جامعة عين شمس
كلية الآداب
قسم الاجتماع

دور الإعلام فى تشكيل الوعى الاجتماعى فى عصر العولمة

دراسة ميدانية مقارنة بين الريف والحضر

دراسة مقدمة للحصول على درجة الدكتوراه فى الإعلام

إعـــــداد
الطالب
خالد يحيى كامل الزهوينى

إشراف

أ.د/ سعيد أمين ناصف
أستاذ علم الاجتماع
كلية الآداب ـ جامعة عين شمس

أ.د/ سوزان يوسف القليني
أستاذ علوم الاتصال والإعلام
كلية الآداب ـ جامعة عين شمس

٢٠١٣

Ain Shams University
Faculty of Arts
Sociology Department

The Role of Media in Forming the Social Consciousness in the Age of Globalization

A Comparative Field Study Between the Country and the Urbanization

Thesis Proposal Submitting PHD in Media

By:
Student: Khaled Yheia Kamel El-Zehweny

Supervised by:

Prof. Dr. Saeed Amin Nasef
Prof. of Social Science
Faculty of Arts
Ain Shams University

Prof. Dr. Suzan Yousef El-Keleny
Communication Science and Media
Faculty of Arts
Ain Shams University

2013

محتويات الرسالة

مقدمة الدراسة

الفصل الأول
الإطار النظري للدراسة

تمهيـــد ٨
أولاً - موضوع الدراسة وأهميته ومبررات الاختيار ١٣
ثانياً - الدراسات السابقة ٢١
ثالثاً - المـــداخل النظريـــة الـــسوسيولوجية والإعلاميـــة المفسرة لقضية الوعي الاجتماعي ٤٢
رابعاً - مفاهيم الدراسة ٥٠
خامساً - أهداف الدراسة ٦٠

الفصل الثاني
دور الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي في حُقبة العولمة

مقدمـــة ٦٢
أولاً - الإعلام في ظل العولمة : الدور والتحديات ٦٤
١ - دور الإعـلام فـي تـشكيل الـوعي فـي حقبـة العولمة ٦٤
٢ - وظائف إعلام العولمة ٧٠
٣ - دور الإعـلام فـي تـشكيل الـوعي الاجتمـاعي فـي ضـوء نظريـة الاعتمـاد علـي وسـائل الإعلام ٧١
ثانياً - القنوات الفضائية وقضية الوعي ٧٦
١ - العلاقة بين تنـامي المدخلات السلبية للثقافة وتردي الوعي الاجتماعي ٧٦
٢ - التخطـيط الإعلامـي ومواجهـة الانفجـار المعلوماتي والتقني في عصر العولمة ٧٩
٣ - أهمية تنمية الوعي النقدي في زمن العولمة٨١
٤ - العلاقة بين فاعلية الوعي الاجتماعي وتطور الفكر النقدي ٨٢

ثالثاً - دور السياسات الإعلامية في تشكيل الوعي الاجتماعي في ظل العولمة الإعلامية ٨٤
رابعاً - العلاقة بين البرامج التليفزيونية الهادفة وتنمية الوعي الاجتماعي ٨٧
١ - البرامج الحوارية في الفضائيات العربية رؤية تحليلية ٨٧
٢ - برامج التليفزيون الحوارية في العالم المتقدم ٩٠
خامساً - الفضائيات العربية من منظور تحليلي ٩٢
سادساً - الانترنت والعولمة والتحولات المجتمعية .. ٩٤
١ - الانترنت وأثره في تشكيل الوعي الاجتماعي في عصر العولمة ٩٤
٢ - دور الانترنت في تشكيل الحركات المضادة للعولمة ٩٧
٣ - العلاقة بين الإعلام والسياسة ومشكلة العولمة ٩٩
٤ - أهمية الانترنت في حياة مستخدميه وذلك بالتطبيق علي المجتمع المصري والأمريكي ١٠١
تعقيب ١٠٤

الفصل الثالث

الإجراءات المنهجية للدراسة

أولاً - التساؤلات ١٠٧
ثانياً - فروض الدراسة ١٠٧
ثالثاً - نوع الدراسة ١٠٨
رابعاً - مناهج الدراسة ١٠٨
خامساً - مجالات الدراسة ١١١
أ - المجال المكاني ١١١
ب- المجال البشري (عينة الدراسة) ١١٢
سادساً - أدوات الدراسة ١١٣
سابعاً - أساليب تحليل البيانات ١١٦
أ - الأسلوب الكمي ١١٦

ب- الأسلوب الكيفي ١١٦
ثامناً - خصائص عينتي الدراسة ١١٦

الإطار الميداني للدراسة

الفصل الرابع

رؤية تحليلية لنماذج برامجية فضائية وقنوات فضائية ومواقع إلكترونية

أولاً - رؤية تحليلية لنماذج برامجية على الفضائيات العربية ١٢٢
أ - البرامج الهادفة والجادة ١٢٣
١ - مصر النهاردة ١٢٣
٢ - ٩٠ دقيقة ١٢٤
٣ - العاشرة مساء ١٢٦
٤ - الجانب المظلم ١٢٨
ب- البرامج الترفيهية ١٢٩
١ - المسلسل التاريخي (الجماعة) ... ١٢٩
٢ - المسلسل الاجتماعي (اغتيال شمس) ١٣١
٣ - البطولات الرياضية المحلية والدولية ١٣٢
ثانياً - رؤية تحليلية لنماذج من قنوات فضائية عربية ١٣٣
أ - القنوات الدينية ١٣٥
١ - العفاسي ١٣٥
٢ - الرسالة ١٣٥
٣ - الفجر ١٣٦
ب- القنوات الترفيهية ١٣٨
١ - غنوة ١٣٨
٢ - MBC Action ١٤٠
ثالثاً - رؤية تحليلية لنماذج من مواقع على الشبكة العنكبوتية ١٤١
١ - محرك البحث العالمي (جوجل) ... ١٤٢
٢ - موقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) ١٤٥

الفصل الخامس

تأثير القنوات الفضائية في تشكيل الوعي الاجتماعي

تمهيـــد ١٤٩
أولاً - القنـوات الفـضائية وإشـكالية الـوعي الاجتمـاعي والهوية الثقافية ١٥٠
١ - التعـرض للقنـوات الفـضائية فـي المجتمـع المصري : من حيث معدل التعرض وكثافته وطبيعته ودوافعه وأسبابه ١٥٠
٢ - الفــضائيات الترفيهيــة وتفــويض الــوعي الاجتماعي ١٥٧
٣ - الهوية الثقافية العربية في ظل العولمة ١٦٤
٤ - القنــوات الفـضائية بـين التــأثير الإيجــابي والقصور الوظيفي ١٦٨
ثانياً - البرامج الفضائية الهادفة وتنمية الوعي الاجتماعي ١٧٤
ثالثاً - سبل تفعيل دور الإعلام في الارتقاء بالوعي الاجتماعي للجماهير ١٨٤
خاتمـــة ١٨٥

الفصل السادس

مدي وعي أفراد عينة الدراسة الميدانية بقضايا المجتمع ومشكلاته

تمهيـــد ١٨٨
أولاً - مدي الوعي بقضايا المجتمع ومشكلاته ... ١٨٩
ثانياً - دور القنـوات الفـضائية فــي إحاطــة الجمــاهير بمشكلات وقضايا مجتمعهم المختلفة ٢٠٩
خاتمـــة ٢١٠

الفصل السابع

تأثير الانترنت في تشكيل الوعي الاجتماعي

تمهيـــد ٢١٢
أولاً - الـشبكة المعلوماتيــة فــي المجتمـع المـصري : مـدي الإقبال علي استخدامها وكثافته ودوافعه وأسبابه ٢١٢
ثانياً - آثار الانترنت علي المجتمع في عصر العولمة ٢١٨

ثالثاً - الانترنت وقضية الوعي الاجتماعي ٢٢٥
خاتمـــة ٢٢٩

الفصل الثامن

نتائج الدراسة الميدانية وتفسيرها

أولاً - نتائج العلاقات بين متغيرات الدراسة ٢٣١
ثانياً - نتائج اختبار صحة الفروض ٢٨٤

خاتمة الدراسة

أولاً - مناقشة النتائج وربطها بالدراسات السابقة .. ٢٩٠
ثانياً - نتائج الدراسة وتوصياتها ٢٩٩

مراجع الدراسة

أولاً - المراجع العربية ٣٠٦
ثانياً - المراجع الأجنبية ٣١٦
ثالثاً - مواقع الانترنت ٣١٩

ملاحق الدراسة

١ - ملحق رقم (١) الاستبيان الاستطلاعي ٣٢٣
٢ - ملحق رقم (٢) أداة الدراسة في صورتها النهائية ٣٢٩

ملخص الدراسة

- ملخص الدراسة باللغة العربية ٣٤٦
- ملخص الدراسة باللغة الإنجليزية ٣٥٢

مقدمة الدراسة

أصبح الدور الاستراتيجي للإعلام، وتأثيراته في عصر العولمة يتمثل في: تشكيل الوعي وتسويق المعلومات ؛ فتأثير الإعلام في صياغة الوعي الاجتماعي، والثقافي والسياسي أصبح كبيراً، ولا ريب: فإن للعولمة دوراً مهماً في تنشيط الاتصال الإعلامي، وتحليل ونقل المعلوماتية والأحداث بسرعة مثيرة إلي أرجاء المعمورة، إلا أنه في خضم هذا الفيض الإعلامي الكبير برز إعلامان: أحدهما تنويري، والآخر تضليلي، ولكل منهما أجندته الخاصة به في تسويق خطابه الإعلامي.

فالإعلام الجاد يتوخى الموضوعية والحيادية في تناول الأحداث بواقعية، وتتمثل وظيفته في تأسيس وعي ثقافي واجتماعي وروحي وقيمي وسياسي لدي المتلقي من خلال نقل المعلوماتية، وتوظيفها للارتقاء بالتفكير الإنساني وانتشاله من جهالته ونقصه المعرفي.

أما الإعلام المشوه المضلل له أجندته الخاصة المدفوعة بأساليب نقدية قد تكون اقتصادية أو سياسية أو طائفية.

وعلي كلٍ فقد بات الإعلام اليوم ــ وذلك من خلال الإتقان الفائق للمضامين التي يُقدمها من خلال ما يتمتع به من قدرة كبيرة علي التأثير ــ قادراً علي أن يصنع شيئاً من لا شيء، وأن يُوجدِ بيئة كاملة من الأفكار والمشاعر والقيم والاتجاهات لأمور هامشية مثل: الفن والطبخ والأزياء. وهو في المقابل قادر من خلال تجاهله وتعاميه أن يُسدل الستار علي أكثر القضايا والأزمات حيويةً وشناعةً ؛ فمع جمهور مهموم ومشغول ومشتت يصبح إدراك الوعي وصرف الانتباه أمراً في غاية السهولة. الأمر الذي يؤكد علي أن أحد أهم السبل للخروج من تلك الإشكاليات الراهنة يكمن في تنمية

الوعي الاجتماعي وإدراك أسباب تخلفه وتحليلها بأشكال موضوعية وعلمية يكون عمادها الأساسي الرؤية النقدية المنفتحة وإلا سنرد إلي أحط لحظاتنا التاريخية ؛ فالقنوات الفضائية العربية التي يزداد عددها يوماً بعد يوم لا تختزل انفتاحنا المعرفي والثقافي وإنما تعيد وجودنا التبعى مكاناً وزمانا فوق الأرض الواحدة.

والملاحظة الأهم علي تعدد الفضائيات العربية هي دخول الأمة مأزق هوية وثقافة وتسطيح وعي. حيث قادت الفضائيات العربية ــ بقصد أو بدون قصد ــ الغزو الثقافي وأدخلت الأمة في غربة وحال من ضياع الهوية وتقويض الوعي، وذلك باعتماد مادتها علي ما يسمي بـ(الثقافة الجماهيرية) تلك التي تعتمد علي الأغنية والمسلسل التليفزيوني الطويل وتقوم علي الترفيه الرخيص، وهي الثقافة نفسها التي أوجدتها العولمة والتي تتمركز حول مبدإ الاستهلاكية، والإعلام الجماهيري.

والأرقام وحدها تتكلم، أكثر من (٢٩٠) فضائية عربية تقوم فقط علي أغاني الفيديو كليب والدردشة والشعر العامي والسحر في وقت أصبح فيه البث الفضائي العربي مطالباً بخلق وعي جماهيري عربي يبين مخاطر العولمة والهيمنة الأمريكية علي العالم، وعلي الفضائيات العربية أن تعطي اهتماماً فائقاً لمضامينها بحيث تكون هذه المضامين في إطار التحديات التي تواجه مجتمعنا وأمننا.

والمتأمل فيما آلت إليه أوضاع الواقع الاجتماعي المصري من تعاظم في حجم التحولات في ظل استشراء ظاهرة العولمة وبزوغ فجر ما يعرف بالربيع العربي، يجد أنها تطلق الممارسة الإعلامية الجادة من عقالها، لكي تطول كل شيء ؛ الأمر الذي يجعل منها الفاعل الرئيسي في تغيير الفكر والواقع،

علي أن يتمثل الهدف المحوري لها في تحرير الذات وتنويرها والإشـــاحة بهـــا بعيداً عن مصادر الوعي الزائف.

ولما كان يتم تزييف وعي الذات من خلال وسائط متعددة ـــ ومن ثم فهي لا تتمتع بالقدرة علي الفهم الصحيح ـــ فإنه بات علـــي وســـائل الإعلام الحديثة ان تضطلع بوظيفة محورية، ألا وهي: تصحيح أفهام النـــاس، ومساعدة فهمهم للأشياء علي صورتها الحقيقة، وهو ما يفـــرض ضـــرورة صياغة فلسفة إعلامية تنويرية تُذكي روح النقد، وتُنَصب الـــذات العارفـــة لتفسير ونقد الواقع المعاش.

وعليه: فإن نمو الوعي الاجتماعي لدي أفراد المجتمع أصـــبح يمثـــل ضرورة هامة تمليها المصلحة القومية ؛ لكي يساهموا مساهمة فعالة في المعالجة الموضوعية لما تعرضه وسائل الإعلام الحديثة في عـــصر العولمـــة، وســـعيها الدؤوب لوأد حاسة النقد لدي المتلقي ونزعه عن كل ما هو وطني وقومي، وتجنيس ثقافته، وتمديد هويته.

ولما كانت العلاقة بين الإعلام وتشكيل الوعي الاجتماعي ـــ والتي ناقشتها هذه الدراسة ـــ عادة ما تضعنا أمام إشكالية نوعية المواد المقدمة عبر هذه الوسائل الإعلامية، جاء اهتمام الباحث بمناقشة دور الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي في حقبة العولمة، وذلك من خلال آلياتها الإعلامية المتمثلة في: الفضائيات والانترنت، واللتان تعتبران من أهم آليات العولمة ووســـائط انتشارها، وذلك بتقييم فعالية هذه الآليات فى تنمية هذا النوع من الوعي أو تسطيحه، من خلال ما يُقدم من محتوي إعلامي عبر هذه الآليات، وذلـــك بغية التعرف علي تأثير هذا المضمون الإعلامي علي الوعي الاجتماعي مـــن حيث التدهور أو الارتقاء والتي عادة ما يقف بينهما الجهـــاز الإعلامـــي.

ليحدد من خلال ممارسته وأنشطته أي المصيرين سيلاقيه الوعي، وذلك عبر ما يُقدمه هذا الجهاز من مواد إعلامية وثقافية وبخاصة في ظل متغيرات عصر العولمة، حيث لم يعد الإعلام يقتصر علي تقديم الأخبار وجمع المعلومات وبثها. بل أصبح الإعلام رسالة تحتوى علي مضامين مختلفة، لها أبعاد متباينة وأهداف مقصودة تتمحور ضمن مفاهيم وأيديولوجيات متناقضة بعضها يستهدف تنمية الوعي ينمي الوعي، وبعضها الآخر يستهدف تسطيحه وتقويضه.

الفصل الأول

الإطار النظرى للدراسة

تمهيـــــد.

أولاً - موضوع الدراسة وأهميته ومبررات الاختيار.

ثانياً - الدراسات السابقة.

ثالثاً - المداخل النظريـة الـسوسيولوجية والإعلاميـة المفـسرة لقـضية الوعى الاجتماعى.

رابعاً - مفاهيم الدراسة.

خامساً - أهداف الدراسة.

تمهيـــد:

أصبح الحديث عن دور الإعلام في حياة الأمم المعاصرة، وبخاصة في ظل متغيرات عصر العولمة واحدا من أكثر الموضوعات التي تستجلب اهتمامات الإعلاميين أفرادا ومسئولين، وذلك نظرا للإمكانات الهائلة القائمة والمحتملة للإعلام والمعلومات في رقي الإنسان وتشكيل وعيه أو تسطيحه.

فالإعلام يمثل السلاح المزدوج الذي يمكن أن يجلب الحظ للمهتمين به، أو أن يفتك بهم ويتلاعب بعقولهم، حيث يعمل الإعلام في الحالة الأولى على تقدم المجتمعات والتعرف من خلاله على كل جديد في الدول الأخرى وإظهار كل تقنياتها، أما في الحالة الثانية فإن الإعلام ينشر أفكارًا خطيرة مقصودة لدعم اتجاه معين دون مراعاة الحيادية في موضوعات مهمة.

وعلى كل فقد لعبت المؤسسة الإعلامية كأداة التغيير والتثيقف دورًا هاما في تشكيل الوعي الاجتماعي بالمقارنة بالدور الذي تلعبه المؤسسات الأخرى. وتبرز أهمية وسائل الإعلام لقدرتها على توصيل الرسالة الإعلامية إلى المواطنين في منازلهم بأسلوب يأخذ صور الترفيه والتثقيف والتوعية متمثلة في البرامج والأفلام والمسلسلات والإعلانات، وعادة ما يكمن دور الإعلام في تشكيل الوعي من خلال ما تقوم به أجهزته بالدعوة والتوعية.

أولا: موضوع الدراسة وأهميته ومبررات الاختيار:

تأتي أهمية هذه الدراسة باعتبار أن الإعلام بكل أشكاله (المقروءة والمسموعة والمشاهدة) يلعب دورا أساسيا في تشكيل الوعي الاجتماعي والديني والثقافي والإعلامي لدى كل من رجل الشارع والمتخصصين، حيث تأتي الهيئات الإعلامية في إطار ما يسمى بمؤسسات التنمية الشاملة إن جاز لنا استخدام هذا التعبير.

ونظرا للدور الخطير الذي يمكن أن تقوم به وسائل الإعلام في عملية تشكيل الوعي الاجتماعي، نجد أنها تلعب هذا الدور بالإيجاب أو السلب. هذا في الوقت الذي جاء فيه الإعلام الالكتروني مبشرا باتساع دائرة فقدان الوعي الذاتي ليحل محله وعيا عالميا قادرا على مسخ عقول البشر وتغيير منظومة القيم لديهم.

ومن ثم تسعى الدراسة الراهنة إلى الإجابة على تساؤل رئيسي مؤداه لماذا يستخدم الناس وسائل الإعلام وما المجالات التي يمكنهم استخدامها فيها ؟ لا سيما في ظل التغيرات العالمية والمحلية التي يشهدها العالم بصفة عامة والإعلام بصفة خاصة. حيث شهدت نظم الإعلام العالمية بنهايات القرن العشرين ازديادا مضطردا

وأصبحت عالمية البلوغ والمدى.

وإذا كانت معظم الدراسات السابقة قد انصب اهتمامها على التأثيرات المختلفة للمضامين الإعلامية على تشكيل الوعي الاجتماعي للجمهور، ومعالجة إنعكاس الوضعية الاجتماعية لطبقة بعينها من المجتمع على وعيها الاجتماعي وذلك انطلاقا من تبني مقولات المادية التاريخية التي تنظر إلى الوعي الاجتماعي والوجود الاجتماعي في وحدة جدلية يحدد الوجود فيها الوعي الاجتماعي في نهاية التحليل.

فإن الدراسة الراهنة تنطلق من مناقشة وتحليل دور الإعلام في عملية تشكيل الوعي الاجتماعي في حقبة العولمة. وذلك من خلال محورين أساسيين يتمثل المحور الأول في الجانب النظري والذي يتمثل في التحليلات النظرية لواقع الإعلام في بلدان العالم النامي بصفة عامة والمجتمع المصري بصفة خاصة ودوره في تنمية الوعي الاجتماعي وذلك في ظل متغيرات عصر العولمة وما رافقها من تغيرات ثقافية انعكست على المجتمع المصري. والمحور الثاني ويتمثل في الجانب الميداني والذي جاء مطبقا على عينة من الجمهور على الصعيدين الريفي والحضري.

على أن وسائل الإعلام تختلف في درجة تأثيرها على المتلقين حيث تستطيع الصحافة تشكيل وعي المواطنين بطرق مختلفة وبأساليب متعددة مثل استخدام الحملات الصحفية المكثفة، أو كتابة الأعمدة اليومية، أما الإذاعة والتلفزيون فنظرا لسهولة انتشارها في مناطق مختلفة من المساحة الجغرافية، وقدرة فئات عديدة من المواطنين على استقبال ما تبثه من مضامين إعلامية ونتيجة لذلك فأنهما قد يلعبان دورا هاما في تشكيل لب وعي المواطنين في العالم الثالث. ويمثل التلفزيون بقنواته الفضائية والشبكة المعلوماتية أهمية خاصة من بين وسائل الاتصال الجماهيري في هذا الصدد، وذلك من حيث كونهما من أكثر وسائل الاتصال إثارة للجدل والمناقشات في عصر العولمة.

وفي ظل تنامي قنوات فضائية عربية متخصصة من حيث المحتوى البرامجي والجمهور المستهدف، واعتماد معظمها على الإثارة وندرة البرامج التي تتناول قضايا الهوية الثقافية وتنمية الوعي الاجتماعي لجماهير تعاني من أزمة في وعيها الاجتماعي، وبخاصة في ظل سيطرة القطاع الخاص على هذا القطاع واحتمال تأثير ذلك بالسلب على المادة الإعلامية المقدمة من خلال هذه الفضائيات الموجهة سعت الدراسة الراهنة إلى الكشف عن الآثار المترتبة على متابعة الجمهور لبعض قنوات البث الفضائي وبرامجها.

بالإضافة إلى بعض مواقع الشبكة العنكبوتية في الفترة من بداية أغسطس عام ٢٠١٠ حتى نهاية نوفمبر من العام نفسه ومدى قدرة تأثير محتوى المادة الإعلامية الذي تم استقاؤه في توجهات ووعي وقيم وسلوك عينة من الجمهور على نحو إيجابي أو سلبي، مما يؤسس فهما أوضح لطبيعة العلاقة بين حجم التعرض ودوافعه من ناحية وبين القدرة على تشكيل الوعي الاجتماعي لعينة من الجمهور من ناحية أخرى وذلك من خلال عرض تحليلي لسبعة برامج فضائية وهي: (العاشرة مساء) ويبث على قناة (دريم ٢)، وبرنامج (٩٠ دقيقة) ويبث على قناة (المحور)، وبرنامج مصر النهاردة ويبث على (التلفزيون المصري)، وبرنامج (الجانب المظلم) ويبث على قناة (المجد)، ومسلسل (الجماعة) ويبث على قناة (القاهرة والناس)، ومسلسل (اغتيال شمس) ويبث على قناة (الحياة مسلسلات)، (البطولات الرياضية الدولية والمحلية) ويبث على جميع القنوات الرياضية، وخمسة قنوات فضائية هي (العفاسي ـ الفجر ـ الرسالة ـ **MBC Action** ـ غنوة).

وموقعان الكترونيان هما محرك البحث العالمي (جوجل) وموقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) ذات توجهات متباينة من بين البرامج والقنوات الفضائية الأكثر مشاهدة والمواقع الإلكترونية الأكثر متابعة من قبل أفراد عينة الدراسة الاستطلاعية والتي تم الوقوف عليها من خلال استبيان استطلاعي تم تطبيقه على (٢٠٠ مفردة) من مجتمعى البحث.

فغالبا ما تعتمد العلاقة القائمة بين الجمهور والإعلام المرئي على مجموعة من العوامل أهمها: ساعات المشاهدة وطبيعة التعرض، وبروز ثقافة الصورة ودلالاتها وخطورة التأثير التراكمي للمضمون التلفزيوني، وضعف ارتباط الشباب المعاصر بمؤسسات التنشئة التقليدية وبخاصة في ظل تعرض مجتمع الشباب لعدة تيارات اجتماعية وثقافية واقتصادية غيرت كثيرا من بنيته، وأثرت على فكره وسلوكه، ولعل من أبرزها تلاشي وظائف الأسرة والانفتاح الإعلامي والعولمة، والتي أدت إلى ذوبان وانهيار الهوية الثقافية لشبابنا وإلى خلخلة التوازن لديه، مما نتج عنه أزمة فكرية يعانيها وذلك على أثر تسميم الآبار الفكرية التي يستقى منها الشباب وإضعاف مناعتهم عن طريق تسويق القيم والسلوكيات الغربية لتذويب انتمائهم الإسلامي وبخاصة مع تصاعد وتيرة الليبرالية والدعوة إلى الحرية لم يعد من السهل إيقاف هذا الضخ المسعور للقيم والأفكار الغربية.

ولعل السؤال الذي يفرض نفسه علينا هو ما موقف الإعلام العربي بصفة عامة والأعلام المصري بصفة خاصة من القضايا والأدوار الواجب القيام بها ؟ تبدو حقيقة الأمر أن القائمين على العمل الإعلامي قد أساءوا استخدامه حيث أصبحت المهمة