

## الفصل الخامس

دور وسائل الأعلام فى تقديم القدوة

للشباب الجامعى

دراسة ميدانية على عينة من طلاب الجامعة بسوهاج



## أولاً : فكرة الدراسة وأهميتها :-

لعل السبب في قيامي بهذه الدراسة يعود إلى طلابي الذين تحاورت معهم كثيراً أثناء مناقشتي لكتاباتهم في باب رسائل القراء بجريدة صوت الجامعة التي يصلرها قسم الصحافة بأداب سواهج لتدريب الطلاب . وأيضاً من خلال مناقشاتي العامة معهم أثناء المحاضرات العلمية والأنشطة الطلابية المختلفة والتي كشفت لي عن حقائق هامة هي :-

١- إن وجود القدوة أمر طبيعي يتفق مع ميول الإنسان وفطرته ويؤثر في بناء شخصيته وتكوين القيم الدينية والاجتماعية والإنسانية لديه.

٢- يعد افتقاد القدوة الحسنة أحد العوامل الأساسية للانحراف والتطرف والافتقاد القيم والعادات التي تساعد الشباب على التكيف مع المجتمع وإقامة علاقات اجتماعية إيجابية تساعد على تحديد ميول الشباب ومعتقداتهم وأصاليهم ومعاييرهم الاجتماعية بصورة تجعل الشباب طاقة إيجابية للبناء والتطور والتمية كما أنه يزيد من طموحات الشباب ويوسع آفاقهم الفكرية ويزيد درجة تفاعلهم ومشاركتهم السياسية والاجتماعية .

٣- ضعف التوجيه الذي يتلقاه الشباب الجامعي من المصادر المحيطة به سواء في الأسرة أو الجامعة أو من جانب وسائل الإعلام والافتقاد القدوة في كل هذه المواقع إلى جانب الفراغ الديني الذي يحيط بالشباب وسوء فهم الدين والحربة وممارستها وكذلك سوء فهم الحقوق والواجبات وعدم الربط بينها .

٤- إن قضية القدوة الحسنة تمثل واحدة من أخطر المشاكل وأكثرها تعقيداً وأبعدها أثراً في حياة الشباب واجتمع معا . لأن الكثير من الجموح في فكر وسلوك الشباب يرجع لافتقاده القدوة الحسنة وبالتالي فقدانه للثقة في نفسه وفي مجتمعه وفي قنونه على تحقيق آماله والبات ذاته فيسمى من ثم إلى الهرب إما بالهجرة إلى الخارج أو بالجموح والانحراف السلوكي القداء بالماذج السيئة التي يراها تطلو على السطح

أو بالانطواء واللامبالاة وانعدام المشاركة الإيجابية في العمل الوطني إيماناً منه بعجز المجتمع عن مواجهة النماذج الطفيلية .

٥- إن تفشى الكثير من الظواهر السلبية في المجتمع يرجع إلى غياب القدوة نظراً لتقصير دور مؤسسات التنشئة وخاصة المؤسسات الإعلامية في تقديم القدوة المناسبة للشباب في ظل متغيرات عالم اليوم وفي إطار القيم والتقاليد الاجتماعية المتوارثة .

٦- إن جيلنا والجيل الذي سبقنا اكتفيا بمجرد الكلام . وعجزا عن تحقيق أحلامهما لأنهما جيل بلا قدوة كما أنهما عجزا عن نقل أفكارهما من واقع المثاليات المستحيلة إلى أرض الواقع .. ولذلك فإننا كقدوة عاجزين عن إقناع الشباب بأفكارنا .. كما أننا من ناحية أخرى إنشغلنا عنهم بأمورنا الحياتية وعمشاكلنا العامة سواء على نطاق الأسرة أو المدرسة أو الجماعة وتركناهم فريسة سهلة لوسائل الإعلام وبخاصة التلفزيون والسينما لتحشو عقولهم بكل غث وناقة وغريب ومتناقض دون أن نحصر على توعيتهم أو تحصينهم ضد هذه التناقضات

كما تقوم فكرة هذه الدراسة من ناحية أخرى على قناعتي بالدور الهام الذي تلعبه وسائل الإعلام في مجال تقديم القدوة للشباب على اعتبار أن نموذج القدوة في إطار التنشئة الاجتماعية يكسب الشباب الأفكار والقيم والمعايير والانفعالات التي تناسب كل نوع من أنواع الأدوار الاجتماعية في الأسرة والمهنة والدين والسياسة والتعليم" (١) أي أنها تسهم في تحقيق الدور المكتسب . حيث يتوهم الشباب الدور الذي يعتقد أن الآخرين يتوقعون منه القيام به مستقبلاً . فمن خلال تقديم وسائل الإعلام لنماذج من الأفراد الذين حققوا نبوغاً في مجال من المجالات وتمثيل سلوكهم في أدوار معينة تحدد اتجاهات الشباب وانفعالاته الملائمة لشغل هذا الدور (٢) .

## ثانياً : مشكلة الدراسة :

وفي إطار قناعتي بأهمية الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في مجال تقديم القدوة للشباب . ومن خلال الحقائق التي تكشفنا لي من خلال مناقشاتي مع الشباب من طلاب

قسم الصحافة خاصة وطلاب جامعة أسيرط فرع سوهاج عامة تحدت مشكلة هذه الدراسة . وتتلخص فى محاولة التعرف على مدى أهمية القدوة لدى طلاب جامعة أسيرط فرع سوهاج والخصائص المميزة لهذه القدوة ومصادر الحصول على معلومات عنها .

ثالثا : تحديد المفاهيم :

#### ١ - مفهوم الطالب الجامعى :-

يمثل الطلاب فئة من الشباب الذين يتلقون العلم فى أى من معاهده المختلفة ، ويقصد بالطالب الجامعى الطالب الذى اتحت له فرصة الوصول إلى مرحلة التعليم الجامعى أو العالى . وهم يمثلون فئة إجتماعية وليس طبقة خاصة وذلك لأنهم لا يشغلون وضعا مستقلا فى الإنتاج الإقتصادى وإنما بمجموعهم هم الإختصاصيون الذين سيشتغلون فى الإنتاج المادى والعلمى والتطبيقى والثقافى وإدارة الدولة والمجتمع(٣)

ويمثل الطلاب المحور الأساسى لأية جامعة والعمود الفقرى لها حيث يعد الطلاب من أهم مراحل التكوين والانطلاق نحو تحقيق أهداف المجتمع بقوة وإيمان واستعداد لتحمل مسئوليات المستقبل .

وهم صفة الشباب فى أى مجتمع . ولعلنا نلاحظ اليوم مدى الإهتمام بالجامعات وطلابها من قبل قيادات المجتمع وعامته . ويزداد طلاب الجامعات بالمجتمعات النامية زيادة لا تمكن البناء الطبقي من ملاحفة اتساع الآفاق الكبيرة ونمو الطموحات لديهم . هذا بالإضافة إلى الهوة الموجودة بين التعليم بمفهومه الغربى الذى يهدف إلى إعداد الفرد إعداداً علمياً شاملاً إلى حد ما وبين رغبة طلاب الجامعة بالبلاد النامية لتحصيل المعلومات بشكل برجماتى يمكن أن يخدم أغراض الإنزفاع العملى . ومن هنا فإن الجيل الحالى من طلاب الجامعات باتون إليها بأفق واسع من الرغبات والتوقعات ، فالكثير منهم يأتى للجامعة لأن هذا ما يتوقعه فهم أهلهم . ويعتقدون أن الحصول على المؤهل الجامعى سوف يساعدهم لأن يكتسبوا معيشة أفضل .

والطلاب ليسوا طبقة ولكنهم حالة وفتية يجمعهم وقت الدراسة ثم يصبحون قوى إنتاجية ومصطنعون بالمجتمع القائم ولذلك فإنهم يحاولون تحقيق الذات وهم مجتمعون ويمثلون دائماً صورة من يتخذونه قدوة لهم فمنهم من يتخذ قدوته شخصية سياسية نادرة ومنهم من يتخذ قدوته شخصية رياضية حققت بطولات عالمية وهكذا .

وهناك ظروف عديدة تؤثر فيهم وفي إختيارهم لقدوتهم منها :

- ظروف التربية الأسرية التي نشأوا في إطارها وتشربوا قيمها وعاداتها .

- ظروف التربية المدرسية التي عاشوا تحت تأثيرها سنوات لاتقل عن ١٢ سنة من عمرهم .

- تأثير وسائل الإعلام المختلفة على شخصياتهم وتقاليدهم واتجاهاتهم تأليراً فعلاً .

## ٢ - القدوة :

القدوة لغة من الإقتداء .. ويقال قدوة يقتدى به .. إذا تسنى وفعل فعله .. والقدوة ما إقتديت وتسننت به وهو الإسوة والإلتزام والإسوة أيضاً .. وجمعها قدى أما الإقتداء فهو التقليد والمحاكاة ويكون للمقتدى . والتقليد فى اللغة مصدر قلد . وجمعه تقاليد وتقليدات. والمقلد صفة ضد الإبتكار (٤) . والتقليد عبارة عن اتباع الإنسان غيره فيما يقول أو يفعل معتقداً . أى قبول قول الغير بلا حجة وبلا دليل (٥) وهو ميل فطرى فى الإنسان يدفعه إلى فعل ما يريد أن يتذكره من أفعال غيره وحركاته بطريق مباشر أو غير مباشر . فالطفل يميل إلى تقليد والديه فى كثير من أساليب الحياة .. والناس يقلد بعضهم بعضاً فى كثير من أساليب التعامل وغيرها .. ولذلك يعرفه علماء النفس والتربية بأنه انتقال ألوان السلوك أو المظاهر التنفيذية من فرد إلى آخر . وإذا كانت الرغبة فى التقليد صريحة كان التقليد مقصوداً . وإذا كانت الرغبة غير صريحة أو لاشعورية كان التقليد غير مقصود .

ويستثير القدوة فى العادة ميول الآخرين الفطرية الأولية للاقتداء والتقليد . فالإنسان يحب المشاركة الوجدانية والإندماج ويميل إلى التقليد والمحاكاة ، كما أنه لديه الإسعداد لقبول الإيحاء والإستهواء (٦) .

وتقوم القدوة الحسنة على هذه الفريضة . غريزة المحاكاة . وهذه الغريزة كما يقول الدكتور عبد اللطيف حمزة تأثير فعال فى ميادين الإعلام والإعلان والزينة والتعليم على السواء . ولذلك يعتمد عليها رجال هذه الميادين كلها دون إستثناء . فالمربون والمعلمون فى جميع مراحل التعليم يسوقون إلى الشباب أمثلة كثيرة للبطولة والأبطال وفى كل مجال من مجالات العمل والكفاح كمجال العلم ومجال الكشف وذلك فضلا عن مجال الحرب والجهاد(٧).

والدوافع التى تدفع للمحاكاة والتقليد كثيرة منها الرغبة فى ائتمان العمل . ومنها الإعجاب بشخصية القدوة لسلطته أو لمركزه الإجماعى كتقليد الآباء والمدرسين والعظماء (٨) .. ومنها المحبة والألفة التى تجمع بين أفراد أو جماعات فتؤدى إلى التشابه بينهم فى كل شئ .. وهو مايسمى بالمشاركة الوجدانية حيث يجد الإنسان نفسه مندفعاً بروح الإعجاب بأمر ما أو سلوك أو عادة سائدة فيحاكيها .. ويجد فى هذه المشاركة الوجدانية راحة وانسجاماً إجتماعياً .. وفى الشذوذ عنها نوعاً من الإضطراب النفسى (٩) ويطلق علماء النفس على هذه العملية التى يتحقق من خلالها تمثل الأسلوب الإجماعى الموجود فى الثقافة التى يعيش فيها الفرد اسم التقمص أو التوحيد Identification.(١٠) وهذه العملية تأثير كبير فى نمو الشخصية . فالطفل يشبه أباه شبيهاً كبيراً . طالما كان أبوه محققاً لأهداف يحبها الصبى . فإذا لم يحقق الوالدان رغبة أطفائهما . اتجه الاطفال وجهة أخرى للبحث عن مثل مناسب(١١).

ويرتبط مفهوم التوحيد بنظرية التقمص الوجدانى Empathy فى وسائل الإعلام . وتعنى هنا القدرة على أن يضع الفرد نفسه فى ظروف ومواقف نماذج القدوة التى تقدم من خلال وسائل الإعلام . فمن خلال الربط بين ذهن المرسل وذهن المستقبل بوسائل الإعلام

يحل التحرك السيكولوجي محل التحرك المادى ويقوم المستقبل بتخصيص بل وممارسة الأدوار الأخرى لنماذج القدوة التى تقدمها وسائل الإعلام .. مما يسهل عملية غرس أسس ومعايير إجتماعية مشتركة تجعل عملية تماسك الجماعة واستمرارها أمراً ممكناً وضرورياً .

وبذلك تتضح أهمية نماذج القدوة وأهمية الدور الذى تلعبه وسائل الإعلام فى هذا

المجال .

#### رابعاً : أهداف الدراسة :

وقد تم بلورة هذه المشكلة فى مجموعة من الأهداف تسعى الدراسة الحالية لتحقيقها

وهى :-

- ١- مدى اعتقاد الشباب بأهمية القدوة ؟ والأسباب المختلفة لذلك ؟
- ٢- مدى عناية الشباب بالحصول على معلومات عن قدوته .
- ٣- مدى كفاية هذه المعلومات من وجهة نظر عينة الدراسة .
- ٤- اتجاهات الشباب نحو القدوة .
- ٥- مدى أهمية وسائل الإعلام فى مجال تقديم القدوة للشباب .
- ٦- المجالات التى تسهم وسائل الإعلام فى تقديم القدوة عنها .
- ٧- الخصائص المميزة للقدوة فى وسائل الإعلام من وجهة نظر عينة الدراسة من حيث :الجنس - الجنسية - الصفات المميزة - الواقعية
- ٨- النماذج التى ينبغى على وسائل الإعلام تقديمها للشباب .

#### خامساً : منهج الدراسة وأداتها :

هذه الدراسة من نوع الدراسات الوصفية وتستخدم منهج المسح الميدانى بهرض التعرف على خصائص الدور الذى تلعبه وسائل الإعلام فى مجال تقديم القدوة للشباب الجامعى.

وترجع أهمية المنهج المستخدم لكونه من أفضل المناهج التى تساعد على تحقيق أهداف الدراسة . ولقدرته على توفير إجابات لما طرحته الدراسة من تساؤلات وذلك من خلال الأداة المستخدمة لجمع البيانات وهى الإستبيان .

ويرجع السبب فى تفضيل هذا الأسلوب إلى أنه يتيح الفرصة للباحث لسبر أغوار المبحوثين للتحقق من صحة وصدق البيانات التى أدلوا بها من ناحية ومن ناحية أخرى يساعد على إزالة أى لبس أو غموض فيما يتعلق بمدى فهم المبحوثين للأسئلة التى تضمنها الإستبيان . ومن ناحية ثالثة لوجود فريق بحث معاون ملرب على عملية جمع البيانات يتكون من طلاب الفرقة الرابعة بقسم الصحافة والدين تم تدريبهم على هذه المهارات من خلال مادة مناهج البحث . والسادة المعيدين والمدرسين المساعدين بالقسم .. والذين عاونوا فى الإشراف على عملية جمع البيانات وتفريدها .

ولقد تم تحكيم الإستبيان قبل تطبيقه وعرضه على عدد من المحكمين (١٢) المهتمين بمجال الدراسة كما تم تطبيقه فى شكل دراسة إستطلاعية على عينة من ثلاثين فردا .. ولقد استفادت الباحثة من نتائج هذه الدراسة ومن ملاحظات المحكمين قبل التصميم النهائى للأداة .

#### سادسا : عينة الدراسة :

يتحدد المجال الزمنى لإجراء الدراسة الميدانية بشهر أكتوبر ١٩٩٤ م . أما فترة الإستعداد والدراسة الإستطلاعية والمقابلات غير المقتنة فقد استغرقت الفترة من أكتوبر ٩٣ - أكتوبر ١٩٩٤ م .

وجغرافيا . فقد تركز العمل فى فرع جامعة أسيوط بسوهاج حيث توجد كليات الآداب والىرية والعلوم والتجارة والطب وتضم طلابا ينتمون إلى مختلف أقاليم الصعيد والوجه البحرى . ولقد اقتصرت الدراسة على طلاب الفرقة الرابعة وقد تم تحديد حجم العينة بنسبة ١٠٪ من مجموع طلاب السنة النهائية بكليات الفرع والبالغ عددهم ١٨٠٠ طالباً . وروعى فى اختيارها تمثيل طلاب الكليات المختلفة وتمثيل كل من الذكور والإناث بنفس نسبتهم فى المجتمع الأسمى ولذلك فقد تم تفضيل أسلوب العشوائية الطبقية فى اختيار هذه العينة لضمان تمثيلها للمجتمع الأسمى .

### سابعاً : خصائص العينة :

١- من حيث الجنس يلاحظ أن نسبة الذكور فى العينة تساوى تقريبا ضعف نسبة الإناث حيث تبلغ نسبة الذكور ٦٣,٣٣٪ من جملة العينة بينما تبلغ نسبة الإناث حوالى ٣٦,٦٧٪ من جملة أفراد العينة (جدول رقم ١) .

٢- أما من حيث السن فتقع نسبة حوالى ٧٨,٨٩٪ من عينة الدراسة فى المرحلة العمرية من ٢١ سنة حتى ٢٤ سنة ويرجع ذلك لطبيعة العينة حيث أنها تمثل طلاب الفرق النهائية بالكليات النظرية والعملية وبلى ذلك من تبلغ أعمارهم فى الفئة العمرية أقل من ٢٠ سنة وتبلغ نسبتهم حوالى ١٧,٢٢٪ من جملة أفراد العينة وهم يمثلون أيضا طلاب الفرق النهائية ولكن يمتازون بصغر أعمارهم . أما من يقع فى الفئة العمرية من ٢٥ إلى ٢٨ سنة فتبلغ نسبتهم ٢,٧٨٪ من جملة أفراد العينة وكذلك من يبلغ أكثر من ٢٨ سنة فتبلغ نسبتهم ١,١١٪ (جدول رقم ٢) .

٣- ومن حيث التوزيع وفقا لكليات الدراسة تأتى كلية الربية فى مقدمة الكليات من حيث تمثيلها فى عينة الدراسة حيث بلغت نسبة من ينتمون إليها من أفراد العينة ٤٢,٢٢٪ من جملة أفراد العينة . يليها كلية التجارة حيث بلغت نسبة منسوبيها فى العينة حوالى ١,٣٩٪ من جملة أفراد العينة . ويرجع ذلك إلى زيادة عدد طلاب هاتين الكليتين فى مجتمع الدراسة ثم طلاب كلية الآداب وذلك بنسبة ١٨,٩٠٪ من جملة

أفراد العينة. وبأى فى المرتبة الأخرى كل من كلية الطب ونسبة منسوبها ٤٤,٤٤٪ من جملة العينة. ثم كلية العلوم ونسبتها ٣,٣٣٪ من جملة أفراد العينة. (جدول رقم ٣)

٤- أما من حيث مكان الإقامة فتبلغ نسبة من يقطن بالمدينة الجامعية من أفراد العينة ٦٢,٧٨٪. يليهم من يقطن بالسكن الخارجى وتبلغ نسبتهم ١٩,٤٤٪ من جملة أفراد العينة. أما من يقم مع الأسرة فتبلغ نسبتهم ١٣,٨٩٪ من جملة العينة. وجاء فى المرتبة الرابعة السكن مع أحد الأقارب حيث بلغت ٣,٨٩٪ منهم. (جدول رقم ٤).

٥- وبالنسبة لمحل الميلاد فإن نسبة من ينتمى إلى قرية (محل ميلاد وإقامة دائمة) تبلغ ٥٠,٥٦٪ من جملة أفراد العينة. ومن ينتمى إلى المدينة (محل ميلاد وإقامة دائمة) فتبلغ ٤٩,٤٤٪ من جملة أفراد العينة (جدول رقم ٥).

٦- ومن حيث متوسط الدخل الشهرى للأسرة توجد نسبة ٢٦٪ من جملة أفراد العينة يبلغ متوسط الدخل الشهرى لأسرهم حوالى من ٢٠٠ : ٣٠٠ جنيه شهرياً. يليهم من يبلغ متوسط الدخل الشهرى لأسرته فى الفئة من ١٠٠ : ٢٠٠ جنيه ونسبتهم ٢٢,٢٢٪ من جملة أفراد العينة. أما من يبلغ متوسط دخلهم الشهرى فى الفئة من ٣٠٠ : ٤٠٠ جنيه فنسبتهم ١٦٪ يليهم من يبلغ متوسط دخلهم الشهرى من ٤٠٠ : ٥٠٠ جنيه ونسبتهم ١٥٪ من جملة أفراد العينة. وبالنسبة لمن يقل متوسط دخل أسرهم عن ١٠٠ جنيه فتبلغ نسبتهم ٩,٤٤٪ من جملة أفراد العينة. ومن يبلغ متوسط دخل أسرهم الشهرى أكثر من ٥٠٠ جنيه فتبلغ نسبتهم حوالى ١١,١١٪ من جملة أفراد العينة. (جدول رقم ٦).

## ثامناً : نتائج الدراسة :

### ١- أهمية القدوة للشباب :

أجمع كل أفراد العينة دون استثناء على أهمية القدوة لدى الشباب فقد أجاب كل أفراد العينة بنسبة ١٠٠٪ بأنهم يؤمنون بأهمية القدوة بالنسبة لهم (جدول رقم ٧) .

### ٢ - وبالنسبة لأسباب الاعتقاد بأهمية القدوة :

ترى نسبة ٣٠,٥٢٪ من جملة أفراد العينة أن القدوة ضرورية لتدعيم القيم والعادات السائدة . وترى نسبة ٢٥٪ منهم أنها ضرورية لتطوير المجتمع وتنميته. وهناك نسبة ١٨,٦٤٪ من جملة أفراد العينة ترى أنها ضرورية لتعلم عادات وسلوكيات جديدة . ويلي ذلك أنها ضرورية لنشر أفكار ومعلومات جديدة بنسبة ١٠,١٧٪ . ينما ترى ٨,٨٩٪ منهم أنها ضرورية لتوجيه الفرد نحو بناء شخصيته وهناك نسبة ٦,٧٨٪ ترى أنها ضرورية لتعطي للفرد هدفا يسعى إليه وحافزا للنجاح . (جدول رقم ٨) .

### ٣- مصادر المعلومات عن القدوة :

بالنسبة لمصادر المعلومات الشباب عن القدوة يلاحظ التالي :

- أن القرآن الكريم والسنة النبوية المطهرة تعتبر المصدر رقم واحد من حيث إمداد أفراد العينة بمعلومات عن قدوتهم وذلك في نظر ٢٠,٠٦٪ من جملة أفراد العينة .
- يليها الكتب الدينية وذلك في رأى ١٦,٨٠٪ من جملة أفراد العينة .

- وبأى فى المرتبة الثالثة الأساتذة وذلك فى رأى ١٠,٤٤ ٪ منهم .
- وجاء التلفزيون فى المرتبة الرابعة من حيث أنه مصدر للمعلومات عن القدوة التى اختارها أفراد العينة وذلك فى رأى ١٠,١١ ٪ مما يؤكد أهمية التلفزيون كأخطر وسيلة إعلامية جماهيرية بلا منافس .
- وجاء فى المرتبة الخامسة بالتساوى كل من الأسرة والأقارب حيث يعتبر من مصادر المعلومات عن القدوة لدى ٨,٤٨ ٪ من جملة أفراد العينة لكل منهما .
- أما الصحافة فجاءت فى المرتبة السادسة وذلك بنسبة ٧,٩٩ ٪ من جملة أفراد العينة بينما تحتل السينما المرتبة السابعة بنسبة ٧,٣٤ ٪ من جملة أفراد العينة .
- واحتل فى المرتبة الثامنة التاريخ والوراثة كمصدر معلومات عن القدوة فى رأى ٥,٨٧ ٪ من جملة أفراد العينة أما الإذاعة فجاءت فى المرتبة الأخيرة وذلك فى رأى ٤,٤٠ ٪ من جملة أفراد العينة .

وتحليل البيانات السابقة نلاحظ أن أشكال الاتصال الشخصى كالأسرة والأساتذة والأقارب تأتى فى المرتبة الثالثة من حيث أهميتها فى تقديم القدوة للشباب وكانت نسبتها مجمعة ٤٤,٢٧ ٪ من جملة التكرارات بينما جاءت وسائل الاتصال الجماهيرى فى المرتبة الثانية ونسبتها ٨٣,٢٩ ٪ وجاء التلفزيون فى مقدمتها يليه الصحافة ثم السينما فالإذاعة فى المرتبة الأخيرة . أما المصادر الدينية والتاريخ والوراثة فقد احتلت المرتبة الأولى من حيث قدرتها على توفير المعلومات عن القدوة ونسبتها معا ٧٣,٤٢ ٪ من جملة تكرارات عينة الدراسة . (جدول رقم ٩) .

#### ٤ - حجم المعلومات عن القدوة :

وبالنسبة لحجم المعلومات عن القدوة يلاحظ مايلى :

- أن حوالي أكثر من نصف العينة يرى أن معلوماته عن قلدوته معقولة إلى حد ما ومناسبة للحكم عليها وذلك في رأى ٥٥,٥٥٪ منهم . بينما ترى نسبة ٣١,٦٨٪ منهم أن معلوماتها عن قلدوتها كثيرة بحيث تجعلهم يتعرفون عليها .
- أما من يرون أن معلوماتهم قليلة عن القلدوة ولا تكفى للحكم عليها فتبلغ نسبتهم ١٠,٥٥٪ من جملة العينة . وتوجد نسبة ٢,٢٢٪ لا يعرفون شيئا عن قلدوتهم ولكنهم قلدوا غيرهم في الإقضاء بها . (جدول رقم ١٠) .

#### ٥- تأثير القلدوة :

ويختص تأثير القلدوة يلاحظ ما يلي :

- يرى أكثر من نصف العينة ٥٦,٦٧٪ أنهم يستشيرون قلدوتهم فيما يواجههم من مواقف يتعرضون لها مما يدل على أنهم يختارون قلدوة معاصرة تعيش بينهم ويلجأون إليها.
- بينما ترى نسبة ١٦,١١٪ أنهم يعتقدون بصحة كل أفكار وآراء قلدوتهم ويرى ١٢,٢٢٪ منهم أنهم يستفسرون من قلدوتهم عن كل ما لا يعلمونه .
- وترى نسبة ١٠,٥٦٪ من جملة أفراد العينة أنهم يأخذون عن قلدوتهم إيجابياته ويكونون سلبياته .
- وتوجد نسبة ٤,٤٤٪ فقط من جملة أفراد العينة هي التي تقلد قلدوتها في كل صفاته وأفعاله . (جدول رقم ١١) .

#### ٦- مكانة القلدوة :

وبدراسة بيانات (جدول ١٢) يتضح أن نحو ٤٤,٤٤٪ من جملة أفراد العينة تشعر نحو قلدوتها بالإمتان بينما تكفى نسبة ٣٣,٣٣٪ من جملة أفراد العينة بالحديث عنها أمام الآخرين. وهناك نسبة ٢٠,٠١٪ من جملة أفراد العينة تحرص على إقناع الآخرين بقلدوتها

ونسبة ضئيلة لا تتعدى ٢,٢٢٪ فقط هي التى تحاول فقط فرض قنوتها على الآخرين للإقضاء بها .

#### ٧- وسائل الإعلام والقنوة :

توضح لنا بيانات ( الجدول رقم ١٣ ) مايلى :-

- ان الأغلبية العظمى من جملة أفراد العينة ونسبتها ٨٦,١٪ يؤيدون أن لوسائل الإعلام دور فى تقديم القنوة للشباب وهو ما يوضح أهمية الدور الذى تلعبه وسائل الإعلام فى هذا المجال .
- بينما ترى نسبة ١٣,٩٪ من جملة أفراد العينة أن وسائل الاعلام غير ضرورية لتقديم القنوة للشباب .
- وبالنسبة لمجالات القنوة التى تهتم وسائل الإعلام بتقديمها كما يرى أفراد عينة الدراسة فهى على النحو التالى :
- يأتى المجال الدينى فى مقدمة المجالات التى يرى أفراد العينة أن وسائل الاعلام تهتم بتقديمها كقنوة للشباب وذلك بنسبة ١٧,٢٠ من جملة التكرارات .
- يليها المجال العلمى وذلك بنسبة ١٢,٥٥٪ . وجاء فى المرتبة الثالثة المجال الأدبى وذلك بنسبة ١٢,١٤٪ من جملة تكرارات عينة الدراسة . ثم المجال الرياضى وذلك بنسبة ١٠,٥٢٪ فالمجال الفكرى والمجال الاجتماعى وذلك فى المرتبة الخامسة بنسبة ١٠,١٢٪ من جملة تكرارات أفراد العينة . ويليه فى المرتبة السادسة المجال الفنى بنسبة ٩,٧١٪ ثم كل من المجال السياسى والعسكرى والاقتصادى وذلك بنسبة ٦,٨٨٪ ، ٥,٨٧٪ و ٤,٨٥٪ على الترتيب من جملة تكرارات عينة الدراسة (جدول رقم ١٤) .

## خصائص القدوة فى وسائل الإعلام :

بالنسبة لنوع القدوة كما تقدمها وسائل الإعلام فهى فى الغالب من الذكور ذلك فى رأى ٨٣,٣٣% من جملة أفراد العينة بينما تبلغ نسبة من يرون أن وسائل الإعلام تقدم القدوة من الأناث نحو ١٦,٦٧% من جملة أفراد العينة. (جدول رقم ١٥)

وبالنسبة لجنسية القدوة يلاحظ مايلى :

- أن النماذج المصرية التى تقدمها وسائل الإعلام كقدوة للشباب تأتى فى المرتبة الأولى لدى ٧٠,٥٦% من جملة أفراد العينة ويلها النماذج العربية بنسبة ١٣,٨٨%.
- وبالنسبة للنماذج التى تنتمى إلى الجنسيات الأخرى الأوروبية والأمريكية فتأتى فى المرتبة التالية ٥,٥٦% .
- وتأتى فى المرتبة الأخيرة نماذج الشخصيات الأفريقية وذلك لدى ٤,٤٤% من جملة العينة بينما لم تزل الشخصيات الآسيوية أى درجة تذكر (جدول رقم ١٦)

وبمخصوص العصر الذى تنتمى إليه القدوة التى تقدمها وسائل الإعلام

يتضح الآتى :

- أن وسائل الإعلام تحرص على تقديم الشخصيات المعاصرة كقدوة وذلك فى رأى ٦٥% من جملة أفراد العينة . وقد انعكس هذا على أسلوب تعامل أفراد عينة الدراسة مع قدوتهم كما يتبين لنا من جدول رقم (١١) حيث أكد نحو ٥٦,٦٧% من جملة أفراد العينة أنهم يستشيرون قدوتهم فيما يواجهونه من مواقف ومشكلات .
- وترى نسبة ٢١,٦٧% من عينة الدراسة أن القدوة التى تقدمها وسائل الإعلام تنتمى إلى نوع الشخصيات التاريخية كالأنبيا والخلفاء الراشدين والعلماء والمفكرين الأوائل .

- وترى نسبة ١٣,٣٣٪ من جملة أفراد العينة أن وسائل الإعلام تقدم لهم القدوة من نوع الشخصيات الأسطورية والخيالية (جدول رقم ١٧) .
- وبمخصوص نماذج الشخصيات التي اتخذها الأفراد قدوة لهم وتعرفوا عليها من وسائل الإعلام فهي كما يلي :
- بالنسبة للنماذج التي اتخذها الأفراد قدوة لهم فهي على النحو التالي :
- تأتي شخصية الشيخ الشعراوي في مقدمة الشخصيات التي يتخذها أفراد العينة قدوة لهم وتعرفوا عليها من خلال وسائل الاعلام المختلفة وذلك في رأى ٢٢,٣٪ من جملة أفراد العينة .
- وتحتل شخصية الدكتور / مصطفى محمود المرتبة الثانية من حيث كونها قدوة حسنة لأفراد العينة وذلك في رأى ١٥٪ منهم .
- يأتي في المرتبة الثالثة الأديب نجيب محفوظ كقدوة للشباب وذلك في رأى ٨,٤٪ من جملة أفراد العينة .
- وتحتل المرتبة الرابعة من بين الشخصيات التي قدمتها وسائل الإعلام كقدوة للشباب شخصية الدكتور طه حسين وذلك في رأى ٧,٥٪ من جملة أفراد العينة
- وجاء في المرتبة الخامسة من الشخصيات التي قدمتها وسائل الإعلام كقدوة شخصية الرسول عليه الصلاة والسلام وذلك بنسبة ٧,٥٪ من جملة التكرارات ويلاحظ أنه نتيجة لذلك فإن الشباب يعتمد بالنسبة للقدوات الدينية على المصادر المطبوعة للحصول على معلومات عن قدوته (راجع جدول رقم ٩) .
- تأتي شخصية الزعيم الراحل جمال عبد الناصر من حيث اهتمام وسائل الإعلام بتقديمها كقدوة في المرتبة السادسة وذلك بنسبة ٥,٢٪ من مجموع التكرارات .

- ثم تساوى على درجة فريه كل من شخصية مصطفى أمين وعباس العقاد والشيخ الغزالي والخطيب لاعب الكرة من حيث درجة تقديمها كقدوة للشباب في رأى ٤,٦٪ و ٤,١٪ و ٣,٥٪ على التوالي من جملة أفراد العينة.

- يليهم من الشخصيات التي قدمتها وسائل الإعلام كقدوة في رأى ٣,٧٥٪ من جملة أفراد العينة أنيس منصور (٣٪) ثم كل من عمر بن الخطاب ود. مجدى يعقوب ود. أحمد عمر هاشم وصلاح الدين الأيوبي وأحمد رجب وعمرو موسى وتوفيق الحكيم وظاهر أبو زيد ود. فاروق الباز والزعيم مصطفى كامل (جدول رقم ١٨) .

### الصفات التي أبرزتها وسائل الإعلام فى نماذج القدوة

وهذه الصفات كما أبرزها (جدول ١٩) وفقا لرأى أفراد عينة الدراسة تأتى على النحو التالى :

- تتصدر صفات الشرف والأمانة والصدق الصفات التي أبرزتها وسائل الإعلام بالنسبة للنماذج التي قدمتها للإقتداء وكانت نسبة تكراراتها ٣١,٨٣٪ من جملة تكرارات أفراد العينة .
- يليها صفات الطموح والذكاء بنسبة ١٣٪ من جملة التكرارات ثم صفات الثبات فى العمل والمتابعة بنسبة ١٢,٨٥٪
- ثم فى المرتبة الخامسة صفة الشجاعة بنسبة ١١,٩٥٪ ثم حب العلم والقراءة ١١,٥٠٪ من جملة تكرارات أفراد العينة .
- ويلى ذلك صفات حب الاستطلاع والمركز الاجتماعى المرموق والكرم وكانت نسب تكراراتها ٦,٤٪ ، ٦,١٪ ، ٥,٢٪ على التوالي .
- وجاءت فى المرتبة الأخيرة صفة الفنى والجاه من الصفات التي أبرزتها وسائل الإعلام فى القدوة التي تقدمها للشباب وذلك بنسبة تكرارات ١٪ من جملة التكرارات .

وبخصوص ارتباط القدوة بالواقع يتضح ما يلي :

- ترى نسبة ٤٦,٦٧% من عينة الدراسة أن وسائل الاعلام تقدم نموذجاً للقدوة يعكس واقع المجتمع المصرى بينما ترى نسبة ٣٧,٧٨% منهم أنها تعكس واقعا مثاليا .
- وتوجد نسبة ١٢,٢٢% من جملة افراد العينة ترى أنها تعكس واقعا يختلف فى ظروفه عن واقع المجتمع المصرى .
- أما نسبة من يرى أنها تعكس واقعا خياليا لايمكن تحقيقه فلا تتعدى نسبة ٣,٣٣% من جملة افراد العينة

تاسعا : مناقشة النتائج :

يمكن مناقشة النتائج السابقة وما تنطوى عليه من دلالات ومعان فى ضوء تساؤلات الدراسة على النحو الاتى :

١- تشير النتائج إلى أهمية القدوة بوجه عام لدى الشباب الجامعى وذلك لدى ١٠٠% من جملة افراد العينة . ويؤكد ٨٢% منهم على أن لوسائل الإعلام دور فى تقديم القدوة الحسنة لهم بينما يرى ١٧% منهم أنه ليس هناك أدنى دور لوسائل الإعلام فى تقديم القدوة بل أنها تقدم لهم قدوة سيئة وغير صالحة ليقلدوها .

٢- أثبتت الدراسة أن القرآن الكريم والسنة النبوية المطهرة والكتب الدينية تاتى فى مقدمة المصادر التى تعطى معلومات عن القدوة الحسنة (راجع جدول ٩) . كما أثبتت أن المجال الدينى يأتى فى مقدمة المجالات التى يرى افراد العينة أن وسائل الإعلام تهتم بتقديمها كقدوة للشباب . (راجع جدول ١٤) .

٣- حازت شخصية الشيخ الشعراوى على المرتبة الاولى كأهم شخصية يتخلدها أفراد العينة قدوة حسنة لهم وتعرفوا عليها من وسائل الإعلام المختلفة (راجع جدول ١٨) وأن القدوة المفضلة لدى أفراد العينة هى القدوة المعاصرة والمصرية الجنسية والتى تعكس واقع المجتمع المصرى ومن الذكور غالبا مما يجعل حد إعجابهم بها يصل الى

درجة استشارتها فيما يواجههم من مواقف ومشاكل . راجع جداول (١١ ، ١٢ ، ١٥ ، ١٦ ، ١٧) . وبالنسبة للشخصيات التاريخية والدينية فإن المصادر المطبوعة هي الأساس في الحصول على معلومات عنها (جدول ٩) .

٤- تشير النتائج إلى أن صفات الفضيلة كالشرف والأمانة والصدق والضاني في العمل والصبر والكفاح والطموح والذكاء من أهم صفات القدوة الحسنة التي أبرزتها وسائل الإعلام بينما أهملت صفات كالغنى والجاه والمكانة المرموقة كميزات للقدوة (راجع جدول رقم ١٩)

٥- تراجع دور المجال السياسي والعسكري والاقتصادي كمجالات للقدوة في وسائل الإعلام وكذلك تراجع الشخصيات السياسية والعسكرية والاقتصادية . فقد أثبتت الدراسة أن هذه الشخصيات تأتي في المرتبة السادسة بعد الشخصيات الدينية والأدبية والعلمية والتاريخية والرياضية (راجع جدول ١٤ و ٢٢)

٦- كذلك أثبتت الدراسة بالرغم من خطورة الدور الذي يلعبه الإعلام ووسائله المختلفة في الحياة المعاصرة أنه في مجال تقديم نماذج القدوة للشباب فإن الإعلام ووسائله يأتي في مراتب متأخرة كمصدر للمعلومات عن القدوة فمثلا يأتي التلفزيون في المرتبة الرابعة بعد (القرآن والكتب الدينية والأساتذة) كمصدر من مصادر المعلومات لأفراد العينة عن لدوتهم بينما تأتي الصحافة في المرتبة السادسة والسينما في المرتبة السابعة والإذاعة في المرتبة الأخيرة (راجع جدول رقم ٩) .

٧- أثبتت الدراسة وعى الشباب الجامعي ونضجه فهو لا يختار القدوة عن تقليد ومحاكاة ولكن عن دراية وعلم كاف بها تساعده على الحكم عليها . كما أن الإيمان بهذه القدوة لم يصل بالشباب إلى درجة محاولة فرض هذه القدوة على الآخرين. (راجع جداول رقم ١٠ ، ١١ ، ١٢) .

## التوصيات

على ضوء ما أسفرت عنه هذه الدراسة من نتائج تتقدم الباحثة بهذه المقترحات

وهي :

- ١- أن تهتم المؤسسات التربوية والإعلامية بتقديم كافة الموضوعات والمعلومات التي تساعد الشباب على اختيار القدوة الحسنة وأن تساعدهم على هذا الاختيار بما تعتمد إلى إبرازه من صفات حسنة متوافرة في هذه القدوة .
- ٢- ألا تكفى وسائل الإعلام بمجرد تقديم القدوة فقط بل تحرص على أن تكون هي نفسها قدوة للآخرين بما تقدمه من مضمون وما تدعو إليه من قيم وأفكار ومبادئ وذلك حتى تبعد عن دائرة التناقض التي قد تفقدها ثقة الجمهور المتعامل معها .
- ٣- ألا تقتصر نماذج القدوة التي تقدمها وسائل الاعلام على مجال واحد فقط من مجالات الحياة وأن تقدم قدوة حسنة من مختلف المجالات الإجتماعية والسياسية والثقافية والإقتصادية وأن تربط بين نماذج القدوة وبين واقع المجتمع . أى أن تقدم نماذج واقعية تعكس طبيعة المجتمع وعاداته وقيمه وتراثه وأن تتجنب النماذج المستوردة والتي تمثل المجتمعات الغربية والدخيلة على قيم مجتمعنا
- ٤- أن تحرص المؤسسات التربوية والاعلامية وهي تقدم نماذج القدوة للشباب أن تؤكد على إمكانية تقليد هذه النماذج والالتداء بها لا أن تقدمها على أنها صعبة المنال أو مثالية التحقيق .
- ٥- ينبغي أن تقدم وسائل الاتصال الجماهيرية نماذج حية يقتدى بها الشباب المصرى الذى يبذل الجهد والعرق فى سبيل وطنه وأن تركز الأضواء على من يعملون فى ظروف صعبة ويتفانون من أجل دفع عجلة الانتاج وتحقيق التقدم لبلادهم
- ٦- ينبغي أن تقوم وسائل الإعلام بشغل الشباب بقضايا الوطن وإثارة اهتمامهم بها وتبصيرهم بمخاطر الأمور . وأن تتفاعل مع الشباب على أنه جزء من المجتمع ، وأن مشكلاته جزء لا يتجزء من مشكلات المجتمع ، وهو بحكم وضعه كحلقة اتصال بين

- طلّاع المجتمع وكباره ، ومن أجل سلام المجتمع وحاضره ومستقبله يجب أن تهدف خطة التنمية إلى تحقيق التلاحم بين الشباب والمجتمع وإيجاد التوازن بين طموحات الشباب وبين تحديات الواقع الاجتماعي والتغيرات والمعطيات العصرية .
- ٧- أن يتم التخطيط لبرامج الشباب في المؤسسات الإعلامية بالتعاون بين كافة هذه المؤسسات وبين نظرائهم في أجهزة الثقافة والشباب وبين خبراء علم النفس والاجتماع وذلك لضمان تقديم محتوى جيد وصالح للشباب .
- ٨- افساح المجال أمام الشباب لإبراز طاقاتهم وتفرّيع ما في وجدانهم من نقد بناء وتطلعات واعدة والاهتمام في الوقت نفسه بالقيادات الشبابية عطاء وروحاً.
- ٩- الحرص على أن تثرى البرامج الشبابية مجالات الروح والعقل والجسد والوجدان والاهتمام بصفة خاصة بالبرامج الدينية والوطنية وبرامج القيم والفكر .

## هوامش البحث

- 1- B.Barker : Social Stratification, Harcourt. Braceand Co. N. y. 1961, P. 255 .
- 2- M. Radin : Status, in E,R.A. Seligman (ed) Encyclopedia of the Social Sciences, N.Y. 1974. Vol. 14. 14. P. 313 .
- ٣- نادية رضوان : الاتحادات الطلابية واتجاهات الطلاب نحوها - رسالة ماجستير غير منشورة - كلية الآداب جامعة عين شمس ١٩٧٧ م .
- ٤- ابن منظور ، لسان العرب المحيط - دار لسان العرب - بيروت - ط٦ - مجلد ٣ مادة : قدا ص٣٨ .
- ٥- منجد الطلاب : دار الشرق - بيروت ١٩٧٧م) مادة قلد ص ٦٠٩ .
- على الحرجاني : التعريفات (مكتبة لبنان - بيروت ١٩٦٩م) ص ٦٧ .
- ٦- مصطفى زيدان : معجم المصطلحات النفسية والربوية (جدة - ١٣٩٩هـ) ص ١٧٤ .
- ٧- عبد اللطيف حمزة : الاعلام فى صدر الإسلام (دار الفكر العربى - ط٢ - ١٩٧٨م) ص ٦٥ .
- ٨- محمد منور حجاب : نظريات الاعلام الاسلامى (الهيئة المصرية العامة للكتاب - الاسكندرية - ١٩٨٢م) ص ١٤٦ .
- ٩- عبد الحميد الهاشمى : الرسول العربى المربى (دار الثقافة للجميع - دمشق ١٩٨١م) ٤٤٣ .
- 10- Bcnner Hubert : Social psychology, Eurcasis publishing 1958 . P. 187 .
- ١١- الشخصية بتحليل وديد - ترجمة محمد فتحى الشنيطى (مكتبة القاهرة الحديثة ١٩٦٠م) ١٢٦ .



ملحق رقم (١)  
استمارة الاستبيان

## القدوة فى وسائل الاعلام

دراسة ميدانية

على عينة من طلاب جامعة أسيوط

فرع سوهاج

ملاحظات :

- ١- الاجابة على أسئلة هذه الاستمارة سوف تستخدم لغرض علمى وليس لغرض آخر .
- ٢- نرجو مراعاة الدقة والامانة وعدم التحيز فى الاجابة على الاسئلة المرفقة، لان اجابتكم تعد مساهمة منكم فى خدمة البحث العلمى والمجتمع .
- ٣- كتابة الاسم ليست ضرورية فى هذه الاستمارة .
- ٤- من فضلك ضع علامة ( ✓ ) أمام الاجابة التى تناسبك فى حالة السؤال المقفول ، أما فى حالة السؤال المفتوح فتوضع الاجابة كاملة فى الفراغ المعد لذلك .
- ٥- نشكر لكم تعاونكم معنا ونرحب بملاحظانكم التى نود تدوينها فى مكانها المناسب من هذه الاستمارة



أولاً : البيانات الشخصية

( ) (١) الجنس ذكر

( ) أنثى

(٢) العمر

( ) ١٧ - ٢٠

( ) ٢١ - ٢٤

( ) ٢٥ - ٢٨

( ) أكثر من ٢٨

(٣) الكلية :

(٤) مكان الإقامة :

( ) المدينة الجامعية

( ) سكن خارجي

( ) مع الأسرة

( ) مع أحد الأقارب

(٥) محل الميلاد :

( ) مدينة ( ) قرية

(٦) متوسط دخل الأسرة الشهري :

أقل من ١٠٠ جنيها

من ١٠٠ : ٢٠٠

من ٢٠٠ : ٣٠٠

من ٣٠٠ : ٤٠٠

من ٤٠٠ : ٥٠٠

أكثر من ٥٠٠

ثانيا : بيانات عامة عن القدوة :

(١) هل تمثّل بأهمية القدوة للشباب ؟

نعم ( ) لا ( )

(إذا كانت اجابتك لا انتقل الى سؤال رقم ( ١٥ ) أما إذا كانت اجابتك بنعم فأكمل):

(٢) هل أهمية وجود القدوة في رأيك يرجع الى أنها :

- ضرورة لنشر أفكار ومعلومات جديدة ( )
- ضرورة لتدعيم القيم والعادات السائدة في المجتمع ( )
- ضرورة لتعليم عادات وسلوكيات جديدة ( )
- ضرورة لتطوير المجتمع وتنميته ( )
- ضرورة لأسباب أخرى هي :

(٣) رتب المصادر الآتية حسب أهميتها من وجهة نظرك في تقديم امعلومات عن القدوة

التي اتخذتها لنفسك :

- القرآن الكريم والسنة النبوية المطهرة ( )
- الكتب الدينية ( )
- التاريخ والتراث ( )
- الصحافة ( )
- الإذاعة ( )
- التلفزيون ( )
- السينما ( )
- الاسرة ( )
- الاساتذة ( )
- الاقارب ( )
- الجيران ( )
- زملاء ( )

( )

● الإصغاء

● مصادر أخرى :

.....

.....

(٤) بالنسبة لمعلومات عن قدوتك : هل تعتقد أنها

- كثيرة بحيث تجعلك تعرف على قدوتك وتحكم عليها ( )
- معتولة الى حد ما ومناسبة ( )
- قليلة ولا تكفى للحكم عليها ( )
- لا اعرف شيئا عنها ولكنى وجدت آخرين يعتقدون به ( )

(٥) هل اعجابك بقدوتك يجعلك :

- تقلد قدوتك في كل صفاته ( )
- تعتقد بصحة كل أفكاره وآرائه ( )
- تستشيريه فيما يواجهك من مواقف ( )
- تستغسر منه عن كل مالا تعلمه ( )
- جوانب أخرى مثل : ( )

.....

.....

.....

(٦) هل يصل اعجابك بقدوتك الى درجة أن :

- تشعر نحوه بالامتنان ( )
- تتحدث عنه أمام الآخرين ( )
- تقنع به الآخرين ( )
- تفرضه على الآخرين للاقتداء به ( )

● أخرى مثل :

.....  
.....  
.....

ثالثا : القدوة فى وسائل الاعلام :

(٧) هل لوسائل الاعلام فى رأيك دور فى تقديم القدوة ؟

نعم ( ) لا ( )

(٨) أى المجالات الآتية تعتقد أن وسائل الاعلام تهتم بتقديم نماذج فى رأيك لتكوين

قدوة . ضع علامة

( ✓ ) أمام الاجابة التى توافق عليها ؟

- ( ) ● المجال السياسى
- ( ) ● المجال العسكرى
- ( ) ● المجال الدينى
- ( ) ● المجال الاجتماعى
- ( ) ● المجال الاقتصادى
- ( ) ● المجال الادبى
- ( ) ● المجال الفنى
- ( ) ● المجال الرياضى
- ( ) ● المجال العلمى
- ( ) ● المجال الفكرى
- ( ) ● أخرى تذكر :

.....  
.....

(٩) من خلال متابعتك لجنس القدوة فى وسائل الاعلام ، فهل هى فى الغالب ؟

ذكر ( ) انثى ( )

(١٠) بخصوص جنسية الشخصيات القدوة التى تقدمها وسائل الاعلام فى رأيك هل هى:

● مصرية ( )

● عربية ( )

● اوروبية ( )

● امريكية ( )

● افريقية ( )

● اسيوية ( )

● اخرى تذكر :

(١١) وبشأن العصر الذى تنتمى اليه ، هل هى شخصية :

● اسطورية ( )

● تاريخية ( )

● خيالية ( )

● معاصرة ( )

(١٢) اذكر فيما يلى اهم الشخصيات التى اتخذتها قدوة لك وتعرفت عليها من خلال

وسائل الاعلام

- 
- 
- 
-

(١٣) ضع علامة ( ✓ ) أمام الصفات التي أعجبتك في قدوتك من خلال تقديم وسائل

الاعلام لها؟

- ( ) ● الشرف والامانة
- ( ) ● الصدق
- ( ) ● الكرم
- ( ) ● الشجاعة
- ( ) ● الطموح والذكاء
- ( ) ● حب الاستطلاع
- ( ) ● التضاني في العمل والمثابرة
- ( ) ● حب العلم والقراءة
- ( ) ● المركز الاجتماعي المتفوق
- ( ) ● الفنى
- ( ) ● أخرى مثل :

.....  
.....

(١٤) بالنسبة لنماذج القدوة التي قدمتها وسائل الاعلام في رأيك هل تعتقد ؟

- ( ) ● أنها نموذج يعكس واقع المجتمع المصرى
- ( ) ● تعكس واقعا مثاليا
- ( ) ● تعكس واقعا خياليا ولا يمكن تحقيقه
- ( ) ● تعكس واقعا يختلف عن واقع المجتمع المصرى

(١٥) لمن اجاب ب (لا) على السؤال الأول :

ما هى الاسباب فى رأيك لعدم أهمية القدوة ؟

- ( ) ● قناعتي بأن لكل شخص ذاته الخاصة وشخصيته المنفردة
- ( ) ● لم ألتق بعد بمن اتخذه قدوة لى

● آخری مثل :

.....  
.....  
.....

ملحق رقم (٢)

جداول الدراسات

جدول رقم (١)

توزيع العينة من حيث الجنس

النوع	العدد	النسبة
ذكر	١١٤	%٦٣,٣٣
أنثى	٦٦	%٣٦,٦٧
الجملة	١٨٠	%١٠٠

جدول رقم (٢)

توزيع العينة وفقاً للسن

السن	العدد	النسبة
أقل من ٢٠ سنة	٣١	%١٧,٢٢
من ٢١ - ٢٤	١٤٢	%٧٨,٨٩
٢٥ - ٢٨	٥	%٢,٧٨
أكثر من ٢٨ سنة	٢	%١,١١
الجملة	١٨٠	%١٠٠

جدول رقم (٣)

توزيع العينة من حيث الكليات المختلفة

النسبة	العدد	الكلية
١٨,٩٠	٣٤	١- كلية الآداب
٤٢,٢٢	٧٦	٢- كلية التربية
٣١,١١	٥٦	٣- كلية التجارة
٢,٣٣	٦	٤- كلية العلوم
٤,٤٤	٨	٥- كلية الطب
%١٠٠	١٨٠	الجملة

جدول رقم (٤)

خصائص العينة من حيث مكان الإقامة أثناء الدراسة

النسبة	العدد	محل الإقامة
%٦٢,٧٨	١١٣	المدينة الجامعية
%١٩,٤٤	٣٥	سكن خارجي
%١٣,٨٩	٢٥	مع الأسرة
%٣,٨٩	٧	مع الأسرة مع الأقارب
%١٠٠	١٨٠	

جدول رقم (٥)

توزيع أفراد العينة وفقا لمحل الميلاد

النسبة	العدد	محل الميلاد
%٥٠,٥٦	٩١	قرية
%٤٩,٤٤	٨٩	مدينة
%١٠٠	١٨٠	الجملة

جدول رقم (٦)

خصائص العينة من حيث متوسط الدخل الشهري للأسرة

النسبة	العدد	متوسط الدخل
%٩,٤٤	١٧	أقل من ١٠٠ جنيه
%٢٢,٢٢	٤٠	من ١٠٠ : ٢٠٠
%٢٦,١١	٤٧	٢٠٠ : ٣٠٠
%١٦,١١	٢٩	٣٠٠ : ٤٠٠
% ١٥	٢٧	٤٠٠ : ٥٠٠
%١١,١١	٢٠	أكثر من ٥٠٠ جنيه
%١٠٠	١٨٠	الجملة



جدول رقم (٩)

مصادر المعلومات عن القدوة في رأى أفراد العينة

النسبة	العدد	مصادر المعلومات
٪٢٠,٠٦	١٢٣	القرآن الكريم والسنة النبوية المطهرة
٪١٦,٨٠	١٠٣	الكتب الدينية
٪٥,٨٧	٣٦	التاريخ والتراث
٪٧,٩٩	٤٩	الصحافة
٪٤,٤	٢٧	الإذاعة
٪١٠,١١	٦٢	التلفزيون
٪٧,٣٤	٤٥	السينما
٪٨,٤٨	٥٢	الأسرة
٪١٠,٤٤	٦٤	الأساتذة
٪٨,٤٨	٥٢	الأقارب
٪١٠٠	٦١٣	الجملة

جدول رقم (١٠)

حجم المعلومات عن القدوة لدى أفراد العينة

النسبة	العدد	حجم المعلومات
%٣١,٦٨	٥٧	كثيرة بحيث تجعلك تعرف على قدرتك وتعكف عليها
%٥٥,٥٥	١٠٠	معقولة إلى حد ما ومناسبة
%١٠,٥٥	١٩	قليلة وغير كافية للحكم عليها
%٢,٢٢	٤	لا أعرف شيئاً عنها ولكن وجدت الآخرين يؤمنون بها
%١٠٠	١٨٠	الجملة

جدول رقم (١١)

الأبعاد المختلفة لتأثير القدوة لدى عينة الدراسة

النسبة	العدد	أبعاد التأثير
%٤,٤٤	٨	تقلد قدوتك في كل صفاته
%١٦,١١	٢٩	تعتقد بصحة كل أفكاره وآرائه
%٥٦,٦٧	١٠٢	تستشير به فيما يواجهك من مواقف
١٢,٢٢	٢٢	تستفسر منه عن كل ما لا تعلمه
١٠,٥٦	١٩	أخذ عنه إيجابيته وابتعد عن سلبياته
%١٠٠	١٨٠	الجملة

جدول رقم (١٢)

يبين منزلة القدوة لدى أفراد العينة

النسبة	العدد	منزله القدوة
%٤٤,٤٤	٨٠	تشعر نحوه بالإمتنان
%٣٣,٣٣	٦٠	نتحدث عنه أمام الآخرين
%٢٠,٠١	٣٦	تفنع به الآخرين
%٢,٢٢	٤	تفرضه على الآخرين للإلتداء به
%١٠٠	١٨٠	الجملة

جدول رقم (١٣)

مدى أهمية وسائل الإعلام في تقديم القدوة

النسبة	العدد	أهمية وسائل الإعلام في تقديم القدوة
٨٦,١	١٥٥	مهمة لتقديم القدوة
١٣,٩	٢٥	غير مهمة
%١٠٠	١٨٠	الجملة

جدول رقم (١٤)

مجالات القدوة في وسائل الإعلام

النسبة	العدد	مجالات القدوة
٦,٨٨	٣٤	المجال السياسي
٥,٨٧	٢٩	المجال العسكري
١٧,٢١	٨٥	المجال الديني
١٠,١٢	٥٠	المجال الاجتماعي
٤,٨٦	٢٤	المجال الاقتصادي
١٢,١٤	٦٠	المجال الأدبي
٩,٧١	٤٨	المجال الفني
١٠,٥٣	٥٢	المجال الرياضي
١٢,٥٥	٦٢	المجال العلمي
١٠,١٢	٥٠	المجال الفكري
%١٠٠	٤٩٤	جملة التكرارات

جدول رقم (١٥)

خصائص القدوة من حيث الجنس

النسبة	العدد	جنس القدوة
%٨٣,٣٣	١٥٠	ذكر
%١٦,٦٧	٣٠	أنثى
%١٠٠	١٨٠	الجملة

جدول رقم (١٦)

جنسية القدوة فى وسائل الإعلام

النسبة	العدد	جنسية القدوة
%٧٠,٥٦	١٢٧	مصرية
%١٣,٨٨	٢٥	عربية
%٥,٥٦	١٠	أوروبية
%٥,٥٦	١٠	أمريكية
%٤,٤٤	٨	أفريقية (عدا العربية)
-	-	أسوية (,, ,, )
%١٠٠	١٨٠	الجملة

جدول رقم (١٧)

العصر الذى تنتمى إليه شخصيات القدوة فى وسائل الإعلام

النسبة	العدد	نوع العصر
%١٣,٣٣	٢٤	شخصيات أسطورية أو خيالية
%٢١,٦٧	٣٩	شخصيات تاريخية
%٦٥	١١٧	شخصيات معاصرة
%١٠٠	١٨٠	الجملة

جدول رقم (١٨)

نماذج الشخصيات التي اتخذها أفراد العينة قدوة لهم  
وتعرفوا عليها من وسائل الإعلام

النسبة	العدد	نماذج القدوة في وسائل الإعلام
٥,٧%	٢١	شخصية الرسول عليه الصلاة والسلام
٢٢,٣%	٨٢	الشيخ محمد متولى الشعراوى
١٥%	٥٥	د. مصطفى محمود
٨,٤%	٣١	نجيب محفوظ
٥,٢%	١٩	جمال عبد الناصر
٥,٧%	٢١	د. طه حسين
٤,٦%	١٧	مصطفى أمين
٤,١%	١٥	عباس العقاد
٣,٥%	١٣	الشيخ محمد الغزالي
٣,٥%	١٣	الخطيب (لاعب الاهلى)
٠,٣%	١١	اليس منصور
٢,٧%	١٠	عمر بن الخطاب
٢,٤%	٩	د. مجدى يعقوب
٢,٤%	٩	د. أحمد عمر هاشم
١,٩%	٧	صلاح الدين الأيوبي
١,٩%	٧	أحمد رجب
١,٩%	٧	وزیر الخارجية عمرو موسى
١,٦%	٦	توفيق الحكيم
١,٤%	٥	طاهر أبو زيد (لاعب أهلى)
١,٤%	٥	د. فاروق الباز
١,٤%	٥	مصطفى كامل
١٠٠%	٣٤٦	الجملة

جدول رقم (١٩)

الصفات التي أبرزتها وسائل الإعلام في نماذج القدوة

النسبة	العدد	أهم الصفات
%١٥,٨٥	١٠٦	الشرف والامانة
%١٥,٩٩	١٠٧	الصدق
%٥,٢٣	٣٥	الكرم
%١١,٩٦	٨٠	الشجاعة
%١٣,٠٠	٨٧	الطموح والذكاء
%٦,٤٣	٤٣	حب الاستطلاع
%١٢,٨٦	٨٦	التفاني في العمل والمثابرة
%١١,٥١	٧٧	حب العلم والقراءة
%٦,١٣	٤١	المركز الاجماعي المرموق
%١,٠٥	٧	الفنى والجاه
%١٠٠	٦٩٦	الجملة

جدول رقم (٢٠)

طبيعة الواقع الذي تعكسه نماذج القدوة التي تقدمها وسائل الاعلام

النسبة	العدد	نماذج القدوة
%٤٦,٦٧	٨٤	نموذج يعكس واقع المجتمع المصري
%٣٧,٧٨	٦٨	تعكس واقع مثالي
%٣,٣٣	٦	تعكس واقع خيالي لا يمكن تحقيقه
%١٢,٢٢	٢٢	تعكس واقع يختلف في ظروفه عن واقع المجتمع المصري
%١٠٠	١٨٠	الجملة