جامعة عين شمس
معهد الدراسات العليا للطفولة
قسم الإعلام وثقافة الأطفال

الصورة الذهنية لمقدمي البرامج الحوارية في التلفزيون لدى عينة من المراهقين وعلاقتها بتقبلهم الرسالة الإعلامية

(دراســـة ميدانيـــة)

دراسة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام وثقافة الأطفال

إعداد

إبراهيم صابر إبراهيم سيد احمد

إشراف

أ. د / محمد معوض إبراهيم
عميد معهد الجزيرة العالي للإعلام
ووكيل معهد الدراسات العليا للطفولة سابقاً
جامعة عين شمس

أ. م. د / دينا فاروق أبوزيد
أستاذ مساعد بقسم علوم الاتصال
والإعلام كلية الآداب
جامعة عين شمس

2013م - 1434 هـ

بسم الله الرحمن الرحيم

وليعلم الذين أوتوا العلم أنه الحق من ربك

صدق الله العظيم

من آية رقم (54) سورة الحج

إلى أبي الغالي

جعل الله هذا العمل المتواضع في ميزان حسناته

إلى أمي الغالية

إلى مَنْ مَنَّ الله عليَّ بأمومتها

إلى من غمرتني بحبها وحنانها

"الباحث"

جامعة عين شمس
معهد الدراسات العليا للطفولة
قسم الإعلام وثقافة الأطفال

اسم الباحث: إبراهيم صابر إبراهيم سيد احمد

الدرجة العلمية: الماجستير

القسم التابع له: الإعلام وثقافة الأطفال

اسم الكلية أو المعهد: معهد الدراسات العليا للطفولة

اسم الجامعة: جامعة عين شمس

سنة التسجيل: 2010

سنة المنـح: 2013

جامعة عين شمس
معهد الدراسات العليا للطفولة
قسم الإعلام وثقافة الأطفال

صفحة الموافقة

اسم الباحث: إبراهيم صابر إبراهيم سيد احمد
عنوان الرسالة: الصورة الذهنية لمقدمي البرامج الحوارية في التلفزيون لدى عينة من المراهقين وعلاقتها بتقبلهم الرسالة الإعلامية.
الدرجة: ماجستير.

أسماء المشرفين

أ.د./ محمد معوض إبراهيم	أستاذ وعميد معهد الجزيرة العالي للإعلام– ووكيل معهد الدراسا ت العليا للطفولة سابقا – جامعه عين شمس.
أ.د. / دينا فاروق أبوزيد	الأستاذ المساعد بقسم علوم الاتصال والإعلام بكلية الآداب جامعة عين شمس.

أعضاء لجنة المناقشة

ا.د/ محمد معوض إبراهيم	أستاذ وعميد معهد الجزيرة العالي للإعلام– ووكيل معهد الدراسات العليا للطفولة سابقا – جامعه عين شمس.
ا.د / محمود حسن إسماعيل	رئيس قسم الأعلام وثقافة الأطفال –معهد الدراسات العليا للطفولة – جامعه عين شمس.
ا.د.م/ دينا فاروق أبوزيد	الأستاذ المساعد بقسم علوم الاتصال والإعلام– بكلية الآداب – جامعة عين شمس.
الدكتور/ على طاهر إسحاق مبارك	رئيس قناة النيل للأخبار وكيل وزارة الإعلام.

تاريخ البحث:
الدراسات العليا:
ختم الإجازة: / /
موافقة مجلس المعهد / /

أجيزت الرسالة بتاريخ / /
موافقة مجلس الجامعة / /

جامعة عين شمس
معهد الدراسات العليا للطفولة
قسم الإعلام وثقافة الأطفال

شكـــــر

أشكر السادة الأساتذة الذين قاموا بالإشراف وهم:

- أ.د / محمد معوض إبراهيم

أستاذ الإعلام وعميد معهد الجزيرة العالي للإعلام- ووكيل معهد الدراسا ت العليا للطفولة سابقا - جامعه عين شمس.

- أ.م.د / دينا فاروق أبوزيد

الأستاذ المساعد بقسم علوم الاتصال والإعلام- بكلية الآداب- جامعة عين شمس.

ثم الأشخاص الذين تعاونوا معي وعلى رأسهم:

- رأفت رضوان الباحث بقسم الإعلام ثقافة الأطفال- معهد الدراسات العليا للطفولة- جامعة عين شمس.
- أحمد مختار الباحث بقسم الإعلام ثقافة الأطفال- معهد الدراسات العليا للطفولة- جامعة عين شمس.

وكذلك العاملين بالهيئات الآتية:

- مكتبة معهد الدراسات العليا للطفولة بجامعة عين شمس.
- مكتبة كلية الإعلام بجامعة القاهرة.
- المكتبة المركزية بجامعة عين شمس.
- المكتبة المركزية بجامعة القاهرة.
- المكتبة المركزية بجامعة حلوان.
- أكاديمية البحث العلمي.

شكر وتقدير

"الحمد لله الذي هدانا لهذا وما كنا لنهتدي لولا أن هدانا الله" صدق الله العظيم.

لقد هيأ الله لهذا العمل من التوفيق ما يعجز الباحث عن شكره، واني إذ أقدم بحثي هذا مرضاة لله راجيا أن يكون لبنة في صرح العلم النافع لا يفوتني الاعتراف بالفضل لأهله، وما أكثر من قدموا لي العون والنصح والدعاء فهم أكثر من أن أحصيهم وأجل من أن أوفيهم حقهم، وابدأ بأستاذي الجليل الأستاذ الدكتور/ محمد معوض إبراهيم – أستاذ وعميد معهد الجزيرة العالي للإعلام نو المشرف على هذه الرسالة – الذي لا توافيه أسمى كلمات الشكر والثناء حقه، لما أعطاه من وقته الثمين وعلمه الوافر وتوجيهاته السديدة ودعمه المعنوي لي، فقد كان ولا يزال خير مشرف وموجه لي منذ أن كان هذا البحث مجرد فكرة وحتى اكتماله في صورته الحالية، فله مني خالص الشكر وبالغ التقدير والعرفان وجزاه الله عني خير الجزاء.

وكذلك الأستاذة المساعدة / دينا فاروق أبوزيد - الأستاذ المساعد بقسم علوم الاتصال والإعلام بكلية الآداب، جامعة عين شمس، لتفضلها بالإشراف على هذا البحث حيث أنني استفدت من علمها الغزير وإنسانيتها الفائقة،وكذلك من إرشاداتها وتوجيهاتها العلمية وهي نعم الأستاذة الجامعية علما وخلقا وتواضعا، وأسال الله أن يجزيها عني خير الجزاء.

ولا يسعني في هذا المقام إلا أن أقدم خالص شكري وتقديري وامتناني إلى أستاذنا الجليل الأستاذ الدكتور /محمود حسن إسماعيل – رئيس قسم الإعلام وثقافة الأطفال،معهد الدراسات العليا للطفولة – على تشريفه لي بالموافقة على مناقشة هذا العمل المتواضع، بالرغم من كثرة مهامه ومسئولياته، داعيا المولى تمام الإفادة من خبراته العلمية وملاحظاته القيمة، وجزاه الله عني خير الجزاء.

أما الدكتور /علي طاهر مبارك – رئيس قناة النيل للأخبار ووكيل وزارة الإعلام – فأتقدم إليه بأسمى آيات الشكر والامتنان، لموافقته على مناقشة هذه الدراسة، للاستفادة من ملاحظاته العلمية القيمة وجزاه الله عني خير الجزاء.

وتعجز الكلمات عن التعبير والاعتراف بفضل **والدي وإخوتي** على؛ الذين تحملوا معي الكثير من العناء وأحاطتني رعايتهم ودعمهم وكان يسبقني دعاؤهم لي، وكل ما أستطيع أن أقوله هو " **ربنا اغفر لي ولوالدي وللمؤمنين يوم يقوم الحساب** " صدق الله العظيم، ومن المؤكد أنني نسيت كثيرا ممن قدموا لي العون، فلم يتسع المقام لذكرهم، وأسال الله أن تكون مساعدتهم لي قربة إليه.

الباحث

المستخلص

اسم الباحث: إبراهيم صابر إبراهيم سيد احمد

عنوان الرسالة: الصورة الذهنية لمقدمي البرامج الحوارية في التلفزيون لدى عينة من المراهقين وعلاقتها بتقبلهم الرسالة الإعلامية

جهة البحث: قسم الإعلام وثقافة الطفل – معهد الدراسات العليا للطفولة– جامعة عين شمس.

مشكلة الدراسة:

تتضح مشكلة الدراسة من خلال الإجابة على التساؤل الرئيسي التالي ما العلاقة بين الصورة الذهنية لمقدمي البرامج الحوارية في التلفزيون لدى عينه من المراهقين وعلاقتها بتقبلهم الرسالة الإعلامية.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة التعرف على:

- التعرف علي الصورة الذهنية لمقدمي البرامج الحوارية لدي عينة من المراهقين وعلاقتها بتقبلهم الرسالة الإعلامية وينبثق من هذا الهدف الرئيسي أهداف فرعية تتمثل في الآتي:
- ملامح الصورة الذهنية لدي عينة من المراهقين عن مقدمي البرامج الحوارية.
- الكشف عن مدي اعتماد المراهقين علي الصورة الذهنية عن مقدمي هذه البرامج.
- الكشف عن مدي قبول أو رفض ما يقدموا من رسالة إعلامية.
- التعرف علي طبيعة القضايا التي تناقشها البرامج الحوارية.

نوع ومنهج الدراسة:

تعتبر الدراسة من الدراسات الوصفية حيث تقوم الدراسة بتحليل "علاقة الصورة الذهنية لمقدمي البرامج الحوارية لدى عينة من المرهقين ومد ى بتقبلهم الرسالة الإعلامية" ، وتعتمد الدراسة على منهج المسح للعينة.

أدوات الدراسة:

تستخدم الدراسة صحيفة الاستبيان: وذلك للتعرف علاقة الصورة الذهنية لمقدمي البرامج الحوارية لدى عينة من المرهقين ومدى بتقبلهم الرسالة الإعلامية "

الطرق والأساليب الإحصائية:

قام الباحث باستخدام التكرارات البسيطة والنسب المئوية– اختبار كا 2 لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين– اختبار **(T. Test)**.

نتائج الدراسة:

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الصورة الذهنية لمقدمي البرامج الحوارية وتقبل الرسالة الإعلامية لدى عينة من المراهقين. وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب معامل ارتباط بيرسون لقياس للعلاقة بين الصورة الذهنية لمقدمي البرامج الحوارية وتقبل الرسالة الإعلامية لدى عينة من المراهقين وجود علاقة ارتباطيه دالة إحصائيا عند مستوي دلالة (0.000) بين الصورة الذهنية لمقدمي البرامج الحوارية وتقبل الرسالة الإعلامية لدى عينة من المراهقين.
- عدم وجود فروق ذات دلاله إحصائية بين المبحوثين وفقا للنوع الذكور ومدى تقبلهم للرسالة الإعلامية حيث كانت قيمة (ت) = 065.- وهى غير دالة إحصائيا عند مستوى معنوية =.948 ومن هنا يثبت خطأ الفرض الثاني الذي ينص على توجد فروق ذات دلاله إحصائية بين المبحوثين الذكور والإناث ومدى تقبلهم للرسالة الإعلامية.
- توجد فروق ذات دلاله إحصائية بين المبحوثين فى الريف والحضر ومدى تقبلهم للرسالة الإعلامية حيث كانت قيمة (ت) = 2.908- وهى دالة إحصائيا عند مستوى معنوية =.004. كما يتضح أن الحضر يتقبلون الرسالة الإعلامية أكثر من الريف حيث أن المتوسط الحسابي للحضر = 1.42 مقابل الريف = 1.26 وتشير الدلالة لصالح الحضر.
- ثبت صحة الفرض الثالث الذي ينص على توجد فروق ذات دلاله إحصائية بين المبحوثين في الريف والحضر ومدى تقبلهم للرسالة الإعلامية، وذلك لصالح المقيمين في الحضر.

الكلمات المفتاحية	Key words
• الصورة الذهنية	Mental image
• مقدم البرامج	Interviewer
• البرامج الحوارية	Talk shows
• الرسالة الإعلامية	Media message
• المراهقين	Teenagers

فهرس الموضوعات

مقدمة الدراسة	1
الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة	53-4
مشكلة الدراسة وتساؤلاتها	4
أهمية الدراسة	6
أهداف الدراسة	7
الدراسات السابقة	7
أولا: الدراسات السابقة التي تناولت الصور ة الذهنية عن القائم بالاتصال (مقدم البرامج)	8
الدراسات الأجنبية السابق ة التي تناولت الصور ة الذهنية عن القائم بالاتصال (مقدم البرامج)	17
ثانيا: الدراسات السابقة التي تناولت البرامج الحوارية	24
الدراسات الأجنبية السابقة التي تناولت البرامج الحوارية وعلاقته ا بالمراهقين	33
المفاهيم والمصطلحات المستخدمة فى الدراسة	42
حدود الدراسة	46
نوع ومنهج الدراسة	47
فروض الدراسة	47
مجتمع الدراسة	48
عينة الدراسة	48
أدوات جمع البيانات	51
الأساليب الإحصائية المستخدمة	52
الفصل الثاني: الإطار النظري	115-54
المبحث الأول: الصورة الذهنية	54
تمهيد	54
تعريف الصورة الذهنية.	55
الصورة الذهنية من المنظور الاجتماعي.	56
الصورة الذهنية من المنظور الإداري.	56
الصورة الذهنية من المنظور الإعلامي.	57
الصورة الذهنية من منظور علم النفس.	58
مراحل بناء الصورة.	58
عوامل مؤثرة فى بناء الصورة الذهنية.	60
صعوبات تواجه تكوين الصورة الذهنية.	62
خصائص الصورة الذهنية.	63
أهمية الصورة الذهنية.	65
المبحث الثاني: البرامج الحوارية.	69
تمهيد	69

تعريف البرامج الحوارية.	70
أنواع البرامج الحوارية.	71
أهمية البرامج الحوارية للمراهقين.	87
أهداف البرامج الحوارية.	88
مقدم البرامج الحوارية.	89
أهمية دراسة مقدم البرامج الحوارية.	90
سمات وخصائص مقدم البرامج الحوارية.	91
المبحث الثالث: الرسالة الإعلامية.	101
تمهيد	101
تعريف الرسالة الإعلامية.	101
أهمية الرسالة الإعلامية.	103
خصائص الرسالة الإعلامية.	104
العوامل المؤثرة على الرسالة الإعلامية.	105
بناء الرسالة الإعلامية.	112
أهداف بناء الرسالة الإعلامية.	113
الفصل الثالث: نتائج الدراسة	214-116
أولا: النتائج الخاصة بتطبيق استمارة استبيان المراهقين.	116
ثانيا: النتائج الخاصة بفروض الدراسة.	206
خاتمة الدراسة	**200**
مراجع الدراسة	**224-214**
ملاحق الدراسة	**226**
ملحق رقم (1) استمارة استبيان المراهقين	226
ملحق رقم (2) أسماء السادة المحكمين لأدوات الدراسة	236
ملحق رقم (3) الموافقات الرسمية لإجراء الدراسة	237
ملخص الدراسة بالعربية	
ملخص الدراسة بالإنجليزية	

فهرس الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
1	جدول يوضح توزيع مفردات العينة وفقاً للنوع والبيئة الجغرافية والمستوي الاجتماعي الاقتصادي.	49
2	جدول يوضح توزيع العينة وفقاً للجامعات التى تم التصنيف عليها.	49
3	جدول يوضح امتلاك جهاز استقبال القنوات الفضائية.	116
4	جدول يوضح مشاهدة القنوات الفضائية.	116
5	جدول يوضح مشاهدة القنوات الفضائية طبقا للنوع.	117
6	جدول يوضح مشاهدة القنوات الفضائية طبقاً للإقامة.	119
7	جدول يوضح مشاهدة البرامج الحوارية فى القنوات الفضائية.	120
8	جدول يوضحمشاهدة البرامج الحواريةفى القنوات الفضائية طبقا للنوع.	121
9	جدول يوضحمشاهدة البرامج الحواريةفى القنوات الفضائية طبقا للإقامة	123
10	جدول يوضح أسباب متابعة البرامج الحوارية فى القنوات الفضائية.	125
11	جدول يوضح مدي مشاهدة البرامج.	127
12	جدول يوضح أكثر القضايا التي تجذب انتباه المراهقين في البرامج عينة الدراسة.	128
13	جدول يوضحأسباب عدم مشاهدة البرامج الحوارية التلفزيونية العربية	129
14	جدول يوضح مدى الاهتمام بمتابعة هذه البرامج.	130
15	جدول يوضح مدى اهتمام المراهقين بمتابعة هذه البرامج طبقا للنوع.	131
16	جدول يوضح ما مدى اهتمامك بمتابعة هذه البرامج طبقا للإقامة.	132
17	جدول يوضح أسباب تأثير الاهتمام بالمتابعة البرامج الحوارية التلفزيونية العربية عينة الدراسة.	134
18	جدول يوضح أسباب الاهتمام بالمتابعة البرامج الحوارية التلفزيونية العربية عينة الدراسة.	134
19	جدول يوضح الشعور برأي المذيع في موضوع الحلقة.	135
20	جدول يوضح الشعور برأي المذيع في موضوع الحلقة طبقا للنوع.	136
21	جدول يوضح الشعور برأي المذيع في موضوع الحلقة طبقا للإقامة.	137
22	جدول يوضح الشعور عندما تشاهد مقدم البرامج الحوارية؟	139
23	جدول يوضح الشعور عندما تشاهد مقدم البرامج الحوارية طبقا للنوع.	140
24	جدول يوضح الشعور عندما تشاهد مقدم البرامج الحواريةطبقا للإقامة.	142
25	جدول يوضح دوافع مشاهدتك للبرامج الحوارية.	143
26	جدول يوضح الأسباب التي يمكن أن تزيد من إقبال الجمهور على مشاهدة البرامج الحوارية.	144
27	جدول يوضح رأي العينة في مستوى البرامج الحوارية في التليفزيون.	145

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
28	جدول يوضح رأي العينة في مستوى البرامج الحوارية في التليفزيون طبقا للنوع.	146
29	جدول يوضح رأي العينة في مستوى البرامج الحوارية في التليفزيون طبقا للإقامة.	147
30	جدول يوضح تفضل المذيع الشاب أم المذيع الخبرة لدى العينة.	149
31	جدول يوضح تفضل المذيع الشاب أم المذيع الخبرة لدى العينة طبقا للنوع.	150
32	جدول يوضح تفضل المذيع الشاب أم المذيع الخبرة لدى العينة طبقا للإقامة.	151
33	جدول يوضح هل سن المذيع في البرامج الحوارية له تأثير على تقبل الرسالة التي يقدمها.	152
34	جدول يوضح هل سن المذيع في البرامج الحوارية له تأثير على تقبل الرسالة التي يقدمها طبقا للنوع.	153
35	جدول يوضح هل سن المذيع في البرامج الحوارية له تأثير على تقبل الرسالة التي يقدمها طبقا للإقامة.	155
36	جدول يوضح السن المناسب لمقدم البرامج الحوارية.	156
37	جدول يوضح السن المناسب لمقدم البرامج الحوارية وفقاً للنوع.	157
38	جدول يوضح السن المناسب لمقدم البرامج الحوارية وفقاً للإقامة.	158
39	جدول يوضح رأي العينة من خلال مشاهدتك للبرامج الحوارية في أسلوب مذيعيها.	159
40	جدول يوضح رأي العينة من خلال مشاهدتك للبرامج الحوارية وأسلوب مذيعيها طبقا للنوع.	160
41	جدول يوضح رأي العينة من خلال مشاهدتك للبرامج الحوارية وأسلوب طبقا للإقامة.	161
42	جدول يوضح اللغة التي تفضل العينة أن يتحدث بها مقدم البرامج الحوارية.	162
43	جدول يوضح اللغة التي العينة تفضل أن يتحدث بها مقدم البرامج الحوارية طبقا للنوع.	163
44	جدول يوضح اللغة التي تفضل العينة أن يتحدث بها مقدم البرامج الحوارية طبقا للإقامة.	164
45	جدول يوضح السمات الايجابية والسلبية التي يظهر بها المذيعين.	166
46	جدول يوضح الموضوعات الخاصة بالمراهقين ويتحدث فيها مذيع البرامج الحوارية.	167
47	جدول يوضح الموضوعات الخاصة بالمراهقين ولم يتحدث فيها مذيع البرامج الحوارية.	168

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
48	جدول يوضح رأي العينة فـي الملابس التي يرتديها المذيع في البرامج الحوارية لها تأثير على تقبل الرسالة التي يقدمها.	169
49	جدول يوضح رأي العينة في الملابس التي يرتديها المذيع في البرامج الحوارية له تأثير على تقبل الرسالة التي يقدمها طبقا للنوع.	170
50	جدول يوضح رأي العينة في الملابس التي يرتديها المذيع في البرامج الحوارية له تأثير على تقبل الرسالة التي يقدمها طبقا للإقامة.	172
51	جدول يوضح الاختلا ف إذا عرض المذيع لموضوع يختلف مع رأي المراهقين.	173
52	جدول يوضح الاختلا ف إذا عرض المذيع لموضوع يختلف مع رأي المراهقين طبقا للنوع.	175
53	جدول يوضح الاختلا ف إذا عرض المذيع لموضوع يختلف مع رأي المراهقين طبقا للإقامة.	176
54	جدول يوضح الشعور بالألفة مع المذيع في البرامج الحوارية.	178
55	جدول يوضح الشعور بالألفة مع المذيع في البرامج الحوارية طبقا للنوع.	179
56	جدول يوضح الشعور بالألفة مع المذيع في البرامج الحوارية طبقا للإقامة.	180
57	جدول يوضح الشعور بالألفة مع المذيع في البرامج الحوارية له تأثير على تقبل الرسالة.	182
58	جدول يوضح هل الشعور بالألفة مع المذيع في البرامج الحوارية له تأثير على تقبل الرسالة التي يقدمها طبقا للنوع.	183
59	جدول يوضح الشعور بالألفة مع المذيع في البرامج الحوارية له تأثير على تقبل الرسالة التي يقدمها طبقا للإقامة.	184
60	جدول يوضح الأسلوب ألأفضل الذي يجب أن يلتزم به المذيع في توصيل رسالته.	186
61	جدول يوضح الأسلوب ألأفضل الذي يجب أن يلتزم به المذيع في توصيل رسالته طبقا للنوع.	187
62	جدول يوضح الأسلوب ألأفضل الذي يجب أن يلتزم به المذيع في توصيل رسالته طبقا للإقامة.	188
63	جدول يوضح إلى أي مدى الموضوعات التي يناقشها المذيع في البرامج الحوارية تلقى قبولا لدى الجمهور.	189
64	جدول يوضح إلى أي مدى الموضوعات التي يناقشها المذيع في البرامج الحوارية تلقى قبولا لدى الجمهور طبقا للنوع.	190
65	جدول يوضح إلى أي مدى الموضوعات التي يناقشها المذيع في البرامج الحوارية تلقى قبولا لدى الجمهور طبقا للإقامة.	191

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
66	جدول يوضحاللغة ألأفضلالتي يجب أن يلتزم بها المذيع في توصيل رسالته	193
67	جدول يوضح اللغة ألأفضل التي يجب أن يلتزم بها المذيع في توصيل رسالته طبقا للنوع.	194
68	جدول يوضح اللغة ألأفضل التي يجب أن يلتزم بها المذيع في توصيل رسالته طبقا للإقامة.	195
69	جدول يوضح المواصفات التى تجعل المذيع أكثر قبول.	197
70	ترتيب أسماء المذيعين حسب درجة التقبل.	198
71	جدول يوضح معامل ارتباط بيرسون للعلاقة بين الصورة الذهنية لمقدمي البرامج الحوارية وتقبل الرسالة الإعلامية لدى عينة من المراهقين.	206
72	جدول يوضح فروق ذات دلاله إحصائية بين المبحوثين الذكور والإناث ومدى تقبلهم للرسالة الإعلامية.	207
73	جدول يوضح فروق ذات دلاله إحصائية بين المبحوثين من حيث الإقامة الريف والحضر ومدى تقبلهم للرسالة الإعلامية.	207
74	معامل ارتباط بيرسون للعلاقة بين الصورة الذهنية لمقدمي البرامج الحوارية وتقبل الرسالة الإعلامية لدى عينة من المراهقين.	208
75	يوضح تقبل الرسالة الإعلامية لدى المبحوثين الذكور والإناث.	209
76	يوضح تقبل الرسالة الإعلامية لدى المبحوثين في الريف والحضر.	210