

دور الإعلام فى البناء الثقافى والاجتماعى للمصريين دراسة ميدانية لدور وسائل الإعلام فى بناء الشخصية المصرية على عينة من رواد معرض الكتاب

مدخل تكاملى من نظريات التعلم الاجتماعى والاعتماد على وسائل الإعلام والتنمية

إعداد

الدكتور محمود عبد الرؤف كامل

مدرس الإعلام بجامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا

بحث مقدم إلى المؤتمر العلمى الثالث عشر لكلية الإعلام جامعة القاهرة.

8-10 مايو 2007

مقدمة

بدأ الاهتمام بدراسة الطابع القومى للشخصية أوسماتها أو صفاتها أو خصائصها، التى تشكل هذا الطابع، مع اضطرام الحرب العالمية الثانية، حينما حاول الأمريكيون فهم الشعب اليابانى لهزيمته وإخضاعه. تبعتها عديد من الدراسات مستنفاة فى معظمها من الدراسات الأنثروبولوجية. وقد حظيت مصر وصفات المصريين منذ القدم باهتمام المفكرين والباحثين بدءاً من هيرودت، ومروراً بابن إياس والمقريزى وابن بطوطة والجبرتى وعلى مبارك وغيرهم، وصولاً إلى كتب مثل وصف مصر الذى ألفه علماء الحملة الفرنسية. ولا تزال أوصافهم للمصريين تتردد بين كثير من الباحثين والمتقنين وفى بحوثهم ومؤلفاتهم حتى اليوم⁽¹⁾.

وشهدت ستينيات القرن العشرين، لا سيما بعد هزيمة 67، بداية اهتمام الباحثين المصريين [المعاصرين] بدراسة الشخصية المصرية وصفاتها على يد حامد عمار⁽²⁾، وسيد عويس⁽³⁾، ونعمات فؤاد⁽⁴⁾، وجمال حمدان⁽⁵⁾، والسيد يسين⁽⁶⁾، وأحمد زايد⁽⁷⁾، وسامية خضر⁽⁸⁾، وفاطمة المصرى⁽⁹⁾، وأحمد محمد عبد الخالق⁽¹⁰⁾، وميلاد حنا⁽¹¹⁾، وغيرهم.

ومنذ عام 2004م، يتبنى بريد الأهرام قضية "إعادة بناء الإنسان المصري" وفتح، ولا يزال، باب المناقشة والندوات أمام كتابه وقرائه، وأغلبهم باحثون أكاديميون، الذين انهمرت آراؤهم من كل مكان وتخصص، وفى كل مجال من مجالات صفات الشخصية والتنمية والإعلام. إذ يرون أن إعادة بناء الإنسان المصرى تحتاج إلى تكاتف جهود جميع المؤسسات والهيئات والأسرة والمدرسة [ووسائل الإعلام]، لتنشئة جيل يحب بلده قادر على الإسهام فى تنميتها، فبناء الشخصية مفتاح التنمية، ويتحقق البناء الصحيح بتوفير أجواء الحرية والديموقراطية والقُدوة الحسنة، وتطوير السلوك، ونشر قيم التسامح والمحبة والإخلاص فى العمل، والالتزام بالمعايير الدينية والأخلاقية، فإذا اجتمعت هذه العوامل والصفات فى جيل من الأجيال أصبح قادراً على تحمل المسؤولية والتقدم ببلده⁽¹²⁾.

إلا أنه على الرغم من كثرة الدراسات حول الشخصية المصرية وصفاتها الإيجابية والسلبية ودورها فى التنمية، وعلى حد علم الباحث، لم تجر أى دراسة حتى الآن على دور وسائل الإعلام فى هذا الجانب من البناء الثقافى والاجتماعى للشخصية المصرية، وهو ما يحاول تقديمه فى الدراسة الحالية.

ويمكن عرض مخرجات الدراسة على النحو التالى:

- 1- الإطار النظري للدراسة: وهو **مدخل تكاملي** من نظريات الإدراك والتعلم الاجتماعي Social Learning & Cognition، والاعتماد المتبادل بين نظم المجتمع ووسائل الإعلام Media System Dependency، والتنمية Development.
- 2- الدراسات السابقة ذات العلاقة بجوانب هذه الدراسة.
- 3- الإطار المنهجي للدراسة.
- 4- نتائج الدراسة ومناقشتها.
- 5- الخلاصة والتوصيات.
- 6- الهوامش.

أولاً: الإطار النظري للدراسة

لم تعد هناك حاجة كبيرة لتأكيد الدور الفعال الذي يمكن لوسائل الإعلام أن تقوم به في مجال البناء الثقافي والاجتماعي وغيره للشخصية أو المجتمع والتنمية بصفة عامة. ويمكن الاستنتاج بأن نظريات ودراسات تأثير وسائل الإعلام على الفرد والمجتمع تدور حول تأكيد هذا الدور من جوانب عديدة. ويجتري الباحث من هذه النظريات والدراسات ما هو أقرب إلى موضوع الدراسة الحالية، محاولاً بعد ذلك صياغة الفروض اعتماداً عليها.

نظرية الإدراك والتعلم الاجتماعي من وسائل الإعلام⁽¹³⁾: تستمد هذه النظرية جذورها من المدرسة السلوكية في علم النفس. وينسب إلى عالمي النفس الأمريكيين نيل ميلر Neal Miller وجون دولارد John Dollard (1941) أنهما أول من اهتم بالتعلم من خلال الملاحظة في البيئة المحيطة بالفرد أو المجتمع الذي يعيش فيه. وهو الأساس الذي بنى عليه "البرت بندورا" Albert Bandura⁽¹⁴⁾ (1965 و 1971 و 1994) نظرية الإدراك والتعلم الاجتماعي من وسائل الإعلام. وتعنى أن الأفراد يتعلمون من الخبرات والتجارب في البيئة المحيطة بهم أو من المجتمع، ومن بينها وسائل الإعلام، وهذا التعلم يؤثر في سلوك الأفراد وآرائهم وعاداتهم واتجاهاتهم ومعتقداتهم وصفات شخصياتهم وغيرها، مع الأخذ في الاعتبار الكثير من العوامل الشخصية والاجتماعية والثقافية التي تتداخل مع هذا التأثير. والتعلم الاجتماعي من وسائل الإعلام يتم في واحد أو كل من مجالات التعلم بالملاحظة وبالثواب وبالعقاب. فالناس أو أغلب الناس الأسوياء تقلد الجيد مما تلاحظه في وسائل الإعلام وتتجنب السيئ منه والذي يمكن أن تعاقب عليه. فالفرد إذاً يتعلم من وسائل الإعلام سلوكاً وأفكاراً وصفات مستخدماً كل العمليات المعرفية والنفسية التي يتم عن طريقها التعلم مثل الانتباه والتذكر والتكرار والحافز.

نظرية اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام⁽¹⁵⁾ : تعنى هذه النظرية وتفترض أنه كلما أشبع الفرد حاجاته من وسائل الإعلام أصبحت هذه الوسائل تشكل دوراً مهماً في حياته، ومن ثم يكون لها تأثير كبير عليه. ومن منظور المجتمع الكبير، كلما أصبح مزيد من الناس يعتمدون على وسائل الإعلام، فإن مؤسساتها يعاد تشكيلها، وتأثيرها العام يزداد، ودورها في المجتمع يصبح محورياً. وهكذا توجد علاقة مباشرة بين كم الاعتماد العام على وسائل الإعلام وبين درجة تأثير هذه الوسائل وأهميتها في فترة معينة. وقدم الباحثان الأمريكيان "ميلفن ديفليير" (Melvin Defleur) و"ساندرا بال-روكيتش" (Sandra Ball-Rokeach) عام 1975م افتراضات هذه النظرية على النحو التالي:

أولاً، يكمن أساس تأثير وسائل الإعلام في العلاقة بين النظام الاجتماعي الأكبر، ودور وسائل الإعلام في هذا النظام، وعلاقات الجمهور بوسائل الإعلام. وتحدث التأثيرات ليس بسبب وسائل الإعلام والمصادر القوية التي تفرض هذه التأثيرات [فقط]، ولكن أيضاً بسبب أن وسائل الإعلام تعمل بطريقة معينة في إطار نظام اجتماعي معين لتلبية حاجات ورغبات معينة لجمهور معين. ثانياً، إن درجة اعتماد الجمهور على معلومات وسائل الإعلام هي المتغير الرئيس في فهم متى ولم تغير رسائل وسائل الإعلام معتقدات الجمهور، وشعوره، وسلوكه. ثالثاً في المجتمع الصناعي الأمريكي وغيره يصبح الفرد أكثر اعتماداً على وسائل الإعلام. وذلك: (أ) لفهم العالم الاجتماعي أو المجتمع (ب) ولكي يكون لتصرفاتنا معنى وتأثير في المجتمع و(ج) وللخيال والهروب.

وأخيراً، رابعاً، كلما تعظم حاجتنا [من وسائل الإعلام] كلما كان اعتمادنا عليها أكبر وكلما عظم تأثيرها ورسائلها علينا. ولا يتساوى كل الأفراد في التأثر بوسائل الإعلام. فأولئك الذين تعظم حاجاتهم [من وسائل الإعلام] يعظم اعتمادهم عليها يكونون أكثر تأثراً بها.

وترتبط نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بالجمهور النشط، كما يراها ديفليير وبال-روكيتش وأفضل طريقة للتفكير في هذا النشاط هي على أساس مقياس يتدرج من غير مستهلكين [أو لا يتعرضون] لوسائل الإعلام أو غير نشطين تماماً إلى مستهلكين نشطين جداً. فقد ربط الباحثان نشاط الجمهور بالاعتماد على وسائل الإعلام. وأضافا أن مستوى أو درجة اعتماد الفرد (أو المجتمع) يكون نتيجة لما يلي: (1) عدد ومحورية (أهمية) وظائف توصيل المعلومات التي تؤديها وسيلة الإعلام، و (2) درجة التغيير والصراع الموجودة في المجتمع⁽¹⁶⁾ والأزمات التي يمر بها.

وتتضح هذه الافتراضات بمثال يتضمن التعرض لوسائل الإعلام أثناء أزمة ما. فكر فى اعتمادك على وسائل الإعلام أثناء كارثة طبيعية، بكلمة أخرى، أثناء تغيير أو صراع، زلزال مثلاً أو إعصار، أو عاصفة ثلجية. أو فكر فى الاعتماد على وسائل الإعلام فى 11 سبتمبر 2001 م، أو حينما بدأ غزو العراق عام 2003 م. من المحتمل أن يكون تعرضك لأخبار التلفزيون أكثر من تعرضك للعروض الكوميديّة. وكلما ازدادت الأزمة ازداد الاعتماد على وسائل الإعلام. إننا نكون مجالاً من الاستخدامات الروتينية لوسائل الإعلام، ونستطيع بسهولة تطويع هذه الاستخدامات لتلبى حاجتنا. وإذا قصرت وسيلة مؤقتاً عن تلبية هذه الحاجات أو كانت غير متاحة، لن نجد صعوبة فى الاستعانة بوسائل أخرى، المهم هو كيف أننا نعتمد على عديد من وسائل الإعلام المتاحة لنا⁽¹⁷⁾.

لقد نقح ديفلير وبال- روكينش نظريتهما **الاعتماد على وسائل الإعلام** ووسعتها أكثر من مرة (عام 1989 على سبيل المثال)، لكى تشمل قضايا مثل "تغيير النظام" [الإعلامي والاجتماعي]، ولكن نظريتهما لم تختلف كثيراً عن افتراضهما الأساسى أن لوسائل الإعلام تأثيرات قوية على الأفراد والمجتمع بالطبع فى أوقات الأزمات و/أو فى غيرها⁽¹⁸⁾، تتلخص فى تأثيرات معرفية (ادراكية) (Cognitive Effects) وتعنى التغيير فى المعلومات، وتأثيرات وجدانية (عاطفية) (Affective Effects) خاصة بالنواحي العاطفية لدى الجمهور، وتأثيرات سلوكية (Behavioral Effects) وتعنى التغيير فى السلوك نتيجة للتغيير فى المعلومات والشعور⁽¹⁹⁾.

وتفترض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام وجود نظم اجتماعية وثقافية وسياسية واقتصادية تؤدى كل منها دورها فى التأثير والتأثر المتبادل، ما يمكن أن يُطلق عليه العلاقات المتداخلة المتبادلة بين هذه الوسائل والجمهور والمجتمع ونظمه، فرغبة الفرد فى التعرض لوسائل الإعلام سواءً للحصول على المعلومات أم لغيرها هى المتغير الأساسى الذى يفسر التأثيرات المعرفية والعاطفية والسلوكية لوسائل الإعلام، وبذلك تقترب هذه النظرية من وتتكامل مع نظريات الإدراك والتعلم الاجتماعي ودوافع واستخدامات وسائل الإعلام والاشباعات التى تحققها.

ويتضح من افتراضات هذه النظريات أن الناس تتعامل أو تتعرض لوسائل الإعلام دائماً لتلبية حاجاتهم منها، وليس وقت الأزمات فقط، وإن كان الاعتماد على وسائل الإعلام يزداد فى أوقات الأزمات بشكل ملحوظ، وبديهي طلباً للمعلومات والآراء حول الأزمة أو القضية. كما أن وسائل الإعلام يمكن أن تؤدى دوراً مهماً فى تكوين الشخصية القومية وإكسابها صفات معينة

وتغيير صفات أخرى قائمة. وقد تكون هذه الصفات جيدة أو سيئة. وهو ما تحاوله الدراسة الحالية بالتطبيق على دور وسائل الإعلام فى المجتمع المصرى فى البناء الثقافى والاجتماعى للمجتمع أو للمصريين، ويقترب هذا الدور من دور وسائل الإعلام فى تنشئة الأفراد بصفة عامة وتعليمهم وتثقيفهم. فأحد الاستنتاجات المترتبة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام هى أن الأفراد الأكثر اعتماداً على وسائل الإعلام، يكونون أيضاً أكثر استعداداً للتأثر بالإعلام على نظم معتقداتهم، وعواظفهم، وسلوكهم، وصفات شخصياتهم. فعلى سبيل المثال يصبحون أكثر قابلية لتأثير حملات الإعلام⁽²⁰⁾.

وبتطبيق افتراضات هذه النظرية على الدراسة الحالية يمكن القول بأن المصريين يعتمدون على وسائل الإعلام فى تلبية حاجاتهم للأخبار والمعلومات وغيرها مثل التسلية، وتعلم أشياء ومهارات جديدة، كما أن وسائل الإعلام فى مصر تؤدى دوراً مهماً فى حياة الأفراد والمجتمع، وتسهم فى إكسابهم صفات جديدة، جيدة أو سيئة، للشخصية المصرية كما تسهم فى تخليهم عن صفات حالية، جيدة أو سيئة أيضاً.

نظريات دور الصفات النفسية الشخصية للأفراد فى التنمية⁽²¹⁾ : تتعدد النظريات التى تفسر التنمية ومتطلباتها⁽²²⁾ وتحاول أن تجيب عن سؤال لماذا نتقدم دول بينما لا نتقدم دول أخرى؟ فبعضها يتناول ضرورة توفر الموارد وقيام مؤسسات حديثة فى المجتمع أو الدولة كمتطلبات للتنمية والبعض الآخر يرى أن الصفات الشخصية للأفراد فى المجتمع هى الأهم فى إحداث التنمية ومن هؤلاء "وينر" (Weiner 1966م) الذى يعتقد أن التغييرات فى اتجاهات الأفراد وقيمهم من أولويات التنمية. وكل الباحثين أنصار نظرية دور السمات الشخصية فى التنمية يعتقدون أنه لا العلوم الحديثة والتكنولوجيا، ولا المؤسسات الحديثة يمكن أن تنمى أو تحدث مجتمعاتهم أساساً تقليديون غير متعلمين متعصبين أو غير علميين فى تفكيرهم واتجاهاتهم. ومن أنصار هذه النظرية "مكلياند" (McClelland)، و"أنكلز" (Inkles)، و"هاجن" (Hagen)، و"ليرنر" (Lerner) صاحب نظرية التقمص الوجدانى (Empathy) الضرورية للتنمية، أى قدرة الأفراد على تخيل أنفسهم مكان الآخرين الذين تقدموا أو يعيشون حياة أفضل، ومحاولاتهم أن يكونوا مثلهم.

وتستفيد الدراسة الحالية من هذه النظرية فى صياغة أحد افتراضاتها التى تقول إنه توجد صفات إيجابية فى الشخصية المصرية تساعد على التنمية، كما توجد صفات أخرى سلبية تعوق التنمية. وهذا الافتراض أحد محاور استمارة الاستبيان، مع الأخذ فى الاعتبار أن الدراسة الحالية لا تتبنى وجهة النظر القائلة بأن صفات الشخصية هى العامل الحاسم فى التنمية أو التى تتوقف

عليها التنمية وإنما تعدها من العوامل المساعدة أو المعيقة للتنمية. فجوانب التنمية عديدة وقد تكون صفات الشخصية من أهمها.

ثانياً: الدراسات السابقة ذات العلاقة بجوانب الدراسة

دراسات الشخصية المصرية وسماتها أو صفاتها

— "الشخصية العربية بين صورة الذات ومفهوم الآخر"⁽²³⁾: وهى دراسة تحليلية لعديد من الكتابات والبحوث العربية والأجنبية عن الشخصية العربية (و/أو) المصرية وسماتها من جوانبها الاجتماعية والسياسية والثقافية وفى وسائل الإعلام العربية والغربية ولدى إسرائيل فى أعقاب هزيمة 1967م ونصر أكتوبر 1973م، ويمكن استنتاج أنه تتعدد سمات الشخصية العربية (و/أو) المصرية بتعدد الباحثين والمبوثين ووسائل الإعلام المدروسة فمثلاً تتصور الصفوة الإسرائيلية الشخصية العربية عدوانية وانفعالية ولديها شعور حاد بالإحباط نتيجة فشل مشاريع التحديث، وما إلى ذلك من صفات سلبية. وأسفر تحليل مضمون عينة من الصحف الأمريكية عن أن العرب مفككون ومتنافسون فيما بينهم، ولا يوثق فيهم وغير أمناء، ولديهم بعض الصفات الطيبة، ويعيشون حياة بدوية، وفى مستوى معيشة منخفض، وتسودهم اتجاهات غير ديموقراطية. وتبرز صفة **الفهلوية** كأحد سمات الشخصية العربية. ويقدم السيد يسين، مؤلف الكتاب نظريته فى الشخصية العربية فى أن هناك **شخصية عربية تعبر عن أمة عربية واحدة**، تقوم على دعامتين أساسيتين: نمط أساسى للإنتاج نما وتطور فى البلاد العربية كلها وفق مراحل متشابهة، وبناء فوقى واحد أبرز عناصره: **الخبرة التاريخية المشتركة، واللغة العربية، والتراث الثقافى المشترك**، ومع ذلك، تُوجد سمات إقليمية لكل قطر عربى على حدة مثل سمات الشخصية المصرية، والعراقية، والتونسية... إلخ.

— "المصرى المعاصر: مقارنة نظرية وامبيريقية لبعض أبعاد الشخصية القومية المصرية"⁽²⁴⁾

استهدفت الدراسة محاولة الكشف عن مدى وجود سبع خصائص للشخصية المصرية من عدمه. هذه الخصائص هى: **الشك/الثقة، والتدين، والعلاقة بالسياسة، والتوكل والتواكل، والصبر، والفكاهة، والمرح، والتفكير الخرافى**. واستخدمت استمارة الاستبيان، والمقابلة المتعمقة، أدوات لجمع بيانات ومسح عينة عشوائية قوامها 900 مفردة تتوافر فيها شروط التمثيل الكامل لمصر وسكانها بمستوياتهم التعليمية وخصائصهم الجغرافية المختلفة. وخلصت الدراسة إلى أن أهم

صفات الشخصية المصرية هي التناقض والازدواجية، والشك والتوجس، والتعلق بالأشخاص، والميل التبريري، والسلبية، والصير، والفكاهة والمرح، والتواكل.

— **الأبعاد الأساسية للشخصية⁽²⁵⁾**: تتلخص مشكلة الدراسة في محاولة الإجابة عن سؤالين هما هل يمكن استخراج بُعدى الانبساط والعصابية للمصريين باستخدام عينات متعددة منهم؟ وهل يختلف النمط العاملى لسمات الشخصية باختلاف خصائص العينات المصرية المستخدمة في الدراسة؟ وفروض الدراسة هي الانبساط والعصابية بُعدان أساسيان ثابتان لدى عينات مصرية بالرغم من الاختلافات الحضارية بين المصريين والشعوب الأخرى، والانبساط والعصابية بُعدان قابلان للتكرار ويتشابهان على الرغم من الاختلافات بين العينات المصرية. وشملت عينات الدراسة ست عشرة مجموعة قوامها 1704 مفحوصين من الجنسين روعى فيها توفر الخصائص الديموجرافية التى تتطلبها الدراسة. وتم تطبيق مقاييس العصابية والانبساطية عليهم. وخلصت الدراسة إلى أن العصابية والانبساط من بين الأبعاد المهمة والأساسية فى بحوث الشخصية التى تجرى فى إطار علم النفس الأوروبى والأمريكى، وتتسحب على المصريين الذين شملتهم الدراسة. ويستبان من هذه الدراسة أن بُعدى الانبساط والعصابية من الأبعاد الأساسية للشخصية. وعلى الرغم من أنهما أساس صفات الشخصية القومية للشعوب على اختلافها، إلا أن نسبة هذه الصفات تختلف من شعب إلى آخر وهى التى تميز شعباً ما عن غيره من الشعوب.

— **"تكنولوجيا الاتصال والثقافة بين النظرية والتطبيق"⁽²⁶⁾**: على الرغم من أن هذه الدراسة لا تنصب على صفات الشخصية المصرية إلا أنها تمس جوانب مهمة، ومنها ما يستوجب الرجوع إليها والاستعانة بها فى الدراسة الحالية؛ فقد كان ضمن أهدافها الكشف عن فاعلية أساليب الاتصال المختلفة بالقرية المصرية وتحديد مراكز وأدوار كل منها على ضوء التغيرات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، التى تعنى العولمة الآن، التى عايشها ويعايشها الريف المصرى فى السنوات الأخيرة، والكشف عن مجالات التأثير التى أحدثتها تكنولوجيا الاتصال الحديثة، ووسائل الإعلام ضمنها، على الجوانب المادية وغير المادية فى الثقافة الريفية. وكان ضمن تساؤلاتها: ما حقيقة التأثيرات الثقافية والاجتماعية التى أحدثتها، وتحديثها، أجهزة الاتصال وسائل الإعلام الحديثة فى القرية المصرية؟ وقد اتبعت الدراسة المنهج الأنثربولوجى والمنهج المقارن بالتطبيق على عينة عشوائية طبقية منتظمة قوامها 200 مفردة من قرية تطاى، مركز السنطة، محافظة الغربية، واعتمدت على الملاحظة والمقابلة والمناقشات الفردية والجماعية المفتوحة

بوصفها أدوات لجمع البيانات. ومن نتائج البحث التي ترتبط بالدراسة الحالية أن لوسائل الإعلام تأثيرات واضحة على التكوين الثقافي والاجتماعى والسياسى والاقتصادى للقرويين الذين يشكلون النسبة الكبرى من المصريين، بما يعنى أنه قد يكون لها التأثير نفسه على صفاتهم أو سماتهم.

— **الثقافة السياسية للفلاحين المصريين: تحليل نظرى ودراسة ميدانية فى قرية مصرية⁽²⁷⁾ :**
 هذه الدراسة مثل سابقتها، على الرغم من أنها لا تنصب على صفات الشخصية المصرية، إلا أنها تمس جوانب مهمة منها، مما يستوجب الرجوع إليها والاستعانة بها أيضا فى الدراسة الحالية. فقد كان ضمن أهدافها دراسة أبعاد ستة للثقافة السياسية تكاد تكون ضمن صفات الشخصية المصرية. هذه الأبعاد هى الإكراه والحرية، والشك والثقة، والخنوع والمقاومة، والتدرج والمساواة، والدينية والعلمانية، والولاء المحلى والولاء القومى. بالإضافة إلى أن هذه الدراسة المذكورة تناولت دور وسائل الإعلام فى التنشئة السياسية للفلاحين المصريين أو فى الريف المصرى. وقد أجرى الباحث دراسته على عينة عمدية قوامها 150 مفردة من الذكور فقط، من قرية ثلوانة، مركز الباجور محافظة المنوفية. وكانت استمارة الاستبيان أداة جمع البيانات. ومن نتائج الدراسة ذات العلاقة بالدراسة الحالية، فقد وجد أن وسائل الإعلام تعد من أبرز قنوات نقل القيم والمعلومات السياسية إلى مجتمع القرية، إلا أنها لا تهتم الاهتمام الكافى بمشاكل الفلاحين والريف، ومن ثم يتعين على هذه الوسائل أن تولى الريف اهتماماً يتفق ووزنه البشرى والمادى، من حيث أن به أغلبية سكان مصر، نسبة 57.36% فى تعداد 2006م، وعليها أن تركز فى عملية التنشئة السياسية على قيم المشاركة والتعاون والحرية والمساواة والمواطنة.

— **شخصية مصر دراسة فى عبقرية المكان⁽²⁸⁾ :** على الرغم من أن جمال حمدان فى هذه الدراسة الموسوعية الشهيرة يصرح بأنها ليست دراسة فى الشخصية المصرية أو صفاتها أو فى الطابع القومى للمصريين إلا أنه يقول: "إنها دراسة عن شخصية مصر لا المصريين عن شخصية مصر لا الشخصية المصرية. والفارق حاسم كما هو دقيق. فرغم قدر من التداخل الحتمى منطقياً ومن حيث المبدأ، ورغم فكرة الجغرافيا كجغرافية الإنسان التى نصردها عنها منهجياً، ورغم تركيز الجزء الأكبر من مادة هذا الكتاب فعلاً على أبناء مصر وأهل مصر وسكان مصر بالضرورة عملياً، فإن هذه أساساً دراسة لشخصية مصر البلد والإقليم لا لشخصية المصرى أو الإنسان المصرى من حيث هو". وعلى الرغم من قوله أيضاً: "إن موضوع شخصية الإنسان فى أى مكان تلك التى تتداخل بشدة مع فكرة "الطوايع القومية" هو موضوع لا زال حتى الآن فى دائرة الدراسة الشخصية أو الذاتية البحتة ولا يقوم بعد على أساس علمى موضوعى وثيق أو مقنع. وفكرة "الطوايع" [القومية] نفسها غامضة بدرجة مقلقة وقد لا تزيد فى النهاية عن مجرد "انطباعات" ذاتية أو سطحية عابرة."

وعلى الرغم من ذلك وعلى الرغم من أن الباحث لا يتفق مع جمال حمدان فيما ذهب إليه في الجزء الثاني من الاقتباس السابق إلا أن القارئ لكتابه "شخصية مصر دراسة في عبقرية المكان" يمكنه استنتاج كثير من صفات الشخصية المصرية! إذ يقول على سبيل المثال وليس الحصر " نحن كشعب – لا بد لنا بصراحة أن نعترف – لا نحب فقط أن نجد ونطرى أنفسنا بحق وبغير حق، ولكننا أيضا نحب أن نسمع عن أنفسنا ما يرضينا ويعجبنا أو يرضى إعجابنا بذاتنا الوطنية وبشخصيتنا القومية. بل إننا لنكره أشد الكره أن نسمع عن عيوبنا وشوائبنا ونرفض بآباء أن نواجهها أو نواجه بها. ولا تكاد توجد فضيلة أو ميزة على وجه الأرض إلا وننسبها إلى أنفسنا ونلصقها بها، وأيما رذيلة أو عيب فينا – إن هي وجدت على الإطلاق! – فلا محل لها لدينا من الإعراب أو الاعتراف، وإن اعترفنا بها على مضض واستثناء فلها عندنا العذر الجاهز والمبرر والحجة المقنعة أو المقنعة... ليس هذا فحسب، أو ليت هذا فحسب. فما أكثر بعد ذلك ما نقلب عيوبنا عن عمد إلى مزايا ونقائصنا إلى محاسن، بل أسوأ من ذلك قد نتباهى ونتفاخر بعيوبنا وسلبياتنا ذاتها! ولعل هذا تجسيد لقمة ما سماه البعض "الشخصية الفهلوية"... "ونحن نتلذذ بممارسة عبادة الذات في نرجسية تتجاوز العزة الوطنية المتزنة السمحاء إلى النعرة الشوفينية الساذجة البلهاء أو الهوجاء".

وصفات الشخصية المصرية كما يراها جمال حمدان في كلامه السابق هي الكذب والغش والميل التبريري والفهلوة وتمجيد الذات، وافتقاد القيم الجيدة. وهي صفات سلبية مقابل صفة الوسطية والاعتدال، التي تنسب إليه أيضا في موسوعته، بوصفها إيجابية أو يمكن اعتبارها هكذا.

ويكتفى بهذا القدر من دراسة جمال حمدان، لأن الدراسة الحالية ليست على خصائص الشخصية المصرية، وإنما هي دراسة لتأثير وسائل الإعلام على تكوين أو بناء هذه الخصائص لدى الشخصية المصرية، في إطار البناء أو التكوين الثقافي والاجتماعي لها، ودور هذه الخصائص في التنمية، كما يراها المصريون. مع الأخذ في الاعتبار أنه لا بد من التأثير والتأثر أو التأثير المتبادل بين البشر والكيان الجغرافي الذي ينتمون إليه ويعيشون على ترابه.

– وقد جعلت دورية **الديمقراطية من الشخصية المصرية** محورا لعددتها الصادر في يوليو 2006 م، بعنوان "الشخصية المصرية: ملامح متعددة الهوية"، فتضمن عشر مقالات ودراسات لباحثين في الاجتماع والسياسة وعلم النفس والتربية والتاريخ والجغرافيا وغيرها. وتخلص هالة مصطفى إلى أن لمحتها السريعة، أى مقالها، عن الشخصية المصرية تكشف عن جانبين هامين من جوانبها يبدوان ظاهريا متناقضين رغم تلاصقهما، وهما عمق البعد الدينى ومحوريته من ناحية ثم اتخاذه طابعا فرديا وعمليا من ناحية أخرى، وهذا ما يفسر ظاهرة "الإسلام السياسى" وما تثيره من تساؤلات⁽²⁹⁾. وتحدث عبد الباسط عبد المعطى عن "التحولات الطبقيّة وتفكيك الشخصية المصرية" واستفاض في شرح صفاتها السلبية حالياً، ويضيف تعبير "الشخصية الهباشة" التي تحلل لنفسها كل شئ وأى شئ، غايتها تبرر وسيلتها، وتوجد في كل فئات المجتمع المصرى⁽³⁰⁾. وتحدث

خليل فاضل عن "الشخصية المصرية فى صحتها وعلتها" وقدم صفات الشخصية المصرية فى الألفية الثالثة الآن: الخوف من الآخر، وعدم الاستقرار، والصرامة، وكره السلطة، وكره الخيانة. ومنها يحاول تطبيق الأسس الخمسة لقياس الشخصية كما هو متعارف عليها عالمياً وهى الانبساطية، والتوافق، والضمير، والعصاب، والانفتاح على التجارب الجديدة. ومن خلال كل ذلك نجد أن أموراً فى الشخصية المصرية قد تراجعت بشكل كبير، وأخرى تقدمت دون تشاؤم لكن يبدو أن المزاجية والضمير هما أساس الشد والجذب فى أبعاد الشخصية المضطربة هنا والآن⁽³¹⁾.

ويقرر عمار على حسن فى "المصرى الذى نحلم به" "أن الإنسان المصرى فى حاجة إلى تقدير ذاته... وستكون البداية حين تشرع الجماعات البحثية والكتاب والمتقنون وواضعو البرامج التعليمية وخطباء المساجد ووعاظ الكنائس فى تطبيق نفسية المصرى، وإخراجها من الإحساس الكاذب بالضعة والاستضعاف، وانتشالها من الاكتئاب والانسحاب والشعور المرير باللاجدى، لنظفر فى نهاية المطاف بالمصرى الذى نحلم به"⁽³²⁾ وتحت عنوان "التعليم طريقاً لوحدة الشخصية الوطنية" يوضح سعيد اسماعيل أن النهوض بالتعليم أساس النهوض بالشخصية المصرية⁽³³⁾ وخلص عاصم الدسوقى إلى أن الاعتدال والوسطية لم تعد من مميزات الشخصية المصرية كما كانت على مدى التاريخ، و"أن شخصية المصريين الآن لم تعد لها ملامح ثابتة.. بل لقد انتهى الزمن الذى كان فيه المصرى يرمز إلى تقاليد معينة سائدة يعرفه بها الآخرون...!!"⁽³⁴⁾. ويختتم رؤوف عباس مقاله "المصريون والسلطة رؤية تاريخية" بتساؤل حول تعلق المصريين بالبطل الفرد "المخلص" يقول: ترى هل نتوقع تغييراً جذرياً فى علاقة الجماهير بالسلطة فى القرن الحادى والعشرين؟! لعل وعسى!⁽³⁵⁾، وبعد أن استعرض محمد رياض موروثات التاريخ والجغرافيا لدى الشخصية المصرية، أو التغيرات التى مرت وتمر بها سياسياً واجتماعياً واقتصادياً وثقافياً، يقول: "من خلال كل هذه التغيرات التى نرجو أن تمر سلمياً على المصريين سوف تعاود الشخصية المصرية الظهور بوضوح بحيث تكون عاملاً فاعلاً فى الإبقاء على الحوار البناء بين الجميع مع شعور الانتماء لجميع المصريين ومن ثم ظهور مصر كقوة واضحة الشخصية فى مجالاتها الإقليمية والعالمية"⁽³⁶⁾. وكتب جمال البنا "الناصرية وإعادة تشكيل الشخصية المصرية"، وأن من آثار هذا العهد الناصرى على الشخصية المصرية أنه أحيى التعصب والعنف لدى مجموعات دينية قليلة العدد وأن اهتزاز الشخصية المصرية وسلبيتها وعدم استطاعتها الصمود لتحديات العصر يعود إلى عهد الإرهاب الذى أوجدته الحقبة الناصرية وظل قائماً حتى الآن⁽³⁷⁾. وكتب ياسر قنصوه "الإنسان المصرى وجه يبحث عن ملامحه"، وأن المعوق الأساسى لحضور متميز للشخصية المصرية ويكشف عن ملامحها المغيبة هو محاولة رسم صورة مصممة لها سواءً أكان الإطار فرعونياً أو عربياً أو إسلامياً فى عصر تعرف فيه الهوية: إنها إنجازك الخاص المتميز⁽³⁸⁾. وكانت مساهمة أحمد زايد بعنوان "الثابت والمتغير فى سمات الشخصية المصرية". وبعد أن استعرض سمات الشخصية المصرية وجذورها فى دراسته المنشورة المشار إليها فى الدراسات

السابقة، خلص إلى "أننا لا يجب مطلقاً أن نتحدث عن سمات ثابتة وعامة في بنية الشخصية المصرية. وربما يكون مفيداً أن ندرس سمات بعينها لنكتشف مدى انتشارها في دوائر بعينها مع محاولة تفسير السياق الاجتماعي العام الذي تظهر فيه"⁽³⁹⁾.

— الشخصية المصرية من خلال دراسة بعض مظاهر الفولكلور المصري: دراسة نفسية تحليلية أنثروبولوجية وميدانية على قرية كفر حجازى بمحافظة الغربية، عن طريق عمليات التنشئة الاجتماعية والتطبيع الاجتماعي وأثر البيئة والثقافة والعناصر المادية والمؤثرات النفسية. وتم التوصل إلى الكثير من الصفات التي تذخر بها الشخصية المصرية مثل النزعة التشاؤمية، ومركب النقص، والوفاء، والإخلاص، والتفاني، وتحمل الصعاب، والحفاظ على الشرف، والاهتمام بالأصل، والاعتقاد في الخرافات، والشهامة، والفكاهة، والمرح⁽⁴⁰⁾.

— وتستفيد الدراسة الحالية من الدراسات المنشورة في كتب أخرى عن الشخصية المصرية والعوامل المؤثرة فيها مثل كتاب شخصية مصر⁽⁴¹⁾ وكتاب الأعمدة السبعة للشخصية المصرية⁽⁴²⁾

— الشخصية المصرية: تحديات الحاضر والمستقبل المنظور⁽⁴³⁾ دراسة ميدانية على عينة عنقودية قوامها 97 مفردة من سكان محافظات القاهرة والجيزة والقليوبية، خلال شهر فبراير 1998. وكانت وسائل جمع البيانات هي الملاحظة بدون مشاركة، واستمارة المقابلة، واستعانته الباحثة بالمنهج التاريخي والمنهج التجريبي والأسلوب الإحصائي. وتخلص الدراسة إلى "أن العولمة وعصر الأقمار الصناعية والبث المباشر وغزو الثقافات قد انعكس على الشخصية في جميع دول العالم، وتعترف كل الدول المتقدمة والنامية منها بذلك مع محاولة الحد من آثارها السلبية على الشخصية. وتعد فرنسا من أوائل الدول التي تكافح وتناضل للاحتفاظ بالشخصية الغربية." وأجابت نسبة 89% من أفراد العينة بأن الأسرة المصرية الآن تختلف عما سبق من حيث انعدام الترابط ونسبة 61% ترى أن ثقافة المصريين لازالت مصرية إلى حد ما وقالت نسبة 64% بتحول الثقافة إلى أوروبية إلى حد ما أيضاً. وكانت الصحافة والمدرسة والأسرة مصادر الثقافة للمصريين كما يراها أفراد العينة بنسب 62% لكل من الصحافة والمدرسة و47% للأسرة. أما صفات الشخصية المصرية فكانت نسب إجابات المبحوثين لها 89% للفكاهة والمرح، و81% للعاطفة، و75% للجد، و65% للتسامح، و63% للقدرية، و77% للطيبة، و75% لمعاونة الغير، و26% إلى حد ما للعنف، و62% للتبريرية، و49% لكل من الفهولة والتحليل، و63% إلى حد ما للخنوع.

وهكذا تتعدد رؤى الباحثين المتخصصين لصفات الشخصية المصرية والعوامل المؤثرة فيها، وإن كان يغلب عليها الصفات السلبية، ولكنها صفات موجودة وملموسة ومحسوسة ويمكن دراستها⁽⁴⁴⁾، ودراسة تأثير وسائل الإعلام فى هذه الصفات، وهذا ما تحاوله الدراسة الحالية، بإجراء دراسة ميدانية على عينة من المصريين. وجدير بالذكر هنا أن أياً من هذه المقالات والدراسات لم تتطرق إلى دور الإعلام فى البناء الثقافى والاجتماعى للمصريين أو فى صفات الشخصية المصرية، وهى الإضافة التى يقدمها هذا البحث للمكتبة الاجتماعية الإعلامية.

وتستفيد الدراسة الحالية من الدراسات السابقة فى استخدام منهج المسح الميدانى بشقيه التحليلى والوصفى وأسلوب العينة العشوائية الاحتمالية الممثلة للمصريين، والكشف عن نفس الخصائص التى توصلت إليها هذه الدراسات لدى عينة الدراسة الحالية، بالإضافة إلى مزيد من الخصائص التى توصلت إليها الدراسات الأخرى ذات العلاقة. وتوظف الدراسة الحالية أيضاً استمارة الاستبيان والمقابلة والملاحظة أدوات لجمع البيانات، كما تستفيد منها أيضاً فى صياغة فروضها وتساؤلاتها، وأساليب التحليل ومقارنة النتائج، كما تبحث الدراسة الحالية عن تأثير وسائل الإعلام على تكوين خصائص الشخصية المصرية التى توصلت إليها الدراسات السابقة.

بحوث وظفت الأطر النظرية للدراسة الحالية

– التعلم الاجتماعى والاعتماد على وسائل الإعلام

– "إعتماد الشباب الجامعى على المواقع الإذاعية والتلفزيونية الإلكترونية للحصول على المعلومات السياسية"⁽⁴⁵⁾ تحددت مشكلة الدراسة فى التعرف على مدى اعتماد الشباب الجامعى على المواقع الإذاعية والتلفزيونية الإلكترونية العربية والأجنبية للحصول على المعلومات السياسية وأسباب ذلك، وأهم المواقع التى يفضلها، ودرجة ثقافتهم فى تلك المواقع، بالإضافة إلى التعرف على كثافة الاعتماد، وأبعاده، ومدى تحقق تأثيرات الاعتماد المعرفية، والوجدانية، والسلوكية. وكانت عينة الدراسة من نوع العينة المتاحة، من طلاب الجامعات حكومية وخاصة فى القاهرة، قوامها 360 مفردة، وتم جمع البيانات منهم بواسطة الاستبيان، صحيفة الاستقصاء، بالمقابلة خلال الفترة من فبراير حتى مارس 2006. وتوصلت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة معنوية بين متوسطات درجات كل من كثافة الاعتماد على المواقع الإذاعية والتلفزيونية الإلكترونية، وأبعاد

اعتماد الفهم الاجتماعى وتوجيه التفاعل وتأثيرات الاعتماد المعرفية والسلوكية لدى الشباب الجامعى المستخدم لهذه المواقع.

— "اعتماد الشباب الجامعى على وسائل الإعلام أثناء الأزمات: أزمة تفجيرات دهب نموذجاً"⁽⁴⁶⁾، دراسة وصفية استخدمت منهج المسح بشقيه الوصفى والتحليلى لعينة من شباب الجامعات المصرية قوامها 400 مفردة واستمارة الاستبيان هى أداة جمع البيانات. ومشكلة الدراسة هى التعرف على مدى اعتماد الشباب الجامعى على وسائل الإعلام أثناء أزمة تفجيرات دهب، وذلك بتقييم مدى فاعليتها كمصدر لالتماس المعلومات بشأن الأزمة. وقد توصلت الدراسة إلى ارتفاع نسبة متابعة الشباب الجامعى- عينة الدراسة- لأحداث تفجيرات دهب من خلال وسائل الإعلام (التلفزيون-القنوات الفضائية-الصحف "القومية والحزبية والخاصة")، وأنه توجد فروق دالة إحصائية من حيث النوع بالنسبة للاعتماد على وسائل الإعلام المختلفة لصالح الذكور.

— "دور وسائل الاتصال فى إمداد طلاب الجامعات المصرية بالمعلومات عن الأحداث الجارية فى إطار نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام"⁽⁴⁷⁾، تحددت مشكلة الدراسة فى "التحرى عن مدى اعتماد الشباب الجامعى فى المجتمع المصرى على وسائل الاتصال — سواء التقليدية أو التفاعلية — فى الحصول على المعلومات الخاصة بالأحداث الجارية"، ومنهج الدراسة هو منهج المسح لعينة متاحة من طلاب بعض الجامعات المصرية قوامها 300 مفردة، خلال العام الجامعى 1998/1997 م، واستمارة الاستقصاء هى وسيلة جمع البيانات. وتوصلت الدراسة إلى أن أهداف الباحثين من متابعة الأحداث الجارية كانت الفهم والتوجيه والتسليية، وأهم مصادر الحصول على معلوماتهم هى التلفزيون والصحف القومية والراديو والمجلات والاتصال الشخصى والصحف الحزبية والإنترنت. وأن متابعة الأحداث الجارية من وسائل الإعلام تحقق آثاراً معرفية ووجدانية وسلوكية إيجابية أكثر من الآثار السلبية.

— "مدى اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام المصرية أثناء الأزمات: دراسة ميدانية على طلاب الجامعات"⁽⁴⁸⁾، كانت مشكلة الدراسة "محاولة التعرف على أبعاد علاقات اعتماد طلاب الجامعات على وسائل الإعلام المصرية أثناء الأزمات، وترتيب أهميتها لدى الجمهور، وأسباب اعتماده عليها، ومدى شدة ثقته بها، والعلاقة بين هذه الثقة وشدة الاعتماد، والتأثيرات المختلفة المترتبة على اعتماد الجمهور عليها كمصدر للمعلومات". وهى دراسة وصفية استخدمت منهج المسح وصحيفة الاستقصاء لجمع البيانات من عينة طبقية قوامها 400 مفردة من طلاب الجامعات خلال شهرى مارس وإبريل عام 2000م. وخلصت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين

وسائل الإعلام المصرية فيما يتعلق بأسباب اعتماد الجمهور عليها أثناء الأزمات، وبنقطة الجمهور فيها كمصادر للمعلومات، ومن حيث التأثيرات المترتبة على اعتماد الجمهور على هذه الوسائل. — وتوصلت دراسة شيماء زغيب⁽⁴⁹⁾ إلى أن الاعتماد على وسائل الإعلام القومية لا يؤدي إلى السخط السياسي، بعكس الاعتماد على وسائل الإعلام المعارضة، وأنه توجد متغيرات وسيطة تؤثر على شدة العلاقة بين مستوى الاعتماد ومستوى السخط السياسي.

— وتوصلت أماني الحسيني⁽⁵⁰⁾ إلى أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين عمر المبحوثات وكل من الاعتماد الكمي على التلفزيون للحصول على معلومات عن البيئة، والاتجاه نحو تشكيل أشكال وقالب برامج معينة، والوعي المباشر عن البيئة، وكان من الواضح تفضيل السيدات عموماً للدراما كعنصر جذب في البرامج.

— وأجرى "أرثر ج إيمج"⁽⁵¹⁾ (Arthur G. Emig) مسحاً 373 عن طريق الهاتف لعينة من مفردة فوجد أن هناك علاقة ذات دلالة بين الأفراد ذوي العلاقات المجتمعية القوية وبين الذين يستخدمون وسائل إعلام معينة، وأن الذين يعتمدون على وسائل الإعلام يختلفون فيما يتعلق بروابطهم بعلاقاتهم المجتمعية. ويوصى الباحث بالمزيد من الدراسات المستقبلية لتبين أية روابط مجتمعية تسبق الاعتماد على وسائل الإعلام، وأيتها تكون تابعة لهذا الاعتماد.

— واستنتجت دراسة على القيم الثقافية التي تعكسها إعلانات التلفزيون في كل من الصين والهند أنها تؤكد على الحداثة كقيمة غالبية. وأن الإعلانات الصينية كانت توظف القيم الشرقية أكثر من الإعلانات في الهند التي كانت أكثر توظيفاً للقيم الغربية⁽⁵²⁾.

— وتوصلت دراسة على فاعلية مصادر المعلومات عن الجنس من وسائل الإعلام، والتعليم والصحة، والأبوين والزملاء، لدى ثلاث عينات من المراهقين اليهود والعرب المسلمين والمسيحيين، في إسرائيل، إلى أن المعلومات التي تقدمها هذه المصادر مفيدة باعتدال⁽⁵³⁾.

— وأجريت دراسة على 328 طالباً جامعياً في سنغافورة لاختبار افتراض نظرية ديفلير وديفلير عن تأثير مواد الترفيه الأمريكية في وسائل الإعلام على اتجاهاتهم نحو الأمريكان. وتوصلت إلى أنه بالرغم من أن المبحوثين أعربوا عن مشاعر سلبية تجاه الأمريكان، إلا أنه وجدت علاقة إيجابية ذات دلالة بين هذه الاتجاهات وبين التعرض لمضمون المواد الأمريكية في وسائل الإعلام، وهذه النتيجة تختلف مع افتراض النظرية، وتقتصر أن الثقافة الأمريكية الشعبية ربما تكون عاملاً إيجابياً في وجهات النظر أو الاتجاهات نحو الأمريكان في العالم⁽⁵⁴⁾.

– وتوصلت دراسة على التنشئة السياسية للأطفال والمراهقين والبالغين، الأميركيان، على مدى الأربعين عاماً الأخيرة، إلى أن التعلم السياسي، والاتجاهات، والسلوكيات، لا تتكون في الصغر فقط، إذ إنها تتأثر بالأبوين والمدارس والزملاء ووسائل الإعلام⁽⁵⁵⁾.

– واستنتجت دراسة على تغطية وسائل الإعلام الأمريكية للهجرة غير الشرعية، بأنها تستخدم ككبش فداء لتفسير الأمراض الاجتماعية هناك، وأن وسائل الإعلام الأمريكية الكبرى ساهمت في ترسيخ عملية كبش الفداء هذه. ومن هذه الوسائل صحف مثل "ذا نيويورك تايمز" *The New York Times* و"الواشنطن بوست" *(The Washington Post)* و"ذا لوس أنجلوس تايمز" *(The Los Angeles Times)* و"يو إس نيوز أند ورلد ريبورت" *(US News and World Report)* و"ذا ساتردى إيفنينج بوست" *(The Saturday Evening Post)*⁽⁵⁶⁾.

– وقارنت دراسة أخرى العلاقة بين مشاهدة الإسرائيليين لبرامج التلفزيون الإسرائيلي، والبرامج المستوردة وبين الاعتزاز الوطني لديهم، فوجدت أن مشاهدة القنوات الإسرائيلية أو برامج الأخبار لا يرتبط بالاعتزاز، ومع ذلك، فإن نسبة من البرامج الإسرائيلية والشخصيات المفضلة كانت منبئات بالاعتزاز الوطني أو من مؤشرات⁽⁵⁷⁾.

– واستخدمت إحدى الدراسات مدخلاً تكاملياً لاختبار تأثير انخفاض جودة أخبار الانتخابات على استخدام نتائجها الإيجابية مثل المعرفة السياسية والمشاركة. ولكن نتائج الدراسة لم تؤيد افتراضها بأن تأثير وسائل الإعلام يختلف بمرور الزمن كوظيفة ضمن مضمون هذه الوسائل⁽⁵⁸⁾.

– وتوصلت دراسة مقارنة لإدراك الجمهور لاستخدام الرسوم التوضيحية لأخبار الحرب بين قناة الجزيرة و القنوات العربية وسي إن إن CNN إلى تفوق الجزيرة. وتؤيد دراسات أخرى على الاعتماد على وسائل الإعلام وحرية الصحافة والاهتمام السياسى توظيف الرسوم التوضيحية مع الأخبار⁽⁵⁹⁾.

– كما توصلت دراسة أخرى على الاعتماد على وسائل الإعلام فى أمريكا فى أعقاب هجمات 11 سبتمبر إلى أن درجة الخطر المدرك والعمر، وأنماط الاعتماد المسبق على وسائل الإعلام كانت المؤشرات الحقيقية للاعتماد على وسائل الإعلام بصفة عامة، وعلى كل وسيلة على حدة بعكس المكانة الاجتماعية الاقتصادية ودرجة الثراء والأمور المرتبطة بها، فقد كانت علاقتها ضئيلة بالاعتماد وما يتبعه من تأثيرات فى الاتجاهات والسلوك⁽⁶⁰⁾.

— وأجرى مسح على مستخدمى مدونات الإنترنت بغرض مقارنة مصداقيتها ومدى الاعتماد عليها بوسائل الإعلام التقليدية، مع ضبط العوامل الديموغرافية والسياسية. وقد توصلت الدراسة إلى أن مستخدمى المدونات يرونها أكثر مصداقية وعمقاً فى المعلومات من الوسائل التقليدية⁽⁶¹⁾.

— وتوصلت دراسة ميدانية على دور المسلسلات العربية التلفزيونية فى التوعية الصحية للمرأة الريفية إلى أن عينة الدراسة تشاهد هذه المسلسلات بنسبة 100%، وثبتت صحة افتراضات الدراسة بوجود علاقات دالة إحصائياً بين العوامل الديموجرافية للمرأة الريفية ودوافع مشاهدة المسلسلات، ومعرفتها الصحية⁽⁶²⁾.

— بحوث الإعلام والتنمية

تُجرى كثير من الدراسات على دور الإعلام فى التنمية، ولا يكاد يخلو منهج تدريس الإعلام فى كليات الإعلام وأقسامه، من مقرر حول الإعلام والتنمية أى دور الإعلام فى التنمية وقضاياها. ويدل ذلك على الاقتناع الشديد بدور الإعلام فى التنمية والإيمان بأهميته كعامل أساسى فى توعية الجماهير وتعبئتها وحشدتها خلف خطط التنمية للوصول إلى الأهداف المحددة والمرجوة، وهى حل المشاكل التى يُعانى منها المجتمع، والوصول إلى مستوى معيشة كاف ولا نقول راق ودولة متقدمة ذات مكانة بين الدول.

والدراسة الحالية ليست عن الإعلام والتنمية، ولكن لأن أحد محاورها وافتراضاتها هو دور الصفات الشخصية للأفراد فى التنمية، نشير فيما يلى إلى دراسات الإعلام والتنمية، على الرغم من أن أياً منها لم يتناول هذا المحور أو الافتراض.

بمراجعة بحوث الإعلام والتنمية نجد أن غالبيتها تدرس دور الاتصال، بأنواعه، ووسائل الإعلام المتعددة، فى التنمية ومجالاتها المتعددة أيضاً، ولا بأس فى ذلك. فالتنمية قضية أساسية فى كل المجتمعات المتقدم منها والنامى. ودور الاتصال فى التنمية أصبح من المسلمات التى لا خلاف عليها. وعند البحث عن رسائل الدكتوراة والماجستير التى تتناول الإعلام والتنمية فى كمبيوتر مكتبة كلية الإعلام جامعة القاهرة وجدنا 142 رسالة حتى تاريخ كتابة هذا البحث. أما الأبحاث المنشورة باللغة العربية حول هذا الموضوع أيضاً فلا تقل عن هذا العدد. والحقيقة، لا يُعد تجاوزاً أو مغالاة إذا قلنا إن كل بحوث الاتصال والإعلام تصب فى التنمية أو تهدف إليها، سيما إذا وجدت نتائجها وتوصياتها طريقها إلى التطبيق العملى، فهى تتناول مشاكل المجتمع، وتحاول وضع، أو اقتراح، الحلول لها كما تتناول تأثيرات وسائل الإعلام والاستفادة منها.

فقد درست ماجدة أحمد عامر و هالة كمال أحمد نوفل "موقف جمهور الريف من حملات تنظيم الأسرة التلفزيونية: دراسة ميدانية على عينة من الريفات بقرى محافظة الجيزة"⁽⁶³⁾ ودرست نوال الصفتى "اتجاهات الخطاب الصحفى الأفريقى نحو مشكلات المرأة الريفية: دراسة تحليلية نقدية"⁽⁶⁴⁾ ، وتناولت مرفت الطرابيشى "دور وسائل الاتصال فى نقل المعلومات الصحية للمرأة الريفية: دراسة ميدانية"⁽⁶⁵⁾ ، وتناولت مها الطرابيشى "معالجة الصحافة المصرية لمشكلات المرأة الريفية: دراسة تحليلية خلال عام 1999"⁽⁶⁶⁾ ، ودرست أميمة محمد عمران "دور وسائل الإعلام فى مشاركة المرأة فى العمل السياسى" دراسة ميدانية⁽⁶⁷⁾ ، ودرست ماجدة عامر "أداء الإعلام الزراعى المصرى خلال السنوات 1995-1999: دراسة تطبيقية على القائم بالاتصال والمحتوى فى الصحافة الزراعية"⁽⁶⁸⁾

و درست شاهيناز طلعت⁽⁶⁹⁾ دور الاتصال فى تنمية قرية قها المصرية. وهى الدراسة المنشورة فى كتاب بعنوان "وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية". و درست سامية رزق⁽⁷⁰⁾ دور الاتصال الشخصى فى نشر الأفكار المزرعية الحديثة.

وأجرى محمد أحمد البادى دراسة على طبيعة الصحافة الريفية ودورها فى المجتمعات النامية مع التطبيق على المجتمع المصرى، تحليل لمضمون صحيفة "التعاون جريدة الفلاحين"⁽⁷¹⁾ فى الستينيات والسبعينيات من القرن العشرين.

وأجرى عبد الفتاح عبد النبى دراسة على الصحف اليومية فى مصر وقضايا تنمية الريف دراسة تحليلية لصحيفة الأهرام⁽⁷²⁾، ورؤيتها لهذه القضايا بصفة خاصة وشئون القرية المصرية بصفة عامة، وذلك على ضوء الظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية السائدة خلال فترة الدراسة من خمسينيات وستينيات القرن العشرين.

كما درس محمود أحمد عبد الغنى دور الصحافة المصرية فى تنمية المجتمع المحلى⁽⁷³⁾ وتحديد مدى اهتمام صحف الأهرام والأخبار والجمهورية بالموضوعات الاقتصادية، والاجتماعية، والسياسية الخاصة بتنمية المجتمع خلال الفترة من 1/1/1982 إلى 31/12/1986.

وأجريت دراسة تتبعية على الاتصال الجماهيرى والتنمية الوطنية فى الصين عن تأكيد أدوار وسائل الإعلام، وتناولت تطور وسائل الإعلام ودورها فى التنمية فى الصين خلال العقود الأربعة الأخيرة من القرن العشرين. وتوصلت إلى أن التلفزيون أصبح أكثرها فاعلية فى التنمية بينما ينحسر دور السينما والإذاعة السلكية، والصحف. ويقترح الباحث أن تزامن النمو الاقتصادى الذى شهدته الصين من انتشار وفاعلية التلفزيون يمكن أن يكون مؤشراً جيداً للعلاقة المتبادلة

الداعمة كل منهما للآخر. ويضيف أن التلفزيون والترفيه يمكن أن يؤدي دوراً مهماً فى النمو الاقتصادى حيث يؤدي إلى تكوين الرأى العام الواعى ويصون الاستقرار الاجتماعى⁽⁷⁴⁾. كما أجريت دراسة تتبعية نقدية عن الصحافة وتحديات التحديث فى أمريكا اللاتينية، خلال تسعينيات القرن العشرين لأدوار العاملين فى الصحافة بدول أمريكا اللاتينية والكاريبى، الذين يبلغ عددهم أكثر من 60.000 ويتزايدون يوماً بعد يوم بانتشار تعليم الصحافة والإعلام هناك. ففى عام 1950م كان لديهم 13 كلية للاتصال الاجتماعى والصحافة وأصبح عددها 227 عام 1990م ليرتفع إلى 250 فيما بعد. والخريجون الشباب مبهورون بالأشكال المتعددة للاتصال الاجتماعى لكى يصبحوا نجوم التلفزيون. وسواءً اعترفوا بهذا أم لا فإن التحدى الحقيقى أمامهم ألا يفقدوا هويتهم اللاتينية فى ظل العولمة⁽⁷⁵⁾.

ثالثاً: الإطار المنهجى للدراسة

— مشكلة الدراسة هى التعرف على دور وسائل الإعلام فى البناء الاجتماعى والثقافى للشخصية المصرية من خلال دراسة تأثير هذه الوسائل على صفات الشخصية المصرية الإيجابية والسلبية، وعلاقة ذلك بالتنمية فى مصر. ويمكن تعريف البناء الاجتماعى والثقافى للشخصية المصرية إجرائياً بأنه روافد أو لبنات تكوين الشخصية المصرية اجتماعياً وثقافياً، أو العوامل المؤثرة فى هذا التكوين، أو فى تنشئة المصريين اجتماعياً وثقافياً.

— نوع الدراسة: تنتمى هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية المقارنة، التى تهتم برصد وتوصيف الظاهرة محل الدراسة، وهى دور وسائل الإعلام فى تكوين الشخصية المصرية اجتماعياً وثقافياً. وتقوم الدراسة بتحليل البيانات التى تم جمعها من المبحوثين واستخلاص النتائج منها، والمقارنة بين متغيراتها، وبين نتائج الدراسات الأخرى ذات العلاقة. ومنهج هذه الدراسة هو منهج المسح الإعلامى.

— أهمية الدراسة: سد ثغرة فى دراسات دور وسائل الإعلام فى البناء الاجتماعى والثقافى للمصريين. وتوفير دراسة علمية موثوق فى نتائجها عن تأثير الإعلام فى تكوين صفات الشخصية المصرية، الإيجابية منها والسلبية، والذى يساعد على التنمية، والذى يعوقها من هذه الصفات كما يراها المبحوثون. واستجابة لتوصيات الدراسات السابقة المذكورة آنفاً وغيرها من دراسات، تناولت واقع المصريين والعرب والمسلمين وقضايا التنمية، بإجراء المزيد من الدراسات حول هذه القضايا وجوانبها.

— **أهداف الدراسة:** رصد وتوصيف وتوثيق دور وسائل الإعلام فى بناء الشخصية المصرية اجتماعياً وثقافياً، وتأثير هذه الوسائل فى تكوين صفات الشخصية المصرية الإيجابية منها والسلبى ومدى إبراز كل منها، وعلاقة ذلك بالتنمية.

— **فروض الدراسة وتساؤلاتها:** تسعى هذه الدراسة إلى اختبار افتراض نظريات التعلم الاجتماعى والادراك والاعتماد على وسائل الإعلام، كما ذكر آنفاً، وبتطبيقه على موضوع الدراسة يصبح فرضها الرئيس هو أن لوسائل الإعلام دوراً فى إكساب الشخصية المصرية صفاتها أو التخلّى عن هذه الصفات سواءً كانت إيجابية أم سلبية، وذلك من خلال اعتمادهم على هذه الوسائل، والتعلم منها، ومن خلال تأثيراتها المعرفية والوجدانية والسلوكية عليهم.

— توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين إجابات المبحوثين عن صفات الشخصية المصرية، الإيجابية والسلبية، والعوامل الديموغرافية مثل النوع، والعمر، ومحل الإقامة، والدخل الشهرى، وعدد أفراد الأسرة، والوظيفة أو العمل أو المهنة.

— توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كل من التعرض لوسائل الإعلام ومضامينها وبين صفات الشخصية المصرية الإيجابية والسلبية.

— توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين بعض متغيرات الدراسة مثل صفات الشخصية المصرية وتلك التى تعكسها وسائل الإعلام، وبين الصفات التى تساعد على التنمية وتلك التى تعيقها، وبين الصفات الجيدة والسلبية التى تكسبها العولمة، وبين معانى البناء الثقافى والاجتماعى للمصريين والعوامل أو الجهات التى تقوم بهذا البناء أو تساعد عليه، وبين إجابات المبحوثين عن مدى اعتقادهم فى صفات الشخصية المصرية ودور الإعلام فى إكساب هذه الصفات، ومدى اعتقادهم فى الصفات التى تساعد على التنمية وتلك التى تعيقها.

— توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين إجابات المبحوثين عن صفات الشخصية المصرية، الإيجابية والسلبية، التى تؤثر فى التنمية، إيجابياً وسلبياً أيضاً، والعوامل الديموغرافية مثل النوع، والعمر، ومحل الإقامة، والدخل الشهرى، وعدد أفراد الأسرة، والوظيفة أو العمل أو المهنة.

كما تسعى الدراسة إلى الإجابة عن التساؤلات التالية:

— ما نظرية الإدراك والتعلم من وسائل الإعلام؟ وما افتراضها الرئيس الذى يمكن اختباره فى الدراسة الحالية؟

— ما نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام؟ وما افتراضها الرئيس الذى يمكن اختباره فى الدراسة الحالية؟

— ما نظرية دور صفات الشخصية فى التنمية؟ وما افتراضها الرئيس الذى يمكن اختباره فى الدراسة الحالية؟

— ما صفات الشخصية المصرية الإيجابية والسلبية التى يراها المبحوثون؟

— ما معنى البناء الثقافى والاجتماعى للمواطن المصرى كما يراه المبحوثون؟

— هل تؤثر وسائل الإعلام فى البناء الثقافى والاجتماعى للشخصية المصرية؟

— كيف يرى المبحوثون هذا التأثير من حيث هو جيد أو مقبول أو ضعيف؟

— ما وسائل الإعلام الأكثر تأثيراً من غيرها فى صفات الشخصية المصرية؟

— ما مضامين وسائل الإعلام الأكثر تأثيراً من غيرها في صفات الشخصية المصرية؟
 — ما صفات الشخصية المصرية الأكثر تداولاً من غيرها في وسائل الإعلام؟
 — ما صفات الشخصية المصرية التي يرى الباحثون أنها تساعد على التنمية؟
 — ما صفات الشخصية المصرية التي يرى الباحثون أنها تعوق التنمية؟
 — ما صفات الشخصية المصرية التي يرى الباحثون أنه يجب على وسائل الإعلام أن تركز عليها وتبرزها أكثر من غيرها؟

— ما صفات الشخصية المصرية التي يرى الباحثون أنه يجب على وسائل الإعلام ألا تبرزها ؟
 — ما تأثير العولمة على صفات الشخصية المصرية؟
 — ما نتائج هذه الدراسة وما مقارنتها بنتائج الدراسات ذات العلاقة؟

— **أدوات جمع البيانات:** هي استمارة الاستبيان والمقابلة والملاحظة. تم إعداد الاستمارة وفقاً لفروض الدراسة وتساؤلاتها، ووفقاً للأصول العلمية، كما تم عرضها على مجموعة من المحكمين من أساتذة الإعلام⁽⁷⁶⁾، الذين أفادوا ببعض التعديلات والإضافات. وتم الأخذ بها. ولاختبار الصدق تم عمل اختبار قبلي بتطبيق الاستمارة على 39 مفردة تمثل 10% من إجمالي مفردات العينة ووجدت درجة ثقة 91.2%، وهي كافية. وقد أمكن من خلال هذا الاختبار القبلي تعديل بعض الأسئلة وإضافة البعض الآخر. ويرى الباحث عدم تقسيم صفات الشخصية المصرية، في الاستثمار، إلى سلبية وإيجابية ومحايدة أو حتى تقسيم الاستثمار إلى بنود حتى لا تتضمن إحياءات بالإجابة قد يتأثر بها الباحثون⁽⁷⁷⁾. وأما **المقابلة والملاحظة** فقد أفادت الدراسة حيث كان الباحث يجمع البيانات بنفسه من الباحثين ويناقشهم في مضمون الاستثمار، ويفيد الدراسة بملاحظاتهم وتعليقاتهم التي يشجعهم عليها، كتابة وشفاهة، وكان يلاحظ غير الجاد منهم في إجابته فيستبعد استثمارته من العينة المدروسة.

— **الإطار الزمني للدراسة:** هذه دراسة ميدانية آنية معاصرة تتناول دور الإعلام في البناء الثقافي والاجتماعي للشخصية المصرية وصفاتها في ضوء افتراضات نظريات التعلم الاجتماعي والإدراك والاعتماد على وسائل الإعلام، والتنمية خلال فترة انعقاد الدورة التاسعة والثلاثين لمعرض القاهرة الدولي للكتاب من شهرى يناير وفبراير 2007.

— **مجتمع الدراسة وعينتها:** مجتمع هذه الدراسة هو المجتمع المصرى وأجريت الدراسة على عينة عشوائية مقصودة مناسبة⁽⁷⁸⁾ Convenient Target Sample أو عينة متاحة من البالغين رواد معرض القاهرة الدولي للكتاب قوامها 394 مفردة. لأنه غالباً ما يكون هؤلاء الرواد على وعى بموضوع الدراسة، وأكثر تعاوناً من غيرهم في الإجابة عن أسئلة استمارة الاستبيان، كما أنهم يمثلون أغلب محافظات مصر⁽⁷⁹⁾، فالدراسة تُجرى على عينة من المصريين وليس القاهريين فقط

أو عدد محدود من محافظات مصر فقط، أو فئة من المجتمع المصرى كطلاب الجامعات فقط مثلاً. وبالنسبة لعدد مفردات العينة فهو كاف بناءً على ما توصلت إليه دراسة أحجام العينات العشوائية الاحتمالية المناسبة لحجم المجتمع الذى تُجرى عيه الدراسة، فقد وجدت أن 384 مفردة هو الرقم المناسب للمجتمع مهما كبر حجمه بنسبة خطأ $\pm 5\%$ ⁽⁸⁰⁾.

— أدوات التحليل: استخدم الباحث برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية المعروف اختصاراً بـ SPSS فى تسجيل النتائج وتحليلها، فبعد جمع البيانات تمت مراجعتها للتأكد من أنها مستوفاة، وتم ترميزها وإدخالها إلى الحاسب الآلى، لاستخراج المعاملات الإحصائية المناسبة للدراسة، وهى حساب التكرارات، والنسب المئوية، واختبار دلالة النتائج كـ²، ومعامل التوافق (الارتباط) فاي.

رابعاً: نتائج الدراسة ومناقشتها

— خصائص عينة الدراسة

المدخل الطبيعى أو البديهي للدراسة الميدانية هو التعرف على خصائص العينة المدروسة. ويوضح جدول رقم (1) الخصائص الديموجرافية لهذه العينة فبلغ عدد الذكور منهم 263 مفردة بنسبة 66.8%، وعدد الإناث 131 مفردة بنسبة 33.2%. وجاءت غالبيتهم من المقيمين بالقاهرة الكبرى بنسبة 61.4%، وأعمار نسبة 68.2% منهم أقل من 40 سنة، ومتوسط دخل الأسرة الشهرى أقل من 1000 جنيه مصرى لنسبة 69% منهم، وقرابة 50% منهم متزوجون، وعدد أفراد أسر نسبة 70.3% 4 أفراد فأقل.

وتم إدراج المتغير عدد أفراد الأسرة لاختبار علاقته بإجابات المبحوثين، شأنه فى ذلك شأن بقية المتغيرات الديموجرافية. وتقرب نسب الخصائص الديموجرافية للمبحوثين فى الدراسة الحالية من النسب التى توصلت إليها دراسة معرض الكتاب تظاهرة ثقافية⁽⁸¹⁾، ودراسة هل يقرأ المصريون؟ نعم..لا.. ولكن على عينة رواد معرض الكتاب من غير طلاب الجامعات، إذ تشترك هذه الدراسات الثلاث فى اعتمادها على أسلوب العينة العشوائية الاحتمالية المتاحة من رواد معرض القاهرة الدولى للكتاب. وجدير بالذكر هنا أيضاً أن متوسط عدد أفراد الأسرة لنسبة 70% تقريباً من عينة الدراسة الحالية يقترب من متوسط عدد أفراد الأسرة فى أحدث تعداد للسكان أجرى عام 2006م.

وتم تحديد أعمار المبحوثين فى الدراسة الحالية يمن هم أكثر من 21 سنة، أى البالغين على أساس أنهم قد يكونوا أكثر إماما ومعرفة بموضوع الدراسة من الأقل من 21 سنة. ويوضح

الجدول أن غالبية المبحوثين من الحاصلين على مؤهل جامعى بنسبة 63.2%، وماجستير بنسبة 8.9%، ودكتوراة بنسبة 5.1%، ومؤهل متوسط بنسبة 22.8%، ما يعنى أن العينة من المتعلمين الذين يستوعبون موضوع الدراسة، والإجابة عن أسئلة استمارة الاستبيان. كما يوضح الجدول أن نسبة الإناث، ونسبة المقيمين خارج القاهرة، ونسبة الحالة الاجتماعية، وعدد أفراد الأسرة، تضمن تمثيلاً جيداً للمتعلمين البالغين فى المجتمع المصرى. ما يعنى الاطمئنان إلى كفاية العينة وسلامة النتائج. وقد جاءت قيمة كاس² ومعامل التوافق دالة إحصائياً بين بعض المتغيرات الديموغرافية وبعض متغيرات الدراسة على النحو الذى يوضحها جدول رقم (2)، والجدول التالية للعلاقات الإحصائية، ومعنى نتائج الدراسة الدالة إحصائياً، أنها تمثل الواقع بنسبة خطأ مقبولة إحصائياً $\pm 5\%$ ، أى إنها علاقة حقيقية أو مؤكدة. وكل جداول الدراسة تعرض نتائج إجابات 394 مبحوثاً سواءً كان السؤال تتطلب إجابته اختياراً واحداً، أو يمكن اختيار أكثر من بند.

جدول رقم (1) يوضح الخصائص الديموجرافية للمبحوثين

النوع	ك	%	محل الإقامة	ك	%
ذكر	263	66.8	القاهرة الكبرى	242	61.4
أنثى	131	33.2	خارج القاهرة أو الأقاليم	152	38.6
المجموع	394	100	المجموع	394	100
العمر	ك	%	متوسط دخل الأسرة الشهرى	ك	%
21 سنة- أقل من 30 سنة	151	38.3	أقل من 500 جنيه مصرى	110	27.9
30- أقل من 40 سنة	118	29.9	500 - أقل من 1000 جم	162	41.1
40 - أقل من 50 سنة	65	16.5	1001 - 1500 جم	39	9.9
50 - أقل من 60 سنة	38	9.6	أكثر من 2000 جم	25	6.3
60 سنة فأكثر	22	5.6	المجموع	58	14.7
المجموع	394	100		394	100
الحالة الاجتماعية	ك	%	عدد أفراد الأسرة	ك	%
متزوج	196	49.7	فردان	61	15.5
أعزب	170	43.1	3 أفراد	106	26.9
أرمل	14	3.6	4 أفراد	110	27.9
مطلق	14	3.6	5 أفراد	60	15.2
المجموع	394	100	6 أفراد	31	7.9
			أكثر من 6 أفراد	26	6.6
			المجموع	394	100
المؤهل الدراسى	ك	%	الوظيفة أو العمل أو المهنة	ك	%
متوسط	90	22.8	حكومة	131	33.2
جامعى	249	63.2	قطاع خاص	68	17.3
ماجستير	35	8.9	أعمال حرة	40	10.2
دكتوراة	20	5.1	على المعاش	18	4.6
المجموع	394	100	لا يعمل	70	17.8
			المجموع	394	100

إذ يبين الجدول رقم (2) أنه توجد علاقة دالة إحصائياً بين العمر والتعرض للكتب والتلفزيون والراديو، حيث يبلغ مستوى المعنوية أو مستوى الدلالة (م د) 0.021 و 0.040 و 0.005 ومعامل التوافق (م ت) 0.168 و 0.157 و 0.191 على الترتيب، ودرجات حرية (د ح) 4 لكل منها. ونظراً لكثرة عدد جداول العلاقات الإحصائية، والمساحة التي تتطلبها، يتم الاكتفاء بإيراد بعض الجداول كمثال، وإيراد العلاقات الدالة على النحو التالي بناءً على نتائج الدراسة.

جدول رقم (2) مثال على جداول العلاقات الإحصائية بين العمر وأحد متغيرات الدراسة (التعرض لوسائل الإعلام).

التوافق	مستوى الدلالة	درجات الحرية	نكا	العمر												الوسائل الإعلامية
				المجموع		أكثر من 60		50- أقل من 60		40- أقل من 50		30- أقل من 40		20- أقل من 30		
				%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
0.168	0.021	4	11.512	38.8	153	40.9	9	63.2	24	32.3	21	34.7	41	38.4	58	الكتب
	0.146	4	6.809	51.5	203	63.6	14	68.4	26	50.8	33	49.2	58	47.7	72	الصحف والمجلات
0.157	0.040	4	9.999	77.9	307	72.7	16	92.1	35	86.2	56	72.0	85	76.2	115	التلفزيون
0.191	0.005	4	14.930	24.9	98	50.0	11	39.5	15	26.2	17	22.0	26	19.2	29	الراديو
	0.107	4	7.606	13.5	53	13.6	3	15.8	6	6.2	4	10.2	12	18.5	28	السينما
	0.062	4	8.965	36.5	144	18.2	4	31.6	12	36.9	24	31.4	37	44.4	67	الإنترنت

ووجدت علاقة دالة إحصائياً بين العمر وبعض صفات الشخصية المصرية مثل الميل التبريري والصبر والفكاهة والمرح حيث م د = 0.029 و 0.047 و 0.000 و قيمة م ت = 0.163 و 0.154 و 0.236 على الترتيب. ووجدت علاقة دالة إحصائياً بين العمر وبعض صفات الشخصية المصرية التي تعكسها وسائل الإعلام مثل الغش والنفاق، حيث م م = 0.028 و 0.034 و م ت = 0.164 و 0.161 وبين العمر وبعض الصفات المعيقة للتنمية مثل الفهولة والتواكل، حيث م د = 0.005 و 0.025 و م ت = 0.192 و 0.166 على الترتيب وبين العمر وبعض الصفات التي يتعلمها المبحوثون من وسائل الإعلام مثل الموضوعية، م د = 0.025 و م ت = 0.166 و د ح = 4 لكل من هذه المتغيرات. ووجدت علاقة دالة إحصائياً بين الوظيفة وبعض صفات الشخصية المصرية مثل التناقض والازدواجية والتقليد الأعمى، م د = 0.040 و 0.036 و م ت = 0.169 و 0.171 على الترتيب و د ح = 5، وبين المؤهل الدراسي والتعرض للكتب والصحف والمجلات، م د = 0.002 و 0.035 و م ت = 0.194 و 0.146 و د ح = 3، وبين المؤهل وبعض صفات الشخصية مثل التدخين والتناقض والازدواجية وتأليه الفرد و الكذب والتحايل والسلبية والخنوع م د = 0.047 و 0.002 و 0.013 و 0.009 و 0.001 و 0.048 و 0.029 و م ت = 0.141 و 0.190 و 0.163 و 0.169 و 0.195 و 0.140 و 0.150 و د ح = 3، وبين المؤهل وبعض صفات الشخصية التي تعكسها وسائل الإعلام مثل الغش والقدوة الحسنة والسلبية والخنوع م د = 0.036 و 0.002 و 0.016 و

0.022 و م ت = 0.146 و 0.192 و 0.160 و 0.155 و دح=3 وبين المؤهل وبعض صفات الشخصية المصرية المعيقة للتنمية مثل الفهلوة والتواكل، م د = 0.002 و 0.001 و م ت = 0.192 و 0.196 و د ح = 3، وبين المؤهل وبعض الصفات المتعلمة من وسائل الإعلام مثل التدخين والتسامح والأمانة وإجابة لم أتعلم منها شيئاً م د = 0.004 و 0.034 و 0.019 و 0.010 و م ت = 0.183 و 0.147 و 0.157 و 0.167 و د ح = 3، وبين الحالة الاجتماعية وكل من التعرض للتلفزيون م د = 0.005 و م ت = 0.177 و د ح = 3، و التناقض والازدواجية م د 0.021 و م ت 0.155 وبعض صفات الشخصية المصرية التى تعكسها وسائل الإعلام مثل النفاق م د 0.019 م ت 0.157 وبعض الصفات المعيقة للتنمية مثل الهدر م د 0.039 وم ت 0.144 و د ح 3 وبين عدد أفراد الأسرة وكل من قراءة الكتب والأمانة وبعض صفات الشخصية المتعلمة من وسائل الإعلام مثل الفهلوة م د 0.20 و 0.019 و 0.47 م ت 0.182 و 0.166 و 0.182 و د ح 5 . وعلى هذا النحو وجدت علاقات دالة إحصائياً بين الدخل الشهري وكل من قراءة الكتب والصحف والمجلات والتعرض للتلفزيون والإنترنت كما يوضحها جدول رقم (3) كمثال أيضا على جداول العلاقات الإحصائية بين متغيرات الدراسة.

جدول رقم (3) مثال على جداول العلاقات الإحصائية بين دخل الأسرة الشهري والتعرض لوسائل الإعلام

التوافق	م م	د ح	كا	الدخل الشهري												الوسائل الإعلامية
				المجموع		أكثر من 2000		-1501 2000		-1001 1500		1000-500		أقل من 500		
				%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
0.181	0.010	4	13.381	38.8	153	55.2	32	40.0	10	38.5	15	29.6	48	43.6	48	الكتب
0.221	0.000	4	20.151	51.5	203	72.4	42	72.0	18	56.4	22	45.1	73	43.6	48	الصحف والمجلات
0.161	0.033	4	10.493	77.9	307	72.4	42	64.0	16	94.9	37	77.2	125	79.1	87	التلفزيون
	0.665	4	2.385	24.9	98	29.3	17	16.0	4	28.2	11	22.8	37	26.4	29	الراديو
	0.276	4	5.116	13.5	53	22.4	13	8.0	2	12.8	5	11.7	19	12.7	14	السينما
0.228	0.000	4	21.584	36.5	144	60.3	35	48.0	12	38.5	15	32.7	53	26.4	29	الإنترنت

ووجدت علاقة دالة إحصائياً بين الدخل الشهري وبعض صفات الشخصية المصرية مثل التناقض والازدواجية والصبر والكذب م د 0.008 و 0.042 و 0.048 و م ت 0.184 و 0.157 و 0.154 و د ح 4، وبين الدخل الشهري وبعض صفات الشخصية المتداولة فى وسائل الإعلام مثل التدخين والشهامة م د 0.044 و 0.016 و م ت 0.156 و 0.173 و د ح 4، وبين الدخل الشهري وبعض صفات الشخصية المعيقة للتنمية مثل التشدد فى الدين، والفهلوة، والتواكل، والشك فى الجهات الحكومية. ووجدت علاقة دالة إحصائياً بين النوع والتعرض للتلفزيون م د 0.037 و م ت 0.105 و د ح 1 وبين النوع وبعض صفات الشخصية مثل التدخين والشهامة والكذب م د 0.001 و 0.020 و 0.015 و م ت 0.171 و 0.117 و 0.123 و د ح 1، وبين النوع وبعض الصفات المتداولة فى وسائل

الإعلام مثل الغش والقذوة الحسنة م د 0.043 و 0.014 وم ت 0.102 و 0.142 ود ح 1، وبين النوع والتشدد فى الدين كصفة معيقة للتنمية م د 0.010 وم ت 0.120 ود ح 1، وبين محل الإقامة والظلم كصفة معيقة للتنمية م د 0.040 وم ت 0.103 ود ح 1.

يوضح جدول رقم (4) أنه توجد علاقة دالة إحصائياً بين قراءة الكتب وإجابات المبحوثين عن بعض صفات الشخصية المصرية مثل التدين والصدق والميل التبريرى والتناقض والازدواجية وتأليه الفرد والشك والتوجس والتسامح والصبر والكذب والتواكل والفهلوة والخنوع، وبين بعض الصفات المتداولة فى وسائل الإعلام مثل الغش والسلبية والخنوع، وبين بعض الصفات المعيقة لتطور الشخصية المصرية والتنمية مثل التشدد فى الدين والفهلوة والغش والظلم والمبالغة فى التهويل والتهوين والهدر، وبين التدين كصفة متعلمة من وسائل الإعلام.

جدول ورقم (4) مثال على جداول العلاقات الإحصائية بين التعرض للكتب وبعض صفات الشخصية المصرية

الكتب										صفات الشخصية المصرية
فاي	م م	د ح	كا	المجموع		لا		نعم		
				%	ك	%	ك	%	ك	
0.230	0.000	1	20.866	55.6	219	46.5	112	69.9	107	التدين
0.099	0.050	1	3.840	17.5	69	14.5	35	22.2	34	الصدق
0.136	0.007	1	7.276	20.6	81	16.2	39	27.5	42	الميل التبريرى
0.124	0.014	1	6.082	27.7	109	23.2	56	34.6	53	التناقض والازدواجية
0.186	0.000	1	13.698	16.8	66	11.2	27	25.5	39	تأليه الفرد
0.143	0.005	1	8.018	12.9	51	9.1	22	19	29	الشك والتوجس
0.118	0.019	1	5.495	34.8	137	30.3	73	41.8	64	التسامح
0.209	0.000	1	17.257	38.8	153	30.7	74	51.6	79	الصبر
0.147	0.001	1	11.868	17.3	68	12	29	25.5	39	الكذب
0.110	0.028	1	4.805	31.5	124	27.4	66	37.9	58	التواكل
0.122	0.015	1	5.881	35.8	141	31.1	75	43.1	66	الفهلوة
0.156	0.002	1	9.583	11.4	45	7.5	18	17.6	27	الخنوع
صفات الشخصية المصرية المتداولة فى وسائل الإعلام										
0.122	0.016	1	5.833	25.4	100	21.2	51	32.0	49	الغش
0.104	0.038	1	4.290	29.9	118	26.1	63	35.9	55	السلبية
0.147	0.003	1	8.542	15.0	59	10.8	26	21.6	33	الخنوع
الصفات المعيقة لتطور الشخصية المصرية										
0.116	0.021	1	5.306	34.3	135	29.9	72	41.2	63	التشدد فى التدين
0.126	0.012	1	6.281	36.8	145	32.0	77	44.4	68	الفهلوة
0.112	0.027	1	4.907	34.5	136	30.3	73	41.2	63	الغش
0.163	0.001	1	10.480	36.5	144	30.3	73	46.4	71	الظلم
0.119	0.018	1	5.616	27.9	110	23.7	57	34.6	53	المبالغة فى التهويل والتهوين
0.149	0.003	1	8.721	20.6	81	15.8	38	28.1	43	الهدر
الصفات التي تعلمتها من وسائل الإعلام										
0.173	0.001	1	11.797	22.8	90	28.6	69	13.7	21	التدين

جدول رقم (5) مثال على جداول العلاقات الإحصائية بين التعرض للصحف والمجلات وبعض صفات الشخصية المصرية.

الصحف والمجلات										صفات الشخصية المصرية
فاي	م م	د ح	كا	المجموع		لا		نعم		
				%	ك	%	ك	%	ك	
0.257	0.000	1	26.066	55.6	219	42.2	81	68	138	التدين

0.122	0.015	1	5.896	16.8	66	12	23	21.2	43	تأليه الفرد
0.164	0.001	1	10.644	34.8	137	26.7	51	42.4	86	التسامح
0.158	0.002	1	9.845	38.8	153	30.9	59	46.3	94	الصبر
0.111	0.028	1	4.817	31.5	124	26.2	50	36.5	74	التواكل
0.141	0.005	1	7.884	35.8	141	28.8	55	42.4	86	الفهولة
صفات الشخصية المصرية المتداولة في وسائل الإعلام										
0.118	0.019	1	5.506	30.2	119	24.6	47	35.5	72	الشهامة
الصفات المعيقة لتطور الشخصية المصرية										
0.105	0.038	1	4.320	35.5	140	30.4	58	40.4	82	الكذب
0.159	0.002	1	9.984	47.5	187	39.3	75	55.2	112	النفاق
0.182	0.000	1	13.064	36.8	145	27.7	53	45.3	92	الفهولة
0.113	0.025	1	5.014	61.7	243	56.0	107	67.0	136	الفساد
0.161	0.001	1	10.217	36.8	145	28.8	55	44.3	90	التواكل
0.103	0.040	1	4.214	36.5	144	31.4	60	41.4	84	الظلم
0.142	0.005	1	7.898	20.6	81	14.7	28	26.1	53	الهدر
الصفات التي تعلمتها من وسائل الإعلام										
0.117	0.020	1	5.379	12.9	51	8.9	17	16.7	34	التسامح
0.130	0.010	1	6.672	16.5	65	11.5	22	21.2	43	الانتماء

جدول رقم (6) مثال على جداول العلاقات الإحصائية بين التعرض للتلفزيون وبعض صفات الشخصية المصرية.

فاي	م م	د ح	كا	التلفزيون						صفات الشخصية المصرية
				المجموع		لا		نعم		
				%	ك	%	ك	%	ك	
0.104	0.039	1	4.283	20.6	81	12.6	11	22.8	70	الميل التبريري
0.106	0.035	1	4.453	18	71	10.3	9	20.2	62	الأمانة
0.100	0.046	1	3.971	17.5	69	10.3	9	19.5	60	النفاق
صفات الشخصية المصرية المتداولة في وسائل الإعلام										
0.116	0.022	1	5.280	28.2	111	18.4	16	30.9	95	النفاق
الصفات المعيقة لتطور الشخصية المصرية										
0.102	0.043	1	4.077	36.8	145	27.6	24	39.4	121	التواكل
الصفات التي تعلمتها من وسائل الإعلام										
0.159	0.031	1	1.988	22.8	90	17.2	15	24.4	75	التدين
0.102	0.042	1	4.132	15.0	59	14.9	13	19.5	60	الموضوعية

جدول رقم (7) مثال على جداول العلاقات الإحصائية بين التعرض للراديو وبعض صفات الشخصية المصرية.

فاي	م م	د ح	كا	الراديو						صفات الشخصية المصرية
				المجموع		لا		نعم		
				%	ك	%	ك	%	ك	
0.152	0.003	1	9.099	17.5	69	14.2	42	22.6	27	الصدق
0.114	0.024	1	5.128	20.6	81	17.9	53	28.6	28	الميل التبريري
0.106	0.036	1	4.396	17.5	69	15.2	45	24.5	24	النفاق
0.117	0.021	1	5.362	27.7	109	24.7	73	36.7	36	التناقض والأزدواجية
0.110	0.028	1	4.806	12.9	51	10.8	32	19.4	19	الشك والتوجس
0.181	0.000	1	12.913	11.4	45	8.1	24	21.4	21	الخنوع
صفات الشخصية المصرية المتداولة في وسائل الإعلام										
0.135	0.007	1	7.219	19.3	76	16.2	48	28.6	28	الكذب
الصفات المعيقة لتطور الشخصية المصرية										
0.129	0.010	1	6.549	34.3	135	30.7	91	44.9	44	التشدد في التدين
0.100	0.046	1	3.965	35.5	140	32.8	97	43.9	43	الكذب
0.121	0.016	1	5.763	36.8	145	33.4	99	46.9	46	الفهولة
0.138	0.006	1	7.501	34.5	136	30.7	91	45.9	45	الغش
0.197	0.000	1	15.338	36.5	144	31.1	92	53.1	52	الظلم
0.139	0.006	1	7.640	27.9	110	24.3	72	38.8	38	المبالغة في التهويل والتهويل

0.114	0.024	1	5.128	20.6	81	17.9	53	28.6	28	الهدر
-------	-------	---	-------	------	----	------	----	------	----	-------

جدول رقم (8) مثال على جداول العلاقات الإحصائية بين التعرض للسينما وبعض صفات الشخصية المصرية.

السينما										صفات الشخصية المصرية
فاي	م م	د ح	كا	المجموع		لا		نعم		
				%	ك	%	ك	%	ك	
0.112	0.026	1	4.935	17.5	69	15.8	54	28.3	15	الصدق
0.144	0.004	1	8.189	18	71	15.8	54	32.1	17	الأمانة
0.112	0.026	1	4.935	17.5	69	15.8	54	28.3	15	النفاق
0.105	0.036	1	4.376	27.7	109	25.8	88	39.6	21	التناقض والازدواجية
0.128	0.011	1	6.505	38.8	153	36.4	124	54.7	29	الصبر
0.115	0.022	1	5.229	17.3	68	15.5	53	28.3	15	الكذب
0.102	0.042	1	4.123	18.3	72	16.7	57	28.3	15	التحايل
0.149	0.003	1	8.780	31.5	124	28.7	98	49.1	26	التواكل
0.109	0.030	1	4.692	35.8	141	33.7	115	49.1	26	الفهولة
صفات الشخصية المصرية المتداولة في وسائل الإعلام										
0.112	0.027	1	4.905	50.0	197	47.8	163	64.2	34	الفهولة
0.128	0.011	1	6.431	19.3	76	17.3	59	32.1	17	الكذب
0.166	0.001	1	10.921	28.2	111	25.2	86	47.2	25	النفاق
0.132	0.009	1	6.863	29.9	118	27.6	94	45.3	24	السلبية
0.106	0.036	1	4.390	15.0	59	13.5	46	24.5	13	الخنوع
الصفات المعيقة لتطور الشخصية المصرية										
0.107	0.033	1	4.528	34.3	135	32.3	110	47.2	25	التشدد في التدين
0.116	0.022	1	5.265	36.8	145	34.6	118	50.9	27	التواكل
0.136	0.007	1	7.310	34.5	136	32.0	109	50.9	27	العش
0.133	0.008	1	7.000	36.5	144	34.0	116	52.8	28	الظلم
0.131	0.009	1	6.737	20.6	81	18.5	63	34.0	18	الهدر
الصفات التي تعلمتها من وسائل الإعلام										
0.105	0.037	1	4.372	16.5	65	15.0	51	26.4	14	الانتماء

جدول رقم (9) مثال على جداول العلاقات الإحصائية بين التعرض للإنترنت وبعض صفات الشخصية المصرية.

الإنترنت										صفات الشخصية المصرية
فاي	م م	د ح	كا	المجموع		لا		نعم		
				%	ك	%	ك	%	ك	
0.169	0.001	1	11.291	55.6	219	49.2	123	66.7	96	التدين
0.128	0.011	1	6.413	17.3	68	13.6	34	23.6	34	الكذب
0.127	0.012	1	6.357	37.1	146	32.4	81	45.1	65	التقليد الأعمى
0.104	0.039	1	4.268	35.8	141	32.0	80	42.4	61	الفهولة
صفات الشخصية المصرية المتداولة في وسائل الإعلام										
0.158	0.002	1	9.850	50.0	197	44.0	110	60.4	87	الفهولة
0.157	0.002	1	9.757	28.2	111	22.8	57	37.5	54	النفاق
0.148	0.003	1	8.645	29.9	118	24.8	62	38.9	56	السلبية
الصفات المعيقة لتطور الشخصية المصرية										
0.123	0.015	1	5.962	47.5	187	42.8	107	55.6	80	النفاق
0.164	0.001	1	10.595	36.8	145	30.8	77	47.2	68	الفهولة
0.103	0.041	1	4.183	34.5	136	30.8	77	41.0	59	العش

ووجدت علاقة دالة إحصائية بين قراءة الصحف والمجلات وصفات التدين وتأليه الفرد والتسامح والصبر والتواكل والفهولة. ووجدت علاقة دالة إحصائية بين التعرض للتلفزيون والميل التبريري والأمانة والنفاق، وبين الاستماع للراديو والصدق والميل التبريري والنفاق والتناقض

والازدواجية والشك والتوجس والخنوع، وبين التعرض للسينما والصدق والأمانة والنفاق والتناقض والازدواجية والصبر والكذب والتحايل والتواكل والفهلوة، وبين التعرض للإنترنت والتدين والكذب والتقليد الأعمى والفهلوة، وبين قراءة الكتب وبعض الصفات التي تعكسها وسائل الإعلام مثل الغش والسلبية والخنوع، وبين الشهامة وقراءة الصحف والمجلات، وبين التعرض للتلفزيون والنفاق، وبين التعرض للراديو والكذب، وبين التعرض للسينما والفهلوة والكذب والنفاق والسلبية والخنوع، وبين التعرض للإنترنت والفهلوة والنفاق والسلبية، وبين قراءة الكتب وبعض الصفات المعيقة للتنمية مثل التشدد في الدين والفهلوة والغش والظلم والمبالغة في التهويل والتهوين والهدر، وبين قراءة الصحف والمجلات والكذب والنفاق والفهلوة والفساد والتواكل والظلم والهدر، وبين التعرض للتلفزيون والتواكل، وبين التعرض للراديو والتشدد في الدين والكذب والفهلوة والغش والظلم والمبالغة في التهويل والتهوين والهدر، وبين التعرض للسينما والتشدد في الدين والتواكل والغش والظلم والهدر، وبين التعرض للإنترنت والنفاق والفهلوة والغش. كما وجدت علاقة دالة إحصائياً بين قراءة الكتب وبين التدين كصفة متعلمة من وسائل الإعلام وبين قراءة الصحف والمجلات والتسامح والانتماء وبين التعرض للتلفزيون والتدين والموضوعية وبين التعرض للسينما والانتماء.

جدول رقم (10) آراء المبحوثين في وجود صفات للشخصية المصرية وتأثير الإعلام والعولمة فيها وعلاقتها بالتنمية.

هل تعتقد أنه توجد صفات للشخصية المصرية تحددها عن غيرها؟	ك	%
أعتقد	275	69.8
أعتقد إلى حد ما	106	26.9
لا أعتقد	13	3.3
المجموع	394	100
هل تعتقد أن لوسائل الإعلام بصفة عامة دوراً في بناء الشخصية المصرية؟	ك	%
أعتقد	230	58.4
أعتقد إلى حد ما	98	24.9
لا أعتقد	66	16.8
المجموع	394	100.0
هل تعتقد أنه توجد صفات للشخصية المصرية تساعد على تنمية المجتمع؟	ك	%
أعتقد	217	55.1
أعتقد إلى حد ما	137	34.8
لا أعتقد	40	10.2
المجموع	394	100
هل تعتقد أنه توجد صفات للشخصية المصرية تعوق تنمية المجتمع والمواطن؟	ك	%
أعتقد	226	57.4
أعتقد إلى حد ما	124	31.5

11.2	44	لا أعتقد
100	394	المجموع
%	ك	هل تعتقد أن العولمة تكسب الشخصية المصرية صفات جيدة تساعد التنمية؟
22.3	88	أعتقد
35.0	138	أعتقد إلى حد ما
42.6	168	لا أعتقد
100.0	394	المجموع
%	ك	هل تعتقد أن العولمة تكسب الشخصية المصرية صفات سيئة تعوق التنمية؟
37.6	148	أعتقد
41.6	164	أعتقد إلى حد ما
20.8	82	لا أعتقد
100.0	394	المجموع

يوضح جدول رقم (10) إجابات المبحوثين عن مدى اعتقادهم في وجود صفات للشخصية المصرية، وتأثير الإعلام عليها وتأثيرها على التنمية وتأثرها بالعولمة. يعتقد غالبيتهم بنسبة 70% تقريباً في وجود صفات للشخصية المصرية تحدها عن غيرها من صفات شخصيات الدول الأخرى، ونسبة 58.4% منهم تعتقد أن لوسائل الإعلام تأثيراً في بناء أو تكوين الشخصية المصرية، وتعتقد نسبة 55.1% في وجود صفات للشخصية المصرية تساعد على التنمية، ونسبة 57.4% تعتقد في وجود صفات تعوق التنمية. بينما تعتقد نسبة 22.3% أن العولمة تكسب الشخصية المصرية صفات جيدة تساعد على التنمية، وتعتقد نسبة 37.6% عكس ذلك. وربما يعود انخفاض النسبتين الأخيرتين إلى حداثة مفهوم العولمة وعدم وضوحه لدى الكثيرين، على الرغم من توضيح المقصود منه في استمارة الاستبيان. وجمع نسب أعتقد وأعتقد إلى حد ما في جدول رقم (10) نجد أن غالبية أفراد العينة تعتقد في وجود صفات للشخصية المصرية تحدها، وفي تأثير الإعلام والعولمة عليها، وبأن منها ما يساعد على التنمية، وما يعوق التنمية أيضاً، على النحو الذي تفصله الجداول التالية. وهي إجابات تتفق مع افتراضات الأطر النظرية للدراسة التي تقول بأن الناس تتعلم من وسائل الإعلام، وتعتمد عليها في تلبية حاجاتهم منها، وبوجود صفات للشخصية تساعد على التنمية وصفات أخرى تعوقها، وأن هذه الصفات يمكن التعرف عليها ودراستها، وتؤكد دور الإعلام في التنشئة بصفة عامة. وتتفق هذه النتيجة جزئياً مع ما توصلت إليه دراسة سامية خضر عن التأثير السلبي للعولمة وغزو الثقافات على الشخصية، فإن إجابات المبحوثين في الدراسة الحالية كما يوضحها جدول رقم (10) تقول بالتأثيرات الإيجابية والسلبية

للعولمة على الشخصية المصرية، وإن تفوقت السلبية، بجمع نسبتي "أعتقد" و"أعتقد إلى حد ما" من السؤالين الأخيرين في الجدول.

وقد وجدت علاقة دالة إحصائياً بين اعتقاد الباحثين في صفات الشخصية المصرية التي تساعد على التنمية وبين اعتقادهم في أن العولمة تكسب المصريين صفات جيدة تساعد على التنمية، وبين اعتقاد المصريين في أن لوسائل الإعلام دوراً في بناء أو تكوين الشخصية المصرية وبين مدى جودة هذا الدور، وبين الصفات الإيجابية للشخصية المصرية التي تساعد على التنمية، وصفاتها السلبية، وبين إيجابيات العولمة وسلبياتها ومدى جودة دور الإعلام في بناء الشخصية المصرية، وبين إجابات الباحثين عن إيجابيات العولمة وسلبياتها.

جدول رقم (11) صفات الشخصية المصرية كما يراها ويرتبها الباحثون وكما تعكسها وسائل الإعلام. (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

م	صفات الشخصية المصرية	ك	%	الصفات في وسائل الإعلام	ك	%
1	التدين	219	55.6	الفهولة	197	50
2	الشهامة	211	53.6	التدين	121	30,7
3	الفكاهة والمرح	211	53.6	الشهامة	119	30,2
4	الصبر	153	38.8	السلبية	118	29,9
5	التقليد الأعمى	146	37.1	النفاق	111	28,2
6	السلبية	144	36.5	الغش	100	25,4
7	الفهولة	141	35.8	الكذب	76	19,3
8	التسامح	137	34.8	التسامح	72	18,3
9	التواكل	124	31.5	القوة الحسنة	62	15,7
10	التناقض والازدواجية	109	27.7	الخنوع	59	15
11	الميل التبريري	81	20.6	الصدق	49	12,4
12	التحايل	72	18.3			
13	الأمانة	71	18			
14	الصدق	69	17.5			
15	النفاق	69	17.5			
16	الكذب	68	17.3			
17	تأليه الفرد	66	16.8			
18	الشك والتوجس	51	12.9			
19	الخنوع	45	11.4			

يوضح جدول رقم (11) صفات الشخصية المصرية كما يراها ويرتبها الباحثون، وكما يرونها في وسائل الإعلام. بالنسبة للأولى جاء التدين في المقدمة بنسبة 55.6%، تليها الشهامة والفكاهة والمرح بنسبة 53.6% لكل منهما في الترتيب الثاني، ثم تأتي بقية الصفات بنسب أقل من 50% مثل الصبر بنسبة 38.8%، والتقليد الأعمى بنسبة 37.1%، والسلبية بنسبة 36.5%، والفهولة بنسبة 35.8% على الترتيب، إلى أن نصل إلى صفة الخنوع في نهاية الترتيب بنسبة 11.4%. وفي فئة "أخرى تذكر" أضاف بعض الباحثين صفات مثل انفصام الشخصية، وإرجاع كل شيء إلى نظرية المؤامرة، وخداع النفس والنسيان والجهل.

وتختلف هذه الصفات عما توصلت إليه دراسة أحمد زايد حيث تصدرت وكثرت الصفات السلبية مثل التناقض والازدواجية، والشك والتوجس، والتعلق بالأشخاص، والميل التبريري، والسلبية، والتواكل، مقابل صفتين إيجابيتين هما الصبر، والفكاهة والمرح، وتختلف عما توصلت إليه دراسة سامية خضر حيث رتب المبحوثون صفات الشخصية المصرية على النحو التالي: الفكاهة والمرح، والعاطفة، والجد، والتسامح، والقدرية، والطيبة، ومعاونة الغير، والتبريرية، والفهلوة، والتحايل والخنوع. كما تختلف أيضا عما توصلت إليه دراسة فاطمة المصرى من صفات مثل النزعة التشاؤمية، ومركب النقص، والوفاء، والإخلاص، والتفانى، وتحمل الصعاب، والحفاظ على الشرف، والاهتمام بالأصل، والاعتقاد فى الخرافات، والشهامة، والفكاهة، والمرح.

والاختلاف واضح بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية فى صفات المصريين وترتيبها الذى يعكس أهميتها لديهم. ويُرجع الباحث هذا الاختلاف إلى اختلاف شخصيات الباحثين، وتخصصاتهم، واختلاف رؤيتهم لسمات الشخصية المصرية، وموقفهم منها، وعاطفتهم تجاهها، إيجاباً أو سلباً، وظروفهم الشخصية النفسية والاجتماعية والاقتصادية، والمدخل النظرية لبحثهم وإجراءاتها، والعينات المدروسة، وتوقيت إجراء هذه البحوث.

ولم تتضمن نتائج الدراسات الثلاث السابقة كسمة أساسية من سمات المصريين، تشير إليه أغلب الدراسات عن الشخصية المصرية، على الرغم من مناقشته باستفاضة⁽⁸²⁾! وفى دراسة معرض الكتاب تظاهرة ثقافية، ودراسة استراتيجيات الفهم القرائى لدى طلاب الجامعة وعلاقتها باهتماماتهم القرائية⁽⁸³⁾، ودراسة هل يقرأ المصريون؟ جاءت الكتب والموضوعات الدينية فى مقدمة تفضيلات المصريين القرائية. وفى الدراسة الحالية يبين جدول رقم (14) أن الموضوعات الدينية أيضا جاءت فى مقدمة تفضيلاتهم من موضوعات وسائل الإعلام.

"وتبذل الآن [محاولات بعض الباحثين] لتلخيص أهم السمات التى تميز الشخصية العربية أو المصرية من خلال الدراسات السابقة. فقد ذكر عاطف وصفى ست سمات للشخصية المصرية التقليدية هى الاستمرار والثبات النسبى، والتدين، والوطنية والفداء، والازدواجية، والحزن والفكاهة، والكرامة. وكان يمكن لهذه القائمة أن تطول لو أنه ذكر كل السمات التى أضيفت على الشخصية القومية المصرية. كما استطاع فؤاد مغربى أن يتعرف على تسع سمات مميزة للشخصية العربية الأساسية [المصرية ضمنها بالطبع] وهى: اللارشد وتصلب الفكر والشك وعدم الثقة والبداهة المستترة وعدم القدرة على التمييز بين الحقيقة والزيف والفهلوة وسيادة مفهوم العيب والقدرية والتسلطية وواضح أن هناك اختلافاً فى تحديد أهم السمات المميزة للشخصية المصرية حتى وإن جاء هذا التحديد معتمداً على دراسة التراث السابق".⁽⁸⁴⁾

وتصدرت الصفات الإيجابية بقية الصفات فى الدراسة الحالية ودراسة سامية خضر، عكس دراسة أحمد زايد وفاطمة المصرى، وفؤاد مغربى، حيث جاءت الصفات السلبية فى المقدمة. ويلاحظ أن تصنيف الأخير لا يتضمن صفة إيجابية واحدة، وتغلب الصفات السلبية على الصفات الإيجابية فى دراسة أحمد زايد والدراسة الحالية، وتتبادل الصفات الإيجابية والسلبية فى دراسة عاطف وصفى، بينما تغلب الصفات الإيجابية على السلبية فى دراستى سامية خضر، وفاطمة المصرى.

وتتشارك الدراسة الحالية مع بعض الدراسات السابقة فى ورود بعض الصفات الإيجابية والسلبية مثل الفكاهة والمرح، والشهامة، والفهلوة، والتناقض والازدواجية، والتدين، مع اختلاف النسب والترتيب. وفى دراسة نعمات أحمد فؤاد تغلب الصفات السلبية مثل اختلال المفاهيم، والتقليد الأعمى، وافتقاد القيم الحقيقية، والخوف، والنفاق، والفراغ، والهدر، والأمية، والمبالغة بين التهوين والتهويل، وضياع الفرد. كما تغلب الصفات السلبية أيضاً فى دراسة جمال حمدان، وفى آراء الباحثين التى تضمنتها دورية الديموقراطية، وفى الملاحظة العلمية والممارسة العملية لواقعنا المصرى، ما يمكن الاستنتاج منه بتغلب الصفات السلبية على الإيجابية لدى الشخصية المصرية وأنه ليس من قبيل جلد الذات كما يزعم البعض أحياناً.

يدعم هذا الاستنتاج ما يعرضه جدول رقم (11) أيضاً من صفات الشخصية المصرية كما يرى المبحوثون أن وسائل الإعلام تعكسها أو كما يرونها فى المضامين التى تقدمها وسائل الإعلام، إذ يبين الجدول ست صفات سلبية مقابل خمس إيجابية. كما يبين الجدول اختلاف الصفات من حيث العدد والترتيب والأهمية لدى أفراد العينة وكما يرونها فى وسائل الإعلام إذ تصدر الفهلوة بنسبة 50% مقابل التدين. وبحساب تكرارات الصفات فى جداول الدراسة الحالية ونتائج الدراسات السابقة تجئ الفهلوة على قمة الصفات الأكثر تكراراً وهى صفة سلبية⁽⁸⁵⁾ حيث سجلت 9 تكرارات تليها صفة التسامح، 5 تكرارات، و4 تكرارات لكل من التدين والصبر والفكاهة، ثم 3 تكرارات لكل من الشهامة، والخنوع، والشك والتوجس، والنفاق، وتكراران لكل من التناقض والازدواجية، والتحايل. أى ست صفات سلبية مقابل خمس إيجابية. وبناء على هذه النتائج يمكن القول بأن هذه الصفات هى الغالبة على المصريين الآن، إلا أنه يجب الحذر من التعميم⁽⁸⁶⁾. فبعض الصفات السلبية قد تكون لها بعض الجوانب الإيجابية أحياناً، والعكس صحيح، حسب الظروف والأشخاص، فالشك والتوجس مثلاً يصبح إيجابياً إذا اتخذ طابع الحذر مثلاً،

والتحايل يصبح إيجابياً إذا أصبح حسن التصرف بالإمكانات المتاحة. وقد ينقلب التسامح إلى تسيب وإهمال، وهكذا.

وقد وجدت علاقة ذات دلالة إحصائية بين بعض صفات الشخصية المصرية كما يراها المبحوثون فى الواقع وكما تعكسها وسائل الإعلام مثل التدين وكل من التدين والفهلوة والصدق والكذب والغش والتسامح والخنوع والشهامة والقوة الحسنة، وبين الميل التبريرى وكل من الفهلوة والغش والنفاق والسلبية والخنوع، وبين الأمانة وكل من الشهامة والفهلوة والصدق والخنوع، وبين النفاق وكل من الكذب والغش والنفاق والسلبية والخنوع، وبين التناقض والازدواجية وكل من الكذب والغش والنفاق والسلبية والخنوع وتأليه الفرد، وبين الكذب لدى الشخصية المصرية والكذب فى وسائل الإعلام، وبين تأليه الفرد وكل من الغش والنفاق والسلبية والخنوع، وبين الشك والتوجس وكل من الفهلوة والسلبية والكذب والغش والنفاق والخنوع، وبين التسامح وكل من التدين والشهامة والصدق، وبين الصبر والكذب وكل من الصدق والكذب والنفاق والغش والسلبية والخنوع وبين التحايل وكل من الفهلوة والكذب والغش والنفاق والسلبية والخنوع، وبين التواكل وكل من الفهلوة والكذب والغش والنفاق والسلبية والخنوع، وبين السلبية والنفاق والسلبية والخنوع، وبين التقليد الأعمى وكل من الشهامة والكذب والغش والنفاق والسلبية، وبين الفهلوة وكل من الشهامة والكذب والغش والنفاق.

كما وجدت علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعرض لنشرات الأخبار وقراءة الكتب، وبين التعرض للتلفزيون وكل من التعرض لنشرات الأخبار والموضوعات السياسية والأدبية والدراما وصفتى الغش والنفاق، وبين التعرض للصحف والمجلات وكل من التعرض للموضوعات السياسية والأدبية واللقاءات والأحاديث، وبين التعرض للراديو وكل من نشرات الأخبار والموضوعات السياسية والأدبية والعلوم الطبيعية، وبين التعرض للسينما وكل من الموضوعات السياسية والدراما والأغاني والموضوعات الأجنبية مثل المسلسلات والأفلام، وبين التعرض للإنترنت وكل من التعرض لنشرات الأخبار والأغاني والموضوعات الأجنبية واللقاءات والأحاديث.

جدول رقم (12) معنى البناء الثقافى والاجتماعى للمواطن المصرى كما يراه المبحوثون. (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

م	معنى البناء الثقافى والاجتماعى	ك	%
---	--------------------------------	---	---

58.4	230	تكوين المواطن الصالح المثقف الواعي بقضايا مجتمعه	1
38.6	152	تكوين الشخصية الإيجابية المبادرة	2
38.6	152	تكوين الشخصية المنتمة لوطنها ومجتمعها	3
31.2	123	تكوين الشخصية المحبوبة الاجتماعية	4
29.9	118	تكوين الشخصية الشغوفة بالعلم والمعرفة	5
28.9	114	تكوين الشخصية المجتهدة المخلصة	6
25.4	100	تكوين الشخصية القوية	7
7.9	31	تكوين الشخصية التواكلية	8
6.3	25	تكوين الشخصية السلبية	9
5.6	22	تكوين الشخصية الضعيفة	10
4.8	19	تكوين الشخصية الانهزامية	11

يوضح جدول رقم (12) معنى البناء الثقافى والاجتماعى للشخصية المصرية كما يراه الباحثون. فجاء فى المقدمة تكوين المواطن الصالح المثقف الواعي بقضايا مجتمعه بنسبة 58.4%، يليها تكوين الشخصية الإيجابية المبادرة، والشخصية المنتمة لوطنها ومجتمعها بنسبة 38.6% لكل منهما. ثم تأتى أربعة معان إيجابية أيضا بنسب أقل، متغلبة على المعانى السلبية التى جاءت بنسب ضعيفة، مثل تكوين الشخصية التواكلية بنسبة 7.9%، والسلبية بنسبة 6.3%، والضعيفة بنسبة 5.6%، والانهمامية بنسبة 4.8%. وغلبة المعانى الإيجابية دليل على وعى الباحثين بالبناء الثقافى والاجتماعى للمواطن المصرى، ووعيمهم أيضا بموضوع الدراسة واستيعابهم لها. ويتأكد ذلك من النتيجة التى يعرضها الجدول رقم (13) عن الجهات و/أو العوامل التى تؤثر فى إكساب المصرى صفات شخصيته أى بنائه ثقافياً واجتماعياً. فجاءت البيئة والمجتمع فى المقدمة بنسبة 62.2%، تليها الأسرة بنسبة 55.6%، فالتعليم بنسبة 42.6%، فالأصدقاء بنسبة 38.8%، فالوراثة بنسبة 36.5%، ثم بقية الجهات (و/أو) العوامل بنسب أقل. وهذا دليل على أهمية أدوار البيئة والمجتمع والأسرة والتعليم والأصدقاء وغيرها فى بناء المواطن وتنشئته، بحيث أصبح هناك اتفاق شبه تام بين الباحثين على هذه الأدوار وأهميتها. ودور الإعلام وأهميته فى البناء والتنشئة لا يقل عنها، وقد تم تخصيص سؤال مستقل لهذا الدور وأهميته آنفاً. ووجدت علاقة ذات دلالة إحصائية بين البند الأول فى جدول رقم (12) والبند الأول فى الجدول رقم (13) أى بين تكوين المواطن الصالح المثقف الواعي بقضايا مجتمعه، وحقوقه وواجباته وبين البيئة المحيطة والمجتمع. وأضاف الباحثون عوامل أخرى مثل ظروف الحياة.

جدول رقم (13) الجهات و/أو العوامل التى تؤثر فى اكساب المواطن صفاته أو بنائه ثقافياً واجتماعياً. (يمكن اختيار أكثر من بند)

م	الجهات و/أو العوامل	ك	%
1	البيئة المحيطة والمجتمع	245	62.2
2	الأسرة	219	55.6
3	التعليم	168	42.6
4	الأصدقاء	153	38.8
5	الوراثة	144	36.5
6	التنشئة أو التربية الاجتماعية	138	35
7	دور العبادة	118	29.9
8	خبرات وتجارب الحياة	117	29.7
9	الثقافة	103	26.1
10	القدوة	82	20.8
11	جغرافية المكان	67	17
12	التاريخ	37	9.4

يوضح جدول رقم (14) ترتيب وسائل الإعلام والموضوعات التي يفضلها المبحوثون. تصدر التلفزيون بنسبة 77.9%، ثم الصحف والمجلات بنسبة 51.5%، فالكتب بنسبة 38.8%، فالإنترنت بنسبة 36.5%، رغم حداتها، متقدمة على الراديو والسينما. وتصدر التلفزيون وتراجع الكتب إلى الترتيب الثالث يتماشى مع الملاحظة العامة لضعف الإقبال على القراءة، ومجيء الموضوعات الدينية فى مقدمة الموضوعات التي يفضلها المبحوثون فى وسائل الإعلام بنسبة 51.3% يتفق مع ترتيبهم لصفة التدين فى قمة صفات الشخصية المصرية، ومع أن الموضوعات والكتب الدينية فى مقدمة تفضيلاتهم القرائية، وكما توصلت إليه نتائج الدراسات السابقة عن معرض الكتاب والقراءة.

جدول رقم (14) ترتيب وسائل الإعلام والموضوعات التي يتعرض لها المبحوثون. (يمكن اختيار أكثر من بند)

م	وسائل الإعلام	ك	%	الموضوعات المفضلة	ك	%
1	التلفزيون	307	77.9	الدينية	202	51,3
2	الصحف والمجلات	203	51.5	السياسية	166	42,1
3	الكتب	153	38.8	اللقاءات والأحاديث	145	36.8
4	الإنترنت	144	36.5	الدراما	115	29.2
5	الراديو	98	24.9	الأدبية	102	25.9
6	السينما	53	13.5	العلوم الطبيعية	70	17.8
7				الأغاني	43	10.9

وأجابت 93 مفردة من المبحوثين بنسبة 28.4% بأنهم يرون دور وسائل الإعلام فى البناء الثقافى والاجتماعى للمصريين جيد، وأجابت 131 مفردة بنسبة 39.9% بأن هذا الدور مقبول، بينما قال 104 مفردات بنسبة 31.7% بأنه سيئ. وبذلك يمكن القول بأن قرابة 70% من المبحوثين ترى دور وسائل الإعلام فى بناء الشخصية المصرية لا بأس به، عكس الشكوى العامة من أضرار التلفزيون

بالذات وقنواته الفضائية. وربما يعود ذلك إلى سمة "الرضا بالواقع وقبوله" كصفة من صفات الشخصية المصرية.

وفى شرح إجاباتهم عن هذا السؤال كتب المبحوثون عبارات مثل ضرورة أن يكون الإعلام أكثر مصداقية وشفافية، ولا يهتم الإعلام بتقديم شخصيات دينية قوية ومؤثرة، والإعلام لا يقدم الدور المطلوب منه، ولا يقوم الإعلام بعرض الحقيقة كاملة، والتقليد دون وعى، وتوجد أشياء تميز المصريين رغم أن الفجوة بين الثقافات تتضاءل، والشخصية المصرية جيدة فى العمل الاجتماعي، ودور الإعلام انفعالي بالأحداث الساخنة، وتقديم شخصيات تؤثر فى الشخصية المصرية، وزرع القيم فى القنوات الهادفة يهدم قنوات الإثارة، والسمات الشخصية المصرية تتأثر بشكل جيد بالإعلام، والإعلام لا يبنى الشخصية ولا يحترم عقلية المواطن، وأن وسائل الإعلام المرئية لها دور كبير، ولنكتسب ثقافة وتدين وتعامل حسن مع الآخرين، والإعلام الآن المشكلة أنه يبث سموماً أكثر منها إيجابيات، ولذلك أصبح خطراً كبيراً، ولا يقدم المادة الإعلامية الجيدة، والتلفزيون يعرض موضوعات أو أعمالاً ينطبق عليها المثل (علم لا ينفع والجهل به لا يغنى)، والسلبى أكثر من الإيجابى وأيضاً أوضح وأكثر ظهوراً فى المجتمع.

جدول رقم (15) وسائل الإعلام الأكثر تأثيراً فى بناء الشخصية المصرية وسلبياتها كما يراها المبحوثون. (يمكن إختيار أكثر من بند)

م	وسائل الإعلام الأكثر تأثيراً فى بناء الشخصية المصرية	ك	%	وسائل الإعلام الأكثر تأثيراً فى سلبيات الشخصية المصرية	ك	%
1	التلفزيون	317	80,5	التلفزيون	213	54,1
2	الصحف والمجلات	116	29,4	السينما	166	42,1
3	الإنترنت	100	25,4	الإنترنت	104	26,4
4	الكتب	92	23,4	الصحف والمجلات	75	19
5	السينما	72	18,3	وسائل الإعلام تفيد الشخصية	65	16,5
6	الراديو	61	15,5	الراديو	37	9,4
7				الكتب	35	8,9

يوضح جدول رقم (15) ترتيب المبحوثين لوسائل الإعلام الأكثر تأثيراً فى بناء الشخصية المصرية واضعافها أو سلبياتها. جاء التلفزيون فى المقدمة بنسبة 80.5% للبناء، و54.1% للسلبيات، والصحف والمجلات بنسبة 29.4% للبناء، و نسبة 19% للسلبيات، والإنترنت بنسبة 25% للبناء ونسبة 26.4% للسلبيات، والكتب بنسبة 23.4% للبناء، ونسبة 8.9% للسلبيات. وهكذا يرى المبحوثون أن التلفزيون بقدر ما هو وسيلة لبناء الشخصية المصرية بقدر ما يساهم فى هدمها أيضاً، يتصدر وسائل الإعلام فى هذه القضية ما يؤكد أهميته وخطورته فى البناء الثقافى والاجتماعى للأفراد. وهى أهمية وخطورة تتناولها الكثير من الدراسات. ويتراجع

دور الكتب فى البناء بعد الإنترنت، التى احتلت الترتيب الثالث فى البناء والهدم، وبنسب تكاد تكون متساوية 25.4% و 26.4% على الترتيب، رغم حداثتها بالنسبة لبقية وسائل الإعلام، ورغم نسبة انتشارها المحدود نسبياً فى المجتمع المصرى، ما ينبئ بتنامى دورها فى السنوات القادمة.

جدول رقم (16) مضامين وسائل الإعلام الأكثر تأثيراً فى بناء الإنسان المصرى إيجابياً وسلبياً. (يمكن اختيار أكثر من بند.)

م	الموضوعات الأكثر تأثيراً إيجابياً	ك	%	ك	%
1	الدينية	198	50.3	193	49
2	الدراما	181	45.9	174	44.2
3	السياسية	115	29.2	77	19.5
4	اللقاءات والأحاديث	86	21.8	76	19.3
5	الأغاني	76	19.3	64	16.2
6	العلوم الطبيعية	64	16.2	57	14.5
7	نشرات الأخبار	54	13.7	31	7.9
8	الأدبية	45	11.4	18	4.6
9	الموضوعات الأجنبية	27	6.9		

يوضح جدول رقم (16) مضامين وسائل الإعلام التى يراها المبحوثون أكثر تأثيراً فى بناء الشخصية المصرية، وتلك التى يرونها أكثر تأثيراً فى هدمه أو سلبياته. فتصدرت الموضوعات الدينية القائمة الأولى بنسبة 50.3%، بما يتماشى مع إجابات المبحوثين عن الأسئلة السابقة عن صفات الشخصية والمضامين المفضلة فى وسائل الإعلام، حيث ذكروا التدين والدينية. وهذا يدل على اتساق الإجابات. وتأتى الدراما بنسبة 45.9% فى الترتيب الثانى، والمضامين السياسية فى الترتيب الثالث بنسبة 29.2%. وتصدرت الأغاني القائمة الثانية بنسبة 19.3%، تليها الدراما بنسبة 19.3%، والسياسية بنسبة 16.2%. ويتضح اشتراك الدراما والمضامين السياسية فى البناء والهدم معاً، وبنسب متقاربة وتصدر الموضوعات الدينية البناء، والأغاني الهدم بنسب متقاربة أيضاً. وهذه النتيجة تتماشى مع الملاحظة العملية فى الواقع والشكوى الدائمة من تدنى مستوى الأغاني والدراما والدعوة إلى النهوض بهما حفاظاً على البناء السليم للمجتمع وصغار السن بالذات.

ويتضح من الجدولين (15) و (16) أيضاً أن وسائل الإعلام ومضامينها بقدر ما قد تكون وسائل لبناء الشخصية بقدر ما قد تكون وسائل لهدمها أو إضعافها ويتوقف ذلك على عديد من العوامل، أهمها قدرة المتلقين على فهم المضامين على وجهها الصحيح، وتعظيم الاستفادة من الجيد منها، وتجنب الضار.

جدول رقم (17) الصفات المعيقة لتنمية الفرد والمجتمع وتلك المساعدة على التنمية. (يمكن اختيار أكثر من بند.)

م	الصفات المعيقة للتنمية	ك	%	ك	%
---	------------------------	---	---	---	---

596	235	الالتزام بالقيم الدينية والأخلاقية	61.7	243	الفساد	1
546	215	الأمانة	47.5	187	النفاق	2
536	211	الإخلاص	36.8	145	الفهولة	3
50,3	149	احترام الوقت	36.8	145	التواكل	4
487	192	الإتقان	36.5	144	الظلم	5
747	188	الدقة	35.5	140	الكذب	6
464	183	احترام الكلمة والعهد والاتفاق	34.5	136	الغش	7
388	153	الموضوعية	34.3	135	التشدد في التدبير	8
378	149	احترام القانون	32.5	128	الشك في الجهات الحكومية وعدم الثقة بها	9
363	143	التسامح	27.9	110	المبالغة في التهويل والتهوين	10
338	133	قوة التحمل	20.6	81	الهدر	11
30,7	121	الصبر				
19	75	الطيبة				
17,5	69	الحرص				

يوضح جدول رقم (17) صفات الشخصية المصرية التي تعوق تنمية الفرد والمجتمع وتلك التي تساعد على التنمية. تصدر الفساد القائمة الأولى بنسبة 61.7% يليه النفاق بنسبة 47,5%، والفهولة بنسبة 36.8%، ثم بقية الصفات السلبية. بينما جاء الالتزام بالقيم الدينية والأخلاقية على قمة الصفات التي تساعد على التنمية بنسبة 59.6%، يليها الأمانة بنسبة 45.6%، فالإخلاص بنسبة 53.6%، ثم بقية الصفات الإيجابية. وهذا يؤكد سمة التدبير ويدل على اتساق إجابات الباحثين في ترتيبها على قمة صفات الشخصية المصرية وتفضيلهم الموضوعات الدينية في وسائل الإعلام، ورأيهم في أنها من العوامل الإيجابية في بناء الشخصية المصرية. ومن البديهي أنه ليس معنى أن أغلبية الباحثين تؤكد على التدبير والالتزام بالقيم الدينية والأخلاقية وغيرها من الصفات الجيدة على النحو الذي يوضحه الجدول أنهم يلتزمون بما يقولون به ويطبّقونه في الواقع الذي كثيراً ما يكون عكس ذلك. وهنا تبرز صفة الأزواجية والتناقض لدى الشخصية المصرية، فكثيرون يقولون مالا يفعلون، ويفعلون مالا يقولون حتى مع علمهم أن ذلك يخالف القيم الدينية والأخلاقية. وهذا سبب رئيس لافتقار القدوة الحسنة، وللتخلف وانخفاض معدلات التنمية.

جدول رقم (18) صفات الشخصية المصرية المتعلمة من وسائل الإعلام والتي يجب ألا تبرزها والتي يجب أن تبرزها. (يمكن أكثر من بند).

م	صفات الشخصية المتعلمة من وسائل الإعلام	ك	%	صفات يجب ألا تبرزها وسائل الإعلام	ك	%	صفات يجب أن تبرزها	ك	%
---	--	---	---	-----------------------------------	---	---	--------------------	---	---

59.6	235	الالتزام	44.7	176	الفساد	27.9	110	1	لم أتعلم منها شيئاً
54.6	215	الجدية	41.4	163	الفهلوة	22.8	90	2	التدين
48.5	191	الإتقان	38.1	150	التناقض والازدواجية	18.5	73	3	الصبر
48	189	الإخلاص	37.3	147	الغش	16.5	65	4	الانتماء
			35.8	141	الخيانة	15	59	5	الموضوعية
			33.8	133	الإهمال	12.9	51	6	التسامح
			30.2	119	التحايل	7.6	30	7	الأمانة
						7.1	28	8	الطاعة

يوضح جدول رقم (18) إجابات المبحوثين عن صفات الشخصية المتعلمة من وسائل الإعلام مقارنة بتلك التي يرون أنها يجب ألا تبرزها، وتلك التي يجب أن تبرزها. في البند الأول أجابت نسبة 27.9% بأنها لم تتعلم من وسائل الإعلام شيئاً، بينما أجاب بقية المبحوثين بنسب أقل (يوضحها الجدول رقم 18) أنهم تعلموا التدين بنسبة 22.8%، والصبر بنسبة 18.5%، والانتماء بنسبة 16.5%. وفي البند الثاني، أى الصفات التي يجب ألا تركز عليها وألا تبرزها وسائل الإعلام، كانت إجابات المبحوثين أكثر وضوحاً فذكروا الفساد بنسبة 44.7%، والفهلوة بنسبة 41.4%، والتناقض والازدواجية بنسبة 38.1%. وفي البند الثالث، جاء الالتزام على قمة الصفات التي يجب أن تركز عليها وسائل الإعلام وتبرزها بنسبة 59.6%، تليها الجدية بنسبة 54.6%، والإتقان بنسبة 48.5%، فالإخلاص بنسبة 48%. وهذه النسب وإن كانت أقل من 50% فى البندين الأول والثاني، إلا أنها تدل على أن وسائل الإعلام تعلم وأن جمهورها نشط له رأى فيما تقدمه وما يتوقعه منها، وبذلك تتأكد نظرية التعلم الاجتماعي من وسائل الإعلام والاعتماد عليها والتأثر بها كما تتأكد افتراضات هذه النظريات وفروض الدراسة التي بنيت عليها ودور الإعلام فى التنشئة والتعليم والتربية.

يُلاحظ أن صفات الشخصية المتعلمة من وسائل الإعلام، والصفات التي يجب أن تبرزها صفات جيدة أو إيجابية، وأنه ليس من بينها صفات سيئة أو سلبية. وهذا دليل اهتمام المبحوثين أو المصريين بالجيد من الصفات ونفورهم من السيئ منها. ويبقى التطبيق فى الواقع والالتزام بالجيد من الصفات، قولاً وعملاً، حتى يتحسن الأفراد والمجتمع ومستوى المعيشة وتحقق معدلات التنمية المرجوة أو المأمولة، وتشغل مصر مكانتها اللائقة بين دول العالم.

ويدعم ذلك أنه وجدت علاقة دالة إحصائياً بين كل من صفات الفساد والفهلوة والتحايل بوصفها صفات يجب ألا تبرزها وسائل الإعلام وكل من صفات الالتزام والجدية والإتقان التي

هى صفات يجب أن تبرزها وسائل الإعلام. كما وجدت علاقة ذات دلالة إحصائية أيضا بين التدين كصفة يتعلمها الفرد من وسائل الإعلام وبين التناقض والازدواجية التي يجب ألا تبرزها هذه الوسائل.

جدول رقم (19) الصفات الجيدة والسيئة التي تكتسبها الشخصية المصرية من العولمة. (يمكن اختبار أكثر من بند)

م	الصفات الجيدة التي تساعد على التنمية	ك	%	الصفات السيئة المعيقة للتنمية	ك	%
1	اكتساب مهارات وخبرات جديدة	154	68.1	التقليد الأعمى لسلوكيات وعادات لا تتماشى مع المجتمع	232	74.4
2	الدقة	69	30.5	ضعف القيم الدينية والأخلاقية	157	50.3
3	السرعة	55	24.3	ضعف الذوق والآداب العامة	112	35.9
				ضعف الانتماء وحب الوطن	104	33.3

يوضح جدول رقم (19) الصفات الجيدة والسيئة التي تكتسبها الشخصية المصرية من العولمة. جاء اكتساب مهارات وخبرات جديدة تساعد على التنمية في مقدمة الصفات الجيدة بنسبة 68.1%، تليها الدقة بنسبة 30.5%، ثم السرعة بنسبة 24.3%. وأما الصفات السيئة، فقد جاء في مقدمتها التقليد الأعمى لسلوكيات وعادات لا تتماشى مع مجتمعنا بنسبة 74.4%، تليها ضعف القيم الدينية والأخلاقية بنسبة 50.3%، وضعف الذوق والآداب العامة بنسبة 35.9%، ثم ضعف الانتماء وحب الوطن بنسبة 33.3%. ومعنى ذلك أن للعولمة تأثيرات إيجابية وسلبية على الشخصية المصرية والتنمية، وأن المبحوثين على وعى بها وبهذه التأثيرات الإيجابية والسلبية، وينبغي على وسائل الإعلام الاهتمام بهذه التأثيرات والتقليل من آثارها السلبية وتعظيم الاستفادة من آثارها الإيجابية.

جدول رقم (20) تعليقات المبحوثين واقتراحاتهم وإضافاتهم على استمارة الاستبيان

تعليقات المبحوثين واقتراحاتهم وإضافاتهم على استمارة الاستبيان	ك	%
القضية مهمة	45	42.5
لا بد من محاربة الفساد	9	8,5
ضرورة الاهتمام بالدين	9	8,5
أن تكون الأسئلة أكثر تعمقا وشمولية	9	8,5
الشخصية المصرية بخير	7	6.6
ضرورة الاهتمام بالترابط الأسري	3	2.8
الاهتمام بالمؤتمرات والندوات وتفعيل الثقافة المصرية	4	3.8
لا بد من الاهتمام بالطبقة الكادحة	2	1.9
تخصيص مستشارين لتقييم البرامج قبل عرضها	1	09
ليس هناك أمل	2	1.9

0,9	1	الحفاظ على التراث المصري من الأفلام من قبل وزارة الإعلام
2.8	3	أن ينفذ القانون على الكبير والصغير
3.8	4	تفعيل دور الإعلام
3.8	4	القضية أكبر من ذلك
0,9	1	الحرية هي التي تقهر التخلف والجهل
0,9	1	التركيز على وسائل الاتصال الحديثة وأهمها الإنترنت
0,9	1	اختيار الضيف المناسب
100.0	106	المجموع

يوضح جدول رقم (20) أمثلة على تعليقات المبحوثين واقتراحاتهم وإضافاتهم على استمارة الاستبيان وموضوع الدراسة. تصدرتها أهمية القضية بنسبة 42.5% ما يعنى إضافة إلى أهمية الدراسة. وقد كتب بعض المبحوثين عبارات قاسية⁽⁸⁷⁾ لا تخلو من دلالة مثل "لا تتعب نفسك - فمصر حالة ميئوس منها مثل السرطان فى مراحلها الأخيرة.. ولن يحدث شئ إلا بعد التغيير الشامل فى كل مناحى الحياة- فنحن فى المرحلة التاريخية المسماة "المرحلة الجبسية"، و "ما هى الأسباب التى تدفع وسائل الإعلام - فى مصر- إلى كل هذا الزيف؟! وكتب البعض الآخر عبارات مثل "هذا الاستبيان شامل وموضوعى وجيد جداً ويعبر عن أسئلة مهمة للمجتمع المصرى"، و"التوصية بالإشارة إلى تقديم برنامج إعلامى مقترح يركز على أخلاقيات الانتماء للوطن يطرح فيه مناقشة صفات أخلاقيات الانتماء كحب الوطن وتأسيس القيم الاجتماعية والمصرية فى الشباب وتعريفهم بأصول تاريخهم الوطنى"، و"يمكن إضافة إسم الشخص ويكون اختياري كذلك الإيميل لإخباره نتيجة الدراسة"، و"باريت بحثك يا دكتور يفيد فى إصلاح حالة المجتمع والدولة تأخذ أرائك فى النهوض بهذا الوطن"، و"لا يمكن فصل المناخ السياسى والاقتصادى عن بناء الشخصية والعوامل المؤثرة بها..."، و"الشخصية المصرية وحدها ليست كافية لنهضة الأمة وهناك العديد من العوامل التى أدت إلى تأخرنا يجب مراعاتها".

خامساً: خلاصة الدراسة وتوصياتها

هذه دراسة ميدانية لدور الإعلام فى البناء الثقافى والاجتماعى للمصريين، فى ضوء مدخل تكاملى من نظريات التعلم الاجتماعى والاعتماد على وسائل الإعلام، ودور السمات الشخصية فى التنمية. وتحددت مشكلتها فى التعرف على دور وسائل الإعلام فى تكوين صفات الشخصية المصرية الإيجابية والسلبية فى إطار البناء أو التكوين الاجتماعى والثقافى للشخصية المصرية، أو بوصفها جزءاً من هذا البناء، من خلال دراسة تأثير هذه الوسائل على صفات الشخصية المصرية، وعلاقة ذلك بالتنمية فى مصر.

تتنمى هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية المقارنة، التي تهتم برصد وتوصيف الظاهرة محل الدراسة، وهى دور وسائل الإعلام فى تكوين الشخصية المصرية اجتماعياً وثقافياً، ومنهج الدراسة هو منهج المسح الإعلامى. وأدوات جمع البيانات هى استمارة الاستبيان، والمقابلة والملاحظة.

والدراسة آنية معاصرة على عينة عشوائية من المجتمع المصرى قوامها 394 مفردة خلال فترة انعقاد الدورة التاسعة والثلاثين لمعرض القاهرة الدولى للكتاب من شهرى يناير وفبراير 2007.

استخدم الباحث برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية المعروف اختصاراً بـ SPSS فى تسجيل البيانات التى تم جمعها من المبحوثين، وتحليلها، واستخلاص النتائج، ومقارنتها بنتائج الدراسات ذات العلاقة، والمقارنة بين متغيرات الدراسة مثل صفات الشخصية المصرية كما يراها المبحوثون فى الواقع وكما يرونها فى وسائل الإعلام أو كما تعكسها وسائل الإعلام، والمقارنة بين الصفات التى يرون أنها تساعد على التنمية وتلك التى تعيقها.

وقد دعمت نتائج الدراسة فروضها المستمدة من نظريات الإدراك والتعلم الاجتماعى من وسائل الإعلام، والاعتماد على وسائل الإعلام، ودور السمات الشخصية فى التنمية، إذ يعتقد غالبية المبحوثين بنسبة 58.4% و 24.9% إلى حد ما، أن لوسائل الإعلام دوراً فى البناء الثقافى والاجتماعى للمصريين، وفى تعليمهم صفات إيجابية وسلبية، كما يعتقدون أن الصفات الإيجابية للشخصية المصرية تساعد على التنمية بعكس صفاتها السلبية، بنسب 55.1% و 57.4% على الترتيب، وأن العولمة تكسب المصريين صفات جيدة وصفات سلبية بنسب 57.3% و 79.2% على الترتيب لأعتقد وأعتقد إلى حد ما.

وأجابت نسبة 69,8% من المبحوثين أنهم يعتقدون أنه توجد صفات للشخصية المصرية تميزها عن صفات غيرها من شخصيات الدول الأخرى، ورتبوا هذه الصفات على النحو التالى: التدين بنسبة 55.6%، والشهامة، والفكاهة والمرح، بنسبة 53.6% لكل منها، والصبر بنسبة 38.8%، وبنسب أقل لصفات التقليد الأعمى، والسلبية، والفهلوة، والتسامح، والتواكل، والتناقض والازدواجية، والميل التبريرى، والتحايل، والأمانة، والصدق، والنفاق، والكذب، وتأليه الفرد، والشك والتوجس، والخنوع، على الترتيب. وأما الصفات التى يرون أنها أكثر تداولاً فى وسائل الإعلام فكان ترتيبها على النحو التالى: الفهلوة بنسبة 50%، والتدين بنسبة 30.7%، والشهامة بنسبة 30.2%، ونسب أقل للسلبية، والنفاق، والغش، والكذب، والتسامح، والقذوة الحسنة،

والخنوع، والصدق، على الترتيب. وبحساب تكرارات الصفات فى جداول الدراسة الحالية ونتائج الدراسات السابقة لباحثين آخرين، تجئ **الفهولة** على قمة الصفات الأكثر تكراراً، وهى **صفة سلبية** (80)، حيث سجلت **9 تكرارات**، يليها **التسامح** 5 تكرارات، و**4 تكرارات** لكل من **التدين** و**الصبر** و**الفكاهة**، ثم **3 تكرارات** لكل من **الشهامة** و**الخنوع** و**الشك** و**التوجس** و**النفاق**، وتكراران لكل من **التناقض** و**الازدواجية**، و**التحايل**. وبناء على هذه النتائج يمكن القول بأن هذه الصفات هى الغالبة على المصريين الآن على الرغم من أنه يجب الحذر من التعميم. فبعض الصفات السلبية قد تكون لها بعض الجوانب الإيجابية أحياناً، والعكس صحيح، حسب الظروف والأشخاص، فالشك والتوجس مثلاً يصبح إيجابياً إذا اتخذ طابع الحذر مثلاً، والتحايل يصبح إيجابياً إذا أصبح حسن التصرف بالإمكانات المتاحة. وقد ينقلب التسامح إلى تسبب وإهمال، وهكذا.

كما دعمت نتائج الدراسة جزئياً فروض العلاقات الإحصائية بين متغيراتها. حيث جاءت قيمة χ^2 ومعامل التوافق (فاى) دالة إحصائياً بين العمر وكل من قراءة الكتب والتعرض للتلفزيون والراديو، ووجدت علاقة دالة إحصائياً بين العمر وإجابات المبحوثين عن بعض صفات الشخصية المصرية مثل الميل التبريرى والصبر والفكاهة والمرح، ووجدت علاقة دالة إحصائياً بين العمر وإجابات المبحوثين عن بعض صفات الشخصية المصرية التى تعكسها وسائل الإعلام مثل الغش والنفاق، وبين العمر وإجابات المبحوثين عن بعض الصفات المعيقة للتنمية مثل الفهولة والتواكل، وبين العمر وبعض الصفات التى يتعلمها المبحوثون من وسائل الإعلام مثل الموضوعية. ووجدت علاقة دالة إحصائياً بين الوظيفة وبعض صفات الشخصية المصرية مثل التناقض والازدواجية والتقليد الأعمى، وبين المؤهل الدراسى وقراءة الكتب والصحف والمجلات، وبين المؤهل وبعض صفات الشخصية مثل التدين والتناقض والازدواجية وتأليه الفرد والكذب والتحايل والسلبية والخنوع، وبين المؤهل وبعض صفات الشخصية التى تعكسها وسائل الإعلام مثل الغش والقدوة الحسنة والسلبية والخنوع، وبين المؤهل وبعض صفات الشخصية المصرية المعيقة للتنمية مثل الفهولة والتواكل، وبين المؤهل وبعض الصفات المتعلمة من وسائل الإعلام مثل التدين والتسامح والأمانة وإجابة لم أعلم منها شيئاً، وبين الحالة الاجتماعية وكل من تعرض للتلفزيون والتناقض والازدواجية وبعض صفات الشخصية المصرية التى تعكسها وسائل الإعلام مثل النفاق وبعض الصفات المعيقة للتنمية مثل الهدر، وبين عدد أفراد الأسرة وكل من قراءة الكتب والأمانة وبعض صفات الشخصية المتعلمة من وسائل الإعلام مثل الفهولة، ووجدت

علاقات دالة إحصائياً بين الدخل الشهري وكل من قراءة الكتب والصحف والمجلات والتعرض للتلفزيون والإنترنت.

ووجدت علاقة دالة إحصائياً بين الدخل الشهري وبعض صفات الشخصية المصرية مثل التناقض والازدواجية والصبر والكذب، وبين الدخل الشهري وبعض صفات الشخصية المتداولة في وسائل الإعلام مثل التدين والشهامة، وبين الدخل الشهري وبعض صفات الشخصية المعيقة للتنمية مثل التشدد في الدين والفهولة والتواكل والشك في الجهات الحكومية.

ووجدت علاقة دالة إحصائياً بين النوع والتعرض للتلفزيون، وبين النوع وبعض صفات الشخصية مثل التدين والشهامة والكذب، وبين النوع وبعض الصفات المتداولة في وسائل الإعلام مثل الغش والقذوة الحسنة، وبين النوع والتشدد في الدين كصفة معيقة للتنمية وبين محل الإقامة والظلم كصفة معيقة للتنمية.

ووجدت علاقة دالة إحصائياً بين قراءة الكتب وإجابات المبحوثين عن بعض صفات الشخصية المصرية مثل التدين والصدق والميل التبريري والتناقض والازدواجية وتأليه الفرد والشك والتوجس والتسامح والصبر والكذب والتواكل والفهولة والخنوع، وبين بعض الصفات المتداولة في وسائل الإعلام مثل الغش والسلبية والخنوع، وبين بعض الصفات المعيقة للتنمية وتطور الشخصية المصرية مثل التشدد في الدين والفهولة والغش والظلم والمبالغة في التهويل والتهوين والهدر، وبين التدين كصفة متعلمة من وسائل الإعلام.

ووجدت علاقة ذات دلالة إحصائية بين بعض صفات الشخصية المصرية كما يراها المبحوثون في الواقع وكما تعكسها وسائل الإعلام مثل التدين وكل من الفهولة والصدق والكذب والغش والتسامح والخنوع والشهامة والقذوة الحسنة، وبين الميل التبريري وكل من الفهولة والغش والنفاق والسلبية والخنوع، وبين الأمانة وكل من الشهامة والفهولة والصدق والخنوع، وبين النفاق وكل من الكذب والغش والنفاق والسلبية والخنوع، وبين تأليه الفرد، وبين الكذب لدى الشخصية المصرية والكذب في وسائل الإعلام، وبين تأليه الفرد وكل من الغش والنفاق والسلبية والخنوع، وبين الشك والتوجس وكل من الفهولة والسلبية والكذب والغش والنفاق والخنوع، وبين التسامح وكل من التدين والشهامة والصدق، وبين الصبر والكذب وكل من الصدق والكذب والنفاق والغش والسلبية والخنوع، وبين التحايل وكل من الفهولة والكذب والغش والنفاق والسلبية والخنوع، وبين التواكل وكل من الفهولة والكذب والغش والنفاق والسلبية والخنوع، وبين النفاق والسلبية والخنوع وبين

التقليد الأعمى وكل من الشهامة والكذب والغش والنفاق والسلبية وبين الفهولة وكل من الشهامة والكذب والغش والنفاق.

ووجدت علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعرض لنشرات الأخبار وقراءة الكتب، وبين التعرض للتلفزيون وكل من التعرض لنشرات الأخبار والموضوعات السياسية والأدبية والدراما وصفتى الغش والنفاق، وبين التعرض للصحف والمجلات وكل من التعرض للموضوعات السياسية والأدبية واللقاءات والأحاديث، وبين التعرض للراديو وكل من نشرات الأخبار والموضوعات السياسية والأدبية والعلوم الطبيعية، وبين التعرض للسينما وكل من الموضوعات السياسية والدراما والأغاني والموضوعات الأجنبية مثل المسلسلات والأفلام، وبين التعرض للإنترنت وكل من التعرض لنشرات الأخبار والأغاني والموضوعات الأجنبية واللقاءات والأحاديث.

ووجدت علاقة ذات دلالة إحصائية بين كل من صفات الفساد والفهولة والتحايل كصفات يجب ألا تبرزها وسائل الإعلام وكل من صفات الالتزام والجدية والإتقان كصفات يجب أن تبرزها هذه الوسائل. كما وجدت علاقة ذات دلالة إحصائية أيضا بين التدين كصفة متعلمة من وسائل الإعلام وبين التناقض والازدواجية كصفة يجب ألا تبرزها هذه الوسائل.

كما أجابت الدراسة عن التساؤلات التي طرحتها فعرفت بأطرها النظرية وهى نظريات التعلم الاجتماعى من وسائل الإعلام، والاعتماد عليها، ودور صفات الشخصية أو سماتها فى التنمية. وحددت صفات الشخصية المصرية كما يراها المصريون، وكما تعكسها وسائل الإعلام والصفات التى تساعد على التنمية، وتلك التى تعيقها، والصفات الإيجابية والسلبية المكتسبة من العولمة.

وتتفق نتائج الدراسة الحالية مع ما توصلت إليه نتائج بعض الدراسات السابقة، التى اتخذت من نظريات التعلم الاجتماعى والاعتماد على وسائل الإعلام والإعلام والتنمية أطراً نظرية، مثل دراسة صابر سليمان، وأمانى الحسينى، وإبراهيم أبو المجد، وهبة شاهين، وشيما زغيب، وعبد الفتاح عبد النبى، وشاهيناز طلعت، وغيرهم. كما تتفق مع نتائج دراسات صفات الشخصية المصرية ودورها فى التنمية مثل دراسات أحمد زايد، وسامية خضر، وفاطمة المصرى.

وبناء على معطيات الدراسة الحالية والدراسات السابقة، يمكن الاستنتاج بأن صفات الشخصية المصرية السلبية أكثر من مثلتها الإيجابية، وتشكل عائقاً كبيراً للتنمية، وأنه ليس من

قبيل جلد الذات كما يزعم البعض أحياناً. وإنما واقع يشكل خطراً داهماً على الشخصية المصرية والتنمية وعلى مصر ومكانتها بين الدول.

لذا توصى الدراسة مؤسسات التنشئة الاجتماعية والثقافية والتربوية والتعليم والدين وأجهزة الإعلام والمسؤولين، وكل من يهمله أمر مصر وعزتها وتقدمها، توصيهم جميعاً بالعمل بكل السبل الممكنة لترسيخ صفات الشخصية الجيدة وتشجيع الالتزام بها والحفاظ عليها وتنميتها وإبرازها، وعقاب ذوى الصفات السيئة والسلوكيات الناجمة عنها، وعدم التهاون فى ذلك بكل السبل الممكنة أيضاً.

وتوصى الدراسة بضرورة اهتمام وسائل الإعلام بإبراز صفات الشخصية الجيدة أو الإيجابية وتدعيمها، والعكس صحيح بالنسبة للصفات غير الجيدة أو السلبية، من خلال المضامين التى تقدمها، نظراً للأدوار المهمة التى يؤديها الإعلام فى المجتمع، التى من أهمها البناء الثقافى والاجتماعى للأفراد والتعليم والتنشئة والتنمية بصفة عامة. ومن البديهي أن الناس قد لا تتعرض لوسائل الإعلام بقصد تعلم صفات الشخصية، وإنما يكتسبون هذه الصفات والسلوكيات المرتبطة بها- عرضاً أحياناً وعمداً أحياناً أخرى- من خلال اعتمادهم على هذه الوسائل أو تعرضهم لها لتلبية حاجاتهم وفقاً لنظريتى الاعتماد، والتعلم والإدراك الاجتماعى، ويمكنهم الالتزام بصفات الشخصية الجيدة وسلوكياتها وتعظيم الاستفادة منها، وتجنب الصفات السيئة وسلوكياتها، أيضاً لتحقيق التنمية والتقدم.

وتوصى المصريين بضرورة الالتزام بالصفات الإيجابية للشخصية المصرية، قولاً وفعلاً، وبضرورة التخلّى عن صفاتها السلبية قولاً وفعلاً. وبالمثل توصى المسؤولين أو من هم فى مواقع المسؤولية عن مصالح الشعب والوطن بأن يكونوا قدوة حسنة تُحتذى فى الالتزام بالصفات الجيدة وتجنب الصفات السيئة قولاً وفعلاً أيضاً. فالالتزام بالصفات الجيدة وسلوكياتها مفتاح التنمية والتقدم أيضاً.

سادساً: هوامش الدراسة

- 1- أحمد زايد المصرى المعاصر: مقارنة نظرية وامبالحرصيريقية لبعض أبعاد أبعاد الشخصية القومية، القاهرة القراءة للجميع مكتبة الأسرة 2005 ص 54.
- 2- الذى ينسب إليه تعبير "الشخصية الفهلوية" كسمة من سمات المصريين.
- 3- المرجع السابق نفسه.
- 4- نعمات أحمد فؤاد، شخصية مصر، القاهرة الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1989.
- 5- جمال حمدان، شخصية مصر: دراسة فى عبقريّة المكان، القاهرة، عالم الكتب، 1984.
- 6- السيد يسين، الشخصية العربية بين صورة الذات ومفهوم الآخر، القاهرة، بيروت، دار التنوير للطباعة والنشر، ط3، 1983.
- 7- أحمد زايد، مصدر سابق.

- 8- سامية حضر صالح، الشخصية المصرية: تحديات الحاضر والمستقبل والتطوير القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2005.
- 9- فاطمة حسين المصري، الشخصية المصرية من خلال دراسة بعض مظاهر الفلكلور المصري: دراسة نفسية تحليلية أنثروبولوجية، القاهرة الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1984.
- 10- أحمد محمد عبد الخالق، الأبعاد الأساسية للشخصية، بيروت الدار الجامعية للطباعة والنشر 1983.
- 11- ميلاد حنا الأعمدة السبعة للشخصية المصرية، القاهرة، دار الهلال، ط5، 1995.
- 12- الأهرام "بناء الإنسان ومفتاح التنمية 8-4-2006 على سبيل المثال 28-12-2006 و 6-1-2007. ويكاد لا يخلو عدد من أعداد صحفنا من تحقيق أو رأى عن صفات الشخصية المصرية وسلوكها والتنمية فعلى سبيل المثال فقط أنظر أخبار اليوم، 4-2006-11 و الأهرام 3-11-2006 و 5-12-2006 و 13-11-2006 و 23-11-2006 و 14 و 17 و 26-2-2007.
- 13-Stanley j. Baran and Dennis k.Davis, **Mass Communication Theory, foundations, ferment, and future**, USA, THOMSON,WADSWARTH, , 4th ed, 2006, Pp.195-199.
- 14- A.Bandura, **Social Foundation of Thought and Action: A Social Cognitive Theory**, NJ, Englewood Cliffs, Prentice hall, 1994.
- 15- Stanley j. Baran and Dennis k.Davis, Ibid. , Pp. 324-328.
- 16- Ibid.
- 17- Ibid., Pp.328 & 329.
- 18- Defleur, M.L. & Ball-Rokeach, S.J., **Theories of Mass Communication**, N.Y., Longman Inc, 4th ed, 1989, Pp. 240-253.
- 19- Ibid.
- 20- Charles R. Wright, **Mass Communication: A Sociological Perspective**, New York, Random House, 3rd ed.,1986, P.26.
- 21- Melkote, Srinivas R. , **Communication for Development in the Third World: Theory and Practice**, Sage Publications India Pvt Ltd, New Delhi, 1991, Pp. 44-47.
- (22) أنظر مثلاً محمد سيد محمد، الإعلام والتنمية، القاهرة، دار المعارف، 1979، ص 18-108. إذ يورد تسع نظريات للتنمية والتخلف، لأنهما وجهان لعملة واحدة على حد تعبيره. تتضمن هذه النظريات نظرية التخلف [أو التنمية] بسبب البيئة الاجتماعية التي تتضمن دور صفات الشخصية القومية في ذلك.
- 23- السيد يسين، الشخصية العربية بين صورة الذات ومفهوم الآخر، بيروت، دار التنوير للطباعة والنشر، ط3، 1983، ص 204-205.
- 24- أحمد زايد، المصري المعاصر، مرجع سابق، ص 46-52، و ص 163 - 182.
- 25- أحمد محمد عبد الخالق، مرجع سابق، ص 349 - 441.
- 26- عبد الفتاح عبد النبي، تكنولوجيا الاتصال والثقافة بين النظرية والتطبيق، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 1990، ص 159-229.
- 27- كمال المنوفى الثقافة الساسية للفلاحين المصريين، بيروت، دار ابن خلدون، ط1، 1980، ص 218-229 و 276-283.
- 28- جمال حمدان، مرجع سابق، الجزء الأول، ص 26-33.
- 29- هالة مصطفى، الديمقراطية، يوليو 2006.
- 30- عبد الباسط عبد المعطى، المصدر السابق. 31- خليل فاضل المصدر السابق. 32- عمار على حسن المصدر السابق.
- 33- سعيد اسماعيل على، المصدر السابق. 34- عاصم الدسوقي، المصدر السابق. 35- رؤوف عباس، المصدر السابق.
- 36- محمد رياض، المصدر السابق. 37- جمال البناء، المصدر السابق. 38- ياسر قنصوه، المصدر السابق.
- 39- أحمد زايد، الديمقراطية، المصدر السابق. 40- فاطمة حسين المصري، مصدر سابق، ص 274-280.
- 41- يقف "هذا الكتاب على "شخصية" الشعب المصري..(شخصية مصر) وعطائها الحضارى الباقي على طول العصور"، وتناول الكتاب ضمن ما تناوله عطاء مصر الحضارى للأديان وللإنسان والفنون والعلوم، كما صور الشعب المصرى وفلسفته فى الحياة ورأيه فى الحكم وأسلوبه فى المقاومة. وعلى الرغم من أن الكتاب فى مجمله يشيد بحيوية مصر والشخصية المصرية عبر العصور وقدرتها على الصمود للمحن وعلى التواصل، إلا أنه يعدد صفات الشخصية المصرية السلبية فى اختلال المفاهيم والتقليد [الأعمى] واقتقاد القيم الحقيقية والخوف والنفاق والفراغ والهدر والأمية والمبالغة بين التهوين والتهويل وضياح الفرد. نعمات أحمد فؤاد مرجع سابق.

- 42- الأعمدة السبعة للشخصية المصرية وهى العمود الفرعونى واليونانى الرومانى والقبطى والإسلامى والعثمانى والعربى وحضارة البحر الأبيض المتوسط والإفريقي. وهو بحث فى العوامل المؤثرة فى تكوين الشخصية المصرية وصفاتها. ميلاد حنا، مرجع سابق.
- 43- سامية خضر صالح، مرجع سابق، ص 103-18 و ص 113-121.
- 44- أنظر أيضا فاطمة حسين المصرى مرجع سابق ص 274 و 275.
- 45- هبة أمين شاهين، "اعتماد الشباب الجامعى على المواقع الإذاعية والتلفزيونية الإلكترونية للحصول على المعلومات السياسية" المجلة المصرية لبحوث رأى العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد السابع، العدد 1 يناير/يونيو 2006 ص 183 و 199 و 237.
- 46- ابراهيم محمد أبو المجد فرج، "اعتماد الشباب الجامعى على وسائل الإعلام أثناء الأزمات: أزمة تفجيرات دهب نموذجاً" المصدر السابق، العدد الثانى، يونيو-ديسمبر، 2006 ص 60 و 73 و 118-121..
- 47- ليلى حسين السيد "دور وسائل الاتصال فى إمداد طلاب الجامعات المصرية بالمعلومات عن الأحداث الجارية فى إطار نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام" الإعلام وقضايا الشباب المؤتمر العلمى الرابع لكلية الإعلام جامعة القاهرة 25-28 مايو 1998 ص 181 و 185 و 208.
- 48- السيد بهنسى حسن "مدى اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام المصرية أثناء الأزمات: دراسة ميدانية على طلاب الجامعات" المجلة المصرية لبحوث رأى العام كلية الإعلام جامعة القاهرة العدد الرابع أكتوبر-ديسمبر 2000 ص 9-12 و 25-27.
- 49- شيماء ذو الفقار زغيب "الاعتماد على التلفزيون فى معرفة أخبار الكوارث وعلاقته بمستوى السخط الساسى لدى الجمهور المصرى (دراسة حالة على كارثة غرق العبارة المصرية السلام 98)" المجلة المصرية لبحوث رأى العام كلية الإعلام جامعة القاهرة المجلد السابع العدد الثانى يونيو/ديسمبر 2006 ص 213.
- 50- أمانى عمر الحسينى "دور التلفزيون المصرى فى تنمية الوعي البيئى لدى المرأة: دراسة ميدانية على عينة من السيدات فى القاهرة الكبرى" المجلة المصرية لبحوث الإعلام كلية الإعلام جامعة القاهرة العدد 21 أكتوبر ديسمبر 2003 ص 487.
- 51- Arthur G. Emig, "Community Ties And Dependence on Media for Public Affairs", Journalism Quarterly, 72/2, Summer 1995, Pp.402-410.
- 52- Hong Chen and Padmini Patwardhan, "One Region, Two Worlds? Comparing Cultural Values in Chinese and Indian Television Commercials", AEJMC NEWS, Vol.39, No.5, July 2006, P.31.
- 53- Amir Hetsroni, "Dependency and Adolescents' Perceived Usefulness of information on Sexuality," Ibid., P.20.
- 54- Jami A. Fullerton and Mathew Hamilton, "Learning to hate Americans In Singapore: A Test of Defleur and Defleur's Master theory of Effects of Mass communicated Entertainment", Paper Presented at the AEJMC Annual Convention, August 2005, USA, San Antonio, TX.
- 55- Edward M. Horowitz et al., "Among The Youngest and The Poorest: A Real-Life Civics Lesson in Baltimore, Maryland and The Political Socialisation of 16-17-Year Olds", Paper Presented at the AEJMC Annual Convention, August 2005, USA, San Antonio, TX.
- 56- Christopher N. Williams, "Invisible Cycle of Scapegoating: U.S. Media Coverage of Immigration "Panics" 1929-1994", Paper Presented at the AEJMC Annual Convention, August 2005, USA, San Antonio, TX.
- 57- Jonathan Cohen, "What I Watch and Who I Am.: National Pride and The Viewing of Local and Foreign Television in Israel," Paper Presented at the AEJMC Annual Convention, July 2006, USA, San Francisco, CA.
- 58- William P. Eveland and Yang-I Liu, "multilevel Models of the Impact of News Use and News Content Characteristics on Political Knowledge and Participation," Paper Presented at the AEJMC Annual Convention, August 2005, USA, San Antonio, TX.
- 59- Shahira Fahmy and Thomas J. Johnson, "Show The Truth and Let Al Jazeera Audience Decide Support for Use of Graphic Imagery Among Al Jazeera Viewers", Paper Presented at the AEJMC Annual Convention, August 2005, USA, San Antonio, TX.
- 60- Wilson Lawery, "The Role of Media Dependency in The Wake of Sept 11," www.aejmc.org/events/abstracts/2003/mcs.phr.
- 61- Thomas J. Johnson and Barbara K. Kaye, "Wage The Blog: How Reliance on Traditional Media and The Internet Influence Credibility perceptions of Weblogs Among Blog Users," Journalism Quarterly, 18/3 Autumn 2004, Pp. 622-642.

- 62- صابر سليمان عسران، "دور المسلسلات العربية التلفزيونية فى التوعية الصحية للمرأة الريفية"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد 21 أكتوبر- ديسمبر، 2003، ص 153.
- 63- ماجدة أحمد عامر و هالة كمال أحمد نوفل، "موقف جمهور الريف من حملات تنظيم الأسرة التلفزيونية: دراسة ميدانية على عينة من الريفيات بقرى محافظة الجيزة"، المصدر السابق، العدد 16 يوليو-سبتمبر، 2002، ص 255.
- 64- نوال عبد العزيز الصفتى، "اتجاهات الخطاب الصحفى الأفرقى نحو مشكلات المرأة الريفية: دراسة تحليلية نقدية"، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 11، أبريل- يونيو 2001 ص 1.
- 65- مرفت محمد كامل الطرابيشى، "دور وسائل الاتصال فى نقل المعلمات الصحفية للمرأة الريفية: دراسة ميدانية"، المصدر السابق، ص 75.
- 66- مها محمد كامل الطرابيشى معالجة الصحافة المصرية العامة لمشكلات المرأة الريفية: دراسة تحليلية خلال عام 1999" المصدر السابق ص 151.
- 67- أميمة محمد عمران، "دور وسائل الإعلام فى مشاركة المرأة فى العمل السياسى"، المصدر السابق ص 211.
- 68- ماجدة أحمد عامر، " أداء الإعلام الزراعى المصرى:، دراسة تطبيقية على القائم بالاتصال والمحتوى فى الصحافة فى الصحافة الزراعية (1995-1999)"، المصدر السابق ص 331.
- 69- شاهيناز محمد طلعت، وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية: دراسات نظرية مقارنة وميدانية فى المجتمع الريفى، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، ط2، 1986.
- 70- سامية سليمان رزق، "دور الاتصال الشخصى فى نشر الأفكار المزرعية الحديثة، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- 71- محمد محمد أحمد البادى، طبيعة الصحافة الريفية ودورها فى المجتمعات النامية مع التطبيق على المجتمع المصرى، رسالة دكتوراه، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1975.
- 72- عبد الفتاح عبد النبى، "الصحف اليومية فى مصر وقضايا تنمية الريف: دراسة تحليلية لمضمون جريدة الأهرام فى الفترة من 1952-1980" رسالة ماجستير، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1983.
- 73- محمود أحمد عبد الغنى، "دور الصحافة المصرية فى تنمية المجتمع المحلى: دراسة تحليلية للصحف اليومية المصرية فى الفترة من 1982/1/1 إلى 1986/12/31 مع دراسة ميدانية على عينة من شباب محافظة سوهاج"، رسالة دكتوراه قسم الصحافة كلية الآداب جامعة أسيوط، 1990، ص 156-169.
- 74 - Paul Siu-nam Lee, " Mass Communication and National Development in China: Media Roles Reconsidered," Journal of Communication, Summer, 1994,44 (3) .
- 75 -Fernando Reyes-Matt, " Journalism in Latin America in the '90s: The Challenges of Modernization, Ibid., Summer 1992,42 (3) P. 74.
- 76- **تفضل بتحكيم استمارة استبيان الدراسة كل من السيدات والسادة:** أ.د. محمد معوض ابراهيم أستاذ الإعلام، وكيل معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، وأ.د. نوال الصفتى، أستاذ الإعلام بجامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا، وأ.د. ميرهان الحلوانى، أستاذ الإعلام بجامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا، وأ.د. سهام نصار أستاذ ورئيس قسما لإعلام جامعة حلوان، وأ.د. سها فاضل أستاذ الإعلام، بجامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا، وأ.م. د. فؤادة البكرى، أستاذ الإعلام بجامعة حلوان، ود. عصام فرج، أستاذ الإعلام بجامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا، ود. مصطفى عبد الفتاح مدرس الإعلام بجامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا، ود. أحمد فاروق مدرس الإعلام بجامعة حلوان ومصر للعلوم والتكنولوجيا، ود. رضا عكاشة، مدرس الإعلام بجامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا.
- 77- أنظر أيضا أحمد زايد مرجع سابق ص 49 و 50.
- 78- سعد الدين ابراهيم، **اتجاهات الرأى العام العربى نحو مسألة الوحدة دراسة ميدانية**، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ط1، 1980 ص 57.
- 79- أنظر، هل يقرأ المصريون؟ نع..لا.. ولكن! الناشر المؤلف نفسه 1996. دراسة ميدانية على ثلاث عينات من المجتمع المصرى ضمنهم عينة من رواد معرض القاهرة الدولى للكتاب وأنظر أيضاً نسررين البغدادى وآخرون، **معرض الكتاب تظاهرة ثقافية فى مصر**

دراسة ميدانية فى التفضيلات والاحتياجات للاحتياجات الثقافية للمتريدين على المعرض، القاهرة، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية، 2004.

80- Seitel, Fraser P., **The Practice of Public Relations**, USA, Pearson Prentice Hall, 10th ed., 2007, Pp 155-156.

(81) عدا عدد أفراد الأسرة والدخل الشهرى، لأنها أى الدراسة، لم تشملهما.

82- ربما يعده البعض، مثل أحمد زايد، سمة جوهرية فى الشخصية المصرية وأمر مسلم به تؤكد الدراسات السابقة والحالية، وبالتالى لا يدرجونه ضمن نتائج دراسات صفات الإنسان المصرى! أنظر أحمد زايد، **المصرى المعاصر**، ص 176.

83- هدى مصطفى محمد عبد الرحمن، "استراتيجيات الفهم القرائى لدى طلاب الجامعة وعلاقتها باهتماماتهم القرائية"، **كتاب المؤتمر العلمى الثالث للجمعية المصرية للقراءة والمعرفة**، جامعة عين شمس، 9-10 يوليو، 2003.

84- أحمد زايد، **المصرى المعاصر**، مرجع سابق ص 45 و 46.

85- أنظر فاطمة حسين المصرى، مرجع سابق، ص 240-243. وفى أصل كلمة فهلوى أيضا. ولعلنا نتذكر شخصية "فهلوى" التى قدمتها فرقة ساعة لقلبك الفكاهية (الكوميديّة).

86- أنظر أيضاً، أحمد زايد، **المصرى المعاصر**، مرجع سابق، ص 181 و 182.

87- يذكرها الباحث بنصها وبما بالبعض منها من أخطاء إملائية ونحوية، ودون تدخل أو تعليق من الباحث، لكى تكون تعبيراً عن الواقع.

دور الإعلام فى البناء الثقافى والاجتماعى للمصريين

دراسة ميدانية على عينة من رواد معرض الكتاب

إعداد
الدكتور محمود عبد الرؤوف كامل
مدرس الإعلام بجامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا

بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الثالث عشر لكلية الإعلام، جامعة القاهرة.
8-10 مايو 2007

