

معالجة القنوات الفضائية للقضايا الاقتصادية وعلاقتها بالأمن الفكري لدى

الجمهور

أ.د. / فاتن عبدالرحمن	أ.م.د/ سكرة علي	د/ مروة كامل	إيمان عبدالله العظيم
الطنباري	البريدي	عفيفي	أبوغنيم
أستاذ بقسم الإعلام وثقافة	أستاذ الإعلام	مدرس بقسم	المدرس المساعد
الطفل - كلية الدراسات العليا	المساعد بقسم الإعلام	الإعلام التربوي	بقسم الإعلام التربوي
لطفولة - جامعة عين شمس	التربوي كلية التربية	كلية التربية النوعية	كلية التربية النوعية
وعميد معهد الإعلام	النوعية جامعة المنوفية	جامعة المنوفية	جامعة المنوفية
الإتصال لسادس من أكتوبر			

مستخلص الدراسة

إستهدفت هذه الدراسة التعرف على مصداقية الخطاب الإعلامي الموجه بالقنوات الفضائية للقضايا الاقتصادية وعلاقتها بالأمن الفكري لدى الجمهور المصري ودرجة الاهتمام والإدراك التي يوليها الجمهور للقنوات الفضائية وعلاقتها بالأمن الفكري لدى الجمهور ، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية ، وفي إطارها إستخدمت الباحثة منهج المسح الإعلامي ، وإستخدمت في ذلك إستمارة تحليل المضمون، وإستمارة الإستبيان ومقياس الأمن الفكري كأدوات لجمع بيانات الدراسة ، وإجريت الدراسة التحليلية على برنامجي الحكاية ومع معتز ، وإجريت الدراسة الميدانية على مجموعة أختيرت عشوايا قوامها ٤٠٠ مفردة من الجمهور ويتم تقسيمه إلى فئات عمرية (مرحلة المراهقة من ١٦ إلى ١٩ سنة - مرحلة الشباب من ٢٠ إلى ٢٩ سنة) وهي ٢٠٠ مفردة من طلاب المدارس الثانوى التابعة لإدارة أشمون التعليمية ، و ٢٠٠ مفردة من طلاب كلية التربية النوعية بجامعة المنوفية.

وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية :

- الفنون المستخدمة في عرض المضمون الوارد بالبرامج الحوارية . الخبر جاء في مقدمة الفنون ، وفي الترتيب الثاني جاء الحوار عبر الهاتف ، وفي الترتيب الثالث التقرير ، وفي الترتيب الرابع جاءت الشكاوي ، وفي الترتيب الخامس جاء الحوار داخل الاستديو، وفي الترتيب السادس جاء الحوار عبر شاشة عرض .

- ترتيب القضايا الاقتصادية التي تفضل العينه مشاهدتها في البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية: جاءت طبقا لما أحرزته من تكرارات وأوزان مئوية بالترتيب كما يلي: جاء كل المبادرات الرئاسية المختلفة " في مقدمة ترتيب القضايا الاقتصادية التي تفضل العينه مشاهدتها فى البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية وذلك بوزن مؤوي (٢٠.٢٣٪) ، يليها جاء " دعم المشروعات الصغيرة والمتوسطة " وذلك بوزن مؤوي (١٩.٩٠٪). وفي الترتيب الثالث

جاء " التحول الرقمي " ضمن القضايا الاقتصادية التي تفضل العينة مشاهدتها فى البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية وذلك بوزن مؤوي (١٤.٢٤٪).

الكلمات الافتتاحية:(keywords):

Economic : الخطاب الاعلامي The media discourse: القضايا الاقتصادية

Intellectual security: الامن الفكري issues

Abstract of the study

The reliability of the media discourse directed at satellite channels to economic issues and its relationship to intellectual security among the Egyptian public

This study aimed to identify the credibility of the media discourse directed by satellite channels to economic issues and their relationship to the intellectual security of the Egyptian public and the degree of interest and awareness that the public attaches to satellite channels and its relationship to the intellectual security of the public. This includes the content analysis form, the questionnaire form and the intellectual security scale as tools for collecting study data. The analytical study was conducted on the two programs Al-Hekaya and with Moataz, and the field study was conducted on a randomly selected group consisting of 400 individuals from the public and it is divided into age groups (adolescence stage from 16 to 19 years - youth stage from 20 to 29 years old) It is 200 items from secondary school students affiliated to the Ashmoun Educational Administration, and 200 items from students of the Faculty of Specific Education at Menoufia University.

The study found the following results:

- The arts used in presenting the content contained in the talk shows. The news came at the forefront of the arts, and in the second rank came the dialogue over the phone, and in the third rank the report, and in the fourth rank came the complaints, and in the fifth rank came the dialogue inside the studio, and in the sixth rank the dialogue came through a display screen, and the rest of the arts came with fewer frequencies and percentages as well It follows (investigation, conversation, more than two templates, dialogue outside the studio, discussion).

-Arranging the economic issues that the sample prefers to watch on talk shows on satellite channels.

It came according to its frequencies and percentage weights, in the order as follows: All the various presidential initiatives came "at the forefront of the ranking of economic issues that the sample prefers to watch in talk shows on satellite channels, with a percentage weight of (20.23%), followed by "Support for Small and Medium Enterprises" with a weight Percentage (19.90%). In the third place, "digital transformation" came among the economic issues that the sample prefers to watch in talk shows on satellite channels, with a percentage weight of (14.24)%.

مقدمه الدراسة:

قد تزايد في عصرنا الحالي دور وسائل الإعلام في التغطية المباشرة للأحداث السياسية والإقتصادية حتى أصبح الجمهور يعيش الأحداث أولاً بأول وخصوصاً القنوات الفضائية التليفزيونية حيث تتيح هذه القنوات للفرد المتابعة المستمرة والمتاحة طوال اليوم . ومع بداية البث التليفزيوني المباشر عبر الأقمار الصناعية ظهرت الفضائيات وأصبحت هي مصدر التسلية والترفيه والحصول علي المعلومات ومتابعة الاحداث الجارية علي الساحة وغيرها ونستطيع أن نقدر انتشار هذه القنوات الفضائية واهتمام الناس بها بالنظر الي أسطح المنازل ، حيث لا يكاد يخلو سطح من الصحون اللاقطة (الدش)، فسبب تعدد قنواته فمنها الحكومي والخاص ، ومنها العلمي والفني والرياضي ، ومنها الديني وللجمهور المشاهد ان يختار ما يحلو له . وتعتمد اي محطة تليفزيونية علي البرامج الحوارية ،ويرجع ازدهارها - كقالب برامجي- الى النظم الليبرالية القائمة على حرية التعبير ، فقد برز هذا القالب بشبكات التليفزيون الامريكية ،فضلا عن تليفزيونات العالم العربي ،ومن ثم انتقل عبر التفاعل الثقافي والحضارى الى مختلف الدول ومنها الى الدول العربية^(١).

وانطلاقاً من اهمية الوسيله المتبعه بان القنوات الفضائية منتشرة بشكل كبير باعتبار ان البث الفضائي دخل معظم البيوت واتاح الفرصه للجمهور المصري بمتابعه البرامج والقنوات ويعد مضمون الرساله الاتصاليه اهم العناصر التي تستخدم في عمليه الاتصال لدورها المهم فى صياغه وعي الجمهور نحو القضايا الاقتصادية التي تعرضها القنوات الفضائية.تواجه مصر العديد من القضايا الاقتصادية التي زادت وتفاقت ف السنوات الاخيره في ظل التغيرات الجذريه التي واجهتها مصر والتي اثرت بدورها في تراجع المؤشرات الاقتصادية وزدات القضايا وزاد معها اهتمام الجمهور المصري .

■ ولا شك في الاهميه الكبيره للامن الفكرى وإستتبابه سواء علي المستوي الفرد او المجتمع فالمجتمع بحاجة الي عنصر الامن والاستقرار كاحد العناصر الضرورية والمهمه في تنمية المجتمع وتطوره في المجالات كافة الاقتصادية والاجتماعية وغيرها من المجالات ذات العلاقة بالابعاد التنموية للمجتمعات ، علاوة على ذلك الامن الفكرى يعد فى ظل وسائل الإعلام مطلباً لتحقيق الإستقرار من خلال مصادقية الخطاب الإعلامى للقضايا الإقتصادية والتأثيرات والأساليب المتبعة نحو الجمهور ، ويرى "باب" Papa ان وسائل الاعلام تساهم بشكل اساسى من خلال البرامج الحوارية فى خلق المعنى المطروح للقضية،

1- Jana M.Shattuc " The talking cure : tv talk show and woman .New York Routeledge K 2002 K p35

وتساعد الجمهور على تكوين اتجاهات عامة فيما يتعلق بالمشكلات على المستوى الاجتماعي^(٢).

مشكلة الدراسة :

يعد تحديد مشكلة الدراسة وصياغتها في أسلوب علمي سليم من أهم الخطوات التي تؤثر في سير البحث بطريقة مباشرة^(٣) , ويمكن تحديد المشكلة البحثية بناءً على الملاحظة أولاً حيث لاحظت الباحثة أن وسائل الإعلام المصرية عامة في الآونة الأخيرة تسلط الضوء على القضايا الاقتصادية بالقنوات الفضائية لان القوة الاقتصادية عامل اساسي في الحفاظ علي مكانة الدولة المصرية بين الدول وذلك من خلال الاسانيد والادلة المعتمدة عليها الخطاب الاعلامي لقضايا التنمية الاقتصادية^(٤). وغيرها , كما يمكن تحديد المشكلة البحثية أيضاً من خلال الدراسات السابقة , حيث لاحظت الباحثة أن هناك نقصاً واضحاً في الدراسات التي تتناول مصداقية الخطاب الاعلامي.

كما تسعى هذه الدراسة إلى التعرف علي مصداقية الخطاب الاعلامي الموجه بالقنوات الفضائية للقضايا الاقتصادية وعلاقتها بالامن الفكري لدي الجمهور المصري ودرجة الاهتمام والإدراك التي يوليها الجمهور للقنوات الفضائية وعلاقتها بالامن الفكري لدي الجمهور .

وتتلخص مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي :-

كيف تعالج القنوات الفضائية القضايا الاقتصادية و ماعلاقتها بالامن الفكري لدي الجمهور؟
أهمية الدراسة :

- تبرز أهمية الدراسة ايضاً من أهمية المستوى المعرفي والثقافي لدى الجمهور ودرجة الإلمام بمختلف القضايا الاقتصادية التي تشكل تفكيره لكي يتيح له التعرف على ما يدور حوله.
- تزداد أهمية الدراسة في ظل الظروف المتطورة التي تمر بها مصر وإتاحة الفرصة للجمهور بالمشاركة والتعبير عن أفكارهم مما يساعد على تعزيز الامن الفكري لديهم.

² Zillmann, D & Vorderer . media entertainment the psychology og its appeal, (London:Lawrence eribaum associates,200,pp 113-134)

(٣) محمد عبدالمجيد ، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، القاهرة ، عالم الكتب ، ٢٠٠٠، ص ص٧٥ :٧٥.

4- Gini Graham Scott.Can we talk ? the power and influence of talk show K new york n.y K 1996.pp.275.276

أهداف الدراسة :

- رصد أنماط تعرض الجمهور المصري للقضايا الاقتصادية المقدمة بالبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية.
- تحديد أسباب اعتماد الجمهور على البرامج الحوارية في الحصول على معلومات عن القضايا الاقتصادية.
- رصد مصداقيه الخطاب الإعلامي بالبرامج الحوارية لدى الجمهور .
- رصد مصداقية الخطاب الإعلامي وعلاقته بالأمن الفكرى لدى الجمهور .

مصطلحات الدراسة :

- الخطاب الاعلامي:

ويعتبر الخطاب هو الوعاء المعبر عن العقيدة والروح والفلسفة والمذهب , لذا يمكن القول ان هذا المفهوم ينطبق ايضا على الخطاب الثقافى والخطاب الادبى والخطاب الاعلامى^(٥).
والتعريف الاجرائي للخطاب الاعلامي: يتمركز في كونه نمط طبيعي للحياه اليومية والاحداث التي يعيشها الاشخاص حيث يتم نقل ممارستهم واحداث يومهم لتبث عبر الوسائل الاعلاميه الحكوميه والخاصه لكي تصل الي الجماهير وصياغه الوقائع والاحداث بهدف التأثير في اتجاهات القرار والمشاهدين.

- **القضايا الاقتصادية.** هي الأحداث و الأزمات والموضوعات ذات البعد الإقتصادى والتي تهم شريحة كبيرة من فئات المجتمع وتثير الرأى العام ، وتشكل فى مجملها القضايا الإقتصادية التي تتناولها القنوات الفضائية بالعرض والنقاش^(٦).

وتقصد الباحثة بالقضايا الإقتصادية إجرائيا الأزمات والموضوعات ذات البعد الإقتصادى المطروحة فترة اجراء الدراسة التحليلية .

- **الامن الفكرى:** مصطلح حديث يعني تحقيق الطمأنينه علي سلامه الفكر والاعتقاد ومعالجه مظاهر الانحراف الفكرى وتعني ايضا اطمئنان الناس علي مكونات اصلاتهم وثقافتهم النوعيه والاستقرار واختفاء مشاعر الخوف علي مستوي الفرد والجماعة .^(٧)

والتعريف الإجرائى للأمن الفكرى تقصد به الباحثة الشعور بالاطمئنان والسكينة فى تفكير ومعتقدات وتخيالات الجمهور عينة الدراسة.

(١) عصام الدين احمد البشير ، سمات الخطاب الاسلامى المعاصر، مجلة المنبر ، العدد الخامس،هيئة علماء السودان ، الخرطوم ، ٢٠٠٨، ص ١٧.

(٢) عبدالله بن جمعان الغامدى ،"التنمية المستدامة بين الحق فى استغلال الموارد الطبيعية والمسئولية عم حماية البيئة" بحث منشور (الرياض: قسم العلوم السياسية ، مطابع جامعة الملك سعود، جامعة الملك سعود ٢٠٠٧)ص ٦.

(٣) سعاد يحيى محمد العلوى، الأمن الفكرى وعلاقته بمستوى ثقافة الحوار لدى طلاب جامعة المنوفية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية ، جامعة المنوفية ، ٢٠١٩ ، ص ٣٧ .

الدراسات السابقة :

دراسة دعاء عبدالله محمد سالم (٢٠٢١) بعنوان **تعرض المراهقين للائعات عبر المواقع الالكترونية وعلاقته بالامن الفكرى لديهم** هدفت الدراسة الحالية الى التعرف العلق بين تعرض المراهقين للشائعات عبر المواقع الالكترونية ومستوى الامن الفكرى لديهم , وتتمة هذه الدراسة الى الدراسات الوصفية , وفي اطارها منهج المسح , واستخدمت فى ذلك صحيفة تحليل المضمون , وصحيفة الاستبيان ومقياس الامن الفكرى كادوات لجمع البيانات المطلوبة , وطبقت الدراسة التحليلية على عينة من المواقع الالكترونية تمثلت فى صفحتى (رئاسة مجلس الوزراء المصرى - ده بجد DaBeagad?) وتوصلت النتائج إلى أنه توجد علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين مستوى تعرض المبحوثين للشائعات عبر المواقع الالكترونية (مواقع التواصل الاجتماعى - الصحف الالكترونية - المواقع الاخبارية) ومستوى الامن الفكرى لديهم , دراسة مالك بن فهد عبد الهادي (٢٠٢٠) بعنوان " **الأمن السيبراني ودوره في الحد من تهديدات الأمن الفكرى**" هدفت الدراسة الى معرفة دور الأمن السيبراني في الحد من تهديدات الأمن الفكرى. منهجية الدراسة وأدواتها: استخدمت الدراسة المنهج الوصفي، واعتمدت على الاستبانة في جمع المعلومات من عينة الدراسة وقوامها ٦٠٠ مفردة وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها تبين أن أفراد العينة موافقون بشدة على مرتكزات وأهداف الأمن الفكرى في المملكة العربية السعودية، دراسة عبد الله بن عبد المعين سريع (٢٠٢٠) بعنوان " **إسهامات المؤسسات التعليمية العسكرية في تعزيز الأمن الفكرى**" استهدفت الدراسة رصد وتحليل واقع الأمن الفكرى لدى طلاب مدارس الحرس الوطنى العسكرية، ورصد وتحليل واقع ممارسة المؤسسات التعليمية العسكرية لإسهاماتها في تعزيز الأمن الفكرى لدى طلابها من وجهة نظر هيئات التدريس والتدريب في مدارس الحرس الوطنى العسكرية، مجتمع الدراسة وعينتها: تكوّن مجتمع الدراسة من عينة عشوائية من أعضاء هيئة التدريس بمدارس الحرس الوطنى العسكرية بمدينة الرياض، وعددهم (٣٢٠) عضو هيئة تدريس وتدريب، وعينة عشوائية من الطلاب الدارسين في مدارس الحرس الوطنى العسكرية عددهم (٥٢٢) طالباً. منهج الدراسة وأدواتها: استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي وأداتها المستخدمة هي الاستبيان، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها واتضح من النتائج أن عينة الدراسة من أعضاء هيئة التدريس والتدريب قد أبدوا أهمية عالية جداً على اثنا عشر من المعوقات التي تعوق المؤسسات التعليمية العسكرية عن أداء دورها في تعزيز الأمن الفكرى لدى طلابها ، دراسة معلوي بن عبد الله الشهراني (٢٠٢٠) بعنوان " **دور الفضائيات السعودية في تعزيز الأمن الفكرى**" هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع دور الفضائيات السعودية في التوعية الفكرية، وعلى مفهوم الأمن الفكرى لدى طلاب

الجامعات السعودية، وعلى الوسائل التي تعزز من تمكين القنوات الفضائية من رفع مستوى الأمن الفكري للمجتمع، وإبراز أهم المعوقات التي تحد من دور الفضائيات السعودية في تعزيز الأمن الفكري للمجتمع، وعلى الفروق الإحصائية بين إجابات عينة الدراسة في دور الفضائيات السعودية في تعزيز الأمن الفكري، مجتمع وعينة الدراسة: تكون مجتمع الدراسة الحالية في جميع الطلبة الدارسين في جامعة الملك سعود في مدينة الرياض، خلال العام الدراسي (١٤٤٠-١٤٤١هـ)، وقد بلغ حجم مجتمع الدراسة (٦١١٠٧) طالب، وبلغ حجم عينة الدراسة (٤٢٤) طالبا صالحة للتحليل الإحصائي، منهج الدراسة وأدواتها: استخدم الباحث المنهج الوصفي، والاستبانة كأداة للدراسة لجمع المعلومات، وقد توصلت الدراسة إلى **عده نتائج من أهمها** أن أفراد عينة الدراسة موافقون على مفهوم الأمن الفكري لدى طلاب الجامعات السعودية، **دراسة سكرة على حسن البريدي (٢٠٢٠) بعنوان "اعتماد الشباب الجامعي على قنوات اليوتيوب فى متابعة قضايا الرأى وعلاقته بالأمن الفكرى لديهم"** هدفت الدراسة الى التعرف على مدى اعتماد الشباب الجامعي على قنوات اليوتيوب فى متابعة قضايا الرأى وعلاقته بالأمن الفكرى لديهم، واعتمدت على منهج الدراسة الوصفية ، واستخدمت ٣٠٠ من شباب الجامعة كعينة للدراسة الميدانية واستخدمت صحيفة الاستقصاء كأداة للتطبيق، وجاءت نتائج الدراسة كالآتى ارتفاع مستوى متابعة الشباب لقنوات اليوتيوب بنسبة ٦٥ %، **دراسة جيهان سيد يحيى (٢٠٢٠) بعنوان " التعرض للقضايا الاقتصادية عبر وسائل الإعلام الرقمية "** هدفت الدراسة الى التعرف على مدى تعرض الجمهور للقضايا الاقتصادية عبر وسائل الإعلام الرقمية، وعلاقته بمستوى الثقة فى الأداء الإقتصادى لديهم ، وتنتمى هه الدراسة الى الدراسات الوصفية، وفى اطارها استخدمت الباحثة منهج المسح، واستخدمت فى ذلك استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات المطلوبة، وطبقت الدراسة على عينة عشوائية من الشباب الجامعي قوامها (٤٠٠) مفردة من القاهرة والسويس والاسكندرية والمنيا، وجاءت نتائج الدراسة كالآتى جاءت ابرز الخدمات الإقتصادية التى تقدمها وسائل الإعلام الرقمية من وجهة نظر الجمهور مايلى: ظهر فى مقدمة تلك الخدمات انها تنشر إعلانات المناقصات، ثم تقدم ملفات ومعلومات إقتصادية متخصصة، يليها نشر أخبار البنوك، ثم يليها انخفاض سعر الصرف. **دراسة عبدالله عمران على (٢٠٢٠) بعنوان " الخطاب الإقناعى فى التلفزيون المصرى "** هدفت الدراسة الى التعرف على دور الخطاب الإقناعى فى التلفزيون المصرى، وتنتمى هذه الدراسة الى الدراسات الوصفية، وفى اطارها استخدم الباحث منهج المسح وتحليل الخطاب ، واعتمد فى دراسته على عينة عمدية من حلقات برنامج التاسعة على القناة الفضائية المصرية الاولى ، وجاءت نتائج الدراسة كالآتى تنوع الأطروحات الرئيسية فى الخطاب الإقناعى تركزت أهمها على ما يلى أطروحة تحدى الوباء (كورونا) وتقبل خطوات الدولة فى مواجهتهم

أطروحة أن الجائحة هي قضية مجتمع وليست قضية دولة، ومثلت أطروحة تحطيم ثقافة التجمعات والبقاء في المنزل (البقاء في البيت ينقذ حياة انسان) الأطروحة الرئيسية والاهم لدى منتج الخطاب ، دراسة نسرین بنت عبد الله فهد (٢٠١٩) بعنوان " الأمن الفكري وعلاقته بالطمأنينة النفسية وفعالية الذات : دراسة تنبؤيه مقارنة "هدفت الدراسة تحديد مستويات الأمن الفكري، الطمأنينة النفسية وفاعلية الذات لدى افراد العينة. ايجاد الفروق لمتغيرات الدراسة (أبعاد الأمن الفكري - الطمأنينة النفسية وأبعاد فاعلية الذات) التي تعزى للخصائص الديموغرافية (النوع، العمر، المؤهل الأكاديمي، الحالة الاجتماعية)، وتوضيح العلاقة بين الامن الفكري وفاعلية الذات. كذلك توضيح العلاقة بين الامن الفكري والطمأنينة النفسية، منهج الدراسة: استخدمت الباحثة المنهج الوصفي الارتباطي المقارن، لدراسة العلاقة بين متغيرات الدراسة في مجتمع مفتوح يمثل سكان الرياض من السعوديين الذكور والاناث في الفئة العمرية بين (١٨-٦٥). وتكونت عينة الدراسة من (٣٦٤) من الجنسين حيث بلغ عدد الاناث (٢٠٢) وعدد الذكور (١٦٢) وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها جاء مستوى الامن الفكري وفاعليه الذات بدرجة مرتفعة لدى افراد العينة بينما جاءت الطمأنينة النفسية بدرجة اقل من المتوسط ، دراسة محمد موسى احمد محمد توم (٢٠١٩) بعنوان الخطاب الاعلامي ودوره فى تعزيز القيم الاسلامية"هدفت الدراسة التعرف على كيفية تناول الخطاب الاعلامي ودوره فى تعزيز القيم الاسلامية , وهى دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على عينة من برامج قنوات طيبة والرسالة المتخصصين ،وقد اعتمد الباحث فى الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لمحتوى الخطاب الاعلامى كما استخدم اداتى الاستبانة والمقارنة كأدوات رئيسية للبحث , كما اظهرت النتائج تفوق قناة الرسالة الفضائية على قناة طيبة الفضائية من حيث تكرارات الجمل القيمية .

- التعليق على الدراسات السابقة:-

باستعراض الدراسات السابقة على هذه الدراسة يتضح للباحثة أنها جاءت متنوعة من حيث الاهتمام والهدف والإجراءات المنهجية، مما أفاد الباحثة من ناحية الإمام بالتراتب النظرى حول موضوع بحثها، لكن رغم ما قدمته هذه الدراسات من نتائج مهمة إلا أن الباحثة لاحظت من خلال قرائتها النقدية لهذه الدراسات بعض الملاحظات التى يمكن إجمالها فيما يلى:

ركزت معظم الدراسات السابقة على التعرف على فهم دور الاعلام فى التنمية الاقتصادية ، حيث تؤثر وسائل الاعلام المتعددة على اتجاهات المتلقى ومن ثم يمكن ان تؤدي الى اجراءات ايجابية فى مناحى التنمية الاقتصادية وكذلك التعرف على اتجاهات الرأى العام المصرى نحو مصداقية القنوات التليفزيونية و مواقع التواصل الاجتماعى فى تناول القضايا وكذلك التعرف على واقع دور الفضائيات السعودية فى التوعية الفكرية، وعلى مفهوم الأمن

الفكري لدى طلاب الجامعات ، ولعل الدراسة الحالية تتفق مع الدراسات السابقة فى جزء كبير من أهدافها حيث، تهدف الدراسة الحالية إلى التعرف على مدى مصداقية الخطاب الاعلامي الموجه بالقنوات الفضائية للقضايا الاقتصادية وعلاقتها بالامن الفكري لدي الجمهور المصري ، وكذلك التعرف على تأثير المتغيرات الديموجرافية على حجم تعرض الشباب الخطاب الاعلامي الموجه بالقنوات الفضائية وبذلك فقد استقادت الدراسة الحالية من هذه الدراسات فى بناء، الإطار النظرى والإطار المنهجى وصياغة التساؤلات، كما أن الدراسات السابقة تنتمى إلى الدراسات الوصفية، و تتفق الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة، حيث أنها تنتمى إلى الدراسات الوصفية.

تساؤلات الدراسة :

- ما مدي تعرض الجمهور للبرامج الحوارية التى تعرض بالقنوات الفضائية؟
- ما اهم البرامج الحوارية التي يفضل الجمهور متابعتها ؟
- ما القضايا الاقتصادية التي يفضلوا مشاهدتها في البرامج الحوارية؟
- أكثر القطاعات الاقتصادية التي يهتم الجمهور بمتابعة قضاياها؟
- ما ترتيب القضايا الاقتصادية التي يفضلوا مشاهدتها في البرامج الحوارية؟
- ما مصداقية الخطاب الإعلامي الوارد حول القضايا الاقتصادية بالبرامج الحوارية لدي الجمهور؟
- ما علاقة مصداقية الخطاب الإعلامي بالامن الفكري لدي الجمهور ؟

فروض الدراسة :

- ١- توجد علاقة ارتباطه ذات دلالة إحصائية بين دوافع وأسباب اعتماد الجمهور علي البرامج الحوارية في الحصول على المعلومات حول القضايا الاقتصادية ومستوى الأمن الفكري لديهم.
- ٢- توجد علاقة ارتباطيه دالة بين معدل تعرض الجمهور للبرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية والموضوعات الاقتصادية المقدمة بها ومستوى الأمن الفكري لديهم "
- ٣- توجد علاقة ارتباطه ذات دلالة إحصائية بين إدراك الجمهور لمصداقية الخطاب الإعلامي الوارد حول القضايا الاقتصادية بالبرامج الحوارية ومستوى التعرض لتلك البرامج.
- ٤- توجد علاقة ارتباطه ذات دلالة إحصائية بين إدراك الجمهور لمصداقية الخطاب الإعلامي الوارد حول القضايا الاقتصادية بالبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية والتأثيرات (المعرفية ، الوجدانية ، السلوكية) الناتجة عن التعرض لذلك الخطاب الإعلامي .

- ٥- توجد علاقة ارتباطه ذات دلالة إحصائية بين إدراك الجمهور لمصادقية الخطاب الإعلامي الوارد حول القضايا الاقتصادية بالبرامج الحوارية ومستوى اعتمادهم على تلك البرامج في الحصول على المعلومات حول القضايا الاقتصادية .
- ٦- توجد علاقة ارتباطه ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الجمهور علي البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية في الحصول علي المعلومات عن القضايا الاقتصادية ومستوى الأمن الفكري لديهم.

حدود الدراسة:

١- **حدود موضوعية:** حددت الباحثة موضوع دراستها في التعرف علي مصادقية الخطاب الاعلامي الموجه بالقنوات الفضائية للقضايا الاقتصادية وعلاقتها بالامن الفكري لدي الجمهور المصري ودرجة الاهتمام والإدراك التي يوليها الجمهور للقنوات الفضائية وعلاقتها بالامن الفكري لدي الجمهور .

٢- **حدود مكانية:** تطبق الدراسة على عينة عشوائية من طلاب جامعة المنوفية وطلاب مدارس المرحلة الثانوية بمحافظة المنوفية .

٣- **حدود زمانية:** حيث حدد الباحث مجال الدراسة التحليلية والتي تبدأ من ٢٠٢١/٩/١ إلى ٢٠٢١/١١/٣٠ .

٤- **حدود بشرية:** تطبق الدراسة على عينة عشوائية من ٤٠٠ مفردة من الجمهور ويتم تقسيمه إلى فئات عمرية (مرحلة المراهقة من ١٦ إلى ١٩ سنة - مرحلة الشباب من ٢٠ إلى ٢٩ سنة).

نوع ومنهج الدراسة:

١- نوع الدراسة :

هذه الدراسة من الدراسات الوصفية بشقيها التحليلي والميداني والتي تهدف إلى وصف ورصد مصادقيه الخطاب الاعلامي الموجه بالقنوات الفضائية للقضايا الاقتصادية التعرف على الأوصاف الدقيقة للظاهرة أو لمجموعة من الظواهر ، حيث يرتبط مفهوم البحث الوصفي بدراسة واقع الأحداث والظواهر والمواقف والآراء وتحليلها ، وتفسيرها بغرض الوصول إلى استنتاجات مفيدة ، إما لتصحيح هذا الواقع أو تحديثه أو استكماله أو تطويره ، وتمثل هذه الاستنتاجات فهما للحاضر يستهدف توجيه المستقبل^(٨).

(٨) محمد منير حجاب ، أساليب البحوث الإعلامية والاجتماعية (ط٢) . القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٣ ، ص٧٨ .

فهو يستهدف وصف الأحداث والأشخاص والمعتقدات والاتجاهات والقيم والأهداف والتفضيل والاهتمام وكذلك أنماط السلوك المختلفة^(٩).

٢- منهج الدراسة :

منهج المسح الإعلاني :

في إطار هذه الدراسة الوصفية التحليلية اعتمد البحث على منهج المسح الإعلاني، ويرجع ذلك إلى كونه من أنسب المناهج العلمية للدراسات الوصفية بصفة عامة ، لأنه يستخدم في دراسة الظواهر أو المشكلات البحثية في وضعها الراهن^(١٠).

كما يرجع ذلك إلى كونه جهدا علميا منظما للحصول علي بيانات ومعلومات وأوصاف للظاهرة ومعرفة كامل جوانبها المختلفة بالاضافه الي اسلوب المقارنه المنهجيه.

مجتمع الدراسة:

تطبق الدراسة على عينة عشوائية من طلاب جامعة المنوفية وطلاب مدارس المرحلة الثانوية بمحافظة المنوفية .

عينة الدراسة :

العينة البشرية :

تطبق الدراسة على عينة عشوائية من ٤٠٠ مفردة من الجمهور ويتم تقسيمه إلى فئات عمرية(مرحلة المراهقة من ١٦ إلى ١٩ سنة - مرحلة الشباب من ٢٠ إلى ٢٩ سنة) . وقد زادت الباحثة حجم العينة عن ٤٠٠ مفردة والتي تكفى لتمثيل مجتمع قوامه ٥٠٠ ألف نسمة عند نسبة خطأ ٥٪ إلى (٤٣٠) مفردة، وذلك لتلافي حدوث أخطاء أثناء جمع البيانات أو عدم الصدق، أو عدم استكمال البيانات المطلوبة، مما يحقق أعلى نسبة صدق ممكنة في تمثيل المجتمع الأصلي للدراسة، وقد استبعدت الباحثة (٣٠) استمارة نظراً لعدم اكتمال بياناتهم أو أن الاستجابات غير مكتملة، أو لعدم مصداقية استماراتهم بعد إجراء المراجعة , ولذلك تكونت عينة الدراسة الأساسية من (٤٠٠) مفردة.

أدوات البحث :

استمارة الاستبيان:- (*)

اعتمدت الدراسة الحالية على صحيفة الاستقصاء كأداة لجمع المعلومات عن العينة , حيث تعد من أنسب أساليب جمع البيانات لموضوع البحث كما أنها من أكثر الوسائل شيوعا

(٩) محمد عبد الحميد ، بحوث الصحافة (ط٢) . القاهرة : عالم الكتب ، ١٩٩٧ ، ص٨١.

(١٠) سمير محمد حسين ، بحوث الإعلام (ط٣). القاهرة : عالم الكتب ، ١٩٩٩ ، ص ص٢٣٤،٢٣٣.

واستخداما فى منهج المسح ، وذلك لإمكانية استخدامها فى جمع المعلومات عن موضوع معين من عدد كبير من الأفراد يجتمعون فى مكان واحد (١١).

كما يرجع ذلك نظرا لتعدد البيانات المطلوبة واتساع حجم العينة مجتمع البحث ، وضرورة توحيد توقيت جمع البيانات ، وتم صياغة الأسئلة علي أن تكون واضحة وبسيطة وتغطي كافة جوانب المشكلة ، ويراعى فيها مدى اهتمام المبحوثين بما يعرض من قضايا الإقتصادية فى البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية.

وقد تم تطبيق الاستبيان من خلال المقابلة الشخصية مع المبحوثين ، وهو ما يعطى الفرصة للتأكد من فهم المبحوث للأسئلة الواردة بها من ناحية ، ومواجهة ما قد يطرأ من صعوبات أثناء التطبيق من ناحية أخرى .

صدق وثبات الاستبيان :

- صدق الاستبيان :

يقصد بالصدق أن تقيس استمارة الاستبيان ما وضعت لقياسه ، وقد أجرى اختبار الصدق للتأكد من صدق الاستبيان من حيث صدق المحتوى Content validity حيث تم تحديد أهداف الدراسة وتساؤلاتها وترجمة ذلك فى شكل فروض بعد الإطلاع علي التراث العلمي من خلال مراجعة بعض الدراسات السابقة التي اتخذت من البرامج الحوارية أو القضايا الإقتصادية موضوعا لها ، ثم وضع الأسئلة التي تغطي أهداف وتساؤلات الدراسة .

وتم التحقق من الصدق الظاهري للاستمارة من خلال عرضها علي مجموعة من المحكمين فى المجالات التي ترتبط بموضوع الدراسة، وتم تعديل الاستمارة وفقا لما أبدوه من ملاحظات .

- ثبات الاستبيان

تم إجراء اختبار الثبات لاستمارة الاستبيان عن طريق إعادة تطبيق الاستمارة Retest عبر فترة زمنية من إجاباتهم عليها، وذلك علي عينة التقنين وقوامها ٦٠ مفردة ، وذلك بعد مرور خمسة عشر يوماً من التطبيق الأول للاستمارة، وقد اعتمدت الباحثة فى حساب ثبات نتائج الاستبيان علي حساب نسبة الاتفاق بين إجابات المبحوثين فى التطبيق الأول والثاني

(١٠) استمارة الاستبيان (ملحق ٤).

(١) عاطف عدلى العبد ، الرأى العام وطرق قياسه - الأسس النظرية ، الجوانب المنهجية ، النماذج التطبيقية والتدريبات العلية، مرجع سابق ، ص ١٨٨ .

وكانت قيمة معامل الثبات ٩٣٪، وهو معامل ثبات مرتفع يدل على عدم وجود اختلاف كبير في إجابات المبحوثين، كما يدل على صلاحية الاستبيان للتطبيق .

مقياس الامن الفكرى:

أعدت الباحثة هذه الأداة ، وذلك لقياس الامن الفكرى لدى الجمهور ، ويتكون المقياس فى صورته النهائية من ٢٠ عبارة موزعة على ثلاثة أبعاد فرعية ويوجد أمام كل عبارة ثلاثة اختيارات هى موافق ، الى حد ما ، غير موافق ، ويعطى لكل منهم الدرجات التالية : ٣ ، ٢ ، ١ على الترتيب ، وقامت الباحثة بالتحقق من صدق وثبات الأداة بطرق متعددة ، حيث توصلت إلى معاملات صدق وثبات عالية يمكن الاطمئنان إليها عند استخدام الأداة فى البيئة المصرية، ويتم تصحيح المقياس بجمع الدرجات على كل بعد من الأبعاد الفرعية للحصول على الدرجة الكلية.

الأساليب الإحصائية المستخدمة فى الدراسة:

قامت الباحثة بإجراء التحليل الإحصائي لبيانات هذه الدراسة من خلال الكمبيوتر وذلك باستخدام برنامج SPSS for windows الإصدار ٢١ ، والمعروف اختصاراً بحزمة البرامج الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS): Statistical Package for social science وقد تم استخدام الاختبارات الإحصائية التالية :

- ١- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- ٢- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية .
- ٣- تحليل التباين ذي البعد الواحد One Way Analysis of Variance ANOVA لدراسة الفروق الإحصائية بين المتوسطات الحسابية للمجموعات فى أحد متغيرات الدراسة .
- ٤- معامل ارتباط بيرسون Pearson Correlation لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من متغيرات الدراسة .
- ٥- اختبار "ت" T.Test للمجموعات المستقلة لدراسة الفروق بين المتوسطين الحسابيين لمجموعتين من المبحوثين على أحد متغيرات الدراسة .

نتائج البحث:

- ١- مدى مشاهدة العينة للبرامج الحوارية التي تعرض بالقنوات الفضائية وفقاً للنوع .
جدول رقم (١)
- تكرارات ونسب مشاهدة العينة للبرامج الحوارية التي تعرض بالقنوات الفضائية وفقاً للنوع .

الإجمالي		إناث		ذكور		النوع مدى المشاهدة
%	ك	%	ك	%	ك	
٤٠.٠	١٦٠	٣٢.٠	٦٤	٤٨.٠	٩٦	دائما
٣٣.٥	١٣٤	٤٦.٠	٩٢	٢١.٠	٤٢	أحيانا
٢٦.٥	١٠٦	٢٢.٠	٤٤	٣١.٠	٦٢	لا
١٠٠	٤٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	الإجمالي

قيمة كا^٢ = ٢٨.١١ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠.٢٥٦ مستوى الدلالة = دالة ***

تدل بيانات الجدول السابق على:

أن نسبة ٧٣.٥% من عينة الدراسة يشاهدون البرامج الحوارية التي تعرض بالقنوات الفضائية كلها أو بعضها ، حيث أكدت نسبة ٤٠.٠% من عينة الدراسة أنهم يشاهدون البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية بصفة دائمة ، وقد وزعت هذه النسبة إلى ٤٨.٠% للذكور في مقابل نسبة ٣٢.٠% للإناث ، في حين أفادت نسبة ٣٣.٥% منهم أنهم يشاهدون تلك البرامج بصفة غير منتظمة (أحيانا) ، وقد وزعت هذه النسبة إلى ٢١.٠% للذكور في مقابل نسبة ٤٦.٠% للإناث ، على حين أكدت نسبة ٢٦.٥% من العينة أنها لا تشاهد تلك البرامج إطلاقا، وقد وزعت هذه النسبة إلى ٣١.٠% للذكور في مقابل نسبة ٢٢.٠% للإناث.

كما تبين من بيانات الجدول السابق أن قيمة كا^٢ بلغت (٢٨.١١) عند درجة حرية = (٢) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة إحصائية = ٠.٠٠١ كما بلغت قيمة معامل التوافق ٠.٢٥٦ ، وهي أيضا قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة إحصائية = ٠.٠٠١ ، وهو ما يؤكد علي وجود تباين بين النوع ومدى مشاهدة عينة الدراسة للبرامج الحوارية التي تعرض بالقنوات الفضائية ويشير إلى وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع ومدى مشاهدة عينة الدراسة لتلك البرامج كلها أو بعضها .

كما اتفقت نتائج هذه الدراسة مع دراسة "ميادة عبد العال"^(١٢) حيث اظهرت النتائج ان نسبة من يتابعون البرامج الحوارية بشكل دائم جاءت نسبة ٤١,٤% ، وحيانا بنسبة ٣٧,٧%، كما جاءت في النهاية نادرا ما يشاهدون البرامج الحوارية بنسبة ٢٠,٨%. كما اختلفت نتائج حذة الدراسة مع

(١٢) ميادة عبد العال عبد العال ، البرامج الحوارية في التلفزيون المصري وعلاقتها بالحرية والمسؤولية الاجتماعية ، مجلة البحث العلمي في الاداب ، الجزء الاول ، العدد التاسع عشر ، ٢٠١٨ .

دراسة" اكرام قندوزي^(١٣) حيث لاحظ الباحث ان اغلب الطلاب يتابعون البرامج الحوارية احيانا بنسبة ٨٣٪ تلية نسبة ١٠٪ دائما كما ان مشاهدة البرامج الحوارية بنسبة نادرا ٧٪.

٢- البرامج الحوارية التي تفضل عينة الدراسة مشاهدتها بالقنوات الفضائية .

جدول (٢)

تكرارات ونسب البرامج الحوارية التي تفضل عينة الدراسة مشاهدتها بالقنوات الفضائية

الدلالة	قيمة z	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع البرامج
		%	ك	%	ك	%	ك	
دالة***	٨.١٩	٧٢.١	٢١٢	٥١.٩	٨١	٩٤.٩	١٣١	الحكاية
غير دالة	١.٤٨	٦٦.٧	١٩٦	٦٢.٨	٩٨	٧١.٠	٩٨	الحياة اليوم
دالة***	٦.١٦	٢٣.٥	٦٩	٣٧.٨	٥٩	٧.٢	١٠	يحدث في مصر
غير دالة	١.٥٩	٥٨.٢	١٧١	٥٣.٨	٨٤	٦٣.٠	٨٧	مع معتز
دالة***	٣.٥٦	٧.٨	٢٣	٢.٦	٤	١٣.٨	١٩	المصري افندي
دالة*	٢.٢٦	٢٠.٤	٦٠	١٥.٤	٢٤	٢٦.١	٣٦	رأي عام
دالة***	٩.٢٣	٣٤.٤	١٠١	١٠.٣	١٦	٦١.٦	٨٥	على مسئوليتي
دالة***	٣.٤٢	٥٦.١	١٦٥	٤٦.٨	٧٣	٦٦.٧	٩٢	٩٠ دقيقة
دالة***	٧.٠٤	٤٥.٣	١٢٨	٢٤.٤	٣٨	٦٥.٢	٩٠	آخر النهار
			٢٩٤		١٥٦		١٣٨	جملة من سئلوا

أوضحت النتائج الواردة في الجدول السابق أن أهم البرامج الحوارية التي تفضل عينة الدراسة مشاهدتها بالقنوات الفضائية جاءت مرتبة طبقا لما أحرزته من تكرارات كما يلي:

- جاء برنامج " الحكاية " في مقدمة البرامج الحوارية التي تفضل عينة الدراسة مشاهدتها بالقنوات الفضائية ، وذلك بنسبة بلغت (٧٢.١٪)، وفي الترتيب الثاني جاء برنامج " الحياة اليوم " بنسبة (٦٦.٧٪)، يليهما وفي الترتيب الثالث جاء برنامج مع معتز وذلك بنسبة بلغت (٥٨.٢٪)، يليه برنامج " ٩٠ دقيقة " بنسبة (٥٦.١٪)، ثم " آخر النهار "، بنسبة (٤٥.٣٪)، وجاء " على مسئوليتي " في الترتيب السادس ضمن أهم البرامج الحوارية التي تفضل عينة الدراسة مشاهدتها بالقنوات الفضائية وذلك بنسبة

(١٣) اكرام قندوزي ، اثر البرامج الحوارية في الفضائيات الجزائرية الخاصة علي الوعي السياسي للطلبة الجامعين ، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية ، قسم الاعلام والاتصال ، ٢٠١٨ .

(٣٤.٤٪)، وفي الترتيب السابع جاء " الحكاية" وذلك بنسبة (٢٣.٥٪)، ثم " رأي عام " وذلك بنسبة (٢٠.٤٪)، وأخيراً جاء برنامج " المصري أفندي" في نهاية البرامج الحوارية التي تفضل عينة الدراسة مشاهدتها بالقنوات الفضائية وذلك بنسبة (٧.٨٪) من إجمالي من يشاهدون البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية .

وقد أوضحت النتائج وجود فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين من الذكور والإناث في نسب مشاهدة بعض البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية علي النحو الآتي:

- وجود فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين من الذكور والإناث في نسب مشاهدة كل من برامج " الحكاية "، " المصري أفندي "، " على مسؤوليتي "، " ٩٠ دقيقة "، " آخر النهار " حيث بلغت قيم Z المحسوبة (٨.١٩، ٣.٥٦، ٩.٢٣، ٣.٤٢، ٧.٠٤ وجميعها أعلى من القيم الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين ودالة عند مستوى ثقة ٩٩٩٪، وذلك لصالح المبحوثين من الذكور عينة الدراسة.
- وجود فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين من الذكور والإناث في نسب مشاهدة برنامج " رأي عام "، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٢.٢٦) وهي أعلى من القيم الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين ودالة عند مستوى ثقة ٩٥٪، وذلك لصالح المبحوثين من الذكور عينة الدراسة.
- وجود فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين من الذكور والإناث في نسب مشاهدة برنامج يحدث في مصر "، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة ٦.١٦، وهي أعلى من القيم الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين ودالة عند مستوى ثقة ٩٩٩٪، وذلك لصالح المبحوثين من الإناث عينة الدراسة.

في حين لم توجد فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين من الذكور والإناث في نسبة مشاهدة برامج الحياة اليوم ، مع معتز، حيث كانت قيم Z المحسوبة ١.٤٨ ، ١.٥٩ وهي أقل من قيمتها الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين على كل منهما . كما اختلفت نتائج هذه الدراسة مع دراسة " فتحي محمد شمس الدين " (١٤) حيث توصلت الي ان ابرز البرامج الحوارية التي يحرص علي متابعتها برنامج كل يوم علي قناه on tv في المرتبة الاولى بنسبة ٣١,٩٪ ثم في المرتبة الثانية برنامج هنا العاصمة بقناة cbc بنسبه ٢٩.٠٪ ثم في المرتبة الثالثة برنامج العاشرة مساءا .. كما اختلفت نتائج هذه الدراسة مع نتائج "

(١٤) فتحي شمس محمد الدين ، معالجة البرامج الحوارية لقضايا الارهاب عبر القنوات الفضائية وعلاقتها بتوجه الشباب المصري نحو الكيانات الارهابية، مرجع سابق .

صبري خالد عبد الهادي " (١٥) حيث يوضح اهم القنوات التي يحرص عينة الدراسة علي مشاهدتها حيث جاء في المرتبة الاولى قناة on tv في المرتبة الاولى بنسبة ٧١,٦٪ بينما جاء cbc في المرتبة الثانية بنسبة ٦١٪ بينما جاءت قناة النهار في المرتبة الثالثة ثم في المرتبة الرابعة دريم وهذا ما يتفق هذه النتائج السابقة مع دراسة " فتحي محمد شمس" ويختلف مع نتائج دراستي الحالية. وهذا يرجع اختلاف البرامج الحوارية عن البرامج دراستي وهذا يرجع لاختلاف العينة والمدة الزمنية التي توجد بها هذه البرامج علي الساحة الاعلامية . كما اتفقت نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة " احمد محمد صالح " (١٦) حيث اكد ان اكثر البرامج الحوارية التي يفضل الشباب الجامعي مشاهدتها بالقنوات الفضائية العربية برنامج الحكاية حيث جاء في المرتبة الاولى بنسبة ٨٦,٢٪ وهذا يرجع الي تفضيل الجمهور عينة الدراسة لذلك البرنامج نظرا لما يتمتع به مقدم البرنامج من شعبية كبيرة وقدرات علي اقناع المشاهد بالمحتوي وكما تتنوع ضيوف البرنامج وتنوع التقارير والايخبار التي يعرضها الي المشاهدين .

٣- أكثر القضايا التي تهتم عينة الدراسة بمتابعتها في البرامج الحوارية التي تعرض بالقنوات الفضائية وفقاً للنوع.

جدول (٣)

تكرارات ونسب أكثر القضايا التي تهتم عينة الدراسة بمتابعتها في البرامج الحوارية التي تعرض بالقنوات الفضائية وفقاً للنوع.

رقم	الدالة	قيمة z	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع القضايا
			%	ك	%	ك	%	ك	
٢	دالة ***	٤.٤٥	٦٤.٣	١٨٩	٥٢.٦	٨٢	٧٧.٥	١٠٧	السياسية
١	غير دالة	١.٧٥	٦٧.٣	١٩٨	٦٢.٨	٩٨	٧٢.٥	١٠٠	الاقتصادية
٤	دالة ***	٣.٣٤	٢٣.١	٦٨	١٥.٤	٢٤	٣١.٩	٤٤	الرياضية
٣	غير دالة	١.٨٤	٣٣.٧	٩٩	٣٨.٥	٦٠	٢٨.٣	٣٩	الاجتماعية
٥	-	-	١٥.٠	٤٤	٥.١	٨	٢٦.١	٣٦	أخرى
			٢٩٤		١٥٦		١٣٨		جملة من سئولا

(١٥) صبري خالد صبري، دور القنوات الفضائية المصرية في تشكيل اتجاهات الراي العام نحو القضايا السياسية ، مرجع سابق.

(١٦) احمد محمد صالح العميري، دور البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية في تنمية وعي الشباب الجامعي بمخاطر الشائعات ، المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال، العدد التاسع والعشرون ، يونيو ٢٠٢٠.

أوضحت النتائج الواردة في الجدول السابق أن أكثر القضايا التي تهتم عينة الدراسة بمتابعتها في البرامج الحوارية التي تعرض بالقنوات الفضائية جاءت مرتبة طبقاً لما أحرزته من تكرارات كما يلي:

- جاءت القضايا " الاقتصادية " في مقدمة القضايا التي تهتم عينة الدراسة بمتابعتها في البرامج الحوارية التي تعرض بالقنوات الفضائية ، وذلك بنسبة بلغت (٦٧.٣٪)، وفي الترتيب الثاني جاءت القضايا " السياسية " بنسبة (٦٤.٣٪)، يليهما وفي الترتيب الثالث جاءت القضايا الاجتماعية بنسبة (٣٣.٧٪)، ثم القضايا الرياضية ، بنسبة (٢٣.١٪)، وفي الترتيب الخامس والأخير ضمن أكثر القضايا التي تهتم عينة الدراسة بمتابعتها في البرامج الحوارية التي تعرض بالقنوات الفضائية جاءت قضايا أخرى تمثلت في القضايا الصحية وقضايا الفساد المالي والإداري وذلك بنسبة (١٥.٠٪). وقد أوضحت النتائج وجود فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين من الذكور والإناث في نسب متابعة بعض القضايا بالبرامج الحوارية في القنوات الفضائية خلال فترة الدراسة علي النحو الآتي:

▪ وجود فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين من الذكور والإناث في نسب التركيز على متابعة كل من القضايا " السياسية"، " الاقتصادية " بالبرامج الحوارية ، " حيث بلغت قيم Z المحسوبة (٤.٤٥ ، ٣.٣٤) على الترتيب ، وهي أعلى من القيم الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين ودالة عند مستوى ثقة ٩٩٩٪، وذلك لصالح المبحوثين من الذكور عينة الدراسة.

▪ في حين لم توجد فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين من الذكور والإناث في نسبة التركيز على متابعة كل من القضايا الاقتصادية والاجتماعية بالبرامج الحوارية ، حيث كانت قيم Z المحسوبة ١.٧٥ ، ١.٨٤ على الترتيب وهي أقل من قيمتها الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين .

تختلف هذه النتيجة مع دراسة " Ezzat molouk"^(١٧) أن القضايا الاقتصادية جاءت في المرتبة الأولى باعتبارها مصدراً مهماً ورئيسياً للتنمية الاقتصادية . اختلفت نتائج هذه الدراسة مع

(17)Ezzat molouk kenawy:the expected economic effects of the new suez canal project in egypt,European journal of academic essays,vol 1,no 12,2015,p13-22,available at: www.euroessays.org.

دراسة " نجوي ابراهيم جمعه " (١٨) حيث ان الموضوعات السياسية جاءت في المرتبة الاولى بنسبة ٧٠,٤٪ من اجمالي عينة ما يتابعون القنوات الفضائية بينما جاءت الموضوعات الترفيهية في المرتبة الثانية بنسبة ٦٨,٣٪ بينما جاءت الموضوعات الاقتصادية في المرتبة الاخيرة لتلك الموضوعات بنسبة ١٧,٢٪ . كما اختلفت نتائج دراسة " فتحي محمد شمس الدين " (١٩) حيث اوضحت ان الموضوعات السياسية والامنية في مقدمة تلك القضايا بنسبة ٣٥,٦٪ بينما جاءت القضايا الاقتصادية في المرتبة الثانية بنسبة ٢٥,٢٪ وهذا يدل علي ان كل مرحلة لها فترة في ترتيب اولويات القضايا المطروحة علي الساعة وهذا ما اختلفت نتائج دراستي مع هذه الدراسة .

٤- أكثر القطاعات الاقتصادية التي تهتم عينة الدراسة بمتابعة أخبارها في البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية .

جدول (٤)

تكرارات ونسب القطاعات الاقتصادية التي تهتم عينة الدراسة بمتابعة أخبارها في البرامج الحوارية وفقا للنوع

الدالة	قيمة z	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع القطاعات
		%	ك	%	ك	%	ك	
غير دالة	٠.٠٣	٨٩.٨	٢٦٤	٨٩.٧	١٤٠	٨٩.٩	١٢٤	التعليم
غير دالة	١.٤٢	٣٨.٤	١١٣	٣٤.٦	٥٤	٤٢.٨	٥٩	التجارة
دالة*	٢.٥١	١٨.٤	٥٤	٢٣.٧	٣٧	١٢.٣	١٧	الاتصالات
دالة***	٥.١٥	٤٣.٥	١٢٨	٢٩.٥	٤٦	٥٩.٤	٨٢	السياحة
غير دالة	٠.٢١	١١.٩	٣٥	١١.٥	١٨	١٢.٣	١٧	الزراعة
غير دالة	٠.٤٢	٢٢.١	٦٥	٢٣.١	٣٦	٢١.٠	٢٩	الصناعة
غير دالة	١.٥١	٢٥.٩	٧٦	٢٩.٥	٤٦	٢١.٧	٣٠	المالي
غير دالة	١.٦٣	٢٣.١	٦٨	٢٦.٩	٤٢	١٨.٨	٢٦	المواصلات
		٢٩٤		١٥٦		١٣٨		جملة من سئولا

(١٨)نجوي ابراهيم جمعه ، المعالجة الاعلامية لازمة مياة النيل بالقنوات الفضائية المصرية وعلاقتها باتجاهات المراهقين نحو العلامات المصرية الافريقية ، مرجع سابق.

(١٩)فتحي شمس محمد الدين ، معالجة البرامج الحوارية لقضايا الارهاب عبر القنوات الفضائية وعلاقتها بتوجه الشباب المصري نحو الكيانات الارهابية، مرجع سابق .

أوضحت النتائج الواردة في الجدول السابق أن أكثر القطاعات الاقتصادية التي تهتم عينة الدراسة بمتابعة أخبارها في البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية جاءت مرتبة طبقاً لما أحرزته من تكرارات كما يلي:

- جاء قطاع " التعليم " في مقدمة القطاعات الاقتصادية التي تهتم عينة الدراسة بمتابعة أخبارها في البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية ، وذلك بنسبة بلغت (٨٩.٨٪)، وفي الترتيب الثاني جاء قطاع " السياحة " بنسبة (٤٣.٥٪)، يليهما وفي الترتيب الثالث جاء قطاع " التجارة " بنسبة (٣٨.٤٪) ، ثم " المالي " ، بنسبة (٢٥.٩٪)، وجاء قطاع " المواصلات " في الترتيب الخامس ضمن أكثر القطاعات الاقتصادية التي تهتم عينة الدراسة بمتابعة أخبارها في البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية وذلك بنسبة (٢٣.١٪)، وفي الترتيب السادس جاء قطاع " الصناعة " وذلك بنسبة (٢٢.١٪)، ثم قطاع " الاتصالات " وذلك بنسبة (١٨.٤٪)، وأخيراً جاء قطاع " الزراعة " في نهاية القطاعات الاقتصادية التي تهتم عينة الدراسة بمتابعة أخبارها في البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية وذلك بنسبة (١١.٩٪) من إجمالي من يشاهدون البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية .

وقد أوضحت النتائج وجود فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين من الذكور والإناث في نسب متابعة أخبار بعض القطاعات الاقتصادية في البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية علي النحو الآتي:

- وجود فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين من الذكور والإناث في نسب متابعة أخبار قطاع الاتصالات في البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية " حيث بلغت قيم Z المحسوبة (٢.٥١) وهي أعلى من القيم الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين ودالة عند مستوى ثقة ٩٥٪، وذلك لصالح المبحوثين من الإناث عينة الدراسة.
- وجود فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين من الذكور والإناث في نسب متابعة أخبار قطاع السياحة في البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية " حيث بلغت قيم Z المحسوبة (٥.١٥) وهي أعلى من القيم الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين ودالة عند مستوى ثقة ٩٩٩٪، وذلك لصالح المبحوثين من الذكور عينة الدراسة.
- على حين لم توجد فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين من الذكور والإناث في نسب متابعة أخبار باقي قطاع القطاعات الاقتصادية في البرامج الحوارية بالقنوات

الفضائية، حيث كانت قيم Z المحسوبة أقل من قيمتها الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين . كما اختلفت نتائج هذه الدراسة مع دراسة " هند نبيل " (٢٠) حيث جاءت قضية البطالة في المرتبة الاولى ثم مشكلة الفقر وانخفاض الدخل ثم قضية ارتفاع الاسعار ثم ازمة الوقود اما الموضوعات المتعلقة باداء الاقتصاد المحلي والبورصة والمساعدات الاقتصادية الخارجية فقد جاءت كلا منهما في مراحل متاخرة.

٥- ترتيب القضايا الاقتصادية التي تفضل العينة مشاهدتها في البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية .

جدول (٥)

ترتيب القضايا الاقتصادية التي تفضل العينة مشاهدتها في البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية

الترتيب	الوزن المرجح		الترتيب	السابع	السادس	الخامس	الرابع	الثالث	الثاني	الأول	الترتيب القضايا الاقتصادية
	الوزن المئوي	النقاط									
1	20.23	1986	٠	١٩	٠	١٨	٢٥	٤٣	١٩	١٧٠	المبادرات الرئاسية
3	14.24	1398	١٨	٢٥	١٨	٠	١٩	١٠٤	٥١	٢٥	التحول الرقمي
٢	19.90	1954	٠	٠	٠	٠	٢٥	١١٠	١٠٣	٥٦	دعم المشروعات الصغيرة والمتوسطة
٤	12.11	1189	٠	١٨	٢٥	٤٤	١٣٦	٣٧	٠	٠	الصناعات المحلية
5	11.54	1133	٠	٠	١٢٩	٥١	١٨	٠	٤٤	١٨	تنمية القرى
٦	11.10	1090	١٩	١٨	٥١	١٠٣	١٩	٠	٢٥	٢٥	النقل والسكك الحديدية
7	7.90	776	٢٥	٧٠	١٩	٢٥	١٨	٠	٥٢	٠	الطاقة والغاز
8	2.98	293	١١٣	٢٥	١٨	١٩	٠	٠	٠	٠	الاستيراد والتصدير
٩٨١٩											مجموع الأوزان

أوضحت النتائج الواردة في الجدول السابق أن ترتيب القضايا الاقتصادية التي تفضل العينة مشاهدتها في البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية ، جاءت طبقا لما أحرزته من تكرارات وأوزان مئوية بالترتيب كما يلي:

(٢٠) هند نبيل، دور النشرات والبرامج الاقتصادية بالتلفزيون المصري في ترتيب اولويات الجمهور نحو القضايا الاقتصادية ، المجلة الاجتماعية القومية ، المجلد الثاني والخمسون، ٢٠١٥ .

- جاء كل المبادرات الرئاسية المختلفة " في مقدمة ترتيب القضايا الاقتصادية التي تفضل العينة مشاهدتها في البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية وذلك بوزن مؤوي (٢٠.٢٣٪) ، يليها جاء " دعم المشروعات الصغيرة والمتوسطة " وذلك بوزن مؤوي (١٩.٩٠٪) .
- وفي الترتيب الثالث جاء " التحول الرقمي " ضمن القضايا الاقتصادية التي تفضل العينة مشاهدتها في البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية وذلك بوزن مؤوي (١٤.٢٤٪) ، يليه " الصناعات المحلية " وذلك بوزن مؤوي (١٢.١١٪) .
- وفي الترتيب الخامس للقضايا الاقتصادية التي تفضل العينة مشاهدتها في البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية جاءت " تنمية القرى " وذلك بوزن مؤوي (١١.٥٤٪) ، ثم " النقل والسكك الحديدية " وذلك بوزن مؤوي (١١.١٠٪) .
- وفي الترتيب السابع جاءت " الطاقة والغاز " وذلك بوزن مؤوي (٧.٩٠٪) ، يليها وفي الترتيب الثامن والأخير ضمن القضايا الاقتصادية التي تفضل العينة مشاهدتها في البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية جاء " المضمون نفسه " وذلك بوزن مؤوي (٢.٩٨٪) .
- تختلف هذه النتائج مع دراسة "وفاء عبدالخالق ثروت" ^(٢١) حيث توصلت الى ان أبرز القضايا الاقتصادية على الساحة حيث جاء في المرتبة الاولى تعويم الجنية وارتفاع الاسعار وأزمة السكر بينما في المرتبة الثانية صندوق النقد الدولي . واختلفت نتائج هذه الدراسة مع دراسة " صبري خالد عبد الهادي " (٢٢) حيث اكدت ان مشروع تطور قناه السويس جاء في المرتبة الاولى بنسبة ٣٦,١٪ بينما جاءت الانتخابات البرلمانية في المرتبة الثانية بنسبة ٢٤,٣٪ وجاء في الترتيب الثالث محاربة الارهاب بكافة انواعه ثم في المرتبة الاخيرة سد النهضة بنسبة ٢١,٧٪ وقد يختلف ذلك لاختلاف الوقت بالنسبة لاهتمام الجمهور عينة الدراسة بمتابعة تلك القضايا .

٦- استجابات العينة حول مصداقية الخطاب الإعلامي الوارد حول القضايا الاقتصادية بالبرامج الحوارية .

- (١) وفاء عبدالخالق ثروت " دلالة تأطير الصورة في التغطية الإعلامية للقضايا الاقتصادية في مصر " رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الاداب ، جامعة المنيا .
- (٢٢) صبري خالد صبري ، دور القنوات الفضائية المصرية في تشكيل اتجاهات الراي العام نحو القضايا السياسية ، مرجع سابق .

جدول (٦)

ترتيب استجابات العينة حول مصداقية الخطاب الإعلامي الوارد حول القضايا الاقتصادية بالبرامج الحوارية

الوزن المرجح		معارض		محايد		موافق		درجة الموافقة	العبارات
الوزن المئوي	النقاط	%	ك	%	ك	%	ك		
6.05	729	١٥.٦	٤٦	٢٠.٧	٦١	٦٣.٦	١٨ ٧	المعلومات بالقضايا الاقتصادية تعتمد على مصادر موثوق فيها	
5.82	702	٢٤.٥	٧٢	١٢.٢	٣٦	٦٣.٣	١٨ ٦	استضافة خبراء متميزين المجال الاقتصادي يعد عنصرا من عناصر المصداقية	
5.19	626	٢٧.٦	٨١	٣٢.٠	٩٤	٤٠.٥	١١ ٩	البرامج الحوارية يقتصر دورها على الإشادة دائما بقضايا التنمية	
5.36	646	٢٣.١	٦٨	٣٤.٠	١٠	٤٢.٩	١٢ ٦	استخدام الاستمالات المنطقية والعاطفية بصورة متوازنة	
6.65	801	٣.٧	١١	٢٠.١	٥٩	٧٦.٢	٢٢ ٤	تتمتع موضوعات البرامج الحوارية بالموضوعية في طرح القضايا الاقتصادية	
6.31	761	١١.٦	٣٤	١٨.٠	٥٣	٧٠.٤	٢٠ ٧	موضوعات البرامج الحوارية تقدم لنا المعلومات دون أن يفرض علينا أحد وجهة نظره	
4.94	596	٣٠.٣	٨٩	٣٦.٧	١٠	٣٣.٠	٩٧ ٨	أشعر مع موضوعات البرامج الحوارية بالكفاية التي لا أجدها مع أي محتوى إعلامي آخر	
5.58	673	١٨.٧	٥٥	٣٣.٧	٩٩	٤٧.٦	١٤ ٠	تهتم البرامج بتغطية قضايا على حساب قضايا أخرى أكثر أهمية	
5.96	718	٢٠.٧	٦١	١٤.٣	٤٢	٦٥.٠	١٩ ١	ما نشاهده تكتمل جوانبه بالصور الثابتة والمتحركة وملفات الفيديو بالبرامج الحوارية	
4.59	553	٣٢.٠	٩٤	٤٨.٠	١٤	٢٠.١	٥٩ ١	تركز البرامج الحوارية على السلبيات والمبالغة في نشرها	
5.33	642	٢٥.٢	٧٤	٣١.٣	٩٢	٤٣.٥	١٢ ٨	تتيح البرامج الحوارية الفرصة للجمهور للتعبير عن رأيه في قضايا التنمية الاقتصادية	
5.47	659	٢٣.٥	٦٩	٢٨.٩	٨٥	٤٧.٦	١٤ ٠	البرامج الحوارية تنقد بموضوعية ما يصدر من قرارات تخص القضايا الاقتصادية المختلفة	
6.23	751	٨.٨	٢٦	٢٦.٩	٧٩	٦٤.٣	١٨ ٩	تهتم البرامج الحوارية بعرض وجهات النظر المختلفة حول الموضوعات الاقتصادية	
5.73	691	١٥.٣	٤٥	٣٤.٤	١٠	٥٠.٣	١٤ ٨	تقدم القنوات الفضائية التليفزيونية مناقشات من وجهة نظر واحدة حول القضايا الاقتصادية	

5.77	695	٢٣.١	٦٨	١٧.٣	٥١	٥٩.٥	١٧	٥	يلقى الخطاب الإعلامي الضوء على بعض القضايا الاقتصادية في حين يتجاهل قضايا أخرى
4.50	542	٤٩.٣	١٤	١٧.٠	٥٠	٣٣.٧	٩٩	٩٩	تتميز معالجة الخطاب الإعلامي بالقنوات الفضائية بالسطحية
5.55	669	٢٤.٨	٧٣	٢٢.٨	٦٧	٥٢.٤	١٥	٤	يعتمد الخطاب الإعلامي المؤيد في عرضة للقضايا الاقتصادية علي أسلوب الإثارة من اجل تحقيق نسب مشاهدة عالية دون الاهتمام بقضايا التنمية
4.98	600	١٩.٤	٥٧	٥٧.١	١٦	٢٣.٥	٦٩	٨	الخطاب الإعلامي المعارض يعتمد أسلوب الإثارة في تناوله القضايا الاقتصادية بهدف تحقيق نسب مشاهدة أعلی .
١٢٠٥٤		مجموع الأوزان							

أوضحت النتائج الواردة في الجدول السابق أن استجابات العينة على عبارات مصداقية الخطاب الإعلامي الوارد حول القضايا الاقتصادية بالبرامج الحوارية ، جاءت طبقا لما أحرزته من تكرارات وأوزان مئوية بالترتيب كما يلي:

- جاء عبارة " تتمتع موضوعات البرامج الحوارية بالموضوعية في طرح القضايا الاقتصادية " ، في مقدمة عبارات مصداقية الخطاب الإعلامي الوارد حول القضايا الاقتصادية بالبرامج الحوارية وذلك بوزن مؤوي (٦.٦٥٪) ، تليها عبارة " موضوعات البرامج الحوارية تقدم لنا المعلومات دون أن يفرض علينا أحد وجهة نظره " وذلك بوزن مؤوي (٦.٣١٪).
- وفي الترتيب الثالث لعبارات مصداقية الخطاب الإعلامي الوارد حول القضايا الاقتصادية بالبرامج الحوارية جاءت عبارة " تهتم البرامج الحوارية بعرض وجهات النظر المختلفة حول الموضوعات الاقتصادية " وذلك بوزن مؤوي (٦.٢٣٪) ، تليها عبارة " المعلومات بالقضايا الاقتصادية تعتمد على مصادر موثوق فيها " وذلك بوزن مؤوي (٦.٠٥٪).
- وفي الترتيب الخامس لعبارات مصداقية الخطاب الإعلامي الوارد حول القضايا الاقتصادية بالبرامج الحوارية جاءت عبارة " ما نشاهده تكتمل جوانبه بالصور الثابتة والمتحركة وملفات الفيديو بالبرامج الحوارية " وذلك بوزن مؤوي (٥.٩٦٪) ، ثم " استضافة خبراء متميزين المجال الاقتصادي يعد عنصرا من عناصر المصداقية " وذلك بوزن مؤوي (٥.٨٢٪).

- ثم جاءت باقي عبارات مصداقية الخطاب الإعلامي الوارد حول القضايا الاقتصادية بالبرامج الحوارية بأوزان نسبية أقل وفي ختام تلك العبارات جاءت عبارة " تتميز معالجة الخطاب الإعلامي بالقنوات الفضائية بالسطحية "وذلك بوزن مؤوي (٤.٥٠٪). اتفقت نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة "عمرو محمد" (٢٣) حيث توصلت الي ان مواقع التواصل الاجتماعي كانت اكثر مصادر الاخبار مصداقية بين وسائل الاعلام .

٧- استجابات العينة حول عبارات مقياس الأمن الفكري .

جدول (٧)

ترتيب استجابات العينة حول عبارات مقياس الأمن الفكري

الوزن المرجح	النقاط	معارض		محايد		موافق		درجة الموافقة	العبارات
		%	ك	%	ك	%	ك		
4.26	774	٧.٨	٢٣	٢١.١	٦٢	٧١.١	٢٠٩	أدعو إلى احترام التراث الوطني والمحافظة عليه	
3.83	696	١٩.٠	٥٦	٢٥.٢	٧٤	٥٥.٨	١٦٤	أحرص على المشاركة في الفعاليات الفكرية والثقافية التي تخدم أهداف المجتمع	
4.35	789	١٠.٢	٣٠	١١.٢	٣٣	٧٨.٦	٢٣١	أرفض كل أشكال التطرف والتعصب الفكري	
3.76	682	٢٩.٩	٨٨	٨.٢	٢٤	٦١.٩	١٨٢	أساهم في تدعيم بناء ثقافي ايجابي يواجه انحرافات الثقافة السلبية	
4.15	754	١٥.٣	٤٥	١٢.٩	٣٨	٧١.٨	٢١١	أحرص علي ضرورة توعية أفراد المجتمع بخطورة الانضمام للجماعات المتطرفة	
4.00	727	١٠.٩	٣٢	٣١.٠	٩١	٥٨.٢	١٧١	أوافق علي ضرورة تعاون جميع أجهزة الدولة لحماية أمنها واستقرارها	
4.15	754	٨.٨	٢٦	٢٥.٩	٧٦	٦٥.٣	١٩٢	الغزو الفكري يؤثر علي امن وسلامته المجتمع	
4.11	747	٨.٢	٢٤	٢٩.٦	٨٧	٦٢.٢	١٨٣	أحاول تنمية العلاقات الإيجابية بيني وبين ومؤسسات المجتمع	
4.26	774	١٠.٥	٣١	١٥.٦	٤٦	٧٣.٨	٢١٧	البرامج الحوارية تساعدني في التعرف على ما يستجد من قضايا وانعكاسها على الرأي العام	
3.65	662	٢٠.٤	٦٠	٣٤.٠	١٠٠	٤٥.٦	١٣٤	أتفاعل بشكل إيجابي مع موضوعات الأمن الفكري بقدر كبير	
3.41	620	٢٣.٥	٦٩	٤٢.٢	١٢٤	٣٤.٤	١٠١	أهتم بتوزيع نشرات ومطبوعات للتوعية بأهمية الأمن الفكري	

(١) عمرو محمد محمود ، اتجاهات الراي العام المصري نحو مصداقية القنوات التلفزيونية ومواقع التواصل الاجتماعي في

تناول القضايا الاقتصادية. كلية الاعلام ، جامعة القاهرة، ٢٠١٦ .

4.03	732	١١.٩	٣٥	٢٧.٢	٨٠	٦٠.٩	١٧٩	اهتم بالمشاركة في الندوات التثقيفية للتوعية بالآثار السلبية للانحراف الفكري
4.24	769	١١.٢	٣٣	١٦.٠	٤٧	٧٢.٨	٢١٤	اشعر بالرضا عن الموضوعات والقضايا الاقتصادية التي تتناولها القنوات التلفزيونية
3.98	723	٢٠.١	٥٨	١٣.٦	٤٠	٦٦.٣	١٩٥	اشعر إنني حققت شيء ينقضي فكريا بعد متابعة القنوات الفضائية
3.49	633	١٥.٣	٤٥	٥٤.١	١٥٩	٣٠.٦	٩٠	مشاهدتي لمشروعات التنمية تمدني بمعلومات وأفكار واقعية عن موضوعات تعزز الأمن الفكري
3.98	723	١٠.٥	٣١	٣٣.٠	٩٧	٥٦.٥	١٦٦	مشاهدتي لمشروعات التنمية في البرامج الحوارية تغرس مفاهيم الحب والمسؤولية تجاه الوطن
4.09	742	١٤.٦	٤٣	١٨.٤	٥٤	٦٧.٠	١٩٧	أتجاهل الموضوعات التي لا تتفق مع رأئي وأفكاري
4.10	745	١٠.٥	٣١	٢٥.٥	٧٥	٦٣.٩	١٨٨	احرص على متابعة القضايا التي من شأنها تحقق الأمن الفكري
3.92	712	٩.٢	٢٧	٣٩.٥	١١٦	٥١.٤	١٥١	الرد على الشبهات التي تثار حول الوطن
4.15	754	١١.٢	٣٣	٢١.١	٦٢	٦٧.٧	١٩٩	اشعر بالاعتزاز بالإنجازات التي تقوم بها الحكومة المصرية نحو تنمية المجتمع
3.78	687	١٥.٣	٤٥	٣٥.٧	١٠٥	٤٩.٠	١٤٤	أحاول إقناع المعارضين للمشروعات القومية بأهميتها ودورها الإيجابي في تنمية المجتمع
4.18	759	٧.١	٢١	٢٧.٦	٨١	٦٥.٣	١٩٢	أساهم في تعزيز القيم المرتبطة بمفاهيم المواطنة والمسؤولية الوطنية
3.98	722	١٨.٧	٥٥	١٧.٠	٥٠	٦٤.٣	١٨٩	أدعو إلى التمسك بالوسطية السمحة للدين الإسلامي
4.15	754	١٢.٦	٣٧	١٨.٤	٥٤	٦٩.٠	٢٠٣	لدي القدرة على المناقشة والحوار البناء
3.98	722	١٢.٢	٣٦	٢٩.٩	٨٨	٥٧.٨	١٧٠	مشاهدتي للتحليلات للقضايا الاقتصادية تنمي قدرتي على المعارضة الموضوعية
١٨١٥٦								مجموع الأوزان

أوضحت النتائج الواردة في الجدول السابق أن استجابات العينة على عبارات مقياس الأمن الفكري ، جاءت طبقاً لما أحرزته من تكرارات وأوزان مئوية بالترتيب كما يلي:

- جاء عبارة " أرفض كل أشكال التطرف والتعصب الفكري " ، في مقدمة عبارات مقياس الأمن الفكري وذلك بوزن مئوي (٤.٣٥%) ، تليها عبارتي " أدعو إلى احترام التراث الوطني والمحافظة عليه " ، " البرامج الحوارية تساعدني في التعرف على ما يستجد من قضايا وانعكاسها على الرأي العام " وذلك بوزن مئوي (٤.٢٦%) لكل منهما .

- وفي الترتيب الرابع لعبارات مقياس الأمن الفكري جاءت عبارة " اشعر بالرضا عن الموضوعات والقضايا الاقتصادية التي تتناولها القنوات التلفزيونية " وذلك بوزن مئوي (٤.٢٤%) ، تليها عبارة " أساهم في تعزيز القيم المرتبطة بمفاهيم المواطنة والمسئولية الوطنية " وذلك بوزن مئوي (٤.١٨%).

- ثم جاءت باقي عبارات مقياس الأمن الفكري بأوزان نسبية أقل وفي ختام تلك العبارات جاءت عبارة " اهتم بتوزيع نشرات ومطبوعات للتوعية بأهمية الأمن الفكري " وذلك بوزن مئوي (٤.٤١) . اتفقت نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة " الخرجي " (٢٤) حيث اوصت الدراسة بنشر ثقافة ومضامين الامن الفكري في المجتمع حيث جاء في مقدمة هذه الدراسة الرفض لكل اشكال العنف . اتفقت هذه النتائج مع نتائج دراسة"منار منصور احمد(٢٥) " حيث جاءت موافقة العينة علي كل العبارات بدرجة كبيرة وهذا يدل علي تحقيق الامن الفكري لديهم حيث تم استخدام اكثر من مقياس علي عدد كبير من الافراد (العميد والوكلاء-اعضاء هيئة التدريس - الطلاب - والمناهج - والانشطة الطلابية) وكل ذلك تم بالفعل تحقيق الامن الفكري بنسبة مرتفعة.

٨- **التحقق من صحة الفرض الخامس للدراسة والذي ينص على أنه :** توجد علاقة ارتباطه ذات دلالة إحصائية بين دوافع وأسباب اعتماد الجمهور البرامج الحوارية في الحصول على المعلومات حول القضايا الاقتصادية ومستوى الأمن الفكري لديهم.

جدول (٨)

يوضح معامل ارتباط بيرسون بين دوافع وأسباب اعتماد الجمهور البرامج الحوارية في الحصول على المعلومات حول القضايا الاقتصادية ومستوى الأمن الفكري لديهم.

N	P	R	الأمن الفكري
٢٩٤	٠.٣٧١	٠.٠٥٢	دوافع الاعتماد على البرامج الحوارية

تشير نتائج الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون أتضح عدم وجود علاقة ارتباطه ذات دلالة إحصائية بين دوافع وأسباب اعتماد الجمهور البرامج الحوارية في الحصول على المعلومات حول القضايا الاقتصادية ومستوى الأمن الفكري لديهم ؛ حيث بلغت

(١) عبدالواحد عبد العزيز الخرجي ، فاعلية المرشد الطلابي في تعزيز الامن الفكري لدي طلاب المرحلة الثانوية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، قسم العلوم الإجتماعية ، كلية الدراسات العليا؛ الرياض ، ٢٠١٠ .

(٢٥)منار منصور احمد، تقييم دور الجامعة في تحقيق الامن الفكري لطلابها من وجهه نظرهم واعضاء هيئة التدريس،مجلة كلية التربية ، جامعة الازهر ، العدد ١٧٢ ، ٢٠١٧ .

قيمة معامل ارتباط بيرسون بينهما 0.052 وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05 .

٩- التحقق من صحة الفرض السادس للدراسة والذي ينص على أنه: "توجد علاقة ارتباطيه دالة بين معدل تعرض الجمهور للبرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية والموضوعات الاقتصادية المقدمة بها ومستوى الأمن الفكري لديهم"

جدول (٩)

يوضح معامل ارتباط بيرسون بين مستوى تعرض الجمهور للبرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية والموضوعات الاقتصادية المقدمة بها ومستوى الأمن الفكري لديهم.

الأمن الفكري			المتغير
N	P	R	
٢٩٤	٠.٠٠٠	**٠.٢٠٣	التعرض للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية
٢٩٤	٠.٠٠٠	**٠.٢٥٨	التعرض للقضايا الاقتصادية

تشير نتائج الجدول السابق إلى وجود علاقة دالة بين مستوى تعرض الجمهور للبرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية ومستوى الأمن الفكري لديهم؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بينهما 0.203 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.01 .

كما توضح نتائج الجدول وجود علاقة دالة إحصائياً بين مستوى تعرض الجمهور للموضوعات الاقتصادية المقدمة بالبرامج الحوارية ومستوى الأمن الفكري لديهم؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بينهما 0.258 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.01 .

١٠- التحقق من صحة السابع للدراسة والذي ينص على أنه: "توجد علاقة ارتباطه ذات دلالة إحصائية بين إدراك الجمهور لمصداقية الخطاب الإعلامي الوارد حول القضايا الاقتصادية بالبرامج الحوارية ومستوى التعرض لتلك البرامج.

جدول (١٠)

يوضح معامل ارتباط بيرسون بين إدراك الجمهور لمصداقية الخطاب الإعلامي الوارد حول القضايا الاقتصادية بالبرامج الحوارية ومستوى التعرض لتلك البرامج.

N	P	R	إدراك الجمهور للمصداقية
٢٩٤	٠.٠٠٠	٠.١٩٥	التعرض للبرامج الحوارية

تشير نتائج الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون أتضح وجود بين إدراك الجمهور لمصداقية الخطاب الإعلامي الوارد حول القضايا الاقتصادية بالبرامج الحوارية

ومستوى التعرض لتلك البرامج ؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بينهما ٠.١٩٥ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٠١ .

١١- التحقق من صحة الفرض الثامن للدراسة والذي ينص على أنه : توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين إدراك الجمهور لمصادقية الخطاب الإعلامي الوارد حول القضايا الاقتصادية بالبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية والتأثيرات (المعرفية ، الوجدانية ، السلوكية) الناتجة عن التعرض لذلك الخطاب الإعلامي .

جدول رقم (١١)

يوضح معامل ارتباط بيرسون بين إدراك الجمهور لمصادقية الخطاب الإعلامي الوارد حول القضايا الاقتصادية بالبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية والتأثيرات (المعرفية ، الوجدانية ، السلوكية) الناتجة عن التعرض لذلك الخطاب الإعلامي.

التأثيرات الناتجة عن التعرض		التأثيرات المعرفية		التأثيرات الوجدانية		التأثيرات السلوكية		الدرجة الكلية	
P	R	P	R	P	R	P	R	P	R
٠.٠	*٠.١٤٠	٠.١٥٦	٠.٠٨٣	٠.١٠٩	٠.٠٩٤	٠.٠٠٠	**٠.١٥٩	٠.٠	

تشير نتائج الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون أتضح وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين درجة إدراك الجمهور لمصادقية الخطاب الإعلامي الوارد حول القضايا الاقتصادية بالبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية والتأثيرات المعرفية الناتجة عن تعرضهم لذلك الخطاب الإعلامي حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠.١٥٩ وهي قيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠.٠٠١ .

كما تبين عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين إدراك الجمهور لمصادقية الخطاب الإعلامي الوارد حول القضايا الاقتصادية بالبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية والتأثيرات الوجدانية الناتجة عن تعرضهم لذلك الخطاب الإعلامي حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بينهما ٠.٠٩٤ وهي قيمة غير دالة عند مستوى دلالة = ٠.٠٠٠٥ .

كما تبين عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين إدراك الجمهور لمصادقية الخطاب الإعلامي الوارد حول القضايا الاقتصادية بالبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية والتأثيرات السلوكية الناتجة عن تعرضهم لذلك الخطاب الإعلامي حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بينهما ٠.٠٨٣ وهي قيمة غير دالة عند مستوى دلالة = ٠.٠٠٠٥ .

وتبين أيضاً أن هناك علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين إدراك الجمهور لمصادقية الخطاب الإعلامي الوارد حول القضايا الاقتصادية بالبرامج الحوارية بالقنوات

الفضائية والدرجة الكلية للتأثيرات الناتجة عن تعرضهم لذلك الخطاب الإعلامي حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بينهما ٠.١٤٠ وهي قيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠.٠٠١.

١٢- **التحقق من صحة التاسع للدراسة والذي ينص على أنه:** "توجد علاقة ارتباطه ذات دلالة إحصائية بين إدراك الجمهور لمصادقية الخطاب الإعلامي الوارد حول القضايا الاقتصادية بالبرامج الحوارية ومستوى اعتمادهم على تلك البرامج في الحصول على المعلومات حول القضايا الاقتصادية .

جدول (١٢)

يوضح معامل ارتباط بيرسون بين إدراك الجمهور لمصادقية الخطاب الإعلامي الوارد حول القضايا الاقتصادية بالبرامج الحوارية ومستوى اعتمادهم على تلك البرامج في الحصول على المعلومات حول القضايا الاقتصادية.

N	P	R	إدراك الجمهور للمصادقية
٢٩٤	٠.٠	*٠.١٢٠	الاعتماد على البرامج الحوارية

تشير نتائج الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون أتضح وجود علاقة ارتباطه ذات دلالة إحصائية بين إدراك الجمهور لمصادقية الخطاب الإعلامي الوارد حول القضايا الاقتصادية بالبرامج الحوارية ومستوى اعتمادهم على تلك البرامج في الحصول على المعلومات حول القضايا الاقتصادية؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بينهما ٠.١٢٠ وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة = ٠.٠٠٥ .

١٣- **التحقق من صحة الفرض العاشر للدراسة والذي ينص على أنه:** توجد علاقة ارتباطه ذات دلالة إحصائية بين بين درجة اعتماد الجمهور علي البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية في الحصول علي المعلومات عن القضايا الاقتصادية ومستوى الأمن الفكري لديهم.

جدول (١٣)

يوضح معامل ارتباط بيرسون بين دوافع وأسباب اعتماد الجمهور البرامج الحوارية في الحصول على المعلومات حول القضايا الاقتصادية ومستوى الأمن الفكري لديهم.

N	P	R	الأمن الفكري
٢٩٤	٠.٠٠٠	**٠.٢٣٨	دوافع الاعتماد على البرامج الحوارية

تشير نتائج الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون أتضح بين درجة اعتماد الجمهور علي البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية في الحصول علي المعلومات عن القضايا الاقتصادية ومستوى الأمن الفكري لديهم ؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بينهما ٠.٠٢٣٨ وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى دلالة = ٠.٠٠١ .

النتائج العامة للبحث:

توصلت نتائج البحث إلى أن توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين ادراك الجمهور لمصادقية الخطاب الإعلامي حول القضايا الاقتصادية بالبرامج الحوارية ومستوى التعرض لتلك البرامج كما توجد علاقة دالة إحصائيا بين مستوى تعرض الجمهور للموضوعات الاقتصادية المقدمة بالبرامج الحوارية ومستوى الأمن الفكري لديهم وأيضا وجود علاقة بين إدراك الجمهور لمصادقية الخطاب الإعلامي الوارد حول القضايا الاقتصادية بالبرامج الحوارية ومستوى التعرض لتلك البرامج .

توصيات البحث ومقترحاته :

- ضرورة التزام وسائل الإعلام المصرية بمواثيق الشرف الإعلامي في تحقيقها لمواكبة التطورات الحالية في وسائل الإعلام , وكذلك التزامها بالثوابت في المجتمع وفي مقدمتها المسؤولية الخلقية .
- إذا كان يعيب بعض الباحثين علي وسائل الإعلام مسؤولية الانهيار النفسى للشباب ، وإذا لم نتدارك الأمر بالحرص الواجب من خلال تقديم برامج هادفة بأسلوب العرض المناسب، وليس بأسلوب يحمل فى طياته الرعب والخوف والفرع ومن ثم التأثير على اتجاهات الشباب نحو القضايا السياسية فإن كارثة توشك أن تحل .
- أن تضع تلك الوسائل سيكولوجية الجمهور في الحسبان , وعمل حساب لما يريده هذا الجمهور وكيف يمكن إقناعهم ، وما العوامل التي تؤثر في تقضيلهم للمادة العلمية ، والحاجات النفسية التي يجب إشباعها لديهم مثل الحاجة إلي الأمن ، وبالذوافع مثل حب الاستطلاع والحاجة إلي المعرفة ، فالإنسان عامة محب للاستطلاع يميل إلي أن يكون علي علم بكل شيء خاصة ما هو جديد ، وكذلك من المبادئ النفسية الأساسية التي يجب مراعاتها العمل علي إرضاء ميول الشباب وتوجهاتهم.
- أوصت الدراسة بضرورة عقد مؤتمر تحت رعاية اتحاد الإذاعة والتلفزيون يضم جميع رؤساء القنوات الفضائية للاتفاق على مبادئ محددة لمعالجة القضايا والأحداث الجارية، واستراتيجيات عرضها بما يتفق مع حاجات المواطنين، مما يؤثر إيجابياً على اتجاهات وتوجهات الجمهور وخاصة مرحلة الشباب .

المراجع

- (١) دعاء عبدالله محمد سالم ، " تعرض المراهقين للائعات عبر المواقع الالكترونية وعلاقته بالامن الفمري لديهم " رسالة دكتوراة غير منشورة ، كلية التربية النوعية ، جامعة المنوفية ، ٢٠٢١ .
- (٢) مالك بن فهد عبد الهادي ، " الأمن السيبراني ودوره في الحد من تهديدات الأمن الفكري " رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية العلوم الاسلاميه .
- (٣) عبد الله بن عبد المعين سريع، إسهامات المؤسسات التعليمية العسكرية في تعزيز الأمن الفكري ، رسالة دكتوراة غير منشورة ، كلية العلوم الاستراتيجية ، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ، ٢٠٢٠ تراتيجية ، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ، ٢٠٢٠ .
- (٤) معلوي بن عبد الله الشهراني، دور الفضائيات السعودية في تعزيز الأمن الفكري ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية العلوم الاستراتيجية ، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ، ٢٠٢٠ .
- (٥) سكرة على حسن البريدى، " اعتماد الشباب الجامعى على قنوات اليوتيوب فى متابعة قضايا الرأى وعلاقته بالأمن الفكرى لديهم، مجلة البحوث الاعلامية كلية الاعلام،جامعة الازهر،العدد ٥٤، الجزء السادس،يوليو،٢٠٢٠ .
- (٦) محمد عبدالحמיד ، البحث العلمى فى الدراسات الإعلامية ، القاهرة ، عالم الكتب ، ٢٠٠٠ .
- (٧) جيهان سيد يحيى ، " التعرض للقضايا الإقتصادية عبر وسائل الإعلام الرقمة، مجلة البحوث الإعلامية كلية الإعلام،جامعة الازهر،العدد ٥٤ ، الجزء الثانى،يوليو،٢٠٢٠ .
- (٨) عبدالله عمران على ، " الخطاب الإقناعى فى التلفزيون المصرى، مجلة البحوث الإعلامية كلية الإعلام،جامعة الازهر،العدد ٥٥ ، الجزء الرابع،أكتوبر،٢٠٢٠ .
- (٩) نسرین بنت عبد الله فهد، الأمن الفكري وعلاقته بالطمأنينة النفسية وفعالية الذات : دراسة تنبؤيه مقارنة " ، رسالة دكتوراة غير منشورة ، كلية العلوم الاستراتيجية ، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ، ٢٠١٩ .
- (١٠) عصام الدين احمد البشير : سمات الخطاب الاسلامى المعاصر، مجلة المنبر ، العدد الخامس،هيئة علماء السودان ، الخرطوم ، ٢٠٠٨ .

- (١١) عبدالله بن جمعان الغامدى ،"التنمية المستدامة بين الحق فى استغلال الموارد الطبيعية والمسئولية عم حماية البيئة" بحث منشور (الرياض: قسم العلوم السياسية ، مطابع جامعة الملك سعود، جامعة الملك سعود، ٢٠٠٧.
- (١٢) سعاد يحيى محمد العلوى، الامن الفكرى وعلاقته بمستوى ثقافة الحوار لدى طلاب جامعة المنوفية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية ، جامعة المنوفية، ٢٠١٩.
- (١٣) وفاء عبدالخالق ثروت " دلالة تأطير الصورة فى التغطية الإعلامية للقضايا الإقتصادية فى مصر " رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الاداب ، جامعة المنيا .
- (١٤) جوين سوينير " دليل وضع وتنفيذ استراتيجيات تنمية الإقتصاد المحلى وخطط العمل ، ٢٠٠٤.
- (١٥) ميادة عبد العال عبد العال ، البرامج الحوارية فى التلفزيون المصري وعلاقتها بالحرية والمسئولية الاجتماعية ، مجلة البحث العلمي فى الاداب ، الجزء الاول ، العدد التاسع عشر ، ٢٠١٨.
- (١٦) اكرام قندوزي ، اثر البرامج الحوارية فى الفضائيات الجزائرية الخاصة علي الوعي السياسي للطلبة الجامعين ، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية ، قسم الاعلام والاتصال ، ٢٠١٨.
- (١٧) عمرو محمد محمود ، اتجاهات الراي العام المصري نحو مصداقية القنوات التلفزيونية ومواقع التواصل الاجتماعي فى تناول القضايا الاقتصادية. ،كلية الاعلام ، جامعة القاهرة، ٢٠١٦ .
- (١٨) عبدالواحد عبد العزيز الخرجي ، فاعلية المرشد الطلابي فى تعزيز الامن الفكرى لدى طلاب المرحلة الثانوية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، قسم العلوم الإجتماعية ، كلية الدراسات العليا؛ الرياض، ٢٠١٠ .
- (١٩)فتحى شمس محمد الدين ، معالجة البرامج الحوارية لقضايا الارهاب عبر القنوات الفضائية وعلاقتها بتوجه الشباب المصري نحو الكيانات الارهابية، مرجع سابق .
- (٢٠) صبري خالد صبري ، دور القنوات الفضائية المصرية فى تشكيل اتجاهات الراي العام نحو القضايا السياسية ، مرجع سابق.

(٢١) احمد محمد صالح العميري ، دور البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية في تنمية وعي الشباب الجامعي بمخاطر الشائعات ، المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال، العدد التاسع والعشرون ، يونيو ٢٠٢٠.

(٢٢) عبدالواحد عبد العزيز الخرجي ، فاعلية المرشد الطلابي في تعزيز الامن الفكري لدي طلاب المرحلة الثانوية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، قسم العلوم الإجتماعية ، كلية الدراسات العليا؛ الرياض، ٢٠١٠ .

(٢٣) منار منصور احمد، تقييم دور الجامعة في تحقيق الامن الفكري لطلابها من وجهه نظرهم واعضاء هيئة التدريس، مجلة كلية التربية ، جامعة الازهر ، العدد ١٧٢ ، ٢٠١٧.

(1)Ezzat molouk kenawy:the expected economic effects of the new suez canal project in egypt,European journal of academic essays,vol 1,no 12,2015,p13-22,available at: www.euroessays.org.

(2) Zillmann, D & vorderer . media entertainment the psychology og its appeal, (London:Lawrence eribaum associates,200).

(3) Gini Graham Scott.Can we talk ? the power and influence of talk show K new york n.y K 1996.

(4) - Jana M.Shattuc " The talking cure : tv talk show and woman .New York Routeledge K 2002 K p35