

كلية الآداب

قسم علم الاجتماع



دور وسائل الاتصال الجماهيري في تشكيل الوعي الاجتماعي
بقضايا الفساد في المجتمع المصري
دراسة سسيولوجية لعينة من النخبة المثقفة

رسالة مقدمة للحصول على درجة الدكتوراه في علم الاجتماع
إعداد

الباحث/ أحمد محمود أحمد إبراهيم الكتامي

مدرس مساعد بالمركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية

إشراف

أ. د/ ثروت اسحاق عبد الملك

أستاذ علم الاجتماع

كلية الآداب . جامعة عين شمس

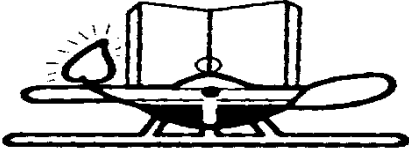
أ.د/ منى السيد حافظ عبد الرحمن

أستاذ علم الاجتماع

كلية الآداب . جامعة عين شمس

القاهرة

نوفمبر ٢٠١٥ م



كلية الآداب

قسم علم الاجتماع



جامعة عين شمس

أسم الباحث: أحمد محمود أحمد إبراهيم الكتامي

عنوان الرسالة: دور وسائل الاتصال الجماهيري في تشكيل الوعي الاجتماعي بقضايا الفساد في المجتمع المصري - دراسة سوسيولوجية لعينة من النخبة المثقفة .

أسم الدرجة: دكتوراة

لجنة الإشراف:

أ. د. / ثروت إسحاق عبد الملك

أستاذ علم الاجتماع المتفرغ - كلية الآداب - جامعة عين شمس .

أ. د. / منى السيد حافظ عبد الرحمن

أستاذ علم الاجتماع المتفرغ - ومدير التعليم المفتوح - كلية الآداب - جامعة عين شمس .

تاريخ الرسالة: / / ٢٠١٥

الدراسات العليا:

إجيزت الرسالة بتاريخ: / / ٢٠١٥

ختم الإجازة:

موافقة مجلس الكلية: / / ٢٠١٥

موافقة مجلس الجامعة: / / ٢٠١٥

شكر وتقدير

الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على أشرف المرسلين وخاتم النبيين سيدنا محمد النبي العربي الأمين وعلى آله وأصحابه أجمعين.

أتوجه بكل الحمد والشكر من قبل ومن بعد لله سبحانه وتعالى على توفيقه إياي في إنجاز هذه الدراسة فله دوام الشكر والثناء على نعمه التي لا تعد ولا تحصى.

فالعرفان بالجميل يقتضى مني أن أرد الفضل إلى ذويه لما بذلوه من جهد في سبيل أن يخرج هذا العمل إلى النور، وذلك بفضل أستاذي، الأستاذ الدكتور/ ثروت إسحاق - أستاذ علم الاجتماع، داعيًا الله سبحانه وتعالى أن يتم شفاؤه على خير .

كما أتقدم بأسمى آيات الشكر والتقدير والاحترام إلى الأستاذة الدكتورة/ منى حافظ - أستاذ علم الاجتماع لقبول سيادتها الإشراف على هذه الرسالة، فقد كانت بحق نعم المشرف ونعم الموجه وكانت مثلاً يحتذى به لكرم أخلاقها ووقوفها إلى جانب أبنائها الباحثين، حيث كانت سخية في عطائها العلمي، حكيمة في توجيهاتها البحثية، فجزاها الله عنى كل خير.

كما أتقدم بخالص الشكر والتقدير إلي الأستاذة الدكتورة/ نجوي خليل - وزيرة التضامن السابقة وأستاذ الإعلام بالمركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية علي تفضل سيادتها بمناقشة هذه الرسالة فلها مني كل الشكر والتقدير والامتنان.

وأنتقدم بخالص الشكر والتقدير إلي الأستاذة الدكتورة/ منى مدحت - الأستاذ المساعد بكلية البنات جامعة عين شمس، علي تفضلها بمناقشة هذه الرسالة فلها مني كل الشكر والامتنان.

كما أتوجه بخالص شكرى وتقديرى لكل زملائى بالمركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية و صندوق مكافحة وعلاج الادمان والتعاطى ، الذين كانوا خير مشجعين لى. كذلك أتوجه بالشكر لكل من عاونني في إخراج هذا العمل العلمي وأخص بالشكر السيد/ أسامة أمين أحمد - مدير عام المتابعة والمشرف علي أعمال المكتب الفني بالمجالس التخصصية لتفضلة بالمراجعة والتدقيق اللغوي للرسالة .

اهداء

إلى من يعجز قلبى عن رد بعض جميلهم ...

إلى أبى وأمى جزاهما الله عنى كل خير ومتعهما بالصحة والعافية ...

إلى زوجتى العزيزة نبض قلبى ...

إلى بناتى نور عينيّ جوماننا وجودى ...

وتحية حب وإعزاز إلى إخوانى الأعزاء ...

الباحث

فهرس الدراسة

الفهرس

الموضوعات	الصفحة
المقدمة:	٣
الفصل الأول	
المفاهيم والدراسات السابقة	
تمهيد:	١٣
أولاً: مفاهيم الدراسة	
١- مفهوم دور وسائل الاتصال الجماهيري	١٤
٢- مفهوم تشكيل الوعي الاجتماعي	١٥
٣- مفهوم قضايا الفساد	١٨
٤- مفهوم النُخبة المثقفة	٢٠
ثانياً: مفاهيم مرتبطة بالدراسة	
١- الثقافة	٢٣
٢- العولمة	٢٤
ثالثاً: الدراسات السابقة	
المحور الأول: دراسات تناولت وسائل الاتصال الجماهيري والوعي الاجتماعي	٢٦
المحور الثاني: دراسات تناولت معالجة وسائل الاتصال الجماهيري لقضايا الفساد	٣٢
تعقيب	٣٨

الفصل الثاني

وسائل الاتصال الجماهيري والوعي الاجتماعي علي خريطة النظرية الاجتماعية والإعلامية

تمهيد:	٤٣
أولاً: البنائية الوظيفية	٤٣
ثانياً: وسائل الاتصال الجماهيري وبعض مقولات العولمة	٤٦
ثالثاً: الاعتماد على وسائل الإعلام وتشكيل الوعي الاجتماعي	٥٠
رابعاً: مدخل الاستخدامات والإشباع في تشكيل الوعي الاجتماعي	٥٤
تعقيب	٥٨

الفصل الثالث

وسائل الاتصال الجماهيري والوعي الاجتماعي بين آليات التشكيل وأساليب التأثير

تمهيد:	٦٢
أولاً: أشكال الوعي الاجتماعي	٦٢
ثانياً: آليات تشكيل الوعي الاجتماعي وأساليب التأثير في ضوء وسائل الاتصال الجماهيري	٦٥
ثالثاً: وسائل الاتصال الجماهيري والوعي الاجتماعي في بوتقة العولمة	٧٣
تعقيب	٨١

الفصل الرابع

الفساد بين الاشكال والأسباب والآثار وأساليب المواجهة - رؤية سسيولوجية

تمهيد:	٨٦
أولاً: أشكال الفساد ومستوياته	٨٦
ثانياً: أسباب الفساد	٩٠
ثالثاً: بعض قضايا الفساد في المجتمع المصري	٩٤
رابعاً: آثار الفساد وأساليب مواجهته	١٠٤
تعقيب	١١١

الفصل الخامس : الإطار المنهجي للدراسة

تمهيد:	١١٤
أولاً: إشكالية الدراسة وأهميتها	١١٤
ثانياً: أهداف الدراسة وتساؤلاتها	١١٩
ثالثاً: الإجراءات المنهجية للدراسة	١٢٠
١- نوع الدراسة	١٢٠
٢- منهج الدراسة	١٢٠
٣- أدوات الدراسة	١٢١
٤- الصدق والثبات	١٢٥
٥- مجالات الدراسة	١٣١
٦- عينة الدراسة وخصائصها	١٣١
٧- أساليب التحليل الإحصائي للبيانات	١٣٥
٨- الصعوبات التي واجهت الباحث وكيفية التغلب عليها	١٣٥
تعقيب	١٣٦

الفصل السادس

وسائل الاتصال الجماهيري وتشكيل الوعي الاجتماعي بقضايا الفساد تحليل سسيولوجي

١٣٩	تمهيد:
١٣٩	أولاً: عرض نتائج الدراسة
١٣٩	المحور الأول: تعرض النُخبة المثقفة لوسائل الاتصال الجماهيري
١٤٩	المحور الثاني: النُخبة المثقفة ومتابعة قضايا الفساد
١٥٧	المحور الثالث: النُخبة المثقفة وتشكيل الوعي الاجتماعي
١٦٩	ثانياً : مناقشة نتائج الدراسة
١٨٠	ثالثاً : استنتاجات واستخلاصات الدراسة
١٨١	تعقيب:

قائمة المراجع

١٨٧	أولاً: قائمة المراجع العربية
١٨٧	٥- الكتب والدوريات
١٩٧	٦- المعاجم
١٩٧	٧- الرسائل العلمية
١٩٨	٨- التقارير
١٩٩	٩- مواقع إلكترونية
٢٠٠	ثانياً: قائمة المراجع الأجنبية

ملاحق الدراسة

٢٠٨	١- ملحق رقم (١) : صحيفة الاستبيان
٢٢٠	٢- ملحق رقم (٢) : المقياس
٢٢٤	٣- ملخص الدراسة :

مقدمة الدراسة

مقدمة

اتسم العصر الراهن بثورة معلوماتية عابرة للقارات وثورة معرفية لاتعرف الحدود، وتقنية فائقة الدقة في الاتصالات، إنه عصر الكلمة والصورة القادرتين على تطويع العقول وتزييف وعى الأفراد والمجتمعات في سبيل تحقيق الربح وسيطرة رأس المال ، ومما لا شك فيه أن وسائل الاتصال الجماهيري **MASS Communications** سواء كانت وسائل مقروءة أو مسموعة أومرئية تقوم بدور كبير في نقل الأخبار والمعلومات من المصدر القائم بالاتصال إلى الجمهور لأداء وظائف بعينها تتمثل في نقل المعلومات والتثقيف والتعليم والتسلية والإمتاع وما إلي ذلك .

ولاشك أن الإنسان المعاصر لا يستطيع الاستغناء عن وسائل الاتصال الجماهيري بصرف النظر عن ماهية الرسائل التي توجهها نحوه ، ومدى التزامها بالموضوعية والدقة والصدق والوضوح ، وغير ذلك من الاشتراطات الموضوعية لتحقيق فاعلية الرسالة وسرعة قبول الجمهور المتلقى لها.

ويمكن القول إن وسائل الاتصال الجماهيري أصبحت المصدر الرئيس الذي يستقى منه الجمهور المعلومات عن الأحداث والقضايا الجارية ، ولا يتوقف الأمر عند مجرد الحصول على المعلومات فحسب ، وإنما يتعلم الأفراد من وسائل الاتصال الجماهيري تحديد الأهمية النسبية لمختلف القضايا ؛ بمعنى أن اقتناع الرأي العام في المجتمع بعدالة قضية ما لا يكفي أن تكون القضية عادلة في ذاتها ، وإنما يعتمد هذا الاقتناع على طريقة عرض القضية بواسطة وسائل الاتصال الجماهيري المختلفة ، وما تقدمه تلك الوسائل للرأي العام من معلومات وحقائق وآراء وأفكار تساعد على الاقتناع .

وبمعنى آخر إن وسائل الاتصال الجماهيري لا تزودنا فقط بالمعلومات المتعلقة بقضايا وأحداث معينة، ولكنها تزودنا أيضا بمنظور معين لتلقى هذه القضايا والأحداث وتفسيرها، وهذا يضع هذه القضايا والأحداث داخل سياقات معينة ، الأمر الذي يشجع المتلقين على فهمها بطرائق خاصة أيضا ، ونتيجة لذلك فإن وسائل الاتصال الجماهيري لا تختار فقط الأحداث التي تغطيها ولكنها تقدم أيضا الأطر التفسيرية التي يمكن فهم الأحداث من خلالها.

أولاً: إشكالية الدراسة:

تطورت وسائل الاتصال الجماهيري وتعددت في السنوات الأخيرة تطوراً هائلاً بفضل التقدم العلمي والثورة التكنولوجية التي شهدتها القرن العشرون، فأصبحت وسائل الاتصال تمارس دوراً جوهرياً في إثارة اهتمام الجمهور بالقضايا والمشكلات المطروحة ، حيث تعد وسائل الاتصال الجماهيري مصدراً مهماً يلجأ إليه الجمهور في استقاء معلوماته عن جميع القضايا السياسية والثقافية والاجتماعية بسبب فاعليتها الاجتماعية وانتشارها الواسع وقدرتها على الحراك ومخاطبة القسم الأعظم من التكوين الاجتماعي ، وأيضاً تمتلك تلك الوسائل الإمكانية و القدرة على التأثير في الجمهور، ولا تتم عملية التأثير بصورة مباشرة وإنما تقوم تلك الوسائل بتشكيل الوعي الاجتماعي بصورة غير مباشرة وبوتيرة متسارعة غير ملحوظة ودون مقدمات.

كما تمثل وسائل الاتصال الجماهيري عنصراً مؤثراً في حياة المجتمعات باعتبارها الناشر والمروج الأساسي للفكر والثقافة ، وتسهم بفاعلية في عملية تشكيل الوعي الاجتماعي للأفراد إلى جانب الأسرة والمؤسسات التعليمية والمؤسسات الدينية ، وفي السنوات الأخيرة اكتسبت وسائل الاتصال الجماهيري على اختلافها أبعاداً جديدة زادت من قوة تأثيرها على الأفراد والجماعات ومن ثم المجتمع ككل .

وفي ظل تلك المعطيات كانت هناك انطلاقة جديدة لوسائل الاتصال الجماهيري بمختلف أشكالها ذات التأثير المباشر على الأفراد ، وأدت إلى إحداث أشكال من التغيرات في الحياة الاجتماعية والفكرية والثقافية انعكست على أساليب الحياة والسلوك وأدت إلى تحولات على صعيد الوعي الاجتماعي والسياسي والثقافي ، حيث تمثل وسائل الاتصال القناة التي يتم من خلالها نقل الأفكار والقيم والمعايير والثقافة سواء داخل المجتمع أو بين المجتمعات المختلفة بأساليب تتنوع بين التعقيد والبساطة.

ويبرز عالم الاجتماع ميلز Mills خطورة وسائل الاتصال الجماهيرية وكيفية تأثيرها في صياغة وتشكيل أفكار الأفراد والتأثير في آرائهم، وتكوين وعيهم، حيث قال:

" إن جانباً ضئيلاً فقط مما نعرفه من حقائق اجتماعية عن العالم قد توصلنا إليه بأنفسنا والجانب الأكبر عن طريق وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري " (R. Mills :1969,311) .

وهكذا نجد أن لوسائل الاتصال الجماهيري تأثيرًا واضحًا على تشكيل الوعي الاجتماعي حيث يعمل النظام الإعلامي للمجتمع من خلال ما يتبناه من اتجاهات فكرية وإيديولوجية وطبقية على صياغة وعي الأفراد ، ويعتمد ذلك على وسائل الاتصال نفسها، وأساليب تلك الوسائل في معالجة الرسالة الإعلامية ، ونتيجة لارتباط وسائل الاتصال بالظروف الاقتصادية والسياسية السائدة في المجتمع فإنه يمكن أن تلعب دورًا يتحدد على أساس البناء الاجتماعي السائد ، وتظهر حقيقة الدور الذي تؤديه وسائل الاتصال عندما تتركز في أيدي جماعة أو طبقة لها مصالحها الخاصة ، إذ تحاول نشر آرائها على حساب آراء المعارضين لها أو تسعى إلى الحفاظ على الوضع القائم حتى لا تتهدد مصالحها (الصادق المحامى : ٢٠٠٧ ، ١٤).

معنى هذا أنه إذا كانت الحرية تكفل للأفراد حرية التحدث عما يدور في أذهانهم وتوصيل آرائهم إلى الجميع (طه نجم : ٢٠١٣ ، ١٧٩) ، فإن الحقيقة غير ذلك إذ إن عشرات الصحف وشركات الإذاعة والتلفزيون تسيطر على اختيار وتفسير المعلومات ، وبإيجاز فإن أى شخص حر في أن يقول ما يعتقد ولكنه لا يستطيع أن يفكر بحرية مادامت المادة قد اختيرت له على نحو متميز، بل إن عملية تفكيره نفسها تعبأً بالحاح وتحيز وتعصب إيديولوجي ، علاوة على ذلك فإن وسائل الاتصال لا تقدم ذات الحقيقة ، لأن كلاً منها يميل إلى إبراز جانب معين أو زاوية معينة من الحقيقة، فيتلقى الجمهور الرسالة المطلوبة من زوايا تتفاوت وتتقارب بتفاوت وسيلة الاتصال. (ارثر سابيغر: ٢٠١٢ ، ٦٢).

فوسائل الاتصال ليست وسائل سلبية تستخدم في نقل الرسائل الإعلامية إلى الجماهير ، أى أنها ليست صناديق فارغة محشوة بالمواد التى تتألف منها ، لأن محتوى الرسائل الإعلامية يتغير بتغير الناقل والوقت والوسيلة المستخدمة ، ولكل وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيري أسلوبها المختلف في معالجة الرسالة ، كما أن الرسالة التى يتلقاها الجمهور تختلف وتتفاوت باختلاف وسائل الاتصال الجماهيري ، وباختلاف المتلقى .

وإذا نظرنا إلى مجتمعنا المصري وجدنا طفرة كبيرة في وسائل الاتصال الجماهيري في الأعوام الأخيرة ، سواء في وسائل الاتصال المرئية أو المسموعة أو المقروءة ، فعلى مستوى وسائل الاتصال المرئية نجد انتشار القنوات الفضائية بشكل كبير وملفت للنظر، بل أصبحت هناك قنوات متخصصة كثيرة تغطى أغلب رغبات المشاهد ، وعلى مستوى وسائل الاتصال

المسموعة نجد ظهور إذاعات جديدة أخذت منحى جديداً و غير معتاد من حيث سرعة الإيقاع ونوعية البرامج ، أما وسائل الاتصال المقروءة فقد أحدثت طفرة كبيرة ونقله نوعية و خاصة على خريطة الصحافة المصرية و على وجه الخصوص مع صدور العديد من الصحف الخاصة، فضلا عن الإنترنت وما أحدثه من طفرة كبيرة وخاصة بعد سهولة الدخول بواسطته على العديد من المواقع الإخبارية .

ومع اتساع مساحة الحرية في التعبير عن الرأي من قبل كثير من الصحفيين والعاملين في المجال الإعلامي ، فقد اهتمت أغلب وسائل الاتصال الجماهيري بمتابعة تفاصيل قضايا الفساد في المجتمع المصري، وخاصة قضايا فساد بعض من رجال الأعمال وأعضاء في الحزب الحاكم السابق وبعض الوزراء السابقين ، الأمر الذي يجعلنا نطرح مجموعة من الأسئلة: هل أدرك المتابع لتناول وسائل الاتصال الجماهيري لقضايا الفساد في المجتمع المصري أن ذلك يعتبر بمثابة تعزيز لمبدأ الشفافية والنزاهة وإتاحة المعلومات وتدعيم لآلية مهمة من آليات الديمقراطية وهى حرية النشر والتعبير، أم أدى ذلك التناول إلى نتائج عكسية تمثلت في فقد المواطن الثقة في قيم المجتمع ونزاهته، بحيث تم تشكيل الوعي الاجتماعي للمواطن بصورة سلبية مفادها اعتقاده بانتشار الفساد بشكل كبير في المجتمع وتغلغله في كل شرائحه ، والسؤال الذى يعنينا هنا كيف ترى النخبة المُنقفة في المجتمع المصري ذلك التناول ، وإلى أى مدى تعتمد على وسائل الاتصال الجماهيري للتعرف على قضايا الفساد؟

وقد شهد المجتمع المصري العديد من قضايا الفساد خلال السنوات الأخيرة ، وتابعتها وسائل الاتصال الجماهيري وتناولتها باهتمام متزايد ، وخاصة قبل ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١، حيث فرضت قضايا الفساد نفسها بقوة الأمر الذى أدى إلى إثارة الرأي العام المصري ، وأصبحت تحظى متابعة تلك القضايا بمعدلات متابعة عالية ، بل كان من أبرز شعارات الثورة القضاء على الفساد، و ازداد الاهتمام بقضايا الفساد بعد الثورة وخاصة مع بداية تساقط الفاسدين واكتشاف الكثير من قضايا الفساد التى لم تكن معروفة من قبل ، ويؤكد ذلك مؤشر مدركات الفساد العالمى لعام ٢٠١٤ (www.TRANSPARENTLY-international.org) والذي يشير إلى أن مصر قد جاءت في المرتبة ٩٤ عالمياً من بين ١٧٥ دولة على مستوى العالم ، مما يعنى انتشار الفساد بها بصورة كبيرة ، في حين أن هناك دولا عربية جاءت في الترتيب ٢٥ عالمياً

مثل الإمارات وجاءت البحرين وقطر والمملكة العربية السعودية في المرتبة ٥٥ عالميا ، وتشير التقارير الرسمية إلى تنامي ظاهرة الفساد في المجتمع المصري سنة بعد أخرى ، ويذكر تقرير هيئة النيابة الإدارية لعام ٢٠١٤ أنها حققت خلال عام ٢٠١٢ في ٦٢ ألفا و ٨٢٥ قضية أى بمتوسط ١٧٢ قضية يوميا، بينما حققت خلال ٢٠١٣ في ٧٢ ألفا و ٥٩٣ قضية، أى بمتوسط ١٩٩ قضية يوميا ، وحققت في عام ٢٠١٤ في ١٧١٨٠٩ قضية أى بمتوسط ٤٧٩ قضية يوميا ، مما يؤكد استمرار ازدياد تفشى الظاهرة (التقرير السنوى لهيئة الرقابة الإدارية : ٢٠١٤ ، ٤٨)

ومما لاشك فيه أن الفساد يؤدي إلى خلخلة القيم الأخلاقية وإلى الإحباط وانتشار اللامبالاة والسلبية بين أفراد المجتمع، وبروز التعصب والتطرف في الآراء وشيوع الجريمة كرد فعل لانحيار القيم وعدم تكافؤ الفرص، كذلك يؤدي الفساد إلى عدم المهنية وفقدان قيمة العمل وتراجع الاهتمام بالحقوق العام والشعور بالظلم لدى البعض ، الأمر الذى يؤدي إلى الاحتقان الاجتماعي وانتشار الحقد بين شرائح المجتمع وانتشار الفقر وزيادة حجم الفئات المهمشة والمتضررة.

ثانيًا: أهمية الدراسة:

تستمد الدراسة الاهنة أهميتها من خلال محاولة التعرف على الدور الذى تقوم به وسائل الاتصال الجماهيري في تشكيل الوعي الاجتماعي للنخبة المثقفة بقضايا الفساد في المجتمع المصري ، بمعنى أنه إذا كانت مهمة وسائل الاتصال الجماهيري إزاء جماهيرها تتمثل في اطلاعهم على جميع الأمور التى تمس مصالحهم وتفتح المجال لمناقشتها بشكل موضوعي لاستجلاء أوجه النظر وإلقاء الضوء على جميع جوانبها بعيدا عن سيطرة عوامل الإثارة الرخيصة، وذلك مع مراعاة تفسير الأحداث والشرح في القضايا المهمة ، مع ضرورة النهوض بمستوى الجماهير فكريا وثقافيا، وتخليص عقولهم من الأوهام والأفكار المزيفة ، والعمل على تشكيل وعي اجتماعي قائم على معلومات صحيحة غير موجهة أو متحيزة ، إذا كانت تلك هى مهمة وسائل الاتصال الجماهيري فكيف يمكنها القيام بتلك المهمة دون توافر بيانات دقيقة عن خصائص جمهورها واتجاهاته نحوها ونحو القضايا التى تعالجها ووجهات النظر السائدة لديهم ، خاصة وأن كان هذا الجمهور من النخبة المثقفة.