

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، جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا

بحث مقدم الى المؤتمر العلمى الثالث عشر بكلية الإعلام، جامعة القاهرة، 8-10 مايو 2007.

هذه دراسة ميدانية آنية معاصرة تحليلية مقارنة لدور الإعلام فى البناء الثقافى والاجتماعى للمصريين، فى ضوء مدخل تكاملى من نظريات التعلم الاجتماعى، والاعتماد على وسائل الإعلام، ودور السمات الشخصية فى التنمية. وتتحدد مشكلة الدراسة فى 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.

— 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 نتائج متغيرات الدراسة، وبين نتائج الدراسة، 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، الإيجابي منها والسلبى، 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.

— أهداف الدراسة: رصد وتوصيف وتوثيق دور وسائل الإعلام فى بناء الشخصية المصرية اجتماعياً وثقافياً، وتأثير هذه الوسائل فى تكوين صفات الشخصية المصرية الإيجابي 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 سواء كانت إيجابية أم سلبية، وذلك من خلال اعتمادهم على هذه الوسائل، والتعلم منها، ومن خلال تأثيراتها المعرفية والوجدانية والسلوكية عليهم. كما تسعى الدراسة إلى اختبار الفروض التالية أيضاً:

— توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين إجابات المبحوثين عن صفات الشخصية المصرية، الإيجابية والسلبية، والعوامل الديموجرافية مثل النوع، والعمر، ومحل الإقامة، والدخل الشهري، 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 إجابات المبحوثين عن صفات الشخصية المصرية، الإيجابية والسلبية، التي تؤثر في التنمية، إيجابياً وسلبياً أيضاً، والعوامل الديموجرافية مثل النوع، والعمر، ومحل الإقامة، والدخل الشهري، وعدد أفراد الأسرة، والوظيفة أو العمل.

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

كما تسعى الدراسة إلى الإجابة عن التساؤلات التي طرحتها مثل : ما صفات الشخصية المصرية، الإيجابية والسلبية، التي يراها المبحوثون؟ وما معنى البناء الثقافي والاجتماعي للمواطن المصرى كما يراه المبحوثون؟ وهل تؤثر وسائل الإعلام في البناء الثقافي والاجتماعي للشخصية المصرية؟ وكيف يرى المبحوثون هذا التأثير من حيث هو جيد أو مقبول أو ضعيف؟ وما وسائل الإعلام الأكثر تأثيراً من غيرها في صفات الشخصية المصرية؟ وما مضامين وسائل الإعلام الأكثر تأثيراً من غيرها في صفات الشخصية المصرية؟ ما صفات الشخصية المصرية الأكثر تداولاً من غيرها في وسائل الإعلام؟ وما صفات الشخصية المصرية التي يرى المبحوثون أنها تساعد على التنمية؟

— أدوات جمع البيانات: هي استمارة الاستبيان، والمقابلة والملاحظة.

— أدوات التحليل: استخدم الباحث برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية، المعروف باختصاراً بـ SPSS، في تسجيل النتائج وتحليلها، و تطبيق المقاييس الإحصائية المناسبة وهي اختبار دلالة النتائج كا²، ومعامل التوافق (الارتباط) فاي بين متغيرات الدراسة.

— الإطار الزمني للدراسة: أجريت الدراسة خلال فترة انعقاد الدورة التاسعة والثلاثين لمعرض القاهرة الدولي للكتاب من شهرى يناير وفبراير 2007.

— مجتمع هذه الدراسة هو المجتمع المصرى، وأجريت الدراسة على عينة عشوائية مقصودة مناسبة أو عينة متاحة من البالغين رواد معرض القاهرة الدولي للكتاب قوامها 394 مفردة.

وقد دعمت نتائج الدراسة فروضها المستمدة من نظريات الإدراك والتعلم الاجتماعي من وسائل الإعلام، والاعتماد على وسائل الإعلام، ودور السمات الشخصية في التنمية، إذ يعتقد غالبية المبحوثين، بنسبة 58,4%، و 24,9% إلى حد ما، أن لوسائل الإعلام دوراً في البناء الثقافي والاجتماعي للمصريين، وفي 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 التالي التدين، بنسبة 55,6%، والشهامة، والفكاهة والمرح، بنسبة 53,6% لكل منها، والصبر، بنسبة 38,8%، وينسب أقل لصفات التقليد الأعمى، والسلبية، والفهلوة، والتسامح، والتواكل، والتناقض والازدواجية، والميل التبريري، والتحايل، والأمانة، والصدق، والنفاق، والكذب، وتأليه الفرد، والشك والتوجس، والخنوع، على الترتيب. وأما الصفات التي يرون أنها أكثر تداولاً في وسائل الإعلام، أو تعكسها هذه الوسائل، فكان ترتيبها على النحو التالي: الفهلوة، بنسبة 50%، والتدين، بنسبة 30,7%، والشهامة، بنسبة 30,2%، ونسب أقل للسلبية، والنفاق، والغش، والكذب، والتسامح، والقدوة الحسنة، والخنوع، والصدق، على الترتيب.

وجاءت **الفهلوة** على قمة الصفات الأكثر تكراراً في الدراسة الحالية والدراسات السابقة، وهي صفة سلبية، حيث سجلت 9 تكرارات، تليها **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**التحايل**. وبناء على هذه النتائج، يمكن القول بأن هذه الصفات هي 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 تسيب وإهمال! وهكذا.

وقد دعمت نتائج الدراسة جزئياً فروض العلاقات الإحصائية بين متغيراتها. حيث جاءت قيمة كا² ومعامل التوافق (فاي) دالة إحصائياً بين بعض المتغيرات الديموجرافية مثل النوع والتعرض لوسائل الإعلام ومضامينها، وبعض صفات الشخصية المصرية التي تعكسها وسائل الإعلام مثل الغش والنفاق، وبين العمر وإجابات المبحوثين عن بعض الصفات المعيقة للتنمية مثل الفهلوة والتواكل، وبعض الصفات التي يتعلمها المبحوثون من وسائل الإعلام مثل الموضوعية. ووجدت علاقة دالة إحصائياً بين الوظيفة وبعض صفات الشخصية المصرية مثل التناقض والازدواجية والتقليد الأعمى، وبين المؤهل الدراسي وقراءة الكتب والصحف والمجلات، وبين المؤهل وبعض صفات الشخصية مثل التدين والتناقض والازدواجية وتأليه الفرد والكذب والتحايل والسلبية والخنوع، وبين المؤهل وبعض صفات الشخصية المصرية المعيقة للتنمية مثل الفهلوة والتواكل، وبين المؤهل وبعض الصفات المتعلمة من وسائل الإعلام مثل التدين والتسامح والأمانة وإجابة لم أتعلم منها شيئاً، وبين الحالة الاجتماعية وكل من التعرض للتلفزيون، والتناقض والازدواجية، وبعض صفات الشخصية المصرية التي 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.

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

وتتفق نتائج الدراسة الحالية مع ما توصلت إليه نتائج بعض الدراسات السابقة، التي اتخذت من نظريات التعلم الاجتماعي والاعتماد على وسائل الإعلام أطراً نظرية، مثل دراسة صابر سليمان، وأمانى الحسينى، وإبراهيم أبو المجد، وهبة شاهين، وشيما زغيب وغيرهم. كما تتفق مع نتائج دراسات صفات الشخصية المصرية ودورها في التنمية، مثل دراسات أحمد زايد وسامية خضر وفاطمة المصرى. وبناء على معطيات الدراسة الحالية، والدراسات السابقة، يمكن القول بأن صفات الشخصية المصرية السلبية أكثر من مثيلتها الإيجابية، وتشكل عائقاً كبيراً للتنمية، وأن الحديث عن سلبيات الشخصية المصرية ليس من قبيل جلد الذات، كما يزعم البعض أحياناً، وإنما ينبغى أن يؤخذ على أنه واقع حقيقى يجب العمل، بكل السبل الممكنة، على تحسينه وتغييره إلى الأفضل قولاً وفعلاً.

وتوصى الدراسة بضرورة اهتمام وسائل الإعلام بإبراز صفات الشخصية الجيدة أو الإيجابية وتدعيمها، والعكس صحيح بالنسبة للصفات غير الجيدة أو السلبية، من خلال المضامين التي تقدمها، نظراً للأدوار المهمة التي يؤديها الإعلام في المجتمع التي من أهمها البناء الثقافي والاجتماعي للأفراد، والتعليم، والتنشئة، والتنمية بصفة عامة. ومن البديهي أن الناس لا تتعرض لوسائل الإعلام بقصد تعلم صفات الشخصية، وإنما قد يكتسبون هذه الصفات عرضاً أحياناً وعمداً أحياناً أخرى من خلال اعتمادهم على هذه الوسائل أو تعرضهم لها لتلبية حاجاتهم وفقاً لنظريتي الاعتماد، والتعلم والإدراك الاجتماعي، ويمكنهم الالتزام بصفات الشخصية الجيدة وتعظيم الاستفادة منها لتحقيق التنمية والتقدم.

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

