

## القيمة المتوقعة لدى المبحوثين للتناول الإعلامي الرقمي لمبادرة "حياة كريمة" وعلاقتها بمعدل المتابعة

أ.رشدية محمد ياسين \*

إشراف : أ.د.على عجوة \*\*

إشراف مشارك: د.فاتن رشاد \*\*\*

### المستخلص:

سعت هذه الدراسة إلى: التأكد من وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين القيمة المتوقعة لدى المبحوثين نحو التناول الإعلامي لمبادرة "حياة كريمة" على صفحتي (حياة كريمة) و(برنامج حياة كريمة التلفزيون المصري) ومعدل متابعتهم له. ومن أجل التحقق من صحة فرض الدراسة، قامت الباحثة بإجراء دراسة مسحية على عينة قوامها (400) مفردة من المتابعين لصفحتي الدراسة.

ومن أهم نتائج الدراسة: وجود علاقة ارتباطية بين كل من القيمة المتوقعة للمبحوثين من متابعة التناول الإعلامي لمبادرة "حياة كريمة" على صفحتي (حياة كريمة) و(برنامج حياة كريمة التلفزيون المصري) ومعدل متابعتهم له، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون للارتباط بين كل من القيمة المتوقعة ومعدل متابعة صفحة (حياة كريمة) بمقدار (0.444)، بينما بلغت قيمة معامل بيرسون للارتباط بين القيمة المتوقعة من متابعة التناول الإعلامي للمبادرة على صفحة (برنامج حياة كريمة التلفزيون المصري) ومعدل متابعتهم له بمقدار (0.412)، كما بلغت قيمة معامل بيرسون للارتباط بين القيمة المتوقعة لدى المبحوثين من متابعة المبادرة على الصفحتين معا ومعدل متابعتهم (0.469)، وجميعها قيم دالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من 0.01 ودرجة ثقة 99%، وهي علاقة طردية متوسطة الشدة.

\* باحثة دكتوراه بقسم العلاقات العامة وإعلان -كلية الإعلام -جامعة القاهرة .

\*\* الاستاذ بقسم العلاقات العامة وإعلان بكلية الإعلام - جامعة القاهرة .

\*\*\* المدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام - جامعة القاهرة .

## The expected value of researchers for digital media addressing the "Dignified Life" initiative and its relationship to the follow-up rate Extract

Mrs.Rushdieh Mohammed Yassin\*

### Abstract:

**This study sought to:** ensure a statistically significant correlation between the expected value of researchers towards the media coverage of the "Life of Dignity" initiative on my page (Life of Dignity) and (Egyptian Television Dignity Life Program) and their follow-up rate. In order to verify the validity of the study's imposition, the researcher conducted a survey on a sample of 400 individual followers of the two study pages.

One of the most important findings of the study: a correlation. In order to verify the validity of the study's imposition, the researcher conducted a survey on a sample of 400 individual followers of the two study pages.

One of the most important findings of the study is that there is a correlation between both the expected value of researchers from following up on the media coverage of the "A Life of Dignity" initiative on my page. (Dignified Life) and (Egyptian Television Dignity Life Program) and their follow-up rate, where the Pearson coefficient was valued to correlate both the expected value and the page follow-up rate (dignified life) by (.444), while Pearson's coefficient of correlation between the expected value . ) And their rate of follow-up, where the Pearson coefficient of correlation between both the expected value and the page follow-up rate was valued (dignified life) by (.444), while the Pearson coefficient was valued to correlate the expected value of following up on the Initiative's media coverage on a page (Egyptian Television Life Cream Programme) and their follow-up rate of (.412), and Pearson's coefficient of correlation between the projected value of researchers following the initiative on both pages and their follow-up rate (.469), all of which are statistically significant values at a level of morale below .01 and 0.01 and the 99% confidence score, which is a moderately severe expulsive relationship

\* PHD Researcher in the department of public relation and advertising at the faculty of mass communication, Cairo University

## المقدمة

أتاح استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بوصفها أداة اتصالية، طرقاً سريعة وأكثر حيوية للحصول على المعلومات، وتبادل الخبرات مع الآخرين، وكذلك الحوار مع جمهور المنظمة عبر تلك المجتمعات الافتراضية، وإقامة علاقات مع جماهير جديدة وتدعيم العلاقة وتوثيقها والحفاظ على الجماهير الحالية، مما كان له أبرز الأثر في خلق جو من الثقة المتبادلة بين المنظمة وجماهيرها، الأمر الذي يؤدي إلى زيادة ولاء الجماهير وتعزيزه للمنظمات.<sup>1</sup>

وقد ظهر مفهوم الاتصال من أجل التغيير المجتمعي (Communication for Social Change) وهو طريقة للتفكير والممارسة التي تضع الأفراد تحت تحكم الوسائل الإعلامية ومضامينها معتمدة على الحوار والفعل الجماعي، كما أنه مجموعة عمليات الحوار الخاص والعام التي من خلالها يحدد للأفراد من هم، وما الذي يحتاجونه بالفعل، وذلك من أجل تحسين أسلوب حياتهم.<sup>2</sup>

وفى ضوء الأهمية الكبرى التي تمنحها الدولة - بكل مؤسساتها - للبرامج التنموية الموجهة للمناطق الأكثر احتياجاً، المتمثلة في مبادرة "حياة كريمة" بوصفها إحدى أهم المبادرات الرئاسية لتنمية الريف المصري، وضمان مستوى حضاري من الحياة للمواطنين في القرى المصرية، فقد حازت بعض الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي أعلى نسبة متابعة لمبادرة حياة كريمة، مما كان له أثر كبير على تشكيل اتجاه الجمهور الإيجابي نحو تلك المعالجة، وله أثر أيضاً على مشاركة الجمهور الفعلية في المبادرة، سواء بالتبرع أو بالجهد الذاتي.<sup>3</sup>

## مبادرة "حياة كريمة"

تعد مبادرة "حياة كريمة" في الترتيب الأول من حيث المبادرات الرئاسية التي يتابعها الجمهور من خلال وسائل الإعلام التقليدية والحديثة،<sup>4</sup> تحظى بنسبة قبول واهتمام كبيرة مما يزيد من فاعليتها كأداة للتوعية.<sup>5</sup> وقد اكتملت الفكرة عندما شارك الشباب المتطوع بعرض رؤيتهم وأفكارهم في المؤتمر الأول لمبادرة "حياة كريمة"، والذي عقد على هامش المؤتمر الوطني السابع للشباب في 30 يوليو 2019، وعلى إثره تم إنشاء "مؤسسة حياة كريمة" بتاريخ 22 أكتوبر 2019 من شباب متطوع يقدم نموذج فريد يحتذى به في العمل التطوعي، ثم أصبحت مشروع قومي لتنمية الريف المصري "حياة كريمة" في يناير 2021م.

### الدراسات السابقة:

- 1- دراسة إيمان عبد الفتاح (2019)<sup>6</sup>: سعت الدراسة إلى: تحديد درجات تعرض الجمهور لبرامج المرأة بالقنوات الفضائية الحكومية والخاصة - درجة اعتماده عليها في تشكيل معارفه تجاه قضية مشاركة المرأة في التنمية المستدامة - رصد عادات وأنماط ودوافع مشاهدته لها - تحليل أساليب عرض وتناول البرامج التلفزيونية محل الدراسة لقضية مشاركة المرأة في التنمية المستدامة. وقد استخدمت الدراسة نموذج القيمة المتوقعة بالإضافة إلى نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام. ومن أهم نتائج الدراسة: ارتفاع نسبة متابعة القنوات الخاصة مقارنة بالقنوات الحكومية، بالرغم من أن الأخيرة تمتلك العديد من الكفاءات الإعلامية المتميزة التي يمكن أن تنهض به إذا توافرت لها الإمكانيات - ارتفاع نسبة انتظام المبحوثين في مشاهدة القنوات الخاصة مقارنة بالقنوات الحكومية بسبب تقديم مضامين جذابة ومتنوعة من خلال برامجها، كما أنها قادرة على فهم احتياجات المشاهد والعمل على تلبيةها، فضلا عن توافر التمويل اللازم لأداء مهمتها.
- 2- دراسة إيناس طاهر (2021)<sup>7</sup>: ومن أهداف الدراسة التعرف على: مدى تأثير اتجاهات المبحوثين نحو التغطية الإخبارية المباشرة للأحداث الداخلية بحكمهم الذاتي، بوجود قيم وسمات معينة مرتبطة بمشاهدتهم لها، وتقييمهم لهذه السمات - مدى تأثير مشاهدة المبحوثين للتغطيات الإخبارية المباشرة لقضايا بعينها على تقييم أداء المسؤولين الحكوميين في تلك القضايا. استخدمت الباحثة نظرية القيمة المتوقعة ونظرية التهيئة المعرفية. ومن نتائج الدراسة: ارتفاع نسبة مشاهدة قناتي أكسيرا نيوز وأون لايف وارتفاع مستوى المصادقية لدى المبحوثين كما يرجع إلى الجهد المبذول من إدارة القناتين والعاملين بهما في تقديم تغطيات إخبارية حية على مدار الساعة، لكافة الأحداث والقضايا المحلية التي تهم المبحوثين - وجود علاقة ارتباطية طردية بين حجم التعرض للتغطية الإخبارية المباشرة وإيجابية تقييم أداء الحكومة في مجال القضايا البارزة - تؤثر المتغيرات الديموغرافية على حجم تعرض المبحوثين للتغطية الإخبارية وإيجابية اتجاههم نحو المسؤولين الحكوميين.
- 3- دراسة نهاد فتحى (2018)<sup>8</sup>: مما هدفت الدراسة له: رصد وقياس دور مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير الصورة الذهنية للقادة السياسيين لدى الشباب - تقييم التجربة المصرية في توظيف الإعلام الجديد في التوجه لقطاعات نوعية من

الجمهور وبخاصة الشباب بهدف تشكيل معارفهم السياسية واتجاهاتهم. وقد استخدمت الباحثة نموذج القيمة المتوقعة بالإضافة إلى نموذج إصلاح الصورة الذهنية، ونموذج تشكيل الاتجاهات. ومن نتائج الدراسة: جاء استخدام الشباب عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي (استخداما متوسطا) كمصدر رئيسي للمعلومات عن السياسيين والمؤسسات السياسية - كان من أهم دوافع متابعة صفحات السياسيين والمؤسسات السياسية التعرف على وجهات النظر المختلفة - صحة الفرض العلمي الأول للدراسة والقائل ب"وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تعرض الشباب لصفحات القادة والمؤسسات السياسية واتجاهاتهم نحوها".

### فرض الدراسة:

" توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين القيمة المتوقعة لدى المبحوثين نحو تناول الإعلامي لمبادرة "حياة كريمة" على صفحتي (حياة كريمة) و(برنامج حياة كريمة التليفزيون المصري) ومعدل متابعتهم له.

ومن أجل التحقق من صحة فرض الدراسة، قامت الباحثة بإجراء دراسة مسحية على عينة قوامها (400) مفردة من المتابعين لصفحتي الدراسة: (حياة كريمة) و (برنامج حياة كريمة التليفزيون المصري) على الفيسبوك، كما تم مراعاة أن يتم توزيع استمارات الاستبيان إلكترونياً وورقياً، بهدف وصولها إلى المبحوثين من الجمهور المصري على اختلاف محل الإقامة (بالأماكن المستفيدة من المبادرة أو بالقرب منها، بعيداً عن الأماكن المستفيدة داخل مصر، أو خارج مصر)، مع تنوع باقي المتغيرات الديموغرافية.

### وفيما يلي عرض لخصائص المبحوثين الديموغرافية:

#### جدول (1)

الخصائص الديموغرافية لعينة المبحوثين المتابعين لصفحتي الدراسة (حياة كريمة) و(برنامج حياة كريمة التليفزيون المصري) على الفيسبوك

المتغيرات الديموغرافية		ك	%
النوع	ذكر	220	55
	أنثى	180	45
السن	أقل من 20 سنة	65	16.25
	20 إلى أقل من 40 سنة	210	52.5
	40 إلى أقل من 60 سنة	89	22.25
	60 سنة فأكثر	36	9

المتغيرات الديموغرافية		
ك	%	
94	25.12	أقل من متوسط
87	21.75	متوسط
163	40.75	بكالوريوس أو ليسانس
110	52.25	دراسات عليا
170	42.5	بالمناطق المستفيدة من المبادرة أو بالقرب منه
191	47.75	بعيدا عن المناطق المستفيدة داخل مصر
39	9.75	خارج مصر

#### يتضح من الجدول السابق ما يلي:

كانت الصفات الديموغرافية للمبشرين المتابعين لصفحتي (حياة كريمة) و(برنامج حياة كريمة) على الفيسبوك كما يلي:

- **(النوع):** بلغ عدد المتابعين من الذكور (220 فرد) بنسبة (55%) من إجمالي عينة المتابعين لصفحتي الدراسة، أما عدد الإناث فقد بلغ عددهم (180 فرد) بنسبة (45%).

- **(السن):** كان ترتيب الأعداد والنسب المئوية للمبشرين طبقا للتسلسل العمري على التوالي، عدد (65) بنسبة مئوية (16.25%)، ثم عدد (210) بنسبة مئوية (52.5%)، ثم عدد (89) بنسبة مئوية (22.25%)، وأخيرا عدد (36) بنسبة مئوية (9%).

- **(التعليم):** كان ترتيب أعداد والنسب المئوية للمبشرين طبقا لتسلسل مستوى التعليم على التوالي: عدد (49) بنسبة مئوية (12.25%)، ثم عدد (87) بنسبة مئوية (21.75%)، ثم عدد (163) بنسبة مئوية (40.75%)، وأخيرا عدد (101) بنسبة مئوية (25.25%).

- **محل الإقامة:** كان ترتيب أعداد والنسب المئوية للمبشرين طبقا للتسلسل الخاص بمحل الإقامة: عدد (170) بنسبة مئوية (42.5%)، ثم عدد (191) بنسبة مئوية (47.75%)، وأخيرا عدد (39) بنسبة مئوية (9.75%).

#### وترى الباحثة ما يلي:

- زيادة عدد الذكور بوزن نسبي أكثر من الإناث، ووجود زيادة في عدد ونسبة الشباب أعلى بفارق كبير عن مختلف الأعمار الأخرى، وكان هذا نتيجة إقبال الشباب في المرحلة العمرية من 20-40 سنة على التفاعل والمشاركة عبر الإعلام الرقمي، وخاصة من الذكور، نظرا لزيادة تخصيص الوقت بشكل أكبر لمتابعة الإعلام الرقمي بصفة عامة، وللمبادرة فيما يخص صفحتي الدراسة بصفة خاصة.

- وفيما يخص مستوى التعليم فقد كانت أعداد المتابعين الحاصلين على أعلى نسبة متابعة هم الحاصلين على البكالوريوس أو الليسانس، ثم تلاهم الحاصلين على الدراسات العليا، وقد يرجع ذلك لإدراكهم الأعلى لأهمية المتابعة.

- ارتفاع نسبة المبحوثين ربما لوفرة الوقت بالنسبة لحملة البكالوريوس أو الليسانس، ثم تلاهم الحاصلين على الدراسات العليا، ثم تلاهما الحاصلين على مؤهل متوسط، فالحاصلين مؤهل أقل من متوسط.

- جاءت نسبة المبحوثين بالأماكن البعيدة داخل مصر الأعلى، مع وجود فارق بينهم وبين المبحوثين الموجودين بالأماكن المستفيدة أو بالقرب منها، في حين أن عدد المبحوثين ونسبتهم من المقيمين خارج مصر كانت قليلة جدا، حيث أنه أثناء قيام الباحثة بعمل الدراسة المسحية، وجدت أن هناك من المصريين المقيمين بالخارج لم يعلموا شيئا كثيرا عن المبادرة، مما يدعو للتركيز على المزيد من الدعاية.

### 1- معدل متابعة المبحوثين للتناول الإعلامي لمبادرة "حياة كريمة" على صفحتي (حياة كريمة) و(برنامج حياة كريمة التلفزيون المصري) على الفيسبوك:

#### جدول رقم (2)

معدل متابعة المبحوثين لمبادرة "حياة كريمة" على صفحة (حياة كريمة) و صفحة (برنامج حياة كريمة التلفزيون المصري)

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	نادرا	أحيانا	دائما	معدل المتابعة	
					الصفحة	ك
71	2.13	96	571	147	ك	صفحة حياة كريمة
		24	39.25	36.75	%	
67	2.01	120	581	122	ك	صفحة برنامج حياة كريمة التلفزيون المصري
		30	39.5	30.5	%	

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

كان معدل متابعة المبحوثين لصفحتي (حياة كريمة) و(برنامج حياة كريمة التلفزيون المصري) كما يلي:

**بالنسبة لصفحة (حياة كريمة):** بلغت نسبة (36.75%) من أفراد العينة المتابعين للصفحة (دائما)، بينما نسبة (39.25%) يتابعونها (أحيانا)، في حين أن نسبة (24%) يتابعونها (نادرا). وكان المتوسط الحسابي لمعدل المتابعة (2.13) بوزن نسبي قدره (71%).

**وبالنسبة لصفحة (برنامج حياة كريمة التلفزيون المصري):** بلغت نسبة المبحوثين المتابعين للصفحة (30.5%) دائما، (39.5%) أحيانا، و(30%) نادرا، بمتوسط حسابي بقيمة (2.01) بوزن نسبي قدره (67%).

وترى الباحثة ما يلي:

-عدم ارتفاع نسبة متابعة المبحوثين للصفحتين (حياة كريمة) و(برنامج حياة كريمة التليفزيون المصري) إلى حد ما، ربما يرجع إلى الحاجة إلى المزيد من العرض والتلقائي على الفيسبوك، وهو ما يعنى تكثيف جهود المختصين بالنشر على صفحتي الدراسة مع استخدام الخاصية التي تعمل على ذلك الانتشار، والتي يساهم فيها لحد كبير الرد على التعليقات بشكل مستمر.

- وجود فروق بين نسبتي المتابعة (دائما) لصفحتي الدراسة، مما قد يشير إلى أن صفحة (حياة كريمة) استطاعت أن تقدم التناول الإعلامي للمبادرة بأسلوب قد يحقق تفاعلية ومتابعة أكبر، وعلى الجانب الآخر فرغم تميز عرض التناول الإعلامي للمبادرة على صفحة (برنامج حياة كريمة التليفزيون المصري) - والذي يتسم به العرض التليفزيوني بصفة عامة والقناة الثانية بصفة خاصة - إلا أن تكرار المقدمة الموسيقية في جميع المنشورات بداخل الصفحة على الفيسبوك قد يقلل من أعداد المتابعين لها، لما يتسم به الفيسبوك من سرعة فائقة في الحصول على المعلومات.

### جدول رقم (3)

فئات معدل متابعة المبحوثين لمبادرة "حياة كريمة" على الصفحتين

فئات معدل المتابعة		مرتفع	متوسط	منخفض
ك	متابعة المبحوثين للمبادرة على الصفحتين معا	164	100	136
%		41	25	34

ويتضح من الجدول السابق ما يلي:

- حازت فئة معدل المتابعة (مرتفع) على أعلى نسبة وهي (41%)، وفئة معدل المتابعة (متوسط) جاءت بنسبة (25%)، بينما فئة (منخفض) كانت بنسبة أعلى وهي (34%).

وترى الباحثة: أن وجود فئة معدل المتابعة (مرتفع) في المرتبة الأولى، يعنى حرص المبحوثين بقدر كبير لحد ما على المتابعة، وأن كان لا يتناسب بالقدر الكافي مع أهمية المبادرة - مع العلم أنه أثناء عمل الدراسة المسحية للمتابعين لصفحتي الدراسة لإجراء الاستقصاء وتوزيع الاستمارات لاحظت الباحثة وجود عدد من المصريين وخاصة الشباب، لا يعرفون عن المبادرة شيئا، وقد حرصت الباحثة على الشرح المبسط للمبادرة، مع ذكر أهميتها الشديدة لهذا العدد الكبير من المستفيدين - ولاحقا سيتم عرض بعض المقترحات للمساهمة في تحقيق المزيد من المتابعة بما يساهم في نشر معلومات عن المبادرة بما يساهم في تدعيم روح الانتماء.



القيمة المتوقعة لدى المبحوثين للتناول الإعلامي الرقمي لمبادرة "حياة كريمة" وعلاقتها بمعدل المتابعة

**2- القيمة المتوقعة لدى المبحوثين بشأن متابعتهم للتناول الإعلامي لمبادرة "حياة كريمة" على صفحتي الدراسة:**  
**أولاً- مدى اعتقاد المبحوثين أن التناول الإعلامي لمبادرة "حياة كريمة" على صفحتي الدراسة تمتلك السمات التالية:**

#### جدول رقم (4)

مدى اعتقاد المبحوثين أن التناول الإعلامي لمبادرة "حياة كريمة" على صفحة (حياة كريمة) على الفيسبوك تمتلك السمات التالية:

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	معارض	محايد	موافق	الاتجاه	
					ك	السمات
89.3	2.68	21	87	292	ك	1- تقوم بعرض صور وفيديوهات تجعل المتابع يشعر أنه يشارك فيما يتم تنفيذه
		5.25	21.75	73	%	
83.3	2.5	39	121	240	ك	2- تساهم في مواجهة حروب الفتن والشائعات والاستقطاب
		9.75	30.25	60	%	
89	2.67	26	80	294	ك	3- تعرض ما يتم من انجازات بأسلوب متميز
		6.5	20	73.5	%	
91	2.73	15	79	306	ك	4- تعمل على رفع الروح المعنوية للمستفيدين وللقائمين على تقديم الدعم والمشاركين بالعمل التطوعي
		3.75	19.75	76.5	%	
89	2.67	23	85	292	ك	5- عرضها المتميز يزيد من تنمية روح الانتماء لدى الجمهور المصري
		5.75	21.25	73	%	
85	2.55	32	115	253	ك	6- تقوم بعرض تقارير دورية عن المبادرة
		8	28.75	63.25	%	
85.7	2.57	37	98	265	ك	7- تقوم بعمل لقاءات مع المستفيدين لعرض مدى تحقيق الاستفادة لهم
		9.25	24.5	66.25	%	
86	2.58	29	110	261	ك	8- تقوم بعمل لقاءات مع المسؤولين للوقوف على ما تم وما سيتم انجازه
		7.25	27.50	65.25	%	
80	2.4	53	136	211	ك	9- نتيج التفاعل وتهتم بالرد على التعليقات
		13.25	34	52.75	%	
79.7	2.39	55	135	210	ك	10- تساهم في حل شكاوى المواطنين
		13.75	33.75	52.5	%	
89.7	2.69	26	73	301	ك	11- تقوم بعرض طرق التبرع والمشاركة بالعمل التطوعي
		6.5	18.25	75.25	%	

ومن الجدول السابق يتضح ما يلي:

- يعتقد المبحوثين أن التناول الإعلامي لمبادرة "حياة كريمة" على صفحة (حياة كريمة) على الفيسبوك تمتلك بعض السمات بالنسب التالية:

- 1- تقوم بعرض صور وفيديوهات تجعل المتابع يشعر أنه يشارك فيما يتم تنفيذه: (موافق) بنسبة (73%)، (محايد) بنسبة (21.75%)، (معارض) بنسبة (5.25%)، وجاء المتوسط الحسابي بقيمة (2.68) بوزن نسبي (89.3%).
- 2- تساهم في مواجهة حروب الفتن والشائعات والاستقطاب: (موافق) بنسبة (60%)، (محايد) بنسبة (30.25%)، (معارض) بنسبة (9.75%)، وجاء المتوسط الحسابي بقيمة (2.5) بوزن نسبي (83.3%).
- 3- تعرض ما يتم من انجازات بأسلوب متميز: (موافق) بنسبة (73.5%)، محايد بنسبة (20%)، (معارض) بنسبة (6.5%)، وكان المتوسط الحسابي بقيمة (2.67) بوزن نسبي (89%).
- 4- تعمل على رفع الروح المعنوية للمستفيدين وللقائمين على تقديم الدعم والمشاركين بالعمل التطوعي: (موافق) بنسبة (76.5%)، (محايد) بنسبة (19.75%)، (معارض) بنسبة (3.75%)، وجاء المتوسط الحسابي بقيمة (2.73) بوزن نسبي (91%).
- 5- عرضها المتميز يزيد من تنمية روح الانتماء لدى الجمهور المصري: (موافق) بنسبة (73%)، (محايد) بنسبة (21.25%)، (معارض) بنسبة (5.75%)، وكان المتوسط الحسابي بقيمة (2.67) بوزن نسبي (89%).
- 6- تقوم بعرض تقارير دورية عن المبادرة: (موافق) بنسبة (63.25%)، (محايد) بنسبة (28.75%)، (معارض) بنسبة (8%)، وجاء المتوسط الحسابي بقيمة (2.55) بوزن نسبي (85%).
- 7- تقوم بعمل لقاءات مع المستفيدين لعرض مدى تحقيق الاستفادة لهم: (موافق) بنسبة (66.25%)، (محايد) بنسبة (24.5%)، (معارض) بنسبة (9.25%)، وجاء المتوسط الحسابي بقيمة (2.57) بوزن نسبي (85.7%).
- 8- تقوم بعمل لقاءات مع المسؤولين للوقوف على ما تم وما سيتم انجازه: (موافق) بنسبة (65.25%)، (محايد) بنسبة (27.5%)، (معارض) بنسبة (7.25%)، وجاء المتوسط الحسابي بقيمة (2.58) بوزن نسبي (86%).
- 9- تتيح التفاعل وتهتم بالرد على التعليقات: (موافق) بنسبة (52.75%)، (محايد) بنسبة (34%)، (معارض) بنسبة (13.25%)، وجاء المتوسط الحسابي بقيمة (2.4) بوزن نسبي (80%).

القيمة المتوقعة لدى المبحوثين للتناول الإعلامي الرقمي لمبادرة "حياة كريمة" وعلاقتها بمعدل المتابعة

10- تساهم في حل شكاوى المواطنين: (موافق) بنسبة (52.5%)، (محايد) (33.75%)، (معارض) بنسبة (13.75%)، وجاء المتوسط الحسابي بقيمة (2.39) بوزن نسبي (79.7%).

11- تقوم بعرض طرق التبرع والمشاركة بالعمل التطوعي: (موافق) بنسبة (75.25%)، (محايد) بنسبة (18.25%)، (معارض) بنسبة (6.5%)، وجاء المتوسط الحسابي بقيمة (2.69) بوزن نسبي (89.7%).

فئات الاتجاه نحو وجود سمات لدى التناول الإعلامي لمبادرة "حياة كريمة" على صفحة (حياة كريمة) على الفيسبوك:

#### جدول رقم (5)

فئات الاتجاه نحو وجود سمات لدى التناول الإعلامي لمبادرة "حياة كريمة" على صفحة (حياة كريمة) على الفيسبوك

الاتجاه		مرتفع	متوسط	منخفض
ك	اتجاه المبحوثين نحو وجود السمات	310	73	17
%		77.5	18.3	4.3

من الجدول السابق يتضح التالي:

- جاءت فئة (مرتفع) في المرتبة الأولى بنسبة عالية بلغت (77.5%).

- في المرتبة الثانية كانت فئة (متوسط) بنسبة (18.3%).

- في المرتبة الأخيرة جاءت فئة (منخفض) بنسبة (4.3%) فقط.

وهذا يعنى في رأى الباحثة ارتفاع اتجاهات المبحوثين نحو وجود سمات محددة لما يتم تناوله من خلال صفحة (حياة كريمة) عنها على صفحة (برنامج حياة كريمة التليفزيون المصري) على الفيسبوك.

ثانيا- مدى اعتقاد المبحوثين بأهمية تلك السمات للتناول الإعلامي لمبادرة "حياة كريمة" على صفحة (حياة كريمة):

#### جدول رقم (6)

تقييم المبحوثين للوزن النسبي لأهمية كل سمة من سمات التناول الإعلامي لمبادرة "حياة كريمة" على صفحة (حياة كريمة)

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	غير مهمة	مهمة لحد ما	مهمة جدا	شدة الاتجاه	
					السمات	ك
90	2.7	9	102	289	ك	1- تقوم بعرض صور وفيديوهات تجعل المتابع يشعر أنه يشارك فيما يتم تنفيذه
		2.25	25.5	72.25	%	
86.3	2.59	34	97	269	ك	2- تساهم في مواجهة حروب الفتن والشائعات والاستقطاب
		8.5	24.25	67.25	%	

القيمة المتوقعة لدى المبحوثين للتناول الإعلامي الرقمي لمبادرة "حياة كريمة" وعلاقتها بمعدل المتابعة

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	غير مهمة	مهمة لحد ما	مهمة جدا	شدة الاتجاه	
					ك	السمات
91	2.73	14	77	309	ك	3- تعرض ما يتم من انجازات بأسلوب متميز
		3.5	19.25	77.25	%	
89.7	2.69	19	85	296	ك	4- تعمل على رفع الروح المعنوية للمستفيدين وللقائمين على تقديم الدعم والمشاركين بالعمل التطوعي
		4.75	21.25	74	%	
89	2.67	19	94	287	ك	5- عرضها المتميز يزيد من تنمية روح الانتماء لدى الجمهور المصري
		4.75	23.5	71.75	%	
87.3	2.62	24	106	270	ك	6- تقوم بعرض تقارير دورية عن المبادرة
		6	26.5	67.5	%	
88.7	2.66	23	91	286	ك	7- تقوم بعمل لقاءات مع المستفيدين لعرض مدى تحقيق الاستفادة لهم
		5.75	22.75	71.5	%	
88.3	2.65	20	99	281	ك	8- تقوم بعمل لقاءات مع المسؤولين للوقوف على ما تم وما سيتم انجازه
		5	24.75	70.25	%	
89.7	2.69	22	80	298	ك	9- تتيح التفاعل وتهتم بالرد على التعليقات
		5.5	20	74.5	%	
88.7	2.66	25	87	288	ك	10- تساهم في حل شكاوى المواطنين
		6.25	21.75	72	%	
90.3	2.71	21	73	306	ك	11- تقوم بعرض طرق التبرع والمشاركة بالعمل التطوعي
		5.25	18.25	76.5	%	

من الجدول السابق يتضح ما يلي:

لقياس أهمية تلك السمات لما يتم عرضه عن مبادرة "حياة كريمة" على صفحة (حياة كريمة) على الفيسبوك، فقد كان تقييم المبحوثين للعبارات السابقة كالتالي:

- 1- تقوم بعرض صور وفيديوهات تجعل المتابع يشعر أنه يشارك فيما يتم تنفيذه: (مهمة جدا) بنسبة (72.25%)، (مهمة لحد ما) بنسبة (25.5%)، معارض بنسبة (2.25%)، وجاء المتوسط الحسابي بقيمة (2.7) بوزن نسبي (90%).
- 2- تساهم في مواجهة حروب الفتن والشائعات والاستقطاب: (مهمة جدا) بنسبة (67.25%)، (مهمة لحد ما) بنسبة (24.25%)، (غير مهمة) بنسبة (8.5%)، وجاء المتوسط الحسابي بقيمة (2.59) بوزن نسبي (86.3%).
- 3- تعرض ما يتم من انجازات بأسلوب متميز: (مهمة جدا) بنسبة (77.25%)، (مهمة لحد ما) بنسبة (19.25%)، (غير مهمة) بنسبة (3.5%)، وكان المتوسط الحسابي بقيمة (2.73) بوزن نسبي (91%).
- 4- تعمل على رفع الروح المعنوية للمستفيدين وللقائمين على تقديم الدعم والمشاركين بالعمل التطوعي: (مهمة جدا) بنسبة (74%)، (مهمة لحد ما) بنسبة

- (21.25%)، (غير مهمة) بنسبة (4.75%)، وجاء المتوسط الحسابي بقيمة (2.69) بوزن نسبي (89.7%).
- 5- عرضها المتميز يزيد من تنمية روح الانتماء لدى الجمهور المصري: (مهمة جدا) بنسبة (71.75%)، (مهمة لحد ما) بنسبة (23.5%)، (غير مهمة) بنسبة (4.75%)، وجاء المتوسط الحسابي بقيمة (2.67) بوزن نسبي (89%).
- 6- تقوم بعرض تقارير دورية عن المبادرة: (مهمة جدا) بنسبة (67.5%)، (مهمة لحد ما) بنسبة (26.5%)، (غير مهمة) بنسبة (6%)، وجاء المتوسط الحسابي بقيمة (2.62) بوزن نسبي (87.3%).
- 7- تقوم بعمل لقاءات مع المستفيدين لعرض مدى تحقيق الاستفادة لهم: (مهمة جدا) بنسبة (71.5%)، (مهمة لحد ما) بنسبة (22.75%)، (غير مهمة) بنسبة (5.75%)، وكان المتوسط الحسابي بقيمة (2.66) بوزن نسبي (88.7%).
- 8- تقوم بعمل لقاءات مع المسؤولين للوقوف على ما تم وما سيتم انجازه: (مهمة جدا) بنسبة (70.25%)، (مهمة لحد ما) بنسبة (24.75%)، (غير مهمة) بنسبة (5%)، وجاء المتوسط الحسابي بقيمة (2.65) بوزن نسبي (88.3%).
- 9- تتيح التفاعل وتهتم بالرد على التعليقات: (مهمة جدا) بنسبة (74.5%)، (مهمة لحد ما) بنسبة (20%)، (غير مهمة) بنسبة (5.5%)، وجاء المتوسط الحسابي بقيمة (2.69) بوزن نسبي (89.7%).
- 10- تساهم في حل شكاوى المواطنين: (مهمة جدا) بنسبة (72%)، (مهمة لحد ما) بنسبة (21.75%)، (غير مهمة) بنسبة (6.25%)، وجاء المتوسط الحسابي بقيمة (2.66) بوزن نسبي (88.7%).
- 11- تقوم بعرض طرق التبرع والمشاركة بالعمل التطوعي: (مهمة جدا) بنسبة (76.5%)، (مهمة لحد ما) بنسبة (18.25%)، (غير مهمة) بنسبة (5.25%)، وكان المتوسط الحسابي بقيمة (2.71) بوزن نسبي (90.3%).
- فئات أهمية السمات لدى التناول الإعلامي لمبادرة "حياة كريمة" على صفحة (حياة كريمة):

#### جدول رقم (7)

فئات أهمية السمات لدى التناول الإعلامي لمبادرة "حياة كريمة" على صفحة (حياة كريمة)

الاتجاه	مرتفع	متوسط	منخفض
أهمية السمات	ك	73	8
	%	18.3	2

من الجدول السابق يتضح التالي:

- جاءت فئة (مرتفع) في المرتبة الأولى بنسبة عالية بلغت (79.8%).
  - في المرتبة الثانية كانت فئة (متوسط) بنسبة (18.3%).
  - في المرتبة الأخيرة جاءت فئة (منخفض) بنسبة (2%) فقط.
- ويتضح مما سبق أن هناك تقارب إلى حد كبير فيما بين اتجاهات المبحوثين نحو وجود سمات محددة للتناول الإعلامي للمبادرة على صفحة (حياة كريمة) وبين اتجاهاتهم نحو أهميتها.

**ثالثاً- مدى اعتقاد المبحوثين أن التناول الإعلامي لمبادرة "حياة كريمة" على صفحة (برنامج حياة كريمة التلفزيون المصري) تمتلك السمات السابقة:**

**جدول رقم (8)**

2مدى اعتقاد المبحوثين أن التناول الإعلامي لمبادرة "حياة كريمة" على صفحة (برنامج حياة كريمة التلفزيون المصري) على الفيسبوك تمتلك الصفات (السمات) التالية:

الاتجاه السمات	موافق	محايد	معارض	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
1- تقوم بعرض صور وفيديوهات تجعل المتابع يشعر أنه يشارك فيما يتم تنفيذه	ك	282	96	22	88.3
	%	70.5	24	5.5	
2- تساهم في مواجهة حروب الفتن والشائعات والاستقطاب	ك	246	115	39	84
	%	61.5	28.75	9.75	
3- تعرض ما يتم من إنجازات بأسلوب متميز	ك	291	88	21	88.7
	%	72.75	22	5.25	
4- تعمل على رفع الروح المعنوية للمستفيدين وللقائمين على تقديم الدعم والمشاركين بالعمل التطوعي	ك	281	95	24	88
	%	70.25	23.75	6	
5- عرضها المتميز يزيد من تنمية روح الانتماء لدى الجمهور المصري	ك	284	93	23	88.3
	%	71	23.25	5.75	
6- تقوم بعرض تقارير دورية عن المبادرة	ك	253	112	35	85
	%	63.25	28	8.75	
7- تقوم بعمل لقاءات مع المستفيدين لعرض مدى تحقيق الاستفادة لهم	ك	263	104	33	86
	%	65.75	26	8.25	
8- تقوم بعمل لقاءات مع المسؤولين للوقوف على ما تم وما سيتم إنجازه	ك	260	108	32	85.7
	%	65	27	8	
9- تتيح التفاعل وتهتم بالرد على التعليقات	ك	175	137	88	74
	%	43.75	34.25	22	
10- تساهم في حل شكاوى المواطنين	ك	173	137	90	73.7
	%	43.25	34.25	22.5	

الاتجاه السمات	موافق	محايد	معارض	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
11- تقوم بعرض طرق التبرع والمشاركة بالعمل التطوعي	ك	101	74		
	%	56.25	25.25	18.50	2.38
					79.3

من الجدول السابق يتضح ما يلي:

- يعتقد المبحوثون أن التناول الإعلامي للمبادرة على صفحة (برنامج حياة كريمة التليفزيون المصري) على الفيسبوك تمتلك نفس السمات السابقة على صفحة (حياة كريمة)، ولكن بنسب مختلفة وكما يلي:

1- تقوم بعرض صور وفيديوهات تجعل المتابع يشعر أنه يشارك فيما يتم تنفيذه: (موافق) بنسبة (70.5%)، (محايد) بنسبة (24%)، (معارض) بنسبة (5.5%)، وجاء المتوسط الحسابي بقيمة (2.65) بوزن نسبي (88.3%).

2- تساهم في مواجهة حروب الفتن والشائعات والاستقطاب: (موافق) بنسبة (61.5%)، (محايد) بنسبة (28.75%)، (معارض) بنسبة (9.75%)، وكان المتوسط الحسابي بقيمة (2.52) بوزن نسبي (84%).

3- تعرض ما يتم من إنجازات بأسلوب متميز: (موافق) بنسبة (72.75%)، محايد بنسبة (22%)، (معارض) بنسبة (5.25%)، وجاء المتوسط الحسابي بقيمة (2.66) بوزن نسبي (88.7%).

4- تعمل على رفع الروح المعنوية للمستفيدين وللقائمين على تقديم الدعم والمشاركين بالعمل التطوعي: (موافق) بنسبة (70.25%)، (محايد) بنسبة (23.75%)، (معارض) بنسبة (6%)، وجاء المتوسط الحسابي بقيمة (2.64) بوزن نسبي (88%).

5- عرضها المتميز يزيد من تنمية روح الانتماء لدى الجمهور المصري: (موافق) بنسبة (71%)، (محايد) بنسبة (23.25%)، (معارض) بنسبة (5.75%)، وجاء المتوسط الحسابي بقيمة (2.65) بوزن نسبي (88.3%).

6- تقوم بعرض تقارير دورية عن المبادرة: (موافق) بنسبة (63.25%)، (محايد) بنسبة (28%)، (معارض) بنسبة (8.75%)، وجاء المتوسط الحسابي بقيمة (2.55) بوزن نسبي (85%).

7- تقوم بعمل لقاءات مع المستفيدين لعرض مدى تحقيق الاستفادة لهم: (موافق) بنسبة (65.75%)، (محايد) بنسبة (26%)، (معارض) بنسبة (8.25%)، وكان المتوسط الحسابي بقيمة (2.58) بوزن نسبي (86%).

- 8- تقوم بعمل لقاءات مع المسؤولين للوقوف على ما تم وما سيتم انجازه):  
(موافق) بنسبة (65%)، (محايد) بنسبة (27%)، (معارض) بنسبة (8%)، وجاء المتوسط الحسابي بقيمة (2.57) بوزن نسبي (85.7%).
- 9- تتيح التفاعل وتهتم بالرد على التعليقات): (موافق) بنسبة (43.75%)، (محايد) بنسبة (34.25%)، (معارض) بنسبة (22%)، وكان المتوسط الحسابي بقيمة (2.22) بوزن نسبي (74%).
- 10- تساهم في حل شكاوى المواطنين): (موافق) بنسبة (43.25%)، (محايد) بنسبة (34.25%)، (معارض) بنسبة (22.5%)، وجاء المتوسط الحسابي بقيمة (2.21) بوزن نسبي (73.7%).
- 11- تقوم بعرض طرق التبرع والمشاركة بالعمل التطوعي): (موافق) بنسبة (56.25%)، (محايد) بنسبة (25.25%)، (معارض) بنسبة (18.5%)، وجاء المتوسط الحسابي بقيمة (2.38) بوزن نسبي (79.3%).
- فئات الاتجاه نحو وجود سمات لدى التناول الإعلامي لمبادرة "حياة كريمة" على صفحة (برنامج حياة كريمة التلفزيون المصري) على الفيسبوك

#### جدول رقم (9)

فئات الاتجاه نحو وجود سمات لدى التناول الإعلامي لمبادرة "حياة كريمة" على صفحة (برنامج حياة كريمة التلفزيون المصري) على الفيسبوك

الاتجاه		مرتفع	متوسط	منخفض
اتجاه المبحوثين نحو وجود السمات	ك	275	106	19
	%	68.8	26.5	4.8

من الجدول السابق يتضح التالي:

- جاءت فئة (مرتفع) في المرتبة الأولى بنسبة بلغت (68.8%).
  - في المرتبة الثانية كانت فئة (متوسط) بنسبة (26.5%).
  - في المرتبة الأخيرة جاءت فئة (منخفض) بنسبة (4.8%) فقط.
- ونتيجة لما سبق ترى الباحثة أن هناك ارتفاع في آراء/اتجاهات المبحوثين نحو ما وجود السمات المحددة لما يتم تناوله على صفحة (برنامج حياة كريمة التلفزيون المصري).



رابعاً- مدى اعتقاد المبحوثين بأهمية تلك السمات للتناول الإعلامي لمبادرة "حياة كريمة" على صفحة (برنامج حياة كريمة التلفزيون المصري):

جدول رقم (10)

تقييم المبحوثين للوزن النسبي لأهمية كل سمة من سمات التناول الإعلامي للمبادرة على صفحة (برنامج حياة كريمة التلفزيون المصري) على الفيسبوك

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	غير مهمة	مهمة لحد ما	مهمة جداً	شدة الاتجاه	
					السمات	ك
90	2.7	14	92	294	ك	1- تقوم بعرض صور وفيديوهات تجعل المتابع يشعر أنه يشارك فيما يتم تنفيذه
		3.5	23	73.5	%	
86.3	2.59	63	29	272	ك	2- تساهم في مواجهة حروب الفتن والشائعات والاستقطاب
		9	23	68	%	
90.3	2.71	61	48	300	ك	3- تعرض ما يتم من انجازات بأسلوب متميز
		4	21	75	%	
88.7	2.66	22	29	682	ك	4- تعمل على رفع الروح المعنوية للمستفيدين وللقائمين على تقديم الدعم والمشاركين بالعمل التطوعي
		5.5	23	71.5	%	
88.7	2.66	23	89	288	ك	5- عرضها المتميز يزيد من تنمية روح الانتماء لدى الجمهور المصري
		5.75	22.25	72	%	
87	2.61	28	99	273	ك	6- تقوم بعرض تقارير دورية عن المبادرة
		7	24.75	68.25	%	
86.3	2.59	33	97	270	ك	7- تقوم بعمل لقاءات مع المستفيدين لعرض مدى تحقيق الاستفادة لهم
		8.25	24.25	67.5	%	
86.7	2.60	27	105	268	ك	8- تقوم بعمل لقاءات مع المسؤولين للوقوف على ما تم وما سيتم انجازه
		6.75	26.25	67	%	
86.7	2.6	35	91	274	ك	9- تتيح التفاعل وتهتم بالرد على التعليقات
		8.75	22.75	68.5	%	
84.3	2.53	51	88	261	ك	10- تساهم في حل شكاوى المواطنين
		12.75	22	65.25	%	
85	2.55	53	76	271	ك	11- تقوم بعرض طرق التبرع والمشاركة بالعمل التطوعي
		13.25	19	67.75	%	

من الجدول السابق يتضح ما يلي:

لقياس أهمية تلك السمات لما يتم عرضه عن مبادرة "حياة كريمة" على صفحة (برنامج حياة كريمة التلفزيون المصري)، فقد كان تقييم المبحوثين للعبارات السابقة كالتالي:

1- (تقوم بعرض صور وفيديوهات تجعل المتابع يشعر أنه يشارك فيما يتم تنفيذه): (مهمة جداً) بنسبة (73.5%)، (مهمة لحد ما) بنسبة (23%)، غير مهم بنسبة (3.5%)، وجاء المتوسط الحسابي بقيمة (2.7) بوزن نسبي (90%).

- 2- تساهم في مواجهة حروب الفتن والشائعات والاستقطاب: (مهمة جدا) بنسبة (68%)، (مهمة لحد ما) بنسبة (23%)، (غير مهمة) بنسبة (9%)، وجاء المتوسط الحسابي بقيمة (2.59) بوزن نسبي (86.3%).
- 3- تعرض ما يتم من إنجازات بأسلوب متميز: (مهمة جدا) بنسبة (75%)، (مهمة لحد ما) بنسبة (21%)، (غير مهمة) بنسبة (4%)، كان المتوسط الحسابي بقيمة (2.71) بوزن نسبي (90.3%).
- 4- تعمل على رفع الروح المعنوية للمستفيدين وللقائمين على تقديم الدعم والمشاركين بالعمل التطوعي: (مهمة جدا) بنسبة (71.5%)، (مهمة لحد ما) بنسبة (23%)، (غير مهمة) بنسبة (5.5%)، وجاء المتوسط الحسابي بقيمة (2.66) بوزن نسبي (88.7%).
- 5- عرضها المتميز يزيد من تنمية روح الانتماء لدى الجمهور المصري: (مهمة جدا) بنسبة (72%)، (مهمة لحد ما) بنسبة (22.25%)، (غير مهمة) بنسبة (5.75%)، وجاء المتوسط الحسابي بقيمة (2.66) بوزن نسبي (88.7%).
- 6- تقوم بعرض تقارير دورية عن المبادرة: (مهمة جدا) بنسبة (68.25%)، (مهمة لحد ما) بنسبة (24.75%)، (غير مهمة) بنسبة (7%)، وجاء المتوسط الحسابي بقيمة (2.61) بوزن نسبي (87%).
- 7- تقوم بعمل لقاءات مع المستفيدين لعرض مدى تحقيق الاستفادة لهم: (مهمة جدا) بنسبة (67.5%)، (مهمة لحد ما) بنسبة (24.25%)، (غير مهمة) بنسبة (8.25%)، وجاء المتوسط الحسابي بقيمة (2.59) بوزن نسبي (86.3%).
- 8- تقوم بعمل لقاءات مع المسؤولين للوقوف على ما تم وما سيتم إنجازه: (مهمة جدا) بنسبة (67%)، (مهمة لحد ما) بنسبة (26.25%)، (غير مهمة) بنسبة (6.75%)، والمتوسط الحسابي بقيمة (2.60) بوزن نسبي (86.7%).
- 9- تتيح التفاعل وتهتم بالرد على التعليقات: (مهمة جدا) بنسبة (68.5%)، (مهمة لحد ما) بنسبة (22.75%)، (غير مهمة) بنسبة (8.75%)، وجاء المتوسط الحسابي بقيمة (2.60) بوزن نسبي (86.7%).
- 10- تساهم في حل شكاوى المواطنين: (مهمة جدا) بنسبة (65.25%)، (مهمة لحد ما) بنسبة (22%)، (غير مهمة) بنسبة (12.75%)، وجاء المتوسط الحسابي بقيمة (2.53) بوزن نسبي (84.3%).

القيمة المتوقعة لدى المبحوثين للتناول الإعلامي الرقمي لمبادرة "حياة كريمة" وعلاقتها بمعدل المتابعة

11- تقوم بعرض طرق التبوع والمشاركة بالعمل التطوعي: (مهمة جدا) بنسبة (67.75%)، (مهمة لحد ما) بنسبة (19%)، (غير مهمة) بنسبة (13.25%)، وجاء المتوسط الحسابي بقيمة (2.55) بوزن نسبي (85%).  
فئات أهمية السمات لدى التناول الإعلامي لمبادرة "حياة كريمة" على صفحة (برنامج حياة كريمة التليفزيون المصري):

#### جدول رقم (11)

فئات أهمية السمات لدى التناول الإعلامي لمبادرة "حياة كريمة" على صفحة (برنامج حياة كريمة التليفزيون المصري)

الاتجاه	مرتفع	متوسط	منخفض
أهمية السمات	304	81	15
	76	20.3	3.8

من الجدول السابق يتضح التالي:

- جاءت فئة (مرتفع) في المرتبة الأولى بنسبة عالية بلغت (76%).

- في المرتبة الثانية كانت فئة (متوسط) بنسبة (20.3%).

- في المرتبة الأخيرة جاءت فئة (منخفض) بنسبة (3.8%) فقط.

وينتج عن ذلك وكما ترى الباحثة، وجود تقارب لحد ما فيما بين اتجاهات المبحوثين نحو وجود سمات للتناول الإعلامي للمبادرة على صفحة (برنامج حياة كريمة التليفزيون المصري) وبين اتجاهاتهم نحو أهمية تلك السمات، إلا أن هناك فارق بينهما لصالح الأخيرة.

خامسا- المخرجات المتوقعة لدى المبحوثين بشأن متابعتهم للتناول الإعلامي لمبادرة "حياة كريمة" على صفحتي الدراسة:

#### جدول رقم (12)

فئات القيمة المتوقعة لدى المبحوثين حول التناول الإعلامي لمبادرة "حياة كريمة"

القيمة المتوقعة	مرتفعة	متوسطة	منخفضة
صفحة (حياة كريمة)	281	97	22
	70.25	24.25	5.5
صفحة (برنامج حياة كريمة التليفزيون المصري)	240	131	29
	60	32.75	7.25
صفحتي الدراسة	262	114	24
	65.5	28.5	6

ملاحظة: القيمة المتوقعة تساوى حاصل ضرب (Bi) x (ei)

من الجدول السابق يتضح ما يلي:

جرى حساب القيمة المتوقعة من متابعة التناول الإعلامي لمبادرة "حياة كريمة" على صفحتي (حياة كريمة) و (برنامج حياة كريمة التلفزيون المصري) وفقاً لنموذج "فشباين" حيث أن القيمة المتوقعة هي حاصل ضرب استجابات المبحوثين للعبارات التي تمثل توقعاتهم حول التناول الإعلامي على صفحتي الدراسة، ودرجة الأهمية التي يحملونها نحو تلك التوقعات، وجاءت النتائج كما يلي:

**بالنسبة لفئة القيمة المتوقعة (مرتفعة):**

- جاءت فئة صفحة (حياة كريمة) في المرتبة الأولى بنسبة (70.25%)، بينما كانت صفحة (برنامج حياة كريمة التلفزيون المصري) في المرتبة الثانية بنسبة (60%).  
- بلغت بالنسبة للصفحتين معا بنسبة (65.5%).

**بالنسبة لفئة القيمة المتوقعة (متوسطة):**

- جاءت فئة صفحة (حياة كريمة) في المرتبة الثانية بنسبة (24.25%)، أما صفحة (برنامج حياة كريمة التلفزيون المصري) جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (32.75%)، وقد حازت كلتا الصفحتين معا على نسبة (28.5%).

**بالنسبة لفئة القيمة المتوقعة (منخفضة):**

- جاءت فئة صفحة (حياة كريمة) في المرتبة الثانية بنسبة (5.5%)، في حين جاءت صفحة (برنامج حياة كريمة التلفزيون المصري) في المرتبة الأولى بنسبة (7.25%)، وقد حازت كلتا الصفحتين معا على نسبة (6%).

ومما سبق وفقاً لرأى الباحثة، يتضح ارتفاع توقعات المبحوثين بشأن صفحة (حياة كريمة) على توقعاتهم بشأن صفحة (برنامج حياة كريمة التلفزيون المصري).

**التحقق من صحة فرض الدراسة:** "توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين القيمة المتوقعة لدى المبحوثين نحو التناول الإعلامي لمبادرة "حياة كريمة" على صفحتي (حياة كريمة) و(برنامج حياة كريمة التلفزيون المصري) ومعدل متابعتهم له.

### جدول رقم (13)

الارتباط بين القيمة المتوقعة لدى المبحوثين نحو التناول الإعلامي لمبادرة "حياة كريمة" على صفحتي الدراسة ومعدل متابعتهم له

متغيرات الدراسة	معدل المتابعة لصفحة (حياة كريمة)	معدل المتابعة لصفحة (برنامج حياة كريمة التلفزيون المصري)	معدل المتابعة على صفحتي الدراسة معا
القيمة المتوقعة لصفحة (حياة كريمة)	معامل بيرسون	0.444**	
القيمة المتوقعة لصفحة (برنامج حياة كريمة التلفزيون المصري)	معامل بيرسون	0.412**	
القيمة المتوقعة للمتابعة على صفحتي الدراسة	معامل بيرسون		0.469**

\*\* دال عند مستوى معنوية 0.01

من الجدول السابق يتضح ما يلي:

وجود علاقة ارتباطية بين كل من القيمة المتوقعة للمبحوثين من متابعة التناول الإعلامي لمبادرة "حياة كريمة" على صفحتي (حياة كريمة) و (برنامج حياة كريمة التلفزيون المصري) ومعدل متابعتهم له، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون للارتباط بين كل من القيمة المتوقعة ومعدل متابعة صفحة (حياة كريمة) بمقدار (0.444)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من 0.01، ودرجة ثقة 99%، وهي علاقة طردية متوسطة الشدة، بينما بلغت قيمة معامل بيرسون للارتباط بين القيمة المتوقعة من متابعة التناول الإعلامي للمبادرة على صفحة (برنامج حياة كريمة التلفزيون المصري) ومعدل متابعتهم له بمقدار (0.412)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من 0.01 ودرجة ثقة 99%، وهي علاقة طردية متوسطة الشدة، كما بلغت قيمة معامل بيرسون للارتباط بين القيمة المتوقعة لدى المبحوثين من متابعة المبادرة على الصفحتين معا ومعدل متابعتهم (0.469)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من 0.01 ودرجة ثقة 99%، وهي علاقة طردية متوسطة الشدة.

ومن خلال ذلك ثبت صحة فرض الدراسة القائل بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين القيمة المتوقعة لدى المبحوثين من متابعة التناول الإعلامي لمبادرة "حياة كريمة" على صفحة (حياة كريمة) و (برنامج حياة كريمة التلفزيون المصري)، ومعدل متابعتهم له.

القيمة المتوقعة لدى المبحوثين للتناول الإعلامي الرقمي لمبادرة "حياة كريمة" وعلاقتها بمعدل المتابعة

---

وتتفق نتيجة ذلك الفرض مع أحد جوانب استخدام نظرية القيمة المتوقعة في الدراسات الإعلامية، حول معدل استخدام المضامين الإعلامية المختلفة.

## المراجع

### المراجع العربية:

#### أولاً- الرسائل العلمية:

- 1- آية محمد علي محمد علي (2017)، "التعرض للبرامج الحوارية التليفزيونية ومواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمستوى الثقة السياسية لدى الجمهور المصري - دراسة مقارنة"، رسالة ماجستير، (جامعة القاهرة: قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام).
- 2- إيمان عبد الفتاح إبراهيم العراقي (2019)، "دور الفضائيات الحكومية والخاصة في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو مشاركة المرأة في التنمية المستدامة"، رسالة دكتوراة، (جامعة المنصورة: شعبة الإذاعة، قسم الإعلام، كلية الآداب).
- 3- إيناس طاهر محمد محمد (2022)، "اتجاهات الجمهور المصري نحو التغطية الإخبارية المباشرة للقضايا الداخلية في مصر- دراسة تطبيقية على قناتي أكسترنال نيوز وأون لايف"، رسالة ماجستير، (جامعة القاهرة: قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام).
- 4- حسن على قاسم (2016)، "دور التلفزيون ووسائل الإعلام الجديد في دعم المشاركة الاجتماعية في المجتمع المصري"، رسالة دكتوراة، (جامعة القاهرة: قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام).
- 5- محمد شعبان محمد عبد الفتاح العيسوي (2021)، "دور برامج التنمية المجتمعية عبر وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز ولاء الجمهور للمنظمة - دراسة تحليلية ميدانية"، رسالة دكتوراة، (جامعة القاهرة: قسم العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام).
- 6- مظهر سيد بسيوني أبو الحسن (2018)، "معالجة الصحف والمواقع الإلكترونية المصرية للمشروعات التنموية وعلاقتها باتجاهات المراهقين نحو العمل"، رسالة دكتوراة، (جامعة عين شمس: قسم الإعلام وثقافة الأطفال، كلية الدراسات العليا للطفولة).
- 7- معصم بلال جمعة عبد الله المعصم (2016)، "دور وسائل الاتصال الحديثة في تفعيل العلاقة مع الجمهور الخارجي - دراسة تطبيقية على المؤسسات الحكومية في دولة الإمارات"، رسالة دكتوراة، (جامعة القاهرة: قسم العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام).
- 8- نهاد فتحي سليمان حجازي (2018)، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الصورة الذهنية للقادة السياسيين والمؤسسات السياسية - دراسة مسحية على الشباب

- المصري"، رسالة دكتوراة، (جامعة القاهرة: قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام).  
9- هيثم محمد عبد ربه (2020)، "تناول المواقع الإلكترونية للصحف المصرية لقضايا العنف الأسرى، دراسة تحليلية ميدانية"، رسالة دكتوراة، (جامعة سوهاج: قسم الإعلام، كلية الآداب).  
10- وليد محمد جاسم (2022)، "استخدامات الإعلام الرقمي وتأثيراته على التفاعل الاجتماعي داخل الأسر العراقية"، رسالة ماجستير، (جامعة القاهرة: قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام).

### ثانياً- الكتب:

- 1- عبد الباسط سلمان (2008)، ديجيتال الإعلام Digital Media in The World - مفهوم الصحافة والسينما والتلفزيون والملتيميديا رقمية، (القاهرة: الدار الثقافية للنشر).  
2- عبير الرحباني (2012)، الإعلام الرقمي (الإلكتروني)، ط1، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع).  
3- على عجوة (2008)، الإعلام وقضايا التنمية، (القاهرة: عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة).  
4- فاروق خالد الحسنات (2011)، الإعلام والتنمية المعاصرة، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع).  
5- لمياء محمد عبد العزيز شحاتة (2020)، وسائط الإعلام الرقمي، استخداماتها وتأثيراتها في العالم العربي، حالات تطبيقية، (القاهرة: دار السحاب للنشر والتوزيع).  
6- محمد أبو العلا (2023)، التكنولوجيا الرقمية والإعلام الدولي، (دسوق: دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع).  
7- محمد شفيق (2001)، البحث العلمي - الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، (الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث).  
8- محمد عبد الحميد (2015)، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط4، (القاهرة: عالم الكتب).

### ثالثاً- الأبحاث والتقارير والمقالات:

- 1- إبراهيم حسن المرسي التوام (2022)، "الاتجاهات العالمية في بحوث تصميم المواقع الإلكترونية - دراسة تحليلية نقدية"، المؤتمر الدولي السابع والعشرون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.  
2- أبو عمرة ربيع إمبابي (2021)، "واقع الشراكة المجتمعية بين المؤسسات



- الحكومية والأهلية للارتقاء بمستوى الخدمات المقدمة للمواطن القنائي بالقرى الأكثر احتياجا في إطار تنفيذ مبادرة حياة كريمة"، مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية، العدد 54، الجزء الثالث، المعهد العالي للخدمة الاجتماعية، قنا.
- 3- أريج محمد فخر الدين (2022)، "دور التربية الإعلامية في الاستخدام الآمن للإعلام الرقمي - رؤية مستقبلية"، المؤتمر الدولي السابع والعشرون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- 4- أحمد إبراهيم عطية (2021)، "دور صحافة الفيديو في التأثير على اتجاهات الشباب نحو أزمة كورونا"، المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- 5- رجاء المغراوي، غادة محمود عبد الحميد (2022)، "دور الإعلام في توعية الجمهور بالمدن الذكية لتعزيز التنمية المستدامة"، المؤتمر الدولي السابع والعشرون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- 6- رشا عادل لطفي، شاهنדה عاطف عبد السلام (2022)، "معالجة وسائل الإعلام المصرية (التقليدية والحديثة) للمبادرات الرئاسية، ودورها في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحوها- مبادرة حياة كريمة نموذجا"، المؤتمر العلمي السابع والعشرون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- 7- ريم نجيب زنتي، إيناس رضوان عبد المجيد (2022)، "معالجة صفحات الصحف المصرية على شبكات التواصل الاجتماعي للبرامج التنموية الموجهة للمناطق الأكثر احتياجا واتجاهات الجمهور المصري نحوها: بالتطبيق على مبادرة حياة كريمة"، المؤتمر العلمي السابع والعشرون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

#### المراجع الأجنبية:

- Alex Budak (2010), "Facebook, Twitter and Barak Obama: -1 New Media and the 2008 Presidential elections". Unpublished M.A. (Washington, DC: Georgetown University).
- Alfonso GumucioDagrún, YthomasTufte (2006), -2 "Communication for Social Change Anthology Historical and Contemporary Readings", CFSC Inc.
- Autin Hart (2012), " Priming, Projection, or Both? -3 Reevaluating the Classic Media Priming Hypothesis", Doctoral Thesis, (University of Texas).

Levi ChinakaNwodu, (2013), "Mass Communication and -4 National Development", National Open University, (Nigeria).

Megan Wilkes, B. A. (2008), "The Face of Social -5 Networking: The Political Potential of Facebook and its Impact on Traditional Methods of Civic Engagement", Master Degree, (Georgetown University: The Graduate School of Arts and Sciences).

المواقع والصفحات الرقمية:

صفحات الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك):

1-برنامج حياة كريمةالتليفزيونالمصري.m.gameel2510@hotmail.com

3- حياة كريمة.contact@hayakarima.com

مواقع وصفحات أخرى:

1- رئاسة الجمهورية، "حياة كريمة" [www.presidency.eg](http://www.presidency.eg)