

# مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدرها كلية الإعلام بجامعة الأزهر



رئيس مجلس الإدارة: أ.د/ محمد المحرصاوي - رئيس جامعة الأزهر.

رئيس التحرير: أ.د/ غانم السعيد - عميد كلية الإعلام، جامعة الأزهر.

نائب رئيس التحرير: أ.د/ رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر ووكيل الكلية.

مساعدو رئيس التحرير:

أ.د/ عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

أ.د/ فهد العسكر - وكيل جامعة الإمام محمد بن سعود للدراسات العليا والبحث العلمي (المملكة العربية السعودية)

أ.د/ عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)

أ.د/ جلال الدين الشيخ زيادة - عميد كلية الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

مدير التحرير: د/ محمد فؤاد الدهراوي - مدرس العلاقات العامة والإعلان، ومدير وحدة الجودة بالكلية

د/ إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتارية التحرير: د/ مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

أ/ رامى جمال - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

مدقق لغوي: أ/ عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير فني: أ/ محمد كامل - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

- القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

- الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- البريد الإلكتروني: [mediajournal2020@azhar.edu.eg](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

المراسلات:

● العدد الرابع والخمسون - الجزء السابع - ذو القعدة ١٤٤١هـ - يوليو ٢٠٢٠م

● رقم الإيداع بدار الكتب المصرية ٦٥٥٥

● الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٢٦٨٢-٢٩٢ X

● الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٩٢٩٧-١١١٠

## قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقاً للقواعد الآتية:

- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.
- ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.
- لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.
- يجب ألا يزيد عنوان البحث -الرئيسي والفرعي- عن ٢٠ كلمة.
- يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وآخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.
- يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.
- لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها.... وتحفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.
- تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.
- ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

## الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د/ على عجوة (مصر)  
أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق بجامعة القاهرة.
٢. أ.د/ محمد معوض. (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.
٣. أ.د/ حسين أمين (مصر)  
أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.
٤. أ.د/ جمال النجار (مصر)  
أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.
٥. أ.د/ مي العبدالله (لبنان)  
أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.
٦. أ.د/ وديع العززي (اليمن)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.
٧. أ.د/ العربي بوعمامة (الجزائر)  
أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد، بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.
٨. أ.د/ سامي الشريف (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
٩. أ.د/ خالد صلاح الدين (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام -جامعة القاهرة.
١٠. أ.د/ محمد فياض (العراق)  
أستاذ الإعلام بكلية الإمارات للتكنولوجيا.
١١. أ.د/ رزق سعد (مصر)  
أستاذ العلاقات العامة (جامعة مصر الدولية).

## محتويات العدد

- تأثير اتصالات التعلم التنظيمي على مستوى تمكين العاملين وعلاقة ذلك بالتميز التنظيمي: دراسة ميدانية على عينة من المنظمات العاملة في مصر  
أ.م.د. ريم أحمد عادل طه محمد  
٤٣٤٧
- 
- العوامل المؤثرة في تجنب المستهلك السعودي لإعلانات «فيسبوك» وعلاقتها بالسمات الشخصية  
د. حسام حامد إبراهيم عبد الجليل  
٤٤٣٧
- 
- ملامح البطل الياباني في عصر الانفتاح «ميجي» كما تعكسها الأفلام اليابانية (دراسة تحليلية)  
د. رباب حسين محمود عبد الله العجاوي  
٤٥٠٥
- 
- التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالاغتراب السياسي وانعكاسه على المشاركة السياسية لدى الشباب المصري  
د. هبة الله صالح السيد صالح  
٤٥٦١
- 
- أطر تقديم مواقع الصحف المصرية لقضايا تطوير التعليم ما قبل الجامعي في الفترة من ١ يونيو ٢٠١٨ إلى ١ يوليو ٢٠١٩ - دراسة تحليلية مقارنة  
د. ريم نجيب زناتي  
٤٦١٩
- 
- واقع ومستقبل التأهيل الأكاديمي للمحرر المتكامل في برامج الإعلام في مصر  
د. سارة طلعت، د. نفيسة السعيد  
٤٦٨٥
- 
- إدراك الفتاة الجامعية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية المقدم في برامج المرأة بالقنوات الفضائية وعلاقته بمشاركتها السياسية  
د. منال عبده محمد منصور  
٤٧٨٩

■ اتجاهات الصحفيين المصريين نحو تطور أساليب التحرير  
الصحفي بالمواقع الإخبارية الإلكترونية المصرية (دراسة ميدانية)  
٤٨٣٧ د . وفاء جمال درويش عبد الغفار

---

■ استخدام الأشكال الإذاعية والتلفزيونية في مواقع التواصل  
الاجتماعي وعلاقته بمستوى أدائها «دراسة تحليلية  
٤٩٢٧ جميل عادل جميل موسى زين  
وميدانية»

---

■ دور البرامج الحوارية في تشكيل ادراك الشباب لخطط التنمية  
القومية  
٤٩٦٣ محمد رفاعي شوقي ابراهيم عمار

---

ISSN- O	ISSN- P	نقاط المجلة (يوليو 2020)	نقاط المجلة (مارس 2020)	اسم الجهة / الجامعة	اسم المجلة	القطاع	م
2682- 292X	1110- 9207	7	6.5	جامعة الأهرام	مجلة البحوث الإعلامية	الدراسات الإعلامية	1
2314- 873X	2314- 8721	7	6	الجمعية المصرية للعلاقات العامة	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	الدراسات الإعلامية	2
2536- 9393	2536- 9393	5	5	جامعة الأهرام الكندية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	الدراسات الإعلامية	3
2366- 9891	2366- 9891	4	4	Cairo University	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	4
2536- 9237	2536- 9237	3.5	3.5	جامعة جنوب الوادي	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	5
2367- 0407	2367- 0407	6.5	3.5	اكاديمية الشروق	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	الدراسات الإعلامية	6
2366- 9131	2366- 9131	6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	الدراسات الإعلامية	7
2366- 914X	2366- 914X	6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	الدراسات الإعلامية	8
2366- 9168	2366- 9168	6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	الدراسات الإعلامية	9
1110- 6836	1110- 6836	6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	الدراسات الإعلامية	10
1110- 6844	1110- 6844	6.5	3	Cairo University, Center of Public Opinion Research	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	الدراسات الإعلامية	11

- يطبق تقييم مارس 2020 للمجلات على كل الأبحاث التي نشرت فيها قبل 1 يوليو 2020
- يطبق تقييم يونيو 2020 للمجلات على كل الأبحاث التي سنكشر فيها بدء من 1 يوليو 2020 و حتى صدور تقييم جديد في يونيو 2021
- المجلات التي لم تتقدم بطلب إعادة تقييم سيظل تقييم مارس ٢٠٢٠ مطبقا على كل الأبحاث التي سنكشر بها وذلك لحين صدور تقييم جديد في يونيو 2021
- يتم إعادة تقييم المجلات المحلية المصرية دورياً في شهر يونيو من كل عام ويكون التقييم الجديد سارياً للسنة التالية للنشر في هذه المجلات



# دور البرامج الحوارية في تشكيل ادراك الشباب لخطط التنمية القومية

- **The Role of Talk Shows in Shaping youth  
Awareness of National Development Plans**

● محمد رفاعي شوقي ابراهيم عمار

medorefaee1992@gmail.com

## ملخص الدراسة

استهدف البحث دراسة تعرض الشباب الجامعي من الطلاب والطالبات للبرامج الحوارية التي تعرضها القنوات التلفزيونية الفضائية، وذلك من خلال تطبيق دراسة مسحية على عينة من طلبة جامعة القاهرة وجامعة 6 أكتوبر وعرض الباحث نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام لتحقيق أهداف الجمهور وإشباع حاجاته، وتم تحديد مشكلة البحث من خلال دراسة تعرض طلاب وطالبات جامعة القاهرة وجامعة 6 أكتوبر للبرامج الحوارية، وقد تم تحديد النوع الاجتماعي كمتغير مستقل وعلاقته مع نوع البرامج، والمحتوى الذي يتم التعرض إليه، والأسباب والإشباع المتحققة جراء التعرض للبرامج الحوارية واعتمدت الدراسة على منهج المسح، وقد اعتمد الباحث أسلوب العينة العشوائية، وبلغ حجم العينة (200) مفردة موزعة على الطلاب والطالبات، وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- نجد عدم وجود ضيوف في الفقرة التي تحتوي على قضايا تنموية بنسبة 68.5% وجود ضيوف بنسبة 31.5% لذا يجب اهتمام البرامج بوجود ضيوف في الفقرات التي تتحدث عن قضايا تنموية.
- هناك تطور ملحوظ في أسلوب معالجة القضية التنموية حيث يتم ذكر الأسباب والحلول في برنامجي «مصر النهاردة» و «مساء dmc» بنسبة 89.5% وهذا تطور ممتاز للبرامج الحوارية.
- أهم المشروعات اهتماماً لجمهور الشباب وهي العاصمة الإدارية الجديدة بنسبة 13.5% ويأتي بعدها كوبري روض الفرغ بنسبة 7.8%.

الكلمات الدالة : البرامج الحوارية - الإدراك - التنمية - القومية

## Abstract

The research aimed to study the exposure of university students, including male and female students, through the application A survey study on a sample of Cairo University and October 6 University students, and the researcher presented the theory of relying on the media to achieve the goals of the audience and satisfy their needs, and the research problem was identified through a study that exposed students of Cairo University and 6 October University to talk programs, Gender was determined as an independent variable and its relationship with the type of programs, the content that is exposed to it, the reasons and gratifications achieved as a result of exposure to the talk shows and the study relied on the survey method, and the researcher adopted the random sample method, and the sample size was (200) individuals distributed among male and female students. The study concluded a set of results, the most important of which are:

- We find that there are no guests in the paragraph that contains development issues at a rate of 68.5% and the presence of guests at a rate of 31.5%. Therefore, programs should pay attention to the presence of guests in the paragraphs that talk about development issues.
- There is a noticeable development in the method of dealing with the development issue, whereby the causes and solutions are mentioned in the programs «Misr Al-Naharda» and «Evening dmc» by 89.5%, and this is an excellent development for talk shows.
- The most important project of interest to the youth audience is the New Administrative Capital by 13.5%, followed by the Rawd Al-Farag Bridge with 7.8%.

Key words: talk shows - awareness - development - nationalism



تشهد المنطقة العربية العديد من الأحداث والتوترات السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي جعلتها محط أنظار العالم، وهو ما جعل حاجة الجمهور لمتابعة تلك الأحداث أمراً ملحاً، وخاصة في ظل التقارب العالمى بين الدول وتأثير الأحداث في بعضها البعض، مما أعطى لوسائل الإعلام أهمية بالغة في نقل تلك الأحداث وتفسيرها للجمهور، وفي ظل ازدياد الحراك السياسي والاجتماعي والإقتصادي في المجتمع المصري وارتفاع سقف الحرية المتاح لمناقشة الكثير من الموضوعات الشائكة التي أثرت الحياة البحثية مما دفعت الباحثين المصريين لتقديم العديد من الدراسات التحليلية للبرامج الحوارية المعروفة جماهيرياً "بالتوك شو" والتي أصبحت جزءاً أساسياً من طقوس الحياة اليومية لكثير من المشاهدين ، وأحد الآليات التي تستخدم لإعلام الجمهور بكل ما هو جديد عن الصراعات السياسية الاجتماعية والاقتصادية على الساحة المصرية بشكلها ساخر وجذاب فيجذب الجماهير من خلال ما تقدمه من تقارير وحوارات ولقاءات تلقي الضوء على ما يجري من أحداث، وتلعب دور في تشكيل وعي الجمهور في القضايا التي تهم الرأي العام والذي له الأثر في تكوين العقل الجمعي لدى المتلقي مما يجعل لها الأثر في تنمية المجتمع ، في الوقت الذي أصبحت فيه القضايا التنموية تحتل المكانة العليا لاهتمامات الدولة لأنها تؤدي إلى الارتقاء بعميشة المواطن .

النظام السياسي الجديد الذى ينبثق من ثورة 30 يونيو، يعيد صياغة دور الدولة، ويفسح الطريق لعودة نموذج «الدولة التنموية» ، باعتبار أن مهمة الدولة الرئيسية هي التنمية الشاملة من خلال القيام بمشروعات قومية كبرى، وقد بدأ الرئيس عبد الفتاح السيسى هذا العصر التتموى الجديد في مصر، بمشروع قناة السويس الجديدة، التي اعتمد فيها لأول مرة في تمويلها على الاكتتاب الشعبى، والدولة تشارك في التنمية المستدامة بكل قوة، تخطيطاً وتنفيذاً وتعبئةً وينبغى على مؤسسات المجتمع المدنى، أن تصبح مؤسسات تنموية تشارك بفعالية في جهود التنمية الشاملة ومن أهم هذه

المؤسسات الإعلامية الذي يلعب دوراً كبيراً في توعية المواطن ويوضح له الهدف من الخطط التنموية القومية.

كما تؤدي برامج التوك شو دوراً أساسياً في توضيح اتجاهات القنوات الفضائية لاسيما بعد التطور الكبير الذي حدث لوسائل الاتصال المتمثلة في البث الفضائي ، والذي ساعد على التقارب الإنساني والحضاري بين شعوب العالم ، وازدهار البرامج الحوارية مما أتاح لمعد البرنامج الحواري أن يستضيف أكثر من شخصية ، وأن يجمع بين شخصيات من بلدان مختلفة في برنامج واحد والتحاور معهم ، مما نتج عنها اطلاع المشاهد على المعلومات والآراء بشكل مباشر من مصادره الأصلية ، وتعد البرامج الحوارية في القنوات الفضائية ذات أهمية كبيرة في حياة الأفراد والشعوب.

### الدراسات السابقة:

تم الرجوع إلى العديد من الدراسات السابقة للاستفادة بما تناوله من موضوعات وما توصلت إليه من نتائج في إجراء هذه الدراسة. وقام الباحث باختيار الدراسات التي ترتبط بالبرامج الحوارية (TALK SHOWS) والتنمية المستدامة من مختلف الجوانب وذلك نظراً لأهمية هذه البرامج فيما تأثره في المجتمع .

ويمكن عرض هذه الدراسات بما يفيد في بلورة أهمية الدراسة من خلال المحاورين التاليين :

- 1- الدراسات التي اهتمت بدراسة معالجة البرامج الحوارية لقضايا المجتمع .
- 2- الدراسات التي تناولت أهمية خطط التنمية القومية (التنمية المستدامة) .

### المحور الأول: الدراسات التي اهتمت بمعالجة البرامج الحوارية لقضايا المجتمع:

خلصت الدراسات السابقة الى ان هناك اتفاق بتأثير البرامج الحوارية في القنوات الفضائية على المشاهد بشكل ايجابي وأكدت دراسة السيد لطفي حسن زايد (2017) أن ارتفاع مشاهدة المبحوثين (الذكور والإناث) عينة الدراسة للقنوات الفضائية والبرامج الحوارية ، وجاء برنامج (العاشرة مساءً) في مقدمة البرامج الحوارية التي يحرص المبحوثين على مشاهدتها في القنوات الفضائية المصرية ، ثم برنامج (هنا العاصمة) في المرتبة الثانية ثم برنامج (90 دقيقة) في المرتبة الثالثة ، ويحرص القائمون بالاتصال على تحقيق أهداف السياسة التحريرية للقناة الفضائية المصرية التي يعملون بها من خلال تبنى الموقف الرسمي إزاء القضايا المحلية والخارجية وجاءت الموضوعات (السياسية) في مقدمة أهم الموضوعات أو القضايا التي يحرص المبحوثين على مشاهدتها ، ثم الموضوعات (الاقتصادية والاجتماعية) ، ثم (الموضوعات الرياضية) ، ثم (الموضوعات

الدينية)، وجاءت دراسة راجية ابراهيم عوض عطالله (2015) أن أكثر من ثلثي العينة يعتمدون على البرامج الحوارية كمصدر أساسي لمعلوماتهم عن الموضوعات المختلفة المطروحة على الساحة أول بأول وذلك وفقاً لما أوردته الدراسة ، وخلصت دراسة محمود مصطفى محمود الجمل (2014) إلى أن نسبة 20 ٪ من عينة الشباب الجامعي تتابع البرامج الحوارية اليومية بشكل منتظم و نسبة 80٪ تتابعها بشكل غير منتظم وأن أهم دوافع متابعة الشباب الجامعي للبرامج الحوارية الخاصة باستقلاليتها وعدم تبعيتها للحكومة مما يجعلها تتناول كل القضايا المجتمعية، وتوفر مساحة كبيرة من الحرية والتعبير عن الرأي. وأكدت دراسة رباب عبد الرحمن هاشم (2013) والتي خلصت نتائجها الى تفوق البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الخاصة والفضائيات الإخبارية العربية كمصادر لمعلومات للجمهور المصري لمتابعة تطورات الأوضاع السياسي بعد ثورة يناير وفي السياق ذاته ونجد دراسة انجي محمد بركة (2013) قد اختلفت مع النتائج السابقة أن من يتعرضون للبرامج الحوارية التي تقدمها القنوات الأرضية والفضائية بالتلفزيون المصري "نادراً" ، كما أشارت نتائج لدراسة الى وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين مستوى التعرض للبرامج الحوارية بالقنوات الأرضية ومستوى المشاركة السياسية . وعدم وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين مستوى التعرض للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية الخاصة ومستوى المشاركة السياسية .

أما دراسة جلين سميث وكايتلين سيرليس ( Glen Smith , Kathleen 2012 ) عن برامج الرأي أثرت على اتجاهات الجمهور خاصة المرشح الذي لا يفضلونه فكلما زاد تعرضهم لهذه البرامج وقت الانتخابات زادت اتجاهاتهم السلبية نحو هذا المرشح ، وأشارت دراسة ناعومي صقر (Naomi Sakr, 2012) في نتائجها الى أن اتساع نطاق استخدام شبكة الانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي في الفترة التي مرت بها مصر في أعقاب ثورة يناير 2011 أدى الى زيادة كبيرة في مساحة الحوار والنقاش السياسي بالبرامج الحوارية بالتلفزيون المصري وبوجه خاص

بالقنوات التلفزيونية الفضائية، ونجد أيضا دراسة فايضة طه عبد الحميد (2011) والتي جاءت نتائجها عن رأي المبحوثين أن الوسيلة المفضلة لديهم لمتابعة ما يعرض عن الأحداث الجارية هي البرامج الحوارية بنسبة 50.55٪.

وتؤكد لنا دراسة كاثرين هاوس ( Kathryn House 2011 ) أن تأثر ظهور الرئيس الأمريكي بالبرامج الحوارية الترفيهية اليومية على الجمهور مثلت حدوث تحولات في اتجاهات الجمهور نحو الرئيس "اوباما" شخصيا ونحو إدارته السياسية ، مما أشارت

إليه الدراسة في نتائجها الى أهمية البرامج الحوارية كوسيلة للتواصل السياسي ، وتهدف دراسة سارة ناصر الخليل (2011) إلى معرفة مدى تأثير أجندة القضايا التي تقدمها برامج التوك شو المسائية في مصر على اتجاهات المتعلمين المصريين نحو قضية المشاركة المدنية وقد أكدت نتائج الدراسة أن أكثر البرامج الحوارية تأثيراً على الجمهور هو العاشرة مساءً كما أوضحت أنه كلما كانت الاتجاهات نحو الانتخابات ايجابية نحو الجمهور كانت احتمالية مشاركتهم في التصويت أكبر ، وفي ذات السياق توصلت دراسة جوليا عبد الوهاب (2011) الى أن البرامج الحوارية تشكل وجهة نظر الجمهور حول النظام الاجتماعي الحالي و البرامج الحوارية التي تذاع عبر القنوات الحكومية ركزت البرامج الحوارية السياسية على الجوانب العاطفية .

ونجد أيضاً أن دراسة ماري جاكسون Jackson, Mari (2010) أن دراستها تهدف الى التعرف على دور البرامج الحوارية المسائية في استخدامها للحملات الانتخابية الرئاسية وخلصت الدراسة الى عدة نتائج أهمها أن المرشحون لجئوا إلى استخدام سب دعاية بديلة مثل البرامج الحوارية المسائية لنشر وبث رسائلهم وصورهم حيث اتضح أنها من أنجح الوسائل لتحقيق هذه الغاية وأن البرامج الحوارية التي تذاع في فترات متأخرة من الليل استطاعت أن تؤثر على تصور الناخبين واتجاهاتهم لما تتمتع بيه هذه البرامج من أسلوب فريد من حيث سعة البث او نوعية الجمهور مقارنة بغيرها من البرامج الأخرى .

وفي دراسة ممدوح عبد الله محمد عبد اللطيف (2009) خلصت النتائج الى أن البرامج الحوارية يكون لها تأثير في بعض القضايا التي تتناولها بنسبة أكبر من قضايا أخرى وأجريت الدراسة على عينة قوامها 400 مفردة ذكورا وإناثا من الجامعات المصرية المختلفة ، وتوصلت الدراسة الى عدة نتائج من أهمها اهتمام البرامج الحوارية (عينة الدراسة التحليلية ) بصورة الحكومة المصرية حيث بلغت نسبة القضايا التي تتعلق بالحكومة المصرية 60% في حين أن باقي القضايا (فنية -رياضية - أخلاقية - قضايا خارجية .. وغيرها ) جاءت بنسبة 40% ، وهدفت دراسة Peter, Mwesige

(2009) إلى التعرف على رصد مزايا وعيوب البرامج الحوارية في الإذاعة، وتوصلت الدراسة للعديد من النتائج، من أهمها: كشفت نتائج الدراسة الميدانية أن دوافع اتصال الجمهور الأوغندي أو مشاركتهم في البرامج الحوارية تتمثل في: الرغبة في الإعلام أو التوير بنسبة 21%، التعبير عن وجهة النظر بنسبة 15.8%، المساهمة في مناقشة القضايا السياسية بنسبة 14.3%، التسلية بنسبة 5.3%، البحث عن بعض المعلومات وتوضيح بعض الأمور بنسبة 3.8%، كما كشفت نتائج الدراسة التحليلية أيضا عن أهم

الضيوف المشاركين في البرامج الحوارية، وذلك على النحو الآتي: أعضاء في أحزاب سياسية بنسبة 19.4 %، عضو في البرلمان بنسبة 12 %، مسؤول حكومي بنسبة 12 %، صحفيون بنسبة 8 %، وزير بنسبة 6.3 %، قادة عسكريون بنسبة 5.7 %، رجال دين بنسبة 2.9 %، وتمثلت أهم دوافع استماع الجمهور الأوغندي للإذاعة الأوغندية للبرامج الحوارية في: البحث عن المعلومات بنسبة 51.7 %، الاستماع لوجهات النظر الأخرى بنسبة 27.5 %، التسلية 11.7 %، الاهتمام بالشؤون السياسية بنسبة 5 %، أخرى بنسبة 4.1 %.

استهدفت دراسة موريس وبوجارزترنر baumgarther & morris (2008) في التعرف على تأثير البرنامج الحواري الكوميدي كولبير " على الشباب الأمريكي " واعتمدت الدراسة على منهج التجريبي بالتطبيق على عينة قوامها (855) وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها : إن الشباب عندما يتعرضون للسخرية السياسية ببرنامج "كولبير" فإنهم يصبحوا أكثر قرباً من الرئيس بوش والحزب الجمهوري وسياسته بالكونجرس وذلك على عكس المتوقع من أنهم يصبحوا أكثر نقداً لليمين للمتطرف الذي يمثل الرئيس بوش والحزب الجمهوري بالكونجرس الأمريكي ، وإن السخرية للقضايا والأحداث السياسية تؤثر بالشباب بطريقة إيجابية من خلال قيامهم بنقد الرئيس بوش وحزبه وسياسته ولكن كان له تأثير سلبي على الشباب حيث جعلهم أكثر قرباً من الرئيس وحزبه ، أما دراسة ريهام سامي حسن يوسف 2008 استهدفت التعرف على أجندة القضايا المجتمعية للبرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة ومقارنتها بأجندة القضايا المجتمعية لدى الجمهور لمعرفة مدى قدرة هذه البرامج على ترتيب أولويات القضايا المجتمعية لدى الجمهور ، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح ، وأجريت الدراسة على العاشرة مساءً ، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها :زيادة اهتمام البرنامج الحواري الحكومي بالمشكلات والقضايا الاجتماعية والإعلامية ، بينما اهتم البرنامج الحواري الخاص بالقضايا السياسية والقانونية والاقتصادية ، وهذا يدل على وجود بعض الخطوط الحمراء التي ما زالت موجودة في القنوات الحكومية ، ونجحت البرامج الحوارية في ترتيب أولويات القضايا (التعليمية -الدينية - المرافق والخدمات ) بينما لم ينجح بالنسبة للقضايا الإعلامية والبيئية .

## المحور الثاني : الدراسات التي تناولت أهمية خطط التنمية القومية (التنمية

### المستدامة):

خلصت الدراسات التي اندرجت تحت هذا المحور مثل دراسة منى عبد الرحمن مصلح (2018) إلى أن حملات التسويق الاجتماعي التليفزيونية ودورها في تحقيق أهداف برامج التنمية الاجتماعية في الدولة من خلال أحداث تأثير على اتجاهات واستجابة الشباب المصرى لهذه الحملات باعتبارهم الفئة الأكثر تأثيرا في المجتمع وكذلك من خلال مشاركتهم المجتمعية إثر التعرض لهذه الحملات. وخلصت الدراسة إلى أن موضوع الدعوة للتبرع من أكثر الموضوع.

عات التي تعرضها الحملات التليفزيونية بنسبة 57.1% يليها موضوعات رفع الروح المعنوية للمرضى ، وجاءت دراسة زهرا رضا شافعي (2017) في تحليل دور الدولة الكويتية في تحقيق التنمية من خلال تفعيل آليات الحكم الرشيد، حيث لا يمكن أن يكون هناك حكم رشيد ما لم يؤدي إلى استمرارية تنمية فعالة دون مشاركة أطراف فاعلة (القطاع الخاص والمجتمع المدني) فتحقيق التنمية الشاملة يتطلب توجيه الاهتمام بمنظمات المجتمع المدني ومؤسسات القطاع الخاص وتفعيلها لأداء وظائفها، كما يتطلب إشراكهما في صنع القرارات التنموية والسياسات العامة وذلك من خلال فسح المجال أمامهما للتعاون مع المؤسسات الحكومية ، ونجد دراسة محمد أحمد إبراهيم السعدنى (2017) تركز على عدم وجود جمعيات أهلية أو مكاتب استشارية لمساعدة صغار المستثمرين و إقناعهم بأهمية المشروعات الصغيرة اقتصاديا و اجتماعيا و إزالة المخاوف التي لديهم بشأن المشروعات الصغيرة ، و فتح قنوات لهؤلاء سواء محليا أو إقليمياً أو دولياً و غياب دور الإعلام المسموع أو المرئي أو المقروء لطرح فكرة العمل الجماعى و توضيح أهمية المشروعات الصغيرة للفرد و الأسرة و للمجتمع المحلى ثم للدولة بما لهذه المشروعات الصغيرة من أهمية اقتصادية و اجتماعية ، وفي دراسة فاطمة ابو بكر أحمد (2011) أن النسبة المستفيدة من أعمال منظمات المجتمع المدني ضئيلة جدا مقارنة بالاحتياجات الاجتماعية للمجتمع الصومالى ، ففى مجال التعليم تأكد أن حوالي 2.5 مليون طفل بلغوا سن التعليم ، غير أن نسبة 18% فقط تحظى بفرص تعليمية .

وخلصت دراسة دوفلو إيثر (2012) Duflo Esther إلى أن المرأة لها دور مهم في التطور الاقتصادي والتنمية الاقتصادية وهذا يؤدي الى تطور المجتمع ، وجاءت دراسة سيمانسكا كلودكوسكا (2011) Szymanska, Chodkowska, لتأكد أن الاستخدام الفعال والجيد للموارد البيئية والتكنولوجية مرتبط مع تحقيق مفهوم التنمية المستدامة

وأن التوجه نحو الطاقة العضوية وزراعة المحاصيل القادرة على إنتاج الطاقة العضوية من أهم العوامل القادرة على تحقيق مفهوم التنمية المستدامة في الريف البولندي. وأكدت أيضا دراسة إيميلي يانوفا (Emely Yanova, 2011) أهمية الوعي البيئي في تحسين التنمية المستدامة في المناطق الريفية، أن الوعي البيئي لمقياس الشركات الزراعية العاملة في المناطق الريفية يلعب دور هام في الوصول لمفهوم التنمية المستدامة في روسيا .

وهدفت دراسة بريلا ، جال ، مارشي جيان (Perella ,Gall, Marcheggian, 2010) أن زيادة الحوار والتواصل مع سكان المناطق المستهدفة بالتنمية المستدامة قادر على الوصول لاستراتيجيات فاعلة مبنية على احتياجات المجتمعات المحلية من أجل تحقيق مفهوم التنمية المستدامة للموارد الطبيعية المتوفرة في الريف الايطالي .

وخلصت دراسة وتنكو (Woitenko,T, 2008) أن مفهوم التنمية المستدامة يتضمن الحصول على المنتجات المختلفة معايير النقل والتصنيع ، تدوير الموارد المختلفة ، رضا العاملين ، ورضا الزبائن ، وهي جميعا مرتبطة بمفهوم التنمية المستدامة في قطاع التجزئة في المدن الكندية ، وقام برودزنيسكا (Brodzinska, 2007) بدراسة عن سلوكيات التنمية المستدامة في تطوير مفهوم التنمية المستدامة في المناطق الريفية في بولندا ، وأشارت النتائج أن السلطات الحكومية في بولندا تستخدم مجموعة من الإجراءات من اجل حماية البيئة وتحقيق مفهوم التنمية المستدامة مثل ضرورة التقيد بمعايير الاتحاد الأوروبي في الإنتاج الزراعي والصناعي وأن الأجهزة الحكومية غير قادرة على متابعة تطبيق هذه المعايير بسبب عدم توفر الإمكانيات البشرية والمادية .

#### التعليق على الدراسات السابقة :

- أكدت معظم الدراسات بدراسة بأن البرامج الحوارية نافذة حقيقية للتعبير عن آراء واتجاهات الشباب نحو قضايا المجتمع .
- أن البرامج الحوارية تأثر على وعي الشباب الجامعي من خلال تناولها لقضايا المجتمع السياسية والاجتماعية والاقتصادية .
- دور البرامج الحوارية في التنوير الثقافي لجميع أفراد المجتمع .
- أغلب الدراسات الأجنبية اهتمت بالتركيز على الموارد الطبيعية لأنها أساس تحقيق التنمية المستدامة في المجتمع
- ونجد بعض الدراسات الأجنبية اهتمت بدراسة التنمية المستدامة في المناطق الريفية .

• نجد بعض الدراسات ترى ان البرامج الحوارية السياسية تركز على الجانب العاطفي للمشاهد .

#### أوجه استفادة الباحث من الدراسات السابقة :

- 1- تمثل البرامج الحوارية دور أساسي وهام في التأثير على الجمهور وتشكيل وعيه الوطني والانتخابي.
- 2- أن البرامج الحوارية أصبحت أداة تؤثر على الشباب الجامعي في تغيير ايدولوجيتهم .
- 3- التعرف على نوعية الموضوعات والقضايا التي تتناولها البرامج الحوارية اليومية على القنوات الفضائية الحكومية والخاصة فيما يتعلق بالأداء الحكومي، والجوانب المهنية والأخلاقية التي تعكسها تلك البرامج.
- 4- أهمية البرامج الحوارية في نشر الوعي لدى فئة الشباب .
- 5- أهمية التنمية المستدامة وطريقة مناقشتها في البرامج الحوارية ومدى اهتمام الحكومات بهذا الجانب .

#### مشكلة الدراسة:

تقوم وسائل الاعلام بمختلف أشكالها وأنواعها - المقروءة والمسموعة والمرئية- بدور فعال في البناء الوطني والتصدي للكثير من التحديات لقضايا التنمية، وذلك بهدف توعية الشباب المصري بالبرامج التي تقدمها الدولة للتنمية ، ومن ثم تتحدد مشكلة الدراسة في التعرف على دور البرامج الحوارية في تشكيل إدراك الشباب لخطط التنمية القومية، وكيفية عرض البرامج الحوارية لقضايا التنمية القومية ومن بينها ( البطالة - غلاء الأسعار - العشوائيات -الفقر- التعليم - الصحة ) ومدى إمكانية أن تلعب البرامج الحوارية المصرية الدور الرائد في التبصير بالحقائق وتقديم أخبار صحيحة عن دور الحكومة في حل القضايا التنموية القومية ، ونجد أن هناك البعد الاقتصادي له دور رئيسي وأساسي في تطوير التنمية القومية وذلك من خلال دور البرامج الحوارية ودورها في طرح هذه القضايا والموضوعات واهتمام الدولة بها .

#### حدود البحث:

- 1- الحدود البشرية والمكانية: طالبات كليات اعلام وصيدلة جامعة القاهرة وجامعة
- 6 أكتوبر لعام 2019/2020.



2- الحدود الزمنية: تمت الدراسة في الشهر الرابع من العام الدراسي 2019/2020 ، وقد تم تطبيق استبانات الدراسة في الفصل الدراسي الثاني من العام الدراسي.

3- الحدود العلمية: يتحدد بأداة البحث وهي: استبانة دور البرامج الحوارية في تشكيل ادراك الشباب لخطط التنمية القومية .

#### أهمية الدراسة:

تتبع أهمية هذه الدراسة من أهمية البرامج الحوارية ودورها في تدعيم قيم الحرية والعدالة في المجتمعات الديمقراطية بالإضافة إلى دورها في التغيير السياسي والاجتماعي والكشف عن مشاكل التي تحدث في المجتمع ومحاولة معالجتها .  
وترجع أهمية الدراسة إلى الاعتبارات الآتية :

1 . أهمية البرامج الحوارية على المتلقى والتي تشكل قوة ضغط وتصنع رأياً عاماً يحرك الحكومات والمجالس والهيئات لدعم القضايا التنموية .  
2. أهمية قضايا التنمية القومية التي يتم تناولها عبر البرامج الحوارية في القنوات المصرية .

3 . دور البرامج الحوارية في توعية الشباب بالبرامج التنموية المعروضة من خلالها .

4 . توضيح أهمية البرامج الحوارية في خلق مجتمع واع بدوره التنموي والثقافي والسياسي والاقتصادي

5 . الأزمات التي تحدث في النظام الاجتماعي تزيد من حاجة الشباب للمعلومات وبالتالي تزيد من اعتماده على البرامج الحوارية لإشباع هذه الحاجة .

#### أهداف الدراسة:

تسعي هذه الدراسة إلى تحقيق هدف رئيسي هو التعرف على دور البرامج الحوارية في تشكيل إدراك الشباب نحو خطط التنمية القومية ويندرج تحته مجموعة من الأهداف الفرعية وهي:

#### أهداف الدراسة الميدانية :

1- الكشف عن مدى إدراك الشباب الجامعي لهذه القضايا والاهتمام بمتابعتها .

2- التعرف على قدرة البرامج الحوارية بالقنوات المصرية في تعزيز الوعي لقضايا القومية التي تدعمها الحكومة .

3- التعرف على أكثر القضايا التنموية شيوعاً بين الشباب الجامعي باعتبارهم الفئة الأكثر استهدافاً بقضايا التنمية .

4- التعرف على مدى استفادة الشباب المصري من المشروعات التنموية المقدمة عبر البرامج الحوارية.

#### تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة إلى الإجابة عن تساؤل رئيسي مفاده هو "إلى أي مدى أثرت البرامج الحوارية على اتجاهات الشباب نحو قضايا التنمية القومية" ويتفرع من هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات الفرعية وهي:

1- ما أهم المشكلات التي تواجه الشباب في المجتمع المصري نحو قضايا التنمية القومية؟

2- ما أهم قضايا التنمية القومية شيوعاً بين الشباب الجامعي في المجتمع المصري؟

3- ما اعتماد الشباب على وسائل الإعلام يزداد كلما كان النظام الإعلامي قادراً على توصيل المعلومات الصحيحة لهم؟

#### الإجراءات المنهجية للدراسة:

##### نوع الدراسة:

تعد هذه دراسة وصفية مقارنة ، والتي تتجه الي وصف الظاهرة المدروسة كما هي والتعرف علي الموقف الحالي بظروف وملابساته المختلفة، حيث تستهدف الدراسة رصد وتوصيف وتفسير دور البرامج الحوارية في التأثير على إدراك الشباب لبرامج التنمية القومية .

سوف يعتمد الباحث في دراسته على جمهور الشباب ويعتبر الشباب الجامعي أهم شريحة داخل المجتمع، بل وهي الشريحة الأعظم في تكوين المسؤولية كاستعدادها لتحمل المسؤوليات الدولة بعد فترة التخرج (مؤسسة الصغرى وهي المنزل ومؤسسة الكبرى هي الدولة ) إضافة إلى كونها فئة قد أخذت مجموعة من الخبرات والثقافة والقيم أثناء تكوينها الجامعي.

##### منهج الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات المسحية التي تعتمد على منهج المسح الإعلامي ، حيث تهتم الدراسة برصد وقياس ردود أفعال الجمهور حول المضمون المقدم من خلاله، ومدى ادراك الشباب بقضايا التنمية القومية.

## مجتمع وعينة الدراسة الميدانية وأداة جمع البيانات:

يتمثل مجتمع الدراسة الميدانية في الشباب المصري الجامعي والذي يتراوح أعمارهم من 18 حتى 24 تمت الدراسة الميدانية على العينة العشوائية المتاحة من الشباب الجامعي المصري قوامها 200 مفردة من خلال استمارة استبيان لظروف انتشار جائحة فيروس كورونا.

أداة جمع البيانات للدراسة الميدانية: أعد الباحث استمارة الاستقصاء للمسح الميداني للجمهور من خلال مجموعة أسئلة تغطي أبعاد الدراسة، وتوعدت أسئلتها ما بين الأسئلة المغلقة والمفتوحة.

### عينة الدراسة الميدانية:

تم اختيار عينة الدراسة الميدانية والذي يتراوح أعمارهم من 18 حتى 24 عام قوامها 200 مفردة من الشباب الجامعي المصري.

- الخصائص الديموجرافية  
- الجنس:

جدول رقم (1)

النوع	ك	%
أنثى	131	65.5
ذكر	69	34.5
الإجمالي	200	100

تظهر نتائج الجدول رقم (1) الخصائص الديموجرافية من حيث الجنس أن الإناث أكثر من ذكور بنسبة 65.5% أما ذكور بنسبة 34.5% .

### الحالة الاجتماعية:

جدول رقم (2)

الحالة الاجتماعية	ك	%
أعزب	198	99
متزوج	2	1
الإجمالي	200	100

تظهر نتائج الجدول رقم (2) الحالة الاجتماعية حيث أن أعزب بنسبة 99% ومتزوج بنسبة 1% .

## - العمر

جدول رقم (3)

العمر	ك	%
21-25	108	54.0
18-20	92	46.0
الإجمالي	200	100

تظهر نتائج الجدول رقم (3) أن الفئة العمرية من 21 الى 25 اكثر فئة تعرض للمشروعات الإقتصادية القومية بنسبة 54.0% أما الفئة العمرية من 18 الى 20 أقل بنسبة 46.0% .

## - الكلية

جدول رقم (4)

الكلية	ك	%
إعلام	98	49.0
صيدلة	82	41.0
آداب	3	1.5
طب أسنان	2	1.0
تربية إنجليزية	2	1.0
علاج طبيعى	2	1.0
هندسة	2	1.0
تربية رياضية	2	1.0
إقتصاد وإدارة	1	.5
تكنولوجيا معلومات	1	.5
رياض أطفال	1	.5
تربية فنيه	1	.5
السن	1	.5
علوم	1	.5
طب	1	.5
الإجمالي	200	100

تؤكد نتائج الجدول رقم (4) أن كلية الإعلام أكثر كليات اهتمام بالمشروعات القومية في الدولة بنسبة 49.0% ويلها كلية الصيدلة بنسبة 41.0% ويلها كلية اداب بنسبة 1.5% ثم كلية طب أسنان بنسبة 1.0% وكلية تربية إنجليزية 1.0% وكلية علاج طبيعي بنسبة 1.0% وكلية هندسة بنسبة 1.0% وكلية تربية رياضية 1.0% وأقل الكليات اهتماماً وهي كلية إقتصاد وإدارة بنسبة 0.5% وتكنولوجيا معلومات بنسبة 0.5% ورياض أطفال بنسبة 0.5% تربية فنيه بنسبة 0.5% السن بنسبة 0.5% علوم بنسبة 0.5% وطب بنسبة 0.5% .

- مكان السكن

جدول رقم (5)

مكان السكن	ك	%
6 أكتوبر	60	30.0
الجيزة	47	23.5
الهرم	23	11.5
المنصورة	17	8.5
القاهرة	13	6.5
شبرا	8	4.0
مصر الجديدة	5	2.5
حدائق الأهرام	3	1.5
الدقى	3	1.5
الشيخ زايد	3	1.5
مدينة الشروق	3	1.5
البحيرة	2	1.0
المنوفية	2	1.0
طنطا	2	1.0
القليوبية	2	1.0
حدائق أكتوبر	1	.5
حدائق القبه	1	.5
شبين الكوم	1	.5
كفر الشيخ	1	.5
التجمع	1	.5
بنها	1	.5
قنا	1	.5
الإجمالى	200	100

تظهر نتائج جدول رقم (5) أن مكان السكن أكثر معرفة للمشروعات مدينة 6 أكتوبر بنسبة 30.0% ويليها الجيزة بنسبة 23.5% ويليها الهرم بنسبة 11.5% وأقل أماكن وهي بنها بنسبة 0.5% وقنا بنسبة 0.5%.

### الفترة الزمنية للدراسة الميدانية:

سوف تتم الدراسة الميدانية على عينة من الشباب الجامعي المصري وتتم في محافظة القاهرة من شهر 1 يناير 2020 الى شهر 3 مارس 2020 .  
مبررات اختيار الفترة الزمنية:

- 1- كثرة الأحداث السياسية الاجتماعية والاقتصادية .
- 2- كثرة عرض قضايا التنمية القومية .
- 3- نهاية العام الانتهاء من عدة مشاريع قومية .
- 4- اكتمال العديد من المشروعات التنموية الحديثة في نهاية عام 2019 .

### مصطلحات الدراسة:

الدور "Role" : يشير إلى معايير والسلوك أو القواعد التي تحكم وصفاً معيناً في البناء الاجتماعي أو الوظيفة أو الأداء الذي يقوم به الإعلام بالنسبة للجمهور في مجالات منها ( التعليم ، الأخبار ، التنمية ، الترفيه ) .

البرامج الحوارية: يعرفها "على عزيز بلال" 1 في كتابه "لغة التلفزيون البرامج الحوارية" أن البرامج الحوارية التلفزيونية في أيامنا هي أقصر الطرق الإعلامية وأسهلها للوصول إلى أكبر عدد من الأفراد من كل الشرائح مشيراً إلى أن لمصطلح البرامج الحوارية أكثر من تعريف منها "نوع من الحديث بين شخصين أو فريقين يتم فيه تداول الكلام بطريقة متكافئة" وفي تعريف آخر "هي البرامج التي تستضيف شخصاً متخصصاً ليتحدث إلى الناس بشكل مباشر في موضوع .

التنمية المستدامة: هي التنمية التي تلبى احتياجات الحاضر دون الإخلال بقدرات الأجيال القادمة على تلبية احتياجاتها ، وهي عملية تغيير حيث يجري استغلال الموارد وتوجيه الاستثمارات ، وهي تعبير عن التنمية التي تتصف بالاستقرار وتمتلك عوامل الاستمرار والتواصل .

التنمية القومية : هي عبارة عن تحقيق زيادة سريعة تراكمية ودائمة عبر فترة من الزمن في الإنتاج والخدمات نتيجة استخدام الجهود العلمية لتنظيم الأنشطة المشتركة الحكومية والشعبية.

**الإدراك: والإدراك له تعريفيين :**

**المعنى الأول:** وهو مرتبة من مراتب العلم؛ أي وصول مثال المعلوم إلى النفس المدركة **المعنى الثاني:** هو مطلق الإدراك أي كل عمليات وصول العلم ومراتبه. فالأول هو الإدراك المطلق وقد شرح في بداية المطلب، والثاني هو مطلق الإدراك؛ وهذا يمثل ما نعبر عنه بالقوة العالمة أو العارفة في الإنسان.

**الجانب النظري:**

**أولاً: البرامج الحوارية Talk Shows**

**مفهوم البرامج الحوارية**

تعرف إيمان عز الدين محمد البرامج الحوارية بأنها البرامج التي يلتقي فيها شخصان أو أكثر لبحث موضوع معين وتناوله من جميع الجوانب ، سواء اتفقت الآراء او اختلفت ، ويمكن ألا ينتهي الحوار إلى حل أو استنتاج أخير ، ويترك الموضوع مفتوحاً للمشاهدين فينتهوا الى آرائهم الخاصة على أساس الحقائق والآراء التي تعرض أثناء المناقشة. ويذهب البعض إلى تعريف البرامج الحوارية بأنها "محادثة غير رسمية بين المضيف والضيف الجمهور من خلال النقاش أو طرح القضايا أو إبراز حياة شخصية وخبراتها من خلال استضافة عدد من الشخصيات العامة أو المتخصصة.

الحوار هو الحجر الأساس في هذه البرامج ، نجد أن أفضل تعريف لهذا الحوار هو ما وضعه

charlies & william حيث عرفوه بأنه " عملية اتصال تفاعلية بين طرفين أحدهما لديه أهداف جادة ومحددة من قبل يريد الوصول إليها من خلال إلقاء أسئلة تحتاج إلى إجابات من الطرف الآخر" ووفقاً لهذا التعريف فإن العناصر الأساسية للحوار هي:

العملية "process" : التي تشير إلى الدينامكية والتفاعل بين طرفي الحوار

التفاعلية "interactional" : تبادل المعلومات والمشاعر والمعتقدات والدوافع بين طرفي الحوار .

## تاريخ ونشأة البرامج الحوارية :

ظهرت وتطورت البرامج الحوارية في الولايات المتحدة الأمريكية وذلك باعتبار أنها الدولة الأولى التي اهتمت بهذا النوع من البرامج ، حيث ظهرت في عام 1930 بالراديو ثم انتقلت إلى التلفزيون عام 1950 ، وبعد انتهاء الحرب العالمية الثانية جرت تغييرات في أمريكا ساعدت على نمو التلفزيون التجاري ، فأخذ يستقى من الراديو والدراما ، والكوميديا ، والبرامج الحوارية ، وفي تلك الفترة أنشأت شبكتي CBS و NBC خدمة إخبارية تلفزيونية تتضمن برنامج حوار إخباري ، وأيضاً ظهرت البرامج الترفيهية التي تتضمن حوار من خلال مقابلات غير رسمية مع الجمهور في البرنامج ، وتتخذ البرامج الحوارية في حينها : البرامج الحوارية الإخبارية ، والبرامج الإخبارية المتنوعة ، وفي بداية الستينات بدأت نوعية جديدة من البرامج الحوارية في الظهور وكانت تبث ليلاً كأحد برامج السهرة وكان أولها برنامج ( the late Show ) ، وكان البرنامج من أنجح البرامج الحوارية ، والمعتمد على سميتي الحوار والكوميديا في التقديم وفي ذاك الوقت ، والذي ظل لمدة 40 سنة بنفس موسيقاه عن ظهر قلب ، ومع نجاح البرنامج تتابعت من بعده برامج السهرة التي سارت على نهج نفسه .

بنهاية السبعينات وبداية فترة الثمانينات انقسم التلفزيون إلى نوعين : تجاري ، وحكومي ، وبعد الأخير مصدراً للمعلومات والبرامج التعليمية والبرامج الحوارية الجادة ، ولكنها كانت تعاني من مشاكل التمويل ، بينما في التلفزيون التجاري اتجهت البرامج الحوارية إلى تقديم المعلومات واتسمت بالتوجه إلى الجمهور الذين تتراوح أعمارهم ما بين (18-49) عامة وخاصة المرأة . وتميزت البرامج الحوارية بالإيقاع السريع وزيادة المشاركة الجماهيرية .

## أهداف البرامج الحوارية :

- 1- إيصال الحقائق والمعلومات إلى الجماهير بطريقة من همومهم وآمالهم .
- 2- محاولة الوصول إلى تقديم حل للموضوع المختلف عليه وذلك بعرض وجهات نظر مختلفة فعن طريق التحوار يظهر لنا وجهات نظر قد فازت على غيرها فتقدم هي بعدها الحل الصحيح للمشكلة المطروحة .
- 3- تحث البرامج الحوارية على المزيد من التفكير في الموضوع الذي عالجه فهي إن اكتفت بالتبني إلى أهمية ومناقشة جوانبه وما يحيط به من وجهات نظر مختلفة ولكنها لم تنته إلى حقائق معينة بل تركت الباب مفتوحاً أمام المتلقين .



4-التعريف بشخصية ما نتيجة عمل قامت بيه أو لطرفتها وما يضيف وجودها في الأستوديو من إشاعة المرح والتسلية للمشاهدين.

#### برامج الحوار في وسائل الإعلام الجماهيرية

تقسم برامج الحوار في وسائل الإعلام الجماهيرية وفقاً لأهدافها وطبيعتها والغرض منها إلى ثلاثة أنواع رئيسية هي : حوار الرأي ، حوار الشخصية ، حوار المعلومات .  
أولاً: حوار الرأي (Opinion interview)

ويهدف هذا النوع من الحوار إلى التعرف إلى آراء وأفكار الجمهور ووجهة نظرهم إزاء مختلف القضايا الخلافية التي تشغل بالهم وتحظى باهتمامهم ، كما يهدف هذا الحوار أيضاً الى التعرف على رأي المختصين في موضوعات خاصة أو مسائل بعينها ، وذلك بإجراء الحوار مع أي من الجمهور أو المختصين في آن واحد يؤخذ برأيهم ، ويتوقف نجاح هذا النوع من الحوار على طرح أسئلة مفتوحة واضحة تتيح للضيف فرصة الإجابة عنها بحرية تامة دون قيود ، وهنا يجب على المذيع إظهار الاهتمام والاحترام للضيف سواء اتفقت رويته مع رؤية الآخرين أو مع الاتجاه العام أو لم تتفق.

#### ثانياً: حوار الشخصية (Personality Interview)

ويهدف هذا النوع من الحوار إلى ملامسة أعماق الشخصيات الجماهيرية والتي يريد الجمهور التعرف عليها وعلى آرائها إزاء مختلف القضايا والأحداث والتطورات إضافة إلى معرفة معلمات شخصية عنها واتجاهاتها وسلوكها وأفكارها ، ويشترط أن تكون الشخصية المستضافة تثير اهتمام العامة مثل رجال السياسة أو الفن أو الرياضة أو علماء الدين ويفضل أن يدار هذا النوع من الحوار تلقائياً أي من دون نص مكتوب مسبقاً .

#### ثالثاً: حوار المعلومة (Information Interview)

ويهدف هذا النوع من الحوار إلى إعطاء معلومات معينة للجمهور حول موضوع ما أو حدث بعينه ، ويبحث هذا النوع من الحوار عن معلومات الأخبار ويركز على إعطاء معلومات للجمهور بشكل سريع ودقيق عن حقيقة الأحداث والظواهر والتطورات التي تحظى باهتمام شريحة واسعة من المجتمع في مختلف جوانب الحياة وخصوصاً السياسية منها ، ويقتصر هذا النوع من الحوار على كبار المسئولين والمتحدثين الرسميين ، وكبار الشخصيات السياسية وأصحاب الشهرة ، ويتوقف نجاح هذا الحوار على الدقة في توجيه الأسئلة للضيف وصياغتها بالشكل الذي ينصب على الموضوع مباشرة وأن تكون الأسئلة شاملة لكافة جوانب الموضوع.

## ثانياً: التنمية المستدامة

وبنظرة تطويرية لدور الإعلام في التنمية يمكن القول أنه لم يعد دور وسائل الإعلام قاصراً على معالجة القضايا والموضوعات ذات الطابع العلمي أو القومي كما كان قديماً ، ولكن ومع بداية الثمانينات من القرن العشرين بدأ الاهتمام بالإعلام التنموي والمتخصص في شتى المجالات العلمية والتطبيقية ، وحيث الصحف والمجلات والإذاعات التليفزيونية بنصيب كبير من هذه الاهتمامات على المستوى القومي والدولي واهتمامات مماثلة من منظمات المجتمع المدني والهيئات والمؤسسات الدولية ، وذلك بهدف مخاطبة الأفراد الذين يعيشون في المجتمعات الصغيرة وذات السمات والخصائص المميزة ، والتي تعاني من مشكلات قد تختلف عن المجتمع كله حتى أصبح لهذه النوعية من وسائل الإعلام دور مهم وأساسي في مراحل التنمية المختلفة وخاصة في البلدان التي تتجه نحو تحقيق التنمية المستدامة على أرضها .

### مفهوم التنمية المستدامة

لم يعد مفهوم التنمية مقتصرًا فقط على النمو الاقتصادي بل تعداه للتأكيد على ضرورة تحسين ظروف ونوعية الحياة المادية والمعنوية والحريات السياسية وباقي الجوانب ذات العلاقة بالحياة والإنسانية وهكذا توافر بعد العدالة في استفادة الأجيال القادمة من عوائد التنمية ، وبذلك أصبحت التنمية المستدامة .

شكلت الأمم المتحدة في عام 1983 لجنة عالمية للبيئة والتنمية WECD برئاسة وزيرة النرويج Gro Harlem Brundtland (غرو هارلم برونتلاند) لدراسة مشكلات البيئة والتنمية فوق الأرض وتم التطرق بشكل رسمي الى مفهوم التنمية المستدامة سنة 1987 من خلال لجنة الأمم المتحدة للبيئة والتنمية (لجنة برونتلاند) وظهر تقرير بعنوان " مستقبلنا مشترك " ( جدول أعمال القرن الحادي والعشرين) التي عرفتها بأنها تلبية احتياجات الجيل الحالي دون المساس باحتياجات الأجيال القادمة .

## نتائج الدراسة:

### تمهيد

يتناول هذا الفصل نتائج الدراسة الميدانية ونتائج اختبار الفروض للمسح الذي تم على الشباب الجامعي في جامعة القاهرة وجامعة 6 أكتوبر حيث قام الباحث بتطبيق استبيان على الطلاب داخل جامعة 6 أكتوبر وجامعة القاهرة بواقع 100 مفردة لجامعة القاهرة و 100 لجامعة 6 أكتوبر ، وسيتم عرض النتائج العامة لمجموع 200 مفردة.

### الفترات التي يفضل فيها مشاهدة القنوات الفضائية

#### جدول رقم (1)

الفترة	ك	%
الفترة المسائية	90	45.0
فترة السهرة	49	24.5
بعد منتصف الليل	34	17.0
بعد الظهرية	19	9.5
الفترة الصباحية	8	4.0
الإجمالي	200	100

يتضح من خلال الجدول رقم (1) أن الفترة المسائية هي الأعلى مشاهدة من باقي الفترات بمعدل 45% وتأتي بعدها فترة السهرة 24.5% وفترة بعد منتصف الليل 17% وفترة بعد الظهرية 9.5% والفترة الصباحية 4% ، ولأن الجمهور الشباب الجامعي فترة الصباح ضعيفة المشاهدة لهم لارتباطهم بالجامعة.

### معدل مشاهدت القنوات الفضائية باليوم

#### جدول رقم (2)

عدد الساعات	ك	%
من ساعة إلى أقل من 3 ساعات	65	32.5
أقل من ساعة	62	31.0
4 ساعات فأكثر	40	20.0
من 3 ساعات إلى أقل من 4 ساعات	33	16.5
الإجمالي	200	100

بعد تحديد معدل المشاهدة نلاحظ أن نسبة من ساعة الى أقل من 3 ساعات يشاهدها 32.5% و اقل من ساعة 31.5% وتأتي بعدها 4 ساعات في أكثر 20% ومن 3

ساعات الى أقل من 4 ساعات 16.5% ، وهنا يتضح معدل مشاهدة جمهور الشباب حول البرامج الإقتصادية.

### القنوات المفضلة التي يشاهدها الشباب الجامعي

جدول رقم (3)

القناة	الوزن المرجح
MBC MSR	88.29
DMC	79.34
الأولى الفضائية	50.66
الثانية الفضائية	26.92
الحياة	56.66
النهار	64.62
CBC	77.45
القاهرة والناس	57.52
ONE	68.93

ويتضح من جدول رقم (3) أن قناة mbc msr أعلى مشاهدة ضمن الشباب الجامعي بمقدار 88.29% ، ويليه قناة Dmc 79.34% ثم قناة cbc 77.45% وقناة On E 68.93% وقناة النهار 64.62% وقناة القاهرة والناس 57.52% وقناة الحياة 65.66% وقناة الاولى الفضائية 50.66% وقناة الثانية الفضائية 26.92%.

### مدى متابعة البرامج الاقتصادية التي تهتم بمشاريع الدولة المصرية

جدول رقم (4)

عدد الساعات	ك	%
أحيانا	99	49.5
نادراً	45	22.5
لا	37	18.5
دائماً	19	9.5
الإجمالي	200	100

ومن خلال جدول رقم (4) يتضح أن فئة الشباب التي تهتم بمشاريع الاقتصادية أحيانا بنسبة 49.5% و نادراً بنسبة 22.5% أما إجابة لا 18.5% ودائماً 9.5% وهنا نرى ونعرف درجة اهتمام الشباب بالمشاريع الإقتصادية (القومية).

أهم المشروعات الاقتصادية التي تم مشاهدتها في الفترة الاخيرة من قبل الشباب الجامعي  
جدول رقم (5)

المشروعات	ك	%
العاصمة الإدارية الجديدة	43	13.5%
كوبرى روض الفرج	25	7.8%
شارع مصر	21	6.6%
قناة السويس الجديدة	20	6.3%
مدينة العالمين الجديدة	19	6.0%
الإهتمام وتطوير الكبارى	13	4.1%
مشروع الطاقة الشمسية	12	3.8%
مدينة الأسمرات	9	2.8%
إصلاح وتوسيع الطرق	9	2.8%
مشروعات الطرق الحديثة	8	2.5%
طريق شرم الشيخ الجديد	7	2.2%
مدينة دمياط للإنشاءات الجديدة	7	2.2%
المدن العمرانية الجديدة	6	1.9%
تطوير محطات الكهرباء	6	1.9%
شارع 306	6	1.9%
محطة الضبعة النووية	5	1.6%
كوبرى شبرا بنها الحر	4	1.3%
أيكو طاقة	4	1.3%
تطوير العشوائيات	4	1.3%
مدينه الروبيكى للجلود	3	0.9%
مشروع مدينة المنصورة الجديدة	3	0.9%
مشروع مدينة رشيد الجديدة	3	0.9%
مليون رأس ماشية	3	0.9%
المنطقة الاقتصادية لقناة السويس	3	0.9%
المدارس اليابانية	3	0.9%
محور صفتل اللبن	3	0.9%

0.9%	3	مشروع مصر الجديدة
0.6%	2	مشروع المثلث الذهبي سفاجا/ القصير / قنا
0.6%	2	تطوير ميدان التحرير
0.6%	2	مشروع محور الحضارات
0.6%	2	نقل المدايع
0.6%	2	تطوير المتحف المصرى
0.6%	2	مسجدالفتح
0.6%	2	التنمية المستدامة
0.6%	2	مؤتمر الشباب
0.6%	2	إنخفاض معدل سعر الدولار
0.6%	2	محطات البنزين الحديثة
0.6%	2	إعادة تدوير القمامة وإدخالها فى الصناعات المختلفة
0.6%	2	كوبرى تحيا مصر
0.6%	2	حملة 100 مليون صحة
0.6%	2	مشاريع الإسكان والتعمير
0.6%	2	مزرعة غليون السمكية
0.3%	1	إستثمارات الدولة فى مشروعات الكهرباء
0.3%	1	إستثمارات قطاع البترول منذ 2014
0.3%	1	تطوير بحيرة عين الصيرة
0.3%	1	نقل الموميات لمتحف الحضارات
0.3%	1	تطوير كورنيش النيل
0.3%	1	مشروع تطوير سور مجرى العيون
0.3%	1	العاصمة الإدارية الكهربية
0.3%	1	المساجد
0.3%	1	مشروع لإنشاء خطوط القطارات
0.3%	1	مشروع لتطوير المراعى الطبيعية والغابات
0.3%	1	الإقتصاد والتجارة مع دول العالم
0.3%	1	الغاز
0.3%	1	مترو مصر الجديدة

0.3%	1	مشروع سد النهضة
0.3%	1	مشروع المركز اللوجيستي
0.3%	1	مشروع 1000 محترف
0.3%	1	الحث على شراء المنتجات المحلية
0.3%	1	البرج الأيقوني
0.3%	1	إستقرار أسعار الذهب
0.3%	1	محطة الطاقة جبل الزيت
0.3%	1	القرية الذكية
0.3%	1	مؤتمر العرب الأفريقي
0.3%	1	طريق الحسين بنى سويف
0.3%	1	مشروع خط المترو الجديد
0.3%	1	محور المريوطية
0.3%	1	تطوير تل العقارب
0.3%	1	إنشاء المزارع السمكية
0.3%	1	سكن الشباب
0.3%	1	تحويل سلات القمامة إلى لوحات فنية
0.3%	1	مشاريع الإسكان الإجتماعى
0.3%	1	مشروع إنشاء كوبرى مطرية - حلمية
0.3%	1	مشروع إنشاء 100 ألف تربة زراعية
0.3%	1	مشروعات التوسع فى المياه والصرف الصحى
0.3%	1	مشروع التأمين الصحى الجديد
0.3%	1	مشروع بطاقات التموين
0.3%	1	مشروع تطوير القاهرة الخديوية
0.3%	1	2500 وحدة سكنية
100.0%	319	مجموع الإجابات

ويتضح من بيانات الجدول رقم (5) أن من أهم المشروعات الإقتصادية التي يهتم بها الشباب الجامع وهي العاصمة الإدارية الجديدة بنسبة 13.5% ويأتي بعده كوبرى روض الفرج بنسبة 7.8% ثم يأتي مشروع شارع مصر بنسبة 6.6% ومشروع قناة السويس

الجديدة بنسبة 6.3% وأيضاً مدينة العالمين الجديدة بنسبة 6.0% و الإهتمام وتطوير الكبارى بنسبة 4.1%.

وأقل المشاريع التي لم تتناول اهتمام الا فئات قليلة من شباب وهي مشروع التأمين الصحى الجديد بنسبة 0.3% ثم مشروع بطاقات التموين بنسبة 0.3% مشروع تطوير القاهرة الخديوية بنسبة 0.3% ومشروع 2500 وحدة سكنية بنسبة 0.3% . وهنا يتضح أهم المشروعات اهتماماً ومعرفة لدى الشباب الجامعي.

#### درجة اهتمام بالمحتوى المقدم عن مشروعات التنمية القومية

جدول رقم (6)

درجة الإهتمام	ك	%
اهتم إلى حد ما	113	69.3
أهتم كثيراً	32	19.6
لا أهتم	18	11.0
الإجمالي	163	100

ويتضح من جدول رقم (6) درجة اهتمام الشباب الجامعي بقضايا الإقتصادية القومية في مصر حيث أن اهتم الى حد ما حصلت على نسبة 69.3% وأهتم كثيراً بنسبة 19.6 ولا أهتم بنسبة 11.0 . اذا نرى هنا نسبة ممتازة من الشباب الجامعي تهتم ببعض المشروعات الإقتصادية القومية داخل مصر .

#### معدل مشاهدة برنامج من هذه البرامج

جدول رقم (7)

البرنامج	ك	%
الحكاية	88	20.2
مساء DMC	79	18.2
معكم	58	13.3
هنا العاصمة	57	13.1
العاشرة مساء	50	11.5
الحياة اليوم	47	10.8
مصر النهاردة	44	10.1
الإقتصاد والناس	12	2.8
مجموع الإجابات	435	100



تؤكد نتائج جدول رقم (7) أن برنامج الحكاية أكثر مشاهدة بنسبة 20.2% ويليه برنامج مساء DMC بنسبة 18.2% وأيضاً برنامج معكم بنسبة 13.3% وثم برنامج هنا العاصمة بنسبة 13.1% وبرنامج العاشرة مساءً بنسبة 11.5% وبرنامج الحياة اليوم بنسبة 10.8% وبرنامج مصر النهاردة بنسبة 10.1% وأقل البرامج مشاهدة وهو برنامج الإقتصاد والناس بنسبة 2.8% .

**طبيعة مشاهدة البرامج الاقتصادية في القنوات الفضائية المصرية**  
جدول رقم (8)

طبيعة المشاهدة	ك	%
أشاهد أهم الفقرات الموجودة في البرنامج	87	53.4
أشاهد جزءاً من البرنامج	51	31.3
أشاهد البرنامج من البداية إلى النهاية	25	15.3
الإجمالي	163	100

تظهر نتائج جدول رقم (8) طبيعة مشاهدة الشباب الجامعي للبرامج الاقتصادية في القنوات الفضائية وجاءت كالتالي :

أشاهدة أهم الفقرات الموجودة في البرنامج بنسبة 53.4% وأشاهدة جزءاً من البرنامج بنسبة 31.3% وأشاهدة البرنامج من البداية إلى النهاية بنسبة 15.3% .

**درجة اعتماد الشباب الجامعي على البرامج الحوارية الاقتصادية ؟**  
جدول رقم (9)

مدى الاعتماد	ك	%
اعتمد عليها بدرجة متوسطة	78	47.9
اعتمد عليها بدرجة ضعيفة	38	23.3
اعتمد عليها بدرجة قوية	28	17.2
لا اعتمد عليها	19	11.7
الإجمالي	163	100

تظهر نتائج درجة اعتماد الشباب الجامعي على البرامج الحوارية الاقتصادية كالاتي :  
 اعتمد عليها بدرجة متوسطة بنسبة 47.9% اعتمد عليها بدرجة ضعيفة بنسبة 23.3%  
 اعتمد عليها بدرجة قوية بنسبة 17.2% لا اعتمد عليها بنسبة 11.7 .  
 مدى تقييم لتغطية البرامج الحوارية لمشروعات التنمية القومية في مصر  
 جدول رقم (10)

التقييم	ك	%
جيدة	94	57.7
ممتازة	56	34.3
ضعيفة	13	8.0
الإجمالي	163	100

توضح نتائج مدى تقييم لتغطية البرامج الحوارية لمشروعات التنمية القومية في مصر  
 كالاتي :

جيدة بنسبة 57.7% ممتازة بنسبة 34.3% ضعيفة بنسبة 8.0% .

مقترحات لتطوير البرامج الحوارية لدعم الدولة في خططها التنموية

جدول رقم (11)

المقترحات	ك	%
معلومات اكثر عن المشروعات القومية	8	9.4
عرض افلام تسجيلية عن المشروعات الجديدة	8	9.4
الإلتزام والمصادقية	7	8.1
حوار مع مسئولين ذات أهمية بالموضوع	5	5.8
تقديم أدلة مقنعة	5	5.8
وجود معلومات مؤكدة غير مشكوك في مصداقيتها	5	5.8
اخذ آراء المواطنين في المشروعات	4	4.7
تطوير التقنيات الفنية	4	4.7
وضع ملخص للحوار في العديد من النقاط لتوضيح ما تقوم به الدولة من إنجازات	4	4.7

3.5	3	إستضافه الشباب والتحاوور معهم
3.5	3	الإعتماد على الإحصائيات السابقة ومقارنتها بالوقت الراهن
3.5	3	الشفافية
3.5	3	تحسين الإمكانيات والديكوات
3.5	3	وضع رؤى مستقبلية
3.5	3	إستضافه خبراء وتخصصين
2.4	2	ذكر التفاصيل المادية
2.4	2	زيادة البرامج
2.4	2	عدم المبالغة فى مدح المشاريع
2.4	2	تخصيص وقت كافى للحدِيث عنها
2.4	2	التركيز على مدى إستفادة المواطن من هذه المشروعات
1.2	1	يكون لدى مقدم البرامج درايه ومعرفه
1.2	1	دعم الشباب سواء معنوياً أو فكرياً أو مادياً
1.2	1	الدقة
1.2	1	إبراز سلبيات المشاريع
1.2	1	متابعة التطورات والخطط أول بأول
1.2	1	ان تقدم برامج حوارية تتناسب مع جميع الفئات والأعمار
1.2	1	معرفة إحتياجات الجمهور والعمل على تلبيتها
100	85	الإجمالي

تبين نتائج الجدول رقم (11) مقترحات الشباب لتطوير البرامج الحوارية لدعم الدولة في خططها التنموية وأهم مقترح وهو معلومات أكثر عن المشروعات القومية بنسبة 9.4% ويليه عرض افلام تسجيلية عن المشروعات الجديدة بنسبة 9.4% وأيضا الإلتزام والمصادقية بنسبة 8.1% ويليه أيضاً حوار مع مسئولين ذات أهمية بالموضوع 5.8%. تقديم أدلة مقنعة بنسبة 5.8% و إستضافه الشباب والتحاوور معهم بنسبة 3.5%. والإعتماد على الإحصائيات السابقة ومقارنتها بالوقت الراهن بنسبة 3.5%.

## البرامج التي يراها الشباب تهتم بالمشروعات التنموية في مصر

جدول رقم (12)

البرامج	ك	%
مساء DMC	97	24.2
الحكاية	78	19.5
مصر النهاردة	53	13.2
هنا العاصمة	48	12.0
العاشرة مساء	45	11.2
الحياة اليوم	43	10.7
الإقتصاد والناس	30	7.5
بلا قيود	7	1.7
مجموع الإجابات	401	100

تظهر نتائج البرامج التي يراها الشباب تهتم بالمشروعات التنموية في مصر كالآتي:  
مساء DMC بنسبة 24.2%، ويليه برنامج الحكاية بنسبة 19.5%، وأيضاً برنامج مصر  
النهاردة بنسبة 13.2%، وبرنامج هنا العاصمة بنسبة 12.0%، ويليه برنامج العاشرة مساء  
بنسبة 11.2%، وبرنامج الحياة اليوم 10.7%، أما أقل برامج لا يهتم بها الشباب وهي  
الإقتصاد والناس 7.5%، وبلا قيود بنسبة 1.7% .

اي من هذه الاختيارات يساعد الشباب في فهم المشروعات التنموية الحديثة

جدول رقم (13)

البرامج	ك	%
افلام تسجيلية وفيديوهات	71	30.0
النقل عن مصادر موثوق فيها وشخصيات فى مواقع المسئولية	51	21.5
إستخدام الإحصائات والأرقام	43	18.1
إستخدام الأدلة والبراهين العلمية	41	17.3
إستخدام رسوم توضيحية " جرافيك " للمشروعات التنموية	29	12.2
جميع ما سبق	2	0.8
مجموع الإجابات	237	100

تظهر نتائج جدول رقم (13) أن من أهم الاختيارات التي تساعد الشباب في فهم المشروعات التنموية الحديثة وهي أفلام تسجيلية وفيديوهات بنسبة 30.0% ويليهما النقل عن مصادر موثوق فيها وشخصيات في مواقع المسؤولية بنسبة 21.5% وإستخدام الإحصاءات والأرقام بنسبة 18.1% إستخدام الأدلة والبراهين العلمية 17.3% استخدام رسوم توضيحية "جرافيك" للمشروعات التنموية بنسبة 12.2% جميع ما سبق بنسبة 0.8%.

### النتائج العامة للدراسة

- أهم المشروعات اهتماماً لجمهور الشباب وهي العاصمة الإدارية الجديدة بنسبة 13.5% ويأتي بعدها كوبري روض الفرج بنسبة 7.8% .
- طبيعة مشاهدة الشباب للبرامج الاقتصادية في القنوات الفضائية المصرية ويشاهد الشباب الجامعي أهم الفقرات الموجودة في البرنامج بنسبة 53.4% .
- تقييم الشباب الجامعي لتغطية البرامج الحوارية لمشروعات التنمية في مصر جاءت (جيدة) بنسبة 57.7% .
- مقترحات الشباب الجامعي لتطوير البرامج الحوارية لدعم الدولة في خططها التنموية وجاء الإهتمام بمعلومات أكثر عن المشروعات القومية وعرض افلام تسجيلية عن المشروعات الجديدة بنسبة 9.4% .
- ونرى أن الشباب الجامعي اختار البرامج التي تهتم بمشروعات التنمية في مصر برنامج مساء DMC أعلى برنامج اهتمام بالمشروعات بنسبة 24.2% ويأتي بعده برنامج الحكاية بنسبة 19.5% وبرنامج مصر النهاردة بنسبة 13.2% .
- أكثر الأدوات التي تساعد الشباب في فهم المشروعات التنموية الحديثة وهي افلام تسجيلية وفيديوهات بنسبة 30.0% لأنها تهتم بشرح التفاصيل داخل القضية التنموية من حيث شكل والمضمون .

ينبغي على القائمين على إنتاج البرامج الحوارية بضرورة الأهتمام بعوامل تعزيز المشاهدة التي تساعد ليس فقط في التعرض للبرنامج الحواري فحسب بل تجتاز ذلك لمرحلة المشاهدة الكاملة لحلقة البرنامج الحواري، وما يحتويه من مواد وقضايا تنموية .

- ينبغي إيجاد البرامج الحوارية التي تقوم بتلبية حاجات ورغبات الطلاب، وضرورة إيجاد التكامل والتناسق بين البرامج الحوارية وضرورة مراعات أوقات البرامج الحوارية مع أوقات فراغ الطلبة.

- تفعيل دور الجامعة في خدمة المجتمع عن طريق المشاركة في تقديم خدمات للمجتمع ، الذي يسهم في زيادة فهم الطالب لقضايا التنمية القومية . ويدعم مشاركته الفعالة في خدمة وطنه .

- تفعيل دور الجامعة في خدمة المجتمع عن طريق المشاركة في تقديم خدمات للمجتمع ، الذي يسهم في زيادة فهم الطالب لقضايا التنمية القومية . ويدعم مشاركته الفعالة في خدمة وطنه .

#### التوصيات :-

في ضوء النتائج التي توصل إليها البحث يقترح الباحث ما يلي:-

- توعية الشباب بأهمية البرامج الحوارية التي تهتم بالتنمية القومية وتوعيتهم بأهمية متابعتها .

- عمل أفلام تسجيلية عن مشروعات الدولة الحديثة التي تهتم بالقضايا القومية وإذاعتها على القنوات الفضائية .

- قيام وسائل الإعلام المحلية بعمل ندوات و بث برامج حوارية لشرح القضايا القومية وتوضيحها .

- يجب إشراك الطلاب في عملية التخطيط والإشراف والتقييم وإبداء الآراء والمقترحات في البرامج الحوارية، ومحاولة التعرف على الاحتياجات والرغبات لدى الطلاب ومن ثم تلبيتها .

- - نجد عدم وجود ضيوف في الفقرة التي تحتوي على قضايا تنمية بنسبة 68.5% وجود ضيوف بنسبة 31.5% لذا يجب اهتمام البرامج بوجود ضيوف في الفقرات التي تتحدث عن قضايا تنمية .

## المراجع

- 1- ابراهيم، عبد الله عمران علي، اتجاهات الجمهور المصري نحو معالجة الفضائيات العربية للشؤون المصرية: دراسة تحليلية ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الزقازيق: كلية الآداب، 2009.
- 2- السيد لطفي حسن زايد دور القائم بالاتصال في البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل الاتجاهات السياسية للمراهقين (15-17 سنة) جامعة عين شمس رسالة دكتوراه غير منشورة / معهد الدراسات العليا للطفولة. قسم الإعلام وثقافة الأطفال)
- 3- الشدوخي، طارق ، أساليب تقديم البرامج الحوارية وعلاقتها بتعزيز المشاهدة ، دراسة على عينة من برامج القنوات التلفزيونية والجمهور السعودي ، المملكة العربية السعودية ، 2008 .
- 4- المدني، أسامة غازي، اتجاهات النخبة الاقتصادية السعودية نحو معالجة المواقع الصحفية السعودية على شبكة الإنترنت للأزمة المالية العالمية: دراسة ميدانية، جامعة أم القرى، كلية العلوم الاجتماعية، 2009
- 5- انجي محمد بركة ، دور البرامج الحوارية التلفزيونية في دعم المشاركة السياسية للجمهور المصري ، رسالة ماجستير غير منشورة ( كلية الإعلام \_ جامعة القاهرة ، 2013 ) .
- 6- ديليفر ، كلفين، روكيتش، ساندرا بول، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة كمال عبد الرؤوف، القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع.
- 7- راجية ابراهيم عوض عطالله دور البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية الخاصة في ترتيب أولويات قضايا المواطنة لدى الشباب المصري-رسالة (ماجستير) غير منشورة - جامعة القاهرة - كلية الإعلام - قسم الإذاعة و التلفزيون. (2015) .
- 8- رباب عبد الرحمن هاشم ، دور برامج الحوار التلفزيونية (التوك شو ) المقدمة بالقنوات الحكومية والخاصة في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو المشاركة السياسية بعد ثورة 25 يناير ، ملخصات الأوراق البحثية لندوة بحوث الرأي العام وثورة 25 يناير (مركز بحوث الرأي العام ،كلية الإعلام ،جامعة القاهرة )
- 9- ريهام سامي يوسف " دور البرامج الحوارية في القنوات الحكومي والخاصة في ترتيب أولويات القضايا لدى الجمهور المصري " رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة , كلية الإعلام ) 2008.
- 10- زهرا رضا شافعي ، الحكم الرشيد ودور الدولة في التنمية: دراسة حالة على المجتمع المدني بدولة الكويت، أطروحة (ماجستير ) غير منشورة - جامعة قناة السويس. كلية التجارة. قسم العلوم السياسية (2017) .
- 11- فاطمة أبو بكر أحمد ، دور منظمات المجتمع المدني في التنمية الاجتماعية في الصومال ( 1992 - 2010م ) (أطروحة دكتوراه غير منشورة ، جامعة النيلين، كلية الدراسات العليا ، قسم علم الاجتماع. (2011).
- 12- شلبي ، كريم 1989 ، معجم المصطلحات الإعلامية ، دار الشروق ، القاهرة
- 13- فايزة طه عبد الحميد عبد الرحمن , البرامج الحوارية بالفضائيات العربية وعلاقتها بمستوى معرفة المراهقين بالأحداث الجارية , رسالة ماجستير غير منشورة , (جامعة عين شمس ,معهد الدراسات العليا للطفولة , قسم الإعلام وثقافة الأطفال , 2011)

- 14- محمد أحمد إبراهيم السعدني القدرة التنافسية ودورها في دعم المشروعات الصغيرة، **أطروحة دكتوراه غير منشورة**، جامعة بنها / كلية الحقوق. -قسم المالية. (2017).
- 15- محمود مصطفى محمود الجمل/ (2014)، "العوامل المؤثرة علي ترتيب أولويات قضايا القائم بالإيصال في البرامج الحوارية وعلاقتها باتجاهات الشباب الجامعي نحوها"، رسالة **دكتوراه غير منشورة** ( جامعة المنصورة. كلية التربية النوعية بالمنصورة. -قسم الإعلام التربوي 2014 . )
- 16- مصطفى، هويدا، "دور الفضائيات العربية في تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته نحو الإرهاب: دراسة ميدانية على عينة من الجمهور العربي"، تونس، جامعة الدول العربية، اتحاد الإذاعات العربية، سلسلة بحوث ودراسات **إذاعية، العدد 63، 2008.**
- 17- ممدوح عبدالله محمد عبد اللطيف " الصورة الإعلامية للحكومة المصرية كما تعكسها البرامج الحوارية في القنوات الفضائية وعلاقتها بالصورة الذهنية للحكومة لدى شباب الجامعات " ، رسالة **ماجستير غير منشورة** ، جامعة عين شمس (معهد الدراسات الاعلامية ) 2009 .
- 18- منى عبد الرحمن مصلح ، ، **أطروحة (دكتوراه) غير منشورة** - جامعة القاهرة. كلية الإعلام. قسم الإذاعة والتلفزيون (2018).
- 19- زكريا إبراهيم الدسوقي ، قضايا الفساد كما تعكسها البرامج الحوارية في القنوات الفضائية ، مجلة البحوث الإعلامية ، العدد الواحد والثلاثون ، كلية اللغة العربية ، جامعة الأزهر ، 2009
- 20- سعاد محمد محمد المصري، البرامج الجماهيرية بالقنوات القضائية العربية ودورها في تزويد المراهقين بالمعلومات **رسالة دكتوراه غير منشورة** ، جامعة عين شمس ، معهد الدراسات العليا للطفولة ، قسم الإعلام وثقافة الطفل، 2008، ص 89 .
- 21- العبد ، عاطف عدلي ، **الإعلام والمجتمع : القاهرة ، دار الفكر العربي ، 2006.**
- 22- الحسن ، عيسى الإذاعة والبرامج الجماهيرية (عمان - الأردن ، دار زهران للنشر والتوزيع ، 2012 -23- الحلواني ، ماجي ومهند ، محمد ، مقدمة الفنون الإذاعية والسمعية البصرية ، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، 2001.
- 24- الكاتب علي عزيز بلال عبر كتابه الجديد "لغة التلفزيون البرامج الحوارية "
- 25- الكنانة تقنيات الحوار الإعلامي (عمان -الأردن ، دار أسامة للنشر والتوزيع ط 1 )
- 26- حسن عماد مكاوي ، عادل عبد الغفار ، **الإذاعة في القرن الحادي والعشرين الدار المصرية اللبنانية للنشر ، الطبعة الأولى / محرم 1429 هـ -يناير 2008 .**
- 27- خورشيد ، كامل ، مدخل الى الرأي العام ، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، عمان ، ط3 ، 2013.
- 28- خضور ، أديب ، الحديث التلفزيوني ، المكتبة الإعلامية ، دمشق ، 2002 .
- 29- د. رفعت عارف الضبع ، الإذاعة النوعية وإنتاج البرامج الإذاعية ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة ، 2011 ، ص 97 - 98 .
- 30- دويدار الطاهر ، التلفزيون ذلك المجهول ط1 ( القاهرة : الدار لنشر والتوزيع ، 2005 ) ص 114



- 31- سعيد حامد ، الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني ، بين النظرية والتطبيق ، ط1 ، ( الأردن : الآفاق المشرفة للنشر ، 2011 ) ص 47.
- 32- شبيب ، هدى - التسويق في البرامج التلفزيونية الحوارية ، دراسة تحليلية لبرنامج Operah show ، مجلة الأستاذ ، القاهرة ، العدد 201 ، 2012
- 33- نشوة سليمان عقل ، الإخراج الإذاعي والتلفزيوني ، الدار العربية للنشر والتوزيع ، القاهرة ، 2009 .
- 34- عبد الدائم عمر الحسن ، التلفزيون ، الدار العالمية للنشر والتوزيع ، 2010 .
- 35- حسن ، راضي رشيد ، خليل ، يثار طارق البرامج الحوارية ودورها في تشكيل اتجاهات الرأي العام من وجهة نظر طلبة الإعلام ( برنامج ولكم القرار أنموذجاً) في مجلة التربية الأساسية ، العدد الثالث والسبعون ، 2012.
- 36- نذير غانية : استراتيجية التسيير الأمثل للطاقة لأجل التنمية المستدامة - دراسة حالة بعض الاقتصاديات ، رسالة دكتوراه في علوم التسيير ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة قاصي مرياح ورقلة ، الجزائر ، 2016م ، ص16-17.
- 37- عماري عمار : إشكالية التنمية المستدامة وأبعادها، ورقة بحث مقدمة الى المؤتمر العلمي الدولي بعنوان " التنمية المستدامة والكفاءة الاستخدامية للموارد المتاحة"، في الفترة 7-8 أبريل 2008م، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة فرحات عباس- سطيف، الجزائر، ص2.
- 38- التقرير العالمي لليونسكو: من مجتمع المعلومات الى مجتمع المعرفة، الإطار 8و5، 2005م، ص150.
- 39- الأمم المتحدة : إعلان الحق في التنمية، نيويورك، 4 ديسمبر 1986م.
- 40- رضا عبد الواحد أمين: دور وسائل الإعلام في تحقيق التنمية المستدامة في العالم الإسلامي، بحث مقدم الى مؤتمر ( التنمية المستدامة في العالم الإسلامي في مواجهة العولمة)، التي تقيمه رابطة الجامعات الإسلامية والبنك الإسلامي للتنمية، في الفترة من 17-19 مايو 2008م، ص8.
- 41- فروحات حدة: "استراتيجيات المؤسسات المالية في تمويل المشاريع البينية من أجل تحقيق التنمية المستدامة - دراسة حالة الجزائر"، مجلة الباحث، جامعة قاصدي مرياح ورقلة، الجزائر، العدد السابع، 2009-2010م، ص125.
- 42- اللجنة العالمية للبيئة والتنمية، مستقبلنا المشترك، ترجمة: محمد كامل عارف، سلسلة عالم المعرفة، العدد (142)، الكويت، أكتوبر 1989م، ص69.
- 43- ندوة خليل: " تحليل اتجاهات التنمية المستدامة في العراق"، مجلة الاقتصادي الخليجي، العراق ، العدد (18)، 2010م، ص181.
- 44- زرمان كريم: "التنمية المستدامة في الجزائر من خلال برنامج الإنعاش الاقتصادي 2001-2009"، أبحاث اقتصادية وإدارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، العدد السابع، يونيو 2010م، ص 194.
- 45- الأمم المتحدة: تقرير مؤتمر القمة العالمي للتنمية المستدامة، المنعقد في جوهانسبرغ، جنوب أفريقيا، 26 أغسطس- 4 سبتمبر 2002م، نيويورك 2002 .

47- فوزية المرساوي: "المعالجة التربوية لموضوع التنمية المستدامة من خلال المناهج التعليمية والكتب المدرسية نموذج " السنة الأولى من سلك البكالوريا علوم لمادة الجغرافيا، المجلة التربوية المتخصصة، المغرب، المجلد 4، العدد 1، يناير 2015.

48- الأمم المتحدة: مؤتمر الأمم المتحدة للتنمية المستدامة (ريو+20)، المنعقد في ريو دي جانيرو، البرازيل، في الفترة من 20-22 يونيو 2012م.

### المراجع الأجنبية :

- 1- abdel whab,juliana "television talk shows and the public sphere ( in journal komunikasi Malaysian journal of communication  **julid vol .27** no 2 , January 2011 PP 29 -45
- 2- Brodzinska,K, (2007) , Support for the Actions Towards Sustainable Development of Rural Areas Vrder The Common Agricultural Policy - **The Polish Experiences Economic Sciences for Rural Development Conference Proceedings ,14:102-107**
- 3-Dulflo, Esther(2012) :"**Women Empowerment and Economic Development**" Journal of Economic Literature ,vo14 No50 ,P.1051.
- 4-Emelyanora , L , (2011) Importance of Environmental Education and Environmental Awareness as the factors for Sustainable Development of Agricultural Business and management of Rural Ares , **Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development , 25,(1) L 113-116**
- 5- Glen Smith , Kathleen Searles , Fair and balanced news or Difference of Opinion ? why Opinion shows Matter for Media effects ? , **Political Research Quarterly**, vol ,66 , NO 3 , Decemer 2012  
[Http://prq.sagepub.com/content/early/2012/10/16/1065912912465922.](http://prq.sagepub.com/content/early/2012/10/16/1065912912465922)
- 6-House , K,C, The View from The Oval office " The Audience Effects of Presidential Appearance on Entertainment talk shows, Master Thesis (University of Georgetown 2011) **Published online By UMI** Microform , ProQuest LLC , USA Available at : [HTT{/ Proquest.UMi.com](http://Proquest.UMi.com) ,Accessed on : 22/3/2013 , at : 01:00 P.M .
- 7-Jody Baumgarther,Janathans morris “ one Nation under Stephen ? the effect of the Colbert report on American youth “ Journal of broadcasting & electronic **medea , Vol,52 Issue4** , PP622-636 December ,2008.
- 8-Jackson,Marie , The late Night Presidential strategy : A Historical Review of the first 40 years of Presidential Campaign Use of late night talk show appearances , **Published PHD** , The university of Utah : Department Of Communication 2010

- 9-Mwesige, Peter G., 2009, "The Democratic Functions and Dysfunctions of Political Talk Radio: The Case of Uganda", *Journal of African Media Studies*, **Vol. 1 Issue 2**, April, p221245-
- 10- Perlla ,G: Gall , A,: Marcheggian , E , (2010) , The potential of Ecomuseums in strategies for local Sustainable Development n Rural Areas , **Landscape Research , 35(4) : 431-4447**
- 11- Sakr , N , Social media , Television talk shows ,and Political change in Egypt ,**Television & New Media** ( Vol : xx(x) ,2012 ) PP,1-16 , Published online by Sage Publication Available at [Http //www.sagepublications.com](http://www.sagepublications.com)
- 12- Sara N , EL -Khalil " The Agenda -setting impact of Egyptian Nightly Television Talk Shows on attitudes towards Civic Engagement in Egypt "**master dissertation** , (Cairo : The American University , School of Global Affairs and Public Policy ,2011)
- 13-Szymanska,D, Chodkowska,J (2011) m Endogenous Resources Vtilization of Rural Areas in Shaping Sustainable Development in Poland Renewable and Sustainable **Energy Reviews , 15 (3) , 1479- 1501**
- 14-Woitenko ,T, (2008) Sustainable Retail Development : A Case Study of Mountain Equipment Co-op , **Master of City Planing .**
- Kathleens , Lowney , Baring our souls, TV talk shows and the Religion of recovery New York : **Gruyter . 1999.**
- 14- Timberg , Bernard M , Television Talk : **A history of the TV talk show United states of American of university of Texas ,2002.**
- Bhamra,T.& Lofthouse, v.: Design for Sustainability: A Practical Approach, Gower **Publishing, England,2007, P..9**
- 15-1United Nations: Report of The United Nations Conference on The Human Environment,Stockholm, 12-5June .1972
- 16-Bhamra, T& Lofthouse, V: Design for Suitability: **A practical Approach, op, cit , P.12**
- 17- United Nations: Kyoto Protocol To The United Nations Framework Convention On Climate Change, **New York,,1998**
- 18- Available at <https://unfccc.int/resource/docs/convkp/kpeng.pdf> (. (2018/6/8

19- The United Nations: The Rio Declaration On Environment and Development, The United Nations Conference on Environment and Development, **Rio de janeiro, from -3 14June,.1992**

Available at: [Http://www.unesco.org/education/odf/rio E.PDF .\(2017/7/7\)](Http://www.unesco.org/education/odf/rio E.PDF .(2017/7/7))

20- United Nations: Report of the World Summit on Sustainable Development, **Johannesburg, South Africa, 26August – 4September .2002**

Available at:

[http://www.unmillenniumproject.org/documents/121202\\_wssd\\_report\\_reissued.pdf .\(2017/8/1\)](http://www.unmillenniumproject.org/documents/121202_wssd_report_reissued.pdf .(2017/8/1))

21- serim timur , **Habitat 11Istanbul 1996.**

# Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by the Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

**Chairman: Prof. Mohamed Elmahrasawy**, President of Al-Azhar University

---

**Editor-in-chief: Prof. Ghanem Alsaad**

Dean of the Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

**Deputy Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin**

Vice Dean, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Assistants Editor in Chief:

**Prof. Arafa Amer**

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Prof. Fahd Al-Askar**

- Vice-President of Imam Muhammad bin Saud University for Graduate Studies and Scientific Research (Kingdom of Saudi Arabia)

**Prof. Abdullah Al-Kindi**

- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

**Prof. Jalaluddin Sheikh Ziyada**

- Dean of the Faculty of Mass Communication, Islamic University of Omdurman (Sudan)

---

**Managing Editor: Dr. Mohamed Fouad El Dahrawy**

Lecturer at Public Relations and Advertising Department, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Editorial Secretaries:

**Dr. Ibrahim Bassyouni:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Dr. Mustafa Abdel-Hay:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Dr. Ramy Gamal:** Assistant Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Language checker: Omar Ghonem: Assistant Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Designed by : Mohammed Kamel - Assistant Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

- Our website: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- E-mail: [mediajournal2020@azhar.edu.eg](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

## Correspondences

● Issue 54 July 2020 - part 7

● Deposit - registration number at Dareknotob almasrya /6555

---

● International Standard Book Number "Paper Edition" 2682- 292X

---

● International Standard Book Number «Electronic Edition» 9297- 1110

## Rules of Publishing

● Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.