

دور مجلات الأطفال المتخصصة في إمداد الطفل بالقيم الاقتصادية

بالتطبيق علي (مجلة المستثمر الذكي)

د. نوره حمدي محمد أبوسنة*

مقدمة

في عالمنا المعاصر وبسبب ثورة المعلومات نشأ ما يمكن أن نسميه التخصصات البيئية ومنها "التخصص الاقتصادي" و "الصحافة الاقتصادية". (داود، حيدر بن عبد الرضا، ٢٠٠٢، ١٩٥)

وأصبح للإعلام دور مهم في شرح القضايا وطرحها علي الرأي العام من اجل تهيئته إعلاميا، وبصفة خاصة تجاه القضايا المعنية بالاقتصاد والتنمية، وخاصة الإعلام الاليكتروني منها.

وتطورت المسائل الاقتصادية بشكل مثير للاهتمام، بحيث لا يمكن لإعلام ناجح أن يعزف عن متابعة القضايا الاقتصادية، لذلك أضحي وجود مؤسسات إعلامية متخصصة بالشئون الاقتصادية أمرا حيويا في العديد من البلدان الصناعية، والى حد ما في البلدان النامية، وهذه المؤسسات قد تكون علي شكل مجلات دورية أو جرائد يومية، أو قنوات تليفزيونية أو محطات إذاعية، ولا شك إن ذلك يعنى أن الإعلام الاقتصادي قد أصبح نشاطا اقتصاديا هاما خلال السنوات الأخيرة، وهو في حالة تطور مستمر. (التميمي، عامر ذياب، ٢٠٠٢، ٧٩)

وأصبحت المسائل المالية والقيم والمفاهيم الاقتصادية ليست مهمة فقط للبالغين ولكن للأطفال أيضا، وللأهمية التربوية الاقتصادية للأطفال وخصوصا في عصرنا الحاضر وما نعيشه من هزات وأزمات اقتصادية فأصبحت التنشئة الاقتصادية للطفل من ضرورات العصر الحاضر، وباعتبار مجلات الأطفال من أهم وسائل الإعلام الموجه للطفل فيقع علي عاتقها جزء كبير من هذه المسؤولية، حيث تعتبر مجلات الأطفال عموما واحدة من أهم وسائل الإعلام في حياة الطفل علي جانب كبير من الأهمية المتميزة في تقديم خدماتها الهادفة في تربية الأطفال، وتجد إقبالا محببا من قبل جمهورها من الأطفال، فهي متخصصة في حقول علومهم ومعارفهم وأدبهم وألوان ثقافتهم المختلفة. (أبومعال، عبد الفتاح، ١٩٩٠، ١٢٥)

* مدرس الصحافة بقسم العلوم الاجتماعية والإعلام بكلية التربية النوعية - جامعة المنوفية.

وما تمتاز به مجلات الأطفال- وخاصة لو كان لها طبعة إلكترونية- من سهولة وإبهار في العرض والقدرة على التعرض لأعداد سابقة، وبظهور مجلة للأطفال اقتصادية بطبعة إلكترونية تمد الطفل بالقيم الاقتصادية المختلفة، فكان من الضروري دراسة هذه الظاهرة في البحث الحالي، وباعتبار نظرية الاعتماد تساعد على اختبار مدى اعتماد الأطفال علي مجلة الأطفال (المستثمر الذكي) المتخصصة اقتصاديا كوسيلة من وسائل الإعلام في الحصول علي معلومات وقيم اقتصادية فكانت هي الأنسب لهذه الدراسة.

مشكلة الدراسة:

ما نعيشه من أزمت تجتاح العالم كله وتؤثر بشكل خاص علي دولنا النامية، مما يستدعي بث وإنماء وإعلاء

القيم الاقتصادية الإيجابية في نفوس أبنائنا ليكون لديهم القدرة علي مواجهة وصد هذه الأزمت والتغلب عليها بنجاح، وذلك من خلال كل وسائل التنشئة الاجتماعية وعلني رأسها وسائل الإعلام الخاصة بهم، وبظهور أول مجلة أطفال اقتصادية ذات نسخة إلكترونية في عالمن العربي وهذا يعتبر حدث فريد من نوعه يستوجب تحليل ما تقدمه هذه المجلة من قيم اقتصادية للطفل وانعكاس ما تقدمه هذه المجلة من قيم ومعلومات اقتصادية علي الطفل السعودي. ومن هنا تبلورت مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي: **ما دور مجلات الأطفال المتخصصة في إمداد الطفل السعودي بمعلومات وقيم اقتصادية؟**

هدف الدراسة: تهدف هذه الدراسة إلي رصد القيم الاقتصادية في صحيفة الأطفال السعودية التي تخصصت في الاقتصاد (المستثمر الذكي) ولها نسخة إلكترونية، والدور الذي تقوم به من خلال اعتماد الأطفال عليها في الحصول علي القيم الاقتصادية.

تساؤلات الدراسة: أولاً/ تساؤلات الدراسة التحليلية:

١. ما القيم الاقتصادية التي تتناولها (مجلة المستثمر الذكي)؟
٢. ما المستويات اللغوية المستخدمة في موضوعات القيم الاقتصادية؟
٣. ما مساحة القيم الاقتصادية في (مجلة المستثمر الذكي)؟
٤. ما وسائل الإقناع المستخدمة في عرض الموضوعات محل الدراسة؟
٥. ما طريقة العرض المستخدمة في عرض الموضوعات محل الدراسة؟
٦. ما الفنون التحريرية المستخدمة في عرض الموضوعات محل الدراسة؟

٧. ما وسائل الإبراز المستخدمة في عرض الموضوعات محل الدراسة؟

ثانياً: تساؤلات الدراسة الميدانية:

١. ما مدى قراءة الأطفال لمجلة الأطفال (المستثمر الذكي)؟
٢. ما عادات وأنماط قراءة الأطفال لمجلة الأطفال (المستثمر الذكي)؟
٣. ما أسباب عدم القراءة؟
٤. مدى الاهتمام بالموضوعات الاقتصادية؟
٥. مدى الاعتماد علي (مجلة المستثمر الذكي) في الحصول علي القيم الاقتصادية؟
٦. أسباب الاعتماد علي (مجلة المستثمر الذكي) في الحصول علي القيم الاقتصادية؟
٧. ما القيم الاقتصادية التي يقرأ عنها الأطفال في (مجلة المستثمر الذكي)؟
٨. ما تأثير قراءة الموضوعات الاقتصادية في مجلات الأطفال (المستثمر الذكي)؟
٩. ما المقترحات لتطوير مجلة الأطفال (المستثمر الذكي)؟

فروض الدراسة الميدانية:

- ١- توجد علاقة بين درجة اعتماد الأطفال علي مجلة(المستثمر الذكي)وحصولهم علي معلومات وقيم اقتصادية.
- ٢- توجد علاقة بين درجة اهتمام الأطفال بالموضوعات الاقتصادية وبين اعتمادهم علي مجلة (المستثمر الذكي) في حصولهم علي معلومات وقيم اقتصادية.
- ٣- توجد فروق بين الاطفال (ذكور- إناث) في درجة الاعتماد علي مجلة (المستثمر الذكي) في الحصول علي معلومات وقيم اقتصادية
- ٤- توجد علاقة بين درجة اعتماد الأطفال علي مجلة (المستثمر الذكي) في الحصول علي معلومات وقيم اقتصادية وبين النوع الدراسي(الأول- الثاني- الثالث) الإعدادي.
- ٥- توجد علاقة بين اعتماد الأطفال علي مجلة (المستثمر الذكي) في الحصول علي معلومات وقيم اقتصادية وبين المستوي الاقتصادي الاجتماعي.
- ٦- توجد علاقة بين درجة الاعتماد علي مجلة(المستثمر الذكي) في الحصول علي معلومات وقيم اقتصادية وبين مستوي التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن هذا الاعتماد.

فروض تربط بين الدراستين التحليلية والميدانية:

- ١- توجد علاقة بين المعلومات والقيم الاقتصادية التي يقرأها الأطفال في مجلة (المستثمر الذكي) وبين ما تقدمه المجلة من معلومات وقيم اقتصادية.
- ٢- توجد علاقة بين الفنون التحريرية التي تعجب الأطفال في مجلة (المستثمر الذكي) والفنون التحريرية التي تركز عليها المجلة فعلياً.

أهمية الدراسة:

- ١- تفتقر المكتبة العربية للدراسات الموسعة عن الإعلام الاقتصادي، حيث لم ينل حظه الوافر من الدراسة والبحث، حتى إن الدراسات التي أجريت عليه في إطار الاهتمام بدراسة الظاهرة الاتصالية، وكيفية تناول الإعلام لها يعد محدوداً للغاية.
- ٢- لم يتم رصد وجود مجلة للأطفال من قبل متخصصة في الاقتصاد علي مستوي العالم العربي، فكان من المهم رصد وتحليل هذه الظاهرة الرائدة، وتأثيرها علي الأطفال.
- ٣- إنها تتيح إمكانية رسم صورة لواقع المضمون الاقتصادي الذي يقدم للطفل العربي من خلال وسائل الإعلام الحديثة والخاصة بالأطفال.
- ٤- أهمية مجلات الأطفال كوسيلة اتصال بهم يمكن الاعتماد عليها في إعلام الأطفال وإخبارهم وفي الشرح والتفسير والتوجيه والإرشاد والتثقيف والتنشئة الاجتماعية، فضلاً عن وظائف التسلية والإمتاع الذهني لهم، وذلك من خلال الطريقة الشيقة، والعرض الجذاب للمعلومات مما يجعل الطفل يرتبط بمجلته كمصدر هام للمعلومات.
- ٥- تنطوي هذه الدراسة علي تسليط الضوء علي أهمية الصحافة الاقتصادية ودورها في الوقت الراهن، الذي يمكن أن تلعبه في تهيئة الأطفال علي التعامل الاقتصادي بشكل سليم وذلك من خلال ما يتلقونه من وسائل الإعلام الخاصة بهم في هذا المجال.

الدراسات السابقة: وانقسمت إلي محورين: المحور الأول: الدراسات التي تناولت الصحافة الاقتصادية والمتخصصة. والمحور الثاني: الدراسات التي تناولت صحف الأطفال الورقية والالكترونية واعتماد الأطفال عليها، دراسات المحور الأول كالتالي:

دراسة **Kabbel, Garry (1980)**، استهدفت هذه الدراسة التعرف على أسباب قراءة الموضوعات الاقتصادية في صحيفتي الجارديان والفاينانشيال تايمز، ومن أهم النتائج

التي توصلت إليها الدراسة: أهم أسباب قراءة الموضوعات الاقتصادية في صحيفتي الجارديان والفاينانشيال هي الحاجة إلى معرفة المعلومات الاقتصادية المتعلقة بالاقتصاد البريطاني وما يتعلق به أولاً ثم المعلومات الخاصة بحركة الأسهم والبورصات ثانياً ثم الاهتمام بمعرفة أخبار الضرائب، جاء الاهتمام بقراءة الموضوعات الاقتصادية العامة التي لا تتعلق باهتمامات الجماهير المباشرة في الترتيب قبل الأخير، في حين جاء الاهتمام بالموضوعات الاقتصادية للدول الأخرى في الترتيب الأخير، ودراسة (1984) **Norman, Stabler** استهدفت الدراسة إلى وضع قواعد مدروسة لكيفية إعداد وتحرير الجزء الخاص بمعالجة المسائل المالية والاقتصادية في الصحف البريطانية، وفي هذا الإطار قدمت الدراسة تصور لمعالجة قضايا القطاع الزراعي والصناعي والتجاري في المجتمع البريطاني، وقد أكدت الدراسة أنه يجب أن تكون هناك إستراتيجية لدى الصحف البريطانية في معالجة الموضوعات الاقتصادية التي تتسم بالتعقيد أصلاً، لذا يجب أن تلاءم المعالجة الصحفية تبسيط هذه المعلومات دون الإخلال بمضمون الموضوع الحقيقي، لضمان عدم تشويه المعلومات التي تتضمنها، دراسة (1986) **Lormor, E.S** استهدفت هذه الدراسة التعرف على أنماط فنون الكتابة الصحفية المصاحبة للقضايا الاقتصادية في الصحف الهندية، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة: الخبر الصحفي والتقارير ثم المقالات فالتحقيقات جاءت على التوالي في مصاحبة القضايا الاقتصادية في الهند، كشفت الدراسة عن اهتمام الصحف الهندية الأسبوعية بتنوع فنون الكتابة الصحفية للقضايا الاقتصادية على صفحاتها، اهتمت الصحف بالقضايا الاقتصادية الداخلية أولاً ثم القضايا الإقليمية وأخيراً القضايا الدولية، دراسة: **عبداللطيف، إبراهيم محمد (١٩٩٠)** حيث قام الباحث بإجراء دراسته العلمية على مجلة الأهرام الاقتصادي بهدف التحليل الكيفي والكمي للموضوعات والمعلومات الاقتصادية المنشورة على صفحاتها للتعرف على كيفية معالجة المجالات الاقتصادية للقضايا الاقتصادية والعوامل التي أثرت على هذه المعالجات، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة فيما يخص معالجة الأهرام الاقتصادي للموضوعات الاقتصادية: اهتمام الأهرام الاقتصادي بعرض القضايا والمشكلات التي تواجه الاقتصاد المصري من خلال توظيف المجلة لفنون التحرير الصحفي المختلفة، مع الاهتمام بتقديم الأفكار المبدعة والمعالجة المبتكرة والرؤية الشاملة التي تحاول تفسير الأحداث والكشف عن دلالاتها، ودراسة: **كامل، نجوى (١٩٩١)**، تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مضمون ما يقدم في الصفحات الاقتصادية المتخصصة، ومدى ملائمة هذا المضمون مع احتياجات القارئ، وتحديد العوامل المؤثرة على هذا المضمون، اعتمدت الدراسة على

المنهج المقارن، بالإضافة إلى منهج المسح بهدف تقديم صورة كاملة عن معالجة صحف الدراسة للقضايا الاقتصادية، من خلال تحليل مضمون الصفحة الاقتصادية في صحيفة الوفد، وكذلك للتعرف على وجهات نظر القائم بالاتصال فيما يقدم من موضوعات في الصفحات الاقتصادية، واعتمدت الباحثة على (المقابلة المقننة - الملاحظة بالمشاركة - المقابلة الفردية المتعمقة) لجمع البيانات التي تحقق أهداف الدراسة، ودراسة Hinguo shen(1996)، وسعت الدراسة إلى التركيز على إحدى الصحف الاقتصادية الصينية من خلال الكشف عن نشأة هذه الصحيفة المستقلة في مجتمع اشتراكي، والدور الذي تقوم به، والعاملون في محاربة هيمنة الصحافة وتعزيز الإصلاح الاقتصادي والسياسي في الصين، وتوصلت الدراسة : إلى ان صعود وهبوط الصحيفة المذكوره خلال عقد الثمانينات جاء متماشيا مع سياق التقلبات السياسية في الصين، ودراسة عفيفي، السيد (1997)، استهدفت هذه الدراسة رصد المعالجة الصحفية لقضية الانفتاح الاقتصادي وما ترتب عليها من آثار اجتماعية وسياسية واقتصادية، واعتمد الباحث على منهج المسح حيث قام بتحليل مضمون صحف (الأهرام - الأهالي - مايو - مجلتي روزاليوسف - أكتوبر)، واعتمد الباحث أيضا على الملاحظة لرصد بعض الظواهر الأساسية التي أثارها المعالجة الصحفية وتسجيلها، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة: أن الصحف القومية تأثرت بتوجيهات النظام السياسي في تناولها لقضايا الانفتاح الاقتصادي، حيث أيدت سياسة الانفتاح الاقتصادي، بينما عارضت الصحف الحزبية سياسة الانفتاح الاقتصادي، ولم تلتزم بالموافقة على قرارات وتوجيهات النظام السياسي، وأن صحف الدراسة قد ساهمت في وضع الحلول لموضوعات ومشاكل الانفتاح الاقتصادي بدرجة كبيرة، وجاء الارتباط بين أجندة الصحف القومية والصحف الحزبية ارتباطا معتدلا، ودراسة (Haller, H.B & Norpoth, H, (1997)، هدفت الدراسة إلى استقصاء إقبال المواطنين الأوروبيين علي الأخبار الاقتصادية وتقديرات الجمهور للأحوال الاقتصادية حيث أوضحت الدراسة أن التعرض للصحف الاقتصادية لا يؤثر كثيرا في رأي الجمهور عن القضايا الاقتصادية. ودراسة: الصفتي، نوال عبدالعزيز(1998)، اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي، والمنهج المقارن، واستخدمت الباحثة أدوات تحليل المضمون، وتحليل الخطاب لجميع الأعداد: حيث اعتمدت في إطاره على أداة مسارات البرهنة، لرصد الأدلة والبراهين التي اشتملت عليها الموضوعات المنشورة عن الإصلاح الاقتصادي في الصحف الحزبية بهدف إقناع الجمهور بوجهة نظرها، واتبعت الباحثة أسلوب الحصر الشامل لصحف (الشعب - الأسبوع - الأهالي - مايو)، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة : تباين

الاهتمام بالموضوعات الاقتصادية المتعلقة بقضية الإصلاح الاقتصادي بمدى ما تمثله هذه القضية من أولويات لدى كل صحيفة حسب انتماءاتها الحزبية والأيدلوجية التي تتبناها الصحيفة تجاه القضية، ومدى معارضتها أو عدم معارضتها للنظام السياسي المعاصر، ودراسة: عبداللطيف، إبراهيم محمد (١٩٩٨)، استهدفت الدراسة تحليل معالجة الصحافة الحزبية لقضايا الإصلاح الاقتصادي في مصر في الفترة من (١٩٨٧): (١٩٩٤). ومن أبرز نتائجها أن الصحف الحزبية مصدر غير رسمي للتأريخ للمشكلات الاقتصادية للمجتمع المصري، وجاءت دراسة: **جافن Gavin (٢٠٠٠)** حيث هدفت الدراسة إلى الكشف عن علاقة التغطية الاقتصادية حول القضايا الأوروبية في التليفزيون البريطاني بادراك البريطانيين لهويتهم مع أوروبا من خلال تحليل المحتوى الرمزي للأخبار الاقتصادية حول أوروبا مثل القصص الإخبارية التي تعرض للمنافع أو الخسائر المالية لبريطانيا في حالة انضمامها للاتحاد الأوروبي، ودراسة: **سميث Smith (٢٠٠١)** وهدفت الدراسة إلى تحليل المؤثرات لوسائل الإعلام المختلفة لفترات زمنية معينة علي التنمية الاقتصادية والسياسية لمائة وسبعة دولة في الفترة ما بين ١٩٦٥-١٩٩٦. حاولت الدراسة البحث في نتائج البحوث السابقة لنماذج من التنمية الاقتصادية وتنمية الاتصال وكذلك الكشف عن العلاقات العارضة مستخدمة في ذلك فترات زمنية طويلة وأساليب إحصائية لم تكن متاحة لدراسة سابقة في هذا المجال. وقد توصلت الدراسة إلى أن التنمية الإعلامية إذا تم قياسها بأعداد الصحف وأجهزة المذياع والتلفزة لكل ألف منه ما بين التنمية الاجتماعية والاتصالات، أما دراسة: **دراز، أمل السيد أحمد (٢٠٠٢)** وهدفت الدراسة التعرف علي مجموعة العوامل التي تؤثر علي قارئية مجموعة من الصحف المتخصصة منها "صحيفة الأهرام الاقتصادي"، اعتمدت الدراسة علي منهج المسح، والمنهج المقارن، ومنهج دراسة الحالة لصحف (عقيدتي- الأهرام الاقتصادي- أخبار الحوادث- الكواكب) بالإضافة إلي تطبيق استبيان علي عينة من القراء قوامها ٢٠٠ مفردة من أحياء (عين شمس- مصر الجديدة) وللقائمين بالاتصال في صحف الدراسة، وكشفت الدراسة عن نتائج: توافق أجندة الاهتمامات التي طرحتها الصحيفة مع أجندة الاهتمامات القومية التي طرحتها القادة السياسية في مصر، وجاءت دراسة **جانج، جاسمين Jung, J, Jocmin (٢٠٠٣)** لتبين أن مواقع الأخبار الاقتصادية علي شبكة الانترنت هي الأعلى قارئية ولكنها بدت أقل يسرا في القراءة من حيث طول الحملة وصعوبة أشكال الكتابة، كما تبين تركيز الصحف المطبوعة علي قضايا الاقتصاد المحلي والصناعة، ودراسة: **كريستوفر وآخرون Christopher (٢٠٠٤)** التي خلصت الدراسة إلي نتائج منها أن تحقيق

التنمية الاقتصادية يعتمد بشكل كبير علي وجود وسائل إعلام حرة وذات فعالية كبيرة مؤثرة في المواطن، ودراسة: سالم، انتصار محمد السيد (٢٠٠٤) التي استهدفت رصد دور الصفحات الاقتصادية بالصحف المصرية في ترتيب الأولويات لرجال الأعمال تجاه القضايا الاقتصادية، وكذلك التعرف علي أساليب المعالجة الصحفية للقضايا الاقتصادية التي طرحها صحف الدراسة، وتأثير اتجاهات كل صحيفة علي أسلوب المعالجة لهذه القضايا، حيث اعتمدت الباحثة علي منهج المسح، وذلك من خلال تحليل المضمون الاقتصادي بالصفحات الاقتصادية في صحف (الأهرام-الوفد- صوت الأمة) وأيضا مسح عينة من الجمهور من رجال الأعمال في محافظة الشرقية، وأعضاء جمعية المستثمرين بالعاشر من رمضان باستخدام صحيفة استقصاء، بالإضافة إلي منهج دراسة العلاقات المتبادلة، والمنهج المقارن. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة: اعتماد صحفيي (الأهرام والوفد) علي أساليب الإقناع المنطقية في معالجة القضايا الاقتصادية، مقابل استخدام الجوابات العاطفية والاستمالات العاطفية من جانب صحيفة صوت الأمة للتهويل والمبالغة والتهوين، ودراسة: الأغبري، سامية عبد المجيد (٢٠٠٥) التي توصلت إلي أن الخطاب الاقتصادي في الصحافة اليمنية (الحكومية والحزبية) اتسم بالطابع الإنشائي والمبالغة وبعمومية الطرح، وغلب عليه الأسلوب الانفعالي، والصيغة الدعائية المناسبة، وبالتالي يفقد الخطاب الاقتصادي في كثير من الأحيان للمصادقية والموضوعية، ودراسة: دويل، جليان Doylem, Gillian (٢٠٠٦) وأشارت نتائج الدراسة إلي ضرورة أداء مهمة التيسير علي العامة والتي ترتبط دلالة تطوير صناعة وإنتاج الأخبار الاقتصادية والمالية التي تبدو مهملة إلي حد بعيد، ودراسة: دراز، أمل السيد أحمد (٢٠٠٧) التي توصلت إلي أنه تنوعت آليات المعالجة التي اعتمدت عليها صحفيي الدراسة، وبرز في إطار الآليات إستراتيجية "الشخصي"، حيث غلب الطابع الشخصي علي معالجة المشكلات والقضايا الاقتصادية، كما اعتمد خطاب الصحفيين علي إستراتيجية التوصيف بعيدا عن مناقشة الأسباب وبلورة الحلول وطرح الرؤى المستقبلية، ودراسة: المدني، أسامة غازي (٢٠٠٩) التي كشفت أن النسبة الأكبر (٦٥%) لا يتابعون بأنفسهم ما يوجد علي المواقع، وأسباب الاهتمام لدى الباحثين علي رأسها سبب المساعدة في اتخاذ القرارات الخاصة بالعمل بنسبة (٤٦%)، دراسة: أحمد، جمال عبد العظيم (٢٠١١) وتوصلت الدراسة إلي أن الاهتمام الكبير بالقضايا الاقتصادية عامة جاء بنسبة ٩,٥%، والاهتمام المتوسط بنسبة ٣٩,٣% والاهتمام المنخفض بنسبة ٥١,٣% وذلك لصعوبة القضايا الاقتصادية، وارتفعت النسبة في متابعة الأزمة المالية حيث جاء أصحاب الاهتمام المتوسط بنسبة ٤٦,٣%، والاهتمام الكبير

١١,٦%، والمنخفض ٤٢%، وجاء نسبة من تابعو الأزمة الاقتصادية في الصحف المطبوعة بنسبة ٦٩%. في مقابل باقي الوسائل الأخرى، ومن تابعوها علي شبكات التواصل الاجتماعي ٣٣,٨% في مقابل من تابعوها علي الانترنت بنسبة ٦٦,٢%، دراسة: **المصري، إبراهيم حسن (٢٠١٢)** ومن أهم النتائج الدراسة: ضعف المعالجة الصحفية لقضايا الاقتصاد المصري وعدم وجود توازن في التغطية الصحفية، وجاءت الصورة الإعلامية لقضايا الاقتصاد سلبية حيث بلغت نحو ٣٨%، والصورة الإيجابية ٣,٢%، دراسة: **التويم، عبدالله بن محمد(د.ت)** من أبرز نتائج الدراسة: أن هناك ستة عشرة قضية اقتصادية، منحت كل قضية ترتيبا خاصا عند كل مكون من مكونات البناء الاجتماعي في فترتين زمنييتين استمرت ستة أشهر، وبينت المقارنة بين ترتيب كل طرف أن "القطاع العام" و "الجمهور" لم يؤثر في الصحف، ولم يرتب أولوياتها، وأظهرت في المقابل إن "القطاع الخاص" هو الطرف المؤثر في عملية ترتيب الأولويات، دراسة: **مجدي، أميمة (٢٠١٣)** أظهرت نتائج التحليل اتفاق رؤية الصحف المحلية والدولية في تأييد الاتجاه اليميني للإصلاح الاقتصادي في مصر، بينما انفردت جريدة الأهالي بالتغريد خارج السرب، عندما تبنت وجهة نظر يسارية في رفض الإصلاح كما كان الحزب الحاكم يطبقه.

دراسات المحور الثاني: الدراسات التي تناولت صحف الأطفال المطبوعة والالكترونية:

دراسة: **الطوخي، عربي عبد العزيز (١٩٩٩)** هدفت الدراسة إلي التعرف علي الدور الذي تقوم به مجلات الأطفال في التنشئة السياسية للطفل المصري من خلال اكتسابه المعلومات والعلم والمهارات، وقد استخدم تحليل المضمون كأداة لتحليل مضمون مجلات الأطفال وقد تم تحليل مجلتي (سمير - علاء الدين)، وبلغ حجم العينة المطبق عليها الدراسة ٤٠٠ تلميذ وتلميذة من الصف الخامس الابتدائي والأول الإعدادي، وكانت أهم نتائج الدراسة كالتالي : جاءت الألغاز في مقدمة الموضوعات التي يقبل أفراد العينة علي قراءتها في المجلة، يليها القصص والحكايات ثم الموضوعات الدينية، ثم الموضوعات السياسية التي تبنتها مؤسسات المجتمع المختلفة.

- ارتفاع نسبة قراءة مجلة ميكي لدي عينة الذكور والإناث وعينات الصفوف الدراسية الخامس الابتدائي والأول الإعدادي، بينما جاء في الترتيب الثاني مجلة علاء الدين بنسبة ٦٤% ثم مجلة سمير بنسبة ٤٨,٢%، ودراسة: **البحيري، لمياء رشدي (١٩٩٩)** وهدفت هذه الدراسة إلي تعرف المعلومات العلمية والتكنولوجية في مجلتي (سمير

وعلاء الدين)، واستخدمت تحليل المضمون كأداة، وكانت أهم النتائج كالتالي: جاء المضمون العلمي في الترتيب الثاني بعد المضمون الترفيهي بواقع نصف المضمون الترفيهي بنسبة ١٤,٢%، وتعد نسبة ضئيلة بالنسبة لأهمية المفهوم العلمي في ظل التطورات العلمية المتلاحقة في العالم ودخول الطفل المصري لعصر الكمبيوتر والإنترنت واشتملت المعلومات العلمية في مجلة سمير (الإمبريقية والعقلية للتراث العلمي)، دراسة: **الطنباري، فاتن عبد الرحمن (٢٠٠٠)** هدفت الدراسة إلى تناول أنواع صحف الأطفال الالكترونية وأهم الفنون التحريرية المتضمنة فيها وكيفية التعلم عن طريق الصحف الالكترونية والدور الذي تؤديه تجاه الأطفال في هذا السبيل، وانتهت الدراسة إلى أن صحافة الأطفال قد شهدت تطورات مهمة، حيث امتدت هذه التطورات إلى الوسيلة الاتصالية نفسها، وتطورت صحافة الأطفال المطبوعة لكي يصبح بعضها يصدر نسخة الكترونية، مما أدى إلى تطور أساليب معالجة الفنون التحريرية بمختلف أشكالها. دراسة: **فرج، ملكة بدر الدين (٢٠٠١)** هدفت الدراسة إلى معرفة دور صحافة الأطفال في تنمية الوعي البيئي لديهم واختبرت الدراسة أساس فرض فجوة المعرفة، وطبقت على عينة عشوائية باستخدام استمارة استقصاء واستخدام استمارة تحليل المضمون على عينة المجلات الأكثر وكانت أهم النتائج كالتالي: مجلة علاء الدين هي أكثر المجلات التي يحرص الأطفال على قراءتها بنسبة ٣٢,٤%، يليها بلبل بنسبة ٢١,٧%، ثم مجلة سمير بنسبة ١٥,٣%، ودراسة: **الطرابيشي، مرفت محمد كامل (٢٠٠١)** بعنوان: هدف الدراسة التعرف على نوعية المعلومات والأفكار التي تتناسب مع طبيعة المرحلة العمرية التي يمر بها الطفل، وتعني باحتياجاته اليومية وتتيح له حرية إبداء رأيه والتعبير عنه من خلال المشاركة الإيجابية بينه وبين مجلته، وتم مسح عينة من أعداد مجلة علاء الدين، وكذلك مسح لعينة من تلاميذ المدارس الإعدادية بالقاهرة وكانت أهم النتائج كالتالي: حرصت مجلة علاء الدين على تقديم المضامين التي تهدف لتنمية المعارف بنسبة ١٩,٢%، تلاها الموضوعات التي تساعد على تنمية المهارات بنسبة ١٦,٩%، ثم غرس القيم الإيجابية بنسبة ١٥%، ازدياد جمهور الطفل المصري على وسائل الإعلام المطبوعة في الحصول على المعلومات والمعارف التي تسهم في دعم حقوقه المعرفية، وبلغ إجمالي الاستعانة بالمصادر المطبوعة ٥٠,٤%، دراسة: **Loretta, Sarah (٢٠٠٢)** هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الدور المنوط بالإنترنت في حياة الأطفال من حيث كونه وسيلة من الوسائل الحديثة التي اقتحمت حياة الأطفال، والاستخدام المفرط للإنترنت له سلبيات نفسية واجتماعية وكذلك له تأثير أكاديمي، واعتمدت الدراسة على عينة من طلاب مدرستين

إعداديتين في مجتمعين مختلفين من حيث الموقع الجغرافي والحالة الاجتماعية والاقتصادية، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: استخدام الأطفال كان منصبا على البريد الإلكتروني، ومواقع الحوار، الرسائل السريعة، والألعاب المتبادلة، وتجميع المعلومات من أجل أغراض أكاديمية تفيدهم في حياتهم الدراسية وتجميع الأخبار كل هذه الاستخدامات كان لها دور في رفع مستوى كفاءة هؤلاء الطلاب، دراسة: علي، صفا فوزي (٢٠٠٣) هدفت التعرف على طبيعة علاقة الأطفال المصريين بوسائل الاتصال، كما تهدف إلى التعرف على معدلات تعرض الطفل المصري لوسائل الاتصال الإلكترونية وعلى أنماط وعادات تعرضهم لها، واستخدمت الباحثة أسلوب الاستبيان بالمقابلة لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة إلي مجموعة من النتائج: ثراء البيئة الإتصالية للأطفال المصريين في المنزل ولم تظهر علاقة بين النوع ومعدل امتلاك وسائل الاتصال الإلكترونية، في حين ظهرت علاقة بين النوع ومعدلات استخدام الأطفال عينة الدراسة لثلاث وسائل هي (التسجيلات الصوتية- الألعاب الإلكترونية- الانترنت)، دراسة: أبوسنة، نوره حمدي (٢٠٠٤) هدفت إلي التعرف علي الدور الذي تقوم به مجلات الأطفال المصرية في إمداد الطفل بمعلومات عن العالم الخارجي وتعد الدراسة مسحية (تحليلية – ميدانية)، وقد أجريت الدراسة التحليلية علي عينة عشوائية من مجلات الأطفال المصرية الثلاث (سمير – علاء الدين – بلبل) وقد أجريت الدراسة الميدانية علي عينة عشوائية من الأطفال من تلاميذ الصف الأول والثاني والثالث الإعدادي وجاءت أهم النتائج كالتالي: جاءت معلومات عن العالم الخارجي في الترتيب الثاني بعد المعلومات الأخرى بنسبة ٢١,٣٤% من مجموع التكرارات وبنسبة ١٢,٠٤% من مجموع المساحة، وجاءت مجلة (بلبل) أكثر المجلات اشتمالا علي معلومات العالم الخارجي، تلتها مجلة (علاء الدين)، ثم مجلة (سمير)، وكانت المعلومات العلمية عن العالم الخارجي في المرتبة الأولى بين الأنواع الأخرى بنسبة ٣٢,٠٧% من مجموع التكرارات، كما اسفرت الدراسة الميدانية عن توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الأطفال علي مجلات الأطفال للحصول علي معلومات عن العالم الخارجي وبين معرفتهم معلومات عن العالم الخارجي، دراسة: العقباوي، بسنت عبد المحسن (٢٠٠٥) هدفت الدراسة إلى التعرف على احتياجات التلاميذ في مواصفات الصحيفة الإلكترونية التي تناسبهم من ناحية الشكل والمضمون والتوصل إلى مجموعة من المعايير اللازم توافرها في صحيفة المراهقين الإلكترونية واستخدمت الباحثة منهج المسح لعينة من التلاميذ من ١٢ إلى ١٥ سنة للتعرف على آرائهم وأفكارهم باستخدام أداة: أ- قائمة المواصفات والمعايير ب-

الاستبيان، وتوصلت إلى مجموعة من النتائج من أهمها: أن يتم توزيع محتويات الصحيفة بشكل متناسب مع الصفحات الداخلية مع مراعاة الاختصار قدر الإمكان وتدعيم بالصور والرسوم الثابتة والمتحركة مع العناية بتوظيف الصوت والموسيقى والمؤثرات الصوتية في الأماكن المناسبة، أن تكون المادة التحريرية أكثر غزارة من الرسوم والصور ولكن بشكل متوازن ضرورة تحديد دوافع وحاجات التلاميذ من المراهقين وتفضيلاتهم عند إعداد مضامين الصحيفة ومحاولة إشباعها، **دراسة: محمد، سهى عبد الرحمن (٢٠٠٥)** هدفت الدراسة التعرف على أهم استخدامات وإشباعات زيارة الأطفال لمواقعهم العربية والأجنبية على الانترنت والتعرف على أهم خطوات تصميم مواقع الأطفال المصرية، وهذه الدراسة من الدراسات الوصفية، واستخدمت منهج المسح والمنهج المقارن، وأجريت الدراسة على عينة عمدية قوامها ١٥٠ مفردة وعينة من القائم بالاتصال، واستندت الدراسة على أداة تحليل المضمون لمواقع الانترنت بشكل كبير، وعدد من المقاييس وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها: انخفاض معدل زيارة المواقع كلما زاد سن الطفل والعكس، عامل إتقان اللغة لا يؤثر على معدل زيارة المواقع، المواقع الأجنبية أكثر تلبية للدوافع النفسية والطقوسية مما يتبعه ارتفاع في معدل زيارة الأطفال لتلك المواقع، يرتبط معدل زيارة الأطفال عينة الدراسة لمواقعهم العربية والأجنبية على الانترنت بالإشباعات شبه التوجيهية فقط، **دراسة: حسن، هبة مصفطى (٢٠٠٦)** هدفت الدراسة إلى التعرف على علاقة المراهقين بكل من الصحف الورقية والالكترونية، التعرف على نوعية المضامين التي يفضلها المراهقين في كل من الصحف الورقية والالكترونية، الكشف عن العلاقة بين نوع المراهقين (ذكور- إناث) وبين استخدام الصحف الورقية والالكترونية، اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح بالعينة واختيرت عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من المراهقين الذين تتراوح أعمارهم بين ١٥-١٧ سنة، كما استخدمت الباحثة أداة الاستبيان، توصلت الدراسة إلى النتائج التالية: جاءت أهم أسباب تفضيل الصحف الالكترونية هو نوع الموضوعات، تمثلت أهم دوافع قراءة الصحف الالكترونية في زيادة المعلومات العامة، يليها التعرف على أخبار العالم، من أهم عوامل الجذب والإبراز لقراءة الصحف الالكترونية هي العنوان ثم الألوان فالصورة المتحركة يليها الصوت الحي للحدث ثم الصور الثابتة والرسوم والكاريكاتير وأخيرا اسم الكاتب والأرضيات والمساحة، **دراسة: الشربيني، محمد سعد الدين (٢٠٠٦)** هدفت التعرف على تصميم مجلات الأطفال الالكترونية (المصرية - العربية - الأجنبية) الموجهة إليهم عبر شبكة الانترنت، ومعرفة البرامج المستخدمة في تصميم تلك المجلات والأشكال المختلفة

المستخدمة في تصميم مجلات الأطفال الالكترونية، واستخدم الباحث منهج المسح بالعينة ويعتمد على مسح الجمهور من الأطفال المشاركين في تلك المجلات، واستخدم الباحث أيضا المنهج المقارن لكشف أوجه التباين والتشابه بين مجلات الأطفال المصرية والعربية والأجنبية الالكترونية على شبكة الانترنت، اختار الباحث عينة ممثلة لمجلات الأطفال كما تمت دراسة عينة من مصممي مجلات الأطفال الالكترونية المصرية وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها: تنوعت الصور المتواجدة في مجلات الأطفال فهناك الصور الشخصية والصور الخاصة بالقصص، والصور المصاحبة للتعليقات، تمثل أهم دافع من دوافع تعرض المتلقين للمجلات الالكترونية في التعرف على كل ما هو جديد ثم تقديم العديد من الألعاب، وجاءت دراسة: **حامد، إيناس محمود (٢٠٠٧)** ومن أهم النتائج للدراسة: تفضيل الأطفال للمجلات التي تحمل أسماء قنوات فضائية، أما عن التفضيلات التي ترجع للعناصر البنائية التقليدية منها: الفيديو واستخدام الصوت (الموسيقى - المؤثرات الصوتية) من أهم التفضيلات للأطفال، يليها الصور والرسوم المتحركة، ثم العناوين المتحركة، ودراسة: **سالم، دعاء فتحي (٢٠٠٨)** جاءت نتائج الدراسة: أهم الأشياء التي نالت إعجاب الأطفال في المجلات الالكترونية الخاصة بهم أن أسلوب تقديمها سهل ومفهوم، جاء الخبر الصحفي في مقدمة فنون التحرير التي تستخدمها المجلات في عرض موضوعاتها للطفل، جاء البريد الالكتروني في مقدمة وسائل التفاعل والمشاركة التي يعتمد عليها القراء من الأطفال في التواصل مع مجلاتهم، ودراسة: **رفاعي، أحمد محمد (٢٠٠٩)** وجاءت نتائج الدراسة: صحة الفرض الذي ينص علي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أطفال المجموعة التجريبية قبل وبعد التعرض للمجلات الالكترونية العربية لتنمية القدرات الإبداعية لدى أطفال الحلقة الأولى من التعليم الأساسي لصالح القياس البعدي وذلك علي مقياس تورانس للتفكير الابتكاري، والقدرات الإبداعية، ودراسة: **أبوسنة، نوره حمدي (٢٠١٣)** وجاءت أهم النتائج: أن الفنون التحريرية بموضوعات الهوية العربية علي مستوي مجموع صحف الأطفال الاليكترونية محل الدراسة كالتالي: جاءت (الأشكال الأخرى) في الترتيب الأول بنسبة ٥٠,٩%، وتصدرها (بريد القراء) في المرتبة الأولى بنسبة ٣٣,٣%، و جاءت أبعاد الهوية العربية كالتالي: جاء (البعد الاجتماعي للهوية العربية) في الترتيب الأول بنسبة ٣٦,٣%، وتصدر هذا البعد(القيم العربية الأصيلة) في المرتبة الأولى بنسبة ٣٥,٧%، ودراسة: **كورتني، واليكسز Courtney K, Blackwell, Alexis R, Lauricella (٢٠١٤)** وتوصلت إلي أن المواقع علي شبكة الإنترنت الأكثر تفضيلا بالنسبة للعينة موقع يوتيوب والفيس بوك.

وبالإضافة إلى ذلك، كانت هناك أهمية الاختلافات حسب العمر والجنس. عموماً، تشير النتائج أن تفضيلات الأطفال لموقع الويب تتفق مع التنمية العاطفية والاجتماعية والمعرفية، ودراسة: أبو الخير، أمل العدل (٢٠١٥) التي أوضحت أن لمجمله أبطال اليوم موضوعات تحتوي علي قيم وأنماط سلوكية ايجابية وسلبية، وتختلف القدوة لدي الأطفال باختلاف درجة تعرضهم لقراءة المجالات المختلفة، تختلف القدوة لدي الأطفال باختلاف نوعية المدارس، و نوع الطفل وعمره.

التعليق علي الدراسات السابقة:

■ وبالنسبة للمحور الأول: ركزت معظم الدراسات علي تحليل الصحف الورقية في الجانب الاقتصادي، مثل دراسة: (Norman, Stabler 1984) و دراسة(1986 Lormor, E.S, ودراسة (عبداللطيف، إبراهيم محمد، ١٩٩٠)، ودراسة(Hinguo shen,1996)، ودراسة(عفيفي، السيد، ١٩٩٧) ودراسة (عبداللطيف، إبراهيم محمد ١٩٩٨)، ودراسة(Gavin,2000)، (Smith,2001)، (الأغبيري، سامية عبد المجيد، ٢٠٠٥)، (Doylem, Gillian,2006)، (دراز، أمل السيد أحمد، ٢٠٠٧)، (التويم، عبدالله بن محمد، دت)، (مجدي، أميمة، ٢٠١٣)، كما ركزت بعض الدراسات علي الجانب الميداني فقط، مثل دراسات: (Haller,H.B&Norpoth,H, 1997), (Gavin,2003)، (Christopher,2004)، (أحمد، جمال عبدالعظيم، ٢٠١١)، (المرسي، إبراهيم حسن، ٢٠١٢)، وعدد بسيط من الابحاث تناولت الجانبين التحليلي والميداني وهو: (Kabbel, Garry(1980 ودراسة (كامل، نجوى، ١٩٩١)، ودراسة (الصفدي، نوال عبد العزيز، ١٩٩٧) و (سالم، انتصار محمد السيد، ٢٠٠٤)، وبحثين تناولوا الصحف الاليكترونية الاقتصادية وهما: (المدني، أسامة غازي، ٢٠٠٩)، (Jung, JJocmin,2003)، وبحث تناول قارئية الصحف الورقية: (دراز، أمل السيد أحمد، ٢٠٠٢).

■ وبالنسبة للمحور الثاني: تناولت الصحف الأطفال الورقية والجانب السياسي في دراسة (الطوخي، عربي عبد العزيز، ١٩٩٩)، والعلمي (البحيري، لمياء رشدي، ١٩٩٩)، والوعي البيئي(فرج، ملكة بدر الدين، ٢٠٠١)، وحقوق الطفل الاتصالية (الطرابيشي، مرفت محمد كامل، ٢٠٠١)، والإمداد بالمعلومات عن العالم الخارجي (أبوسنة، نوره حمدي، ٢٠٠٥)، وتناول عدد من الدراسات الانترنت والمواقع الاليكترونية وصحف الأطفال الاليكترونية مثل: (Loretta, Sarahm 2002)،

(الطنباري، فاتن عبد الرحمن، ٢٠٠٠)، (علي، صفا فوزي، ٢٠٠٣)، (العقبوي، بسنت عبد المحسن، ٢٠٠٥)، (محمد، سهى عبد الرحمن، ٢٠٠٥)، (الشربيني، محمد سعد الدين، ٢٠٠٦)، (حامد، إيناس محمود، ٢٠٠٧)، (رفاعي، أحمد محمد، ٢٠٠٩)، (أبوسنة، نوه حمدي، ٢٠١٣)، (Courtney K, 2014)، ودراستين تناولتا علاقة الأطفال بكل من الصحف الالكترونية والورقية وهما: دراسة (حسن، هبة مصطفى، ٢٠٠٦) ودراسة (سالم، دعاء فتحي، ٢٠٠٨)، ودراسة تناولت الجاني التحليلي والميداني وهي دراسة (أبو الخير، أمل العدل، ٢٠١٥) كما أنه بالنظر إلى تلك الدراسات يتضح أنه لم توجد دراسة في علم الباحثة ربطت بين القيم الاقتصادية ووسائل الإعلام الأطفال، ولم يدرس من قبل صحيفة الكترونية للأطفال، واستفادت الباحثة من الإطلاع علي هذه الدراسات في صياغة تساؤلات الدراسة، ووضع الفروض، وفي تصميم أدوات الدراسة.

نوع الدراسة: تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية Descriptive study التي تستهدف دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة معينة وهي الدراسة الحالية كيف تظهر القيم الاقتصادي في صحيفة الأطفال الاقتصادية (المستثمر الذكي) كما وكيفا، وانعكاس هذه القيم والمعلومات الاقتصادية علي الأطفال، من خلال جمع البيانات وتصنيفها وتبويبها وتفسيرها وتحليلها للحصول علي وصف كامل ودقيق للمشكلة.

منهج الدراسة: تستخدم هذه الدراسة منهج المسح الإعلامي Survey حيث أنه من أنسب المناهج العلمية لهذه الدراسة وتستخدم تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة عنها .

عينة الدراسة: أولاً: **العينة الموضوعية:** تم ملاحظة قلة في مجلات الأطفال العربية بشكل عام، وانعدام الاقتصادي منها بشكل خاص، لذلك عند التوصل لهذه الصحيفة الاقتصادية ذات النسخة الالكترونية علي موقع مخصص لصحيفة (المستثمر الذكي) التي خصصت للأطفال علي الانترنت، كما أن الطبعة الورقية توزع بواسطة هيئة سوق المال السعودي مجاناً، تم تحليل كل الأعداد التي ظهرت منها منذ صدورها الأول في نهاية عام ١٤٣١ هـ علي أنها فصلية ولكن توالى الأعداد دون انتظام بالفصلية، فوجدت الباحثة أن العدد الثاني والثالث والرابع جاءوا في عام ١٤٣٢، وكل من العدد الخامس والسادس في عام ١٤٣٣، والعدد السابع في عام ١٤٣٤، والعدد الثامن في نهاية عام ١٤٣٥ هـ، بواقع ٨ أعداد.

ثانياً: العينة البشرية: تم التطبيق علي ٣٠٠ مفردة من التعليم المتوسط (الاعدادي) ١٥٠ بنات ١٥٠ بنين من مدرسة طلائع المبدعين والمبدعات المتوسطة للبنات، طلائع المبدعين والمبدعات المتوسطة للبنين، بمدينة الطائف، بالسعودية، تم تطبيقهما بطريقة المقابلة الجماعية، في الفترة من ١٥-٣٠/مايو ٢٠١٥م.

جدول (١)

توزيع عينة الدراسة وفقاً للنوع، الصف الدراسي، المستوى الاجتماعي الاقتصادي

المتغير	المجموعات	التكرار	النسبة
النوع	ذكور	١٥٠	٥٠%
	إناث	١٥٠	٥٠%
الصف	الأول	٩٦	٣٢%
	الثاني	١٠٢	٣٤%
	الثالث	١٠٢	٣٤%
المستوى الاجتماعي الاقتصادي	مرتفع	١٠٨	٣٦%
	متوسط	٩٣	٣١%
	منخفض	٩٩	٣٣%
المجموع		٣٠٠	١٠٠%

أدوات الدراسة: أولاً: استمارة تحليل المضمون: من إعداد الباحثة: * ١

استخدمت الباحثة استمارة تحليل المحتوى، والتي تسعى "إلى اكتشاف المعاني الكامنة للمحتوى والعلاقات الارتباطية بهذه المعاني من خلال البحث الكمي والموضوعي المنظم للسمات الظاهرة في هذا المحتوى" (عبد الحميد، محمد، ٢٠٠٠: ٢٢٠)، وذلك لتحليل مضمون القيم الاقتصادية بمجلة (المستثمر الذكي).

صدق التحليل: تعتبر أداة القياس صادقة إذ كانت تقيس فعلاً موضوع البحث، للتأكد من صلاحية استمارة تحليل المضمون للتطبيق، قامت الباحثة بإعداد الاستمارة وعرضها علي الأساتذة المتخصصين** في مجال الإعلام ودراسات الطفولة لتحكيمها، وقد أشار

* ملحق (١) استمارة تحليل المضمون
** ملحق (٢) أسماء السادة المحكمين.

هؤلاء المحكمين إلي: صلاحية استمارة تحليل المضمون للتطبيق، وذلك بعد إجراء عدد من التعديلات التي تمت حسب آراء المحكمين.

ثبات التحليل: ويقصد به أن تعطي الاستمارة نفس النتائج التي توصل إليها الباحث عند إعادة تطبيقها بعد فترة من الزمن علي نفس المضمون، وأيضاً أن يصل المحللون المختلفون لنفس النتائج عند استخدام هذه الاستمارة علي نفس المضمون وأن يكون بينهم نسبة اتفاق عالية (إسماعيل، محمود حسن، ١٩٩٦: ٣٢)، لمعرفة ثبات التحليل قامت باحثتان^{***} (منهن معدة الدراسة) بتحليل عينة قدرها (٢) عدد من مجلة المستثمر الذكي الإلكترونية، وقد تم حساب معامل ثبات التحليل بينهم، حيث بلغ ٩٥%، مما يعني صلاحية الاستمارة للتطبيق.

وحدات التحليل: استخدمت الباحثة وحدات التحليل الآتية:

أ- **وحدة الموضوع:** وتستهدف هذه الفئة الإجابة عن السؤال: علام يدور موضوع المحتوى؟ وقد يحتوي الموضوع علي أكثر من فكرة وحددت الباحثة أن يصنف الموضوع تبعاً للأفكار ذات التكرار العالي .

ب- **وحدة المساحة:** وقد استخدمت الباحثة الآتي: أقل من ربع صفحة- ربع صفحة فأكثر- نصف صفحة - ثلثي صفحة – صفحة كاملة- صفحتين- أكثر من صفحتين.

ثانياً: استمارة الاستبيان:

١- **استمارة استبيان:** استعانت الباحثة بأداة الاستبيان بهدف التوصل إلى الوصف الكمي والكيفي للظاهرة والتوصل للأهداف الموضوعية للبحث "من إعداد الباحثة" (***)

أ) **إجراءات الصدق للاستبيان:** وقد تم التحقق من الصدق الظاهري للاستمارة بعرضها علي مجموعة من المحكمين في مجال التخصص، وتم تعديل الاستمارة وفقاً لما أبدوه من ملاحظات.

ب) **إجراءات الثبات :** قد قامت الباحثة بتطبيق الاستمارة علي عينة من الأطفال عددها ٣٠ مفردة ثم تم إعادة التطبيق علي نفس العينة بعد التطبيق الأول

*** د. رباب صلاح السيد، مدرس الإعلام، كلية التربية النوعية، جامعة المنوفية.
*** ملحق (٣) استمارة الاستبيان

بأسبوعين وتم الحصول على نتائج متسقة بين التطبيق الأول والثاني بنسبة بلغت ٩٤%.

مصطلحات الدراسة:

- ١- القيم الاقتصادية: التعريف الإجرائي: منظومة من الضوابط والأدبيات الأخلاقية التي - يجب أن - توجه سلوك الفرد والمجتمع في الناحية الاقتصادية وبذلك تكون إيجابية مثل: الادخار، والعمل، والتوفير، واحترام الوقت، واحترام الملكية العامة، واحترام ملكية الآخرين، وتشجيع المنتج الوطني، والكسب، ونبذ الاحتكار والمحافظة على ملكياتنا الشخصية، التخطيط المالي، احترام قيمة المال.
- ٢- مجالات الأطفال المتخصصة: التعريف الإجرائي: هي مجالات تخصصت في مجال معين كالرياضة أو الفن أو الاقتصاد والمقصود بها في هذا البحث مجلة الأطفال(المستثمر الذكي) التي تصدرها ورقيا واليكترونيا هيئة سوق المال السعودي، والمتخصصة في الاقتصاد.

الإطار النظري

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

Media system dependency theory

وتعد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام إحدى النظريات التي تهتم برصد ودراسة التأثيرات المختلفة لوسائل الإعلام على كل من الفرد والمجتمع، وقد أسس هذه النظرية الباحثان الأمريكيان "ملفين ديفلر Melvin I. Defleur" و "ساندرا بول روكتش Sandra J. Ball. Rokeach". (Waston, James, 1998, p65)

وقد أدى انتشار وسائل الاتصال الجماهيري - علي نطاق واسع خلال القرن الحالي- إلي زيادة الدور الذي تلعبه في الحياة الاجتماعية بوجه عام والحياة الاجتماعية للأطفال بوجه خاص (Bittner , John R ., 1986, pp399)، الأسس النظرية للاعتماد على وسائل الإعلام: كما يبين اسم النظرية أن العلاقة الرئيسية علاقة الاعتماد بين (وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي- والجمهور)، وقد تكون هذه العلاقات بين نظم وسائل الإعلام جميعها أو مع أحد أجزائها مثل الصحف - الراديو - التلفزيون. (مكاوي، حسن عماد، وحسين، ليلي، ١٩٩٨، ٣١٤)

وتعتمد فكرة هذه النظرية علي أن استخدامنا لوسائل الاتصال ليس بمعزل من تأثيرات النظام الاجتماعي الذي نعيشه نحن ووسائل الاتصال والطريقة التي نستخدم بها وسائل الاتصال وتفاعل بها مع تلك الوسائل نتأثر بما نتعلمه من المجتمع ويشمل هذا أيضاً ما تعلمناه من وسائل الاتصال. (إسماعيل، محمود حسن، ١٩٩٨، ٢٨٧)

وتستهدف نظرية الاعتماد علي وسائل الإعلام الكشف عن الأسباب التي تجعل لوسائل الإعلام - أحياناً -

تأثيرات قوية مباشرة، وفي أحيان أخرى تكون لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نوعاً ما. (ديلفير، ملفين، روكيتش، ساندرابول، ١٩٩٣، ٤١٣)

الأسس التي ترتكز عليها النظرية: تقوم علاقات الاعتماد علي وسائل الإعلام علي ركيزتين أساسيتين هما:

١- الأهداف: لكي يحقق الأفراد والجماعات والمنظمات المختلفة أهدافهم الشخصية والاجتماعية، فإن عليهم أن يعتمدوا علي موارد يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو منظمات أخرى، والعكس صحيح.

٢- المصادر: يسعى الأفراد والمنظمات إلي المصادر المختلفة التي تحقق أهدافهم، وتعد وسائل الإعلام نظام معلوماتي يسعي إليه الكل من أجل بلوغ أهدافهم. (مكاوي، حسن عماد، وحسين، ليلي، ١٩٩٨، ٣١٤ : ٣١٥)

ويعتمد الأفراد علي وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف التالية:

١- الفهم: معرفة الذات مثل التعلم عن ذات المرء، وتشير إلي علاقات وسائل الإعلام التي توسع قدرات الأفراد، وتحافظ عليها لتفسير معتقداتهم وسلوكهم وتنشأ تبعيات الفهم الاجتماعي عندما يستخدم الأفراد مصادر معلومات وسائل الإعلام لفهم وتفسير الأشخاص والثقافات وأحداث الماضي والحاضر والمستقبل.

٢- التوجيه: ويشير إلي توجيه العمل إلي عدد وفير من الطرق التي يقيم فيها الأفراد علاقات اعتماد علي وسائل الإعلام من أجل الحصول علي توجيهات لسلوكيات معينة لأنفسهم مثل: تقرير ماذا نشترى؟

٣- التسلية: تشير تبعية التسلية المنعزلة إلي حالات تكون فيها محتويات وسائل الإعلام من تذوق الجمال أو المتعة أو خواص الجمال، هي ذاتها عنصر الجاذبية والتسلية الاجتماعية التي تقوم علي أساس قدرة وسائل الإعلام علي أن تقدم

محتويات تحث علي التسلية. (مكاوي، حسن عماد، وحسين، ليلي، ١٩٩٨، ٣٢١)،
ولذلك فقد أشار دفلير وروكيتش إلي أنه لا ينبغي المبالغة في أهمية وسائل الإعلام،
حيث إنها ليست الوسيلة الوحيدة لبلوغ الأفراد لأهدافهم. (ديلفير، ملفين، روكيتش،
ساندرا بول، ١٩٩٣، ٤٢٠)

ويرصد " ملفين ديلفير " و " ساندرا بول روكيتش " مجموعة الآثار التي تنتج عن
اعتماد الأفراد علي وسائل الإعلام من خلال ثلاث فئات أساسية هي: الآثار المعرفية،
والآثار الوجدانية، والآثار السلوكية.

أولاً: الآثار المعرفية: Cognitive Effects

و تشتمل الآثار المعرفية لوسائل الإعلام علي:

- ١- **كشف الغموض:** ترتبط مشكلة الغموض بالآثار المعرفية لوسائل الإعلام،
والغموض عبارة عن مشكلة ناتجة إما عن نقص المعلومات، أو معلومات بها
صراع وتناقض، أو يمكن أن يحدث لأن الناس يفتقرون إلي معلومات كافية لفهم
حدث، وفي حالات عديدة تكون وسائل الإعلام هي المصدر الوحيد للمعلومات.
- ٢- **تكوين الاتجاه:** من الآثار المعرفية للأفراد الذين يعتمدون علي وسائل الإعلام، أنهم
يستخدمون معلومات تلك الوسائل في تكوين الاتجاهات نحو القضايا الجدلية المثارة
في المجتمع.
- ٣- **ترتيب الأولويات:** تلعب وسائل الإعلام دورها في ترتيب أولويات الجمهور الذي
يعتمد علي تلك الوسائل في معرفة القضايا البارزة، والمشكلات الملحة من بين
العديد من القضايا والموضوعات المطروحة في المجتمع.
- ٤- **اتساع المعتقدات:** تساهم وسائل الإعلام في توسيع المعتقدات التي يدركها أفراد
الجمهور، لأنهم يتعلمون عن أناس وأماكن وأشياء عديدة، ويتم تنظيم هذه المعتقدات
في فئات تنتمي إلي: الأسرة أو الدين، أو السياسة .
- ٥- **القيم:** القيم هي مجموعة المعتقدات التي يشترك فيها أفراد جماعة ما، ويرغبون في
ترويجها والحفاظ عليها مثل: الأمانة – الحرية – المساواة – التسامح وتقوم وسائل
الإعلام بدور كبير في توضيح أهمية هذه القيم والتأكيد عليها. (مكاوي، حسن عماد،
وحسين، ليلي، ١٩٩٨، ٣٢٦)

ثانياً: الآثار الوجدانية Affective Effects

وتتمثل في مشاعر الحب والكراهية وغيرها من المشاعر التي تتم بأشكال مختلفة وفي سياقات متعددة، ويظهر هذا التأثير عندما تقدم معلومات معينة من خلال الرسائل الإعلامية تؤثر على مشاعر الأفراد واستجاباتهم، وبالتالي في الاتجاه الذي تستهدفه هذه الرسائل، وفيما يلي أمثلة لهذه التأثيرات:

١- **الفتور العاطفي:** هناك فرض يرى أن التعرض المكثف لموضوعات العنف في الرسائل الإعلامية يؤدي إلى الفتور العاطفي، ويؤكد ذلك نقص الرغبة في مساعدة الآخرين نتيجة كثافة التعرض لأعمال العنف.

٢- **الخوف والقلق:** نلاحظ أن التعرض المكثف للرسائل الجديدة أو الدراما التلفزيونية التي تتميز بالعنف ربما يؤدي إلى الخوف من الحياة في هذه المدن أو السفر إليها. (عبد الحميد، محمد، ٢٠١٠، ٢٣٨: ٢٣٩)

٣- **الدعم المعنوي والاعتراب:** ن بين التأثيرات الوجدانية لوسائل الإعلام رفع الروح المدنية لدى المواطنين أو تزايد الشعور بالاعتراب ، كما يؤكد كلاب " Klapp " أن المجتمعات التي تقوم وسائل الإعلام فيها بأدوار اتصال رئيسية، ترفع الروح المعنوية لدى الأفراد نتيجة زيادة الشعور الجمعي والتوحيد والاندماج وخاصة إذا كانت وسائل الإعلام تعكس الفئات الاجتماعية التي ينتمي إليها الفرد. ويلاحظ أن اغتراب الفرد يزداد حين لا يجد معلومات ووسائل الإعلام معيرة عن نفسه وثقافته وانتماءاته العرقية والدينية والسياسية.

ثالثاً: الآثار السلوكية: Behavioral effects

تنحصر الآثار السلوكية لاعتماد الفرد علي وسائل الإعلام في سلوكين أساسيين هم:

١- **التنشيط:** التنشيط يعني قيام الفرد بعمل ما نتيجة التعرض للوسيلة الإعلامية، وهو المنتج النهائي لربط الآثار المعرفية والوجدانية، وقد يتمثل هذا التنشيط في: اتخاذ مواقف مؤيدة لمطالبة المرأة بحقوقها، أو الإقلاع عن التدخين، والتنشيط في هذه الحالة يكون مفيداً اجتماعياً، ولكن التنشيط الناتج عن التعرض لوسائل الإعلام يكون ضاراً اجتماعياً مثل التورط في أعمال ضد المجتمع، ومحاكاة العنف والجرائم.

٢- **الخمول:** الخمول يعني عدم النشاط وتجنب القيام بفعل معين، وهذا النوع من الآثار السلوكية قد يتمثل في العزوف عن المشاركة السياسة وعدم الإدلاء بالتصويت

الانتخابي، وعدم المشاركة في الأنشطة التي تفيد المجتمع، وقد يحدث ذلك نتيجة تغطية إعلامية مبالغ فيها تدفع الفرد إلي عدم المشاركة نتيجة الملل.

وبالتطبيق علي الدراسة الحالية نجد الآتي:

وتعد نظرية الاعتماد علي وسائل الإعلام ملائمة للدراسة الحالية للأسباب التالية:
١- تساعد علي اختبار مدى اعتماد الأطفال علي مجلة (المستثمر الذكي) كوسيلة من وسائل الإعلام في الحصول علي القيم الاقتصادية، كما أن فروض الدراسة الحالية مشتقة من النظرية.

٢- يساعد تطبيق هذه النظرية علي التعرف علي متى ولماذا وإلى أي مدى يعتمد الأطفال علي مجلة(المستثمر الذكي) في الحصول علي القيم الاقتصادية؟ وما التأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد سواء تأثيرات معرفية أو وجدانية أو سلوكية؟

الإطار المعرفي:

القيم الاقتصادية:

مفهوم القيم من الناحية اللغوية: كلمة القيمة التي انتشر استعمالها في عصرنا بمعنى الكلمة الفرنسية Valeurs وتدل أصلا علي اسم النوع من الفعل " قام "بمعنى وقف واعتدل و انتصب وبلغ و استوي.(ميمون، الربيع، ١٩٨٠، ٢٧) و في اللغة العربية القيمة هي " واحدة القيم، و أصله الواو، لأنه يقوم مقام الشيء، يقال: "قومت السلعة". والاستقامة: الاعتدال، يقال: "استقام له الأمر، و قومت الشيء فهو قويم أي مستقيم" و"قام المتاع بكذا، أي تعدلت قيمته به، والقيمة: الثمن الذي يقاوم به المتاع، أي يقوم مقامه." و في المعجم الوسيط:القيمة:قيمة الشيء:قدره وقيمة المتاع ثمنه، جمعه: قيم (أبو العنين، علي خليل مصطفى، ١٩٨٨، ٢٢)، **من الناحية الاصطلاحية:** أن المستوي أو مقياس أ أو معيار نحكم بمقتضاه ونقيس به ونحدد علي أساسه المرغوب فيه والمرغوب عنه. (الطريقي، عبد الله ابراهيم وأخرون، ١٩٤٢٧، ١٩)، علماء الاقتصاد تناولوا مفهوم "القيمة" بأساليب مختلفة، فأحيانا يستخدمونها كمرادف للثمن، وأحيانا يدلون بها علي الصفة التي تجعل شيئا ما ممكن الاستبدال بشيء آخر، وهي المبادلة المرادفة للمنفعة، فالكثير منهم حاولوا أن يجدوا معيارا لقيمة المبادلة، " فآدم سميث "يرى أن هذا المعيار موجود في العمل، و آخرون يدعون أنه موجود في المنفعة الغائبة التي تطبق في قيمة الاستعمال أي نابعة من المنفعة علي اعتبار ندرتها.(بيلاك، نورة، ٢٠٠٦، ٢١)

الخصائص العامة للقيم: تمتاز القيم بمجموعة من الخصائص تميزها عن غيرها من المفاهيم الأخرى كالحاجة أو الدافع أو المعتقد أو الاتجاه أو السلوك، و يمكن إبراز أهمها فيما يلي:

- ١- أنها إنسانية بمعنى أنها تختص بالبشر دون غيرهم.
 - ٢- أنها مرتبطة بزمان معين، فالقيم إدراك يرتبط بالماضي والحاضر والمستقبل و هي بهذا المعنى تتعد عن معنى الرغبات أو الميول التي ترتبط بالحاضر فقط.
 - ٣- أنها تمتلك صفة الضدية، فلكل قيمة ضدها، مما يجعل لها قطبا ايجابيا و قطبا سلبيا و القطب الايجابي هو وحده الذي يشكل القيمة في حين يمثل القطب السالب ما يمكن أن نسميه " ضد القيمة " أو " عكس القيمة " .
 - ٤- المعيارية : بمعنى أن القيم بمثابة معيار لإصدار الأحكام تقيس و تقيم و تفسر و تعلل من خلالها السلوك.
 - ٥- تتصف القيم بأنها نسبية: من حيث الزمان و المكان، فما يعتبر مقبولا في عصر من العصور، لا يعتبر كذلك في عصر آخر، و ما يعتبر مناسبا في مكان، لا يكون في مكان آخر.
 - ٦- تتسم القيم بالهرمية: إذ أنها ترتب عند كل شيء ترتيبا متدرجا في الأهمية، وبحسب الأهمية والتفضيل لكل فرد، و علي هذا يمكننا القول أن لدى كل فرد نظاما للقيم يمثل جزءا من تكوينه النفسي الموجه لسلوكه. (أبو جاد، صالح محمد، ١٩٩٨، ٢٠٨)
 - ٧- تتصف بالقابلية للتغيير: بالرغم من أن القيم تتصف بالثبات النسبي، إلا أنها قابلة للتغيير بتغير الظروف الاجتماعية لأنها انعكاس لطبيعة العلاقات الاجتماعية و نتاج لها.
 - ٨- الدينامية : فالقيم تتغير بتغير محور الاهتمام لدى الفرد وفقا للتفصيلات و الاهتمامات.
 - ٩- إمكانية قياسها و دراستها من خلال أساليب عامة للقياس، تستخدم في قياس الميول و الاتجاهات. (كشك، مني، ٢٠٠٣، ٦٤)
- وظائف القيم:** إن القيم تعطي معنى للحياة سواء في ذلك حياة الناس كأفراد أو كجماعات، فالإنسان يسعى وراء شيء ما، و يبذل في ذلك من الجهد ما يتناسب مع قيمة ذلك الشيء وأهميتها لأنها تحقق ما يلي:

١- أنها تهيئ للأفراد اختيارات معينة تحدد السلوك الصادر عنهم و بمعنى آخر تحدد شكل الاستجابات، و بالتالي تلعب دورا مهما في تشكيل الشخصية الفردية، و تحديد أهدافها في إطار معياري صحيح.

٢- أنها تحقق للفرد الإحساس بالأمان فهو يستعين بها علي مواجهة ضعف نفسه، و التحديات التي تواجهه .

٣- أنها تعطي للفرد إمكانية أداء ما هو مطلوب منه، و تمنحه القدرة علي التكيف و التوافق الايجابي، و تحقيق الرضا عن نفسه لتجاوبه مع الجماعة في مبادئها، و عقائدها الصحيحة.

٤- أنها تدفع الفرد لتحسين إدراكه و معتقداته لتتضح الرؤيا أمامه، و بالتالي تساعده علي فهم العالم حوله و توسيع إطاره المرجعي في فهم حياته و علاقاته.

٥- أنها تعمل علي ضبط الفرد لشهواته و كي لا تتغلب علي عقله و وجدانه لأنها تربط سلوكه و تصرفاته بمعايير و أحكام يتصرف في ضوءها و علي هديها. (أبو العينين، علي خليل مصطفى، ١٩٨٨، ٣٥: ٣٦)

والقيم الاقتصادية: تعبر عن الاهتمامات العملية ذات الفائدة و النفع و الثروة و العمل و الصناعة و الإنتاج. (الزيود، ماجد، ٢٠٠٦، ٢٥)

صحف الأطفال:

الدوريات التي تعد وتوجه خصيصا للأطفال في مراحل نموهم المختلفة، و يكتبها كتاب متخصصون في صحافة الأطفال و التربية و علم النفس، كل ذلك وفق تعاليم الدين الإسلامي الحنيف و نظراته السامية للأطفال ، هذا من ناحية، و من ناحية أخرى علي أن تقدم هذه الدوريات للطفل المعارف و العلوم و القيم و السلوكيات النافعة، كل ذلك من خلال واقعه الذي يعيش فيه و رؤيته له. (الغباشي، شعيب، ٢٠٠٢، ٣٤٨)

ويمكن تصنيف مجلات الأطفال من حيث محتواها إلي نوعين رئيسيين هما: عامة أو جامعة. و متخصصة.

- بالنسبة لمجلات الأطفال العامة: فهي التي تتنوع في مادتها التحريرية ، فنجدها تنشر المغامرات و القصص و المسلسلات المصورة و الطرائف و الفكاهات و الأخبار الفنية و الرياضية و العلمية و غيرها ، و تتنوع في أسلوبها و لغتها و إخراجها، و تصدر لمختلف الأعمار، و لا تميز بين البنين و البنات.

- بالنسبة لمجلات الأطفال المتخصصة: فيها تخصيص وتحديد من حيث الشكل والمضمون والقراء، فتندرج تحتها المجالات الإخبارية والرياضية والاقتصادية والمجلات الفنية والدينية ومجلات المنظمات والمجلات المدرسية التي تخاطب فئة معينة وهم طلبة المدارس ومجلات البنين والبنات، ومجلات المسلسلات المصورة، والمجلات التي تصدر لأطفال إقليم معين أو تخاطب مرحلة عمرية بعينه، كل هذا فيه نوع من القصد والتخصيص. (أبوسنة، نوره حمدي، ٢٠١٢، ٢٤)، لذلك فإن المجلة موضع الدراسة تعد من المجالات المتخصصة.

فإن توفير المعلومات الحديثة والفورية عن كل شؤون الحياة بأسلوب جذاب ووسيلة واسعة الانتشار، أضحت هما يومياً، واحداً من أكبر التحديات الإعلامية للسنوات الأخيرة من القرن العشرين، وفي العقدين الماضيين، حاولت البلدان النامية والمتقدمة جل طاقتها لتعزيز سبل تطوير وسائل الإعلام، وكان للطفل مكانة خاصة ضمن هذه الوسائل، فظهر الإلكتروني منها، بل والمتخصص في الاقتصاد كما هو في بحثنا الحالي.

لذلك، فإن دور المشرفين على تثقيف الطفولة يجب أن يتضمن مساعدة أبناء الجيل الجديد لتنمية قدرته على النظرة الموضوعية إلى كل جديد تتضمنه العناصر الثقافية الدخيلة، بهدف اقتباس الصالح منها، وتعديل ما قد يحتاج إلى شيء من التحوير لكي يناسب بيئتنا وظروفنا الراهنة، وإسقاط ما لا يتناسب مع المرحلة الحالية من مراحل نمو مجتمعنا (إبراهيم، سامية موسي، ١٩٩١، ١٦٠٦)، فإن توفير المعلومات الحديثة والفورية عن كل شؤون الحياة بأسلوب جذاب ووسيلة واسعة الانتشار، أضحت هما يومياً، واحداً من أكبر التحديات الإعلامية للسنوات الأخيرة من القرن العشرين، وفي العقدين الماضيين، حاولت البلدان النامية والمتقدمة جل طاقتها لتعزيز سبل تطوير وسائل الإعلام، وكان للطفل مكانة خاصة ضمن هذه الوسائل، فظهر الإلكتروني منها، بل والمتخصص في الاقتصاد كما هو في بحثنا الحالي.

الصحافة الاقتصادية: إن الصحافة المتخصصة أصبحت تمثل فرعاً هاماً من فروع الصحافة وإذا كنا نعيش عصر التخصص، فلا يخفى علي أحد ما تهدف إليه الصحافة المتخصصة من تقديم الأخبار والمعلومات النادرة حول موضوعات متعددة تهتم فئة معينة من القراء سواء كانوا متخصصين أو لهم اهتمامات حول هذا الموضوع بما يحقق الفائدة العلمية. (نجيده، سعيد، ١٩٩٨، ٣٨٩)، وتعد صحافة الأطفال صحافة متخصصة سواء من ناحية المضمون الذي تقدمه أو من ناحية الجمهور الذي تخاطبه، وإذا تطرقنا

لأنواع المعلومات المختلفة التي تقدم للطفل نجدها معلومات علمية، ورياضية، وفنية وأدبية، وسياسية، واجتماعية، وتاريخية، وجغرافية، ودينية، وترفيهية، واقتصادية متمثلة فيهي كل ما يتعلق بالشؤون الاقتصادية من استثمار وادخار وبنوك والموضوعات

التي تدور حول الكسب ومحاولة الربح وتجار السوق السوداء وإخفاء السلع وقضايا الأسعار والأجور. (السندوبي، إيمان السعيد، ١٩٩٤، ٣٤٤)، تتعامل الصحافة الاقتصادية مع مشكلات الواقع وأكثرها ارتباطا وتأثيرا علي حياة المواطن العادي اليومية وهي المشكلة الاقتصادية بكل أبعادها وجوابها، أي أن الصحافة الاقتصادية هي تلك الصحافة التي تهتم بالمضمون الاقتصادي بكل قضاياها الرئيسية والفرعية، وتركز عليه بشكل مباشر وعلي تأثيراته المختلفة علي جوانب الحياة المتعددة. (البطاوي، آيات محمد عبد الله، ٢٠١٣، ٤٨)

والصحيفة الاقتصادية دورية متخصصة تهتم من خلال مقالاتها وأخبارها بنقل المعرفة العلمية والخبرة الفنية المتخصصة وتهتم بنشر المعرفة والخبرة العينية. (عبد اللطيف، إبراهيم، ١٩٩٠، ٢٤)

يمكن أن نحدد ثلاثة أنواع أو أقسام لهذه الصحافة: أولاً: **الصحف الاقتصادية المتخصصة:** التي توجه إلي جمهور متخصص من الدارسين والأكاديميين في مجال الاقتصاد، ومعظم ما ينشر بها عبارة عن دراسات علمية أكاديمية، ويندر فيها استخدام الأشكال الصحفية كالخبر أو التحقيق أو الحديث، وتصدر غالباً شهرية أو ربع سنوية، ثانياً: **الصحف الأبواب أو الصفحات الاقتصادية:** في الصحف العامة (الجرائد اليومية، الجرائد الأسبوعية، المجالات العامة)، ثالثاً: **الصحف الاقتصادية العامة:** وهي الصحف (الجرائد والمجلات) التي تركز بشكل أساسي علي المادة الاقتصادية، ولكنها تتوجه إلي جمهور عام من القراء العاديين المتنوعين في خصائصهم وسماتهم العمرية والجنسية والمهنية والتعليمية، وتصدر غالباً أسبوعية أو نصف شهرية، وهذا ما ينطبق علي مجلة (المستثمر الذكي) وهي مجلة اقتصادية إلكترونية موجهة للطفل.

وتكمن أهمية الصحافة الاقتصادية فيما يلي: (إبراهيم، إسماعيل، ٢٠٠١، ٢٧٦)

- ١- تغطية الأحداث الاقتصادية بشكل دقيق وصحيح وشامل.
- ٢- تقديم الخلفيات والتفسيرات التي توضح الأحداث الاقتصادية وتضعها في سياقها السليم مما يسهم في انتشارها.

- ٣- طرح كافة الآراء حول القضايا أو مساعدة القراء من خلال النقاش والحوار علي تكوين رأي سليم حولها.
- ٤- تقديم المادة التي تساعد القراء في التعرف علي كيفية الحصول علي الخدمات المتاحة في المجتمع(استهلاكية، صحية، تعليمية، شراء سلع، إصلاح أجهزة،.... الخ)
- ٥- حث الجماهير وتعويدها علي المشاركة في إدارة مجتمعها والمساهمة في النشاط الاقتصادي.
- ٦- الإسهام في دعم ومؤازرة قضايا التنمية الشاملة للمجتمع في كافة المجالات.
- ٧- دفع عجلة الإنتاج والتطوير إلي الأمام.

تعد الصحافة الاقتصادية بمختلف مستوياتها احدي الأدوات الفاعلة في منظومة الإعلام الاقتصادي، بل يعتبرها البعض أهم هذه الأدوات نظرا لاملاكها القدرة علي توثيق المعلومات وتحليلها وتفسيرها استنادا إلي الأساليب العلمية واعتمادا علي أدوات البحث العلمي مما يلقي عليها مسؤوليات كبرى في مجال وضع الاستراتيجيات وتحليل السياسات وتوجيه السلوك وتسويق مشروعات التنمية، بتحويل صفحاتها إلي مواقع لعرض نتائج الدراسات العلمية الاقتصادية ومنابر لتبادل الأفكار والآراء الاقتصادية وتوصلها مع الرأي العام، من أجل جذب كل شرائح المجتمع للتفاعل مع الواقع الاقتصادي بشكل ايجابي. (دراز، أمل السيد متولي، ٢٠٠٧، ١٦٧)

الصحافة الاقتصادية وتلبية احتياجات القراء: (المرسي، إبراهيم حسن، ٢٠١٢، ٦٦)

الجانب اللغوي: وذلك بزيادة رصيد الجمهور وحصيلته من المفاهيم والمصطلحات الاقتصادية ومدلولاتها، **الجانب الثقافي:** حيث تزود بالمعلومات والمعارف والبيانات الاقتصادية ووجهات النظر المختلفة والآراء الخاصة بالمتخصصين في الموضوعات والقضايا الاقتصادية، **الجانب العقلي:** إن تقديم الموضوعات الاقتصادية علي صفحات الصحف تساعد في تنمية القدرة العقلية علي الابتكار وتوسيع المدارك وتعود علي الترتيب والتسلسل في التفكير المنطقي المفيد له في حياته، **الجانب الوجداني:** تؤدي القيم والمفاهيم التي تتضمنها المادة الاقتصادية علي صفحات الصحف والتي تشمل الحث علي التنافس الشريف ونبذ الاحتكار، ومفاهيم الكسب والخسارة، وفريق العمل والتعاون علي الاتزان الوجداني عند الشباب، والتفاؤل من خلال المشروعات الاقتصادية العملاقة.

ومن هنا جاءت أهمية دراسة القيم الاقتصادية في صحيفة متخصصة مقدمة للطفل علي مستوي العالم العربي ذات نسخة اليكترونية علي موقع مخصص للصحيفة، وما تقوم به من إمداد الطفل بمعلومات وقيم اقتصادية.

عرض ومناقشة نتائج الدراسة التحليلية

جدول (١) الفنون التحريرية بموضوعات القيم الاقتصادية في مجلة (المستثمر الذكي)

الترتيب	المستثمر الذكي		اسم مجلة الأطفال		فنون التحرير
	ك	%			
٢	٢٠,٠	١	خبر		اشكال صحفية
٢ م	٢٠,٠	١	مقال		
١	٦٠,٠	٣	تقرير		
٧,٣		٥	اجمالي		
٢	١١,٨	٤	سردية	قصة	اشكال أدبية
١	٨٨,٢	٣٠	مصورة		
٥٠,٠		٣٤	اجمالي		
١	٦٥,٥	١٩	معلومة		
٢	٢٠,٧	٦	مسابقات		
٣	٦,٩	٢	لون رسمة		
٣ م	٦,٩	٢	سؤال وجواب		
٤٢,٧		٢٩	اجمالي		
%١٠٠		٦٨	المجموع		

تشير بيانات الجدول السابق إلي أن: جاءت الفنون التحريرية المستخدمة في تقديم موضوعات القيم لاقتصادية بمجلة الاطفال (المستثمر الذكي) كالتالي :

- جاءت (الاشكال الأدبية) في الترتيب الأول بنسبة ٥٠,٠ %، وتصدرتها القصة بنوعها حيث جاءت (القصة المصورة) في المرتبة الأولى بنسبة ٨٨,٢ %، تلتها (القصة السردية) في المرتبة الثانية بفارق كبير بنسبة ١١,٨ %، في حين لم يأتي الشعر والنثر بأي نسبة تذكر، واتفقت مع دراسة (سالم، دعاء فتحي، ٢٠٠٨) جاءت القصة بنوعها (السردية والمصورة) في مقدمة الفنون الأدبية.

• جاءت (الاشكال الأخرى) في الترتيب الثاني بنسبة ٤٢,٧ %، وتصدرتها (المعلومة) في المرتبة الأولى بنسبة ٦٤,٥ %، تلتها (المسابقات) في المرتبة الثانية بنسبة ٢٠,٧ %، وفي المرتبة الثالثة و الأخيرة كل من (سؤال وجواب) و(لون رسمة) بنسبة ٦,٩ % .

• جاءت (الاشكال الصحفية) في الترتيب الثالث بنسبة ٧,٣ %، وتصدرها (التقرير) في المرتبة الأولى بنسبة

٦٠,٥ %، تلاها في المرتبة الثانية والأخيرة كل من (الخبر) و(المقال) في المرتبة الثانية بنسبة ٢٠,٠ %، في حين لم يأتي التحقيق ولا الحديث بأي نسبة تذكر.

جدول (٢) الصور والرسوم بموضوعات القيم الاقتصادية في مجلة (المستثمر الذكي)

الترتيب	المستثمر الذكي		اسم مجلة الأطفال	
	%	ك	الصور والرسوم	
١	٨١,٨	٩	موضوعية	الصور
٢	١٨,٢	٢	شخصية	
	١٦,٢	١١	اجمالي	
٢	١,٧	١	رسوم يدوية شخصية	الرسوم
١	٩٦,٦	٥٦	تعبيرية	
٢ م	١,٧	١	الخرائط	
	٨٣,٨	٥٨	اجمالي	
	١٠٠%	٦٨	المجموع	

تشير بيانات الجدول السابق إلي أن : الصور والرسوم المستخدمة في إبراز موضوعات القيم الاقتصادية بمجلة الاطفال (المستثمر الذكي) كالتالي:

• بالنسبة (للصور) جاءت (الصور الموضوعية) في المرتبة الأولى بنسبة ٨١,٨ %، تليها (الصور الشخصية) في المرتبة الثانية والأخيرة بنسبة ١٨,٢ %، في حين لم تأتي الصور الإخبارية بأي نسبة تذكر.

• بالنسبة (للرسوم) جاءت فئة (الرسوم التعبيرية) في المرتبة الأولى بنسبة ٩٦,٦ %، تلاتها في المرتبة الثانية والأخيرة كل من (الرسوم اليدوية الشخصية) و (الخرائط) بنسبة ١,٧ %.

جدول (٣) العناوين بموضوعات القيم الاقتصادية في مجلة (المستثمر الذكي)

الترتيب	المستثمر الذكي		اسم مجلة الأطفال		العناوين
	%	ك			
٢	٤٧,٣	٥٢	لون		المصاحبة للعناوين التأثيرات
١	٤٩,١	٥٤	أرضية		
٣	٣,٦	٤	لا يوجد تأثيرات		
١١٠			الإجمالي		
٣	٧,٣	٥	تمهيدى		العناوين من جيش الوظيفة
٢	٢٣,٥	١٦	فرعى		
١	١٠٠	٦٨	رئيسى		
٦٨			اجمالي موضوعات التحليل		

تشير بيانات الجدول السابق إلي أن: العناوين من حيث التأثيرات المصاحبة لموضوعات القيم الاقتصادية مجلة الأطفال (المستثمر الذكي) كالتالي: جاءت (الأرضية) في الترتيب الأول بنسبة ٤٩,١% من حيث التأثيرات المصاحبة، يليها (اللون) في الترتيب الثاني بنسبة ٤٧,٣%، ثم (لا يوجد تأثيرات) في الترتيب الثالث بنسبة ٣,٦%، أما من حيث الوظيفة، جاء (العنوان الرئيس) بنسبة ١٠٠%، (والفرعى) بنسبة ٢٣,٥% ثم (العنوان التمهيدي) في الترتيب الثالث والأخير بنسبة ٧,٣%.

(٤) مساحة موضوعات القيم الاقتصادية في مجلة (المستثمر الذكي)

الترتيب	مجلة المستثمر الذكي		اسم مجلة الأطفال		المساحة
	%	ك			
٥	١,٥	١	1/4 صفحة فأكثر		
٤	٢,٩	٢	1/2 صفحة		
٤ م	٢,٩	٢	2/3 صفحة		
٢	٣٠,٩	٢١	صفحة		
٣	١٩,١	١٣	صفحتين		
١	٤٢,٦	٢٩	أكثر من صفحتين		
١٠٠			المجموع		

تشير بيانات الجدول السابق إلي أن: المساحات التي عرضت بها موضوعات القيم الاقتصادية بمجلة الأطفال (المستثمر الذكي) كالتالي:

- جاءت الموضوعات بمساحة (أكثر من صفحتين) في الترتيب الأول بنسبة ٤٢,٦%، وتلتها في المرتبة الثانية مساحة (صفحة) بنسبة ٣٠,٩%، ثم في المرتبة الثالثة مساحة (صفحتين) بنسبة ١٩,١%، ثم في المرتبة الرابعة وبفارق كبير كل من (نصف صفحة) و (ثلاثي صفحة) بنسبة ٢,٩%، وفي الترتيب الخامس والأخير (ربع صفحة) بنسبة ١,٥%.

جدول (٥) اللغة المستخدمة في موضوعات القيم الاقتصادية في مجلة (المستثمر الذكي)

الإجمالي		المستثمر الذكي		اسم مجلة الأطفال اللغة المستخدمة
%	ك	%	ك	
١٠٠	٦٨	١٠٠	٦٨	اللغة العربية الفصحى مبسطة
١٠٠	٦٨	١٠٠	٦٨	المجموع

- تشير بيانات الجدول السابق إلي أن: اللغة المستخدمة في عرض موضوعات القيم الاقتصادية بمجلة الاطفال (المستثمر الذكي) كالتالي : جاءت " اللغة العربية الفصحى المبسطة " في الترتيب الأول والوحيد بنسبة بلغت ١٠٠%، في حين لم يأتي أي مستوي لغوي آخر .

جدول (٦) أسلوب الإقناع المستخدم في موضوعات مجلة (المستثمر الذكي)

الترتيب	المستثمر الذكي		اسم مجلة الأطفال أساليب الإقناع
	%	ك	
٣	٤,٤	٣	عاطفية
١	٥٥,٩	٣٨	عقلية
٢	٣٩,٧	٢٧	الاثنين معا
	١٠٠%	٦٨	المجموع

- تشير بيانات الجدول السابق إلي أن: أساليب الإقناع في موضوعات القيم الاقتصادية بمجلة الأطفال (المستثمر الذكي) كالتالي:

- جاء أسلوب الإقناع (العقلي) في الترتيب الأول بنسبة ٥٥,٩%، وتلتها في المرتبة الثانية (الاثنين معا) بنسبة ٣٩,٧%، ثم في المرتبة الثالثة (العاطفية) بنسبة ٤,٤%.

جدول (٧) القيم الاقتصادية في موضوعات مجلة (المستثمر الذكي)

الترتيب	المستثمر الذكي		اسم مجلة الأطفال طريقة العرض
	%	ك	
١	١٤,٧	٣٦	مباشرة
٣	٥٢,٩	١٠	غير مباشرة
٢	٣٢,٤	٢٢	الاثنين معا
	%١٠٠	٦٨	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلي أن: جاءت القيم الاقتصادية في موضوعات (المستثمر الذكي) كالتالي:

- جاءت قيمة (العمل) في المرتبة الأولى بنسبة ٢٣,١%، تلتها في المرتبة الثانية (احترام قيمة المال) بنسبة ١٧,٦%، ثم في المرتبة الثالثة (التوفير) بنسبة ١٤,٣%، وجاء في المرتبة الرابعة (الادخار) بنسبة ١٠,٩%، وفي المرتبة الخامسة (التخطيط المالي) بنسبة ٩,٩%، وفي المرتبة السادسة (المحافظة علي ملكياتنا الشخصية) بنسبة ٨,٨%، وفي المرتبة السابعة (احترام الملكية العامة) بنسبة ٤,٤%، وفي المرتبة الثامنة (الكسب) بنسبة ٣,٣%، وفي المرتبة التاسعة والاخيرة كل من (احترام الوقت) و (احترام ملكية الآخرين) بنسبة ٢,٢%، وفي المرتبة العاشرة والأخيرة (تشجيع المنتج الوطني) بنسبة ١,١%.

جدول (٨) طريقة العرض في موضوعات مجلة (المستثمر الذكي)

الترتيب	المستثمر الذكي		اسم مجلة الأطفال القيم الاقتصادية
	%	ك	
٤	١٠,٩	١٠	الادخار
١	٢٣,١	٢١	العمل
٣	١٤,٣	١٣	التوفير
٩	٢,٢	٢	احترام الوقت
٧	٤,٤	٤	احترام الملكية العامة
٩ م	٢,٢	٢	احترام ملكية الآخرين
١٠	١,١	١	تشجيع المنتج الوطني
٨	٣,٣	٣	الكسب
٢	١٧,٦	١٦	احترام قيمة المال
٩ م	٢,٢	٢	نبز الاحتمار
٦	٨,٨	٨	المحافظة علي ملكياتنا الشخصية
٥	٩,٩	٩	التخطيط المالي
	%١٠٠	٩١	المجموع

- تشير بيانات الجدول السابق إلي أن: جاءت طريقة عرض القيم الاقتصادية في موضوعات (المستثمر الذكي):

- جاءت طريقة العرض (الغير مباشرة) في الترتيب الأول بنسبة ٥٢,٩%، وتلتها في المرتبة الثانية (الاثنتين معا) بنسبة ٣٢,٤%، ثم في المرتبة الثالثة (المباشرة) بنسبة ١٤,٧%.

وجاءت هذه النتيجة متفقة مع نتيجة جدول (١) الذي أوضح مجي القصص بأكبر نسبة والتي كانت تعرض

القيم الاقتصادية ولكن بطريقة غير مباشرة من خلال أحداث القصة، وتتفق أيضا مع نتيجة جدول (٤) الذي أوضح أن مساحة (أكثر من صفحتين) جاءت في الترتيب الأول والتي تركز معظمها في القصص التي تعرض القيم بطريقة غير مباشرة.

نتائج الدراسة الميدانية:

أولاً: النتائج العامة للدراسة الميدانية:

جدول (٩) مدى قراءة الأطفال لمجلة المستثمر الذكي وفقاً للنوع.

النوع		إناث		ذكور		مدى القراءة
ك	%	ك	%	ك	%	
٢٣	١٥,٣٣	١٩	١٢,٦٦	٤٢	١٤,٠٠	دائماً
٥٨	٣٨,٦٧	٦٥	٤٣,٣٣	١٢٣	٤١,٠٠	أحياناً
٦٩	٤٦,٠٠	٦٦	٤٤,٠٠	١٣٥	٤٥,٠٠	لا
١٥٠	١٠٠	١٥٠	١٠٠	٣٠٠	١٠٠	الإجمالي

قيمة كا^٢ = ٠,٣٨١ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠,٠٦٢ مستوى الدلالة = غير دالة

بحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢، وجد أنها = ٠,٣٨١ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠,٠٥، أي أن مستوى المعنوية أصغر من ٠,٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠,٠٦٢ تقريباً مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور- إناث) ومدى قراءة المبحوثين - إجمالي مفردات عينة الدراسة - لمجلة المستثمر الذكي، كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يقرأون مجلة المستثمر الذكي بصفة منتظمة "دائماً" من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ١٤,٠٠%، موزعة بين ١٥,٣٣% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ١٢,٦٦% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يقرأونها بصفة غير

منتظمة (أحياناً) من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٤١,٠٠% موزعة بين ٣٨,٦٧% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤٣,٣٣% من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من لا يقرأون مجلة المستثمر الذكي مطلقاً من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٤٥,٠٠% موزعة بين ٤٦,٠٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤٤,٠٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث.

جدول (١٠) أهم ما يفضل الأطفال في مجلة المستثمر الذكي وفقاً للنوع.

الترتيب	الدلالة	قيمة Z	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع الأسباب
			%	ك	%	ك	%	ك	
١	غير دالة	١,١٩٨	٨٢,١٤	١٣٨	٧١,٤٣	٦٠	٩٢,٨٦	٧٨	القصص
٦	غير دالة	٠,٥٨٣	٥,٣٦	٩	٣,٥٧	٦	٧,١٤	٦	الأخبار
٣	غير دالة	٠,٤٥٤	٤٦,٤٣	٧٨	٤٢,٨٦	٣٦	٥٠,٠٠	٤٢	المسابقات
٤	غير دالة	٠,٢٣٠	٤٤,٦٤	٧٥	٤٢,٨٦	٣٦	٤٦,٤٣	٢٦	الشخصيات
٥	غير دالة	٠,٩٦١	٣٩,٢٩	٦٦	٣٢,١٤	٢٧	٤٦,٤٣	٣٩	الصور والرسوم
٢	غير دالة	١,٢١٠	٧٥,٠٠	١٢٦	٦٤,٢٩	٥٤	٨٥,٧١	٧٢	المعلومات
			١٦٥		٨٤		٨١		جملة من سئلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم ما يعجب الأطفال في مجلة المستثمر الذكي وفقاً للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول القصص، حيث جاءت بنسبة بلغت ٨٢,١٤% موزعة بين ٩٢,٨٦% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٧١,٤٣% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ١,١٩٨ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب الثاني المعلومات، حيث جاءت بنسبة بلغت ٧٥,٠٠% موزعة بين ٨٥,٧١% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٦٤,٢٩% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ١,٢١٠ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب الثالث المسابقات، حيث جاءت بنسبة بلغت ٤٦,٤٣% موزعة بين ٥٠,٠٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤٢,٨٦% من إجمالي

مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠,٤٥٤، وهى أقل من القيمة الجدوليه المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب الرابع الشخصيات، حيث جاءت بنسبة بلغت ٤٤,٦٤% موزعة بين ٤٦,٤٣% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤٢,٨٦% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠,٢٣٠، وهى أقل من القيمة الجدوليه المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب الخامس الصور والرسوم، حيث جاءت بنسبة بلغت ٣٩,٢٩% موزعة بين ٤٦,٤٣% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣٢,١٤% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠,٩٦١، وهى أقل من القيمة الجدوليه المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب السادس الأخبار، حيث جاءت بنسبة بلغت ٥,٣٦% موزعة بين ٧,١٤% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣,٥٧% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠,٥٨٣، وهى أقل من القيمة الجدوليه المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

جدول (١١) أهم أسباب عدم قراءة الأطفال لمجلة المستثمر الذكي وفقاً للنوع.

الترتيب	الدالة	قيمة Z	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع الأسباب
			%	ك	%	ك	%	ك	
١	غير دالة	٠,٥٤٣	٣٦,٣٦	٤٨	٤٠,٩١	٢٧	٣١,٨٢	٢١	لعدم معرفتي بها
٢	غير دالة	٠,٢٧٩	٣٤,٠٩	٤٥	٣١,٨٢	٢١	٣٦,٣٦	٢٤	لأنني لا أحب القراءة
٣	غير دالة	٠,٥٧٤	٣١,٨٢	٤٢	٢٧,٢٧	١٨	٣٦,٣٦	٢٤	لعدم انتظامها في الصدور
			١٣٥		٦٦		٦٩		جملة من سنلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم أسباب عدم قراءة الأطفال لمجلة المستثمر الذكي وفقاً للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول لعدم معرفتي بها، حيث جاءت بنسبة بلغت ٣٦,٣٦% موزعة بين ٣١,٨٢% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤٠,٩١% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠,٥٤٣ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب الثاني لأنني لا أحب القراءة، حيث جاءت بنسبة بلغت ٣٤,٠٩% موزعة بين ٣٦,٣٦% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣١,٨٢% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠,٢٧٩ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب الثالث لعدم انتظامها في الصدور، حيث جاءت بنسبة بلغت ٣١,٨٢% موزعة بين ٣٦,٣٦% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢٧,٢٧% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠,٥٧٤ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

جدول (١٢) مدى اهتمام الأطفال بقراءة مجلة المستثمر الذكي وفقاً للنوع.

النوع		ذكور		إناث		الإجمالي	
مدى الاهتمام		ك	%	ك	%	ك	%
اهتم بدرجة كبيرة		٢٤	١٦,٠٠	١٨	١٢,٠٠	٤٢	١٤,٠٠
اهتم إلى حد ما		٥٧	٣٨,٠٠	٦٦	٤٤,٠٠	١٢٣	٤١,٠٠
لا اهتم		٦٩	٤٦,٠٠	٦٦	٤٤,٠٠	١٣٥	٤٥,٠٠
الإجمالي		١٥٠	١٠٠	١٥٠	١٠٠	٣٠٠	١٠٠

قيمة $Ka^2 = ٠,٥٢٧$ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠,٠٧٢ مستوى الدلالة = غير دالة

بحساب قيمة Ka^2 من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢، وجد أنها = ٠,٥٢٧ وهى قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠,٠٥، أى أن مستوى المعنوية أكبر من ٠,٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠,٠٧٢ تقريباً مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة

إحصائياً بين النوع (ذكور- إناث) ومدى اهتمام المبحوثين - إجمالي مفردات عينة الدراسة - بقراءة مجلة المستثمر الذكي.

كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يهتمون بقراءة مجلة المستثمر الذكي بدرجة كبيرة من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ١٤,٠٠%، موزعة بين ١٦,٠٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ١٢,٠٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يهتمون بقراءة مجلة المستثمر الذكي بدرجة متوسطة ٤١,٠٠% موزعة بين ٣٨,٠٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤٤,٠٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من لا يهتمون بقراءة مجلة المستثمر الذكي مطلقاً من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٤٥,٠٠% موزعة بين ٦٦,٠٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤٤,٠٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، واتفقت هذه النتيجة مع دراسة (أحمد، جمال عبدالعظيم، ٢٠١١) حيث أن الاهتمام الكبير بالقضايا الاقتصادية عامة جاء بنسبة ٩,٥%، والاهتمام المنخفض بنسبة ٥١,٣% وذلك لصعوبة القضايا الاقتصادية.

جدول (١٣) أهم مصادر حصول الأطفال علي مجلة المستثمر الذكي وفقاً للنوع.

الترتيب	الدالة	قيمة z	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع المصادر
			%	ك	%	ك	%	ك	
٢	غير دالة	١,٣٩٨	٤١,١٨	٦٩	٣٢,١٤	٢٧	٥١,٨٥	٤٢	توزع بالمجان في أماكن عدة
٣	غير دالة	٠,٥٨٣	٧,٢٧	١٢	١٠,٧١	٩	٣,٧٠	٣	أستعيرها من مكتبة المدرسة
-	غير دالة	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠	٠,٠٠٠	٠	٠,٠٠٠	٠	من المكتبات العامة
١	غير دالة	٠,٨٨٦	٥٠,٩٠	٨٤	٥٧,١٤	٤٨	٤٤,٤٤	٣٦	أقرأها علي الإنترنت
			١٦٥		٨٤		٨١		جملة من سنلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم مصادر حصول الأطفال علي مجلة المستثمر الذكي وفقاً للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول أقرأها علي الإنترنت، حيث جاءت بنسبة بلغت ٥٠,٩٠% موزعة بين ٤٤,٤٤% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥٧,١٤% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق

بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠,٨٨٦، وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب الثاني توزع بالمجان في أماكن عدة، حيث جاءت بنسبة بلغت ٤١,١٨% موزعة بين ٥١,٨٥% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣٢,١٤% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ١,٣٩٨، وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب الثالث أستيعيرها من مكتبة المدرسة، حيث جاءت بنسبة بلغت ٧,٢٧% موزعة بين ٣,٧٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ١٠,٧١% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠,٥٨٣، وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%، في حين لم تأتي استيعيرها من المكتبات العامة باي نسبة تذكر.

جدول (١٤) الوقت الذي يخصصه الأطفال لقراءة مجلة المستثمر الذكي وفقاً للنوع.

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
أقل من ٣٠ دقيقة	٢٤	٢٩,٦٢	٢٤	٢٨,٥٧	٤٨	٢٩,٠٩
من ٣٠ إلى ٦٠ دقيقة	٣٩	٤٨,١٥	٤٥	٥٣,٥٧	٨٤	٥٠,٩٠
٦٠ دقيقة فأكثر	١٨	٢٢,٠٠	١٥	١٧,٨٦	٣٣	٢٠,٠٠
الإجمالي	٨١	١٠٠	٨٤	١٠٠	١٦٥	١٠٠

قيمة $\chi^2 = ٠,٤٩٨$ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠,٠٧٠ مستوى الدلالة = غير دالة

بحساب قيمة χ^2 من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢، وجد أنها = ٠,٤٩٨، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠,٠٥، أي أن مستوى المعنوية أكبر من ٠,٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠,٠٧٠ تقريباً مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور - إناث) والوقت الذي يخصصه الأطفال - إجمالي مفردات من يقرأون مجلة المستثمر الذكي من إجمالي مفردات عينة الدراسة.

كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يخصصون أقل من ٣٠ دقيقة لقراءة مجلة المستثمر الذكي من إجمالي مفردات من يقرأون مجلة المستثمر الذكي

بلغت ٢٩,٠٩%، موزعة بين ٢٩,٦٢% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢٨,٥٧% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يخصصون من ٣٠ دقيقة إلى أقل من ٦٠ دقيقة لقراءة مجلة المستثمر الذكي من إجمالي مفردات من يقرأون مجلة المستثمر الذكي ٥٠,٩٠% موزعة بين ٤٨,١٥% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥٣,٥٧% من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من يخصصون من ٦٠ دقيقة فأكثر لقراءة مجلة المستثمر الذكي من إجمالي مفردات من يقرأون مجلة المستثمر الذكي ٢٠,٠٠% موزعة بين ٢٢,٠٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ١٧,٨٦% من إجمالي مفردات عينة الإناث.

جدول (١٥) أهم الأماكن التي يقرأ فيها الأطفال مجلة المستثمر الذكي وفقاً للنوع.

الترتيب	الدالة	قيمة Z	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع الأماكن
			%	ك	%	ك	%	ك	
١	غير دالة	٠,٤٠٣	٧٤,٥٤	١٢٣	٧١,٤٣	٦٠	٧٧,٨٧	٦٣	البيت
٢	غير دالة	٠,٢٩٦	٢٥,٤٥	٤٢	٢٨,٥٧	٢٤	٢٢,٢٢	١٨	المدرسة
-	-	٠,٠٠٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	المكتبة
			١٦٥		٨٤		٨١		جملة من سنلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم الأماكن التي يقرأ فيها الأطفال مجلة المستثمر الذكي وفقاً للنوع حيث جاء في الترتيب الأول البيت، حيث جاءت بنسبة بلغت ٧٤,٥٤% موزعة بين ٧٧,٨٧% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٧١,٤٣% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠,٥٨٣ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب الثاني المدرسة، حيث جاءت بنسبة بلغت ٢٥,٤٥% موزعة بين ٢٢,٢٢% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢٨,٥٧% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠,٢٩٦ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%، بينما لم تأت المكتبة ضمن الأماكن

التي يقرأ فيها الأطفال مجلة المستثمر الذكي، في حين لم تأتي المكتبة باي نسبة تذكر ويتفق ذلك مع نتيجة جدول ١٣.

جدول (١٦) أهم من يقرأ معهم الأطفال مجلة المستثمر الذكي وفقا للنوع.

الترتيب	الدلالة	قيمة Z	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع الآخرون
			%	ك	%	ك	%	ك	
٢	غير دالة	٠,٨٨٨	٢١,٨١	٣٦	١٧,٨٦	١٥	٢٥,٩٢	٢١	مع صديق
٤	غير دالة	١,٠٠٠	٥,٤٥	٩	٧,١٤	٦	٣,٧٠	٣	مع الجيران
٣	غير دالة	١,٠٨٦	٢٧,٢٧	٤٥	٢١,٤٣	١٨	٣٣,٣٣	٢٧	أحد أفراد الأسرة
١	غير دالة	١,١٤٩	٤٥,٤٥	٧٥	٥٣,٥٧	٤٥	٣٧,٠٣	٣٠	وحدى
			١٦٥		٨٤		٨١		جملة من سنلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم من يقرأ معهم الأطفال مجلة المستثمر الذكي وفقا للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول وحدى، حيث جاءت بنسبة بلغت ٤٥,٤٥% موزعة بين ٣٧,٠٣% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥٣,٥٧% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ١,١٤٩ وهى أقل من القيمة الجدوليه المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%، وجاء في الترتيب الثاني مع صديق، حيث جاءت بنسبة بلغت ٢١,٨١% موزعة بين ٢٥,٧٢% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ١٧,٨٦% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠,٨٨٨ وهى أقل من القيمة الجدوليه المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب الثالث مع أفراد الأسرة، حيث جاءت بنسبة بلغت ٢٧,٢٧% موزعة بين ٣٣,٣٣% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢١,٤٣% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ١,٠٨٦ وهى أقل من القيمة الجدوليه المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%، وجاء في الترتيب الرابع مع الجيران، حيث جاءت بنسبة بلغت ٥,٤٥% موزعة بين ٣,٧٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٧,١٤% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان،

حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ١,٠٠ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

جدول (١٧) مدى مناقشة الأطفال للآخرين في المعلومات التي يقرأها في مجلة المستثمر الذكي وفقاً للنوع.

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
دائماً	١٨	٢٢,٢٢	١٢	١٤,٢٩	٣٠	١٨,١٨
أحياناً	٦	٧,٤٠	٩	١٠,٧١	١٥	٩,٠٩
لا	٥٧	٧٠,٣٧	٦٣	٧٥,٠٠	١٢٠	٧٢,٧٢
الإجمالي	٨١	١٠٠	٨٤	١٠٠	١٦٥	١٠٠

قيمة $\chi^2 = ٠,٢٤٣$ درجة الحرية = ٣ معامل التوافق = ٠,٠٥٧ مستوى الدلالة = غير دالة بحساب قيمة χ^2 من الجدول السابق عند درجة حرية = ٣، وجد أنها = ٠,٢٤٣ وهى قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠,٠٥، أى أن مستوى المعنوية أكبر من ٠,٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠,٠٥٧ تقريباً مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور- إناث) ومدى مناقشة المبحوثين - إجمالي مفردات من يقرأون مجلة المستثمر الذكي من إجمالي مفردات عينة الدراسة - للآخرين في المعلومات التي يقرأها في مجلة المستثمر الذكي.

كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يناقشون الآخرين (دائماً) حول المعلومات التي يقرأونها في مجلة المستثمر الذكي من إجمالي مفردات من يقرأون مجلة المستثمر الذكي من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ١٨,١٨%، موزعة بين ٢٢,٢٢% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ١٤,٢٩% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يناقشونهم بصورة غير منتظمة (أحياناً) من إجمالي مفردات من يقرأون مجلة المستثمر الذكي من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٩,٠٩% موزعة بين ٧,٤٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ١٠,٧١% من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من (لا يناقشون) الآخرين حول المعلومات التي يقرأونها في مجلة المستثمر الذكي من إجمالي مفردات من يقرأون مجلة المستثمر الذكي من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٧٢,٧٢% موزعة بين ٧٠,٣٧% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٧٥,٠٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث.

جدول (١٨) أهم من يتناقش معهم الأطفال في المعلومات التي يقرأها في مجلة
المستثمر الذكي وفقا للنوع.

النوع الأخرون	ذكور		إناث		الإجمالي		قيمة Z	الدالة	ت
	ك	%	ك	%	ك	%			
أحد أفراد الأسرة	٩	٣٧,٥٠	٩	٤٢,٨٦	١٨	٤٠,٠٠	٠,٨٨٨	غير دالة	٢
مع صديق	١٥	٦٢,٥٠	١٢	٥٧,١٤	٢٧	٦٠,٠٠	١,٠٠٠	غير دالة	١
مع الجيران	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	-	-	-
المدرسين	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	-	-	-
جملة من سنلوا	٢٤		٢١		٤٥				

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم من يتناقش معهم الأطفال في المعلومات التي يقرأها في مجلة المستثمر الذكي وفقا للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول مع الأصدقاء، حيث جاءت بنسبة بلغت ٦٠,٠٠%، موزعة بين ٦٢,٥٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥٧,١٤% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ١,٠٠ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب الثاني أحد أفراد الأسرة، حيث جاءت بنسبة بلغت ٤٠,٠٠%، موزعة بين ٣٧,٥٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤٢,٨٦% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠,٨٨٨ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

في حين لم يأتي كل من المدرسين، والجيران بأي نسبة تذكر.

جدول (١٩) مدى اعتماد الأطفال علي مجلة المستثمر الذكي في الحصول علي القيم الاقتصادية وفقاً للنوع.

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
اعتمد بدرجة كبيرة	٩	١١,٥٣	١٥	١٨,٥١	٢٤	١٥,٠٩
اعتمد بدرجة متوسطة	٦٦	٨٤,٦١	٦٣	٧٧,٧٧	١٢٩	٨١,١٣
لا اعتمد	٣	٣,٨٤	٣	٣,٧٠	٦	٣,٧٧
الإجمالي	٧٨	١٠٠	٨١	١٠٠	١٥٩	١٠٠

قيمة كا^٢ = ٠,٥٨٧ درجة الحرية = ٣ معامل التوافق = ٠,٠٧٦ مستوى الدلالة = غير دالة بحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٣، وجد أنها = ٠,٥٨٧ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠,٠٥، أي أن مستوى المعنوية أكبر من ٠,٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠,٠٧٦ تقريباً مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور- إناث) ومدى اعتماد المبحوثين - إجمالي مفردات من يقرأون مجلة المستثمر الذكي من إجمالي مفردات عينة الدراسة - علي مجلة المستثمر الذكي في الحصول علي المعلومات الاقتصادية.

كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يعتمدون علي مجلة المستثمر الذكي بدرجة كبيرة في الحصول علي المعلومات الاقتصادية من إجمالي مفردات من يقرأون مجلة المستثمر الذكي من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ١٤,١٣%، موزعة بين ١١,٥٣% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ١٨,٥١% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يعتمدون علي مجلة المستثمر الذكي بدرجة متوسطة في الحصول علي المعلومات الاقتصادية من إجمالي مفردات من يقرأون مجلة المستثمر الذكي من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٨١,١٣% موزعة بين ٨٤,٦١% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٧٧,٧٧% من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من لا يعتمدون علي مجلة المستثمر الذكي في الحصول علي المعلومات الاقتصادية من إجمالي مفردات من يقرأون مجلة المستثمر الذكي من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٣,٧٧% موزعة بين ٣,٨٤% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣,٧٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث.

جدول (٢٠) أهم أسباب اعتماد الأطفال علي مجلة المستثمر الذكي في الحصول علي المعلومات الاقتصادية وفقاً للنوع

الترتيب	J	الدلالة	قيمة Z	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع الأسباب
				%	ك	%	ك	%	ك	
٥		غير دالة	١,٠٠٠	١,٨٨	٣	٠,٠٠	٠	٣,٨٤	٣	بها عجائب وغرائب عن الاقتصاد لا أعرفها
٢		غير دالة	٠,٠٠	٢٨,٩٣	٤٦	٢٩,٦٣	٢٤	٢٨,٢٠	٢٢	تقدم معلومات اقتصادية وتفسرها
١		غير دالة	١,٥٤٤	٣٣,٩٦	٥٤	٤٤,٤٤	٣٦	٢٣,٠٧	١٨	تعرض المعلومات الاقتصادية في صورة شيقة
٥		غير دالة	١,٠٠٠	١,٨٨	٣	٠,٠٠	٠	٣,٨٤	٣	بها فكاهات وطرائف ومسابقات اقتصادية
٤		غير دالة	٢,٠٣١	٧,٥٤	١٢	٠,٠٠	٠	١٥,٨٣	١٢	تتعمق في معالجة وتفصيل الموضوعات الاقتصادية بسهولة
٣		غير دالة	٠,٠٠٠	٢٥,٧٨	٤١	٢٥,٩٣	٢١	٢٥,٦٤	٢٠	لا أجد سواها يخاطب الأطفال اقتصادياً
				١٥٩		٨١		٧٨		جملة من سنلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم أسباب اعتماد الأطفال علي مجلة المستثمر الذكي في الحصول علي المعلومات الاقتصادية وفقاً للنوع، حيث جاء في الترتيب

الأول تعرض المعلومات الاقتصادية في صورة شيقة، حيث جاءت بنسبة بلغت ٣٣,٩٦% موزعة بين ٢٣,٠٧% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤٤,٤٤% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ١,٥٤٤ وهى أقل من القيمة الجدوليه المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%، وجاء في الترتيب الثاني تقدم معلومات اقتصادية وتفسرها، حيث جاءت بنسبة بلغت ٢٨,٩٣% موزعة بين ٢٨,٢٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢٩,٦٣% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠,٠٠٠ وهى أقل من القيمة الجدوليه المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب الثالث لا أجد سواها يخاطب الأطفال اقتصادياً، حيث جاءت بنسبة بلغت ٢٥,٧٨% موزعة بين ٢٥,٦٤% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢٥,٩٣% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠,٠٠٠ وهى أقل من القيمة الجدوليه المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب الرابع تتعمق في معالجة وتفصيل الموضوعات الاقتصادية بسهولة، حيث جاءت بنسبة بلغت ٧,٥٤% موزعة بين ١٤,٨٣% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٠,٠٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى ٠,٠٥، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٢,٠٣١ وهى قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب الخامس كل من بها عجائب وغرائب عن الاقتصاد لا أعرفها، بها فكاهات وطرائف ومسابقات اقتصادية، حيث جاءت بنسبة بلغت ١,٨٨% موزعة بين ٣,٨٤% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٠,٠٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ١,٠٠٠ وهى أقل من القيمة الجدوليه المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

جدول (٢١) أهم المعلومات والقيم الاقتصادية التي قرأ الأطفال عنها في مجلة
المستثمر الذكي وفقا للنوع.

رقم	الدالة	قيمة Z	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع القيم الاقتصادية
			%	ك	%	ك	%	ك	
٤	غير دالة	٠,٣٩٠	١٢,٧٢	٢١	١٤,٢٩	١٢	١١,١١	٩	الادخار
٢	غير دالة	٠,٥٧٤	٢٤,٨٤	٤١	٢٨,٥٧	٢٤	٢٠,٩٨	١٧	العمل
٦	غير دالة	٠,٠٠٠	٣,٦٣	٦	٣,٥٧	٣	٣,٧٠	٣	احترام الوقت
١	غير دالة	٠,٨٣٦	٢٦,٦٦	٤٤	٣٢,١٤	٢٧	٢٠,٩٨	١٧	التوفير
٥	غير دالة	١,٠٠٠	٥,٤٥	٩	٣,٥٧	٣	٧,٤٠	٦	احترام ملكية الآخرين
٧	غير دالة	١,٠٠٠	١,٨١	٣	٠,٠٠	٠	٣,٧٠	٣	احترام الملكية العامة
٧	غير دالة	١,٠٠٠	١,٨١	٣	٠,٠٠	٠	٣,٧٠	٣	الكسب
٧	غير دالة	١,٠٠٠	١,٨١	٣	٠,٠٠	٠	٣,٧٠	٣	نبذ الاحتكار
٧	غير دالة	١,٠٠٠	١,٨١	٣	٠,٠٠	٠	٣,٧٠	٣	المحافظة علي الملكية الشخصية
٣	غير دالة	٠,٣٤٨	١٥,٧٥	٢٦	١٧,٨٦	١٥	١٣,٥٨	١١	احترام وتقدير قيمة المال
٧	غير دالة	١,٠٠٠	١,٨١	٣	٠,٠٠	٠	٣,٧٠	٣	التخطيط ماليا
٧	غير دالة	١,٠٠٠	١,٨١	٣	٠,٠٠	٠	٣,٧٠	٣	تشجيع المنتج الوطني
			١٦٥		٨٤		٨١		جملة من سنلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم المعلومات والقيم الاقتصادية التي قرأ الأطفال عنها في مجلة المستثمر الذكي وفقاً للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول **التوفير**، حيث جاءت بنسبة بلغت ٢٦,٦٦% موزعة بين ٢٠,٩٨% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣٢,١٤% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠,٨٣٦، وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب الثاني **العمل**، حيث جاءت بنسبة بلغت ٢٤,٨٤% موزعة بين ٢٠,٩٨% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢٨,٥٧% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠,٥٧٤، وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب الثالث **احترام وتقدير قيمة المال**، حيث جاءت بنسبة بلغت ١٥,٧٥% موزعة بين ١٣,٥٨% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ١٧,٨٦% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠,٣٤٨، وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب الرابع **الادخار**، حيث جاءت بنسبة بلغت ١٢,٧٢% موزعة بين ١١,١١% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ١٤,٢٩% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠,٣٩٠، وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب الخامس **احترام ملكية الآخرين**، حيث جاءت بنسبة بلغت ٥,٤٥% موزعة بين ٧,٤٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣,٥٧% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ١,٠٠، وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب السادس **احترام الوقت**، حيث جاءت بنسبة بلغت ٣,٥٧% موزعة بين ٣,٥٧% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣,٥٧% من إجمالي

مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠,٠٠ وهى أقل من القيمة الجدوليه المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب السابع كل من احترام الملكية العامة، الكسب، نبذ الاحتكار، المحافظة علي الملكية الشخصية، التخطيط ماليا، تشجيع المنتج الوطني، حيث جاءت بنسبة بلغت ١,٨١% موزعة بين ٣,٧٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٠,٠٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ١,٠٠ وهى أقل من القيمة الجدوليه المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

جدول (٢٢) مدى معرفة الأطفال بالموضوعات الاقتصادية في مجلة المستثمر الذكي وفقاً للنوع.

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
يعرف	٦٦	٨١,٤٨	٧٢	٨٥,٧١	١٣٨	٨٣,٦٣
لا يعرف	١٥	١٨,٥١	١٢	١٤,٢٩	٢٧	١٦,٣٦
الإجمالي	٨١	١٠٠	٨٤	١٠٠	٥٦	١٠٠

قيمة كا^٢ = ٠,٠٤٣ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠,٠٢١ مستوى الدلالة = غير دالة

بحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢، وجد أنها = ٠,٠٤٣ وهى قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠,٠٥، أى أن مستوى المعنوية أكبر من ٠,٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠,٠٢١ تقريباً مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور- إناث) ومدى معرفة المبحوثين - إجمالي مفردات من يقرأون مجلة المستثمر الذكي من إجمالي مفردات عينة الدراسة - بالموضوعات الاقتصادية كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من لديهم معرفة بموضوعات مجلة المستثمر الذكي من إجمالي مفردات من يقرأون مجلة المستثمر الذكي من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ٨٣,٦٣%، موزعة ٨١,٤٨% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٨٥,٧١% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من ليس لديهم معرفة بموضوعات مجلة المستثمر الذكي من إجمالي مفردات من يقرأون مجلة المستثمر الذكي من إجمالي مفردات عينة الدراسة ١٦,٣٦%

موزعة بين ١٨,٥١% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ١٤,٢٩% من إجمالي مفردات عينة الإناث.

جدول (٢٣) أهم مقترحات الأطفال لتطوير مجلة المستثمر الذكي وفقا للنوع.

الترتيب	الدالة	قيمة Z	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع
			%	ك	%	ك	%	ك	
١	غير دالة	٠,٧٣٣	٣٦,٣٦	٦٠	٤٢,٨٦	٣٦	٢٩,٦٢	٢٤	انتظام المجلة في الصدور بشكل شهري
٢	غير دالة	٠,٢٩٦	٢٣,٦٣	٣٩	٢٥,٠٠	٢١	٢٢,٢٢	١٨	زيادة مساحة المجلة
٣	غير دالة	٠,٦١٢	٢١,٨١	٣٦	١٧,٨٦	١٥	٢٥,٩٢	٢١	تنوع الموضوعات الاقتصادية من حيث الشكل
٤	غير دالة	٠,٧٣٤	١٨,١٨	٣٠	١٤,٢٩	١٢	٢٢,٢٢	١٨	تحولها لمجلة الكترونية وليست مجرد نسخة الكترونية لمجلة مطبوعة
			١٦٥		٨٤		٨١		جملة من سنلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم مقترحات الأطفال لتطوير مجلة المستثمر الذكي وفقا للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول انتظام المجلة في الصدور بشكل شهري، حيث جاءت بنسبة بلغت ٣٦,٣٦% موزعة بين ٢٩,٦٢% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤٢,٨٦% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠,٧٣٣، وهي أقل من القيمة الجدوليه المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب الثاني زيادة مساحة المجلة، حيث جاءت بنسبة بلغت ٢٣,٦٣% موزعة بين ٢٢,٢٢% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢٥,٠٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال

إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠,٢٩٦، وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب الثالث تنوع الموضوعات الاقتصادية من حيث الشكل، حيث جاءت بنسبة بلغت ٢١,٨١% موزعة بين ٢٥,٩٢% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ١٧,٨٦% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠,٦١٢، وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب الرابع تحولها لمجلة الإلكترونية وليست مجرد نسخة الإلكترونية لمجلة مطبوعة، حيث جاءت بنسبة بلغت ١٨,١٨% موزعة بين ٢٢,٢٢% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ١٤,٢٩% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠,٧٣٤، وهي أقل من القيمة الجدولية بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

ثانياً: نتائج التحقق من صحة الفروض:

الفرض الأول: توجد علاقة بين درجة اعتماد الأطفال علي مجلة (المستثمر الذكي) وبين حصولهم علي معلومات وقيم اقتصادية.

جدول (٢٤) تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين علي مقياس الحصول علي المعلومات والقيم الاقتصادية تبعاً لاختلاف كثافة الاعتماد علي مجلة المستثمر

الذكي

الدالة	قيمة ف	متوسط مجموع المربعات	درجة الحرية	مجموعات المربعات	مصدر التباين
دالة***	٦١٦,٩٦٨	٣٨,٤٨٤	٣	١١٥,٤٥٢	بين المجموعات
		٠,٠٦٢	٩٦	٥,٩٨٨	داخل المجموعات
			٩٩	١٢١,٤٤٠	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات الاعتماد المختلفة علي مجلة المستثمر الذكي كمصدر للحصول علي المعلومات الاقتصادية، وذلك علي مقياس الحصول علي المعلومات الاقتصادية، حيث بلغت قيمة ف ٦١٦,٩٦٨ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة =

٠,٠٠١، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذي يري أنه تختلف مستويات حصول الباحثين علي المعلومات والقيم الاقتصادية باختلاف كثافة الاعتماد علي مجلة (المستثمر الذكي)..

جدول (٢٥) نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات علي الحصول علي المعلومات الاقتصادية

المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مرتفع	-			٢,٠٣٥
متوسط	***٢,٠٣٥٧	-		٢,٢١٤
منخفض	***٢,٠٧٦٢	***٢,٣٣٣	-	٢,٣٣٣

يتضح من خلال الجدول السابق أن هناك اختلافاً بين الباحثين متوسطي كثافة الاعتماد علي مجلة المستثمر الذكي والباحثين منخفضي الاعتماد عليها بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٢,٣٣٣ لصالح الباحثين متوسطي كثافة الاعتماد عليها وهي قيمة دالة عند مستوى ٠,٠٠١، كما تبين أيضاً أن هناك اختلافاً بين الباحثين منخفضي كثافة الاعتماد علي مجلة المستثمر الذكي والباحثين مرتفعي الاعتماد عليها بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٢,٠٧٦٢ لصالح الباحثين مرتفعي كثافة الاعتماد عليها وهي قيمة دالة عند مستوى ٠,٠٠١، كما تبين أن هناك اختلافاً بين الباحثين متوسطي كثافة الاعتماد علي مجلة المستثمر الذكي والباحثين مرتفعي الاعتماد عليها بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٢,٠٣٥٧ لصالح الباحثين مرتفعي كثافة الاعتماد عليها وهي قيمة دالة عند مستوى ٠,٠٠١.

الفرض الثاني: توجد علاقة بين درجة اهتمام الأطفال بالموضوعات الاقتصادية وبين اعتمادهم علي مجلة (المستثمر الذكي) في حصولهم علي معلومات وقيم اقتصادية.

جدول (٢٦) تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات الباحثين علي مقياس كثافة الاعتماد علي مجلة المستثمر الذكي تبعاً لاختلاف درجة الاهتمام بالموضوعات الاقتصادية

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	٩٤,٤٦٣	٢	٤٧,٢٣١	١٦٩,٨٢٧	دالة***
داخل المجموعات	٢٦,٩٧٧	٩٧	٠,٢٧٨		
المجموع	١٢١,٤٤٠	٩٩			

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الباحثين الذين يمثلون مستويات الاهتمام المختلفة بمتابعة الموضوعات الاقتصادية، وذلك علي مقياس كثافة الاعتماد علي مجلة المستثمر الذكي كمصدر للحصول علي المعلومات الاقتصادية، حيث بلغت قيمة ف ١٦٩,٨٢٧ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠,٠٠١، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذي يري أنه تختلف درجة اعتماد الباحثين علي مجلة المستثمر الذكي باختلاف درجة الاهتمام بالموضوعات الاقتصادية.

جدول (٢٧) نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات علي مقياس كثافة الاعتماد علي

مجلة المستثمر الذكي

المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مرتفع	-			٢,٢١٤
متوسط	٠,٢٣٨٧	-		١,٩٧٥
منخفض	***٢,١٢٥٤	***١,٨٨٦٧	-	٠,٠٨٨٩

يتضح من خلال الجدول السابق أن هناك اختلافاً بين الباحثين متوسطي مستوى الاهتمام بمتابعة الموضوعات الاقتصادية علي مجلة المستثمر الذكي والمبجوثين منخفضي مستوى الاهتمام بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ١,٨٨٦٧ لصالح الباحثين متوسطي مستوى الاهتمام وهي قيمة دالة عند مستوى ٠,٠٠١، كما تبين أيضاً أن هناك اختلافاً بين الباحثين منخفضي مستوى الاهتمام بمتابعة الموضوعات الاقتصادية علي مجلة المستثمر الذكي والمبجوثين مرتفعي مستوى الاهتمام بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٢,١٢٥٤ لصالح الباحثين مرتفعي مستوى الاهتمام وهي قيمة دالة عند مستوى ٠,٠٠١، بينما تبين أنه ليس هناك اختلافاً بين الباحثين متوسطي مستوى الاهتمام بمتابعة الموضوعات الاقتصادية علي مجلة المستثمر الذكي والمبجوثين مرتفعي مستوى الاهتمام حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين ٠,٢٣٨٧ وهو فرق غير دال إحصائياً عند مستوى ٠,٠٥.

الفرض الثالث: توجد فروق بين الاطفال (ذكور- ايناث) في درجة الاعتماد علي مجلة (المستثمر الذكي) في الحصول علي معلومات وقيم اقتصادية.

جدول (٢٨) اختبار (ت) لدلالة الفروق بين المبحوثين في كثافة الاعتماد علي مجلة المستثمر الذكي وفقاً للنوع

المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
ذكور	١٥٠	١,١٤٠	١,٠٨٨	٠,١٨٠	٩٨	غير دالة
إناث	١٥٠	١,١٨٠	١,١٣٧			

تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث علي مقياس كثافة الاعتماد علي مجلة المستثمر الذكي كمصدر للحصول علي المعلومات الاقتصادية، حيث بلغت قيمة "ت" ٠,١٨٠ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند جميع مستويات الدلالة، وبالتالي فقد يثبت عدم صحة هذا الفرض. والذي يري أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث علي مقياس كثافة الاعتماد علي مجلة المستثمر الذكي كمصدر للحصول علي المعلومات الاقتصادية.

الفرض الرابع: توجد علاقة بين درجة اعتماد الأطفال علي مجلة (المستثمر الذكي) في الحصول علي معلومات وقيم اقتصادية وبين النوع الصف الدراسي (الأول- الثاني- الثالث) الإحصائي

جدول (٢٩) تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين علي مقياس كثافة الاعتماد علي مجلة المستثمر الذكي تبعاً لاختلاف الصف الدراسي

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	١,٧٣٤	٢	٠,٨٦٧	٠,٧٠٣	غير دالة
داخل المجموعات	١١٩,٧٠٦	٩٧	١,٢٣٤		
المجموع	١٢١,٤٤٠	٩٩			

تشير بيانات الجدول السابق إلي عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون الصفوف الدراسية المختلفة، وذلك علي مقياس كثافة الاعتماد علي مجلة المستثمر الذكي كمصدر للحصول علي المعلومات الاقتصادية، حيث بلغت قيمة ف ٠,٧٠٣ وهذه القيمة غير دالة عند مستوى دلالة = ٠,٠٥، وهو ما يثبت عدم صحة هذا الفرض والذي يري أنه توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات

درجات المبحوثين علي مقياس الاعتماد علي مجلة المستثمر الذكي تبعا لاختلاف الصف الدراسي.

الفرض الخامس: توجد علاقة بين اعتماد الأطفال علي مجلة (المستثمر الذكي) في الحصول علي معلومات وقيم اقتصادية وبين المستوى الاقتصادي الاجتماعي.

جدول (٣٠) تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين علي مقياس كثافة الاعتماد علي مجلة المستثمر الذكي تبعا لاختلاف المستوى الاقتصادي الاجتماعي

الدالة	قيمة ف	متوسط مجموع المربعات	درجة الحرية	مجموعات المربعات	مصدر التباين
دالة***	٩٥,٨٢١	٤٠,٣١٥	٢	٨٠,٦٢٩	بين المجموعات
		٠,٤٢١	٩٧	٤٠,٨١١	داخل المجموعات
			٩٩	١٢١,٤٤٠	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون المستويات الاقتصادية الاجتماعية المختلفة، وذلك علي مقياس كثافة الاعتماد علي مجلة المستثمر الذكي كمصدر للحصول علي المعلومات الاقتصادية، حيث بلغت قيمة ف ٩٥,٨٢١ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠,٠٠١، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذي يري أنه توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين علي مقياس الاعتماد علي مجلة المستثمر الذكي تبعا لاختلاف المستوى الاقتصادي الاجتماعي، ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي.

جدول (٣١) نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات علي مقياس كثافة الاعتماد علي

مجلة المستثمر الذكي

المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مرتفع	-			٢,٢٢٢
متوسط	***١,١٢٥٤	-		١,٠٩٧
منخفض	***٢,١٦١٦	١,٠٣٦٢***	-	٠,٠٦٠٦

يتضح من خلال الجدول السابق أن هناك اختلافاً بين المبحوثين ذوى المستوى الاقتصادى الاجتماعى المنخفض والطلاب ذوى المستوى الاقتصادى الاجتماعى المرتفع بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته ٢,١٦١٦ لصالح الطلاب ذوى المستوى الاقتصادى الاجتماعى المرتفع، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى ٠,٠٠١، كما تبين أن هناك اختلافاً بين المبحوثين ذوى المستوى الاقتصادى الاجتماعى المتوسط والطلاب ذوى المستوى الاقتصادى الاجتماعى المرتفع بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته ١,١٢٥٤ لصالح الطلاب ذوى المستوى الاقتصادى الاجتماعى المرتفع، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى ٠,٠٠١، كما ظهر أن هناك اختلافاً بين المبحوثين ذوى المستوى الاقتصادى الاجتماعى المتوسط بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته ١,٠٣٦٢ لصالح الطلاب ذوى المستوى الاقتصادى الاجتماعى المتوسط.

الفرض السادس: توجد علاقة بين درجة الاعتماد علي مجلة (المستثمر الذكي) في الحصول علي معلومات وقيم اقتصادية وبين مستوي التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن هذا الاعتماد.

جدول رقم (٣٢) تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين علي مقياس

التأثيرات تبعاً لاختلاف مستويات كثافة الاعتماد

التأثيرات	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
معرفية	بين المجموعات	١٨٩,١٢٠	٢	٩٤,٥٦٠	٥١٣,٢٩٤	دالة***
	داخل المجموعات	١٧,٨٧٠	٩٧	٠,١٨٤		
	المجموع	٢٠٦,٩٩٠	٩٩			
وجدانية	بين المجموعات	١٧٢,٣٧٦	٢	٨٦,١٨٨	٤١٨,٣٥٤	دالة***
	داخل المجموعات	١٩,٩٨٤	٩٧	٠,٢٠٦		
	المجموع	١٩٢,٣٦٠	٩٩			
سلوكية	بين المجموعات	١٤٨,٤٧٢	٢	٧٤,٢٣٦	٢٤٥,٨٦٤	دالة***
	داخل المجموعات	٢٩,٢٨٨	٩٧	٠,٣٠٢		
	المجموع	١٧٧,٧٦٠	٩٩			

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات الاعتماد المختلفة علي مجلة المستثمر الذكي كمصدر

للحصول علي المعلومات الاقتصادية، وذلك علي مقياس تأثيرات الاعتماد علي مجلة المستثمر الذكي المعرفية، حيث بلغت قيمة ف ٥١٣,٢٩٤ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠,٠٠١، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذي ينص علي أنه تختلف مستويات التأثيرات المعرفية لدى المبحوثين تبعاً لاختلاف كثافة الاعتماد علي مجلة (المستثمر الذكي) كما تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات الاعتماد المختلفة علي مجلة المستثمر الذكي كمصدر للحصول علي المعلومات الاقتصادية، وذلك علي مقياس تأثيرات الاعتماد علي مجلة المستثمر الذكي الوجدانية، حيث بلغت قيمة ف ٤١٨,٣٥٤ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠,٠٠١، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذي ينص علي أنه تختلف مستويات التأثيرات الوجدانية لدى المبحوثين تبعاً لاختلاف كثافة الاعتماد علي مجلة (المستثمر الذكي) .

كما تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات الاعتماد المختلفة علي مجلة المستثمر الذكي كمصدر للحصول علي المعلومات الاقتصادية، وذلك علي مقياس تأثيرات الاعتماد علي مجلة المستثمر الذكي السلوكية، حيث بلغت قيمة ف ٢٤٥,٨٦٤ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠,٠٠١، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذي يري أنه تختلف مستويات التأثيرات السلوكية لدى المبحوثين تبعاً لاختلاف كثافة الاعتماد علي مجلة (المستثمر الذكي) .

جدول (٣٣) نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات علي مقياس التأثيرات

التأثيرات	المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
معرفية	مرتفع	-			٢,٧٥٠
	متوسط	٠,٠١٠٩	-		٢,٧٦٠
	منخفض	***٢,٧٥٠	***٢,٧٦١	-	٠,٠٠٠
وجدانية	مرتفع	-			٢,٣٧٥
	متوسط	٠,٢٩٨٩	-		٢,٦٧٤
	منخفض	***٢,٣٧٥	***٢,٦٧٤	-	٠,٠٠٠
سلوكية	مرتفع	-			٢,٣٧٥
	متوسط	٠,٠٨١٥	-		٢,٤٥٦
	منخفض	***٢,٣٧٥	***٢,٤٥٦	-	٠,٠٠٠

فيما يتعلق بالتأثيرات المعرفية يتضح من خلال الجدول السابق أن هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطى كثافة الاعتماد علي مجلة المستثمر الذكي والمبحوثين منخفضى الاعتماد عليها بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٢,٧٦١ لصالح المبحوثين متوسطى كثافة الاعتماد عليها وهى قيمة دالة عند مستوى ٠,٠٠١، كما تبين أيضاً أن هناك اختلافاً بين المبحوثين منخفضى كثافة الاعتماد علي مجلة المستثمر الذكي والمبحوثين مرتفعى الاعتماد عليها بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٢,٧٥٠ لصالح المبحوثين مرتفعى كثافة الاعتماد عليها وهى قيمة دالة عند مستوى ٠,٠٠١، بينما تبين أنه ليس هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطى كثافة الاعتماد علي مجلة المستثمر الذكي والمبحوثين مرتفعى الاعتماد عليها، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين ٠,٠١٠٩ وهى قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى ٠,٠٥.

وفيما يتعلق بالتأثيرات الوجدانية يتضح من خلال الجدول السابق أن هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطى كثافة الاعتماد علي مجلة المستثمر الذكي والمبحوثين منخفضى الاعتماد عليها بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٢,٦٧٤ لصالح المبحوثين متوسطى كثافة الاعتماد عليها وهى قيمة دالة عند مستوى ٠,٠٠١، كما تبين أيضاً أن هناك اختلافاً بين المبحوثين منخفضى كثافة الاعتماد علي مجلة المستثمر الذكي والمبحوثين مرتفعى الاعتماد عليها بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٢,٣٧٥ لصالح المبحوثين مرتفعى كثافة الاعتماد عليها وهى قيمة دالة عند مستوى ٠,٠٠١، بينما تبين أنه ليس هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطى كثافة الاعتماد علي مجلة المستثمر الذكي والمبحوثين مرتفعى الاعتماد عليها، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين ٠,٢٩٨٩ وهى قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى ٠,٠٥.

وفيما يتعلق بالتأثيرات السلوكية يتضح من خلال الجدول السابق أن هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطى كثافة الاعتماد علي مجلة المستثمر الذكي والمبحوثين منخفضى الاعتماد عليها بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٢,٤٥٦ لصالح المبحوثين متوسطى كثافة الاعتماد عليها وهى قيمة دالة عند مستوى ٠,٠٠١، كما تبين أيضاً أن هناك اختلافاً بين المبحوثين منخفضى كثافة الاعتماد علي مجلة المستثمر الذكي والمبحوثين مرتفعى الاعتماد عليها بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٢,٣٧٥ لصالح المبحوثين مرتفعى كثافة الاعتماد عليها وهى قيمة دالة عند مستوى ٠,٠٠١، بينما تبين أنه ليس هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطى كثافة الاعتماد علي مجلة المستثمر الذكي والمبحوثين مرتفعى الاعتماد عليها، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين ٠,٠٨١٥ وهى قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى ٠,٠٥.

فروض تربط بين الدراستين التحليلية والميدانية:

٣- توجد علاقة بين المعلومات والقيم الاقتصادية التي يقرأها الأطفال في مجلة (المستثمر الذكي) وبين ما تقدمه المجلة من معلومات وقيم اقتصادية.

جدول (٣٤) معامل ارتباط سبيرمان لإيجاد العلاقة بين المعلومات والقيم الاقتصادية المقدمة في مجلة المستثمر الذكي وبين المعلومات والقيم الاقتصادية التي يقرأها الأطفال

المعلومات والقيم	المبحوثين	المجلة	رتب المبحوثين	رتب المجلة
الادخار	٣٠	٧	٧	٤
العمل	٦٣	١٤	١٠	٦
احترام الوقت	٦	٢	٢	٢
التوفير	٣٩	١٥	٨	٧
احترام ملكية الآخرين	٦	٣	٢	٣
احترام الملكية العامة	١٢	١	٤	١
الكسب	٩	١	٣	١
نيز الاحتكار	٦	١	٢	١
المحافظة علي ملكياتنا الشخصية	٢٤	١	٥	١
احترام قيمة المال	٤٨	٩	٩	٥
التخطيط المالي	٢٧	١	٦	١
تشجيع المنتج الوطني	٣	١	١	١
معامل الارتباط لسبيرمان	ارتباط طردى قوى لأنه وقع في الفترة من ٠,٧ إلى أقل من ١+ ٠,٨٣٨***			

تشير بيانات الجدول السابق إلي صحة الفرض، حيث أن هناك ارتباط طردى قوي بين ترتيب المعلومات والقيم الاقتصادية التي يهتم بها الأطفال وترتيب المعلومات الاقتصادية التي تقدمها مجلة المستثمر الذكي، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان ٠,٨٣٨ وهي تقع في الفترة من ٠,٧ إلى أقل من ١+، وهي قيمة دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٠١، وهو ما يشير إلى أنه تزداد درجة اهتمام الأطفال بالمعلومات والقيم الاقتصادية بزيادة اهتمام مجلة المستثمر الذكي بهذه المعلومات والقيم.

٢: توجد علاقة بين الفنون التحريرية التي تعجب الأطفال في مجلة (المستثمر الذكي) والفنون التحريرية التي تركز عليها المجلة فعلياً .

جدول (٣٥) معامل ارتباط كاندال لإيجاد العلاقة بين الفنون التحريرية التي يفضلها الأطفال في مجلة (المستثمر الذكي) والفنون التحريرية التي تركز عليها المجلة فعلياً

الفنون التحريرية	المبحوثين	المجلة	رتب المبحوثين	رتب المجلة
القصص	١٣٨	٣٤	٦	٦
الأخبار	٩	١	١	١
المسابقات	٧٨	٦	٤	٤
الشخصيات	٧٥	٣	٣	٣
الصور والرسوم	٦٦	٢	٢	٢
المعلومات	١٢٦	١٩	٥	٥
معامل الارتباط لكاندال	ارتباط طردى قوى لأنه وقع في الفترة من ٠,٧ إلى أقل من ١+		**١,٠٠٠	

تشير بيانات الجدول السابق: أن هناك ارتباط طردى قوي جدا بين ترتيب الفنون التحريرية التي يفضلها الأطفال في مجلة (المستثمر الذكي) وترتيب الفنون التحريرية التي تركز عليها المجلة فعلياً، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لكاندال ١,٠٠٠ وهي ارتباط طردى تام، وهي قيمة دالة عند مستوى ٠,٠٠١، وهو ما يشير إلى أنه تزداد درجة اهتمام الأطفال بالفنون التحريرية بزيادة تركيز مجلة (المستثمر الذكي) على هذه الفنون.

ملخص النتائج والتفسير:

- ١- تشير النتائج إلى أن (الأشكال الأدبية) جاءت في الترتيب الأول بنسبة ٥٠,٠%، وتصدرتها القصة (القصة المصورة) بنسبة ٨٨,٢%، جاءت (الأشكال الأخرى) في الترتيب الثاني بنسبة ٤٢,٧%، وتصدرتها (المعلومة) بنسبة ٦٤,٥%، وجاءت (الأشكال الصحفية) في الترتيب الثالث بنسبة ٧,٣%، وتصدرها (التقرير) في المرتبة الأولى بنسبة ٦٠,٥%، وذلك من حيث الفنون التحريرية في تقديم موضوعات القيم الاقتصادية بمجلة الاطفال (المستثمر الذكي).
- تفسير: ويرجع ذلك إلى تركيز المجلة على تقديم المعلومات من خلال القصص فاحتلت القصص المساحة الكبرى والتكرار الأكبر بشكل عام، ومن هنا كان لها النصيب الأكبر في تقديم القيم الاقتصادية للطفل.

- ٢- جاءت موضوعات القيم الاقتصادية بمساحة (أكثر من صفحتين) في الترتيب الأول بنسبة ٤٢,٦%.
- تفسير: ويتفق ذلك مع مجيئ القصص بأكبر نسبة والتي كانت تقدم علي صفحتين أو أكثر.
- ٣- جاءت قيمة (العمل) في المرتبة الأولى بنسبة ٢٣,١%، تلتها في المرتبة الثانية (احترام قيمة المال) بنسبة ٦%، ثم في المرتبة الثالثة (التوفير) بنسبة ١٤,٣%.
- تفسير: ونجد بمجيء قيمة العمل في المرتبة الأولى رغم أهمية كل القيم الاقتصادية الأخرى، إلا أن المجلة كانت موفقة في ذلك لتبث في نفس الطفل العربي الصغير قيمة العمل ليكبر وهي متأصلة بداخله.
- ٤- جاء أسلوب الإقناع (العقلي) في الترتيب الأول بنسبة ٥٥,٩%.
- تفسير: فقد كان من المنطقي ونحن نتحدث عن قيم اقتصادية أن يأتي أسلوب الإقناع العقلي في الترتيب الأول لتوافق مع هذا النوع من القيم.
- ٥- جاءت طريقة العرض (الغير مباشرة) في الترتيب الأول بنسبة ٥٢,٩%.
- تفسير: وأيضا طريقة العرض الغير مباشرة جاءت منطقية بان القيم الاقتصادية كانت تقدم من خلال القصص التي عادة للطفل المعلومة والقيمة حتي النصح والتوجيه بشكل غير مباشر.
- ٦- نسبة من يقرأون مجلة المستثمر الذكي بصفة منتظمة "دائما" من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ١٤,٠٠%، موزعة بين ١٥,٣٣% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ١٢,٦٦% من إجمالي مفردات عينة الإناث.
- ٧- جاءت أهم أسباب عدم قراءة الأطفال لمجلة المستثمر الذكي (لعدم معرفتي بها) في الترتيب الأول بنسبة بلغت ٣٦,٣٦%.
- ٨- أهم مصادر حصول الأطفال علي مجلة المستثمر الذكي حيث جاء في الترتيب الأول أقرأها علي الإنترنت، حيث جاءت بنسبة بلغت ٥٠,٩٠%.
- تفسير: وقد يرجع قلة الانتظام في قراءة المجلة بصفة دائمة إلي عدم الانتظام في الصدور، كما ان الجهة التي تصدرها وهي ليست بدار نشر تصدر اعدادا ليست بكبيرة وتوزعها بالمجان وعبر عن ذلك الأطفال في ان سبب عدم قراءة المجلة تمثل في عدم معرفتهم بها، في حين أن ظهور نسخة اليكترونية لها غطي علي هذا الجزء الذي يشكل عائقا في انتشار المجلة.
- ٩- وجاء في المرتبة الأولى نسبة من يخصصون من ٣٠ دقيقة إلى أقل من ٦٠ دقيقة لقراءة مجلة المستثمر الذكي ٥٠,٩٠%.

- ١٠- وبلغ من يعتمدون علي مجلة المستثمر الذكي بدرجة متوسطة في الحصول علي المعلومات والقيم الاقتصادية في المرتبة الاولى بنسبة ٨١,١٣% .
- تفسير: وهي نسبة كبيرة جدا تدل علي قلة المصادر الأخرى التي تمد الطفل بهذا النوع من المعلومات والقيم الاقتصادية.
- ١١- وجاءت أهم أسباب اعتماد الأطفال علي مجلة المستثمر الذكي في الحصول علي المعلومات الاقتصادية (تعرض المعلومات الاقتصادية في صورة شيقة)، بنسبة بلغت ٣٣,٩٦% .
- ١٢- أهم المعلومات والقيم الاقتصادية التي قرأ الأطفال عنها في مجلة المستثمر الذكي، حيث جاء في الترتيب الأول التوفير، حيث جاءت بنسبة بلغت ٢٦,٦٦%، وجاء في الترتيب الثاني العمل، بنسبة بلغت ٢٤,٨٤%، وفي الترتيب الثالث احترام وتقدير قيمة المال، بنسبة بلغت ١٥,٧٥%.
- تفسير: ونجد ان الثلاث قيم السابقة احتلت المراتب الأولى أيضا في التحليل، وبذلك نجد اتفاق بين الدراستين التحليلية والميدانية في هذه الجزئية.
- ١٣- ثبت صحة الفرض القائل بوجود علاقة بين درجة اعتماد الأطفال علي مجلة (المستثمر الذكي) وبين حصولهم علي معلومات وقيم اقتصادية.
- ١٤- ثبت صحة الفرض القائل بوجود علاقة بين درجة اهتمام الأطفال بالموضوعات الاقتصادية وبين اعتمادهم علي مجلة (المستثمر الذكي) في حصولهم علي معلومات وقيم اقتصادية.
- ١٥- ثبت عدم صحة الفرض القائل بوجود فروق بين الأطفال (ذكور- إناث) في درجة الاعتماد علي مجلة (المستثمر الذكي) في الحصول علي معلومات وقيم اقتصادية.
- ١٦- ثبت عدم صحة الفرض القائل بوجود علاقة بين درجة الاعتماد علي مجلة (المستثمر الذكي) في الحصول علي معلومات وقيم اقتصادية وبين الصف الدراسي (الأول- الثاني- الثالث) الإعدادي.
- تفسير: مما يعني أن النوع والسن لم يكن لهم علاقة بدرجة اعتماد الأطفال علي مجلة المستثمر الذكي في الحصول علي القيم الاقتصادية، وقد يرجع ذلك لما ذكر سابقا من انها تعتبر مصدر أساسي لقارئها عدم توفر مصادر اخري تقدم هذا النوع من المعلومات والقيم للطفل.
- ١٧- ثبت صحة الفرض القائل بوجود علاقة بين اعتماد الأطفال علي مجلة (المستثمر الذكي) في الحصول علي معلومات وقيم اقتصادية وبين المستوي الاقتصادي الاجتماعي.

- تفسير: ويمكن تفسير ذل غم ان المجلة توزع مجانا علي أن أعلي نسبة من الأطفال اعربوا أنهم يتابعونها علي النت مما يستلزم مستوي اقتصادي واجتماعي عالي إلي حد ما.

١٨- ثبت صحة الفرض القائل بوجود علاقة بين درجة الاعتماد على (المستثمر الذكي) في الحصول علي معلومات وقيم اقتصادية وبين مستوي التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عنه.

فروض تربط بين الدراسة التحليلية والدراسة الميدانية:

١٩- ثبت صحة الفرض القائل بوجود علاقة بين المعلومات والقيم الاقتصادية التي يقرأها الأطفال في مجلة (المستثمر الذكي) وبين ما تقدمه المجلة من معلومات وقيم اقتصادية.

٢٠- ثبت صحة الفرض القائل بوجود علاقة بين الفنون التحريرية التي يفضلها الأطفال في مجلة(المستثمر الذكي) والفنون التحريرية التي تركز عليها المجلة فعليا، مما يظهر الاتفاق بين الدراسة الميدانية والتحليلية في النتائج.

التوصيات:

١. تقديم صحف متخصصة أكثر للأطفال وخاصة الاقتصادية منها وذلك لحاجة الأطفال العرب لهذا النوع من الصحف وهذا ما اوضحته الدراسة.
٢. أن يتم توجيه القائمين على الاعلام العربي للطفل إلى تقديم صحف الكترونية اقتصادية بما فيها من إمكانيات التكنولوجيا الحديثة وليس مجرد نسخة الكترونية التصفح لصحيفة ورقية.
٣. تقديم الموضوعات الاقتصادية في المجلة الاقتصادية للطفل العربي في اشكال صحفية وادبية متنوعة وعدم تركيزها على الشكل القصصي وحده.
٤. وتوصي الدراسة بأهمية اجراء دراسات متخصصة تقيس الفجوة المعرفية في الجانب الاقتصادي لدي الأطفال العرب بالمقارنة على أكثر من دولة عربية وعلاقتها بإعلام الطفل.

المراجع

أولاً: المراجع العربي:

(أ) الكتب

١. إبراهيم، إسماعيل (٢٠٠١). الصحفي المتخصص، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع.
٢. أبو العينين، علي خليل مصطفى (١٩٨٨). القيم الإسلامية والتربية، ط ١، مكتبة إبراهيم علي، المدينة المنورة.
٣. أبوجاد، صالح محمد (١٩٩٨). سيكولوجية التنشئة الاجتماعية، ط ١، دار المسيرة، الاردن.
٤. أبوسنة، نوره حمدي (٢٠١٢). صحافة الاطفال المطبوعة والإليكترونية ط ١، القاهرة، دار الفكر العربي للباعة والنشر والتوزيع.
٥. أبو معال، عبد الفتاح (١٩٩٠). أثر وسائل الإعلام علي الطفل ، ط ١ ، الأردن، الشروق للنشر والتوزيع.
٦. إسماعيل، محمود حسن (١٩٩٦). مناهج البحث في إعلام الطفل، ط ١، القاهرة، دار النشر للجامعات.
٧. إسماعيل، محمود حسن (١٩٩٨). مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، القاهرة، مكتبة الدار العالمية للنشر والتوزيع.
٨. الزيود، ماجد (٢٠٠٦). الشباب والقيم في عالم متغير، دار الشروق، مصر.
٩. الطريقي، عيد الله إبراهيم وأخرون (١٤٢٧هـ). الثقافة الإسلامية تخصصاً ومادة وقسماً علمياً، الطبعة الأولى، دار النشر الأولى، المملكة العربية السعودية.
١٠. الغباشي، شعيب (٢٠٠٢) صحافة الأطفال في الوطن العربي، ط ١، القاهرة، عالم الكتب.
١١. عبد الحميد، محمد (٢٠٠٠). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط ١، القاهرة، دار علاء الكتب.
١٢. عبد الحميد، محمد (٢٠١٠). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط ٣، القاهرة، عالم الكتب.
١٣. كامل، نجوى (١٩٩١). الصفحات الاقتصادية في الصحف اليومية: دراسة تحليلية للصفحة الاقتصادية في جريدتي الأهرام والوفد، خلال عام ١٩٨٩-١٩٩١، أمون للطباعة.
١٤. كشك، منى (٢٠٠٣). القيم الغائبة في الإعلام، دار فرحة للنشر و التوزيع، مصر.
١٥. ديلفير، ملفين، روكيتش، ساندرابول (١٩٩٣). نظريات وسائل الاتصال، ترجمة كمال عبد الرؤوف، ط ١، القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع.

١٦. مكاوي، حسن عماد، وحسين، ليلي (١٩٩٨). الإتصال ونظرياته المعاصرة، ط١، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.
١٧. ميمون، الربيع (١٩٨٠). نظرية القيمة في الفكر المعاصر، الشركة الوطنية للطباعة والنشر، الجزائر.

(ب) الرسائل العلمية:

١. أبو الخير، أمل العدل (٢٠١٥). دور مجلات الأطفال في تنمية القدوة لدى الأطفال، رسالة ماجستير، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.
٢. أبوسنة، نوره حمدي (٢٠٠٤). دور مجلات الأطفال في إمداد الطفل بمعلومات عن العالم الخارجي، رسالة ماجستير، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.
٣. الأغبري، سامية عبد المجيد (٢٠٠٥). تأثيرات اتجاهات الخطاب الاقتصادي في الصحافة اليمنية علي الجمهور خلال الفترة من (١٩٩٥: ٢٠٠٢)، رسالة دكتوراه، كلية الاعلام، جامعة القاهرة.
٤. البطاوي، آيات محمد عبد الله (٢٠١٣). استخدام الشباب الجامعي للصحف الاقتصادية المصرية والاشباعات المتحققة منها، رسالة ماجستير، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.
٥. السندوبي، إيمان السعيد (١٩٩٤). أبواب الناشئة (١٢: ١٥) سنة في الصحف اليومية المصرية دراسة تحليلية وتجريبية، رسالة دكتوراه، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
٦. الشربيني، محمد سعد الدين (٢٠٠٦). أساليب تصميم مجلات الأطفال الالكترونية علي شبكة الانترنت وعلاقتها بتعرض الأطفال لهذه المجالات، رسالة دكتوراه، القاهرة، جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة.
٧. الصفتي، نوال عبدالعزيز (١٩٩٨). معالجة الصحف الحزبية لقضية الإصلاح الاقتصادي في مصر: دراسة تحليلية على صحف الوفد - الأهالي - الشعب - مايو خلال ١٩٩٧، مجلة بحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، ع، ٩، يوليو.
٨. الطنباري، فائق عبد الرحمن (٢٠٠٠). صحافة الأطفال الالكترونية، بحث غير منشور (المجلس الأعلى للجامعات اللجنة العلمية الدائمة لترقية الأساتذة المساعدين في مجال الإعلام).
٩. الطوخي، عربي عبد العزيز الطوخي (١٩٩٩). دور مجلات الأطفال في التنشئة السياسية للطفل المصري، رسالة دكتوراه، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.
١٠. العقباوي، بسنت عبد المحسن (٢٠٠٥). تصميم صحيفة الكترونية لتلاميذ المرحلة الإعدادية، رسالة ماجستير، القاهرة، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.

١١. المرسي، إبراهيم حسن (٢٠١٢). دور الصحف في تشكيل الصورة الذهنية لقضايا الاقتصاد المصري لدي عينة من الشباب الجامعي، رسالة دكتوراه، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.
١٢. بيلاك، نورة (٢٠٠٦). المجال الحضري و القيم السوسيوثقافية للمدينة الجزائرية، رسالة ماجستير، الجزائر، جامعة منتوري، قسنطينة.
١٣. دراز، أمل السيد أحمد (٢٠٠٢). قارئية الصحف المصرية المتخصصة: دراسة تحليلية وميدانية، رسالة دكتوراه، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
١٤. رفاعي، أحمد محمد (٢٠٠٩). تأثير استخدام المجالات الالكترونية العربية في تنمية بعض القدرات الإبداعية لدى طلاب الحلقة الأولى من التعليم الأساسي، دراسة تجريبية، رسالة ماجستير، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.
١٥. سالم، انتصار محمد السيد (٢٠٠٤). دور الصفحات الاقتصادية في الصحف المصرية في ترتيب أولويات رجال الأعمال تجاه القضايا الاقتصادية: دراسة تطبيقية، رسالة ماجستير، كلية الآداب، جامعة الزقازيق.
١٦. سالم، دعاء فتحي (٢٠٠٨). دراسة مقارنة بين دوافع استخدام المراهقين لمجلات الأطفال الالكترونية والورقية والإشباع المتحققة من كل منهما، رسالة دكتوراه، القاهرة، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.
١٧. عبد اللطيف، إبراهيم (١٩٩٠). مجلة الأهرام الاقتصادي: دراسة تاريخية وفنية ١٩٥٠-١٩٨٤، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
١٨. عبد اللطيف، إبراهيم محمد (١٩٩٨). معالجة الصحافة الحزبية لقضايا الإصلاح الاقتصادي في مصر: دراسة ميدانية تحليلية مقارنة في الفترة من (١٩٨٧-١٩٩٤)، رسالة دكتوراه، كلية الإعلام، قسم صحافة، جامعة القاهرة.
١٩. عربي، السيد عفيفي (١٩٩٧). المعالجة الصحفية لقضايا الانفتاح الاقتصادي في الصحافة المصرية، رسالة دكتوراه، القاهرة، جامعة الأزهر، كلية اللغة العربية، قسم الصحافة والإعلام.
٢٠. فرج، ملكة بدر الدين فرج (٢٠٠١). دور مجلات الأطفال في تنمية الوعي البيئي لدى الأطفال، دراسة تحليلية وميدانية، رسالة دكتوراه، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.
٢١. مجدي، أميمة (٢٠١٣). أطر معالجة قضايا الاقتصاد المصري في الصحافة المحلية والدولية: دراسة مقارنة في الفترة من يوليو ٢٠٠٤ حتى يوليو ٢٠٠٧، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
٢٢. محمد، سهى عبد الرحمن (٢٠٠٥). المواقع الالكترونية المقدمة للطفل على الانترنت - دراسة مقارنة بين المواقع العربية والأجنبية، رسالة ماجستير، كلية الآداب، جامعة عين شمس.

٢٣. حسن، هبة مصطفى (٢٠٠٦). علاقة المراهقين بكل من الصحف الورقية الالكترونية، دراسة ميدانية، رسالة ماجستير، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.

(ج) المجلات العلمية:

١. أبوسنة، نوره حمدي (٢٠١٣). الهوية العربية كما تعكسها صحف الأطفال الالكترونية (دراسة تحليلية)، مجلة بحوث كلية الآداب، جامعة المنوفية.
٢. أحمد، جمال عبدالعظيم (٢٠١١). اتجاهات جمهور وسائل الإعلام في البحرين نحو المعالجة الإعلامية للقضايا الاقتصادية : دراسة مقارنة لجمهور الوسائل التقليدية والشبكات الاجتماعية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، يوليو، المجلد العاشر، كلية الاعلام، جامعة القاهرة.
٣. البحيري، لمياء رشدي (١٩٩٩). المعلومات العلمية والتكنولوجية في مجلات الأطفال المصرية دراسة تحليلية لمجلتي سمير وعلاء الدين، مجلة كلية التربية النوعية، المجلد الثاني العدد (١)، جامعة عين شمس.
٤. دراز، أمل السيد أحمد (٢٠٠٧). الخطاب التنموي في الصحافة الإقليمية الخاصة إزاء قضايا المجتمع، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، ٤٤، أكتوبر - ديسمبر.
٥. نجيدة، سعيد (١٩٩٨). دور الصحافة المدرسية في تزويد الطلاب بالمعلومات دراسة ميدانية علي عينة من طلاب المرحلتين الإعدادية والثانوية بمحافظة الشرقية، مجلة كلية الآداب، جامعة المنصورة، العدد ٣٢ يناير.

(د) المؤتمرات:

١. إبراهيم، سامية موسي (١٩٩١). ثقافة الأطفال ورسائلها في مرحلة ما قبل المدرسة، المؤتمر السنوي الرابع للطفل المصري، وتحديات القرن الحادي والعشرين (٢٧-٣٠ إبريل)، جامعة القاهرة.
٢. التميمي، عامر ذياب (٢٠٠٢). الإعلام والاقتصاد، الأوراق العلمية الصادرة عن مؤتمر مايو ١٩٩٨، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، وكالة الأنباء الكويتية "كونا"، ٢٠٠٢.
٣. الطرابيشي، مرفت محمد كامل (٢٠٠١). مجلات الأطفال ودورها في دعم الحقوق الاتصالية للطفل المصري، المؤتمر العلمي السنوي السابع، الإعلام وحقوق الإنسان العربي، كلية الإعلام، جامعة القاهرة ، مايو .
٤. حامد، إيناس محمود (٢٠٠٧). استخدام الأطفال لمواقع القنوات الفضائية الكارتونية وعلاقتها بشكل مجلاتهم الالكترونية المضلة، المؤتمر العلمي الثالث عشر، الإعلام والبناء الثقافي والاجتماعي للمواطن العربي، كلية الإعلام، ٨-١٠ مايو، جامعة القاهرة.

٥. داود، حيدر بن عبدالرضا (٢٠٠٢). أهمية تطوير الصحافة الاقتصادية، الأوراق العلمية الصادرة عن مؤتمر مايو ١٩٩٨، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، وكالة الأنباء الكويتية "كونا".

(هـ) الإنترنت:

١. التويم، عبدالله بن محمد(د.ت). العوامل المؤثرة في ترتيب أولويات القضايا الاقتصادية في الصحف السعودية، رسالة دكتوراه، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، متاح علي:

<http://uqu.edu.sa/page/ar/158190>

٢. المدني، أسامة غازي(٢٠٠٩). اتجاهات النخبة الاقتصادية السعودية نحو معالجة المواقع الصحفية السعودية علي شبكة الإنترنت للأزمة المالية العالمية، متاح علي:

<http://uqu.edu.sa/page/ar/158190-15/1/2015>

3. Smith,K ,(2001),Effects of communication on Economic and politic Development: A Time Series Analysis, available@<http://list.msu.edu/cgi-bin/wa.on22/2/2015>.

ثانيا : المراجع الأجنبية:

1. Bittner, John R., (1986). Mass communication: An introduction, 4ed, N , J . prentice – Hall inc .
2. Courtney K. Blackwell, Alexis R, Lauricella (2014). Children and the internet: Developmental Implications of Web Site Preferences Among 8-to12-Year-Old Children, Journal of Broadcasting & Electronic Media ,USA, No.58, Vol(1) .
3. Christopher, J, et al (2004), Read all about it! Understanding the rol of media in Economic Development, KYKLOS, Vol. 57, Fasc.1.
4. Doylem, Gillian(2006). Financial news Journalism: A post- Enron analysis of approaches towards economic and Financial news production in the ux Journalism,vol.7,no4.
5. Gavin,N.T.,(2000),Imagining Europe: Political Identity and British Television Coverage of the economy, Vol.2 Issue,Vol.2 ISSUE.
6. Haller, H. B & Norpoth, H, (1997). Reality bites: News exposure and economic opinion, Public Opinion Quarterly. Vol. 61, Issue 4.

7. Jinguo Shin,(1989). The Rise and fall of the world economic Herald 1980-1989, Journalism and mass communication. Vol. 72, No.3.
8. Jung, Jocmin (2003). Business News web sites differ from news papers in Business content, News paper Research Journal.Vol.24,No2,spring.
9. Kappel, Garry(1980). "Using economic activities in British newspapers" newspapers research journal, Vol. 3, No. 4.
10. Loretta, Sarah (2002). Internet use academic performance and social involvement in middle school age children, Rostra University, PHD.
11. Lorimor, E.S. (1986). Economic issues editing in Indian newspapers, communication year book, Vol. 10.
12. Norman, Stabler, (1984).Preparing and editing financial issues, newspaper research journal, Vol. 7, No. 1.
13. Waston, James (1998), "Media communication An introduction to theory and process" by Macmillan press LTD .