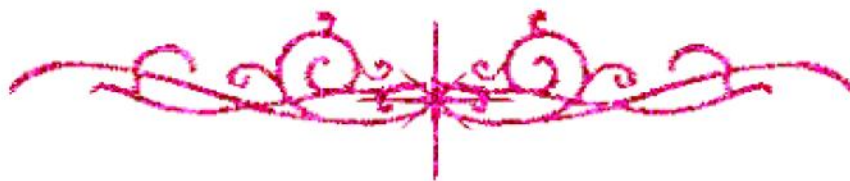


بسم الله الرحمن الرحيم





شبكة المعلومات الجامعية التوثيق الالكتروني والميكروفيلم



جامعة عين شمس

التوثيق الإلكتروني والميكروفيلم

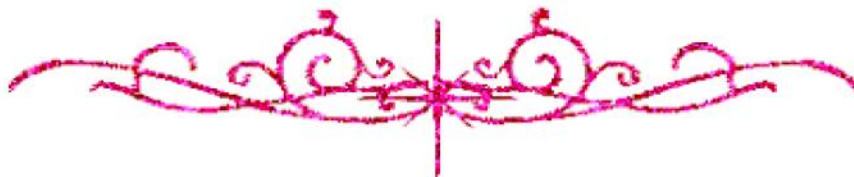
قسم

نقسم بالله العظيم أن المادة التي تم توثيقها وتسجيلها
علي هذه الأقراص المدمجة قد أعدت دون أية تغيرات



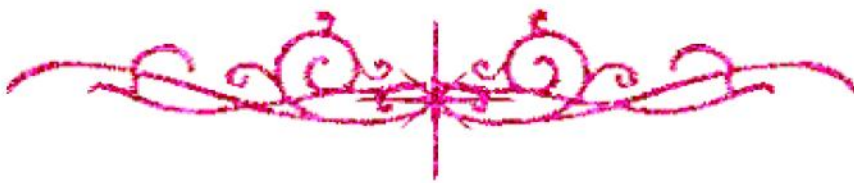
يجب أن

تحفظ هذه الأقراص المدمجة بعيدا عن الغبار



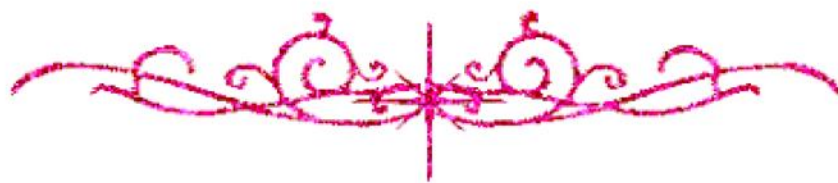


بعض الوثائق الأصلية تالفة





بالرسالة صفحات
لم ترد بالأصل





كلية التربية النوعية

قسم الإعلام

"دور البرامج الساخرة على موقع اليوتيوب والقنوات الفضائية في ترتيب أولويات القضايا العامة لدى الموهوبين"

استكمالاً للحصول على درجة دكتوراة الفلسفة في التربية النوعية

تخصص (صحافة وإذاعة وتلفزيون – تربية خاصة)

مقدمة من الباحثة:

نورا مسعود أحمد

المدرس المساعد بقسم الإعلام بكلية التربية النوعية

جامعة عين شمس

إشراف

أ.د/ محمود حسن إسماعيل

أستاذ الإعلام بكلية الدراسات
العليا للطفولة

جامعة عين شمس

أ.د/ سلام أحمد عبده

أستاذ ورئيس قسم الإعلام بكلية
التربية النوعية

جامعة عين شمس

د/ عزة سعيد محمد

مدرس الفنون المسرحية (تربية خاصة)
بقسم الإعلام بكلية التربية النوعية

جامعة عين شمس

٢٠٢٠م - ١٤٤١هـ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

" وَذَا النُّونِ إِذْ ذَهَبَ مُغَاضِبًا فَظَنَّ أَنْ لَنْ نَقْدِرَ عَلَيْهِ
فَنَادَى فِي الظُّلُمَاتِ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا أَنْتَ سُبْحَانَكَ إِنِّي كُنْتُ
مِنَ الظَّالِمِينَ (٨٧) فَاسْتَجَبْنَا لَهُ وَنَجَّيْنَاهُ مِنَ الْغَمِّ
وَكَذَلِكَ نُنْجِي الْمُؤْمِنِينَ (٨٨) "

الآيات من (٨٧:٨٨) سورة الأنبياء

قائمة المحتويات

رقم الصفحة	الموضوع
١	مقدمة الدراسة
٤٣-٤	الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة
٤	- الدراسات السابقة
٢٥	- مشكلة الدراسة
٢٦	- أهمية الدراسة
٢٧	- أهداف الدراسة
٢٨	- تساؤلات الدراسة
٢٩	- فروض الدراسة
٣٠	- التعريفات الإجرائية لمفاهيم الدراسة
٣١	- نوع الدراسة ومنهجها
٣١	- حدود الدراسة
٣٢	- مجتمع الدراسة
٣٢	- عينة الدراسة
٣٤	- أدوات جمع البيانات
٤٢	- اختباري الصدق والثبات
٤٣	- المراجعة المكتبية
٤٣	- أساليب المعالجة الإحصائية
٧٥-٤٥	الفصل الثاني: الموهوبونوفن السخرية
٤٥	- تمهيد
٤٦	- مفهوم الموهبة والموهوبين
٤٩	- مجالات الموهبة
٥٤	- رعاية الموهوبين

٥٩	- الموهوبون وعلاقتهم بالتلفزيون والإنترنت
٦٣	- الموهوبون والحس الفكاهي
٦٥	- مفهوم السخرية
٦٨	- شخصية الساخر
٦٩	- أساليب السخرية
٧٢	- أهمية السخرية
١١٦-٧٧	الفصل الثالث: البرامج الساخرة على موقع اليوتيوب والقنوات الفضائية في ضوء نظرية وضع الأجندة
٧٧	تمهيد
٧٨	القنوات الفضائية....إيجابياتها وسلبياتها
٨٣	موقع اليوتيوب...خصائصه وإيجابياته وسلبياته
٩٠	العلاقة بين القنوات الفضائية وموقع اليوتيوب
٩٣	مفهوم البرامج الساخرة
٩٥	أهداف البرامج الساخرة
٩٦	عناصر البرامج الساخرة
٩٩	الانتقادات الموجهة للبرامج الساخرة
١٠٠	نظرية وضع الأجندة
١٠١	فروض نظرية وضع الأجندة
١٠٣	المتغيرات الوسيطة المؤثرة في عملية وضع الأجندة
١١١	الانتقادات الموجهة لنظرية وضع الأجندة والرد عليها
١١٤	الاتجاهات الحديثة في بحوث نظرية وضع الأجندة
١٩٦-١١٨	الفصل الرابع: نتائج الدراسة
١١٨	- نتائج تساؤلات الدراسة التحليلية
٢٨٥-١٩٨	الفصل الخامس: نتائج تساؤلات الدراسة الميدانية واختبار فروض الدراسة
١٩٨	أولاً: نتائج تساؤلات الدراسة الميدانية
٢٤٣	ثانياً: نتائج اختبار فروض الدراسة
٢٥٦	النتائج العامة للدراسة

٢٨٤	توصيات ومقترحات الدراسة
٢٩٩-٢٨٧	مراجع الدراسة
٢٨٧	- المراجع العربية
٢٩٦	- المراجع الأجنبية
٢٩٩	- مواقع الإنترنت
٣٢٤-٣٠٢	ملاحق الدراسة
٣٠٢	- ملحق رقم (١) استمارة تحليل المضمون
٣١٤	- ملحق رقم (٢) استمارة الاستبيان
٣٣٠-٣٢٦	مرفقات الدراسة
٣٢٦	- قرار موافقة الجهاز المركزي للتعبة العامة والإحصاء
٣٢٨	- موافقة مديرية التربية والتعليم
٣٢٩	- موافقة الإدارات التعليمية
٣٣٣	- ملخصات الدراسة

قائمة الجداول

الرقم	عنوان الجدول	رقم الصفحة
١-	توزيع البرامج الساخرة عينة الدراسة التي خضعت للتحليل	١١٩
٢-	مدى وجود قضية عامة في البرامج الساخرة على موقع اليوتيوب	١٢٣
٣-	مدى وجود قضية عامة في البرامج الساخرة على القنوات الفضائية	١٢٤
٤-	مدى وجود قضية عامة في البرامج الساخرة على موقع اليوتيوب والقنوات الفضائية	١٢٤
٥-	القوالب الفنية المستخدمة في عرض القضايا العامة في البرامج الساخرة على موقع اليوتيوب	١٢٥
٦-	القوالب الفنية المستخدمة في عرض القضايا العامة في البرامج الساخرة على القنوات الفضائية	١٢٦
٧-	القوالب الفنية المستخدمة في عرض القضايا العامة في البرامج الساخرة على موقع اليوتيوب والقنوات الفضائية	١٢٧
٨-	المصادر التي تعتمد عليها البرامج الساخرة في عرض القضايا العامة على موقع اليوتيوب	١٢٩
٩-	المصادر التي تعتمد عليها البرامج الساخرة في عرض القضايا العامة على القنوات الفضائية	١٣١
١٠-	المصادر التي تعتمد عليها البرامج الساخرة في عرض القضايا العامة على موقع اليوتيوب والقنوات الفضائية	١٣٢
١١-	عناصر الجذب والتشويق المرئية المستخدمة في البرامج الساخرة على موقع اليوتيوب في عرض القضايا العامة	١٣٥
١٢-	عناصر الجذب والتشويق المرئية المستخدمة في البرامج الساخرة على القنوات الفضائية في عرض القضايا العامة	١٣٧
١٣-	عناصر الجذب والتشويق المرئية المستخدمة في البرامج الساخرة على موقع اليوتيوب والقنوات الفضائية في عرض القضايا العامة	١٣٩
١٤-	عناصر الجذب والتشويق الصوتية المستخدمة في البرامج الساخرة على موقع اليوتيوب في عرض القضايا العامة	١٤٢

١٤٤	عناصر الجذب والتشويق الصوتية المستخدمة في البرامج الساخرة على القنوات الفضائية في عرض القضايا العامة	١٥-
١٤٥	عناصر الجذب والتشويق الصوتية المستخدمة في البرامج الساخرة على موقع اليوتيوب والقنوات الفضائية في عرض القضايا العامة	١٦-
١٤٧	نوع القضايا العامة المطروحة في البرامج الساخرة على موقع اليوتيوب	١٧-
١٤٩	نوع القضايا العامة المطروحة في البرامج الساخرة على القنوات الفضائية	١٨-
١٥٠	نوع القضايا العامة المطروحة في البرامج الساخرة على موقع اليوتيوب والقنوات الفضائية	١٩-
١٥٢	أجندة البرامج الساخرة على موقع اليوتيوب بالنسبة للقضايا السياسية	٢٠-
١٥٤	أجندة البرامج الساخرة على القنوات الفضائية بالنسبة للقضايا السياسية	٢١-
١٥٦	أجندة البرامج الساخرة على موقع اليوتيوب والقنوات الفضائية بالنسبة للقضايا السياسية	٢٢-
١٥٨	أجندة البرامج الساخرة على موقع اليوتيوب بالنسبة للقضايا الاجتماعية	٢٣-
١٦٠	أجندة البرامج الساخرة على القنوات الفضائية بالنسبة للقضايا الاجتماعية	٢٤-
١٦١	أجندة البرامج الساخرة على موقع اليوتيوب والقنوات الفضائية بالنسبة للقضايا الاجتماعية	٢٥-
١٦٣	أجندة البرامج الساخرة على موقع اليوتيوب بالنسبة للقضايا الدينية	٢٦-
١٦٤	أجندة البرامج الساخرة على القنوات الفضائية بالنسبة للقضايا الدينية	٢٧-
١٦٥	أجندة البرامج الساخرة على موقع اليوتيوب والقنوات الفضائية بالنسبة للقضايا الدينية	٢٨-
١٦٦	أجندة البرامج الساخرة على موقع اليوتيوب بالنسبة للقضايا الاقتصادية	٢٩-
١٦٧	أجندة البرامج الساخرة على القنوات الفضائية بالنسبة للقضايا الاقتصادية	٣٠-
١٦٨	أجندة البرامج الساخرة على موقع اليوتيوب والقنوات الفضائية بالنسبة للقضايا الاقتصادية	٣١-
١٦٩	أجندة البرامج الساخرة على موقع اليوتيوب بالنسبة للقضايا الرياضية	٣٢-
١٧٠	أجندة البرامج الساخرة على القنوات الفضائية بالنسبة للقضايا الرياضية	٣٣-

١٧١	أجندة البرامج الساخرة على موقع اليوتيوب والقنوات الفضائية بالنسبة للقضايا الرياضية	-٣٤
١٧٢	أساليب السخرية المستخدمة في عرض القضايا العامة في البرامج الساخرة على موقع اليوتيوب	-٣٥
١٧٤	أساليب السخرية المستخدمة في عرض القضايا العامة في البرامج الساخرة على القنوات الفضائية	-٣٦
١٧٦	أساليب السخرية المستخدمة في عرض القضايا العامة في البرامج الساخرة على موقع اليوتيوب والقنوات الفضائية	-٣٧
١٧٧	أسلوب تناول القضايا العامة في البرامج الساخرة على موقع اليوتيوب	-٣٨
١٧٨	أسلوب تناول القضايا العامة في البرامج الساخرة على القنوات الفضائية	-٣٩
١٧٩	أسلوب تناول القضايا العامة في البرامج الساخرة على موقع اليوتيوب والقنوات الفضائية	-٤٠
١٨٠	الاستمالات الإقناعية المستخدمة في عرض القضايا العامة في البرامج الساخرة على موقع اليوتيوب	-٤١
١٨١	الاستمالات الإقناعية المستخدمة في عرض القضايا العامة في البرامج الساخرة على القنوات الفضائية	-٤٢
١٨٢	الاستمالات الإقناعية المستخدمة في عرض القضايا العامة في البرامج الساخرة على موقع اليوتيوب والقنوات الفضائية	-٤٣
١٨٣	الاستمالات العقلية المستخدمة في عرض القضايا العامة في البرامج الساخرة على موقع اليوتيوب	-٤٤
١٨٥	الاستمالات العقلية المستخدمة في عرض القضايا العامة في البرامج الساخرة على القنوات الفضائية	-٤٥
١٨٧	الاستمالات العقلية المستخدمة في عرض القضايا العامة في البرامج الساخرة على موقع اليوتيوب والقنوات الفضائية	-٤٦
١٨٩	الاستمالات العاطفية المستخدمة في عرض القضايا العامة في البرامج الساخرة على موقع اليوتيوب	-٤٧
١٩٠	الاستمالات العاطفية المستخدمة في عرض القضايا العامة في البرامج الساخرة على القنوات الفضائية	-٤٨
١٩١	الاستمالات العاطفية المستخدمة في عرض القضايا العامة في البرامج الساخرة على موقع اليوتيوب والقنوات الفضائية	-٤٩
١٩٣	الأهداف التي تسعى البرامج الساخرة على موقع اليوتيوب نحو تحقيقها	-٥٠
١٩٤	الأهداف التي تسعى البرامج الساخرة على القنوات الفضائية نحو تحقيقها	-٥١

١٩٥	الأهداف التي تسعى البرامج الساخرة على موقع اليوتيوب والقنوات الفضائية نحو تحقيقها	٥٢-
١٩٨	مدى مشاهدة المهوبين للبرامج الساخرة على موقع اليوتيوب	٥٣-
١٩٨	مدى مشاهدة المهوبين للبرامج الساخرة على القنوات الفضائية	٥٤-
٢٠٠	القنوات الأكثر تفضيلاً لدى المهوبين لمشاهدة البرامج الساخرة على موقع اليوتيوب	٥٥-
٢٠١	القنوات الأكثر تفضيلاً لدى المهوبين لمشاهدة البرامج الساخرة على القنوات الفضائية	٥٦-
٢٠٢	دوافع مشاهدة المهوبين للبرامج الساخرة على موقع اليوتيوب والقنوات الفضائية	٥٧-
٢٠٤	عدد مرات مشاهدة المهوبين للبرامج الساخرة على موقع اليوتيوب أسبوعياً	٥٨-
٢٠٤	عدد مرات مشاهدة المهوبين للبرامج الساخرة على القنوات الفضائية أسبوعياً	٥٩-
٢٠٦	مدى متابعة المهوبين للبرامج الساخرة (عينة الدراسة) على موقع اليوتيوب والقنوات الفضائية	٦٠-
٢٠٩	اللغة المفضلة لدى المهوبين لتقديم البرامج الساخرة على موقع اليوتيوب والقنوات الفضائية	٦١-
٢١٠	نوع مقدم البرنامج المفضل لدى المهوبين لتقديم البرامج الساخرة على موقع اليوتيوب والقنوات الفضائية	٦٢-
٢١٢	عناصر الجذب والتشويق المفضلة لدى المهوبين في البرامج الساخرة على موقع اليوتيوب والقنوات الفضائية	٦٣-
٢١٤	مدى مشاركة المهوبين في البرامج الساخرة على موقع اليوتيوب	٦٤-
٢١٤	مدى مشاركة المهوبين في البرامج الساخرة على القنوات الفضائية	٦٥-
٢١٦	طرق مشاركة المهوبين في البرامج الساخرة على موقع اليوتيوب	٦٦-
٢١٧	طرق مشاركة المهوبين في البرامج الساخرة على القنوات الفضائية.	٦٧-
٢١٨	أسباب مشاركة المهوبين في البرامج الساخرة على موقع اليوتيوب	٦٨-
٢١٩	أسباب مشاركة المهوبين في البرامج الساخرة على القنوات الفضائية	٦٩-
٢٢٠	أسباب عدم مشاركة المهوبين في البرامج الساخرة على موقع اليوتيوب	٧٠-
٢٢٠	أسباب عدم مشاركة المهوبين في البرامج الساخرة على القنوات الفضائية	٧١-
٢٢٢	مدى اعتماد المهوبين على البرامج الساخرة على موقع اليوتيوب والقنوات الفضائية للحصول على المعلومات حول القضايا العامة	٧٢-
٢٢٤	نوع القضايا العامة التي يفضل المهوبين متابعتها في البرامج الساخرة على موقع اليوتيوب والقنوات الفضائية	٧٣-

٢٢٦	أجندة الموهوبين بالنسبة للقضايا السياسية المطروحة في البرامج الساخرة على موقع اليوتيوب والقنوات الفضائية	٧٤-
٢٢٨	أجندة الموهوبين بالنسبة للقضايا الاجتماعية المطروحة في البرامج الساخرة على موقع اليوتيوب والقنوات الفضائية	٧٥-
٢٣٠	أجندة الموهوبين بالنسبة للقضايا الدينية المطروحة في البرامج الساخرة على موقع اليوتيوب والقنوات الفضائية	٧٦-
٢٣١	أجندة الموهوبين بالنسبة للقضايا الاقتصادية المطروحة في البرامج الساخرة على موقع اليوتيوب والقنوات الفضائية	٧٧-
٢٣٢	أجندة الموهوبين بالنسبة للقضايا الرياضية المطروحة في البرامج الساخرة على موقع اليوتيوب والقنوات الفضائية	٧٨-
٢٣٣	مدى مناقشة الموهوبين للآخرين حول القضايا المهمة في البرامج الساخرة على موقع اليوتيوب والقنوات الفضائية	٧٩-
٢٣٤	مع من يتناقش الموهوبين حول القضايا المهمة في البرامج الساخرة على موقع اليوتيوب والقنوات الفضائية	٨٠-
٢٣٥	أسباب مناقشة الموهوبين حول القضايا المهمة في البرامج الساخرة على موقع اليوتيوب والقنوات الفضائية	٨١-
٢٣٧	الفروق الموجودة بين البرامج الساخرة على موقع اليوتيوب والقنوات الفضائية	٨٢-
٢٣٩	تأثير البرامج الساخرة على موقع اليوتيوب والقنوات الفضائية	٨٣-
٢٤١	مقترحات الموهوبين لتطوير أداء البرامج الساخرة على موقع اليوتيوب والقنوات الفضائية	٨٤-
٢٤٣	العلاقة بين أجندة البرامج الساخرة على موقع اليوتيوب والقنوات الفضائية، وأجندة الموهوبين بالنسبة للقضايا العامة	٨٥-
٢٤٨	الفروق بين الموهوبين (الذكور – الإناث) في معدل تعرضهم للبرامج الساخرة على موقع اليوتيوب والقنوات الفضائية	٨٦-
٢٥١	الفروق بين الموهوبين (فنياً-موسيقياً- تمثيل- أدبياً- رياضياً) في معدل تعرضهم للبرامج الساخرة على موقع اليوتيوب والقنوات الفضائية	٨٧-
٢٥٣	العلاقة بين أجندة البرامج الساخرة على موقع اليوتيوب وأجندة البرامج الساخرة في القنوات الفضائية بالنسبة للقضايا العامة	٨٨-