعة الشباب المصري للمضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة عبر موقعي قناتي (العربية، شبكة تليفزيون الحياة) علي اليوتيوب واتجاهاتهم نحوها.

الكلمات المفتاحية: مبادرة حياة كريمة، قنوات اليوتيوب، اتجاهات الشباب.

The exposure of Egyptian youth to the news content of Decent Life Initiative through YouTube channels and their attitude towards it "Experimental study"

Abstract:

The study aim at identifying the attitude of Egyptian youth towards following the news content of Decent Life Initiative through YouTube channels. This study is consider one of the descriptive studies that rely on the survey method, both analytical and field, where the study use the form and content analysis form to analyze the videos of Decent Life Initiative on the websites of "Al-Arabiya " and "Al-Hayat TV Network" on YouTube by "17" videos for Al-Arabiya channel and "30" videos for Al-Hayat TV Network channel. This was during three months, from 1/3/2020 to 30/5/2020. The study also based on a survey paper that was applied to a random sample of 550 Egyptian youth, equally distributed between the sexes, in the governorates of Cairo, Minia and Aswan .**The results of the study revealed that** there is a statistically significant correlation between the degree to which Egyptian youth followed the content of Decent Life Initiative through the websites of Al Arabiya and Al Hayat TV on YouTube and their attitude towards it.

Key words: Decent Life Initiative, YouTube channels, Youth attitudes

مقدمة:.

في ظل التطور الهائل والمتلاحق لشبكات التواصل الإجتماعي، حيث إنتقلت في السنوات الماضية من كونها ظاهرة مستحدثة إلى ظاهرة يتبناها الكثير من جمهور المستخدمين، وقد ارتبط الازدياد الملحوظ لمشاركة المستخدمين في هذه الشبكات الإجتماعية بأهدافهم المتعددة وطبيعة استخدامهم لها وإقبالهم على متابعة المضامين الإخبارية لمختلف القضايا والأحداث حول العالم من خلالها، وقد غيرت الشبكات الإجتماعية من توجهات المستخدمين في التعامل معها من مجرد مستهلكين سلبيين للمحتويات التي تقدم فيها إلى مشاركين نشطاء في صناعة المحتوى وتبادل القضايا والأفكار مع أصدقائهم ومستخدمين لا يعرفونهم، فنجد العديد من شبكات التواصل الإجتماعي "كالفيس بوك، والتويتر، واليوتيوب، و.. وغيرهما" العديد من شبكات التواصل الإجتماعي التي حازت على إقبال معظم فئات المجتمع المصري وخاصة الشباب، حيث يقومون بمتابعة الأحداث والتطورات الإخبارية في العديد من القضايا المختلفة حول العالم، وهذا ما أكدته دراسة (أحمد محمد حسن، 2014)، حيث أوضحت وجود علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين زيادة إعتقاد الشباب المصري في الحصول على المعلومات عن القضايا السياسية عبر مواقع التواصل الإجتماعي وإكتسابهم بعض القيم السياسية.

ونظرا لكون مبادرة حياة كريمة مبادرة وطنية مصرية هامة حديثة بالمجتمع المصري، وتمس فئات المجتمع الأكثر إحتياجا، والقرى الأكثر فقرا التي عانت منذ سنوات كثيرة ماضية، فآن الأوان للنهوض بها والعمل على تحقيق متطلباتها واحتياجاتها، ولن يأتي ذلك إلى بتضافر جميع مؤسسات الدولة وبمشاركة أهل مصر بجميع فئاتهم وخاصة الشباب، ولكي نقوم بذلك فلا بد أن يظهر الدور الإعلامي المتمثل في دور القنوات الاخبارية في التوعية بأهمية هذه المبادرة من خلال عرض

مضامينها وأحداثها الإخبارية عبر مواقعها على اليوتيوب بإعتباره إحدى شبكات التواصل الإجتماعي وكونه وسيلة جذب للجمهور لقدرته على جمع الصوت والصورة والبث الفوري معا، وذلك لتغطية مبادرة رئيس الجمهورية المصري نحو مبادرة "حياة كريمة" وإلقاء الضوء على أهدافها والفئات المستهدفة ومبادرات مساعداتهم وطرق تنفيذها، بل وتشجيع الشباب المصري نحو العمل التطوعي وخلافه بهذه المبادرة، فمبادرة حياة كريمة تعتبر النواة الرئيسية لتنمية الريف والنجوع المصرية الفقيرة، حيث تعود هذه التنمية على رقى وتقدم المجتمع المصري بأكمله.

الدراسات السابقة .:

المحور الأول: مبادرة حياة كريمة.

1- عمر بن محمد دين (2020) بعنوان: المبادرات المجتمعية التطوعية لطلبة

جامعة الأمير سطاتم بن عبد العزيز "دراسة تحليلية".

هدفت الدراسة إلى تحليل المبادرات المجتمعية التطوعية التي قدمت من قبل طلبة جامعة الأمير سطاتم بن عبد العزيز (ذكورا واناثا)، خلال ثلاث سنوات جامعية، من عام 1434هـ إلى عام 1437هـ، وهي المبادرات والمشاريع التي قدمت إلى قسم أمانة المؤتمر العلمي في عمادة شؤون الطلاب للمنافسة في المسابقات العلمية الطلابية، ونفذت في المجتمعات المحيطة بكليات الجامعة في محافظات جنوب منطقة الرياض، وهي "الخرج والدلم وحوطة بنى تميم والأفلاج والسيل ووادي الدواسر"، وذلك لتقديم الخدمات المجتمعية المختلفة لسكانها، وانتمت هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية حيث استخدمت المنهج التحليلي للمبادرات وذلك بالاعتماد على إستمارة تحليل المضمون، وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود اقبال كثيف من طلبة الجامعة على خدمة المجتمع والبرامج التطوعية، كما توصلت الدراسة الى تفوق الطلاب في المجال الصحي

التوعوي والمجال التقني، أما الطالبات فتفوقت في المجال الإجتماعي والمجال التعليمي، كما توصلت النتائج أيضا إلى أن البرامج والأعمال والمبادرات المجتمعية التطوعية تحتاج إلى توفير الكثير من المتطلبات والإمكانات والمقومات المختلفة وبخاصة الإمكانيات المادية.

2- عماد محمد نبيل (2019) بعنوان: التسويق الإجتماعي كمدخل لتحديد

احتياجات القرى الأكثر فقرا في ضوء برنامج حياة كريمة.

هدفت الدراسة إلى التعرف على أهم إحتياجات البنية الأساسية للقرى الأكثر فقرا، والتعرف على الأساليب المستخدمة لتحقيق التسويق الإجتماعي في تحديد إحتياجات القرى الأكثر فقرا، وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، حيث إعتمدت على المنهج المسحي الإجتماعي، وطبقت عينة الدراسة على (83) مفردة بإستخدام صحيفة استقصاء لجمع البيانات المطلوبة، وتوصلت نتائج الدراسة الى أن أهم إحتياجات البنية الأساسية للقرى الأكثر فقرا تمثلت في إنشاء الاسقف وترميم منازل الفقراء، بالإضافة الى توصيل شبكات الصرف الصحي، وتوفير مياه الشرب النظيفة، وتوفير خدمات النقل والمواصلات، وأن من أهم الإحتياجات الإقتصادية هي توفير القروض لإقامة المشروعات الصغيرة، ومساعدة الفتيات المقبلات على الزواج، كما أوضحت الدراسة أيضا أن الأساليب المستخدمة لتحقيق التسويق الإجتماعي في تحديد إحتياجات القرى الأكثر فقرا تكمن في تكوين لجان في الجمعية هدفها التسويق الإجتماعي، واجراء المقابلات مع القيادات المجتمعية، واجراء البحوث العلمية للتعرف على إحتياجات المجتمع ومشكلاته، وتنظيم الحملات لجمع التبرعات.

3- محمد كمال أحمد (2019) بعنوان: المبادرات الصحية الرئاسية وتغيير

المنظومة الصحية في مصر.

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور المبادرات الصحية الرئاسية في تغيير المنظومة الصحية في مصر، وانتمت هذه الدراسة الى الدراسات الوصفية، حيث استخدمت منهج المسح الإجتماعي، وتكونت العينة من (300) مفردة من المقيمين بمحافظة الفيوم (ريف وحضر)، وتم تطبيق صحيفة الإستقصاء عليهم، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن المبادرات الصحية التي أطلقتها الدولة المصرية ساهمت في إشترك المرضى بعملية صنع القرار الطبي الخاص بهم، وأكدت على الأنماط السلوكية التي تم انشاؤها خلال المبادرات الصحية ساهمت في تحديد الحالة الصحية للأفراد، ووضع نمط للصحة الإيجابية، مما ساهم في زيادة الصحة البدنية والعاطفية والإدراكية والإجتماعية لأفراد المجتمع وتمكينهم من تحقيق إمكانياتهم بشكل كامل، مما دفعهم إلى المشاركة في خطط التنمية المستهدفة من قبل الدولة.

4- إيناس محمود حامد وآخرون (2018) بعنوان: تعرض الشباب الجامعي

للمبادرات الرئاسية المصرية عبر شبكات التواصل الإجتماعي وعلاقته

باتجاهاتهم نحوها.

هدفت الدراسة إلى التعرف على معدل تعرض الشباب الجامعي للمبادرات الرئاسية المصرية عبر شبكات التواصل الإجتماعي وعلاقتها باتجاهاتهم نحوها، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية حيث استخدمت المنهج المسحي، وطبقت الدراسة على عينة قوامها (372) مفردة من طلاب الجامعات المصرية، وذلك بإستخدام صحيفة الإستقصاء لجمع البيانات المطلوبة، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن نسبة كبيرة من أفراد العينة يتابعون المبادرات الرئاسية عبر شبكات التواصل الإجتماعي، أما النسبة القليلة ممن لا يتابعونها جات لأسباب هي (عدم شعورهم بفائدتها لهم بصفة شخصية، وليس

لها جدوى أمام مشكلات مصر الكبرى)، كما توصلت نتائج الدراسة إلى أن شبكات التواصل الإجتماعي جاءت كأهم المصادر إلى إعتد عليها أفراد العينة في معرفة المبادرات الرئاسية.

5- تركى بن حسن عبد الله (2017) بعنوان: إسهامات طلاب الجامعة في دعم المبادرات التطوعية.

هدفت الدراسة إلى الكشف عن إتجاهات وإسهامات الشباب الجامعي في دعم المبادرات التطوعية، وتحديد العوامل المؤثرة في تشكيل سلوكيات الطلاب نحو المبادرات، وتحديد المعوقات التي تمنع الشباب الجامعي بالأعمال التطوعية، وإنتمت هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، حيث إستخدمت المنهج الوصفي التحليلي، وتم تطبيق صحيفة الاستقصاء على (179) طالبا من الطلاب الذكور بجامعة أم القرى، وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود قصورا في مشاركة الطلاب لتدعيم وتفعيل المبادرات التطوعية، وأن من أهم الإتجاهات المكتسبة من المبادرات التطوعية تهذيب السلوك، وإكتساب مهارات جديدة، وشغل وقت الفراغ، وزيادة الخبرة والمساعدة في خدمة المجتمع، والثقة بالنفس، وتنمية الشخصية الإجتماعي، كما توصلت الدراسة إلى أن من أهم المعوقات التي تقلل من دور الطلاب في دعم وتفعيل المبادرات هي (الإلتغال بالتحصيل الدراسي، وصعوبة التعامل مع الجوانب القانونية والإدارية، وعدم وضوح فكرة المبادرة).

6- جيل سيفانج وأليكس هاكسيلتين Gill Seyfang, Alex Haxeltin

(2012) بعنوان: الإبتكارات المتزايدة على مستوى القاعدة الشعبية: استكشاف دور المبادرات المجتمعية في الحكم المستدام.

هدفت الدراسة إلى التعرف على تحديات التنمية المستدامة وتغير المناخ والذروة النفطية والتعرف على التحولات على مستوى النظام في أنظمة التزويد الاجتماعي والتقنية حول الابتكار المشترك من أجل الإستدامة كمحاولة لفهم ديناميكيات وإتجاهات مثل هذه التقنيات الاجتماعية والتحويلات التي يطلق عليها "إنتقالات الاستدامة وتم تطبيقه على سياق جديد للإبتكار الاجتماعي القائم على المجتمع المدني ودراسة دور المبادرات المجتمعية في الانتقال إلى اقتصاد مستدام منخفض الكربون في المملكة المتحدة، واستخدمت هذه الدراسة المنهج التجريبي لحركة المدن الانتقالية في المملكة المتحدة "ابتكار شعبي" وتقييم محاولاتها للنمو والتأثير على النظم الاجتماعية المجتمعية التقنية الأوسع باستخدام نظرية الإدارة المتخصصة الاستراتيجية على سياق المجتمع المدني، **وتوصلت نتائج الدراسة** الى توصيات عملية مدروسة من الناحية النظرية لهذه الحركة لتوزيع الاستخدام خارج نطاقها لتعزيز مشاركة أعمق مع الجهات الفاعلة في النظام ذات الحيلة؛ لإدارة التوقعات وبشكل أكثر واقعية من خلال توفير فرص ملموسة للعمل والمشاركة؛ وفهم الدور المهم للهوية وتشكيل المجموعة، ومن خلال حل كيفية تغير الممارسات الاجتماعية في الابتكارات الشعبية.

المحور الثاني: قنوات اليوتيوب.

1. إسماعيل أبوشنافة حسان بن شناف (2019) بعنوان: استخدام الطلبة

الجامعيين لموقع اليوتيوب والإشباع المتحققة منه.

هدفت الدراسة إلى الكشف عن مدى وكيفية تفاعل الطلبة الجامعيين مع مضامين قنوات اليوتيوب، والتعرف على عادات وأنماط إستخدامهم لموقع

اليوتيوب، وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، حيث استخدمت منهج المسح الإعلامي، وطبقت على عينة قوامها (58) مفردة ذكورا وإناثا من طلبة الماجستير بقسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرياح ورقلة، وذلك بإستخدام إستمارة إستبيان طبقت عليهم لجمع البيانات المطلوبة، وتوصلت نتائج الدراسة بأن طلبة الماجستير يتفاعلون بشكل كبير مع مضامين قنوات اليوتيوب وخاصة المضامين التثقيفية والتعليمية، كما أنه تختلف طرق التفاعل من باحث الى آخر.

2. أسماء أحمد السيد شبل (2018) بعنوان: تأثير اليوتيوب على

الإتجاهات السياسية للشباب بعد أحداث 30 يونيو (رصد - اليوم

السابع - الأهرام) نموذجا.

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير اليوتيوب على الإتجاهات السياسية للشباب المصري بعد أحداث 30 يونيو، وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي اعتمدت على المنهج المسحي بشقيه التحليلي والميداني، وتم تطبيق الدراسة على عينة عشوائية قوامها "400" مفردة من الجامعات المصرية (جامعة القاهرة، جامعة المنصورة، جامعة الاسكندرية، جامعة أسيوط)، وذلك بإستخدام إستمارة إستبيان لجمع البيانات المطلوبة، كما أجريت الدراسة التحليلية في القنوات الاخبارية عبر موقع اليوتيوب، وذلك على عينة عمدية من (الأهرام، اليوم السابع، رصد)، وذلك بالإعتماد على صحيفة تحليل المضمون، وتوصلت نتائج الدراسة إلى إتفاق نتائج الدراسة التحليلية مع نتائج الدراسة الميدانية حيث جاءت قناة اليوم السابع في مقدمة القنوات التي تهتم بعرض ومتابعة الأخبار والمعلومات حول القضايا السياسية المثارة في مصر بعد ثورة 30 يونيو، كما أظهرت الدراسة أن القنوات الإخبارية على موقع

اليوتيوب تؤثر على مواقف الرأي العام خلال فترة الأزمات والأحداث الهامة تأثير (متوسط)، بالإضافة الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل متابعة القنوات الإخبارية على موقع اليوتيوب وإتجاهات المبحوثين تجاه القضايا السياسية حسب العوامل الديموغرافية المختلفة (النوع، العمر، التعليم، الجامعة، مكان الإقامة، مجال العمل، الإنتماء إلى حزب سياسي).

3. جوديث مولر واخرون Judith Moeller & Others (2018) بعنوان

اتجاهات الشباب لوسائل الاعلام الرقمية نحو المشاركة السياسية
والواجب المدني.

هدفت الدراسة إلى التعرف على إجراء تحليل متعمق بين تأثيرات محتوى الرسالة في وسائل الاعلام التقليدي والمواقع الإخبارية الإلكترونية، وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي اعتمدت على المنهج المسحي بشقيه التحليلي والميداني، مستخدمة أداتي "استمارة تحليل الشكل والمضمون وصحيفة الاستقصاء"، حيث تم إجراء دراسة تحليلية على عينة من الاخبار المسائية المذاعة على محطة تليفزيون (RT 14) والموقع الإخباري UN – ni وتم تحليل اثنان من الصحف الاكثر انتشارا في هولندا ايضا، وذلك في الفترة من 2 ديسمبر 2013 وحتى مايو 2014م، كما تم إجراء دراسة ميدانية على عينة من الشباب الهولندي قوامها (1443) مبحوثا في عدة محافظات مختلفة، وتوصلت نتائج الدراسة الى أن لوسائل الاعلام الرقمية لها تأثير كبير على دفع الشباب للمشاركة السياسية مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية، وكلما زاد تعرض المبحوثين للأخبار المنشورة عبر المواقع الإخبارية زاد حرصهم على المشاركة في الحياة السياسية التقليدية، ومن أسباب استخدام وسائل الاعلام الرقمية الحصول على المعلومات بسرعة، كما تختلف طريقة تأثير وسائل الاعلام في الشباب باختلاف طرق اعتمادهم وطريقة استقائهم للمعلومات من هذه الوسائل.

4. فاتن عبد الرحمن الطنبارى (2016): بعنوان "دور اليوتيوب في إمداد

المراهقين بالمعرفة حول القضايا العربية".

هدفت الدراسة الى التعرف على معدل استخدام المراهقين لموقع اليوتيوب، وتحديد مدى إدراك المراهق للمعلومات التي تناولها فيديوهات اليوتيوب ومساهمة ذلك في بناء شخصيته، والوقوف على مدى استخدام المراهقين لموقع اليوتيوب ومعرفتهم بالقضايا العربية، وانتمت هذه الدراسة الى الدراسات الوصفية حيث اعتمدت على منهج المسح الإعلامي، واستخدمت الدراسة إستمارة إستبيان لجمع المعلومات المطلوبة، حيث طبقت الدراسة على عينة قوامها (400) مفردة من طلاب المرحلة الأولى بالجامعة ممن تتراوح أعمارهم ما بين (17- 18) عام، والتي تمثل المرحلة الاولى بالجامعة بجامعة عين شمس والمنوفية، وتوصلت نتائج الدراسة الى أن من أهم أسباب حرص المبحوثين على استخدام اليوتيوب وفقا للنوع، جاء في الترتيب الأول للحصول على المعلومات، كما جاءت أهم مصادر المضمون الخاص بمقاطع الفيديو على اليوتيوب التي يعتمد عليها المبحوثين، حيث جاء في الترتيب الأول مقاطع الفيديو الخاصة بوكالات الأنباء العالمية، أما في الترتيب الثاني جاءت مقاطع الفيديو الخاصة بالمواقع الاخبارية، وفي الترتيب الثالث جاءت مقاطع الفيديو الخاصة بالفضائيات العربية، وفي الترتيب الرابع فكانت مقاطع الفيديو الخاصة "من انتاج الاصدقاء"، وظهر اليوتيوب كوسيلة لإمداد المبحوثين بالمعرفة حول القضايا العربية أكثر من متوسطي وقليلي مستوى الثقة أن التعرض لليوتيوب يزداد لدى المبحوثين مرتفعي مستوى الثقة بصدق وموضوعية.

5. بونداد براون وآخرون (2015) Bondad-Brown & et al :

بغوان إستخدامات مقاطع الفيديو على الشبكات لاجتماعية ومقارنتها باستخدام مواد التليفزيون التقليدي.

هدفت الدراسة إلى التعرف على دوافع إستخدامات وإشباعات مقاطع الفيديو المقدمة على مواقع الشبكات الإجتماعية ومقارنتها بإستخدام مواد التليفزيون التقليدي، والتعرف على كثافة إستخدام العينة لمواقع الشبكات الإجتماعية، وتعتبر الدراسة من الدراسات الوصفية حيث إتمدت على المنهج المسحي على عينة قوماها " 511 " طالبا من مختلف الجامعات بالولايات المتحدة، وذلك بإستخدام صحيفة الإستقصاء لجمع البيانات المطلوبة، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن نسبة 95% من فراد العينة لم يشاهدوا أي مواد تليفزيونية تقليدية بينما كان من بينهم 57% شاهدوا أو حملوا مقطع فيديو من مواقع الشبكات الإجتماعية، وجاءت دوافع مشاهدة لتليفزيون التقليدي على الترتيب، (الترفيه، التعود، قضاء وقت الفراغ، الاندماج الإجتماعي، الصحة)، بينما جاءت دوافع مشاهدة مقاطع الفيديو عبر شبكات التوصل الإجتماعي على الترتيب (الترفيه، قضاء وقت الفراغ، التعليم، الصحة)، كما توصلت نتائج الدراسة إلى أن أصحاب السن الأصغر يميلون لمشاهدة مقاطع فيديو اليوتيوب، بينما يميل أصحاب السن الأكبر الى مشاهدة التليفزيون التقليدي.

6. جاليرا وآخرون (2014) Galera,et al :بغوان دور شبكات التوصل

الإجتماعي في التعبئة الإجتماعية.

هدفت الدراسة الى التعرف على دور شبكات التوصل الإجتماعي في التعبئة الإجتماعية المدنية والتضامن لدى الشباب الأسباني، وتعتبر هذه الدراسة من

الدراسات الوصفية التي اعتمدت على المنهج المسحي، وتم إجراء الدراسة على عينة من الشباب قوامها (1300) مفردة، وتم تطبيق إستبيان الكتروني عليهم لجمع المعلومات المطلوبة، وتوصلت نتائج الدراسة الى أن نسبة كبيرة من المشاركة الحصرية على الإنترنت فقط، كما توصلت إلى وجود أكثر من 80% من الشباب شارك في الأعمال التي تم دعوتهم إليها من قبل شبكة التواصل الإجتماعي، كما أن شبكات التواصل الإجتماعي غيرت معنى المشاركة وأصبحت تشجع الشباب الذين تم حشدهم من خلال شبكات التواصل الإجتماعي لإتخاذ الإجراءات اللازمة.

7. نيل ثرمان و بن ليبنتو Neil Thurman and Ben Lupton

(2008) بعنوان: التغطية الإخبارية البريطانية باستخدام الوسائط

المتعددة ومواقع الويب.

هدفت الدراسة إلى وصف وتحليل التجارب الحالية مع الوسائط المتعددة كذلك محتوى الفيديو الإخباري، وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تعتمد على المنهج المسحي، وذلك على عينة من كبار المحررين و رؤساء المواقع الإخبارية البريطانية على شبكة الانترنت، من خلال الإعتماد على المقابلة كأداة جمع البيانات المطلوبة، وتوصلت نتائج الدراسة إلى التراجع الملحوظ من قبل الجماهير لقراءة الصحف ومشاهدة الأخبار على التلفزيون ومع ذلك فالمحررين حريصين على تبنى التكنولوجيا الحديثة؛ التي ينظر إليها باعتبارها جزءا من مستقبل الأخبار، فالنص لا يزال يشكل حجر الزاوية لمواقع الأخبار، وله وظيفة هامة في تفسير الفيديو الإخباري عند رفعه على شبكة الإنترنت، وبالتالي يكون موقع اليوتيوب دخل في المنافسة ليكون قادر على خدمة جمهوره من خلال تقديم محتوى فيديو إخباري؛ لكونه يعمل على تكملة تزامنية المحتوى مع المواقع الإخباري.

التعقيب على الدراسات السابقة وطرق الاستفادة منها:

- أجمعت الدراسات السابقة على إستخدام المنهج الوصفي بشقيه التحليلي والميداني، وتتفق الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في إستخدام المنهج الوصفي كمنهج للتحقق من نتائج الدراسة الحالية.
- إختلفت وتنوعت العينة الميدانية والتحليلية التي إعتمدت عليها الدراسات السابقة فيما بينها، ولكن طبقت الدراسة الحالية على عينة من الشباب المصري بمحافظات "القاهرة، المنيا، أسوان" أما عينة الدراسة التحليلية إستخدمت موقعي قناتي "العربية وشبكة تليفزيون الحياة" على اليوتيوب.
- تباينت الأهداف التي رصدتها الدراسات السابقة فيما بينها، بينما هدفت الدراسة الحالية الى التعرف على اتجاهات الشباب المصري نحو متابعة المضامين الاخبارية بمبادرة حياة كريمة عبر موقعي قناتي العينة على اليوتيوب، وهذا ما لم تتناوله أي من الدراسات السابقة.
- تحديد مشكلة الدراسة تحديدا دقيقا وصياغتها بشكل واضح، مما ساعد على إستخراج منهج الدراسة واهميتها.
- صياغة فروض وتساؤلات الدراسة بشكل علمي يحقق الأهداف التي تسعى إليها الدراسة.

مشكلة الدراسة:

تزايد الإقبال على إستخدام شبكات التواصل الإجتماعي في السنوات الأخيرة عامة، وموقع اليوتيوب على وجه الخصوص نحو متابعة المضامين الاخبارية من خلاله، حتى أصبح ضرورة من ضروريات الحياة في المجتمع الحديث، وقد لوحظ أن فئة الشباب هم أكثر فئات المجتمع المصري استخداما له؛ بإعتباره أنه يساعدهم في

إمدادهم بكافة الاخبار والمعلومات والبيانات التي تفيدهم وتجعلهم على دراية بما يحدث في وطنهم وبالعالم العربي بمنتهى السهولة، وذلك من خلال ما يتم تداوله من مقاطع فيديو جاذبه لهم وذلك لقدرته على الجمع بين عناصر الصوت والصورة والحركة واللون وعنصر البث الفوري للأحداث معا، ونظرا لما تمر به الدولة المصرية من تنمية شاملة ومستدامة في جميع جوانبها المختلفة، بما فيها تنمية الريف المصري والفئات الأكثر احتياجا، ولكي تتحقق هذه التنمية لابد من تضافر الشعب المصري - وتحديدًا الشباب - مع جميع مؤسسات الدولة معا بما فيها المؤسسات الإعلامية، ومن هنا تقوم القنوات الإخبارية بعرض مقاطع فيديو متعلقة بالمضامين الاخبارية لمبادرة حياة كريمة لها عبر مواقعها على اليوتيوب، وذلك بهدف تحفز الشباب المصري للتطوع والمساهمة في هذه المبادرة وإقبالهم على مشاهدة الفيديوهات المتعلقة بمبادرة حياة كريمة ومتابعتها، ولكي يكونوا على دراية بما يحدث داخل دولتهم المصرية من أحداث وتطورات وتنمية في كافة الجوانب الحياتية ومدى مساهمة الدولة في محاولة تحقيق العدالة الإجتماعية بين مواطنيها، بل وتحفيزهم أيضا على مشاركتهم بالتنمية المجتمعية من خلال المبادرة، ومن خلال دراسة إستطلاعية طبقتها الباحثة على عينة قوامها (100) مفردة من شباب محافظة المنيا - غير العينة الاصلية - تبين حصول موقعي قناتي "العربية وشبكة تليفزيون الحياة" على الترتيب الأول والثاني بنسبة (41%، 35%) على التوالي في تفضيل الشباب لمتابعة المضامين الإخبارية عبر اليوتيوب أكثر من غيرها من مواقع لقنوات إخبارية أخرى.



المنزل المستهدفه من مبادرة حياة كريمة



شعار مبادرة حياة كريمة



شعار مبادرة حياة كريمة



صورة قبل وبعد... تكشف نجاح مبادرة حياة كريمة



مبادرة حياة كريمة ... شجرة تهدى الخير والرقى للمواطن المصرى

ومن هنا يمكن صياغة مشكلة الدراسة وبلورتها في التساؤل الرئيس الآتي:.

ما إتجاهات الشباب المصري نحو متابعة المضامين الاخبارية بمبادرة حياة كريمة عبر موقع اليوتيوب؟

أهمية الدراسة: تكمن أهمية هذه الدراسة في تحديد النقاط الآتية:

1- أهمية الدور الذى تقوم به القنوات الإخبارية عبر موقع اليوتيوب في المعالجة الإخبارية لمبادرة حياة كريمة.

- 2- كونها دراسة تتناول مبادرة حياة كريمة لما لها من تأثير قوى على المجتمع وإعادة رونق الريف المصري و تحسين المستوى المعيشي للفرد.
- 3- قدرة موقع اليوتيوب على تشكيل اتجاه الرأي العام المصري بخصوص مبادرة حياة كريمة، باعتباره منصة للتعبير عن الرأي دون قيود.
- 4- يمكن أن تساهم هذه الدراسة في ثراء الدراسات الأدبية التي تتناول مبادرة حياة كريمة.
- 5- تتبع أهمية الدراسة من أهمية الدور الذى تقوم به الدولة المصرية في سعيها لتحقيق التنمية الشاملة والمستدامة للمواطن المصري.
- 6- أهمية دراسة فئة الشباب المصري الذين لديهم رغبة مستمرة بمعرفة كل ما يجرى حولهم من أحداث عن وطنهم ومشاركتهم فيها.
- 7- سهولة حصول الشباب المصري على الأخبار والأحداث الجارية في مجتمعهم القومي من خلال المواقع الاخبارية نظرا للانتشار الكبير لشبكات التواصل الإجتماعي عامة، وموقع اليوتيوب على وجه الخصوص.

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة الحالية إلى التحقق من مجموعة الأهداف التالية:.

اولا: أهداف الدراسة التحليلية.

- 1- التعرف على أساليب التشويق المستخدمة في تقديم المضمون الاخباري لمبادرة حياة كريمة عبر قنوات اليوتيوب.
- 2- التعرف على نوع الإستمالات المستخدمة في تقديم المضمون الاخباري لمبادرة حياة كريمة عبر قنوات اليوتيوب.

- 3- التعرف على الفاعلين الذين أبرزتهم المضامين الاخبارية لمبادرة حياة كريمة عبر قنوات اليوتيوب.
- 4- التعرف على أبعاد المضمون الاخباري المقدم عن مبادرة حياة كريمة عبر قنوات اليوتيوب.
- 5- التعرف على المضامين الاخبارية التي تحتوي عليها قنوات اليوتيوب في مبادرة حياة كريمة.

ثانيا: أهداف الدراسة الميدانية.

- 1- التعرف على معدل استخدم الشباب المصري لموقع اليوتيوب في متابعة المضامين الاخبارية.
- 2- التعرف على معدل متابعة الشباب المصري للمضامين الاخبارية لمبادرة حياة كريمة عبر قناتي "العربية و شبكة تليفزيون الحياة" على اليوتيوب.
- 3- التعرف على تناول قناتي "العربية و شبكة تليفزيون الحياة" لأبعاد المضامين الاخبارية المختلفة لمبادرة حياة كريمة على اليوتيوب من وجهة نظر الشباب المصري.
- 4- التعرف على أكثر قنوات اليوتيوب الاخبارية "العربية و شبكة تليفزيون الحياة" متابعة للمضامين الاخبارية لمبادرة حياة كريمة من قبل الشباب المصري.
- 5- التعرف على اتجاهات الشباب المصري نحو مبادرة حياة كريمة.

تساؤلات الدراسة:-

تسعى الدراسة الى التحقق من التساؤلات التالية:

اولا: تساؤلات الدراسة التحليلية.

- 1- ما أساليب التشويق المستخدمة في تقديم المضمون الاخباري لمبادرة حياة كريمة عبر قنوات اليوتيوب؟
- 2- ما نوع الإستمالات المستخدمة في تقديم المضمون الاخباري لمبادرة حياة كريمة عبر قنوات اليوتيوب؟
- 3- من الفاعلين الذين أبرزتهم المضامين الاخبارية لمبادرة حياة كريمة عبر قنوات اليوتيوب؟
- 4- ما هي أبعاد المضمون الاخباري المقدم عن مبادرة حياة كريمة عبر قنوات اليوتيوب؟
- 5- ما المضامين الاخبارية التي احتوت عليها قنوات اليوتيوب في مبادرة حياة كريمة؟

ثانيا: تساؤلات الدراسة الميدانية.

- 1- ما معدل إستخدام الشباب المصري لموقع اليوتيوب في متابعة المضامين الاخبارية؟
- 2- ما معدل متابعة الشباب المصري للمضامين الاخبارية لمبادرة حياة كريمة عبر قناتي "العربية و شبكة تليفزيون الحياة" على اليوتيوب؟
- 3- ما معدل تناول قناتي "العربية و شبكة تليفزيون الحياة" لأبعاد المضامين الاخبارية المختلفة لمبادرة حياة كريمة على اليوتيوب من وجهة نظر الشباب المصري؟

- 4- ما أكثر قنوات اليوتيوب الاخبارية "العربية و شبكة تليفزيون الحياة" متابعة للمضامين الاخبارية لمبادرة حياة كريمة من قبل الشباب المصري؟
- 5- ما اتجاهات الشباب المصري نحو مبادرة حياة كريمة؟

فروض الدراسة:

أولاً: فروض الدراسة التحليلية:.

- 1- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مواقع القنوات الاخبارية عينة الدراسة في أبعاد المضمون الاخباري المقدم عن مبادرة حياة كريمة.
- 2- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مواقع القنوات الاخبارية عينة الدراسة في أساليب التشويق المستخدمة في تقديم المضمون الاخباري لمبادرة حياة كريمة.
- 3- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مواقع القنوات الاخبارية عينة الدراسة في القالب الفني الذي إعتمدت عليه في تقديم المضمون الاخباري لمبادرة حياة كريمة.

ثانياً: فروض الدراسة الميدانية :.

- 1- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل متابعة الشباب المصري للمضامين الاخبارية لمبادرة حياة كريمة بموقعي قناتي (العربية، شبكة تليفزيون الحياة) علي اليوتيوب واتجاهاتهم نحوها.
- 2- توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسطات معدل متابعة الشباب المصري للمضامين الاخبارية لمبادرة حياة كريمة بموقعي قناتي (العربية، شبكة تليفزيون الحياة) علي اليوتيوب ترجع للمتغيرات الديموغرافية (النوع، السن، المحافظة، المؤهل).
- 3- توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسطات اتجاهات الشباب المصري للمضامين الاخبارية لمبادرة حياة كريمة بموقعي قناتي (العربية، شبكة

تليفزيون الحياة) علي اليوتيوب ترجع للمتغيرات الديموغرافية(النوع، السن، المحافظة، المؤهل).

نوع الدراسة ومنهجها:

تدرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي تهتم بدراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الأوضاع والأحداث، كما تقوم بوصف المشكلة وتحليلها ورصدها ورصدا دقيقا شاملا وتفسيرها بطريقة دقيقة، وتتيح هذه النوعية من البحوث وجود بيانات قابلة للقياس الكمي وتسمح بخضوع البيانات للتحليل الرياضي ومن ثم امكانية التعميم والتنبؤ (Roger D. Wimmer, Joseph, 2003, 113)، وتم استخدام المنهج المسحي بشقيه التحليلي والميداني.

عينة الدراسة:

طبقت الدراسة على عينة عشوائية قوامها (550) مفردة من الشباب المصري، وتم استبعاد (50) مفردة منهم نظرا لعدم متابعتهم للمضامين الإخبارية على موقع اليوتيوب، وبالتالي أصبح القوام النهائي للعينة هو "500" مفردة من الشباب المصري المتابعين للمضامين الاخبارية عبر موقع اليوتيوب، وموزعين بالتساوي بين الجنسين(250) ذكور، (250) اناث و ممثلين للشباب المصري على الوجهين البحري والقبلي (القاهرة، المنيا، أسوان)، أما بالنسبة لعينة الدراسة التحليلية؛ فمن خلال البحث حول أكثر مواقع القنوات الاخبارية على اليوتيوب مشاهدة واشتراك فيها من قبل الافراد، تبين أن موقع قناة "العربية" جاء في الترتيب الاول حيث جاءت نسبة المشتركين به "9.11 مليون" مشترك (1)، في حين أنه جاء في

الترتيب الثاني موقع قناة "شبكة تليفزيون الحياة" بإجمالي "8.21 مليون" مشترك (2)، ولذلك قامت الباحثة بإجراء الدراسة التحليلية على هاذان الموقعان خلال دورة زمنية مدتها ثلاثة أشهر من 2020/3/1 وحتى 2020/5/30، وذلك من خلال مسح شامل لجميع مقاطع الفيديو المتعلقة بمبادرة حياة كريمة خلال تلك الفترة والتي شملت "17" فيديو لموقع قناة العربية و "30" فيديو لموقع قناة شبكة تليفزيون الحياة على اليوتيوب، وتوضح الجداول التالية توصيف خصائص عينة الدراسة وفقاً للمتغيرات الديموغرافية:

جدول (1)

يوضح توزيع عينة الدراسة وفقاً للنوع

النسبة المئوية	التكرار	توزيع عينة الدراسة وفقاً للنوع
50.00%	250	ذكر
50.00%	250	أنثى
100.00%	500	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق: أن نسبة الذكور بلغت (50.00%)، في حين أن نسبة الإناث بلغت (50.00%).

جدول (2)

يوضح توزيع عينة الدراسة وفقاً للمحافظة

النسبة المئوية	التكرار	توزيع عينة الدراسة وفقاً للمحافظة
30.00%	150	القاهرة
40.00%	200	المنيا
30.00%	150	أسوان
100.00%	500	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق: أن نسبة المقيمين بمحافظة القاهرة بلغت (30.00%)، في حين نسبة المقيمين بمحافظة المنيا بلغت (40.00%)، في حين أن نسبة المقيمين بمحافظة أسوان بلغت (30.00%).

جدول (3)

يوضح توزيع عينة الدراسة وفقاً للمؤهل

النسبة المئوية	التكرار	توزيع عينة الدراسة وفقاً للمؤهل
8.60%	43	أقل من دبلوم
9.60%	48	دبلوم
68.20%	341	بكالوريوس/ ليسانس
8.40%	42	ماجستير
5.20%	26	دكتوراه فأكثر
100.00%	500	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق: أن نسبة ذوي أقل من دبلوم بلغت (8.60%)، في حين أن نسبة الحاصلين علي الدبلوم بلغت (9.60%)، بينما حصلت نسبة الحاصلين علي بكالوريوس/ ليسانس على (68.20%)، وجاءت نسبة الحاصلين علي معدل الماجستير (8.40%)، في حين أن نسبة الحاصلين علي معدل الدكتوراه فأكثر بلغت (5.20%).

جدول (4)

يوضح توزيع عينة الدراسة وفقاً للسنة

النسبة المئوية	التكرار	توزيع عينة الدراسة وفقاً للسنة
60.80%	304	من 18 سنة الى أقل من 24 سنة
21.40%	107	من 24 سنة الى أقل من 30 سنة
17.80%	89	من 30 سنة الى أقل من 35 سنة
100.00%	500	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق: أن نسبة ذوي السن من 18 سنة الى أقل من 24 سنة بلغت (60.80%)، في حين نسبة ذوي السن من 24 سنة الى أقل من 30 سنة بلغت (21.40%)، بينما جاءت نسبة ذوي السن من 30 سنة الى أقل من 35 سنة بلغت (17.80%).

حدود الدراسة:

- **الحدود البشرية:** تم التطبيق الإلكتروني على عينة قوامها (550) مفردة من الشباب المصري، كذلك تم تحليل الفيديوهات المتعلقة بمبادرة حياة كريمة عبر موقعي قناتي "العربية"، وشبكة تليفزيون الحياة "على اليوتيوب بواقع "17" فيديو لموقع قناة العربية و "30" فيديو لموقع قناة شبكة تليفزيون الحياة.
- **الحدود الموضوعية:** إقتصرت على تعرض الشباب المصري للمضامين الإخبارية بمبادرة حياة كريمة عبر قنوات اليوتيوب واتجاهاتهم نحوها.
- **الحدود الزمنية:** تم تطبيق هذه الدراسة في الفترة من 2020/3/1 وحتى 2020/5/30م لتشمل الدراسة التحليلية والميدانية معا.
- **الحدود المكانية:** أقتصرت الدراسة الميدانية على محافظات (أسوان، المنيا، القاهرة)، أما بالنسبة للدراسة التحليلية فكانت فيديوهات موقعي قناتي "العربية"، وشبكة تليفزيون الحياة "على اليوتيوب المتعلقة بمبادرة حياة كريمة.

أدوات الدراسة:.

أولاً: بالنسبة للدراسة التحليلية :.

تم الإعتماد على إستمارة لتحليل الشكل والمضمون للمضامين الإخبارية عبر موقعي قناتي "العربية"، وشبكة تليفزيون الحياة" على اليوتيوب، حيث قامت الباحثة **بالإعتماد على وحدة الجملة** في تحليلها للمضامين الإخبارية عينة الدراسة، لكونها أكبر وأهم وحدات تحليل الشكل والمضمون وأكثرها فائدة.

صدق وثبات إستمارة تحليل الشكل والمضمون:

أ- صدق التحليل Validity:

إستعانت الباحثة بمجموعة من المحكمين للحكم علي مدى صلاحية إستمارة تحليل الشكل والمضمون في عملية التحليل حيث قامت الباحثة بعرض الإستمارة علي مجموعة من المحكمين، ثم أجرت الباحثة التعديلات اللازمة بناء علي ملاحظاتهم وتوجيهاتهم، **وللتطبيق الإختباري** للتحقق من صدق أداة الدراسة قامت الباحثة بعرض إستمارة تحليل الشكل والمضمون على مجموعة من المحكمين، لإختبار مدى صلاحيتها لتحقيق أهداف الدراسة وقياس صدقها، وبناء على رأى المحكمين تم إجراء التعديلات المطلوبة لتصبح الإستمارة في صورتها النهائية صالحة لقياس ما وضعت لقياسه، وقد قامت الباحثة **بإجراء إختبار قبلي Pretest** للإستمارة على عينة قوامها (6) مفردة من إجمالي عدد المضامين الإخبارية التي تم تحليلها، وتم تعديل الإستمارة بشكل يضمن سلامة ووضوح أهداف ومضمون الإستمارة، ويؤكد على صلاحية الإستمارة للتطبيق النهائي.

ب - ثبات التحليل Reliability :

ثبات التحليل من الناحية النظرية عملية الثبات إلي التأكد من وجود درجة عالية من الإتساق بالنسبة للبعدين التاليين:

1. الإتساق بين الباحثين القائمين بالتحليل: وكانت قيمة معامل الثبات بين الباحثين (0.91) وهي نسبة عالية تدل علي وضوح الإستمارة وصلاحيتها للتحليل.
2. الاتساق الزمني: قامت الباحثة بتطبيق إستمارة تحليل المضمون بعد شهر، وكانت قيمة معامل الثبات (0.90) مما يعني ثبات الإستمارة وصلاحيتها للتطبيق.

ثانيا: بالنسبة للدراسة الميدانية:.

تم الإعتماد على صحيفة إستقصاء لجمع البيانات المطلوبة، والتي إحتوت على عدة أسئلة متنوعة ما بين الأسئلة المفتوحة والأسئلة المغلقة الموجهة للعينة، وفي نهاية الصحيفة تم قياس إتجاه أفراد العينة نحو مبادرة حياة كريمة من خلال (30) عبارة، مقسمة إلى ثلاثة أبعاد بحيث إحتوى كل بعد على (10) عبارات، وتم توزيع العبارات من خلال التسلسل التدريجي، فالعبارات أرقام "1، 4، 7، ... وهكذا" عبرت عن إتجاه الشباب المصري المعرفي لمبادرة حياة كريمة، أما العبارات أرقام "2، 5، 8، ... وهكذا" عبرت عن الإتجاه الوجداني لهم، بينما العبارات أرقام "3، 6، 9، ... وهكذا" عبرت عن الإتجاه المهاري لهم نحو المبادرة.

صدق وثبات صحيفة الإستقصاء:

إجراء ثبات صحيفة الإستقصاء: قامت الباحثة بحساب ثبات الصحيفة، وذلك بالتطبيق على عينة إستطلاعية قوامها (60) مفردة، وباستخدام معادلة ألفا كرونباخ فجاى مساويا (.89) وهى درجة تؤكد على تمتع صحيفة الإستقصاء بدرجة عالية من الثبات.

الصدق الذاتى: تم حساب الصدق الذاتى كمؤشر لصدق صحيفة الإستقصاء؛ وذلك من خلال حساب الجزر التربيعى لمعامل الثبات، فقد جاء مساويا (.92)، مما يدل على تمتع صحيفة الإستقصاء بدرجة مصداقية عالية.

متغيرات الدراسة:

تمثلت متغيرات الدراسة في:

- المتغير المستقل: المضامين الاخبارية لمبادرة حياة كريمة عبر موقع اليوتيوب.
- المتغير التابع: إتجاهات الشباب المصري نحو مبادرة حياة كريمة.
- المتغيرات الوسيطة: تمثلت في (المحافظة، النوع، المؤهلات الدراسية، السن).

مصطلحات الدراسة (التعريفات الاجرائية):

موقع اليوتيوب: هو نوع من أنواع شبكات التواصل الاجتماعي، يسمح للأفراد برفع الفيديوهات وما تحتويه من مقاطع صوتية وبصرية بمنتهى السهولة واليسر.

مبادرة حياة كريمة: هي المبادرة التي أطلقها رئيس الجمهورية المصري عام 2019، نحو تنمية وتطوير الريف المصري من خلال تقديم مختلف الخدمات والمساعدات للفئات الأكثر إحتياجاً به.

إتجاهات الشباب: حالة إستجابات الشباب وموقفهم وسلوكياتهم نحو موضوع ما إيجابياً كان أو سلبياً.

المعالجات الاحصائية المستخدمة:

تم استخدام المعاملات الإحصائية التالية:
(التكرارات، النسبة المئوية، المعدل المقدر، مربع كا، معامل الارتباط، المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري، إختبار "ت" لدلالة الفروق، إختبار تحليل التباين، إختبار شيفيه لتحديد اتجاه الفروق، إختبار Z للتعرف على الفروق بين نسبتيين مؤبتيين لعينتين

مستقلتين)، وقد إرتضت الباحثة مستوى دلالة عند مستوي (0.05 ، 0.01)، كما إستخدمت الباحثة برنامج Spss لحساب بعض المعاملات الإحصائية.

الإطار المعرفي للدراسة:

أولاً: اليوتيوب.

مفهوم اليوتيوب ————— وب YouTube:

أحد المواقع الإلكترونية على شبكة الانترنت، وتقوم فكرة الموقع على إمكانية إرفاق أي ملفات تتكون من مقاطع تصوير فيديو، بحيث تكون متاحة لملايين الأشخاص حول العالم دون أي تكلفة مادية (شفيق حسنين، 2011، 213)، ويرى شيفمان بأنه المكان الرئيسي لعرض محتوى الفيديو بأنواعه (Shifman L, 2011,187)، وتوضح الباحثة اليوتيوب على أنه من أشهر شبكات التواصل الاجتماعي، أكثرها استخداماً في عصرنا هذا، لكونه ظاهرة اتصالية وتقنية حديثة، يتم التناول من خلاله مقاطع الفيديو المرفوعة إلكترونياً عليه العديد من القضايا المختلفة، وهو ما جعل عدد زواره يتزايدون يوماً بعد الآخر كل منهم باحثاً عن تلبية رغباته وتحقيق إشباعاته بحسب اهتماماتهم.

محتوى موقع اليوتيوب:

يحتوي موقع اليوتيوب على مليارات الفيديوهات التي يرفعها المُستخدمون على الموقع منذ تأسيسه، إذ يتمّ تحميل 100 ساعة من مقاطع الفيديو على يوتيوب خلال الدقيقة الواحدة، وتختلف هذه الفيديوهات وتتنابن في محتواها، حيث يُمكن أن يجد المُستخدم فيديوهات تتعلق بكل ما يُمكن أن يتصوره كالمقاطع الدعائية، والموسيقى والأغاني، والمقاطع المُضحكة، وغيرها من الأمور الترفيهية الأخرى، ولا يقتصر مضمون محتوى يوتيوب على الفيديوهات الترفيهية والتي يتمّ نشرها من قبل الهواة فقط، فيتّم استخدام

هذه المنصة لنشر مقاطع فيديو تعليمية وبمختلف المواضيع وكما ذكر هانسون وآخرون بأن استخدامات اليوتيوب تتمثل في الترفيه والوصول إلى المعلومات ومراقبة كل ما هو جديد بالإضافة الى تكوين الصداقات الإجتماعية (Hanson G.L& Sharma R,2011,19)، كما يُمكن أن يتم استخدام المحتوى الذي يتم رفعه عبر يوتيوب في الأعمال الاقتصادية، ويُعدّ هذا التنوع الكبير في محتوى فيديوهات يوتيوب سبباً من الأسباب التي جعلت هذا الموقع شائع الاستخدام بشكل كبير (رزان صلاح،2020)، ويشير "Bell & Bull" الى أن السنة الأولى التي تم إنشاء موقع اليوتيوب فيها قام المستخدمون بطريقة فردية بإنتاج الفيديو ومشاركته بشكل أكبر من ثلاث شبكات تليفزيونية عالمية وهي (ABC.NBC & CBC) وبعد خمس سنوات من إنشاء موقع اليوتيوب، أصبح هناك مئات الآلاف من مقاطع الفيديو يتم تحميلها يوميا بمعدل أكثر من 20 ساعة في كل دقيقة، كما أن هناك إشتراكات بالآلاف في قنوات تعليمية منشورة على اليوتيوب (Bell. L. & Bull. G. 2,2010).

خصائص موقع اليوتيوب:

- 1- يمكن الإشتراك والتسجيل في قناة معينة لتصل رسالة الكترونية إلى بريد المسجل في هذه القناة تخبره في مقاطع الفيديو الجديدة التي تم تحميلها (محمد سعد عايض، 2017، 113).
- 2- يضم الموقع مجموعة واسعة من محتوى الفيديو بما في ذلك الأفلام، والمقاطع التليفزيونية، ومقاطع الفيديو والموسيقى، بالإضافة إلى هواة المحتوى: كالدونين، ومقاطع الفيديو القصيرة.
- 3- يمكن للمستخدمين غير المسجلين مشاهدة معظم مقاطع الفيديو على الموقع.
- 4- يمكن الإشارة إلى أن بعض محتويات الفيديو غير لائقة أو لا تناسب القصر، ومع ذلك يمكن فرض بعض القيود على هذا المحتوى ليصبح آمناً.

5- يمكن للمستخدم التعليق على المقاطع المعروضة (حنا أحمد، 2016، 45).

6- إضافة عنوان رئيسي يصف الفيديو.

7- وصف الفيديو في كلمات بسيطة لتسهيل تصنيفه (Tage)، وتضاف كلمات

أو إختصارات تمكن من إنشاء قنوات منفصلة لكل مستخدم.

8- إحتواء الموقع على مقاطع فيديو ذات صلة بمحتوى الفيديو حيث يستدل عليها

موقع اليوتيوب من خلال عنوان مقطع الفيديو المحمل، والكلمات أو

الإختصارات المستخدمة فيصفه.

9- قدرة القائمين على العملية التعليمية إنتاج فيديو منخفض التكلفة حيث يحصل

الطالب على ما يريده من خلال النقر على رابط الفيديو

المطلوب (Bravo.et.al,2010,114).

10- إضافة ملفات الفيديو إلى المدونات والشبكات الإجتماعية الكبرى

والمواقع لتتم مشاهدتها بشكل فوري.

11- دخول الفضائيات مجال المنافسة أضاف بعدا إعلاميا آخر يمكن

الإستفادة منه، في زيادة تأثير الرأي العام بدون رقيب (عمر الحيايى، 2020).

مميزات اليوتيوب:

يتمتع موقع اليوتيوب بالعديد من المزايا منها:

* **عام ومجاني:** فيمكن للفرد تحميل وتنزيل ما يشاء من أفلام سواء كانت تعليمية أم

ترويجية، وكل ذلك مجانا مقابل التسجيل في الموقع فقط، مع الإلتزام بشروط التحميل.

* **داعم لتحميل الأفلام:** حيث يوفر الموقع خادما ذا مساحة غير محدودة يستطيع الفرد

من خلاله تحميل الأفلام من جميع الأنواع أو الأغاني وتحويلها الى أفلام من نوع

فلاش صغيرة الحجم، مما يترك معدل حرية كبيرة لتحميل العديد من الأحداث المباشرة والمسجلة سواء عبر الكاميرا الرقمية أو كاميرا الهاتف المحمول.

* سهل الاستعمال من قبل العامة: فالموقع سهل الإستعمال بالنسبة لتحميل وتنزيل الأفلام مقارنة بغيره من المواقع ويوفر أدوات داعمة لذلك.

* سهل المشاهدة: بمجرد الضغط على وصلة الفيلم، يستطيع الفرد مشاهدة بثه حيا ومباشرة من المواقع، بل يستطيع أن يحتفظ به.

* سهل البحث: يوفر الموقع محرك بحث خاص به، يحث يمكن للشخص أن يبحث عن عنوان الفيلم أو الحدث ومن ثم مشاهدته.

* الرقابة: يسمح الموقع بتحديد من يشاهد الفيلم، حيث يستطيع الشخص أن يجعل مشاهدته حصرا على مجموعة خاصة من المشتركين أو العامة، وكل ذلك يظهر بمحركات البحث جوجل (عبد الحكيم بن عبد الله، 2015، 27 - 28).

وبالإضافة إلى ما سبق يوجد بعض المزايا والإيجابيات الأخرى لموقع اليوتيوب وهي:

- يعد موقع اليوتيوب من المواقع الرائعة من أجل مشاهدة العديد من الفيديوهات، وهذا يساعد في القيام بالواجبات المنزلية المتعددة وأيضاً الاستماع للموسيقى المفضلة.
- يقدم تطبيق يوتيوب المساعدة في عرض الإبداعات والمواهب، ومشاركة الفيديوهات التي تم عرضها.
- من خلال اليوتيوب يمكننا التعرف على العادات والتقاليد والثقافات الخاصة بمختلف المجتمعات.

- يمكن صنع قناة على اليوتيوب، وبعد ذلك تنزيل فيديوهات على الصفحة ويمكن تحقيق أرباح بها عن طريق زيادة المشاهدين من خلال ربط جوجل أدسنس بالقناة من أجل تحقيق نسبة أرباح عالية.
- يسمح لمستخدميه الذين قاموا بالتسجيل عند إستخدامهم المنصة بالتصويت للفيديو سواء بإبداء الإعجاب أو عدمه، كما يمكنهم من التعليق أيضاً والإشتراك في القنوات المختلفة (Liikkanen. & Salovaara, 2015, 50: 108).
- لا يقوم بنشر الفيديوهات والأفلام الغير لائقة أو التي تحت على العنف أو أي محتوى يقوم بإهانة الأشخاص.
- يعمل على مساعدة الطلبة لفهم دروسهم بالطريقة المبسطة والسهلة عن طريق الشرح بأسلوب سهل وبسيط إلى أن تثبت المعلومات في ذهن التلاميذ.
- وضعت شركة يوتيوب شرط بأن مقاطع الفيديو لا تتجاوز عشر دقائق بسبب ملاحظتها لأن المقاطع التي تتعدى عشر دقائق تحتوي على أشياء ليست مصرحة كالأفلام وغيرها.
- موقع يوتيوب يقوم بمنع نشر أي محتوى خاص بحقوق النشر المحفوظة بدون الإذن من صاحبها (ليلي جبريل، 2020).
- **كما ترى الباحثة أن موقع اليوتيوب** ليس محتكراً من قبل شخص أو هيئة أو مؤسسة بعينها بل هو متاح لجميع الأفراد ولمن يريد إستخدامه، وذلك لسهولة نشر مقاطع الفيديو عليه من قبل أي شخص لديه قناة على موقع اليوتيوب سواء أكان هذا الشخص من مشاهير الفنانين أو شخص عادي من الهواه المحبين لنشر أفكارهم وآرائهم بأي أسلوب كان كوميدي أو تراجيدي، أم تراجيكوميدي أيضاً، وذلك من أجل إتاحة الفرصة للمستخدمين لمشاهدة هذه

المقاطع عن طريق موقع اليوتيوب أو من خلال مواقع التواصل الإجتماعي الأخرى المتنوعة كالفيسبوك، والتيك توك و.... وغيرهما.

مصادر ملفات الفيديو الموجودة على موقع اليوتيوب:-

- 1- المحتوى الذى يقوم الأفراد برفعه، وهو نتاج ما صوره الفرد بشكل شخصي في أي مكان بكاميرته الخاصة.
- 2- قد يكون من بعض المستخدمين من محبى التكنولوجيا والتعامل معها، لذا يقوم بعمل ملف كامل يحتوى على صور ولقطات مصحوبا بموسيقى وغناء.
- 3- بعض متابعي البرامج التلفزيونية المشهورة ومباريات كرة القدم يقومون بأخذ لقطات وأجزاء منها، ورفعها على اليوتيوب.
- 4- بعض المواد من الاعلانات والأفلام السينمائية وأفلام الكارتون والمسرحيات، تتوافر لدى شخص على جهازه يقوم برفعها على قنوات اليوتيوب (أسماء مسعد، 2011، 75).

ثانيا: مبادرة حياة كريمة:-

مبادرة حياة كريمة:

هي تلك المبادرة الوطنية التي أطلقها السيد الرئيس عبد الفتاح السيسي، رئيس جمهورية مصر العربية في 2 يناير عام 2019م، على مستوى الدولة المصرية لتحسين مستوى الحياة للفئات المجتمعية الأكثر احتياجًا في كل المجالات الخدمية مثل الصحة، والتعليم والسكن (<https://m.akhbarelyom.com>)، حيث دعا الرئيس عبدالفتاح السيسي في مستهل عام 2019 مؤسسات وأجهزة الدولة بالتنسيق مع مؤسسات المجتمع المدني لتوحيد الجهود بينهما والتنسيق المشترك لإطلاق مبادرة وطنية على مستوى الدولة

لتوفير حياة كريمة للفئات المجتمعية الأكثر احتياجاً (<https://egy-map.com/initiative>)، فهي مبادرة متعددة في أركانها ومتكاملة في ملامحها وتتبع هذه المبادرة من مسؤولية حضارية وبُعد إنساني قبل أي شيء آخر، فهي أبعد من كونها مبادرة تهدف إلى تحسين ظروف المعيشة والحياة اليومية للمواطن المصري، لأنها تهدف أيضا إلى التدخل الآني والعاجل لتكريم الإنسان المصري وحفظ كرامته وحقه في العيش الكريم، ذلك المواطن الذي تحمل فاتورة الإصلاح الاقتصادي والذي كان خير مساند للدولة المصرية في معركتها نحو البناء والتنمية. لقد كان المواطن المصري هو البطل الحقيقي الذي تحمل كافة الظروف والمراحل الصعبة بكل تجرد وإخلاص وحب للوطن، وفور اطلاق الرئيس لمبادرة حياة كريمة تحركت معظم اجهزة الدولة في اتجاه تنفيذ تلك المبادرة لتحقيق أهدافها والوقوف بجانب الفئات الاكثر احتياجا في كل المجالات كالصحة والتعليم والسكن، حيث خصصت الحكومة 103 مليار جنيه لمبادرة 'حياة كريمة' لغير القادرين وتطوير القرى الأكثر احتياجا وتوفير كافة المرافق والخدمات الصحية والتعليمية والأنشطة الرياضية والثقافية، و تم التحرك على نطاق واسع - ولأول مرة- وفي إطار من التكامل وتوحيد الجهود بين مؤسسات الدولة الوطنية ومؤسسات القطاع الخاص والمجتمع المدني وشركاء التنمية في مصر، لأن هذه المبادرة تسعى إلى تقديم حزمة متكاملة من الخدمات، التي تشمل جوانب مختلفة صحية واجتماعية ومعيشية، فهي بمثابة مسؤولية ضخمة ستتشارك هذه الجهات المختلفة في شرف والتزام تقديمها إلى المواطن المصري، لا سيما من الفئات المجتمعية الأكثر إحتياجاً للمساعدة ولمد يد العون لها، حتى تستطيع أن تحيا الحياة الأفضل التي تستحقها والتي تضمن لها الحياة الكريمة من هنا جاء دور مبادرة حياة كريمة أحد أهم وأبرز المبادرات الرئاسية لتوحيد كافة جهود الدولة والمجتمع المدني والقطاع الخاص لهدف التصدي للفقر المتعدد الابعاد وتوفير حياة كريمة بها تنمية مستدامة للفئة الأكثر إحتياجا في محافظات مصر ولسد الفجوات التنموية بين المراكز والقرى وتوابعهم

والإستثمار في تنمية الإنسان وتعزيز قيمة الشخصية المصرية
(<https://www.hayakarima.com/inputs.html>).

فكرة نشأة مبادرة حياة كريمة:

نشأت فكرة مبادرة حياة كريمة عندما شارك الشباب المتطوع بعرض رؤيتهم وأفكارهم في المؤتمر الأول لمبادرة "حياة كريمة"، والذي عُقد على هامش المؤتمر الوطني السابع للشباب في 30 يوليو 2019، وعلى إثره تم انشاء مؤسسة حياة كريمة بتاريخ 22 أكتوبر 2019 من شباب متطوع يقدم نموذج فريد يحتذى به في العمل التطوعي، وتهدف المؤسسة إلى التدخل الإنساني لتنمية وتكريم الإنسان المصري وحفظ كرامته وحقه في العيش الكريم؛ لإحداث تغيير ملموس لتكريس كافة مجهودات العمل الخيري والتنمية، والتموي، الجدير بالذكر انه ولأول مرة على مستوى العمل العام، تجتمع أكثر من ٢٠ وزارة وهيئة و ٢٣ منظمة مجتمع مدني لتنفيذ هذا المشروع الأهم على الإطلاق وبسواعد الشباب المصري المتطوع للعمل الخيري والتنمية من خلال مؤسسة حياة كريمة ليكونوا نبراسًا يحتذى به في مجال العمل التطوعي، وكلف الدكتور مصطفى مدبولي رئيس وزراء الحكومة المصرية بالبدء في تفعيل هذه المبادرة على الفور، وبلورة رسالتها النبيلة في صورة محاور عمل، وتنفيذها، بما يسهم في الإرتقاء بمستوى الخدمات اليومية المقدمة للمواطنين الأكثر احتياجًا، وبخاصة في القرى. ومن جانبها أوضحت غادة والى، وزيرة التضامن الإجتماعي، أنه تم دعوة عدد من منظمات المجتمع المدني والجمعيات الأهلية لإجتماع في مقر وزارة التضامن الإجتماعي لتنسيق الجهود للتطبيق الفوري لمبادرة رئيس الجمهورية، ورحب الدكتور محمد مختار جمعة وزير الأوقاف، بهذه المبادرة "حياة كريمة" حيث يتم مناقشتها في مختلف مساجد الجمهورية، بما يحقق زيادة الوعي وتحفيز المبادرات المجتمعية لتحقيق الشراكة إلى جانب الدولة في إحراز أهداف هذه المبادرة الوطنية (<https://alwafd.news>).

أهداف مبادرة حياة كريمة:

هدفت المبادرة الى السعي لتحقيق عدة أهداف اولها التخفيف عن كاهل المواطنين بالتجمعات الأكثر احتياجا في الريف والمناطق العشوائية في الحضر، وتنظيم صفوف المجتمع المدني وتطوير الثقة في كافة مؤسسات الدولة، والاستثمار في تنمية الانسان المصري، والسعي الى التنمية الشاملة للتجمعات الريفية الأكثر احتياجا بهدف القضاء على الفقر متعدد الأبعاد لتوفير حياة كريمة مستدامة للمواطنين على مستوى الجمهورية، بالإضافة إلى الإرتقاء بالمستوى الإقتصادي والإقصادي والبيئي للأسر المستهدفة، وتوفير فرص عمل لتدعيم إستقلالية المواطنين وتحفيزهم للنهوض بمستوى المعيشة لأسرهم وتجمعاتهم المحلية، وأيضا إشعار المجتمع المحلي بفارق إيجابي في مستوى معيشتهم، سد الفجوات التنموية بين المراكز والقرى وتوابعها، وأخيرا إحياء قيم المسؤولية المشتركة بين كافة الجهات الشريكة لتوحيد التدخلات التنموية في المراكز والقرى وتوابعها (<https://www.hayakarima.com/goals.html>).

مراحل تنفيذ مبادرة حياة كريمة :

يُنَفَّذ هذا المشروع على ثلاث مراحل: المرحلة الأولى من المبادرة لتشمل القرى ذات نسب الفقر من 70% فيما أكثر وهي القرى الأكثر احتياجا، والتي تحتاج إلى تدخلات عاجلة، تستهدف المرحلة الأولى 377 قرية الأكثر احتياجا والأكثر تعرضا للتطرف والإرهاب الفكري، والتي تتراوح نسبة الفقر فيها 70% فأكثر، بإجمالي عدد أسر 756 ألف أسرة (3 ملايين فرد) في 11 محافظة، أما المرحلة الثانية من المبادرة والتي تضم القرى ذات نسب الفقر من 50% إلى 70% وهي التي تعد ضمن القرى الفقيرة التي تحتاج لتدخل ولكنها أقل صعوبة من المجموعة الأولى (ماريان سعيد، 5معايير

أساسية لتحديد القرى الأكثر احتياجاً)، وصولاً للمرحلة الثالثة تضم القرى ذات نسب الفقر أقل من 50%.

(<https://www.elwatannews.com>)

المعايير الأساسية لتحديد القرى الأكثر احتياجاً:

- ضعف الخدمات الأساسية من شبكات الصرف الصحي وشبكات المياه.
- انخفاض نسبة التعليم، و ارتفاع كثافة فصول المدارس.
- الإحتياج إلى خدمات صحية مكثفة لسد إحتياجات الرعاية الصحية.
- سوء أحوال شبكات الطرق.
- ارتفاع نسبة فقر الأسر المقيمة في تلك

القرى (<https://m.akhbarelyom.com/news>)، وخاصة في الصعيد

فقد أشارت الأرقام الرسمية وفق بيانات الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، إلى أن نسبة الفقر في مصر وصلت 27.7%، تحظى منها محافظات الصعيد وحدها بنسبة تفوق 50%، وأسيوط هي الأفقر، وتصل نسبة الفقر فيها لـ 66%، يليها سوهاج وقنا والمنيا وأسوان (محمود ملا وأخرون، 2019).

التكلفة التقديرية والقرى المستهدفة من مشروع حياة كريمة:

تبلغ التكلفة التقديرية المتوقعة لمبادرة الرئيس السيسي "حياة كريمة" حوالى 700 مليار جنيه، وذلك بعدما قدرت الحكومة في بداية المبادرة حجم التمويل بقرابة 600 مليار جنيه، لكنها تسعى لتنفيذ أفضل مستويات الجودة الممكنة في الريف، والمناطق الأكثر احتياجاً ، فحسب تقديرات الحكومة المصرية فإن قرابة 60% من المواطنين المصريين في الريف من المقرر أن يستفيدوا بتلك المبادرة، ما سينعكس بالإيجاب على وصول يد

التمتية والمشروعات الخدمية للمواطنين في كل جزء بمصر، ويبلغ عدد القرى المصرية المستهدف تطويرها في مشروع حياة كريمة 4741 قرية، وتوابعها 30888 عزبة وكفرًا ونجعًا، وفي إطار التغيير الجذري لحال وواقع قرى الريف وتوابعها من عزب وكفور ونجوع من كافة جوانب البنية الأساسية والخدمات، والنواحي المعيشية والاجتماعية والصحية، وبالتناغم بين كافة الأجهزة الحكومية المعنية لتطوير 1500 قرية وتوابعها كمرحلة أولى، ويستهدف مشروع حياة كريمة تطويرات كافة في 26 محافظة بعد استبعاد القاهرة لخلوها من القرى، ويستفيد منها نحو 18 مليون مواطن [. \(https://www.elwatannews.com/news/details/5584306\)](https://www.elwatannews.com/news/details/5584306)

الفئات المستهدفة ومرتكزات مبادرة حياة كريمة:

الفئات المستهدفة هي الأسر الأفقر في القرى المستهدفة، الأيتام والنساء المعيلات والأطفال، والشباب العاطل عن العمل، والأشخاص ذوي الإعاقة، بالإضافة الى كبار السن و النساء المطلقات، أما مرتكزات المبادرة تحددت في تضافر جهود الدولة مع خبرة مؤسسات المجتمع المدني ودعم المجتمعات المحلية في إحداث التحسن النوعي في معيشة المواطنين المستهدفين ومجتمعاتهم على حد سواء، وتعزيز الحماية الاجتماعية لجميع المواطنين و توزيع مكاسب التنمية بشكل عادل وتوفير فرص عمل لتدعيم استقلالية المواطنين وتحفيزهم للنهوض بمستوى المعيشة لأسرهم ولمجتمعاتهم المحلية [. \(https://m.akhbarelyom.com/news\)](https://m.akhbarelyom.com/news)

المبادئ الأساسية لمبادرة حياة كريمة:.

- الشفافية في تداول المعلومات.
- تعزيز الحماية الاجتماعية للفئات الأكثر احتياجا.

- الالتزام والتعهد لكل شريك للقيام بدوره وفق منهجية العمل ومعايير الخدمات.
- دعم اللامركزية عن طريق تفويض السلطة وإتاحة قدر أكبر من المرونة وتقريب المسافة بين مستويات اتخاذ القرار.
- النزاهة في أداء الخدمة لمستحقيها.
- الثقة المتبادلة بين كافة الجهات الشريكة والشباب المتطوع للعمل.
- التوازن بين تقديم التدخلات الخدمية والتدخلات التنموية والإنتاجية
(<https://www.hayakarima.com/goals.html>).

تدخلات وخدمات مبادرة حياة كريمة:

1- تدخلات خدمية مباشرة:

- إصلاح بنية تحتية (سكن كريم): بناء أسقف ورفع كفاءة منازل، ومد وصلات مياه ووصلات صرف صحي .. إلخ.
- تدريب وتشغيل: مشروعات متناهية الصغر وتفعيل دور التعاونيات الإنتاجية في القرى.
- تنمية طفولة: إنشاء حضانات منزلية لترشيد وقت الأمهات في الدور الإنتاجي وكسوة أطفال.

2- تدخلات خدمية غير مباشرة:

- تدخلات صحية: كشوفات طبية وعمليات جراحية وتوفير علاج .. إلخ.
- أجهزة تعويضية: سماعات ونظارات وكراسي متحركة وعكازات .. إلخ.

• **سلات غذائية:** توزيع مواد غذائية مدعمة وسلات طعام للأسر الفقيرة.. إلخ.

تدخلات بيئية: جمع مخلفات القمامة مع بحث سبل تدويرها.. إلخ (<https://egy-map.com/initiative>)، وبالتالي تقدم المبادرة العديد من الخدمات منها: بناء أسقف ورفع كفاءة منازل، مد وصلات مياه و صرف صحي، تجهيز عرائس وتوفير فرص عمل، تدريب وتشغيل من خلال مشروعات متناهية الصغر، تقديم سلات غذائية للأسر الفقيرة، توفير البطاطين والمفروشات لمواجهة برد الشتاء، إطلاق قوافل طبية للخدمات الصحية، تنمية الطفولة، مشروعات لجمع القمامة وإعادة تدويرها (<https://m.akhbarelyom.com/news>).

نتائج الدراسة:

أولاً: نتائج الدراسة التحليلية:

جدول (5)

يوضح عدد الفيديوهات التي ناقشت المضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة عبر مواقع قنوات اليوتيوب

النسبة المئوية %	التكرار	موقع قناة
36.17%	17	العربية
63.83%	30	شبكة تليفزيون الحياة
100.00%	47	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق: تصدر موقع قناة شبكة تليفزيون الحياة في عدد الفيديوهات التي ناقشت المضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة عبر قناة اليوتيوب بنسبة (63.83%)، بينما حصلت عدد الفيديوهات التي ناقشت المضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة على موقع قناة العربية عبر اليوتيوب على المركز الثاني بنسبة (36.17%)، وتفسر الباحثة زيادة فيديوهات المضامين الإخبارية التي تناولت مبادرة

حياة كريمة على موقع قناة شبكة تليفزيون الحياة عن موقع قناة العربية الى ان مبادرة حياة كريمة "مبادرة مصرية" تهتم جميع الشعب المصري سواء أكانوا من الفئات المستهدفة من المبادرة أو من المسؤولين والمتطوعين في المبادرة أو من الفئات الأخرى بالمجتمع المصري التي تبحث عن دور الدولة في تنمية المجتمع، وبالتالي يقوم الإعلام المصري بتسليط الضوء على هذه المبادرة بمعدل كبرى أكثر من القنوات العربية الأخرى التي تتناولها سطحيا.

جدول (6)

يوضح المدة الزمنية للمضامين الاخبارية لمبادرة حياة كريمة التي تناولتها مواقع قنوات اليوتيوب

النسبة المئوية%	التكرار	موقع قناة
17.00%	68.47ق	العربية
83.00%	334.23ق	شبكة تليفزيون الحياة
100.00%	402.70ق	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق: أن المدة الزمنية للفيديوهات التي ناقشت المضامين الاخبارية لمبادرة حياة كريمة التي تناولها موقع قناة العربية عبر اليوتيوب بلغت (68.47ق) بنسبة (17.00%)، في حين أنه بلغت المدة الزمنية للمضامين الاخبارية لمبادرة حياة كريمة عبر موقع قناة شبكة تليفزيون الحياة (334.23ق) بنسبة (83.00%)، وهذا يرجع الى أن موقع قناة شبكة تليفزيون الحياة تطرق في تقديم مضامينه الاخبارية لمبادرة حياة كريمة إلى جميع تفاصيل المبادرة، وكذلك اعتمادا على قالب الحوارى الذى يكون من خلال إجراء المناقشات المتعددة مع الضيوف داخل الاستوديو بالإضافة إلى الإهتمام بالمداخلات الهاتفية للمتخصصين وعرض العديد من التقارير الاخبارية أكثر من موقع قناة العربية على اليوتيوب؛ مما ينتج عنه زيادة في المدة الزمنية المستغرقة نظرا لكون هذه القوالب الفنية والمصادر المستخدمة في تقديم المضمون الإخباري لمبادرة حياة كريمة تتطلب وقتا كبيرا لتوصيل وشرح وتفسير المضمون الإخباري للمشاهدين.

جدول (7)

يوضح أساليب التشويق المستخدمة في تقديم المضمون الإخباري لمبادرة حياة كريمة عبر مواقع قنوات اليوتيوب

شبكة تليفزيون الحياة		العربية		موقع قناة أساليب التشويق
النسبة المئوية %	التكرار	النسبة المئوية %	التكرار	
18.75 %	6	38.46 %	5	عرض صور ثابتة
37.5 %	12	23.08 %	3	عرض معلومات علي الشاشة
9.37 %	3	30.77 %	4	الإستعانة بالموسيقى
34.37 %	11	7.69 %	1	مداخلات هاتفية
100.00 %	32	100.00 %	13	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق: أن الترتيب الأول من حيث أساليب التشويق المستخدمة في تقديم المضمون الإخباري لمبادرة حياة كريمة عبر موقع قناة العربية جاء "عرض صور ثابتة" بنسبة "38.46%"، يليه في الترتيب "عرض معلومات مكتوبة على الشاشة" بنسبة "23.08%"، بينما جاء في الترتيب الأول من حيث أساليب التشويق المستخدمة في تقديم المضمون الإخباري لمبادرة حياة كريمة عبر موقع قناة شبكة تليفزيون الحياة "عرض معلومات على الشاشة" بنسبة "37.5%"، يليه في الترتيب "مداخلات هاتفية" بنسبة "34.37%"، ويعود ذلك الى كون قناة العربية قناة فضائية اخبارية سعودية، تهتم بالأخبار السياسية والرياضية والاقتصادية، تضم القناة إعلاميين عرب وسعوديين وغربيين، شأنها شأن معظم القنوات العربية والأجنبية الأخرى (<https://www.alarabiya.net>)، لذلك تعتمد على إلقاء المذيعين للخبر الرئيسي بمعدل كبيرة معتمدين على عرض الصور المختلفة للمبادرة مثل صور (رئيس الجمهورية أثناء توقيعه على المبادرة، والوزراء ومؤسسات المجتمع المدني أثناء اجتماعاتهم حول المبادرة، كذلك المتطوعين، والعناصر المستهدفة)، مستعينين في ذلك

بعرض معلومات على الشاشة تدعم الصور وتوضح المضامين الاخبارية فقط مستخدمة في ذلك الموسيقى لجذب إنتباه المشاهدين نحو المضامين الاخبارية بمبادرة حياة كريمة، وهذا بخلاف موقع قناة شبكة تليفزيون الحياة التي يعتمد مذييعها على عرض العناوين للإخبارية على الشاشة وما تضمنه من معلومات وتفاصيل وذلك أثناء المداخلات الهاتفية مع المتخصصين ومناقشة أدق التفاصيل حول المبادرة لتوعية وتوجيه الشعب المصري بأكمله بمبادرة حياة كريمة مما يجعله يستعين بالموسيقى بمعدل طفيفة عن موقع قناة العربية وذلك لأن هذه المبادرة تعتبر قريبة وهامة للمجتمع المصري ولا تحتاج لجذب إنتباهه بنفس المعدل بموقع قناة العربية التي ربما يكون مشاهديها من بلاد أخرى ولا يهتمون بهذه المبادرة نظرا لكوننا لا تعود عليهم بالنفع والفائدة، وهذا ما أكدته نتائج الدراسة الميدانية حيث أكد أفراد العينة أن موقع قناة شبكة تليفزيون الحياة يعتمد في تناوله للمضامين الاخبارية لمبادرة حياة كريمة على المداخلات الهاتفية بنسبة "42.98%" كذلك الإستعانة بالموسيقى بنسبة "11.80%"، بينما حصل موقع قناة العربية على نسبة "5.28%" في تناوله للمداخلات الهاتفية، و أيضا الإستعانة بالموسيقى بنسبة "24.27%"، وهذا يؤكد على تركيز وإهتمام أفراد العينة بمبادرة حياة كريمة.

جدول (8)

يوضح نوع مقدم المضمون الاخباري لمبادرة حياة كريمة عبر قنوات اليوتيوب

شبكة تليفزيون الحياة		العربية		موقع قناة	نوع المقدم
النسبة المئوية %	التكرار	النسبة المئوية %	التكرار		
50.00%	14	36.36%	4		ذكر
50.00%	14	63.63%	7		أنثى
100.00%	28	100.00%	11		الإجمالي

يتضح من الجدول السابق: أنه جاء في الترتيب الأول من حيث نوع مقدم المضمون الاخباري لمبادرة حياة كريمة عبر موقع قناة العربية "أنثى" بنسبة "63.63%" وفي

الترتيب الثاني جاء "ذكر" بنسبة "36.36%"، بينما جاءت النسبة متساوية لمقدم المضمون الإخباري لمبادرة حياة كريمة عبر موقع شبكة تليفزيون الحياة "الانثى" و"الذكر" بنسبة "50.00%" لكلا منهما،

وترجع الباحثة اختلاف هذه النسب في موقع قناة العربية و كذلك جاءت نسبة "أنثى" أعلى "ذكر" لكون المذيعه تعتبر أكثر لباقة وجذبا في تقديم واللقاء الإذاعي وتمتعها بالصوت الصافي والواضح أكثر من المذيع، كذلك تم تقديم المضمون الإخباري بالفيديوهات المسجلة من قلب الحدث فقد عرضت فيديوهات "كلمة الرئيس المصري وبعض الوزراء والمؤسسات المعنية" وايضا "بعض التقارير للفئات المستهدفة" نحو مبادرة حياة كريمة بدون اعتمادها على المذيعين، فقناة العربية لا تعتمد على المذيع أي كان نوعه بالمعدل الاولى بقدر اعتمادها على تقديم الفيديوهات للأحداث والأخبار، **وهذا يتضح من نتائج الجدول السابق** حيث أشار إلى أن عدد فيديوهات موقع قناة العربية التي تناولت مبادرة حياة كريمة "17" مقطع فيديو في حين أن عدد مقدمي هذه المضامين "11" مذيع ومذيعه فقط و"6" فيديوهات مسجلة فقط وليست من داخل الاستديو، كذلك الحال أيضا حيث عرض موقع قناة شبكة تليفزيون الحياة "30" فيديو للمضامين الاخبارية بمبادرة حياة كريمة "28" مقطع فيديو من داخل الاستديو يحتوى على عدد متساوي من المذيعين "ذكر وانثى" وأن "2" فيديو مسجل فقط، تمثلان "الأول في كلمة رئيس الجمهورية نحو المبادرة، وتمثل الآخر في تقرير عن تنمية القرى المصرية"، أما هذه النسبة المتساوية للمذيعين في موقع قناة شبكة تليفزيون الحياة على اليوتيوب ترجع إلى القدرة المتساوية -تقريبا- للمذيع والمذيعه في تقديم المضامين الاخبارية لمبادرة حياة كريمة ومعالجتها وذلك لكونها قضية يهتم بها المجتمع المصري جميعا.

جدول (9)

يوضح اللغة التي إستخدمتها المضامين الاخبارية لمبادرة حياة كريمة عبر قنوات اليوتيوب

شبكة تليفزيون الحياة		العربية		موقع قناة اللغة المستخدمة
النسبة المئوية %	التكرار	النسبة المئوية %	التكرار	
36.67%	11	82.35%	14	فصحى مبسطة
63.33%	19	11.76%	2	عامية
-	-	5.88%	1	تجمع بين أكثر من لغة
100.00%	30	100.00%	17	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق: أن اللغة التي إستخدمتها المضامين الاخبارية لمبادرة حياة كريمة عبر موقع قناة العربية جاءت "فصحى مبسطة" في الترتيب الأول بنسبة "82.35%"، وفي الترتيب الثاني "عامية" بنسبة "11.76%"، ليها في الترتيب الأخير "تجمع بين أكثر من لغة" بنسبة "5.88%"، بينما جاءت "اللغة العامية" بالمضامين الاخبارية لمبادرة حياة كريمة في الترتيب الاول بموقع قناة شبكة تليفزيون الحياة بنسبة "63.33%"، يليها في الترتيب الثاني والأخير "فصحى مبسطة" بنسبة "36.67%"، **وتستنتج الباحثة** من هذه النسب أن موقع قناة العربية يقدم المضمون الإخباري باللغة الفصحى المبسطة أكثر من العامية من قبل المذيعين وذلك لان هذه القناة عربية وليست مصرية فيقبل علي متابعتها فئة المثقفين بالمعدل الأولى، أما موقع قناة شبكة تليفزيون الحياة تناول في مضمونه الإخباري اللغة العامية بنسبة أعلى ذلك لأنه يستهدف جميع فئات الشعب المصري على إختلاف مستوياتهم العمرية والتعليمية والتخصصية والثقافية والإجتماعية والاقتصادية و.... غيرهما، وذلك بهدف توعيتهم بالمبادرة من حيث أهدافها والفئات المستهدفة وامكانية المشاركة والتطوع بها من خلال استغلال كل مواطن مصري لقدراته في المساهمة بتطوير الريف المصري، فاللغة العامية هي اللغة الأقرب الى المجتمع المصري، لكونها لغة حياتهم اليومية التي

يتعاملون بها، مما تحقق إستيعاب أعلى للمشاهدين، مما يجعل موقع القناة يصل رسالته بكفاءة عالية لجميع فئات المجتمع في نفس الوقت ويحقق أهدافه المنشودة.

جدول (10)

يوضح القالب الفني الذي اعتمدت عليه قنوات اليوتيوب في تقديم المضمون الاخباري لمبادرة حياة كريمة

شبكة تليفزيون الحياة		العربية		موقع قناة	القالب المستخدم
النسبة المئوية %	التكرار	النسبة المئوية %	التكرار		
16.67%	7	40.00%	6		قصة خبرية
23.81%	10	33.33%	5		تقرير إخباري
59.52%	25	26.67%	4		حوار
100.00%	42	100.00%	15		الإجمالي

يتضح من الجدول السابق: أن القوالب الفنية الذي اعتمد عليها موقع قناة العربية على اليوتيوب تمثل في المرتبة الأولى "قصة خبرية" بنسبة "40.00%"، يليه "تقرير إخباري" بنسبة "33.33%"، الأخير "حوار" بنسبة "26.67%"، بينما جاء "القالب الحوارى" في المرتبة الأولى بموقع قناة شبكة تليفزيون الحياة بنسبة "59.52%"، يليه قالب "التقرير الإخباري" بنسبة "23.81%"، وفي الترتيب الأخير حصل قالب "قصة خبرية" على نسبة "16.67%"، وهو ما تؤكد الباحثة بأن موقع قناة شبكة تليفزيون الحياة يستضيف العديد من الخبراء والمتخصصين واجراء الحوارات المتعددة معهم حول المضامين الاخبارية لمبادرة حياة كريمة وتبسيط الصورة للمشاهدين من خلال عرض وجهات نظرهم.

جدول (11)

يوضح المصادر التي إعتمدت عليها قنوات اليوتيوب في معالجة المضمون الإخباري
لمبادرة حياة كريمة

شبكة تليفزيون الحياة		العربية		موقع قناة المصادر المعتمد عليها
النسبة المئوية %	التكرار	النسبة المئوية %	التكرار	
-	-	5.55%	1	قنوات تليفزيونية
13.89%	5	5.55%	1	صحف ومجلات
16.67%	6	16.67%	3	مواقع انترنت
19.44%	7	22.22%	4	تصريحات
5.55%	2	5.55%	1	الصفحة الرسمية للمبادرة
5.55%	2	27.78%	5	مراسلون
38.89%	14	16.67%	3	إستضافة خبراء ومتخصصون
100.00%	36	100.00%	18	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق: أن المصادر التي إعتمد عليه موقع قناة العربية في معالجة المضمون الإخباري لمبادرة حياة كريمة جاء مراسلون في الترتيب الأول بنسبة "27.78%"، وفي الترتيب الثاني تصريحات بنسبة "22.22%"، يليهما في الترتيب الثالث مواقع الانترنت وإستضافة خبراء متخصصون بنسبة "16.67%" لكلا منهما، في حين أن المصدر الاول الذي اعتمد عليه موقع قناة شبكة تليفزيون الحياة في معالجة المضمون الإخباري لمبادرة حياة كريمة تمثل في إستضافة خبراء ومتخصصون بنسبة "38.89%"، يليه تصريحات بنسبة "19.44%"، أما مواقع الانترنت جاءت بالترتيب الثالث بنسبة "16.67%" وفي الترتيب الاخير جاء مصدر "الصفحة الرسمية للمبادرة والمراسلون بنسبة" "5.55%" لكلا منهما، **وتفسر الباحثة ذلك** من خلال موقع قناة العربية لديه شبكة مراسلين بجمهورية مصر العربية الذين يكون هدفهم الأول هو تغطية الاحداث ونقل الاخبار لقناة العربية من خلال تصريحات القيادات والمسؤولين،

أما موقع قناة شبكة تليفزيون الحياة هدفه توضيح معالم وأبعاد المبادرة من خلال كشف تفاصيلها وخطوات وطرق تنفيذها و توضيح الفائدة المستقبلية من مبادرة حياة كريمة وهذا لا يأتي إلا من خلال تبسيط المعلومات وشرحها من قبل خبراء متخصصين لكي يقدمون رؤية أوضح وتفسير التصريحات الرسمية للمسؤولين، وهذا ما أكدته نتيجة الدراسة الميدانية حيث جاء من دوافع متابعة أفراد العينة للمضامين الاخبارية لمبادرة حياة كريمة بموقع قناة شبكة تليفزيون الحياة "لاستضافتها خبراء متخصصين" بنسبة "44.77%"، بينما موقع قناة العربية الذي جاء دافع المتابعة "لإستضافتها خبراء متخصصين" بنسبة "31.66%".

جدول (12)

يوضح طريقة معالجة المضمون الإخباري لمبادرة حياة كريمة عبر قنوات اليوتيوب

شبكة تليفزيون الحياة		العربية		موقع قناة	طريقة المعالجة
النسبة المئوية %	التكرار	النسبة المئوية %	التكرار		
20.00%	6	64.70%	11		تقديم الخبر فقط
33.33%	10	17.65%	3		التعليق على الخبر
46.67%	14	17.65%	3		تقديم الخبر ووجهة نظر معاً
100.00%	30	100.00%	17		الإجمالي

يتضح من الجدول السابق: أن طريقة معالجة المضمون الإخباري المقدم لمبادرة حياة كريمة عبر موقع قناة العربية جاء "تقديم الخبر فقط" في الترتيب الأول بنسبة (64.70%)، وفي الترتيب الثاني جاء "التعليق على الخبر، وتقديم الخبر ووجهة النظر معاً" بنسبة (17.65%)، بينما جاءت طريقة معالجة المضمون الإخباري المقدم لمبادرة حياة كريمة عبر موقع قناة شبكة تليفزيون الحياة جاء "تقديم الخبر ووجهة نظر معاً" في الترتيب الأول بنسبة (46.67%)، وفي الترتيب الثاني جاء "التعليق على الخبر" بنسبة (33.33%)، وجاء بالترتيب الأخير "تقديم الخبر فقط" بنسبة

(20.00%)، وهذا ما أكدته نتيجة الدراسة الميدانية حيث جاء من دوافع متابعة أفراد العينة للمضامين الاخبارية لمبادرة حياة كريمة بموقع قناة شبكة تليفزيون الحياة "لانفرادها بعرض تفاصيل عن المبادرة" بنسبة "11.14%"، بينما موقع قناة العربية الذي جاء دافع المتابعة "لانفرادها بعرض تفاصيل عن المبادرة" بنسبة "6.60%"، مما يدل على أن موقع شبكة تليفزيون الحياة تسعى جاهدة نحو مساعدة الدولة المصرية في توصيل رسالتها للشعب المصري نحو تطوير الريف المصري والسعي لتنفيذ مبادرة حياة كريمة بالطريقة المثلى، ويأتي ذلك من خلال الشرح والتفسير وتقديم وجهات النظر التحليلية المختلفة للمبادرة لإقناع الجمهور بها لان من مراحل عملية الالقاء مرحلة الاقناع حيث تعتبر من أهم المراحل، لأن اقناع الناس غاية صعبة لا يمكن أن تدرك فالأمزجة مختلفة، ثم تأتي بعد ذلك مرحلة السلوك والتي تعنى بأن يكون للناس تأثير يصيبهم من قبل الشخص المعنى بالإلقاء (وليد حسن، 2006، 71) فيظهر هذا التأثير من خلال التطوع والمشاركة في المبادرة سواء بالقول أو الفعل، بعكس موقع قناة العربية الذي هدفه الأول هو تقديم الخبر فقط.

جدول (13)

يوضح نوع الإستثمارات المستخدمة في تقديم المضمون الإخباري لمبادرة حياة كريمة عبر قنوات اليوتيوب

شبكة تليفزيون الحياة		العربية		موقع قناة	نوع الإستثمارات
النسبة المئوية %	التكرار	النسبة المئوية %	التكرار		
30.00%	9	47.06%	8		عقلية
23.33%	7	11.76%	2		عاطفية
46.67%	14	41.18%	7		معاً
100.00%	30	100.00%	17		الإجمالي

يتضح من الجدول السابق: أنه جاءت الإستمالات المستخدمة في تقديم المضمون الاخباري لمبادرة حياة كريمة عبر موقع قناة العربية في الترتيب الاول "إستمالات عقلية" بنسبة "47.06%"، يليهما في الترتيب الثاني "إستمالات عقلية وعاطفية معا" بنسبة "41.18%"، وفي الترتيب الاخير "إستمالات عاطفية" بنسبة "11.76%"، بينما جاءت الإستمالات المستخدمة في تقديم المضمون الاخباري لمبادرة حياة كريمة عبر موقع قناة شبكة تليفزيون الحياة في الترتيب الاول "إستمالات عقلية وعاطفية معا" بنسبة "46.67%"، يليهما في الترتيب الثاني "إستمالات عقلية" بنسبة "30.00%"، وفي الترتيب الاخير "إستمالات عاطفية" بنسبة "23.33%"، وترى الباحثة هذه النتيجة منطقية وذلك لكون موقع قناة العربية يخاطب العقل بالمعدل الاولى حيث يقدم المضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة للمجتمعات العربية والمتابعين من مختلف الدول لها فهدف القناة فقط هو نقل الاخبار حول المبادرة، بعكس موقع قناة شبكة تليفزيون الحياة الذى يهدف الى نقل الأخبار وتوضيح معاناة القرى والفئات الأكثر إحتياجاً، وذلك باستخدام الإستمالات العقلية والعاطفية معا لحث أفراد المجتمع المصري على المشاركة في المبادرة بأسلوب غير مباشر؛ حيث أن الانسان عامة والمجتمع المصري على وجه الخصوص يتأثر بالعاطفة بمعدل كبيرة بجانب الاقناع العقلي معا، وهذا ما تؤكدته مقولة عائشة الجناحي في أن العقل والقلب وجهان لعملة واحدة، لذا يجب لتحقيق علاقة ناجحة الموازنة بينهما لنحقق العلاقة بكل مقومات النجاح، ببساطة العالم الذي يسيطر عليه العقل فقط يكون بارداً كالصقيع، والعالم الذي تقوده العواطف تسبب لأصحابها آلاماً نفسية عميقة، لذا من المهم أن نجمع بين العقل والعاطفة لنتمكن من الاستمرار في العلاقات بنجاح (عائشة الجناحي، 2018).

جدول (14)

يوضح الفاعلين الذين أبرزتهم المضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة عبر قنوات اليوتيوب

شبكة تليفزيون الحياة		العربية		موقع قناة	الفاعلين البارزين
النسبة المئوية %	التكرار	النسبة المئوية %	التكرار		
19.63%	21	22.22%	8		رئيس الجمهورية
14.95%	16	16.67%	6		الوزارات المصرية
13.08%	14	13.89%	5		مؤسسات وأجهزة الدولة
11.21%	12	11.11%	4		منظمات المجتمع المدني
9.35%	10	5.55%	2		الشعب المصري
8.41%	9	5.55%	2		المتطوعين
13.08%	14	8.33%	3		الفئات المستفيدة من المبادرة
6.54%	7	16.67%	6		المؤسسات والشركات الاستثمارية
3.74%	4	-	-		رجال الدين
100.00%	107	100.00%	36		الإجمالي

يتضح من الجدول السابق: أن الفاعلين الذين أبرزتهم المضامين الإخبارية في مبادرة حياة كريمة عبر موقع قناة العربية على اليوتيوب تمثل "رئيس الجمهورية" في الترتيب الأول بنسبة "22.22%"، وجاء "الوزارات المصرية و المؤسسات والشركات الاستثمارية" في الترتيب الثاني بنسبة "16.67%" لكلا منهما، وفي الترتيب الثالث جاءت "مؤسسات وأجهزة الدولة" بنسبة "13.89%"، كما جاء "رئيس الجمهورية و الوزارات المصرية" في الترتيب الاول والثاني بنسب "19.63% و 14.95%" على التوالي بالنسبة للفاعلين البارزين للمضامين الاخبارية في مبادرة حياة كريمة عبر موقع قناة شبكة

تليفزيون الحياة، يليهما في الترتيب الثالث" مؤسسات وأجهزة الدولة" بنسبة "13.08%"، ويتضح مما سبق أن كلا المضامين الإخبارية بمبادرة حياة كريمة على الموقعين تناولت في الترتيب الاول والثاني على التوالي "رئيس الجمهورية و الوزارات المصرية"، وهذا يدل على أهمية قرارات القيادات المصرية وتصريحاتها وتأثيرها على المجتمع المصري بل وعلى المجتمع العربي والدولي أيضا؛ وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة الدراسة الميدانية فقد أكد أفراد العينة على إتفاق الفاعلين البارزين في المضامين الإخبارية بمبادرة حياة كريمة عبر موقع قناتي "العربية وشبكة تليفزيون الحياة" جاء في الترتيب الاول لكلا منهما "رئيس الجمهورية" بنسبة "47.23% و 50.33%" على التوالي، بينما جاء في الترتيب الثاني لهما "الوزارات المصرية" بنسبة "33.77% و 42.32%" على الترتيب لكلا القناتين، وهذا يؤكد على معدل وعى أفراد العينة بالفاعلين البارزين بمبادرة حياة كريمة، وهو ما أوصت به نتيجة دراسة Gill Seyfang, Alex Haxeltin (2012) الى تعزيز مشاركة أعمق مع الجهات الفاعلة في النظام ذات الحيلة؛ لإدارة التوقعات و بشكل أكثر واقعية من خلال توفير فرص ملموسة للعمل والمشاركة؛ و فهم الدور المهم للهوية وتشكيل المجموعة، ومن خلال حل كيفية تغيير الممارسات الإجتماعية في الابتكارات الشعبية.

جدول (15)

يوضح أبعاد المضمون الإخباري المقدم عن مبادرة حياة كريمة عبر قنوات اليوتيوب

شبكة تليفزيون الحياة		العربية		موقع قناة	الأبعاد الاخبارية
النسبة المئوية%	التكرار	النسبة المئوية%	التكرار		
%39	7	%28.5	4	بناء أسقف للحجرات والمنازل	سكنى
%16.7	3	%21.4	3	ترميم وتطوير المنازل	
%27.8	5	%35.7	5	مد وصلات مياه	
%16.7	3	%14.3	2	وصلات صرف صحي	
%100	18	% 100	14	المجموع	
%16.36		%20.29		النسبة المئوية للبعد%	
%72.73	8	%70.00	7	مشروعات متناهية الصغر	تدريب وتشغيل
%27.27	3	%30.00	3	تفعيل دور التعاونيات الإنتاجية في القرى.	
%100.00	11	%100.00	10	المجموع	
%10.00		%14.49		النسبة المئوية للبعد%	
%12.5	2	%50.00	6	كشوفات طبية	صحي
%12.5	2	%16.67	2	عمليات جراحية	
%50.00	8	%25.00	3	توفير علاج	
%25.00	4	%8.33	1	إطلاق قوافل طبية للخدمات الصحية والتوعوية	
%100.00	16	%100.00	12	المجموع	
%14.55		%17.40		النسبة المئوية للبعد%	
%28.57	6	%66.67	3	توزيع مواد غذائية مدعمة	سلات غذائية
%71.43	15	%100.00	6	سلات طعام للأسر الفقيرة	
%100.00	6	%66.67	9	المجموع	
%19.09		%13.04		النسبة المئوية للبعد%	
%37.5	3	%33.33	2	إنشاء حضانات منزلية لترشيد وقت الأمهات	تنمية

في الدور الإنتاجي				الطفولة
5	66.67%	4	كسوة الاطفال	
8	100.00%	6	المجموع	
7.27%		8.70%		النسبة المئوية للبعد%
سماعات ونظارات				أجهزة تعويضية
7	57.14%	4	كراسي متحركة	
4	14.29%	1	عكازات	
2	28.57%	2	المجموع	
13	100.00%	7	النسبة المئوية للبعد%	
11.82%		10.14%		
زواج اليتيمات (تجهيز منازل الزوجية)				تجهيز منازل
3	100.00%	2	عقد الأفراح الجماعية	
3	-	-	المجموع	
6	100.00%	2	النسبة المئوية للبعد%	
5.45%		2.90%		
جمع مخلفات القمامة				تدخلات بيئية
7	60.00%	3	تدوير القمامة	
3	40.00%	2	المجموع	
10	100.00%	5	النسبة المئوية للبعد%	
9.09%		7.25%		
توفير البطاطين والمفروشات لمواجهة برد الشتاء				خدمات أخرى
4	50.00%	2	توفير فرص عمل للعاطلين	
3	50.00%	2	المجموع	
7	100.00%	4	النسبة المئوية للبعد%	
6.36%		5.80%		

يتضح من الجدول السابق: تصدر البعد "السكنى" في قائمة أبعاد المضامين الإخبارية المقدمة حول مبادرة حياة كريمة عبر موقع قناة العربية على اليوتيوب بنسبة "20.29%"، يليه البعد "الصحي" بنسبة "17.40%"، وفي الترتيب الثالث جاء بعد "تدريب وتشغيل" بنسبة "14.49%"، وفي الترتيب الرابع تمثل بعد "سلات غذائية" بنسبة "13.04%"، يليهم في الترتيب البعد "أجهزة تعويضية" بنسبة "10.14%"، أما الترتيب السادس جاء بعد "تنمية الطفولة" بنسبة "8.70%"، يليه بعد "دخلات بيئية"

بنسبة "7.25%"، أما البعد السابق للأخير فكان "خدمات أخرى" بنسبة "5.80%"، وإحتل بعد "تجهيز منازل" المرتبة الأخيرة في الأبعاد بنسبة "2.90%"، بينما تصدر بعد "سلات غذائية" في قائمة أبعاد المضامين الاخبارية المقدمة حول مبادرة حياة كريمة عبر موقع قناة شبكة تليفزيون الحياة على اليوتيوب بنسبة "19.09%"، بينما جاء "البعد السكنى" في الترتيب الثاني بنسبة "16.36%"، وفي الترتيب الذى يليه جاء البعد "الصحي" بنسبة "14.55%"، وفي الترتيب الرابع تمثل بعد "أجهزة تعويضية" بنسبة "11.82%"، يليه بعد "تشغيل وتدريب" بنسبة "10.00%"، أما بعد "تدخلات بيئية" جاء بنسبة "9.09%"، يليه بعد "تنمية الطفولة" بنسبة "7.27%"، ثم بعد "خدمات أخرى" بنسبة "6.36%"، أما بعدى "تجهيز منازل" جاء بنسبة الأبعاد بنسبة "5.45%"، يتضح مما سبق أن البعد "السكنى" تصدر قائمة الأبعاد بموقع قناة العربية، وذلك لكون المأوى من الاحتياجات الأولية للإنسان التي من الصعب الإستغناء عنها، ونلاحظ أن موقع قناة شبكة تليفزيون الحياة يتناول الأبعاد الأكثر أهمية للمواطن الريفي المصري ثم يتناول الأبعاد الأقل أهمية له بالتدرج فجدده مثلا بعده تتاوله لبعد "سلات غذائية" ثم البعد السكنى، تتاول الاجهزة التعويضية ثم تدريب وتشغيل؛ فمن البيههي أن المواطن الريفي لا يقوم بالعمل ولا التدريب عليه الا من خلال اعطائه اجهزة تعويضية كالنظارة والسماعة وغيره من الادوات التي تساعده على العمل والتفاعل مع الاخرين من خلال التدريب، كذلك لا يصح أن أنمى الاطفال في بيئة ملوثة وغير صحية، وبالتالي حصل بعد "تدخلات بيئية" على نسبة أعلى من بعد "تنمية الطفولة"، كما أنه من الطبيعي أن تتوفر لدى الشخص فرصة عمل ثم يقوم بعد ذلك بالزواج لتكوين أسرة حتى يستطيع الانفاق عليهم، وهذا ما جعل موقع قناة شبكة تليفزيون الحياة تضع أيدها على الأبعاد الهامة لمبادرة حياة كريمة ومناقشتها بنسبة أعلى من الأخرى، بعكس الأبعاد الاخبارية التي تناولها موقع قناة العربية حيث أنها لا ترتبط في نسبتها وتناولها المنطقي لاحتياجات الفئات الأكثر احتياجا، فعل سبيل المثال حصل بعد "تدريب وتشغيل" نسبة أعلى من بعد "أجهزة تعويضية" فهل يعقل أن يشتغل الفرد بدون توافر رؤية جيدة أو فقدانه لحاسة السمع، ويذكر "ماسلو" أن عدم اشباع مثل هذه الاحتياجات الأساسية للفرد لا تمكننا من معرفة حقيقة الصور التي تكون

عليها دوافعه الأخرى في المستويات التالية بما في ذلك الدوافع الإجتماعية المرتبطة بأساليب السلوك والمواجهة والادارة، فمن هنا نجد أن الكيف الجزئي يشبع هذه الحاجات الفسيولوجية أكثر من الكيف الكلي الذي لم يرى البصر ولا يدرك الحياة الا من خلال اللمس (رشا محمد، 2011، 85)، وبالتالي ترجع الباحثة هذه النسب الى أن موقع قناة العربية تناولت الابعاد الاخبارية لمبادرة حياة كريمة بهذا الشكل لان هدفها هو تقديم الخطوط العريضة والهامة عن المبادرة وليس الاهتمام بتفاصيلها؛ كذلك توافر عنصر بعد القناة عن المجتمع المصري - لكونها قناة سعودية - الى حد ما بعكس موقع قناة شبكة تليفزيون الحياة - القناة المصرية- ملمة بأبعاد المبادرة وبإحتياجات الفئات المستهدفة منها وذلك لقربها من الريف المصري ومعاناته.

جدول (16)

يوضح المضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة التي إحتوت عليها مواقع قنوات اليوتيوب الإخبارية

شبكة تليفزيون الحياة		العربية		موقع القناة	المضامين الإخبارية
النسبة النسبية % المنوية	التكرار	النسبة النسبية % المنوية	التكرار		
10.42%	20	13.22%	16		خطابات رئيس الجمهورية نحو المبادرة.
9.38%	18	10.74%	13		خطابات المسؤولين بالدولة نحو المبادرة.
9.89%	19	11.57%	14		دور مؤسسات الدولة في المبادرة.
7.81%	15	5.78%	7		تصريحات مؤسسات المجتمع المدني نحو المبادرة.
8.33%	16	7.44%	9		رد فعل الفئات المستهدفة من المبادرة
3.65%	7	-	-		موقف رجال الدين من المبادرة.
8.85%	17	9.92%	12		آراء الشعب المصري إتجاه المبادرة.
4.69%	9	3.31%	4		دور الجمعيات التطوعية في المبادرة.
8.85%	17	12.40%	15		المبالغ المالية المخصصة للمبادرة.
3.13%	6	10.74%	13		الأشخاص المتطوعون في المبادرة.
3.65%	7	-	-		مراحل تنفيذ المبادرة.
4.17%	8	4.96%	6		أهداف المبادرة.
4.69%	9	3.31%	4		الخدمات التي تقدمها المبادرة.

المبادئ الأساسية للمبادرة.	-	-	6	3.13%
الفئات المستهدفة من المبادرة.	6	4.96%	11	5.73%
المرتكزات الأساسية للمبادرة.	-	-	4	2.08%
موقف المنظمات الدولية إتجاه المبادرة.	2	1.65%	3	1.55%
الإجمالي	121	100.00%	192	100.00%

يتضح من الجدول السابق: أن المضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة التي إحتوى عليها موقع قناة العربية جاء في الترتيب الأول مضمون "خطابات رئيس الجمهورية نحو المبادرة" بنسبة "13.22%"، يليه مضمون "المبالغ المالية المخصصة للمبادرة بنسبة "12.40%"، وجاء في الترتيب الثالث مضمون "دور مؤسسات الدولة في المبادرة" بنسبة "11.57%"، بينما جاء مضمون "خطابات رئيس الجمهورية نحو المبادرة" بنسبة "10.42%" في الترتيب الأول من بين المضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة التي إحتوى عليها موقع قناة شبكة تليفزيون الحياة، بينما جاء في الترتيب الثاني مضمون "دور مؤسسات الدولة في المبادرة" بنسبة "9.89%"، وفي الترتيب الثالث جاء مضمون "خطابات المسؤولين بالدولة نحو المبادرة" بنسبة "9.38%"، **ويمكن أن تفسر الباحثة ذلك** من خلال ان موقع قناة العربية ركز على بعض المضامين الإخبارية للمبادرة "كخطابات رئيس الجمهورية نحو المبادرة" لأنه واجهة الدولة ورمزها فهو الناطق بلسان الدولة المصرية وصاحب القرارات العليا الهامة والواجب تنفيذها، وايضا مضمون "المبالغ المالية المخصصة للمبادرة" فهذا الخبر هام للدول العربية والأجنبية المتابعة لحالة مصر الاقتصادية ودورها في الجانب التنموي، ودور مؤسسات الدولة المصرية في المبادرة من طرق تخطيطها وتنفيذها، ومن الملاحظ أن موقع قناة العربية لم يتطرق إلى جميع الجوانب الإخبارية للمبادرة كدور وموقف رجال الدين من المبادرة ومراحل تنفيذها ومبادئها ومرتكزاتها الأساسية لكون هذه القناة ليست مصرية بالمعدل الأولى ولبعد هذه المبادرة عن موطن قناة العربية حيث أنها ليست مؤثرة بالمعدل الكبرى مقارنة بتأثيرها على المجتمع المصري، في حين أن موقع قناة شبكة تليفزيون الحياة تناولت هذه المبادرة بجميع تفاصيلها ولكنها بنسب متباينة فقد حث رجال الدين ووزير الأوقاف على أنه يتم تخصيص خطبة الجمعة لدعم مبادرة حياة

كريمة وتوعية المجتمع المصري بها، كما تناول الموقع ايضا مضامين اخبارية حول مراحل تنفيذ المبادرة، وتوضيح مبادئها ومرتكزاتها الاساسية الى الجمهور المصري لكي يكون على وعى ودراية شاملة بجميع جوانب المبادرة، وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة الدراسة الميدانية حيث أكد أفراد العينة على أن مضمون "خطابات رئيس الجمهورية نحو المبادرة" جاء في الترتيب الأول من بين المضامين الإخبارية التي تناولها موقع قناة العربية على اليوتيوب بنسبة "26.65%"، وفي الترتيب الثاني إحتل مضمون "المبالغ المالية المخصصة لمبادرة حياة كريمة" بنسبة "20.32%"، أما مضمون "دور مؤسسات الدولة في المبادرة" حصل على المركز الثالث بنسبة "18.47%"، بينما اختلفت نتيجة الدراسة التحليلية مع نتيجة الدراسة الميدانية حيث أكد أفراد العينة أن مضمون "دور مؤسسات الدولة في المبادرة" حصل على الترتيب الاول بنسبة "30.29%" من بين المضامين الاخبارية لمبادرة حياة كريمة عبر موقع قناة شبكة تليفزيون الحياة على اليوتيوب، يليه في الترتيب مضمون "خطابات المسؤولين بالدولة نحو المبادرة" بنسبة "28.51%"، اما في الترتيب الثالث فجاء مضمون "آراء الشعب المصري اتجاه المبادرة" بنسبة "22.27%".

ثانيا: نتائج الدراسة الميدانية:

جدول (17)

مدي متابعة المضامين الإخبارية على مواقع قنوات اليوتيوب

النسبة المئوية	التكرار	مدي المتابعة
32.55%	179	دائما
58.36%	321	أحيانا
9.09%	50	أبدا
100.00%	550	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق: أن معظم أفراد العينة يتابعون المضامين الإخبارية على مواقع قنوات اليوتيوب "أحيانا" بنسبة (58.36%)، بينما يتابعونها "دائما"

بنسبة "32.55%"، اما في الترتيب الثالث والآخر جاءت المتابعة "أبدا" بنسبة (9.09%)، وتفسر الباحثة ذلك بأن المتابعة بصفة "أحيانا" حصلت على الترتيب الأول فقد يرجع ذلك إلى حسب أهمية المضامين الاخبارية المقدمة على مواقع اليوتيوب بالنسبة للمتابعين، فكلما كان المضمون الإخباري هام ويعود بالفائدة على الشخص كلما أقبل على متابعته ومعرفة تفاصيله الإخبارية والعكس صحيح، بالإضافة إلى توافر العديد من مصادر المعرفة المختلفة للفرد من وسائل إعلام تقليدية متعددة ومتنوعة سواء أكانت مقروءة أم مسموعة أم مرئية محلية كانت أم مركزية، كذلك توافر الإنترنت ومواقع المختلفة بما فيه من توافر مصادر المعرفة والإخبار عبر وسائل الاعلام الجديد "شبكات التواصل الإجتماعي"؛ فكل هذه المصادر المحاطة بالفرد جعلته قد يتابع أحدهم دائما والآخر أحيانا والثالث أبدا، وتختلف هذه النتيجة بنسبة جزئية مع نتيجة دراسة "اسماعيل أبو شنافة، 2019" حيث جاءت نسبة متابعة الطلبة الماجستير لمضمون قنوات اليوتيوب بصفة "دائما" في الترتيب الأول بنسبة "65.5%"، بينما حصلت المتابعة "أحيانا" على نسبة "27.6%"، يليهما في الترتيب الأخير "نادرا" بنسبة "6.9%".

جدول (18)

معدل متابعة المضامين الإخبارية على مواقع قنوات اليوتيوب

النسبة المئوية	التكرار	معدل متابعة
41.20%	206	كبيرة
36.00%	180	متوسطة
22.80%	114	منخفضة
100.00%	500	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق: حصول معدل كبيرة من أفراد العينة على متابعة المضامين الاخبارية عبر مواقع قنوات اليوتيوب في الترتيب الأول بنسبة (41.20%)، في حين أن نسبة المتابعة بمعدل متوسطة جاءت بنسبة (36.00%)، أما المتابعة بمعدل منخفضة جاءت بنسبة (22.80%)، ويمكن للباحثة أن توضح النسبة الكبيرة في معدل متابعة المضامين الاخبارية على مواقع قنوات اليوتيوب لان موقع اليوتيوب يتميز بعرض الفيديوهات وما تحتويه من صورة وصوت وألوان وحركة فجميع هذه العناصر تسهل عملية توصيل المعلومة والخبر للمشاهد بخلاف وسائل الإعلام الاخرى التي تحتاج بذل بعض المجهود من الجمهور سواء من خلال القراءة فقط أو الاستماع فقط، هذا وبالإضافة الى امكانية البث المباشر للأحداث وللأخبار التي تبعث روح المصداقية والثقة العالية للمضمون الإخباري المقدم من قبل المستقبل، وبالرغم من أن المتابعة جاءت في المرتبة الأولى "أحيانا" إلا أن معدل المتابعة الكبيرة حصلت على الترتيب الأول فرما يعود ذلك الى قلة الوقت الكافي لمتابعة أفراد العينة بصفة دائمة.

جدول (19)

مدي متابعة المضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة عبر موقعي قناتي العربية وشبكة تليفزيون الحياة على اليوتيوب

قناة شبكة تليفزيون الحياة		قناة العربية		القناة المتابعة
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
47.40%	237	18.00%	90	دائما
42.40%	212	57.80%	289	أحيانا
10.20%	51	24.20%	121	أبدا
100.00%	500	100.00%	500	الاجمالي

يتضح من الجدول السابق: أن الغالبية العظمى من أفراد العينة يتابعون المضامين الاخبارية بمبادرة حياة كريمة على موقع قناة العربية "أحيانا" بنسبة "57.80%"، في حين أن الغالبية العظمى من أفراد العينة يتابعون المضامين الاخبارية لمبادرة حياة كريمة على موقع قناة شبكة تليفزيون الحياة "دائما" بنسبة "47.40%"، **وتختلف هذه النتيجة مع نتيجة الدراسة الاستطلاعية** لهذه الدراسة فقد أكد أفراد العينة أنهم يفضلون متابعة قنواتي "العربية وشبكة تليفزيون الحياة" في الحصول على المضامين الاخبارية عبر مواقعهم على اليوتيوب دون غيرهم من القنوات، فقد حصلوا على الترتيب الأول والثاني بنسبة (41%، 35%) على التوالي، وقد **توضح الباحثة هذا الاختلاف** في من أكثر من جانب؛ فبالنسبة للجانب الأول ربما يرجع الى صغر عينة الدراسة الاستطلاعية ومن الصعب تعميم نتائجها لكونها غير ممثلة لأفراد المجتمع، أما الجانب الاخر فربما يعود إلى عدم تناول موقع قناة العربية على كافة المضامين الاخبارية لمبادرة حياة كريمة وقلة عرض تفاصيلها، واقتصارها على تناول المضامين الاخبارية الرئيسية فقط حول المبادرة، مما يجعل أفراد العينة يبحثون عما يتعلق بالمبادرة من مختلف زواياها، وهذا ما **أكدته نتيجة الدراسة التحليلية** حيث أشارت إلى عدم تناول موقع قناة العربية جميع الجوانب الاخبارية للمبادرة كدور وموقف رجال الدين من المبادرة ومراحل تنفيذها ومبادئها ومرتكزاتها الاساسية، في حين أن موقع قناة شبكة تليفزيون الحياة تناولت هذه المبادرة بجميع تفاصيلها، **وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة** "ايناس محمود، 2018" في أن نسبة كبيرة من أفراد العينة يتابعون المبادرات الرئاسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

جدول (20)

معدل متابعة المضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة عبر موقعي قناتي العربية وشبكة تليفزيون الحياة على اليوتيوب

قناة شبكة تليفزيون الحياة		قناة العربية		القناة معدل المتابعة
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
48.11%	216	10.55%	40	كبيرة
33.18%	149	38.26%	145	متوسطة
18.71%	84	51.19%	194	ضعيفة
100.00%	449	100.00%	379	الاجمالي

يتضح من الجدول السابق: أن معدل متابعة معظم أفراد العينة للمضامين الاخبارية لمبادرة حياة كريمة عبر موقع قناة العربية على اليوتيوب جاءت ضعيفة بنسبة "51.19%"، بينما جاءت كبيرة عبر موقع قناة شبكة تليفزيون الحياة بنسبة "48.11%"، وتشير الباحثة هذا الاختلاف الى أنه قد يرجع الى اعتماد موقع قناة شبكة تليفزيون الحياة على القالب الحوارى بنسبة عالية، وهذا القالب يأتي من خلال المداخلات الهاتفية واستضافة الخبراء المتخصصون وتقديم وجهات نظرهم المتعددة حول مبادرة حياة كريمة، بالإضافة إلى شرح وتفسير وتبسيط المضامين الاخبارية المتعلقة بمبادرة حياة كريمة للجمهور، بعكس المضامين الاخبارية المتعلقة بمبادرة حياة كريمة والمقدمة عبر موقع قناة العربية نجدها لا تتعمق في استخدامها للقالب الحوارى بالمعدل الكافية لتوعية وتقديم المعلومات باستفاضة للجمهور المستهدف، وهذا ما يجعل أفراد العينة يتابعون المضامين الاخبارية لمبادرة حياة كريمة بموقع قناة شبكة تليفزيون الحياة بمعدل كبيرة عن موقع قناة العربية على اليوتيوب، وهذا ما أكدته نتيجة الدراسة التحليلية في أن القوالب الفنية الذي اعتمد عليها موقع قناة العربية على اليوتيوب تمثل في المرتبة الأولى "قصة خبرية" بنسبة "40.00%"، يليه "تقرير

أخباري" بنسبة "33.33%"، ثم في الترتيب الأخير "الحوار" بنسبة "26.67%"، بينما جاء "القالب الحواري" في المرتبة الأولى بموقع قناة شبكة تليفزيون الحياة بنسبة "59.52%"، يليه قالب "التقرير الإخباري" بنسبة "23.81%"، وفي الترتيب الاخير حصل قالب "قصة خبرية" على نسبة "16.67%"، وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة عمر بن محمد دين(2020)، حيث توصلت إلى وجود إقبال كثيف من طلبة الجامعة على خدمة المجتمع والبرامج التطوعية.

جدول (21)

دوافع متابعة المضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة عبر موقعي قناتي العربية وشبكة تليفزيون الحياة على اليوتيوب

قناة شبكة تليفزيون الحياة		قناة العربية		القناة
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
%34.08	153	%34.56	131	سرعتها في نقل الأخبار
%36.75	165	%25.86	98	لمتابعة التطورات المتعلقة بالمبادرة
%37.86	170	%37.47	142	لأهمية هذه المبادرة من وجهة نظري
%36.75	165	%6.60	25	لتقديمها كافة جهات النظر المختلفة
%11.14	50	%6.60	25	لإنفرادها بعرض تفاصيل عن المبادرة
%33.18	149	%22.70	86	لمعرفة الفئات المستهدفة من المبادرة
%20.04	90	%34.56	131	تميز المضمون الخبري فيها بالثقة
%17.15	77	%19.26	73	لتكوين موقف تجاه مبادرة حياة كريمة
-	-	%2.90	11	أخرى تذكر
%100.00	449	%100.00	379	اجمالي من سئلوا

يتضح من الجدول السابق: أن أول دوافع متابعة المضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة لأفراد العينة عبر موقع قناة العربية على اليوتيوب، تمثل في "الأهمية هذه المبادرة من وجهة نظري" بنسبة "37.47%"، يليه في الترتيب دافعي "سرعتها في نقل الأخبار وتميز المضمون الخبري فيها بالثقة" بنسبة "34.56%" لكلا منهم، وفي الترتيب الثالث حصل دافع "متابعة التطورات المتعلقة بالمبادرة" بنسبة "25.86%"، أما دافع "أخرى تذكر" جاء بنسبة "2.90%" في موقع قناة العربية فربما يكون الدافع من وجهة نظر أفراد العينة لمعرفة مدى اهتمام ومعالجة مواقع القنوات والدول العربية بالقضايا المصرية، بينما كان أول دوافع أفراد العينة حول متابعة المضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة عبر موقع قناة شبكة تليفزيون الحياة على اليوتيوب تمثل في "الأهمية هذه المبادرة من وجهة نظري" بنسبة "37.86%"، يليه في الترتيب الثاني دافعي "متابعة التطورات المتعلقة بالمبادرة و لتقديمها كافة جهات النظر المختلفة" بنسبة "36.75%" لكلا منهم، أما في الترتيب الثالث جاء دافع "سرعتها في نقل الأخبار" بنسبة "34.08%"، **وتستكشف الباحثة مما سبق** أن جميع أفراد العينة سواء أكانوا يتابعون موقع قناة العربية أم يتابعون موقع قناة شبكة تليفزيون الحياة فانهم جميعا اتفقوا في نتائجهم على متابعتهم للمضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة بدافع أهمية هذه المبادرة من وجهة نظرهم، فانهم يرونها طفرة حديثة وفريدة من نوعها لتنمية الريف المصري الذي عانى عبر السنوات الماضية، وحمل أفرادها على عاتقهم المشكلات المتعددة ونقص الخدمات به، وان الأوان للنهوض به وتطويره وتوفير متطلبات المواطنين به، وهذا لا يعود نفعه على القرى والفئات الأكثر احتياجا فحسب، بل تعود تنميته على المجتمع المصري بأكمله، وهذا يؤكد على وعي الشباب المصري بقضايا دولته، **وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة Judith Moeller & Others (2018)**، حيث توصلت إلى أن من أهم دوافع استخدام الشباب لوسائل الإعلام الرقمية عبر مواقع التواصل الإجتماعي، الحصول على المعلومات بسرعة.

جدول (22)

الفاعلين الذين أبرزتهم المضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة عبر موقعي قناتي العربية وشبكة تليفزيون الحياة على اليوتيوب

قناة شبكة تليفزيون الحياة		قناة العربية		الفاعلين البارزين
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
50.33%	226	47.23%	179	رئيس الجمهورية
42.32%	190	33.77%	128	الوزارات المصرية
28.73%	129	16.36%	62	مؤسسات وأجهزة الدولة
18.93%	85	19.00%	72	منظمات المجتمع المدني
20.04%	90	17.94%	68	الشعب المصري
19.38%	87	15.30%	58	المتطوعين
17.82%	80	26.65%	101	الفئات المستفيدة من المبادرة
17.37%	78	13.19%	50	رجال الدين
16.93%	76	15.83%	60	أخرى تذكر
100.00%	449	100.00%	379	اجمالي من سئلوا

يتضح من الجدول السابق: أن الفاعلين الذين أبرزتهم المضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة عبر موقع قناة العربية على اليوتيوب تمثل في الترتيب الأول "رئيس الجمهورية" بنسبة "47.23%"، وفي الترتيب الثاني جاءت "الوزارات المصرية" بنسبة "33.77%"، أما في الترتيب الأخير حصل "رجال الدين" على نسبة "13.19%"، في حين أنه نجد الفاعلين الذين أبرزتهم المضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة عبر موقع قناة شبكة تليفزيون الحياة على اليوتيوب تمثل الترتيب الأول في "رئيس الجمهورية" بنسبة "50.33%"، وفي الترتيب الثاني جاءت "الوزارات المصرية" بنسبة "42.32%"، أما في الترتيب الأخير حصل "أخرى تذكر" على نسبة "16.93%"، وتوضح الباحثة هذا من خلال اتفق أفراد العينة المتابعين لكلا الموقعين في الترتيب الأول والثاني

للفاعلين البارزين في المضامين الاخبارية لمبادرة حياة كريمة حيث تمثلا على الترتيب "رئيس الجمهورية، والوزارات المصرية" وهذا يظهر من خلال تصريحاتهم وخطاباتهم الهامة والمؤثرة في المجتمع المصري والمجتمعات الأخرى حول المبادرة، أما جاءت "أخرى تذكر" في كلا القناتين بنسب مختلفة فرما تعود الى أن الفاعلين البارزين الذى تناولهم كلا الموقعان تمثلا في المؤسسات والشركات الاستثمارية، التي ستعود عليها المبادرة بالربح والمكاسب المادية.

جدول (23)

نوعية المضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة التي تناولها موقعي قناتي العربية و شبكة تليفزيون الحياة على اليوتيوب

قناة الحياة		قناة العربية		القناة	نوعية المضامين
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار		
13.59%	61	26.65%	101	خطابات رئيس الجمهورية نحو مبادرة حياة كريمة	
12.69%	57	20.32%	77	المبالغ المالية المخصصة لمبادرة حياة كريمة	
28.51%	128	16.62%	63	خطابات المسؤولين بالدولة نحو مبادرة حياة كريمة	
30.29%	136	18.47%	70	دور مؤسسات الدولة في المبادرة	
18.26%	82	15.57%	59	تصريحات مؤسسات المجتمع المدني نحو المبادرة	
20.04%	90	13.98%	53	رد فعل الفئات المستهدفة من المبادرة	
16.48%	74	12.93%	49	موقف رجال الدين من المبادرة	
22.27%	100	7.39%	28	آراء الشعب المصري إتجاه المبادرة	
16.26%	73	11.61%	44	الجمعيات التطوعية	
7.13%	32	16.62%	63	الأشخاص المتطوعون	
4.90%	22	6.60%	25	مراحل تنفيذ المبادرة	
4.23%	19	5.01%	19	أهداف المبادرة	

الخدمات التي تقدمها المبادرة	16	%4.22	23	%5.12
المبادئ الأساسية للمبادرة	24	%6.33	27	%6.01
الفئات المستهدفة من المبادرة	23	%6.07	24	%5.35
المرتكزات الأساسية للمبادرة	22	%5.80	20	%4.45
أخرى تذكر	23	%6.07	31	%6.90
اجمالي من سئلوا	379	%100	449	%100

يتضح من الجدول السابق: أن المضامين الإخبارية المقدمة بمبادرة حياة كريمة التي تناولها موقع قناة العربية على اليوتيوب جاء بالترتيب الأول مضمون "خطابات رئيس الجمهورية نحو مبادرة حياة كريمة" بنسبة "26.65%"، وفي الترتيب الثاني حصل مضمون "المبالغ المالية المخصصة لمبادرة حياة كريمة" بنسبة "20.32%"، أما مضمون " دور مؤسسات الدولة في المبادرة" جاء بالترتيب الثالث بنسبة "18.47%"، في حين أن المضامين الإخبارية المقدمة بمبادرة حياة كريمة التي تناولها موقع قناة شبكة تليفزيون الحياة على اليوتيوب جاء بالترتيب الأول مضمون " دور مؤسسات الدولة في المبادرة" بنسبة "30.29%"، وفي الترتيب الثاني حصل مضمون "خطابات المسؤولين بالدولة نحو مبادرة حياة كريمة" بنسبة "28.51%"، أما مضمون "رد فعل الفئات المستهدفة من المبادرة" جاء بالترتيب الثالث بنسبة "20.04%"، وتوضح الباحثة هذا الاختلاف في أن أفراد العينة على وعى بموقع قناة العربية الذي يقدم المضامين الإخبارية الهامة والمختصرة فقط دون التطرق الى تفاصيل حول المبادرة، بعكس موقع قناة شبكة تليفزيون الحياة الذي يهتم بجميع المضامين الإخبارية حول المبادرة، فيتم تناولها من خلال عرض الخبر فقط مرة، والإستعانة بالتقارير الإخبارية تارة أخرى، بالإضافة إلى الإستعانة بالقالب الحوارى وغيره فجميع هذه القوالب الفنية تساعد الجمهور عامة والشباب المصري على وجه الخصوص بجميع محاور وأبعاد المضامين الإخبارية، ونلاحظ أن مضمون "أخرى تذكر" جاء بكلا الموقعين ربما تكون وجهة نظر أفراد العينة في عرض مضمون "موقف المنظمات الدولية تجاه المبادرة" فقد جاء هذا المضمون في نتيجة الدراسة التحليلية بنسبة "1.65%"، بموقع قناة العربية، بينما جاء في قناة شبكة تليفزيون الحياة بنسبة "1.55%"، مما يؤكد على

التركيز العميق من قبل أفراد العينة بمتابعة المضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة المقدمة عبر قنوات العينة البحثية بدقة متناهية.

جدول (24)

معدل الامام بأبعاد المضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة من خلال متابعة موقعي قناتي العربية وشبكة تليفزيون الحياة على اليوتيوب

قناة الحياة		قناة العربية		القناة
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
20.49%	92	24.27%	92	معدل الامام بالأبعاد السكنى
11.80%	53	15.30%	58	تدريب وتشغيل
19.15%	86	20.05%	76	الصحي
13.59%	61	14.51%	55	سلات غذائية
6.68%	30	3.69%	14	تنمية الطفولة
11.13%	50	10.03%	38	أجهزة تعويضية
8.90%	40	4.22%	16	تجهيز منازل
8.24%	37	7.92%	30	تدخلات بيئية
100.00%	449	100.00%	379	الاجمالي

يتضح من الجدول السابق: إجماع معظم أفراد العينة على تناول موقعي قناتي "العربية وشبكة تليفزيون الحياة" للمضمون الإخباري السكنى لمبادرة حياة كريمة في الترتيب الأول بنسبة "24.27%، 20.49%" على التوالي، يليهما البعد "الصحي" بنسبة "20.05%، 19.15%" على الترتيب، بينما اختلفت نسب أفراد العينة في تناول باقي الأبعاد الإخبارية للمبادرة، فنجد موقع قناة العربية في الترتيب الثالث له تناول بعد "تدريب وتشغيل" بنسبة "19.15%"، في حين أنه جاء بعد "سلات غذائية" على

الترتيب الثالث بموقع قناة شبكة تليفزيون الحياة بنسبة "13.59%"، وهذا يعود الى معدل وعى أفراد العينة "الشباب المصري" بأبعاد المضامين الاخبارية المقدمة عبر مواقع قنوات اليوتيوب، **وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة** "عماد محمد، 2019" حيث توصلت إلى أن أهم احتياجات البنية الأساسية للقرى الأكثر فقرا تمثلت في انشاء الاسقف وترميم منازل الفقراء، بالإضافة الى توصيل شبكات الصرف الصحي، وتوفير مياه الشرب النظيفة، وتوفير خدمات النقل والمواصلات، وأن من أهم الإحتياجات الإقتصادية هي توفير القروض لإقامة المشروعات الصغيرة، ومساعدة الفتيات المقبلات على الزواج، ومن هنا يظهر اهتمام أفراد العينة بأهمية مبادرة حياة كريمة وتناول مواقع قنوات اليوتيوب لمضامينها الإخبارية، **وهو ما تتفق معه نتيجة دراسة** "محمد كمال، 2019" أيضا، فقد أكدت على أن المبادرات الصحية التي أطلقتها الدولة المصرية ساهمت في إشترك المرضى بعملية صنع القرار الطبي الخاص بهم، **وهو ما أكدته** التقارير الرسمية الصادرة عن وزارة الإسكان أن ٨٠% من القرى المصرية محرومة بالأساس من الصرف الصحي، وقد إتفقت تقارير البنك الدولي على نفس تلك النسبة وهي أن القرى التي تخدمها شبكات الصرف الصحي ذات محطات المعالجة لا تتجاوز ٢٠%، وهناك ٩٠% من مياه شبكات الصرف تصب في المجاري المائية سواء كانت ترعًا أو مصارف، فضلا عن أن معظم شبكات الصرف الصحي متهالكة وأقطارها ضعيفة مما يشكل خطراً على نظافة الماء وتباعاً على الصحة العامة، ويقوم قاطنو المناطق المحرومة من الصرف الصحي بإنشاء (الترنشات) أسفل سطح الأرض، لإستقبال مياه الصرف الصحي الخاص بهم، وبالتالي تسربها إلى الخزان الجوفي، وما ينتج عنه من تلوث يحتاج إلى عشرات السنين لتتطيفه، والأخطر من ذلك هو استخدام هذا الخزان كمصدر للشرب في بعض الأماكن، مما يؤدي إلى تدني المستوى البيئي والصحي (ناجي السيد، 2017).

جدول (25)

مدي القيام بالتفاعل مع مقاطع الفيديو المقدمة للمضامين الإخبارية عن مبادرة حياة كريمة بموقعي قناتي العربية وشبكة تليفزيون الحياة على اليوتيوب

قناة شبكة تليفزيون الحياة		قناة العربية		القناة التفاعل
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
58.35%	262	22.96%	87	دائما
25.17%	113	68.34%	259	أحيانا
16.48%	74	8.71%	33	أبدا
100.00%	449	100.00%	379	الاجمالي

يتضح من الجدول السابق: أن محدودية الافراد الذين يتفاعلون بصفة منتظمة مع مقاطع الفيديو المقدمة للمضامين الإخبارية حول مبادرة حياة كريمة بموقع قناة العربية على اليوتيوب بنسبة "22.96%"، بينما حازت الأغلبية من عينة الدراسة حول تفاعلها بصفة غير منتظمة بنسبة "68.34%"، في حين أن نسبة عدم التفاعل مطلقا من قبل أفراد العينة كانت "8.71%"، وذلك عكس التفاعل من قبل أفراد العينة للمضامين الاخبارية بمبادرة حياة كريمة بموقع قناة شبكة تليفزيون الحياة فنجد أن الغالبية العظمى منهم يتفاعلون بصفة منتظمة بنسبة "58.35%"، بينما جاءت نسبة التفاعل بصفة غير منتظمة "25.17%"، بينما عزفت نسبة "16.48%" عن التفاعل مطلقا، ويمكن للباحثة تفسير هذه النتيجة بأن عينة الدراسة حريصة على التفاعل مع المضامين الاخبارية لمبادرة حياة كريمة، وان اختلفت أسباب التفاعل أو الدوافع التي دفعت عينة الدراسة إلى التفاعل مع هذه المضامين الإخبارية، وكذلك إختلاف صور وأشكال التفاعل وان دل ذلك؛ يدل على إهتمام العينة بمبادرة حياة كريمة، أما بالنسبة لإستحواد

موقع قناة شبكة تليفزيون الحياة على اليوتيوب نسبة تفاعل أعلى من موقع قناة العربية، فهذا قد يعود إلى قدرة موقع قناة شبكة تليفزيون الحياة على جذب الجمهور عن طريق توظيف أساليب التشويق في خدمة المضمون الإخباري توظيفا سليما، وكذلك تركيزها على إستضافة الخبراء والمتخصصين الذين يقومون بدور مهم في توجيه الرأي العام نحو المبادرة.

جدول (26)

أكثر القنوات متابعة للمضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة على مواقع اليوتيوب

قناة شبكة تليفزيون الحياة		قناة العربية		القناة أكثر القنوات متابعة
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
89.80%	449	75.80%	379	نعم
10.20%	51	24.20%	121	لا
100.00%	500	100.00%	500	الاجمالي

يتضح من الجدول السابق: أنه جاءت أكثر مواقع قنوات اليوتيوب متابعة للمضامين الاخبارية بمبادرة حياة كريمة من وجهة نظر أفراد العينة "موقع قناة شبكة تليفزيون الحياة" بنسبة "89.80%"، وتفسر الباحثة ذلك من خلال أن موقع قناة شبكة تليفزيون الحياة ملم بطبيعة المجتمع المصري وإحتياجاته ومتطلباته وأسلوب توصيل المعلومة له بسهولة، لذلك نجده يهتم بالقضايا التي تهتم المجتمع المصري، فمبادرة حياة كريمة تعتبر مبادرة حيوية للجمهور المصري، وبالتالي نجد موقع قناة شبكة تليفزيون الحياة عرض هذه القضية بإسلوب يناسب الجمهور المصري، من خلال استخدامه جميع وسائل الأبراز للخبر والتنوع في القوالب الاخبارية المستخدمة والتنوع في مصادر الخبر، بالإضافة إلى الإعتماد على الإستمالات العقلية والعاطفية معا، وكذلك عرض تفاصيل الخبر المتعددة والمختلفة وتفسيرها من خلال إستخدام لغة عامية سهلة الإستيعاب من قبل الجمهور، عكس موقع قناة العربية الذي أعتمد على اللغة الفصحى

المبسطة بالمعدل الأولي، وهذا ما أكدته نتيجة الدراسة التحليلية حيث أن اللغة التي استخدمتها المضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة عبر موقع قناة العربية جاءت "فصحى مبسطة" في الترتيب الأول بنسبة "82.35%"، وفي الترتيب الثاني "عامية" بنسبة "11.76%"، يليها في الترتيب الأخير "تجمع بين أكثر من لغة" بنسبة "5.88%"، بينما جاءت "اللغة العامية" بالمضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة في الترتيب الأول بموقع قناة شبكة تليفزيون الحياة بنسبة "63.33%"، يليها في الترتيب الثاني والأخير "فصحى مبسطة" بنسبة "36.67%".

جدول (27)

أسباب مشاهدة المضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة بمواقع قنوات اليوتيوب بقناة أكثر من الأخرى

قناة شبكة تليفزيون الحياة		قناة العربية		القناة
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
12.69%	57	26.91%	102	عرضها لصور ثابتة
36.97%	166	29.82%	113	عرضها معلومات مكتوبة على الشاشة
11.80%	53	24.27%	92	إستخدامها موسيقى جذابة
42.98%	193	5.28%	20	إعتمادها على مداخلات هاتفية
4.23%	19	13.19%	50	إستخدامها لخلفية جذابة
38.98%	175	17.94%	68	تنوع مقدم المضمون الإخباري
10.24%	46	35.88%	136	موضوعيتها في نقل الخبر
44.77%	201	17.94%	68	إستضافتها لخبراء و متخصصين
12.70%	57	16.36%	62	تقديم وجهات نظر مختلفة للمضمون الإخباري
6.24%	28	31.66%	120	إستعراضها لمواقع إخبارية أخرى عن الحدث
100.00%	449	100.00%	379	إجمالي من سئلوا

يتضح من الجدول السابق: أن من أسباب مشاهدة المضامين الاخبارية بمبادرة حياة كريمة بموقع قناة العربية أكثر من موقع قناة شبكة تليفزيون الحياة على اليوتيوب، تمثل السبب الأول في "موضوعيتها في نقل الخبر" بنسبة "35.88%"، أما السبب الثاني فتمثل في "استعراضها لمواقع إخبارية أخرى عن الحدث" بنسبة "31.66%"، والسبب الثالث كان "عرضها معلومات مكتوبة على الشاشة" بنسبة "29.82%"، في حين أن السبب الأول من أسباب مشاهدة أفراد العينة للمضامين الاخبارية بمبادرة حياة كريمة على موقع قناة شبكة تليفزيون الحياة أكثر من موقع قناة العربية "إستضافتها لخبراء و متخصصين" بنسبة "44.77%"، و السبب الثاني تمثل في "اعتمادها على مداخلات هاتفيه" بنسبة "42.98%"، أما السبب الثالث فكان "تنوع مقدم المضمون الإخباري" بنسبة "38.98%"، وتفسر الباحثة ذلك من خلال الشغف الكبير للجمهور المصري نحو المبادرة، وهو ما مكن موقع قناة شبكة تليفزيون الحياة على إستغلال ذلك في طريقة جذب الجمهور المصري وإبراز ما يمكن إبرازه لجذبه وحثه على متابعة المضامين الإخبارية بمبادرة حياة كريمة.

جدول (28)

أكثر مواقع القنوات الإخبارية على مواقع اليوتيوب مناقشة للأبعاد الإخبارية المختلفة لمبادرة حياة كريمة

قناة شبكة تليفزيون الحياة		قناة العربية		القناة
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
67.60%	338	32.40%	162	أكثر مواقع القنوات مناقشة للأبعاد الإخبارية المختلفة لمبادرة حياة كريمة
100.00%	500	100.00%	500	
				الاجمالي

يتضح من الجدول السابق: أن أكثر مواقع القنوات الإخبارية على اليوتيوب مناقشة
للأبعاد الإخبارية المختلفة لمبادرة حياة كريمة جاء موقع قناة شبكة تليفزيون الحياة
بنسبة "67.60%".

جدول (29)

أسباب مناقشة المضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة بمواقع قنوات اليوتيوب بقناة
أكثر من الأخرى

قناة شبكة تليفزيون الحياة		قناة العربية		القناة	أسباب المناقشة
النسبة المئوية	المئوية	النسبة المئوية	التكرار		
29.88%	101	-	-		التغطية الجغرافية المستهدفة من القناة
28.11%	95	-	-		سياسة القناة ونمط ملكيتها
69.23%	234	93.83%	152		لأهمية المبادرة على الساحة المصرية
49.41%	167	32.72%	53		إمتلاكها شبكة مراسلين كبيرة
-	-	49.38%	80		لإهتمام الدول الأخرى بقضايا الشأن المصري
100.00%	338	100.00%	162		إجمالي من سئلوا

يتضح من الجدول السابق: أن السبب الاول في مناقشة المضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة بموقع قناة العربية أكثر من موقع قناة شبكة تليفزيون الحياة على اليوتيوب كان من وجهة نظر أفراد العينة "لأهمية المبادرة على الساحة المصرية" بنسبة "93.83%"، بينما تمثل السبب الثاني في "لإهتمام الدول الأخرى بقضايا الشأن المصري" بنسبة "49.38%"، أما السبب الثالث والأخير فجاء "امتلاكها لشبكة مراسلين كبيرة" بنسبة "32.72%"، في حين أن السبب الأول في مناقشة المضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة بموقع قناة شبكة تليفزيون الحياة أكثر من موقع قناة العربية على اليوتيوب تمثل في "لأهمية المبادرة على الساحة المصرية" بنسبة "69.23%"، بينما تمثل السبب الثاني في "امتلاكها شبكة مراسلين كبيرة" بنسبة "49.41%"، أما السبب

الثالث فجاء "التغطية الجغرافية المستهدفة من القناة" بنسبة "29.88%"، يليه السبب الرابع والأخير "سياسة القناة ونمط ملكيتها" بنسبة "28.11%"، ويمكن للباحثة تفسير ذلك من خلال أن أفراد العينة أكدوا على الأهمية التنموية الكبرى للمبادرة على الساحة المصرية والريف المصري على وجه الخصوص من وجهة نظر القنوات العربية والدول الأخرى، وهذا يعود الى أن الدول العربية تضع الدولة المصرية - وما تقوم به من إجراءات داخل بلادها- نصب أعينها، بإعتبار أن الدولة المصرية بمثابة رمانة الميزان بالشرق الأوسط، فتطورها يؤثر على الشرق الأوسط بأكمله بطريقة أو بأخرى، وهو ما يقلق بعض الدول الأجنبية الأخرى، ونتيجة لاهتمام معظم دول العالم عربية كانت أو اجنبية بالشأن المصري وقضاياها وبالتحديد "مبادرة حياة كريمة"، نجد أن موقع قناة العربية يمتلك شبكة كبيرة من المرسلين الاعلاميين بالدولة المصرية لكي يقوموا بتغطية المستمرة للأحداث والقضايا المصرية المتلاحقة، وبثها إلى الجماهير المختلفة والمهتمة بالشأن المصري، أما بالنسبة لأفراد العينة أشاروا بأن سبب مناقشة موقع قناة شبكة تليفزيون الحياة على اليوتيوب للمضامين الاخبارية لمبادرة حياة كريمة هو لأهمية المبادرة على الساحة المصرية وما تحدثه من تطورات هائلة للمواطن الريفي المصري المســـتهدف الـــذى يتجـــاوز مــــن 58: 60 مليون مواطن (<https://www.elwatannews.com/news/details/5584306>)، وهو عدد ليس بقليل، وساعد في تغطية المضامين الاخبارية عدد كبير من المرسلين للقناة، حيث يفتدوا القناة بكل ما هو جديد حول المبادرة "أي تطورات المبادرة" من تقارير إخبارية، وتغطية التصريحات والاجتماعات والمناقشات حولها، فنجد أن قناة شبكة تليفزيون الحياة تحتوى على عدد أكبر من المرسلين لها بالدولة المصرية بخلاف قناة العربية، فقد يرجع ذلك إلى الموقع الجغرافي للقناة، فنلاحظ عنصر القرب هام جدا، فكما كانت القضية المطروحة على الساحة من نفس دولة القناة التي تقوم بتغطيتها، كلما كانت عملية التغطية شاملة وإهتمت القناة بتغطيتها بمعدل كافية لتحقيق أهدافها من خلال تطبيق سياستها التي تعود الى نمط ملكيتها.

جدول (30)

إتجاه الشباب المصري نحو مبادرة حياة كريمة

قيمة كا ²	النسبة المئوية	المعدل المقدر	التكرار			العبارة	م
			غير موافق	الى حد ما	موافق		
225.33	84.93	1274	28	170	302	أبحث عن فوائد مبادرة حياة كريمة للريف المصري.	1.
243.96	85.67	1285	27	161	312	أشارك الحملات التطوعية بالمبادرة.	2.
372.30	88.93	1334	32	102	366	أشعر بأهمية المبادرة.	3.
266.42	86.53	1298	18	166	316	أطلع على معاناة أطفال الريف.	4.
195.14	83.47	1252	52	144	304	أميل لنشر أو مشاركة معلومات حول المبادرة للشعب المصري .	5.
222.12	84.33	1265	52	131	317	أستنكر عدم توافر وصلات مياه شرب ببعض النجوع والقرى المصرية.	6.
303.18	87.33	1310	32	126	342	أتعرف على مستجدات مبادرة حياة كريمة أول بأول.	7.
102.15	78.87	1183	82	153	265	أعلق على الفيديوهات المتعلقة بمبادرة حياة كريمة على مواقع اليوتيوب.	8.
289.59	86.20	1293	50	107	343	أعجب بخطابات المسؤولين في مواقعهم وكلماتهم نحو اطلاق قوافل طبية وخدمية للريف المصري .	9.
187.90	83.33	1250	45	160	295	أتعرف على الفئات المستهدفة من المبادرة.	10.
271.28	86.33	1295	36	133	331	أشارك في اللقاءات التي تدعم المبادرة.	11.
271.28	86.33	1295	36	133	331	أشعر بالمسؤولية اتجاه القرى المصرية الفقيرة.	12.
78.26	77.20	1158	78	186	236	أتعرف على اهداف المبادرة.	13.
135.23	80.80	1212	64	160	276	أميل للترويج نحو العمل التطوعي	14.

						بالمبادرة.
376.73	89.40	1341	24	111	365	15. أتمنى أن يكون الشباب المصري على وعى بمبادرة حياة كريمة.
263.93	86.27	1294	31	144	325	16. أتابع ردود أفعال الفئات المستهدفة من المبادرة.
223.71	84.87	1273	32	163	305	17. أتعاون مع المسؤولين عن المبادرة.
157.11	81.87	1228	47	178	275	18. أندهش من عدم اعجاب البعض بالمبادرة.
288.50	86.80	1302	36	126	338	19. أتابع ردود أفعال معارفي نحو المبادرة.
155.34	81.73	1226	46	182	272	20. أنشر المعاناة الحقيقية للقرى الأكثر فقرا.
167.45	81.47	1222	79	120	301	21. أغضب من قلة توافر المواد الغذائية للفئات المستهدفة.
130.19	80.53	1208	66	160	274	22. أبحث حول أفضل الطرق لنجاح المبادرة.
98.91	78.73	1181	72	175	253	23. أشارك في مواقع متابعة مستحدثات مبادرة حياة كريمة.
283.28	86.33	1295	44	117	339	24. أتمنى المساواة بين توافر الخدمات في الحضر والريف المصري .
268.20	86.60	1299	17	167	316	25. أتعرف على المبالغ المالية المخصصة للمبادرة.
69.24	76.73	1151	96	157	247	26. أصمم فيديوهات جديدة متعلقة بمبادرة حياة كريمة.
270.12	86.27	1294	37	132	331	27. أتأثر بردود أفعال مؤسسات المجتمع المدني نحو المبادرة.
212.36	84.33	1265	41	153	306	28. أتناقش مع غيري في دور الدولة المصرية في رفع المستوى المعيشي للمواطن.
321.89	88.07	1321	25	129	346	29. أشارك بمواهبى وقدراتي في تنمية

						الريف المصري .
303.18	87.33	1310	32	126	342	30. أتأثر بالحزن نتيجة مشاهدتي لأفراد ليس لديهم أجهزة تعويضية كسماعات ونظارات وخلافه.
	84.25	37914	المعدل الكلية			

قيمة (كا) عند مستوى دلالة (0.05) = 5.99

يتضح من الجدول السابق ما يلي: تراوح النسبة المئوية لإتجاه الشباب المصري نحو مبادرة حياة كريمة ما بين (76.73% : 89.40%)، حيث جاء في الترتيب الأول (أتمنى أن يكون الشباب المصري على وعى بمبادرة حياة كريمة)، بينما جاء في الترتيب الأخير (أصمم فيديوهات جديدة متعلقة بمبادرة حياة كريمة)، كما بلغت النسبة الكلية (84.25%)، وبالتالي توجد فروق دالة إحصائياً بين آراء عينة الدراسة في جميع العبارات وفي اتجاه الموافقة، **وتفسر الباحثة هذا من خلال اتجاه آراء أفراد عينة الدراسة نحو مبادرة حياة كريمة بنسبة مرتفعة حيث وصلت إلى (84.25%)، مما يدل على وعى الشباب المصري بأهمية مبادرة حياة كريمة، بالرغم من اختلاف ميولهم واهتماماتهم وقدراتهم، وهو ما يؤكد على أنهم لديهم الرغبة الكبيرة في المشاركة بالمبادرة سواء أكانت هذ المشاركة من خلال تعاونهم مع المسؤولين المختصين بالمبادرة أو مشاركتهم بمواهبهم وقدراتهم في تنمية الريف المصري، وهو ما يطلق عليه العمل التطوعي، كذلك من خلال تصميمهم لفيدويوهات متعلقة بمبادرة حياة كريمة لتوعيه الآخرين بها، فمقياس الاتجاه هذا احتوت عباراته على "ثلاثة" جوانب هي "جوانب معرفية، وجوانب وجدانية، و جوانب مهارية)، ونجد أن الثلاثة جوانب جاءت في إتجاه الموافقة، فعلى سبيل المثال نلاحظ في الجانب المعرفي اتجاه الشباب المصري عينة الدراسة نحو موافقتهم إلى بحثهم نحو التعرف على أهداف المبادرة وطرق نجاحها، كذلك موافقتهم في الجانب الوجداني من خلال غضبهم من قلة توافر المواد الغذائية للمواطن الريفي وإستنكارهم من عدم توافر وصلات مياه شرب ببعض النجوع والقرى المصرية، أما الجانب المهارى فجاءت موافقتهم من خلال نشرهم للمعانة الحقيقية للقرى الأكثر فقرا، وترويجهم للشعب المصري نحو العمل التطوعي، فكل هذا**

يؤكد على الإتجاه الإيجابي لأفراد العينة نحو مبادرة حياة كريمة، وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة محمد كمال (2019)، حيث أكدت على الأنماط السلوكية التي تم انشاؤها خلال المبادرات الصحية ساهمت في تحديد الحالة الصحية للأفراد، ووضع نمط للصحة الايجابية، مما ساهم في زيادة الصحة البدنية والعاطفية والادراكية والإجتماعية لأفراد المجتمع وتمكينهم من تحقيق امكانياتهم بشكل كامل، مما دفعهم الى المشاركة في خطط التنمية المستهدفة من قبل الدولة، كذلك تتفق أيضا مع نتيجة دراسة تركي بن حسن (2017)، في أن من أهم الإتجاهات المكتسبة من المبادرات التوعوية تهذيب السلوك، وإكتساب مهارات جديدة، وشغل وقت الفراغ، وزيادة الخبرة والمساعدة في خدمة المجتمع، والثقة بالنفس، وتنمية الشخصية الإجتماعي.

ثالثا: فروض الدراسة:

1) فروض الدراسة التحليلية:

التحقق من صحة الفرض الأول:

توجد فروق ذات دلالة احصائية بين مواقع القنوات الإخبارية عينة الدراسة في أساليب التشويق المستخدمة في تقديم المضمون الإخباري لمبادرة حياة كريمة.

جدول (31)

دلالة الفروق بين موقعي قنواتي "العربية، شبكة تليفزيون الحياة" في أساليب التشويق في تقديم المضمون الإخباري لمبادرة حياة كريمة على اليوتيوب

الدلالة	قيمة z	شبكة تليفزيون الحياة		العربية		موقع قناة أساليب التشويق
		النسبة المئوية%	التكرا ر	النسبة المئوية%	التكرا ر	
غير دالة	1.40	%18.75	6	%38.46	5	عرض صور ثابتة
غير دالة	0.93-	%37.5	12	%23.08	3	عرض معلومات علي الشاشة
غير دالة	1.77	%9.37	3	%30.77	4	الاستعانة بالموسيقى

مداخلات هاتفية	1	%7.69	11	%34.37	-1.83	غير دالة
الإجمالي	13	%100.00	32	%100.00		

Z الجدولية عند مستوى دلالة 01، = 2.58 z الجدولية عند مستوى دلالة 05، = 1.96

يتضح من الجدول السابق: وجود فروق غير دلالة احصائيا بين مواقع القنوات الإخبارية عينة الدراسة في أساليب التشويق المستخدمة في تقديم المضمون الإخباري لمبادرة حياة كريمة.

أن قيمة Z في جميع أساليب التشويق المستخدمة في تقديم المضمون الإخباري لمبادرة حياة كريمة عبر قنوات اليوتيوب غير دالة كما يتضح أن قيمة Z المحسوبة أصغر من قيمة Z الجدولية، ولذلك تم رفض الفرض، وعدم قبوله

وتفسر الباحثة ذلك: بأن جميع موقعي القنوات الاخبارية عينة الدراسة تهتم بأساليب التشويق المختلفة وتوظيفها في خدمة تقديم المضامين الاخبارية لمبادرة حياة كريمة على اليوتيوب؛ وذلك لما لها من أهمية كبرى في جذب الجمهور نحو متابعة الخبر، بل ومساعدتها على تقديم الخبر بصورة كاملة للجمهور.

التحقق من صحة الفرض الثاني:

توجد فروق ذات دلالة احصائية بين مواقع القنوات الاخبارية عينة الدراسة في القالب الفني الذي اعتمدت عليه في تقديم المضمون الاخباري لمبادرة حياة كريمة.

جدول (32)

دلالة الفروق بين موقعي قناتي "العربية، شبكة تليفزيون الحياة" في القالب الفني الذي اعتمدت عليه أثناء المضمون الاخباري لمبادرة حياة كريمة على اليوتيوب.

الدلالة	قيمة z	شبكة تليفزيون الحياة		العربية		موقع قناة القالب الفني
		النسبة المئوية %	التكرار	النسبة المئوية %	التكرار	
غير دالة	،66	%16.67	7	%40.00	6	قصة خبرية
غير دالة	،25	%23.81	10	%33.33	5	تقرير إخباري
غير دالة	،77-	%59.52	25	%26.67	4	حوار
		%100.00	42	%100.00	15	الإجمالي

z الجدولية عند مستوى دلالة 01، = 2.58 z الجدولية عند مستوى دلالة 05، = 1.96

يتضح من الجدول السابق: وجود فروق غير دلالة إحصائياً بين مواقع القنوات الإخبارية عينة الدراسة في القالب الفني الذي اعتمدت عليه في تقديم المضمون الاخباري لمبادرة حياة كريمة، حيث أن قيمة Z في جميع أبعاد القالب الفني الذي اعتمدت عليه القنوات في تقديم المضمون الإخباري لمبادرة حياة كريمة غير دالة كما يتضح أن قيمة Z المحسوبة أصغر من قيمة Z الجدولية، ولذلك تم رفض الفرض، وعدم قبوله، وتفسر الباحثة ذلك بأن التنوع في القالب المستخدم بمواقع القنوات الاخبارية في تقديم المضمون الإخباري، يبعث على الجمهور المصدقية فيما يتم تقديمه من خلال متابعة الخبر وعرض تقارير توضح وجهة نظر حوله وبالإضافة الى

تقديم كل ما يطرأ من معلومات جديدة حول الخبر، وتبسيط المعلومات للجمهور المستهدف من خلال القالب الحوارى، فكل ذا اعتمدت عليه مواقع قنوات العينة على السواء، نظرا لأهمية مبادرة حياة كريمة على الساحة المصرية والعربية.

التحقق من صحة الفرض الثالث:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مواقع القنوات الإخبارية عينة الدراسة في أبعاد المضمون الاخباري المقدم عن مبادرة حياة كريمة.

جدول (33)

دلالة الفروق بين موقعي قناتي "العربية، شبكة تليفزيون الحياة" في أبعاد المضمون الإخباري المقدم عن مبادرة حياة كريمة على اليوتيوب.

الدلالة	قيمة z	شبكة تليفزيون الحياة		العربية		القناة	الأبعاد
		النسبة المئوية %	التكرار	النسبة المئوية %	التكرار		
غير دالة	0.60-	39%	7	28.5%	4	بناء أسقف للحجرات والمنازل	سكنى
غير دالة	0.34-	16.7%	3	21.4%	3	ترميم وتطوير المنازل	
غير دالة	0.47	27.8%	5	35.7%	5	مد وصلات مياه	
غير دالة	0.18-	16.7%	3	14.3%	2	وصلات صرف صحي	
		100%	18	100%	14	المجموع	
		16.36%		20.29%		النسبة المئوية للبعد %	
غير دالة	،14-	72.73%	8	70.00%	7	مشروعات متناهية الصغر	تدريب وتشغيل
غير دالة	،14	27.27%	3	30.00%	3	تفعيل دور التعاونيات الإنتاجية في القرى.	
		100.00%	11	100.00%	10	المجموع	
		10.00%		14.49%		النسبة المئوية	

						للبعد %	
دالة	*22.2	%12.5	2	%50.00	6	كشوفات طبية	صحي
غير دالة	0.32	%12.5	2	%16.67	2	عمليات جراحية	
غير دالة	1.37-	%50.00	8	%25.00	3	توفير علاج	
غير دالة	1.16-	%25.00	4	%8.33	1	إطلاق قوافل طبية للخدمات الصحية والتوعوية	
		%100.00	16	%100.00	12	المجموع	
		%14.55		%17.40		النسبة المئوية للبعد %	
غير دالة	26،	%28.57	6	%66.67	3	توزيع مواد غذائية مدعمة	سلات غذائية
غير دالة	26،	%71.43	15	%100.00	6	سلات طعام للأسر الفقيرة	
		%100.00	21	%66.67	9	المجموع	
		%19.09		%13.04		النسبة المئوية للبعد %	
غير دالة	16،	%37.5	3	%33.33	2	إنشاء حضانات منزلية لترشيد وقت الأمهات في الدور الإنتاجي	تنمية الطفولة
غير دالة	46،	%62.5	5	%66.67	4	كسوة الاطفال	
		%100.00	8	%100.00	6	المجموع	
		%7.27		%8.70		النسبة المئوية للبعد %	
غير دالة	0.14	%53.85	7	%57.14	4	سماعات ونظارات	أجهزة تعويضية
غير دالة	- 0.81	%30.77	4	%14.29	1	كراسي متحركة	
غير دالة	0.70	%15.38	2	%28.57	2	عكازات	
		%100.00	13	%100.00	7	المجموع	
		%11.82		%10.14		النسبة المئوية للبعد %	
غير دالة	1.26	%50.00	3	%100.00	2	زواج اليتيمات (تجهيز منازل الزوجية)	تجهيز منازل

غير دالة	1.26-	%50.00	3	-	-	عقد الأفراح الجماعية	
		%100.00	6	%100.00	2	المجموع	
		%5.45		%2.90		النسبة المئوية للبعد %	
غير دالة	0.38-	%70.00	7	%60.00	3	جمع مخلفات القمامة	تدخلات بيئية
غير دالة	0.38	%30.00	3	%40.00	2	تدوير القمامة	
		%10.00	10	%100.00	5	المجموع	
		%9.09		%7.25		النسبة المئوية للبعد %	
غير دالة	0.23-	%57.14	4	%50.00	2	توفير البطاطين والمفروشات لمواجهة برد الشتاء	خدمات أخرى
غير دالة	0.23	%42.86	3	%50.00	2	توفير فرص عمل للعاطلين	
		%100.00	7	%100.00	4	المجموع	
		%6.36		%5.80		النسبة المئوية للبعد %	

Z الجدولية عند مستوى دلالة 01، = 2.58 Z الجدولية عند مستوى دلالة 05، = 1.96

يتضح من الجدول السابق: وجود فروق غير دلالة احصائيا بين مواقع القنوات الاخبارية عينة الدراسة في أبعاد المضمون الاخباري المقدم عن مبادرة حياة كريمة، ما عدا البعد الفرعي بالجانب الصحي "الكشوفات الطبية" فقد وجدت فروق دالة إحصائية في هذا البعد الفرعي لصالح قناة العربية، حيث أن قيمة Z في جميع أبعاد المضمون الاخباري المقدم عن مبادرة حياة كريمة غير دالة حيث يتضح أن قيمة Z المحسوبة أصغر من قيمة Z الجدولية، ما عدا مؤشر الكشوفات الطبية في البعد الصحي حيث بلغت قيمة Z (2.22) وهى دالة إحصائيا عند مستوى دلالة 05، وهذا يدل على وجود فروق في هذا المؤشر بالبعد الصحي لصالح النسبة الأعلى لقناة العربية، وبذلك تم رفض الفرض، وعدم قبوله بشكل كبير، وتوضح الباحثة هذا: من خلال أهمية أبعاد مبادرة حياة كريمة على المستوى الشخصي للفئات المستهدفة، وعلى الصعيد المحلى والقومي أيضا، وهذا ما جعل مواقع قنوات عينة الدراسة تتناولها بدرجات

مقارنة، أما الفرق في تناول البعد الفرعي "الكشوفات الطبية" بالبعد الصحي لصالح موقع قناة العربية، فقد يرجع إلى خوف كل دول العالم من فيروس كورونا الذي ظهر في الآونة الأخيرة، واستحوذ هذا التفكير للفيروس بنسبة كبيرة لمقدم المضامين الإخبارية عبر موقع قناة العربية للمساعدة على الحد من انتشار الفيروس، أما بالنسبة لموقع قناة شبكة تليفزيون الحياة، فنجدته تناول الأبعاد الإخبارية للمبادرة بدرجات مقارنة.

2) فروض الدراسة الميدانية:

التحقق من صحة الفرض الأول:

توجد علاقة إرتباطية دالة إحصائياً بين معدل متابعة الشباب المصري للمضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة بموقعي قناتي (العربية، شبكة تليفزيون الحياة) علي اليوتيوب وإتجاهاتهم نحوها.

جدول (34)

معاملات الإرتباط بين معدل متابعة الشباب المصري للمضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة بموقعي قناتي (العربية، شبكة تليفزيون الحياة) علي اليوتيوب وإتجاهاتهم نحوها

إتجاه الشباب المصري نحو مبادرة حياة كريمة		المتغيرات
مستوي الدلالة	قيمة معامل الارتباط	
0.01	**0.24	معدل متابعة الشباب المصري للمضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة بموقع قناة العربية
0.01	**0.29	معدل متابعة الشباب المصري للمضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة بموقع قناة شبكة تليفزيون الحياة

قيمة (ر) الجدولية عند مستوي معنوية (0.05) = 0.088 0.115 = (0.01)

* دال عند مستوي (0.05) ** دال عند مستوي (0.01)

يتضح من الجدول السابق: وجود علاقة إرتباطية طردية دالة إحصائياً بين معدل متابعة الشباب المصري للمضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة بموقعي قناتي (العربية، شبكة تليفزيون الحياة) علي مواقع اليوتيوب وإتجاهاتهم نحوها، وبالتالي تحقق صحة الفرض ويمكن قبوله.

ويمكن للباحثة تفسير ذلك: بأنه كلما زادت معدل متابعة الشباب المصري للمضامين الاخبارية بمبادرة حياة كريمة على موقعي قناتي "العربية وشبكة تليفزيون الحياة" على اليوتيوب، كلما زادت اتجاهاتهم نحو مبادرة حياة كريمة، وذلك من خلال العديد من المعلومات التي يتابعونها حول المبادرة سواء أكانت أهداف المبادرة أو أهميتها أو مراحلها وطرق تنفيذها، أو ميزانياتها والمتطوعين فيها سواء أكان هذا التطوع من قبل أفراد أو مؤسسات، وموقف رجال الدين والدول الأخرى من المبادرة والفائدة العائدة على الشركات والمؤسسات الاستثمارية، فجميع ما تقدمه هذه القنوات من مواد إخبارية حول المبادرة يؤثر في إتجاه الشباب المصري نحو المبادرة باختلاف توجهاتهم وعقيداتهم وخلافه، وجاءت قيمة معاملة الارتباط مرتفعة بموقع قناة شبكة تليفزيون الحياة عن موقع قناة العربية حيث جاءت (0.29)، وهو ما يدل على متابعة معظم أفراد العينة لموقع قناة شبكة تليفزيون الحياة أكثر من موقع قناة العربية في حصولهم على المضامين الاخبارية لمبادرة حياة كريمة، **وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة Judith Moeller & Others (2018)**، حيث توصلت إلى أن لوسائل الاعلام الرقمية لها تأثير كبير على دفع الشباب للمشاركة السياسية مقارنة بوسائل الاعلام التقليدية، فكلما زاد تعرض المبحوثين للأخبار المنشورة عبر المواقع الاخبارية زاد حرصهم على المشاركة في الحياة السياسية التقليدية، **كذلك تتفق مع نتيجة دراسة Galera,et al (2014)** حيث توصلت إلى وجود أكثر من 80% من الشباب شارك في الأعمال التي تم دعوتهم إليها من قبل شبكة التواصل الإجتماعي، بينما **تختلف هذه النتيجة مع نتيجة دراسة تركى بن حسن (2017)** حيث توصلت إلى وجود قصورا في مشاركة الطلاب لتدعيم وتفعيل المبادرات التطوعية، وأن من أهم المعوقات التي تقلل من دور الطلاب في دعم وتفعيل المبادرات هي

(الإنشغال بالتحصيل الدراسي، وصعوبة التعامل مع الجوانب القانونية والإدارية، وعدم وضوح فكرة المبادرة).

التحقق من صحة الفرض الثاني:

توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسطات معدل متابعة الشباب المصري للمضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة بموقعي قناتي (العربية، شبكة تليفزيون الحياة) علي مواقع اليوتيوب ترجع للمتغيرات الديموغرافية (النوع، السن، المحافظة، المؤهل).

أولاً: الفروق وفقاً للنوع:

جدول (35)

دلالة الفروق بين الذكور والإناث في معدل متابعة الشباب المصري للمضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة بموقعي قناتي (العربية، شبكة تليفزيون الحياة) علي اليوتيوب.

مستوي الدلالة	قيمة (ت)	الذكور		الإناث		القنوات
		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
غير دال	1.88	0.64	1.66	0.64	1.53	معدل متابعة الشباب المصري للمضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة بموقع قناة العربية
غير دال	0.96	0.73	2.33	0.79	2.26	معدل متابعة الشباب المصري للمضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة بموقع قناة شبكة تليفزيون الحياة

قيمة (ت) الجدولية عند مستوي معنوية $1.96 = (0.05)$ $2.58 = (0.01)$

يتضح من الجدول السابق: وجود فروق غير دالة إحصائياً بين الذكور والإناث في معدل متابعة الشباب المصري للمضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة بموقعي قناتي

(العربية، شبكة تلفزيون الحياة) علي اليوتيوب، وبالتالي لم يتحقق صحة الفرض، ويمكن رفضه.

وتفسر الباحثة عدم وجود فروق في النوع بالنسبة لمتابعة المضامين الإخبارية بمبادرة حياة كريمة بموقعي القنوات "عينة الدراسة" يرجع ذلك الى معدل إهتمام الجنسين بمتابعة أخبار مبادرة حياة كريمة متقاربة، وقدرة هذه القنوات الاخبارية على جذب إهتمام الجنسين، أو يمكن تفسير ذلك بأن القرارات التنموية التي تتخذها الدولة المصرية وتسعى إلى تنفيذها؛ نتج عنها إهتماما كبيرا للمتابعة لدى الذكور والإناث، حيث تقوم القنوات الإخبارية بتغطية خطة الدولة في عملية التنمية ومنها "مبادرة حياة كريمة" حتى يكون أفراد المجتمع على وعى بالمبادرة من خلال توضيح أهميتها على الصعيد المحلى والقومي والإقليمي، كذلك الإشارة إلى أهدافها ومبادئها وطرق تنفيذها وغيره من إستراتيجيات ممنهجة للمبادرة؛ كما أن الدور الذى تلعبه الإناث أيضا في الحياة المصرية عامة والخطط التنموية بالدولة على وجه الخصوص هام وضروري، لما تحملهن من قوة التعبير عن آرائهن لما يحدث بالمجتمع الذى تعيش فيهن، لتصبح عضوا مشاركا وفعالا ومتطوعا نشطا ومؤثرا في المجتمع، وبالتالي فمتغير النوع لا يؤثر في معدل متابعة المضامين الاخبارية بمبادرة حياة كريمة سواء أكانت هذه المعدل كبيرة أو متوسطة أم ضعيفة، وتختلف هذه النتيجة مع نتيجة دراسة أسماء أحمد (2018)، حيث توصلت إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل متابعة القنوات الاخبارية على موقع اليوتيوب وإتجاهات المبحوثين تجاه القضايا السياسية حسب متغير النوع.

ثانياً: الفروق وفقاً لمحل الإقامة:

جدول (36)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين آراء العينة وفقاً للمحافظات المختلفة (القاهرة، المنيا، أسوان) في معدل متابعة الشباب المصري للمضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة بموقع قناتي (العربية، شبكة تليفزيون الحياة) علي اليوتيوب

القنوات	مصدر التبيان	مجموع المربعات	معدل الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوي الدلالة
موقع قناة العربية	بين المجموعات	0.77	2	0.38	0.85	غير دال
	داخل المجموعات	170.66	376	0.45		
موقع قناة شبكة تليفزيون الحياة	بين المجموعات	1.48	2	0.74	1.27	غير دال
	داخل المجموعات	259.72	446	0.58		

قيمة (ف) الجدولية عند مستوى دلالة (0.05) = 3.02 (0.01) = 4.66

يتضح من الجدول السابق: وجود فروق غير دالة إحصائياً بين آراء العينة وفقاً للمحافظات المختلفة (القاهرة، المنيا، أسوان) في معدل متابعة الشباب المصري للمضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة بموقعي قناتي (العربية، شبكة تليفزيون الحياة) علي اليوتيوب، وبالتالي لم يتحقق صحة الفرض، ويمكن رفضه.

وتشير الباحثة إلى أن معدل متابعة الشباب المصري للمضامين الإخبارية بمبادرة حياة كريمة عبر موقعي قناتي عينة الدراسة متقاربة بين المحافظات الثلاثة، وبالتالي فمعدل المتابعة لم تقتصر على محافظة بعينها داخل جمهورية مصر العربية، وذلك لأهمية المبادرة وفائدتها التي تعود على الأراضي المصرية ومواطنيها بأكملها، سواء أكانت هذه الفائدة تعود بطريقة مباشرة على القرى الأكثر احتياجاً واهلها، أو تعود بطريقة غير

مباشرة على جميع أنحاء الدولة سواء بالوجه البحري والمتمثل بعينة الدراسة (القاهرة)، أم عروس الصعيد (المنيا)، أم في أقصى الصعيد (أسوان) على حد سواء، فجميع أفراد العينة بالمحافظات الثلاث يبحثون عن التنمية المجتمعية، وتطور الدولة في جميع جوانبها، وبالتالي نجدهم يجدون ذلك في متابعتهم جميعا للمضامين الاخبارية المتعلقة بمبادرة حياة كريمة على القنوات الإخبارية، وذلك يؤكد على أن المجتمع الصعيدي لم يكن مجتمعا مغلقا عن الدولة وقراراتها، بل هو مجتمعا متحضرا يبحث عن تنمية بلده ودولته مثله مثل المجتمع البحري، بل وأكثر منه لضعف الخدمات المقدمة له مقارنة بالوجه البحري، وهو ما أشارت إليه أمنية فرحات في إحصائياتها موضحة أنه تم اختيار الأسر الأعلى في مؤشرات الفقر وتحديدا في محافظتي أسيوط وسوهاج، لأنها تحتل الأكثر قرى في مؤشرات الفقر، مؤكدا أنه تم تحديد خط الفقر الذي يتم العمل به عند 70%، والذي يعنى أن القرى التي يتم اختيارها، تتعدى نسبة الفقر بها 70 % فما فوق وجميعها مرتفعة، مؤكدا أن قرية العلاقي مركز أسوان والتي أعلن عنها جهاز الإحصاء بأنها أكثر القرى فقرا حيث يصل فقر سكانها 92.3% هي من ضمن المرحلة الأولى لحياة كريمة. أكثر من 71% من الدعم النقدي موجه للصعيد، حيث يضم 67% من الفقراء، لذلك فقد ركز البرنامج على الصعيد ثم الدلتا والقاهرة، والتي تعد أقل فقرا (أمنية فرحات، 2019).

ثالثاً: الفروق وفقاً للمؤهل الدراسي:

جدول (37)

تحليل التباين أحادي الإتجاه بين فئات المؤهلات الدراسية المختلفة (أقل من دبلوم، دبلوم، بكالوريوس/ ليسانس، ماجستير، دكتوراه فأكثر) في معدل متابعة الشباب المصري للمضامين الاخبارية لمبادرة حياة كريمة بموقعي قناتي (العربية، شبكة تليفزيون الحياة) علي اليوتيوب

القنوات	مصدر التبيان	مجموع المربعات	معدل الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوي الدلالة
موقع قناة العربية	بين المجموعات	2.04	4	0.51	1.12	غير دال
	داخل المجموعات	169.39	374	0.45		
موقع قناة شبكة تليفزيون الحياة	بين المجموعات	3.37	4	0.84	1.45	غير دال
	داخل المجموعات	257.83	444	0.58		

قيمة (ف) الجدولية عند مستوى دلالة $2.39 = (0.05)$ $3.36 = (0.01)$

يتضح من الجدول السابق: وجود فروق غير دالة إحصائياً بين آراء فئات المؤهلات الدراسية المختلفة (أقل من دبلوم، دبلوم، بكالوريوس/ ليسانس، ماجستير، دكتوراه فأكثر) في معدل متابعة الشباب المصري للمضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة بموقعي قناتي (العربية، شبكة تليفزيون الحياة) علي اليوتيوب، وبالتالي لم يتحقق صحة الفرض، ويمكن رفضه.

وتفسر الباحثة: هذا من خلال إجماع جميع آراء الشباب المصري بإختلاف مؤهلاتهم الدراسية والعلمية بنسب متقاربة في معدل متابعتهم للمضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة بموقعي القناتين عينة الدراسة، وهو ما يدل على إهتمام الشباب المصري على حدا سواء بالمبادرة ووعيه الكبير بفوائدها التي تعود على المجتمع، وهذا يؤكد على

معدل التأثر المصاحبة في نفوس الشباب المصريين بمعاونة المواطنين الريفيين ونقص الخدمات لديهم، فطبيعة الشباب تتسم بالحراك الإجتماعي، فقد رصدت دراسة حديثة صادرة عن الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء بيانات الحركة الجغرافية للسكان المصريين بين الحضر والريف خلال العشر سنوات السابقة لتعداد 2017، وأكدت أن إجمالي الهجرة الداخلية على مستوى الجمهورية بلغ حوالي 8.1 مليون مهاجر، موزعة بواقع 5 ملايين من المهاجرين إنتقلوا إلى حضر المحافظة من حضر محافظة أخرى أو من حضر نفس المحافظة أو ريف محافظة أخرى أو ريف نفس المحافظة (<https://gate.ahram.org.eg/News/3038208.aspx>)، كما وصلت نسبة المهاجرين المصريين بداخل دولتهم بالفئة العمرية أقل من 20 سنة تبلغ 25.9%، في حين سجلت الفئات العمرية المنتجة "15-44 سنة" 60.9% والفئة "45-64 سنة" 11.5%، أما نسبة كبار السن "65 سنة فأكثر" فبلغت 1.8% (<https://www.youm7.com/story.2020>)، بينهم وتبادل الزيارات، فنجد مثلاً الشباب ذو المستوى التعليمي المرتفع أو الذين يعيشون بالحضر أو بالوجه البحرى أو المناطق المتوفرة بها الخدمات أثناء زيارتهم في مناسبات أحد أصدقائهم أو ذهابهم لأى سبب كان للقرى الفقيرة، نجدهم يلمسون نقص الخدمات بها، أما الشباب المقيمين بتلك القرى فهم يشعرون بالواقع المؤلم لحياتهم، وهذا ما جعل جميع أفراد العينة يتابعون المضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة بنسب متقاربة رغم إختلاف مستوياتهم التعليمية، وإهتمامهم بهذه المبادرة.

رابعاً: الفروق وفقاً لفئات السن:

جدول (38)

تحليل التباين أحادي الإتجاه بين فئات السن المختلفة (ذوي السن من 18 سنة إلى أقل من 24 سنة، ذوي السن من 24 سنة إلى أقل من 30 سنة، ذوي السن من 30 سنة إلى أقل من 35 سنة) في معدل متابعة الشباب المصري للمضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة بموقعي قناتي (العربية، شبكة تليفزيون الحياة) علي اليوتيوب.

مستوي الدلالة	قيمة ف	متوسط المربعات	معدل الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	القنوات
غير دال	0.98	0.45	2	0.89	بين المجموعات	موقع قناة العربية
		0.45	376	170.54	داخل المجموعات	
غير دال	0.47	0.27	2	0.55	بين المجموعات	موقع قناة شبكة تليفزيون الحياة
		0.58	446	260.65	داخل المجموعات	

قيمة (ف) الجدولية عند مستوى دلالة (0.05) = 3.02 (0.01) = 4.66

يتضح من الجدول السابق: وجود فروق غير دالة إحصائياً بين آراء فئات السن المختلفة (ذوي السن من 18 سنة إلى أقل من 24 سنة، ذوي السن من 24 سنة إلى أقل من 30 سنة، ذوي السن من 30 سنة إلى أقل من 35 سنة) في معدل متابعة الشباب المصري للمضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة بموقعي قناتي (العربية، شبكة تليفزيون الحياة) علي اليوتيوب، وبالتالي لم يتحقق صحة الفرض، ويمكن رفضه.

وترجع الباحثة هذه النتيجة: إلى تأثر جميع الفئات العمرية المختلفة للشباب عينة الدراسة بالمضامين الإخبارية بمبادرة حياة كريمة ومتابعتهم لها، وهذا يدل على قدرة القنوات الإخبارية على جذب الشباب المصريين باختلاف أعمارهم على متابعتها، وذلك من خلال إعتمادها على أساليب التشويق وتنوعها من الإستعانة بالموسيقى وعرضها للمعلومات المكتوبة على الشاشة، كذلك عرضها للصور الثابتة والمتحركة، بالإضافة إلى إستخدامها مداخلات هاتفية من قبل الشخصيات المتخصصة والخيرة أو

الشخصيات العامة للتعرف على وجهات النظر المتعلقة بالمضمون الإخباري وتقديم تفسيرات وتبسيط المضامين للشباب المصري على إختلاف اعمارهم، بإستخدام لغة سهلة وبسيطة يستوعبها جمهور الشباب المصري رغم إختلاف مستوياتهم التعليمية والثقافية وفئتهم العمرية، وكذلك تنوع المواقع الاخبارية للقنوات في اعتمادها على القوالب الفنية من تقارير إخبارية، وحوار وغيره من القوالب التي تساعد جمهور الشباب المصري على الفهم وتبسيط المعلومات لهم حول المبادرة، وبناء على ما سبق نلاحظ قدرة مواقع القنوات الإخبارية على جذب الشباب المصري رغم فئته العمرية على متابعة المضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة.

التحقق من صحة الفرض الثالث:

توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسطات إتجاهات الشباب المصري للمضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة بموقعي قناتي (العربية، شبكة تليفزيون الحياة) علي اليوتيوب ترجع للمتغيرات الديموغرافية (النوع، السن، المحافظة، المؤهل).

أولاً: الفروق وفقاً للنوع:

جدول (39)

دلالة الفروق بين الذكور والإناث في إتجاهات الشباب المصري للمضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة بموقعي قناتي (العربية، شبكة تليفزيون الحياة) علي اليوتيوب

مستوي الدلالة	قيمة (ت)	الذكور		الإناث		الاتجاه
		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
غير دال	0.18	7.31	75.76	8.19	75.89	إتجاهات الشباب المصري للمضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة

قيمة (ت) الجدولية عند مستوي معنوية (0.05) = 1.96 (0.01) = 2.58

يتضح من الجدول السابق: وجود فروق غير دالة إحصائياً بين الذكور والإناث في اتجاهات الشباب المصري للمضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة بموقعي قناتي (العربية، شبكة تليفزيون الحياة) علي اليوتيوب، وبالتالي لم يتحقق صحة الفرض، ويمكن رفضه.

وتفسر الباحثة ذلك: من خلال شعور أفراد العينة بالمسؤولية المشتركة من قبل الجنسين "الذكور والإناث" نحو بلدهم و مدى احتياج الدولة لهم في مساهمتهم ومسانداتهم لقرارات الدولة التنموية والعمل على تطوير الريف المصري وتحسين المستوى المعيشي للمواطن الريفي، فهذا الوطن ليس موطن للذكور فقط أو موطن للإناث فقط؛ بل هو موطن لكلا الجنسين والفائدة من المجالات التنموية ومبادرة حياة كريمة تعود على الجنسين معا، وبالتالي يشارك كل مواطن ومواطنة في هذه المبادرة بقدراته وبإمكانياته، فبعض المهارات والقدرات تتوافر للإناث بنسبة أكبر من الذكور، وبعضها تتوافر لدى الذكور بنسبة أكبر من الانسان وهذا يرجع الى أن الله سبحانه وتعالى ميز الأفراد بعضهم البعض ليكونوا بحاجة الى بعضهم، وهذا ما أكدته الدراسات في الفروق الفردية بين الأفراد فقد أشار بحث حمدي دخيل العياضى (2013) على أن الاختلافات الفردية ظاهرة عامة في جميع الكائنات، فلن نجد فردين من نوع واحد متشابهين في استجابة كل منهما لموقف واحد، وتؤكد الأبحاث أن أفراد النوع الواحد يختلفون فعلاً في قدرتهم على التعلم، وحلهم للمشكلات، وأحوالهم الانفعالية؛ كالخوف والحب، ودوافع السلوك؛ كحب الاستطلاع، والحاجة إلى الإنجاز، ومن هنا نلاحظ الإتجاهات الإيجابية للشباب المصري أفراد العينة من الجنسين "الذكور والإناث" نحو المضامين الإخبارية بمبادرة حياة كريمة على موقعي القناتين الإخباريتين عينة الدراسة.

ثانياً: الفروق وفقاً لمحل الإقامة:

جدول (40)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين آراء العينة وفقاً للمحافظات المختلفة (القاهرة، المنيا، أسوان) في اتجاهات الشباب المصري للمضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة بموقعي قناتي (العربية، شبكة تليفزيون الحياة) علي اليوتيوب

الاتجاه	مصدر التبيان	مجموع المربعات	معدل الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوي الدلالة
إتجاهات الشباب المصري للمضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة	بين المجموعات	460.34	2	230.17	**387	0.01
	داخل المجموعات	29546.87	497	59.45		

قيمة (ف) الجدولية عند مستوى دلالة (0.05) = 3.02 (0.01) = 4.66

* دال عند مستوي (0.05) ** دال عند مستوي (0.01)

يتضح من الجدول السابق: وجود فروق دالة إحصائياً بين آراء العينة وفقاً للمحافظات المختلفة (القاهرة، المنيا، أسوان) في إتجاهات الشباب المصري للمضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة بموقعي قناتي (العربية، شبكة تليفزيون الحياة) علي اليوتيوب، مما يستلزم إجراء أحد اختبارات الفروق لتحديد إتجاه الفروق وسوف تستخدم الباحثة اختبار (شيفية) لتحديد إتجاه تلك الفروق.

جدول (41)

اختبار (شيفية) بين آراء العينة وفقا للمحافظات المختلفة (القاهرة، المنيا، أسوان) في اتجاهات الشباب المصري للمضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة بموقعي قناتي (العربية، شبكة تليفزيون الحياة) علي اليوتيوب

المتغير	المحافظة	المتوسطات	القاهرة	المنيا	أسوان
إتجاهات الشباب المصري للمضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة	القاهرة	77.21		*2.31	1.52
	المنيا	74.90		0.05	غير دال
	أسوان	75.69			0.79
					غير دال

* * دال عند مستوي (0.01)

* دال عند مستوي (0.05)

يتضح من الجدول السابق: وجود فروق دالة إحصائياً بين آراء المقيمين بمحافظة القاهرة والمقيمين بمحافظة المنيا في إتجاهات الشباب المصري للمضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة بموقعي قناتي (العربية، شبكة تليفزيون الحياة) علي مواقع اليوتيوب وفي إتجاه المقيمين بمحافظة القاهرة، كما توجد فروق غير دالة إحصائياً بين آراء المقيمين بمحافظة القاهرة والمقيمين بمحافظة أسوان، وأيضا توجد فروق غير دالة إحصائياً بين آراء المقيمين بمحافظة المنيا والمقيمين بمحافظة أسوان، وبالتالي تحقق صحة الفرض نسبيا، ويمكن قبوله.

وتوضح الباحثة: بأن الفروق في آراء أفراد العينة المقيمين بمحافظة القاهرة تختلف عن آراء أفراد العينة المقيمين بمحافظة المنيا نحو إتجاهاتهم للمضامين الإخبارية بمبادرة حياة كريمة عبر موقعي قناتي عينة الدراسة، ترجع إلى أن المجتمع البحري مازال أكثر إنفتاحا ووعيا عن المجتمع الصعيدى؛ رغم ظهور التكنولوجيا الحديثة وتدفق مواقع التواصل الإجتماعي المتعددة بالحياة، إلا أننا نلاحظ أن بعض الشباب بالمجتمع الصعيدى تكون نظرتهم ضيقة للحياة نسبيا بخلاف الشباب بالمجتمع البحري، ولما كانت مبادرة حياة كريمة هي جزء من تطور حياة المواطن المصري، بل هي بمثابة الحياة بأكملها نجد حماس الشباب البحري يكون بمعدل أعلى وأكثر من حماس الشباب

القبلي نحو اتجاهاتهم للمبادرة، فنجد الإتجاهات المهارية - كتصميم فيديوهات نحو المبادرة والمشاركة التطوعية وخلافه - للشباب بالقاهرة أعلى من الاتجاهات المهارية للشباب بالمنيا، وفي الجانب الاخر تم التوصل إلى عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين آراء المقيمين بمحافظة القاهرة والمقيمين بمحافظة أسوان، وقد يعود هذا إلى الحراك الإجتماعي الأكثر بين المحافظتين وتبادل خصوصيات الثقافة، فالحراك الإجتماعي يكون نتيجة لسفر بعض أهل محافظة أسوان للعمل بالقاهرة أو لأى غرض آخر أو يكون نتيجة لزيارة أهل القاهرة للآثار الموجودة بمحافظة أسوان، فينتج عن ذلك وتلك تبارك الأفكار والأخبار بين أفراد المحافظات، وربما يرجع السبب أيضا في معاناة أهل أسوان من قلة الخدمات والتنمية بجنوب الصعيد أكثر، وبالتالي نجد اتجاه أفراد عينة الدراسة في محافظتي "القاهرة وأسوان" نحو المبادرة، وايضا نجد عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين آراء المقيمين بمحافظة المنيا والمقيمين بمحافظة أسوان، وربما يعود ذلك إلى شعور أفراد كلا المحافظتين بنقص الخدمات والمرافق في المجتمع الصعيدي بنسبة عالية، فتتوجه إتجاهاتهم وإهتماماتهم نحو أهمية هذه المبادرة في تطوير وتنمية الصعيد بأكمله باختلاف شقيه "شمال الصعيد وجنوبه"، **تتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة** أسماء أحمد (2018) حيث أكدت على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل متابعة القنوات الإخبارية على موقع اليوتيوب وإتجاهات المبحوثين تجاه القضايا السياسية حسب محل الإقامة.

ثالثاً: الفروق وفقاً للمؤهل الدراسي:

جدول (42)

تحليل التباين أحادي الإتجاه بين فئات المؤهلات الدراسية المختلفة (أقل من دبلوم، دبلوم، بكالوريوس/ ليسانس، ماجستير، دكتوراه فأكثر) في إتجاهات الشباب المصري للمضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة بموقعي قناتي (العربية، شبكة تليفزيون الحياة) علي اليوتيوب

القنوات	مصدر التبيان	مجموع المربعات	معدل الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوي الدلالة
إتجاهات الشباب المصري للمضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة	بين المجموعات	103.19	4	25.80	0.43	غير دال
	داخل المجموعات	29904.02	495	60.41		

قيمة (ف) الجدولية عند مستوى دلالة $2.39 = (0.05)$ $3.36 = (0.01)$

يتضح من الجدول السابق: وجود فروق غير دالة إحصائياً بين آراء فئات المؤهلات الدراسية المختلفة (أقل من دبلوم، دبلوم، بكالوريوس/ ليسانس، ماجستير، دكتوراه فأكثر) في إتجاهات الشباب المصري للمضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة بموقعي قناتي (العربية، شبكة تليفزيون الحياة) علي اليوتيوب، وبالتالي لم يتحقق صحة الفرض، ويمكن رفضه.

وترجع الباحثة: ذلك هذا الى أنه على الرغم من إختلاف مستويات أفراد العينة الدراسية والتعليمية إلا أنهم جميعاً تكون إتجاهاتهم إيجابية نحو المضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة، فجميعهم يبحثون عن معرفة معلومات المبادرة، والفئات المستهدفة من المبادرة، كذلك القرى الأكثر إحتياجاً فبالنتالي تكون إتجاهاتهم المعرفية إيجابية نحو المبادرة، كذلك إتجاهاتهم الوجدانية، فنجدهم يتأثرون جميعهم سلبياً نحو نقص الخدمات بالقرى، وشعورهم بالمسؤولية إتجاه القرى المصرية الفقيرة وتلبية رغباتهم وإحتياجاتهم إذا كانوا من سكانها، أما إتجاهاتهم المهارية فنجدهم يتفاعلون ويشاركون ويعلقون على

المضامين الإخبارية المقدمة حول المبادرة؛ بل وينتجون مقاطع أخرى من إبداعهم لتحث الآخرين على العمل التطوعي بالمبادرة وغيره، فكل هذا يؤكد على شعور جميع الشباب المصري باختلاف مؤهلاته الدراسة على اتجاهاتهم الإيجابية نحو المبادرة كونهم جميعاً نسيج وطني مصري واحد ما يضر أحدهما يضر الآخر، **وتختلف هذه النتيجة مع نتيجة دراسة أسماء أحمد (2018)** حيث توصلت الى وجود فروق ذات دلالة احصائية بين معدل متابعة القنوات الاخبارية على موقع اليوتيوب واتجاهات المبحوثين تجاه القضايا السياسية حسب متغير التعليم.

رابعاً: الفروق وفقاً لفئات السن:

جدول (43)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين فئات السن المختلفة (ذوي السن من 18 سنة إلى أقل من 24 سنة، ذوي السن من 24 سنة إلى أقل من 30 سنة، ذوي السن من 30 سنة إلى أقل من 35 سنة) في اتجاهات الشباب المصري للمضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة بموقعي قناتي (العربية، شبكة تليفزيون الحياة) علي اليوتيوب

مستوي الدلالة	قيمة ف	متوسط المربعات	معدل الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	القنوات
0.05	*3.92	232.82	2	465.63	بين المجموعات	إتجاهات الشباب المصري للمضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة
		59.44	497	29541.58	داخل المجموعات	

قيمة (ف) الجدولية عند مستوى دلالة $0.05 = 3.02$ $0.01 = 4.66$

يتضح من الجدول السابق: وجود فروق دالة إحصائية بين آراء فئات السن المختلفة (ذوي السن من 18 سنة إلى أقل من 24 سنة، ذوي السن من 24 سنة إلى أقل من 30 سنة، ذوي السن من 30 سنة إلى أقل من 35 سنة) في اتجاهات الشباب المصري للمضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة بقناتي (العربية ، شبكة تليفزيون الحياة) علي

مواقع اليوتيوب، مما يستلزم إجراء أحد اختبارات الفروق لتحديد إتجاه الفروق وسوف تستخدم الباحثة إختبار (شيفيه) لتحديد إتجاه تلك الفروق.

جدول (44)

إختبار (شيفيه) بين آراء العينة وفقا فئات السن المختلفة (ذوي السن من 18 سنة إلى أقل من 24 سنة، ذوي السن من 24 سنة الى أقل من 30 سنة، ذوي السن من 30 سنة إلى أقل من 35 سنة) في إتجاهات الشباب المصري للمضامين الاخبارية لمبادرة حياة كريمة بموقعي قناتي (العربية، شبكة تليفزيون الحياة) علي اليوتيوب.

المتغير	الفئات	المتوسطات	ذوي السن من 18 سنة إلى أقل من 24 سنة	ذوي السن من 24 سنة إلى أقل من 30 سنة	ذوي السن من 30 سنة إلى أقل من 35 سنة
إتجاهات الشباب المصري للمضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة	ذوي السن من 18 سنة إلى أقل من 24 سنة	75.15		1.01	*2.55
	ذوي السن من 24 سنة إلى أقل من 30 سنة	76.17		غير دال	0.05
	ذوي السن من 30 سنة إلى أقل من 35 سنة	77.70			غير دال

** دال عند مستوي (0.01)

* دال عند مستوي (0.05)

يتضح من الجدول السابق: وجود فروق غير دالة إحصائياً بين آراء ذوي السن من 18 سنة إلى أقل من 24 سنة وذوي السن من 24 سنة الى أقل من 30 سنة في

إتجاهات الشباب المصري للمضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة بقناتي (العربية، شبكة تليفزيون الحياة) علي مواقع اليوتيوب، كما توجد فروق دالة إحصائياً بين آراء ذوي السن من 18 سنة إلى أقل من 24 سنة وذوي السن من 30 سنة إلى أقل من 35 سنة وفي اتجاه ذوي السن من 30 سنة إلى أقل من 35 سنة، كما توجد فروق غير دالة إحصائياً بين آراء ذوي السن من 24 سنة إلى أقل من 30 سنة وذوي السن من 30 سنة إلى أقل من 35 سنة، وبالتالي تحقق صحة الفرض نسبياً، ويمكن قبوله.

وتفسر الباحثة ذلك من خلال: أنه كلما تقدم سن الفرد زاد وعيه وإدراكه للواقع الذي يعيش فيه من سلبيات وإيجابيات، وكلما زاد وعيه وإدراكه كون لديه فكر معين يتبناه، هذا الفكر نتج عنه سلوكيات وإتجاهات معينة للفرد، وهنا نجد أن أفراد العينة من (18 إلى أقل من 24) عام أقل إتجاه للمضامين الإخبارية بمبادرة حياة كريمة عن أفراد العينة من (30 إلى أقل من 35) عام، حيث تشير بعض الأبحاث إلى أنّ التطور المعرفي للبالغين يُمثل عمليةً مُعقدة ومتغيرة بإستمرار ولكنها قد تكون أكثر نشاطاً من التطور المعرفي في مرحلة الطفولة والطفولة المبكرة، وبشكلٍ عامّ تتعدّد التغيرات المعرفية خلال مرحلة الرشد المُبكر، وقد يعود السبب في ذلك قضاء الشخص مُدّةً أطول في هذه المرحلة مُقارنةً بالمُدّة التي يقضيها في أيّ مرحلةٍ أخرى، وخلال هذ المرحلة يبدأ الإدراك المعرفيّ بالإستقرار، ويصل ذروته في سنّ 35 عامًا، حيثُ يبدأ البالغون بالنظر إلى الأفكار والمفاهيم من زوايا متعددة، ويفهمون أنّ السؤال يُمكن أن يكون له أكثر من إجابة صحيحة أو خاطئة، كما يُصبح لديهم مرونة إدراكية أكبر في وجهات النظر التي تتطوي الصحيح والخاطي، وينتج عن التفكير العملي والنفعي إستخدام المنطق لحلّ مشكلات العالم الواقعي مع قبول التناقض والعيوب وغيره (ايه طقاطقة، 2020)، أما الافراد من عمر (18 إلى أقل من 24) عام و الافراد من عمر (24 الى

أقل من 30) عام نجد النمو العقلي لديهم بسيط ومتقارب، وبالتالي لا توجد فروق دالة إحصائية في اتجاهات الشباب المصري للمضامين الاخبارية لمبادرة حياة كريمة بقناتي (العربية، شبكة تليفزيون الحياة) علي مواقع اليوتيوب في هذا العمر، كذلك الحال أيضا بعدم وجود فروق دالة إحصائياً بين آراء ذوي السن من (24 إلى أقل من 30) عام و السن من (30 إلى أقل من 35) عام وذلك لكون سنهم العمرى متقارب ونموهم العقلي متقارب أيضا بينهما، بينما يتم ملاحظة الفرق في النمو العقلي والإتجاه نحو المبادرة في المراحل العمرية المتباعدة فكلما تقدم سن الفرد زاد وعيه وإدراكه للواقع الذى يعيش فيه من سلبيات وإيجابيات، وكلما زاد وعيه وإدراكه كون لديه فكر معين يتبناه، هذا الفكر نتج عنه سلوكيات واتجاهات معينة للفرد، وهنا نجد أن أفراد العينة من (18:أقل من 24) عام أقل إتجاه للمضامين الاخبارية بمبادرة حياة كريمة عن أفراد العينة من (30: أقل من 35) عام، وذلك للفرق في عدد السنوات الكبير والذى نتج عنه زيادة النمو العقلي والمعرفي بمبادرة حياة كريمة وبالتالي تكوين وتعديل الاتجاهات نحوها.

النتائج العامة للدراسة:

أولاً: النتائج العامة للدراسة التحليلية:

- تصدر موقع قناة شبكة تليفزيون الحياة في عرضه لعدد كبير من الفيديوهات التي ناقشت المضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة عبر قناة اليوتيوب أكثر من موقع قناة العربية عبر اليوتيوب.
- أساليب التشويق المستخدمة في تقديم المضمون الإخباري لمبادرة حياة كريمة عبر موقع قناة العربية جاءت في الترتيب الأول لها "عرض صور ثابتة"،

بينما جاء في الترتيب الأول عبر موقع قناة شبكة تليفزيون الحياة "عرض معلومات على الشاشة".

• نوع مقدم المضمون الاخباري لمبادرة حياة كريمة عبر موقع قناة العربية جاء في الترتيب الأول "أنثى"، بينما جاءت النسبة متساوية لمقدم المضمون الإخباري لمبادرة حياة كريمة عبر موقع شبكة تليفزيون الحياة "الأنثى" و"الذكر".

• اللغة التي إستخدمتها المضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة عبر موقع قناة العربية جاءت "فصحى مبسطة" في الترتيب الأول، بينما جاءت "اللغة العامية" بالمضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة في الترتيب الأول بموقع قناة شبكة تليفزيون الحياة على اليوتيوب.

• أن القوالب الفنية الذي إعتمدت عليها موقع قناة العربية على اليوتيوب تمثل في المرتبة الأولى "قصة خبرية"، بينما جاء "القالب الحوارى" في المرتبة الأولى بموقع قناة شبكة تليفزيون الحياة.

• المصادر التي إعتمدت عليه موقع قناة العربية في معالجة المضمون الإخباري لمبادرة حياة كريمة جاء "مراسلون" في الترتيب الأول، في حين أن المصدر الأول الذى اعتمد عليه موقع قناة شبكة تليفزيون الحياة تمثل في "إستضافة خبراء ومتخصصون".

• طريقة معالجة المضمون الإخباري المقدم لمبادرة حياة كريمة عبر موقع قناة العربية جاء "تقديم الخبر فقط" في الترتيب الأول، بينما جاء عبر موقع قناة شبكة تليفزيون الحياة "تقديم الخبر ووجهة نظر معا" في الترتيب الأول.

• جاءت الإستمالات المستخدمة في تقديم المضمون الإخباري لمبادرة حياة كريمة عبر موقع قناة العربية في الترتيب الأول "إستمالات عقلية"، بينما

جاءت عبر موقع قناة شبكة تليفزيون الحياة في الترتيب الأول "إستملات عقلية وعاطفية معا".

- الفاعلين الذين أبرزتهم المضامين الاخبارية في مبادرة حياة كريمة عبر موقع قناة العربية على اليوتيوب تمثل "رئيس الجمهورية"، بينما جاء "رئيس الجمهورية و الوزارات المصرية" في الترتيب الأول عبر موقع قناة شبكة تليفزيون الحياة.
- تصدر البعد "السكنى" في قائمة أبعاد المضامين الاخبارية المقدمة حول مبادرة حياة كريمة عبر موقع قناة "العربية"، بينما تصدر بعد "سلات غذائية" قائمة الأبعاد على موقع قناة "شبكة تليفزيون الحياة" على اليوتيوب.
- المضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة التي إحتوى عليها موقعي قناتي "العربية وشبكة تليفزيون الحياة" جاء في الترتيب الأول لهما مضمون "خطابات رئيس الجمهورية نحو المبادرة".
- وجود فروق غير دلالة إحصائيا بين مواقع القنوات الإخبارية عينة الدراسة في أساليب التشويق المستخدمة في تقديم المضمون الإخباري لمبادرة حياة كريمة.
- وجود فروق غير دلالة إحصائيا بين مواقع القنوات الإخبارية عينة الدراسة في قالب الفني الذي إعتمدت عليه في تقديم المضمون الإخباري لمبادرة حياة كريمة.
- وجود فروق غير دلالة إحصائيا بين مواقع القنوات الإخبارية عينة الدراسة في أبعاد المضمون الاخباري المقدم عن مبادرة حياة كريمة، ما عدا البعد الفرعي بالجانب الصحي "الكشوفات الطبية" فقد وجد فروق دالة إحصائيا في هذا البعد الفرعي لصالح قناة العربية.

ثانياً: النتائج العامة للدراسة الميدانية:

- معظم أفراد العينة يتابعون المضامين الإخبارية على مواقع قنوات اليوتيوب "أحيانا".
- أفراد العينة يتابعون المضامين الاخبارية عبر مواقع قنوات اليوتيوب بمعدل كبيرة.
- الغالبية العظمى من أفراد العينة يتابعون المضامين الاخبارية بمبادرة حياة كريمة على موقع قناة العربية "أحيانا"، في حين أن الغالبية العظمى من أفراد العينة يتابعون المضامين الاخبارية لمبادرة حياة كريمة على موقع قناة شبكة تليفزيون الحياة "دائماً".
- معدل متابعة معظم أفراد العينة للمضامين الاخبارية لمبادرة حياة كريمة عبر موقع قناة العربية على اليوتيوب ضعيفة، بينما جاءت كبيرة عبر موقع قناة شبكة تليفزيون الحياة.
- أول دوافع متابعة المضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة لأفراد العينة عبر موقعي قناتي "العربية وشبكة تليفزيون الحياة" على اليوتيوب، تمثل في "الأهمية هذه المبادرة من وجهة نظري".
- الفاعلين الذين أبرزتهم المضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة عبر موقعي قناتي "العربية وشبكة تليفزيون الحياة" على اليوتيوب تمثل في الترتيب الأول "رئيس الجمهورية".
- أن المضامين الإخبارية المقدمة بمبادرة حياة كريمة التي تناولها موقع قناة العربية على اليوتيوب جاء بالترتيب الأول مضمون "خطابات رئيس الجمهورية نحو مبادرة حياة كريمة"، في حين أن المضامين الإخبارية المقدمة بمبادرة حياة

- كريمة التي تناولها موقع قناة شبكة تليفزيون الحياة على اليوتيوب جاء بالترتيب الأول مضمون "دور مؤسسات الدولة في المبادرة".
- إجماع معظم أفراد العينة على تناول موقعي قناتي "العربية وشبكة تليفزيون الحياة" للمضمون الإخباري السكنى لمبادرة حياة كريمة في الترتيب الأول من حيث أبعاد المبادرة.
 - محدودية الأفراد الذين يتفاعلون بصفة منتظمة مع مقاطع الفيديو المقدمة للمضامين الإخبارية حول مبادرة حياة كريمة بموقع قناة العربية على اليوتيوب، وذلك عكس التفاعل من قبل أفراد العينة للمضامين الإخبارية بمبادرة حياة كريمة بموقع قناة شبكة تليفزيون الحياة فنجد أن الغالبية العظمى منهم يتفاعلون بصفة منتظمة.
 - جاءت أكثر مواقع قنوات اليوتيوب متابعة للمضامين الإخبارية بمبادرة حياة كريمة من وجهة نظر أفراد العينة "موقع قناة شبكة تليفزيون الحياة".
 - أسباب مشاهدة المضامين الإخبارية بمبادرة حياة كريمة بموقع قناة شبكة تليفزيون الحياة أكثر من موقع قناة العربية "إستضافتها لخبراء ومتخصصين".
 - أكثر مواقع القنوات الإخبارية على اليوتيوب مناقشة للأبعاد الإخبارية المختلفة لمبادرة حياة كريمة جاء موقع قناة شبكة تليفزيون الحياة.
 - تمثل السبب الأول في مناقشة المضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة بموقع قناة شبكة تليفزيون الحياة من وجهة نظر أفراد العينة "الأهمية المبادرة على الساحة المصرية".
 - جاء في الترتيب الأول لإتجاه الشباب المصري نحو مبادرة حياة كريمة "أتمنى أن يكون الشباب المصري على وعى بمبادرة حياة كريمة"، بينما جاء في الترتيب الأخير "أصمم فيديوهات جديدة متعلقة بمبادرة حياة كريمة".

- وجود علاقة إرتباطية طردية دالة إحصائياً بين معدل متابعة الشباب المصري للمضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة بموقعي قناتي "العربية، شبكة تليفزيون الحياة" علي مواقع اليوتيوب وإتجاهاتهم نحوها.
- وجود فروق غير دالة إحصائياً بين الذكور والإناث في معدل متابعة الشباب المصري للمضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة بموقعي قناتي (العربية، شبكة تليفزيون الحياة) علي اليوتيوب.
- وجود فروق غير دالة إحصائياً بين آراء العينة وفقاً للمحافظات المختلفة (القاهرة، المنيا، أسوان) في معدل متابعة الشباب المصري للمضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة بموقعي قناتي (العربية، شبكة تليفزيون الحياة) علي اليوتيوب.
- وجود فروق غير دالة إحصائياً بين آراء فئات المؤهلات الدراسة المختلفة (أقل من دبلوم، دبلوم، بكالوريوس/ ليسانس، ماجستير، دكتوراه فأكثر) في معدل متابعة الشباب المصري للمضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة بموقعي قناتي (العربية، شبكة تليفزيون الحياة) علي اليوتيوب.
- وجود فروق غير دالة إحصائياً بين آراء فئات السن المختلفة (ذوي السن من 18 سنة إلى أقل من 24 سنة، ذوي السن من 24 سنة إلى أقل من 30 سنة، ذوي السن من 30 سنة إلى أقل من 35 سنة) في معدل متابعة الشباب المصري للمضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة بموقعي قناتي (العربية، شبكة تليفزيون الحياة) علي اليوتيوب.
- وجود فروق غير دالة إحصائياً بين الذكور والإناث في إتجاهات الشباب المصري للمضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة بموقعي قناتي (العربية، شبكة تليفزيون الحياة) علي اليوتيوب.

- وجود فروق دالة إحصائياً بين آراء العينة وفقاً للمحافظات المختلفة (القاهرة، المنيا، أسوان) في اتجاهات الشباب المصري للمضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة بموقعي قناتي (العربية، شبكة تليفزيون الحياة) علي اليوتيوب.
- وجود فروق دالة إحصائياً بين آراء المقيمين بمحافظة القاهرة والمقيمين بمحافظة المنيا في اتجاهات الشباب المصري للمضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة بموقعي قناتي (العربية، شبكة تليفزيون الحياة) علي مواقع اليوتيوب وفي اتجاه المقيمين بمحافظة القاهرة، كما توجد فروق غير دالة إحصائياً بين آراء المقيمين بمحافظة القاهرة والمقيمين بمحافظة أسوان، وأيضاً توجد فروق غير دالة إحصائياً بين آراء المقيمين بمحافظة المنيا والمقيمين بمحافظة أسوان.
- وجود فروق غير دالة إحصائياً بين آراء فئات المؤهلات الدراسة المختلفة (أقل من دبلوم، دبلوم، بكالوريوس/ ليسانس، ماجستير، دكتوراه فأكثر) في اتجاهات الشباب المصري للمضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة بموقعي قناتي (العربية، شبكة تليفزيون الحياة) علي اليوتيوب.
- وجود فروق غير دالة إحصائياً بين آراء ذوي السن من 18 سنة إلى أقل من 24 سنة وذوي السن من 24 سنة إلى أقل من 30 سنة في اتجاهات الشباب المصري للمضامين الإخبارية لمبادرة حياة كريمة بقناتي (العربية، شبكة تليفزيون الحياة) علي مواقع اليوتيوب، كما توجد فروق دالة إحصائياً بين آراء ذوي السن من 18 سنة إلى أقل من 24 سنة وذوي السن من 30 سنة إلى أقل من 35 سنة وفي اتجاه ذوي السن من 30 سنة إلى أقل من 35 سنة، كما توجد فروق غير دالة إحصائياً بين آراء ذوي السن من 24 سنة إلى أقل من 30 سنة وذوي السن من 30 سنة إلى أقل من 35 سنة.

توصيات الدراسة:

- حث المؤسسات الدينية الإسلامية والمسيحية، على تخصيص وقت من خلال القاء خطبة مثلا لدعم مبادرة حياة كريمة وتوعية المصريين بها.
- تفعيل الحملات القومية التوعوية الشاملة والمتنوعة بجميع وسائل الإعلام المختلفة لكافة أفراد المجتمع والشركات الإستثمارية، للمشاركة التطوعية بمبادرة حياة كريمة.
- توفير سبل التواصل بسهولة بين كلا من المتطوعين من أفراد المجتمع بمبادرة حياة كريمة والفئات المستدفة منها وبين القائمين على تخطيطها وتنفيذها من قيادات كبرى.
- إقامة العديد من الندوات بجميع مؤسسات الدولة للترويج لمبادرة حياة كريمة، بما فيها المؤسسات التعليمية وحث الأطفال على المشاركة بالمبادرة؛ لغرس قيمة التضامن الإجتماعي والمسؤولية الاجتماعية لديهم.
- إستغلال المبادرة لجميع وسائل التواصل الإجتماعي الحديثة - التي تحظى بنسب مشاهدة عالية- كتطبيق التيك توك، واليوتيوب وغيرها من خلال إنشاء حساب عليهم، وبث كل ما يتعلق بالمبادرة.
- ضرورة الإستفادة من الوسائط المتعددة فى إنتاج الأعمال الدرامية والمسرحية لفنتى "الأطفال والأميين" نحو مبادرة حياة كريمة.

البحوث المقترحة:

- إجراء دراسة شبه تجريبية لتوعية الأطفال والأميين بمبادرة حياة كريمة من خلال الأعمال الدرامية والمسرحية.

- إجراء دراسة للوصول إلى معرفة معدل تحقيق المبادرة لأهدافها من خلال القنوات الإخبارية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- إجراء دراسة للتعرف على نوع الحملات الإعلامية التي تناولت مبادرة حياة كريمة.
- إجراء دراسة مقارنة قائمة على قنوات الجامعات المصرية، ودورها في تغطية مبادرة حياة كريمة.

قائمة المصادر والمراجع:

أولاً: المصادر والمراجع العربية:

- آيه الطفاطقة (2020). مراحل نمو الإنسان من الطفولة إلى الشيخوخة، متاح على الرابط التالي: <https://mawdoo3.com/%D9%85>
- اليوم السابع (2020). متاح على الرابط التالي: <https://www.youm7.com/story>
- أمنية فرحات (2019). صحيفة أخبار اليوم، متاح على الرابط التالي: <https://m.akhbarelyom.com>
- اسماعيل ابوشنافة حسان بن شناف (2019). استخدام الطلبة الجامعيين لموقع اليوتيوب والإشباع المتحققة منه، رسالة ماجستير غير منشورة، الجزائر: جامعة قاصدي مرباح ورقلة، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، قسم علوم الاتصال والاعلام.
- أسماء أحمد السيد شبل (2018). تأثير اليوتيوب على الاتجاهات السياسية للشباب بعد أحداث 30 يونيو، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الاعلام.

- ايناس محمود حامد (2018). تعرض الشباب الجامعي للمبادرات الرئاسية المصرية عبر شبكات التواصل الإجتماعي وعلاقته باتجاهاتهم نحوها، مجلة دراسات الطفولة، كلية الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، مج21، ع80، سبتمبر 2018م.
- احمد محمد حسن رفاعي (2014). العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الإجتماعي واكتسابهم بعض القيم السياسية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الاعلام وثقافة الأطفال.
- اسماء مسعد عبد المجيد (2011). اعتماد الشباب المصري على مضامين ملفات الفيديو على الانترنت في متابعة الأحداث المحلية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة حلوان، كلية الآداب، قسم الاعلام.
- تركى بن حسن عبد الله (2017). اسهامات طلاب الجامعة في دعم المبادرات التطوعية، مجلة جامعة أم القرى للعلوم الإجتماعية، جامعة أم القرى، ع1، مج 10، سبتمبر 2017م.
- جريدة الأهرام (2020). متاح علي الرابط التالي:
<https://gate.ahram.org.eg/>
- حمد سعد عايض (2017). واقع استخدام اليوتيوب في تدريس مادة الحاسب الآلى للمرحلة المتوسطة بمدينة الدمام من وجهة نظر المعلمين مصر: المؤسسة العربية للاستشارات العلمية وتنمية الموارد البشرية، العدد59، المجلد6، يوليو 2017م.
- حنان أحمد سليم (2016). الحملات الاعلامية عبر الاعلام الجديد، ط2، جامعة الملك سعود.

- حمدي دخيل العياضى (2013) النظرية التربوية ومكوناتها. الفروق الفردية، متاح على: <http://hamde2002h.blogspot.com>
- حسنين شفيق (2011). الإعلام الجديد تكنولوجيا حديثة في عصر ما بعد التفاعلية، القاهرة، دار الفكر والفن للطباعة والنشر والتوزيع.
- رشا محمد على مبروك، الحاجات النفسية في ضوء نظرية ماسلو " دراسة مقارنة بين الكيف والمبصر"، مجلة كلية التربية، جامعة بورسعيد، ع10، يونيو 2011م
- رزان صلاح (2020). بحث عن اليوتيوب، متاح علي الرابط التالي: <https://mawdoo3.com/A8>
- عائشة الجناحي (2018). التوازن العاطفي، متاح علي الرابط التالي: <https://www.albayan.ae>
- عمر بن محمد دين (2020) المبادرات المجتمعية التطوعية لطلبة جامعة الأمير سطاتم بن عبد العزيز "دراسة تحليلية"، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، كلية التربية، ع185، مجلد1، يناير 2020م.
- عماد محمد نبيل (2019) التسويق الإجتماعي كمدخل لتحديد احتياجات القرى الأكثر فقرا في ضوء برنامج حياة كريمة، مجلة الخدمة الاجتماعية، الجمعية المصرية للأخصائيين الإجتماعي، ع62، ج8، يونيو 2019.
- عمر الحيانى (2020). المدونات واليوتيوب الإعلام الشبكي الجديد فضاء الحرية وديمقراطية التعبير، متاح علي الرابط التالي: <http://www.nabanews.net>
- عبدالحكيم بن عبدالله بن راشد الصوافي (2015). استخدام وسائل التواصل الإجتماعي لدى طلبة الحلقة الثانية من التعليم الأساسي، في محافظة شمال

- الشرقية بسلطنة عمان وعلاقته ببعض المتغيرات، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة نـــــــة زوى،
كلية العلوم والآداب، قسم التربية والدراسات الإنسانية.
- فانتن عبد الرحمن الطنبارى (2016). دور اليوتيوب في امداد المراهقين بالمعرفة حول القضايا العربية، مجلة دراسات الطفولة، العدد72، المجلد19، جامعة عين شمس، كلية الدراسات العليا للطفولة، سبتمبر2016م.
 - وليد حسن الحديثي (2006). فن الإلقاء والتقديم والكتابة للإذاعة والتلفزيون، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة: ط1.
 - ليلي جبريل (2020). ايجابيات وسلبيات اليوتيوب على الاطفال، متاح علي الرابط التالي: <https://mqaall.com/pros-cons-youtube->
 - ماريان سعيد (2020). معايير أساسية لتحديد القرى الأكثر احتياجا لدخول حياة كريمة، متاح على الرابط التالي: [Khttps://www.elwatannews.com](https://www.elwatannews.com)
 - محمود ملا، محمد السمكوري، سعيد نافع، السيد أبو علي، محمد حمدي(2019). القرى الأكثر فقراً في الصعيد: الحياة فى انتظار «الفرج»، متاح على الرابط التالي: <https://www.almasryalyoum.com/news/details/1365689>
 - محمد كمال أحمد (2019). المبادرات الصحية الرئاسية وتغيير المنظومة الصحية في مصر، مجلة كلية الآداب والعلوم الإنسانية، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة قناة السويس، سبتمبر ع30. نانجي السيد (2017). مبادرة ضخمة لتسقيف وترفيق " منازل الفقراء بـ550 مليون جنيه.. التضامن:

المرحلة الأولى تستهدف 55 ألف أسرة في 19 قرية بالصعيد، متاح علي

الرابط التالي: <https://www.albawabhnews.com/2582823>

- ناجي السيد (2017). ننشر أسماء القرى المستهدفة ومعايير اختيار المستفيدين بسكن حياة كريمة، صحيفة البوابة، الجمعة. 23 يوليو، 9:13م، متاح على <https://www.albawabhnews.com/2582823>

ثانيا: المصادر والمراجع الأجنبية:

- Bondad-Brown,Ronald,Beverly Rice,and Katy Pearce. (2015). **Online Video Use:A Uses and Gratifications and Social Media Approach to Understanding Online Video Use and Content Recommendations** " The Annual meeting of International Communication Association, Boston:TBA,
- Bravo. E.; Enache. M.; Fenandez. V & Simo. P. (2010) : **An innovative teaching practice based on online channels: A qualitative approach** 114.
- Bell. L. & Bull. G. (2010) : **Digital video and teaching. Contemporary Issues in Technology and Teacher Education.** 10(1).
- Galera,M.Hurtado,M & Munoz,C (2014) **Engaged Youth in the Internet. The Role of Social Networks in Social Active Participation.** Media Education Research Journal .
- Hanson G.L., Haridakis P.M., & Sharma R. (2011). **Differing Uses of YouTube during the 2008 U.S. Presidential Primary Election.** Electronic News. 5(1).
- Neil Thurman and Ben Lupton (2008). **Convergence Calls: Multimedia Storytelling at British News Websites,** Convergence: The International Journal of Research into New Media technologies Vol.14, No.4
- .Judith Moeller & Others (2018)., "**Mobilizing Youth In The 21st Century: How Digital Media Use-2 Fosters Civic Duty,** Information Efficacy,And Political

Participation', Journal Of Broadcasting & Electronic Media, Vol:62,No:3,September.

- Liikkanen L.A. & Salovaara A.b. (2015). **Music on YouTube: User engagement with traditional**, user-appropriated and derivative videos. Computers in Human Behavior50: 108
- Roger D.Wimmmer,Joseph R.Dohinick (2003). **Mass Media Research: an introduction New York:** Wasd Worth The Publication Company,113
- Shifman L. (2011). An anatomy of a YouTube meme. New media & society. 14(2): 187
- Gill Seyfang, Alex Haxeltin. (2012): **Science Society and Sustainability, Environment and Policy**, volume 30.