

## دور وسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية في تعزيز الجهود التطوعية للجمهور المصرى، ومنظمات المجتمع المدنى بشأن مواجهة جائحة كورونا (دراسة ميدانية)

\*د. محمد عبد اللطيف عبد المعطي

### المستخلص:

استهدفت الدراسة رصد دور وسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية في تعزيز الجهود التطوعية للجمهور المصرى ومنظمات المجتمع المدنى لمواجهة جائحة كورونا، واعتمدت الدراسة في إطارها النظرى على نظرية رأس المال الاجتماعى، وتندرج ضمن الدراسات الوصفية، واستندت إلى منهج المسح الإعلامى، واستعانت بأداة الاستبيان لجمع البيانات من عينة كره الثلج من جمهور المتطوعين في مؤسسات المجتمع المدنى ممن هم في المرحلة العمرية من 18 لأقل من 55 عاماً، بلغ قوامها 420 متطوعاً من خمسة جمعيات من محافظتى القاهرة والشرقية.

- وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج لعل من أبرزها:

\*يستخدم أفراد العينة وسائل الإعلام الاجتماعية وتطبيقات الهواتف الذكية بمعدلات أكثر من استخدامهم لوسائل الإعلام التقليدية في ممارسة الجهود التطوعية كما، كشفت النتائج عن ارتفاع مستويات ثقة أفراد العينة في المعلومات الصحية التى تقدمها وسائل الإعلام عن جائحة كورونا.

\*يستخدم أفراد العينة وسائل الإعلام الاجتماعية في التعرف على زملاء المجموعات التطوعية وإتاحة الفرص للنقاش وتبادل الآراء حول جائحة كورونا وكذلك يستخدمونها في التواصل مع الجمعيات الأهلية المهمة بمواجهة هذه الجائحة.

**الكلمات الرئيسية:** وسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية – رأس المال الاجتماعى – الجهود التطوعية - منظمات المجتمع المدنى – جائحة كورونا.

## **The role of traditional and social media in supporting the volunteering efforts of the Egyptian audience and civil society organizations to overcome the COVID-19 pandemic: A field study**

**Dr Mohamed Abdel Latif Abdel\***

### **Abstract:**

This study aimed at to measure the role of traditional and social media in supporting the volunteering efforts of the Egyptians audience to overcome the COVID-19 pandemic: A field study.

The study used the social capital theory. It is considered one of the descriptive studies that relied on the survey method and used the questionnaire as a tool of collecting data from snowball of volunteers sample of (Male – Female) 18-less than 55 years old totally (420) volunteers from five civil society organizations.

Among the most important results of the study is:

1. The study showed that the sample prefers to use social networks and the smart phone applications (WattsApp, Signal, and Twitter) more than traditional media in volunteering work.
2. The study results showed that the sample confident of the health information offered by the new media about the COVID-19 pandemic.
3. The study affirmed that the sample depended on the social networks & smart phone applications more than traditional media in volunteering works.
4. The sample uses the social networks and smart phone applications to know new volunteers, exchange view points about the pandemic and to cooperate with the civil society organizations to overcome COVID-19 pandemic.

**Key words:** Traditional media & Social networks – Social capital- Volunteering efforts-Civil society organizations-COVID-19 pandemic.

---

\*Lecturer at the department of Mass Communication Faculty of Arts, Zagazig University

## المقدمة:

يعتبر العمل التطوعي ذراع المجتمع فى تحقيق التنمية فهو بمثابة القطاع الثالث فى تنمية المجتمع بجانب القطاعين الحكومى والخاص، بل أصبح رأس المال الاجتماعى للمجتمع فى الوقت الحالى أحد الركائز الأساسية فى بناء وتنمية ونشر التماسك الاجتماعى بين أفرادة.

وبذلك أصبح العمل التطوعى له مكانته فى خطط التنمية، ورافداً مهماً فى طريق تطوير المجتمعات وتعزيز مبدأ المسئولية الاجتماعية والمشاركة المجتمعية وتفعيل الطاقات الكامنة داخل المجتمع على اختلاف أعمارها، لذا بدأ العمل التطوعى يكتسب أرضية رصينة على بساط التنمية الاجتماعية فى المجتمع.

وتشير الدراسات السابقة إلى أن مصر عرفت العمل التطوعى منذ القرن التاسع عشر، حيث تم تأسيس أول جمعية أهلية فيها فى عام 1821م باسم "الجمعية اليونانية" بالإسكندرية وبعدها توالى تأسيس الجمعيات ذات المساعدات الخيرية مع اعتراف دستور 1923م فى مادته رقم (30) بحق المصريين فى التجمع وتكوين جمعيات تعمل فى مختلف المجالات الاجتماعية والخيرية والخدمية وغيرها حتى أصبحت شريكاً أساسياً فى طريق التنمية والتقدم<sup>(1)</sup>.

ونظراً لأهمية العمل التطوعى فقد حظى على اهتمام عالمى من جانب الجهات المعنية به ومنها منظمة الأمم المتحدة وأجهزتها ومنظماتها الإقليمية إيماناً منها بأهميته فى تحقيق تنمية المجتمع اقتصادياً واجتماعياً، حيث أسست برنامجها للمتطوعين فى عام 1970م وخصصت فى قرارها رقم 212/40 الصادر فى ديسمبر عام 1985م يوم الخامس من ديسمبر كيوم عالمى للتطوع، كما أعلنت الجمعية العامة للأمم المتحدة عام 2001م عاماً دولياً للمتطوعين، وعلى الصعيد العربى فقد تم تحديد يوم الخامس عشر من سبتمبر كيوم عربى لنشر وتعزيز ثقافة التطوع، مما أدى إلى زيادة عدد المنخرطين فى الأعمال التطوعية حتى أصبح العمل التطوعى مبدأ سامياً لدى دول العالم وشعوبها كافة<sup>(2)</sup>.

وقد شهد العصر الحالى ثورة اتصالية غير مسبوقه بفضل التطور التكنولوجى الذى ألقى بضلاله على وسائل الإعلام سواء التقليدية أم الاجتماعية خاصة مع تطور شبكة الإنترنت وما صاحب ذلك من ظهور شبكات التواصل الاجتماعى، وهو ما دفع كثير من الأفراد والمنظمات والهيئات المهتمة بالعمل التطوعى لاستخدامها والاستفادة من خدماتها المتعددة فى مجال عملهم، حيث أصبح من السهل الحصول على المعلومات وتبادلها ونقلها وحفظها بشكل منظم وسريع من خلال الحواسيب والهواتف الذكية الصغيرة وغيرها.

وقد شهد العالم فى العقود الأخيرة من القرن العشرين كثيراً من التطورات فى كافة المجالات أسهمت فى بلورة العديد من المفاهيم كان من أبرزها مفهوم المجتمع المدنى Civil society الذى حظى على إهتمام كل من الباحثين والمختصين فى كافة المجالات لاسيما الاجتماعية والاقتصادية والثقافية خاصة مع عدم قدرة بعض الحكومات على مواجهة مشاكلها وتلبية احتياجات أفراد مجتمعاتها.

ونظراً لما يواجهه العالم بأسره منذ نهاية عام 2019م من انتشار جائحة كورونا COVID-19، والتي أثرت على الحياة اليومية لكافة المجتمعات بشكل غير مسبوق، كان على منظمات المجتمع المدنى القيام بدورها فى مواجهة هذه الجائحة، وهو ما جعلها تعتمد على وسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية لممارسة جهودها التوعوية لزيادة أعمال المشاركة الميدانية من جانب المتطوعين، ولذا أعدت العديد من المبادرات وحملات التوعية عبر كافة وسائل الإعلام، وأقامت العديد من المؤتمرات والندوات وحلقات النقاش لزيادة وعى الجمهور بمخاطر هذا الفيروس وطرق مواجهته.

وبناء على ما سبق ونظراً لأهمية الدور الذى تقوم به وسائل الإعلام فى تعزيز الجهود التوعوية تأتى هذه الدراسة لترصد دور وسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية فى تعزيز الجهود التوعوية للجمهور المصرى ومنظمات المجتمع المدنى بشأن مواجهة جائحة كورونا.

التحليل النقدي للدراسات السابقة:

حرصاً من الباحث على التعمق فى المشكلة البحثية لدراسته فقد قام بمسح لبعض البحوث والدراسات العلمية السابقة التى استطاع الاطلاع عليها فى حدود علمه بها والمرتبطة بطريقة مباشرة بموضوع دراسته مراعيًا حداثة هذه الدراسات خاصة التى أجريت خلال السنوات الأخيرة من عام 2010 – 2021 واستبعد منها ما لا يدخل فى إطار اهتمامه العلمى لهذه الدراسة.

وقد كشف مسح الدراسات السابقة عن وجود قلة فى الدراسات العلمية السابقة المهمة بدراسة دور وسائل الإعلام التقليدية فى تعزيز الجهود التوعوية للعمل التوعوي فى مقابل وجود ثراء فى الدراسات والبحوث العلمية السابقة التى اهتمت برصد دور وسائل الإعلام الاجتماعية فى تعزيز الجهود التوعوية. فمن هذا المنظور قام الباحث بتحليل نقدي لهذه الدراسات.

أولاً: من حيث الموضوعات البحثية محور اهتمام الدراسات السابقة:

كشفت مسح الأدبيات العلمية السابقة عن تعدد الرؤى والموضوعات البحثية التى اهتمت بها المدرسين العربية والأجنبية ذات الصلة بدور وسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية فى تعزيز الجهود التوعوية.

حيث سعت بحوث ودراسات المدرسة العربية إلى الاهتمام بدور الإعلام الجديد متمثلاً في شبكات التواصل الاجتماعي وتطبيقات الهاتف المحمول في نشر ثقافة العمل التطوعي لتحفيز فئات مختلفة من الجماهير مثل (الشباب – المرأة – طلاب الجامعات) على المشاركة في تعزيز الجهود التطوعية وهي دراسات كل من: عصام بدرى أحمد 2021<sup>(3)</sup>، ونوره أحمد يوسف 2020<sup>(4)</sup>، أوقاسى صابرة 2019<sup>(5)</sup>، بن عاشور صبرة 2019<sup>(6)</sup>، مرهون فريال 2019<sup>(7)</sup>، منتهى الكيلاني 2019<sup>(8)</sup>، مجدى الداغر 2018<sup>(9)</sup>، وليد حداد 2018<sup>(10)</sup>، إيمان عبد الرازق 2017<sup>(11)</sup>، سمية بوحادة 2017<sup>(12)</sup>، أمينة فوزيلي 2016<sup>(13)</sup>، أمل حسين القحطاني 2015<sup>(14)</sup>، مجدى الداغر 2014<sup>(15)</sup>، نوره ماجد العشاى 2014<sup>(16)</sup>.

في حين لوحظ وجود قلة في البحوث والدراسات المعنية برصد دور وسائل الإعلام التقليدية (الراديو – التلفزيون – الصحافة) في تعزيز الجهود التطوعية حيث لا توجد سوء خمسة دراسات – في حدود علم الباحث وفي حدود ما تمكن من الإطلاع عليه من دراسات وهي دراسات كل من أفنان شعبان 2019<sup>(17)</sup>، أحمد قبلان الشهبان 2017<sup>(18)</sup>، داليا خلف الله 2017<sup>(19)</sup>، عيلة بن قزازی 2017<sup>(20)</sup>، وزعمون خذير 2016<sup>(21)</sup>.

بينما اتسمت بحوث ودراسات المدرسة الأجنبية بالثراء الواضح من حيث الموضوعات التي تناولتها حيث اهتمت بعضها برصد الاستخدامات المتعددة للشبكات الاجتماعية في تعزيز الجهود التطوعية وهي دراسات كل من: Elizabeth. 2020 N. 2020<sup>(22)</sup>، Hjalmar et al. 2020<sup>(23)</sup>، Young – Joo 2019<sup>(24)</sup>، Agnes Gulgas 2018<sup>(26)</sup> Sahar et al., 2018<sup>(25)</sup> Harnng Luh Sin Sarah Conroy & Alicia 2014<sup>(28)</sup>، Amy. J. Connolly 2015<sup>(27)</sup>، 2014<sup>(29)</sup>.

فيما وجهت بعض الدراسات الأجنبية اهتمامها للربط بين دور شبكات التواصل الاجتماعية وتطبيقات الهاتف المحمول ورأس المال الاجتماعي وتعزيز الجهود التطوعية وهي دراسات كل من: Hsuan – Ting Chen 2017<sup>(30)</sup>، Stephanie Child 2016<sup>(31)</sup>.

كما كشف مسح البحوث والدراسات الأجنبية عن وجود محدودية في التراث العلمى السابق الأجنبى فيما يخص رصد دور وسائل الإعلام التقليدية في دعم الجهود التطوعية.

حيث وجد الباحث – في حدود علمه وفي حدد ما استطاع الاطلاع عليه من دراسات سابقة – خمسة دراسات اهتمت برصد دور وسائل الإعلام التقليدية (الإذاعة – التلفزيون) هي التي اهتمت بمعالجة هذه الجائحة ورصد أثارها وتوجيه الجماهير

بطرق مكافحتها وهي دراسات كل من: Anderson 2020م<sup>(32)</sup> ، Jinane ، 2020<sup>(33)</sup> ، Nisha 2020<sup>(34)</sup> ، Saurabh 2020<sup>(35)</sup> ، Wallace 2020<sup>(36)</sup> .

ويرجع الباحث وجود محدودية في الدراسات والبحوث السابقة الأجنبية عن دور وسائل الإعلام التقليدية في تعزيز الجهود التطوعية إلى أن المجتمعات الأوروبية الغربية قد وصلت لمرحلة استخدام إنترنت الأشياء (IOT) وتركوا الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية، إلا أن هذه المرحلة لم تصل إليها المجتمعات النامية العربية ومنها مصر مدركين من جانبهم أن وسائل الإعلام الجديدة هي الوسائل الأكثر فاعلية في مجال **رأس المال الاجتماعي** وتدعيم الجهود التطوعية فضلاً عن كونها الوسائل الإعلامية المسيطرة على العالم بآثره.

ثانياً: من حيث الأطر النظرية التي استندت إليها الأدبيات السابقة:

أظهر مسح الأدبيات السابقة في المدرسة العربية اعتمادها على نظرية رأس المال الاجتماعي ومنها دراسات كل من: نوره يوسف 2020<sup>(37)</sup>، أوقاسي صبرة 2019<sup>(38)</sup> ، مجدى الداغر 2018<sup>(39)</sup>، إيمان عبد الرازق 2017<sup>(40)</sup>، أمل حسين القحطاني 2015<sup>(41)</sup>.

بينما وظفت بعض البحوث والدراسات العربية الأخرى بعض النظريات التي تتفق مع أهدافها وقروضها ومنها دراسة منتهي الكيلاني 2019<sup>(42)</sup> والتي استندت إلى نظرية الفرس الثقافي، ومنها ما اعتمد على نظرية الاستخدامات والاشباعات مثل دراسة بن عاشور صابرية 2018<sup>(43)</sup>. والبعض الآخر اعتمد على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام مثل دراسة مرهون فريال 2019<sup>(44)</sup>، وداليا خلف الله 2017<sup>(45)</sup>. فيما اعتمدت دراسة زعمون خذير 2016<sup>(46)</sup> على نظرية المشاركة المجتمعية.

فيما استندت بعض الدراسات الأخرى على أكثر من مدخل نظري مثل دراسة محمد أحمد قبلان 2017<sup>(47)</sup> والتي استندت إلى نظريتي الغرس الثقافي والاستخدامات والاشباعات.

ولكن كشف مسح التراث العلمي الأجنبي عن اعتماد أغلب الدراسات الأجنبية السابقة على نظرية رأس المال الاجتماعي ومنها دراسات: Elizabeth 2020<sup>(48)</sup> ، H. Jalmar 2020<sup>(49)</sup> ، Young Joo 2019<sup>(50)</sup> ، Hamg luh Sin 2018<sup>(51)</sup> ، Sahar et al., 2018<sup>(52)</sup>.

فيما وظفت دراسة واحدة فقط نظرية الاستخدامات والاشباعات وإمتداد جذورها لنظرية الاستخدامات والتأثيرات وهي دراسة Amy, J. Connolly 2014<sup>(53)</sup>.

ثالثاً: من حيث المناهج العلمية التي اعتمدت عليها الدراسات السابقة:

أثمر مسح التراث العلمي بالمدرستين العربية والأجنبية عن إختلاف وتنوع اعتمادهم على المناهج العلمية المناسبة لأهدافهم فبعض دراسات المدرسة العربية اعتمدت على استخدام منهج المسح الإعلامي بشقيه الوصفي والتحليلي ومنها دراسات كل من بن عاشور صابريه 2018<sup>(54)</sup>، مجدى الداغر 2018<sup>(55)</sup>، إيمان عبد الرازق 2017<sup>(56)</sup>، زعمون خذير 2016<sup>(57)</sup>.

فيما اعتمدت دراسات عربية أخرى على المنهج الوصفي مثل دراسات منتهى الكيلانى 2019<sup>(58)</sup>، مرهون فريال 2019<sup>(59)</sup>، داليا خلف الله 2017<sup>(60)</sup>، محمد أحمد قبيلان 2017<sup>(61)</sup>. بينما اعتمدت دراسة عربية واحدة على منهج دراسة الحالة وهي دراسة أوقاسى صابرة 2016<sup>(62)</sup>. فى حين اعتمدت دراسة عربية واحدة على استخدام منهجين علميين وهي دراسة أمينة فوضيلى 2016<sup>(63)</sup>، حيث اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي والمنهج التاريخي.

فيما كشف مسح الأدبيات الأجنبية عن اعتماد أغلبها على منهج المسح الإعلامي بشقيه الوصفي والتحليلي فى إطار كونها دراسات وصفية ومنها دراسات كل من: Elizabeth 2020<sup>(64)</sup> ، Young 2019<sup>(65)</sup> ، Ham, Luh 2018<sup>(66)</sup> ، Hsuan Ting 2017<sup>(67)</sup>.

بينما افترقت الأدبيات الأجنبية السابقة إلى استخدام منهج دراسة الحالة الأ فى دراسة واحدة وهي دراسة 2018 Sahar<sup>(68)</sup>.

رابعاً: من حيث أنواع العينات التى استخدمتها الأدبيات السابقة:

اتسمت البحوث والدراسات العربية والأجنبية السابقة بالتنوع فى عينات دراساتهم طبقاً لمشكلاتهم البحثية وأهدافهم.

وعن عينات دراسات المدرسة العربية فقد انحصرت عيناتهم فى العينتين العشوائية والعمدية مع تباين حجم العينات فبعضها اعتمدت على العينة العشوائية مثل دراسات كل من منتهى الكيلانى 2019<sup>(69)</sup>، مرهون فريال 2019<sup>(70)</sup>، إيمان عبد الرازق 2017<sup>(71)</sup>، داليا خلف الله 2017<sup>(72)</sup>، محمد قبيلان 2017<sup>(73)</sup>.

فيما اعتمدت دراسات أخرى على العينة العمدية ومنها دراسات كل من أوقاسى صابرة 2019<sup>(74)</sup>، مجدى الداغرى 2018<sup>(75)</sup>، زعمون خذير 2016<sup>(76)</sup>، أمل حسين القحطاني 2015<sup>(77)</sup>.

أما الدراسات الأجنبية السابقة فقد اعتمدت على التنوع بين العينات العشوائية والعمدية، والحصصية، وكرة الثلج، فالبعض منها اعتمد على العينة العشوائية مثل دراسات كل من: Elizabeth 2020<sup>(78)</sup> ، Hjalmar 2020<sup>(79)</sup> ، Hamg Luh Sin 2018<sup>(80)</sup> ، Hsuan Ting 2017<sup>(81)</sup>.

فيما اعتمدت دراسة Sarah Conro 2014<sup>(82)</sup> على العينة الحصصية، واعتمدت دراسة واحدة فقط على عينة كرة الثلج وهي دراسة Amy J. Connolly 2012<sup>(83)</sup>.

خامساً: من حيث أدوات جمع البيانات التي استخدمتها البحوث والدراسات السابقة:

اعتمدت الدراسات والبحوث السابقة في المدرستين العربية والأجنبية على استخدام أكثر من أداة لجمع البيانات كالاستبيان التقليدي أو الإلكتروني والمقابلة.

إلا أن اللافت للنظر هو أن الاستبيان التقليدي أعتبر الأداة الرئيسية لجمع بيانات الدراسات العربية حيث اعتمدت عليه الغالبية العظمى من الدراسات العربية ومنها دراسات كل من مرهون فريال 2019<sup>(84)</sup>، منتهى الكيلاني 2019<sup>(85)</sup>، مجدى الداغر 2018<sup>(86)</sup>، داليا خلف الله 2017<sup>(87)</sup>، زعمون خذير 2016<sup>(88)</sup>، فى حين اعتمدت دراسة عربية واحدة على استخدام أداتين لجمع البيانات وهي الاستبيان والمقابلة بما أتفق مع أهداف دراسته وهي دراسة أوقاصي صابره 2019<sup>(89)</sup>.

وعن أدوات جمع بيانات الدراسات السابقة الأجنبية فقد غلب على دراساتهم الاعتماد على الاستبيان الإلكتروني مثل دراسات كلا من: Hjalmar 2020<sup>(90)</sup> ، Wallace 2020<sup>(91)</sup> ، Young Joo 2019<sup>(92)</sup> ، Sahar 2018<sup>(93)</sup> ، Hsuan 2017<sup>(94)</sup> Ting .

بينما اعتمدت دراسات أخرى على أداة المقابلة فقط من خلال إجراء مقابلات مقننه مع المبحوثين ومنها دراستى: Hamg Luh 2018<sup>(95)</sup> ، Amg – J. Connelly 2014<sup>(96)</sup>.

فى حين اعتمدت دراسات أجنبية أخرى على الجمع بين أكثر من أداة لجمع البيانات مثل الاستبيان التقليدي والمقابلة ومجموعات النقاش المركزة لمناقشة القضايا المطروحة مناقشة مفتوحة مع مجموعات متجانسة من المبحوثين ومنها دراسات كل من: Elizabeth 2020<sup>(97)</sup> ، Stephanie 2016<sup>(98)</sup> ، Agnes Gulgas 2015<sup>(99)</sup> ، Sarah Conroy 2014<sup>(100)</sup>.

سادساً: من حيث أوجه اتفاق نتائج الدراسات السابقة مع بعضها البعض:

**اتفقت بعض نتائج الدراسات السابقة العربية والأجنبية فيما بينهم فى عدة جوانب علمية ومنها:**

اتفقت نتائج دراسات المدرستين العربية والأجنبية على ارتفاع معدلات استخدام أفراد عينات دراساتهم لوسائل الإعلام الاجتماعية وتطبيقات الهاتف المحمول بدرجات أعلى من استخدامهم لوسائل الإعلام التقليدية فى الحصول على المعلومات عن الجهود التطوعية لمواجهة الأزمات المجتمعية المختلفة، وهو ما ظهر



في إتفاق نتائج دراسات كل من: Hjalmar، 2020<sup>(101)</sup>، بن عاشور صابره 2018<sup>(102)</sup>، ومجدى الداغر 2018<sup>(103)</sup>، ودراسة Ting Cheng 2017<sup>(104)</sup>.

اتفقت نتائج دراسات كل من أو قاصى صابره 2019<sup>(105)</sup>، Young 2019<sup>(106)</sup>، Sahar et al.، 2018<sup>(107)</sup>، وأمنه فوضيلي 2016<sup>(108)</sup>، على أن الفيس بوك وتطبيق سناب تشات عبر الهاتف المحمول كانتا أكثر الوسائل الإعلامية تفضيلاً من جانب المتطوعين لاستخدامهما فى الجهود التوعوية لمواجهة الأزمات المجتمعية الطارئة نظراً لسعة انتشار استخدامهما وإمكانيتهما الهائلة فى مجال العمل التطوعى.

اتفقت بعض نتائج الأدبيات السابقة العربية والأجنبية وهى دراسات كل من بن عاشور صابره 2018<sup>(109)</sup>، ومجدى الداغر 2018<sup>(110)</sup>، Agnes Gulyas 2016<sup>(111)</sup>، Amy Connolly 2014<sup>(112)</sup> على أن المتطوعين أفراد عينة هذه الدراسات يستخدمون وسائل الإعلام الاجتماعية كمصادر للمعلومات وتبادل الآراء والتعليقات والصور والفيديوهات للتفاعل بينهم خاصة أثناء الأزمات المجتمعية المختلفة، كما أنها تساعدهم على الوصول إلى مجموعات كبيرة من المتطوعين ذوى الميول التطوعية المماثلة أو ذوى التجارب المشابهة.

كما اتفقت بعض نتائج التراث العلمى السابق وهى دراسات كل من: Elizabeth 2020<sup>(113)</sup>، Ting Hjalmar 2020<sup>(114)</sup>، Chen 2017<sup>(115)</sup>، إيمان عبد الرازق 2017<sup>(116)</sup>، وعيلة بزافراى 2017<sup>(117)</sup>، على أن المعلومات التى تقدمها وسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية لهم عن الأزمات المجتمعية الطارئة أنهم راضون عن هذه المعلومات التى حصلوا عليها من هذه الوسائل بنسبة 76.14%.

أجمعت نتائج دراسات كل من Elizabeth 2020<sup>(118)</sup>، وأوقاسى صابره 2019<sup>(119)</sup>، زعمون خابر 2016<sup>(120)</sup>، Sahar Conreg 2014<sup>(121)</sup> على أن منظمات المجتمع المدنى تعتمد على وسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية بنسب عالية فى ممارسة جهودها التوعوية خلال الأزمات الطارئة، كما أنها تساعدهم على الوصول إلى أكبر عدد من المتضررين من هذه الأزمات، فضلاً عن دورها المهم فى تنظيم الجهود التوعوية خلال هذه الأزمات.

سابعاً: من حيث أوجه الاختلاف بين نتائج الدراسات السابقة فيما بينهم:

اختلفت نتائج بعض الدراسات السابقة فيما بينهم، فيما توصلت نتائج دراسات كل من مرهون فريال 2019<sup>(122)</sup>، دراسة إيمان عبد الرازق 2017<sup>(123)</sup> إلى تفضيل أفراد عينة الدراسة استخدام الانستجرام فى مجال الجهود التوعوية لمواجهة الأزمات، إلا أن هذه النتيجة اختلفت مع نتائج دراسات كل من بن عاشور صابرية 2018<sup>(124)</sup>، حيث جاء الفيس بوك فى الترتيب الأول لتفصيلات الاستخدام من جانب

أفراد عينة الدراسة في ممارسة الجهود التطوعية خلال الأزمات الطارئة في المجتمع ودراسة مجدى الداغر 2018<sup>(125)</sup> حيث جاء تويتر في مقدمة تفضيلات أفراد العينة.

بينما توصلت نتائج دراسات كل من Elizabeth 2020<sup>(126)</sup>، أوقاصى صابرة 2019<sup>(127)</sup>، Agnes Galyas 2016<sup>(128)</sup>، أمنية فوضيلي 2016<sup>(129)</sup> إلى ارتفاع نسب اعتماد المتطوعين أفراد عينة الدراسة ومنظمات المجتمع المدني على شبكات التواصل الاجتماعي في ممارسة الأعمال التطوعية إلا أن هذه النتائج اختلفت مع نتائج دراسات كل من Anderson 2020<sup>(130)</sup>، Jinane 2020<sup>(131)</sup>، أفنان شعبان 2019<sup>(132)</sup>، Ting Chen 2017<sup>(133)</sup>، زعمون خابر 2016<sup>(134)</sup>، حيث توصلت نتائجهم إلى أن وسائل الإعلام التقليدية خاصة الراديو والتلفزيون هما الوسيلاين اللتان يفضل المتطوعين ومنظمات المجتمع المدني الاعتماد عليهما في ممارسة الأعمال التطوعية لمواجهة الأزمات الطارئة في المجتمع لأنهما مصدران مهمان للمعلومات والنقاش والمشاركة في ممارسة الجهود التطوعية، كما أن شبكات التواصل الاجتماعي لا يمكن أن تحل محل وسائل الإعلام التقليدية في ممارسة الأعمال التطوعية.

توصلت نتائج دراسات كل من Elizabeth 2020<sup>(135)</sup>، Hjalmar 2020<sup>(136)</sup>، إيمان عبد الرازق 2017<sup>(137)</sup>، عبلة بزقرارى 2017<sup>(138)</sup> إلى ارتفاع مستويات ثقة أفراد العينة في المعلومات الصحية التي تقدمها لهم وسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية الآن هذه النتيجة تختلف مع نتائج دراسات كل من أفنان شعبان 2019<sup>(139)</sup> أحمد قبلان ، 2017<sup>(140)</sup>، Stephanie 2016<sup>(141)</sup>، Amy J. Connolly 2012<sup>(142)</sup>، حيث أن أفراد العينة لا يتقون في المعلومات الصحية التي تقدمها لهم وسائل الإعلام حول مختلف الأزمات الطارئة التي تواجه المجتمع الا بنسب متوسطة وأحياناً لا يتقون فيها أساساً.

أبرزت نتائج دراسات كل من نورة العشاى 2018<sup>(143)</sup>، سمية بوحادة 2017<sup>(144)</sup> تعدد مجالات الاستخدام والاعتماد من جانب أفراد عينة الدراسة لوسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية في ممارسة الجهود التطوعية بمعدلات كبيرة جداً، إلا أن هذه النتائج تختلف مع نتائج دراسات كل من منتهى الكيلانى 2019<sup>(145)</sup>، Stephanie 2016<sup>(146)</sup>، أمل القحطاني 2015<sup>(147)</sup>، Connolly 2014<sup>(148)</sup>، حيث توصلت إلى أن أفراد العينة يستخدمونها بنسب قليلة في عرض المشاريع الخيرية المنجزة والمشاركة في تنظيم الفعاليات التطوعية ومساعدة الفقراء والمحتاجين والمتضررين – والحشد الشعبى والتلاحم أثناء الأزمات المجتمعية الطارئة.

توصلت نتائج دراسات كل من أوقاصى صابرة 2019<sup>(149)</sup>، Sahar 2018<sup>(150)</sup>، أمنية فوضيلي 2016<sup>(151)</sup>، Stephanie 2016<sup>(152)</sup> إلى أن منظمات

المجتمع المدني تستخدم وسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية في العديد من الأعمال التطوعية، إلا أن هذه النتيجة تختلف مع نتائج دراسات كل من أفنان محمد 2019<sup>(153)</sup>، Agnes Gulgas 2016<sup>(154)</sup>، أمل القحطاني 2015<sup>(155)</sup>، Amy, J. Connolly 2014<sup>(156)</sup> والتي توصلت إلى أن منظمات المجتمع المدني تستخدم هذه الوسائل في أعمال محددة فقط وليست كل الأعمال التطوعية، وأن استخدامهم لهم هو استخدام موسمي، كما أن وسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية لا تستخدم بكفاءة وفاعلية من جانب هذه المنظمات في مجال ممارسة الجهود التطوعية.

ثامناً: التعقيب علي البحوث والدراسات السابقة:

أظهر مسح الأدبيات العلمية السابقة في المدرستين العربية والأجنبية عن إغفالهم لعدد من الجوانب العلمية ومنها.

استناداً لمراجعة التراث العلمي السابق لوحظ على الدراسات الإعلامية السابقة العربية والأجنبية إغفالهم الاهتمام بإجراء المزيد من البحوث والدراسات العلمية الكافية لرصد دور وسائل الإعلام سواء التقليدية منها أو الاجتماعية لتعزيز الجهود التطوعية لمواجهة أكبر جائحة في العصر الحديث وهي جائحة فيروس كورونا بين عامي 2019م وحتى منتصف عام 2021م وقيام المدرستين بإجراء بعض الدراسات والبحوث عن فيروس كورونا بصفة عامة دون ربطها بدور وسائل الإعلام.

كما كشف مسح التراث العلمي السابق عن اعتماد أغلب الدراسات العربية والأجنبية على استخدام أطر نظرية تقليدية وإغفالها ربط هذه الأطر بنظريات عملية حديثة قد تساعد على شرح وتفسير الدور الاجتماعي والثقافي لوسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية في تعزيز الجهود التطوعية داخل المجتمعات حيث كان من الممكن استخدام نظرية (قبول التكنولوجيا - نظرية الأعراف الاجتماعية - نظرية نشر الأفكار المستحدثة)، كما اغفلت الأدبيات السابقة توظيف النماذج العلمية الحديثة لتدعيم حجتها في معالجة مشكلاتها البحثية مثل نموذج (التفسير - ونشر المستحدثات) مثل دراسات كلا من Anderson 2020<sup>(157)</sup>، مرهون فريال 2019<sup>(158)</sup>، ومنتهى الكيلاني 2019<sup>(159)</sup>، Amy.J. 2014<sup>(160)</sup>.

لم تحظى البحوث التجريبية - والمقارنة - والنقدية - والتقييمية والاستقرائية بأولويات اهتمام الباحثون في المدرستين العربية والأجنبية ولكنها اقتصر على البحوث الوصفية فقط ولم تتطرق لغيرها من أنواع البحوث الأخرى مثل دراسة منتهى الكيلاني 2019<sup>(161)</sup>.

اعتمدت غالبية الدراسات والبحوث العربية والأجنبية على منهج المسح الإعلامي بشقيه الوصفي والتحليلي في إطار كونها دراسات وصفية ولم تهتم بالاعتماد على مناهج بحثية أخرى كمنهج دراسة الحالة الا في دراسة واحدة، وهي

دراسة اوقاسى صابرة 2016<sup>(162)</sup>. كذلك تجاهلت الدراسات العلمية السابقة إقترح حلول للمشكلات التي تواجه المتطوعين ومنظمات المجتمع المدني والتي تحول دون قيامهم بدورهم التطوعي على أكمل وجه مثل دراسة مرهون فريال 2019<sup>(163)</sup>.

لم تبدي بعض الدراسات الإعلامية السابقة اهتماماً برصد دور وسائل الإعلام التقليدية في مواجهة الأزمات الصحية والوبائية المجتمعية إلا في عدد محدود من الدراسات السابقة مثل دراسة: Anderson 2020<sup>(164)</sup>، Jinane 2020<sup>(165)</sup>، Sauriath 2020<sup>(166)</sup>، Stephanie 2016<sup>(167)</sup>.

تاسعاً: أوجه استفادة الدراسة الحالية من الدراسات السابقة:

استفاد الباحث من مسح الأدبيات العلمية السابقة المرتبطة بموضوع دراسته في عدة جوانب علمية ألا وهي:

استفاد منها الباحث في تحديد المشكلة البحثية وبلورتها، فضلاً عن تحديد الإطار النظري والمنهج العلمي المناسب، كما استفاد منها في تحديد أداة جمع البيانات المناسبة وتحديد تساؤلات الدراسة العلمية.

كذلك استفاد الباحث منها في التعرف على أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسات السابقة ومقارنته هذه النتائج بالنتائج التي توصلت إليها الدراسة الحالية، خاصة وأن البحث العلمي يعتمد على التراكمية والترابط بين الدراسات السابقة والدراسات الحديثة.

أفادت الدراسات السابقة في التأكيد على حداثة الدراسة الحالية وضرورة دراستها.

عاشراً: موقع الدراسة الحالية من الدراسات السابقة:

تختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في موضوعها حيث لم يتم تناوله من قبل في الدراسات السابقة – في حدود علم الباحث – وفي حدود ما إطلع عليه من دراسات – في المجتمع المصري على وجه التحديد وهو ما يعطى بعداً جديداً للدراسة الحالية وأهميتها واختلافها عن الدراسات السابقة باعتبارها جهداً علمياً متواضعاً قد تضيف بما تتوصل إليه من نتائج المزيد للمكتبة المصرية الإعلامية وللباحثين أيضاً وإثراء الدراسات الإعلامية في واقع بيئة المجتمع المصري.

كما تختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة العربية والأجنبية في الزمان والمكان حيث أن الدراسات السابقة أجريت في بيئات ثقافية مختلفة عن البيئة الثقافية المصرية وفي أوقات زمنية مختلفة لتوقيت إجراء الدراسة الحالية.

تختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في كونها تناولت العلاقة بين عدة متغيرات مهمة وهي ["الاستخدام" و "الاعتماد" و "المصداقية" و "التفاعلية لوسائل الإعلام"] ودورهم في تعزيز الجهود التطوعية للجمهور المصري ومنظمات

المجتمع المدني لمواجهة جائحة كورونا في المجتمع المصري على وجه التحديد وهو ما يختلف عن اهتمامات الأدبيات العلمية السابقة.

كذلك تختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في عينة الدراسة حيث أجريت على عينة من [المتطوعين – العاملين – الإداريين – المديرين] لعدة جمعيات أهلية مصرية في حين اهتمت الدراسات السابقة بإجراء دراستهم على عينة مختلفة من جمهور المتطوعين من [الشباب – المرأة – طلاب الجامعات – السائحين - كبار السن].

كما اختلفت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في اعتمادها على نظرية رأس المال الاجتماعي كإطار نظري مناسب لتدعيم حجتها العلمية للكشف عن العلاقات بين متغيرات الدراسة الحالية وفضلاً عن استخدامهم لنظريات علمية مختلفة عن الإطار النظري الذي استخدمه الباحث في دراسته مثل [نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام – الغرس الثقافي – الاستخدامات والإشباعات - والمشاركة المجتمعية].

من العرض النقدي التحليلي السابق للأدبيات العلمية السابقة في المدرستين العربية والأجنبية يمكن القول أن هذه الدراسة هي استكمال للدراسات والبحوث التي سبقتها حيث لم تجرى دراسات سابقة في - حدود علم الباحث وفي حدود ما استطاع الاطلاع عليه من دراسات سابقة - اهتمت برصد دور وسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية في تعزيز الجهود التطوعية للجمهور المصري ومنظمات المجتمع المدني لمواجهة أكبر جائحة في العالم وهي جائحة كورونا في المجتمع المصري على وجه التحديد.

#### المشكلة البحثية:

يسود الاتفاق بين الباحثين في مجال الإعلام وعلم الاجتماع الإعلامي على أن ثمة أدوار اجتماعية مهمة تقوم بها وسائل الإعلام في المجتمع ومن أبرزها حث الأفراد والجماعات الاجتماعية، ومنظمات المجتمع المدني على الانخراط في جهود التنمية وفي مواجهة التحديات والمشكلات المصيرية التي تواجه المجتمع جنباً إلى جنب مع الحكومات والنخب السياسية والقيادات التنفيذية، وتزايد أهمية الأدوار الاجتماعية لوسائل الإعلام في فترات الأزمات، حيث تقوم تلك الوسائل بحث المواطنين على مواجهة تلك الأزمات كما هو الحال في جائحة كورونا التي أودت بحياة أكثر من 180 مليون شخص على مستوى العالم، كما أن الفيروس قد أصاب بدوره أكثر من 194 و 779 و 180 مليون شخص على مستوى العالم وفقاً لإحصائيات النصف الأول من عام 2021<sup>(168)</sup>م وفي الفترة الزمنية ذاتها فقد أصاب الفيروس نحو أكثر من 184 و 279 ألف مواطن مصري وأودى بحياة نحو 16.002 آخرين<sup>(169)</sup>.

ووفقاً للتجارب العالمية فإن ثمة اتجاهات متزايدة في مختلف دول العالم على تدعيم الجهود التطوعية للمواطنين ومنظمات المجتمع المدني في مواجهة فيروس كورونا الذي اكتشف في الصين في ديسمبر من عام 2019م، ثم انتشر بوتيرة سريعة في معظم أنحاء العالم مما جعل منظمة الصحة العالمية تصنفه بوصفه جائحة عالمية منذ الحادى عشر من شهر مارس من عام 2020م<sup>(170)</sup>، وفي ضوء التجارب العالمية لتدعيم الجهود التطوعية يتم توظيف وسائل الإعلام التقليدية ممثلة في الصحف والراديو والتلفزيون في تدعيم ما يعرف برأس المال الاجتماعي القائم على تعزيز التواصل الاجتماعي بين الأفراد والجماعات الاجتماعية ومنظمات المجتمع القائم على تعزيز التواصل الاجتماعي بين الأفراد والجماعات الاجتماعية ومنظمات المجتمع المدني الفاعلة مجتمعياً لكي تتوحد مع بعضها بعضاً لمواجهة جائحة كورونا وتداعياتها السلبية على المجتمعات المختلفة حيث تمارس وسائل الإعلام سواء التقليدية أم الاجتماعية وظائف تعزيز التواصل الاجتماعي بين الأفراد وتيسير تبادل المعلومات فيما بينهم وبناء جسور التواصل والتعاون بين أولئك الأفراد وغيرهم ممن يخرطون في الجهود التطوعية لمواجهة جائحة كورونا.

وبناء على ما قام به الباحث من مسح الأدبيات العلمية السابقة في- حدود علمه- وفي حدود ما استطاع الإطلاع عليه من هذه الأدبيات والتي اكدت نتائجها على الدور المهم والإيجابي الذي تضطلع به وسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية في دعم وتعزيز الجهود التطوعية للمتطوعين ومنظمات المجتمع المدني خاصة أثناء الأزمات المجتمعية المختلفة وفي إطار ما أشارت إليه مؤشرات الدراسة الاستطلاعية التي قام بها الباحث على عينة من جمهور المتطوعين العاملين في بعض الجمعيات الأهلية في محافظتى الدراسة (القاهرة - الشرقية) من الذكور والإناث بواقع أربعين متطوعاً في الفترة السابقة لإجراء الدراسة الحالية خلال الفترة من 2021/2/26م إلى 2021/2/29م والتي أشارت إلى اعتماد المتطوعين ومنظمات المجتمع المدني على الإعلاميين التقليدي والاجتماعي في ممارسة جهودهم التطوعية لمواجهة الأزمات المجتمعية ومنها جائحة كورونا.

وفي ضوء ما سبق تسعى الدراسة الحالية لرصد وقياس دور وسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية في تعزيز الجهود التطوعية للمواطنين ومنظمات المجتمع المدني لمواجهة جائحة كورونا في مصر مع رصد المتغيرات الوسيطة Contingent Conditions التي تدعم الأدوار الاجتماعية لوسائل الإعلام خاصاً كثافة استخدامهم لهذه الوسائل ومستوى اعتمادهم عليها كمصادر معلوماتية ودرجة الثقة في المعلومات التي تقدمها عن هذه الجائحة في ضوء الخصوصية الثقافية للمجتمع المصرى.

### أهمية الدراسة:

#### أولاً: الأهمية النظرية:

(1) ارتياد مجال بحثي جديد يهتم بسير أغوار الأدوار الاجتماعية للإعلام المصرى والوسائل الاجتماعية فى مواجهة الأزمات الصحية الخطيرة ممثلة وأبرزها فيروس كورونا فى ظل تزايد موجاته وانتشار الفيروس عالمياً.

(2) اختبار المقولات العلمية لنظرية رأس المال الاجتماعى The Social Capital Theory فى ضوء ربطها بدور وسائل الإعلام فى تهيئة البيئة المصرية لبناء وتعزيز القوة الرمزية ممثلة فى الجهود التطوعية الشعبية لمواجهة جائحة كورونا.

(3) توظيف نمطاً جديداً من العينات البحثية حيث تستند الدراسة الحالية إلى أسلوب الاختيار المرجعى والمتتالى لمفردات العينة أو ما يعرف بكرة الثلج Chain-referral or Snowball Sampling حيث تعد الأسلوب المنهجى الأنسب للوصول إلى المجموعات والجمعيات الأهلية المعنية بمواجهة جائحة كورونا فى مصر.

#### ثانياً: الأهمية التطبيقية:

(1) التوصل إلى استراتيجيات وآليات فعالة يمكن الاستفادة منها من قبل صناع القرارات فى مجال الإعلام بشأن التوظيف الأمثل للصحف والراديو والتلفزيون فى تعظيم رأس المال الاجتماعى فى مصر ممثلاً فى الجهود التطوعية لمواجهة الأزمات الحالية والمستقبلية التى قد يتعرض لها المجتمع المصرى.

(2) الاستفادة من نتائج الدراسة الحالية فى بناء وإعداد مقررات التربية الإعلامية Media Education التى تستهدف توعية المواطنين، والمسؤولين بمنظمات المجتمع المدنى بالاستخدامات المثلى للوسائل الاجتماعية فى تعزيز جهودهم المجتمعية التطوعية المستخدمة فى الهواتف الذكية والتى تسهم فى تدعيم التواصل بين المتطوعين لمواجهة جائحة كورونا، واقتراح استخدامات أكثر فعالية لتلك التطبيقات بما يدعم الربط بين المتطوعين فى المجالات المتناغمة سواء على المستوى الصحى أم التعليمى، أم الاقتصادى أم الثقافى.

#### أهداف الدراسة:

(1) رصد وقياس الدور الاجتماعى لوسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية فى المجتمع المصرى بالتطبيق على أحد أبرز تحدياته فى الآونة الراهنة ممثلة فى جائحة كورونا.

- (2) التعرف على حدود استفادة المواطنين والجمعيات الأهلية في مصر من وسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية في جهودهم التطوعية لمواجهة جائحة كورونا جنباً إلى جنب مع الحكومة المصرية.
- (3) تلبية احتياجات صناعات السياسات والقرارات في مصر من المعلومات عن دور وسائل الإعلام في تعزيز العمل التطوعي.
- (4) قياس الأوزان النسبية لدور وسائل الإعلام التقليدية في مقابل الوسائل الاجتماعية بشأن تدعيمها لبناء رأس المال الاجتماعي في مصر ممثلاً في الجهود التطوعية الشعبية لمواجهة جائحة كورونا.

#### \* الإطار النظري للدراسة:

#### نظرية رأس المال الاجتماعي Social Capital Theory:

شهدت العقود الأخيرة من القرن العشرين اهتماماً بحثياً ملموساً من قبل الباحثين في الدول الغربية والولايات المتحدة الأمريكية بدراسة النظريات التي تدعم بناء وتكريس دولة الرفاهية القادرة على تلبية طموحات المواطنين وإشباع احتياجاتهم الأساسية وتلك المرتبطة بالأمن والسلام وتقدير الذات بيد أن التجارب الناجحة للتنمية في الدول الآسيوية وعلى رأسها الصين وكوريا الجنوبية وماليزيا قد دفعت الباحثين في السنوات المبكرة من القرن الحالي إلى دراسة تلك التجارب واستخلاص أسباب نجاحها وفي هذا الصدد توصل أولئك الباحثون إلى مفهوم رأس المال الاجتماعي "Social Capital" الذي يشير إلى أن القوى البشرية هي العامل الحاسم في التنمية وتحقيق التقدم والرفاهية.

ووفقاً للتحول البحثي المذكور فقد قام الباحثون في مجال علم الاجتماع الإعلامي وعلم الاتصال السياسي بدراسة دور وسائل الإعلام في تنمية رأس المال الاجتماعي من خلال تهيئة الأفراد ومنظمات المجتمع المدني معرفياً ووجدانياً وسلوكياً للمشاركة جنباً إلى جنب مع الحكومات وصولاً إلى تحقيق أعلى معدلات التنمية في المجتمع<sup>(171)</sup>.

ويثور الجدل حول إمكانية تحويل ما هو إجتماعي أي يتسم بالمعنوية وغياب المادية إلى رأس مال يتسم بالمادية والنفع والعوائد الاقتصادية وفي هذا الصدد يؤكد الباحثون أنفسهم على أن وسائل الإعلام سواء التقليدية أم الاجتماعية لديها القدرة على تعبئة المواطنين وتشجيعهم على بناء علاقات اجتماعية واتصالية بناءه وقدرة على صهرهم في بوتقة واحدة ينطلقون منها لخدمة المجتمع والمشاركة بفعالية في تعظيم إنتاجيته وتكريس قدراته التنافسية أمام المجتمعات الأخرى، وبذلك يصبح المواطنون بناءات اجتماعية Social Structures تتزايد أهميتها جنباً إلى جنب مع رأس المال الاقتصادي<sup>(172)</sup>، وفي حال التوافق بين كل من رأس المال الاجتماعي ممثلاً في



الجهود التطوعية والمشاركة البناءة والفاعلة من قبل المواطنين من ناحية ورأس المال الاقتصادي من ناحية أخرى تتعاضد قدرة المجتمع على تحقيق معدلات غير مسبوقه من النمو والتقدم ويعد الباحث والفيلسوف الفرنسي بيير بورديو Pierre Bourdieu من رواد نظرية رأس المال الاجتماعي حيث أكد منذ عام 1986م على أن مفهوم رأس المال لا ينبغي أن ينحصر في المال والاقتصاد والتجارة بل ينبغي أن يمتد ليشمل البناءات الاجتماعية أو ما أطلق عليه القوة الرمزية Symbolic Power ممثلة في قدرة الأفراد والمجموعات الاجتماعية والجمعيات غير الحكومية على أن تكون طاقات إنتاجية واعدة تتكامل بدورها مع رأس المال الاقتصادي بما يحقق رفاهية المجتمع<sup>(173)</sup>.

وتنطلق نظرية رأس المال الاجتماعي من مسارين أولهما يتعلق بتعبئة الأفراد والمجموعات الاجتماعية المحدودة في المجتمعات المحلية وثانيهما يتعلق بالعمل المنظم والمؤسسي من خلال منظمات المجتمع المدني ممثلة في الجمعيات الأهلية والنقابات والاتحادات، والائتلافات وغيرها ويعنى ذلك أن النظرية تتضمن كلاً من المستوى الفردي Individual level والمستوى التنظيمي أو المؤسسي Institutional level مما اكسبها أى النظرية الحالية – قبولاً علمياً ورواجاً بحثياً في العديد من الدول الغربية بالإضافة إلى الولايات المتحدة الأمريكية وكندا<sup>(174)</sup>.

وعلى الرغم من اهتمام الباحثين في مجال الإعلام بدراسة دور وسائل الإعلام التقليدية في تعبئة الأفراد وتكريس الدور التنموي لمنظمات المجتمع المدني إلا أن بروز الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي والهواتف الذكية كان له أبلغ الأثر في تزايد اهتمام الباحثين في الأونة الحالية بدور تلك الوسائل الاجتماعية في إعداد، وتهيئة، وتعبئة المواطنين للمشاركة في تنمية المجتمع بوصفهم رأس المال الاجتماعي الذي يتسم بالثراء والديناميكية، ويتكامل بدوره مع رأس المال الاقتصادي بما يصب في الصالح العام للمجتمع.

ويهتم الباحثون في مجال الإعلام بدراسة دور وسائل الإعلام سواء التقليدية أم الاجتماعية في تعزيز رأس المال الاجتماعي من خلال ثلاثة أبعاد على النحو التالي:

أولاً: المستوى المعرفي Cognitive Dimension، من خلال إمداد الأفراد والمجموعات الاجتماعية الصغيرة ومنظمات المجتمع المدني بالمعلومات المهمة والمستفيضة حول الأزمات والمشكلات المجتمعية وكيفية مواجهتها وأهمية التضافر والعمل الجماعي لمواجهتها.

ثانياً: المستوى البنائي Structural Dimension ويتعلق بتيسير التعارف، والتواصل بين الأفراد، ودمجهم فيما يعرف بالعلاقات الشبكية Network Ties.

ثالثاً: المستوى التدمي Advocacy Dimension ويتمثل في دور وسائل الإعلام في تعزيز الجهود التطوعية التي يقوم بها المواطنون لمواجهة التحديات والأزمات المجتمعية ودورهم التدمي في تعظيم إنتاجية المجتمع وتكريس تفوقه النوعي في مقابل المجتمعات الأخرى<sup>(175)</sup>.

وفي ضوء العلاقة ما بين وسائل الإعلام وتنمية رأس المال الاجتماعي يتم التمييز في هذا الصدد بين مسارين مهمين في تنمية وتعزيز رأس المال الاجتماعي حيث يتعلّق المسار الأول بربط الأفراد مع بعضهم بعضاً The Bonding وفي هذا الصدد تضطلع وسائل الإعلام سواء التقليدية أم الاجتماعية بتيسير التواصل ما بين الأفراد داخل المجموعة الواحدة حيث تضيف الخصوصية على تواصلهم وأنشطتهم التطوعية المختلفة وتحقق لهم التمايز مع المجموعات الاجتماعية الأخرى في المجتمع أما المسار الثاني فهو أكثر عمقاً حيث يتم بناء جسور التواصل ما بين المجموعات الاجتماعية The Bridging بعضها بعضاً وتحقيق قدرأ متزايداً من التوافق فيما بينها لمواجهة التحديات التي تواجه المجتمع أو المجتمعات المعينة كما هو الحال في جائحة كورونا التي أضحت جائحة عالمية تهدد جميع دول العالم دون استثناء وتسهم وسائل الإعلام وبخاصة الاجتماعية منها ممثلة في شبكات التواصل الاجتماعي كالفيس بوك وتويتر، وكذلك الشبكات المصورة كاليوتيوب وانستجرام، فضلاً عن الهواتف الذكية في بناء جسور قوية من التواصل الفعال والعلاقات التبادلية المثمرة بين المجموعات الاجتماعية المختلفة في المجتمع فضلاً عن تهيئتها لمواجهة التحديات المجتمعية المختلفة<sup>(176)</sup>.

وتؤكد الدراسات التي أجريت خلال العقد الثاني من القرن الحالي أن الإنترنت ووسائل الإعلام الإخبارية تسهم بدور فعال في تدعيم رأس المال الاجتماعي في المجتمعات الأوروبية وأن تلك المجتمعات تستفيد من الإعلام الحر والمنفتح على كل المجموعات الاجتماعية بها في تعزيز قدراتها الإنتاجية – أي المجتمعات الأوروبية – وتكريس الرضا الاجتماعي بين مواطنيها والرأى العام بها، وفي السياق ذاته تؤكد الدراسات التي أجريت منذ بداية القرن الحالي إلى أن وسائل الإعلام الاجتماعية قد أضحت مصدراً مهماً لتدعيم الحياة المدنية Civic Life من خلال تعزيز علاقات الأفراد مع بعضهم بعضاً ومن خلال تدعيم التواصل بين منظمات المجتمع المدني المعنية بشؤون الصحة والتعليم والمشروعات المتوسطة والصغيرة والبيئة وغيرها<sup>(177)</sup>، كما تشير نتائج دراسات أخرى أجريت خلال منتصف العقد الثاني من القرن الحالي إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي قد نجحت في تعزيز الجهود التطوعية، والمشاركة الاجتماعية من قبل الأفراد وجعلتهم أكثر إدراكاً ووعياً بمرود تلك الجهود التطوعية والمشاركة الاجتماعية من قبل الأفراد وجعلتهم أكثر إدراكاً ووعياً بمرود تلك الجهود التطوعية عليهم وعلى المجتمع وبخاصة وأن شبكات التواصل الاجتماعي قد أكسبتهم أي هؤلاء الأفراد القدرة على إنتاج المحتوى المتعلق

بأنشطتهم التطوعية وتبادله مع الآخرين في المجموعة الاجتماعية ذاتها الأمر الذي يفضى إلى مزيد من التحفيز والمشاركة الفعالة والتقدير المتبادل فيما بين هؤلاء الأفراد بعضهم بعضاً داخل المجموعة الاجتماعية المعينة<sup>(178)</sup>.

ووفقاً للمقولات العلمية لنظرية رأس المال الاجتماعي في ضوء ربطها بالأدوار الإعلامية الداعمة للانخراط في الحياة المدنية فإن قياس دور وسائل الإعلام في تعزيز رأس المال الاجتماعي يتم من خلال الخطوات المنهجية التالية:

1- قياس مستويات اعتماد الأفراد داخل المجموعة الاجتماعية المعينة على وسائل الإعلام في استقاء المعلومات حول التحديات والمشكلات المجتمعية، وإمداد الآخرين داخل المجموعة ذاتها بتلك المعلومات وهو ما يعرف بالمستوى الفردي.

2- قياس مستويات اعتماد المجموعات الاجتماعية على كل من وسائل الإعلام التقليدية والحديثة في التواصل والتعاون والتنسيق مع المجموعات الاجتماعية الأخرى بشأن مواجهة التحديات المجتمعية المختلفة – كما هو الحال في جائحة كورونا – وهو ما يعرف بالمستوى المجتمعي أو بناء جسور التواصل المجتمعي<sup>(179)</sup>.

3- قياس إدراك الأفراد لأهمية الدور الاجتماعي لوسائل الإعلام في تدعيم العلاقات القائمة فيما بينهم وفي تيسير تدفق المعلومات المتداولة بينهم حول التحديات والمشكلات المجتمعية.

4- قياس الاستخدامات السائدة لدى الأفراد ومنظمات المجتمع المدني بشأن الاستفادة من وسائل الإعلام في تعزيز الجهود التطوعية وتعظيم مردودها على المجتمع<sup>(180)</sup>.

5- قياس الفروق ما بين الاستخدامات العامة والتقليدية لوسائل الإعلام في مقابل الاستخدامات الاجتماعية التي تدعم البناء الاجتماعي لرأس المال الاجتماعي ممثلاً في الجهود التطوعية والانخراط في الحياة المدنية.

6- قياس تقييم الأفراد ومسؤولي منظمات المجتمع المدني لدور وسائل الإعلام في تعزيز جهودهم التطوعية بشأن مواجهة التحديات والمشكلات المجتمعية المختلفة<sup>(181)</sup>.

**أوجه استفادة الدراسة الحالية من نظرية رأس المال الاجتماعي في الدراسة الحالية:**

استفاد الباحث من نظرية رأس المال الاجتماعي في دراسته في عدة جوانب علمية يمكن بلورتها فيما يلي:

(1) استفاد الباحث منها في طرح الفروض العلمية لدراسته واختبارها، وكذلك في تحديد المتغيرات الرئيسية لها خاصة مع وجود بعض المتغيرات التي من شأنها التأثير علي مستوي العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع الخاصين بالدراسة الحالية.

(2) أفاد الاعتماد علي هذه النظرية في الدراسة الحالية في الكشف عن مستويات استخدام واعتماد وثقة أفراد العينة في معلومات وسائل الإعلام التقليدية الاجتماعية التي يستقونها من هذه الوسائل عن جائحة كورونا وبناء جسور التواصل المجتمعي وتيسير تدفق المعلومات فيما بينهم حول هذه الجائحة، كما أفاد استخدامها في قياس إدراك وتقييم أفراد العينة ومنظمات المجتمع المدني لأهمية الدور الذي تقوم به هذه الوسائل الإعلامية في تعزيز جهودهم التطوعية لمواجهة هذه الجائحة.

(3) كما أفاد استخدام الباحث لهذه النظرية في تحليل وتفسير وربط النتائج التي توصلت إليها الدراسة الحالية في ضوء المعطيات الفكرية لنظرية رأس المال الاجتماعي بنتائج الدراسات السابقة لإيجاد عمق تحليلي للدراسة الحالية.

وفى ضوء الطرح الحالى فإن نظرية رأس المال الاجتماعي بما اشتملت عليه من مفاهيم علمية تعد إطاراً نظرياً وتفسيرياً ملائماً من الناحيتين النظرية والمنهجية لدراسة دور وسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية فى تعزيز الجهود التطوعية للمواطنين ومنظمات المجتمع المدني (الجمعيات الأهلية) فى مصر لمواجهة جائحة كورونا وتداعياتها السلبية على المجتمع المصرى.  
التساؤلات العلمية للدراسة:

1- ما كثافة استخدام المبحوثين – من المتطوعين لمواجهة جائحة كورونا والعاملين فى الجمعيات الأهلية – لوسائل الإعلام التقليدية (الصحف والراديو والتلفزيون) فى استقاء المعلومات عن جائحة كورونا؟ وفى التعرف على المتطوعين الآخرين فى مواجهة تلك الجائحة؟

2- ما كثافة استخدام المبحوثين لوسائل الإعلام الاجتماعية (شبكات التواصل الاجتماعي والهواتف الذكية) فى استقاء المعلومات عن جائحة كورونا؟ وفى التعرف على المتطوعين الآخرين فى مواجهة تلك الجائحة؟

3- ما مستويات اعتماد المبحوثين على كل من الوسائل التقليدية والاجتماعية فى التواصل فيما بينهم بشأن اعداد وتخطيط وتنفيذ جهودهم التطوعية لمواجهة جائحة كورونا؟

4- ما حدود إدراك المبحوثين لأهمية الدور الاجتماعي لوسائل الإعلام في تدعيم العلاقات القائمة فيما بينهم وفي تيسير تدفق المعلومات المتداولة بينهم حول جائحة كورونا في مصر؟

5- ما الفروق بين المبحوثين من حيث استخداماتهم العامة والتقليدية لوسائل الإعلام في مقابل استخداماتهم الاجتماعية لتلك الوسائل الإعلامية؟

6- ما تقييم المبحوثين من المتطوعين والعاملين في منظمات المجتمع المدني – محل الدراسة – لدور وسائل الإعلام في تعزيز جهودهم التطوعية بشأن مواجهة جائحة كورونا في مصر؟

7- ما مقترحات المبحوثين للاستفادة من الإعلام بشقيه التقليدي والاجتماعي في تعزيز الجهود التطوعية لمواجهة جائحة كورونا في مصر في المستقبل؟  
الفروض العلمية للدراسة:

اعتمدت الدراسة الحالية في إطارها النظري وبناء فروضها العلمية على بعض المعطيات الأساسية لنظرية رأس المال الاجتماعي، وفي ضوء مراجعة الدراسات السابقة وأهداف الدراسة وتساؤلاتها تم صياغة الفروض العلمية التالية والتي تم اختبارها وهي:

الفرض الأول: يوجد ارتباط دال إحصائياً بين كثافة استخدام المبحوثين لكل من وسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية وإدراكهم لأهمية الدور الاجتماعي لتلك الوسائل في تدعيم جهودهم التطوعية لمواجهة جائحة كورونا.

الفرض الثاني: كلما زاد اعتماد المبحوثين على وسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية زاد مستوى إدراكهم لأهمية الدور الاجتماعي لكل الوسائل في تدعيم جهودهم التطوعية لمواجهة جائحة كورونا.

الفرض الثالث: يميل المبحوثون من المتطوعين والعاملين في منظمات المجتمع المدني بشأن مواجهة جائحة كورونا إلى إعطاء أهمية ووزن نسبي أعلى للاستخدامات الاجتماعية لوسائل الإعلام في مقابل الاستخدامات العامة والتقليدية لتلك الوسائل.

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم المبحوثين لدور وسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية في الربط الاجتماعي فيما بينهم في مقابل الربط بينهم وبين الآخرين من المتطوعين وبين منظمات المجتمع المدني المعنية بمواجهة جائحة كورونا في مصر.

الفرض الخامس: يختلف المبحوثون في تقييم الأدوار المعرفية، والبنائية، والتدعيمية لوسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية بشأن تعزيز جهودهم التطوعية في مواجهة جائحة كورونا في مصر.

المفاهيم الإجرائية للدراسة:

### شبكات التواصل الاجتماعي:

هي مواقع الكترونية اجتماعية وتفاعلية على شبكة الانترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب web.2، وتعتبر الركيزة الأساسية للإعلام الجديد أو البديل، حيث تتيح التواصل الاجتماعي وتعزيزه بين الأفراد الذين تجمعهم نفس الاهتمامات والأنشطة المشتركة في بيئة مجتمع افتراضي لتوطيد العلاقات الاجتماعية بينهم في أي وقت وفي أي مكان في العالم للتواصل فيما بينهم.

الجهود التطوعية:

هي جهود يقوم بها أفراد أو جماعات أو مؤسسات بمحض إرادتهم وبدون مقابل مادي لتقديم خدمات عامة للمجتمع أو لفئة معينة من خلال المشاركة في برنامج أو حملة أو قافلة لإحدى مؤسسات المجتمع المدني التطوعية أو الحكومية، بهدف مساعدة المجتمع والتقليل من حجم المشكلات الاجتماعية والاقتصادية التي تواجهه للإسهام في حلها سواء كان ذلك بالمال أو الجهد لتحقيق مصالح الآخرين.

منظمات المجتمع المدني:

هي مجموعة من المؤسسات أو المنظمات التطوعية غير الربحية تقوم على العمل التطوعي يؤسسها مجموعة من الأفراد بإرادتهم الحرة وتضم أفراد من انتماءات أسرية وثقافية واجتماعية متعددة ذات أهداف ومصالح مشتركة، وتعمل باستقلال عن سلطة الدولة المباشرة عند ممارسة أنشطتها والتي قد تكون (اجتماعية – اقتصادية – ثقافية – خدمية – علمية) ويسعى مؤسسوها إلى تحقيق مصالح اجتماعية للمجتمع ككل والاهتمام بقضاياها الاجتماعية أو الفكرية.

الإجراءات المنهجية للدراسة: (نوع الدراسة ومنهجها):

نوع الدراسة:

تندرج الدراسة الحالية ضمن البحوث والدراسات الوصفية Descriptive studies والتي تسعى إلى رصد الظاهرة البحثية في واقعها خلال فترة زمنية محددة ورصد سماتها المختلفة وبيان المتغيرات المؤثرة فيها والعلاقات القائمة بين متغيراتها حتى يمكن التوصل إلى فهم كامل لتلك الظاهرة وبيان العوامل والمتغيرات الوسيطة المؤثرة فيها نظراً لأن هذه النوعية من الدراسات تتسم بالدقة والموضوعية والانتظام في كافة مراحلها الإجرائية بهدف تفسير هذه الحقائق تفسيراً علمياً لذا تسعى الدراسة الحالية إلى رصد الدور

الذى تقوم به وسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية فى تعزيز الجهود التطوعية للجمهور المصرى ومنظمات المجتمع المدنى لمواجهة جائحة كورونا.

#### منهج الدراسة:

فى إطار الدراسة الوصفية الراهنة اعتمد الباحث على منهج المسح الإعلامى بشقيه الوصفى والتحليلى نظراً لأنه المنهج العلمى المناسب لأهداف الدراسة الراهنة وفروضها، حيث ساعد الباحث على الرصد الدقيق للمشكلة البحثية ورصد العلاقات القائمة بين متغيراتها. كما أنه يعتبر نموذجاً معيارياً لجمع البيانات من أفراد العينة، فضلاً عن أنه المنهج الرئيسى لدراسة جمهور وسائل الإعلام فى إطارها الوصفى فى السنوات الأخيرة الماضية كما يسمح بدراسة الكثير من المتغيرات فى وقت واحد واختبار الفروض الخاصة بالعلاقة بين هذه المتغيرات والربط بين البيانات للتوصل إلى فهم أعمق للظاهرة موضع الدراسة.

لذا تم استخدامه فى هذه الدراسة لرصد ووصف وتحليل وتفسير طبيعة الدور الذى تقوم به وسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية فى تعزيز الجهود التطوعية للجمهور المصرى ومنظمات المجتمع المدنى لمواجهة جائحة كورونا.

أسلوب المقارنة المنهجية: استخدمه الباحث لإجراء مقارنات بين طبيعة العلاقات الإرتباطية بين المتغيرات المستقلة والتابعة فى الدراسة الحالية خاصة على مستوى معدلات (الاستخدام والاعتماد والتفاعلية والثقة وحجم النقاش) حول المعلومات الصحية عن فيروس كورونا. وأثر المتغيرات الوسيطة فى رصد دور وسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية فى تعزيز الجهود التطوعية للمتطوعين أفراد عينة الدراسة ومنظمات المجتمع المدنى لمواجهة جائحة كورونا. كما استخدمه فى مقارنة نتائج الدراسة الحالية بنتائج الدراسات السابقة.

#### مجتمع الدراسة:

نظراً لصعوبة الوصول إلى مجتمع الدراسة بأكمله (المتطوعين ومنظمات المجتمع المدنى)، لذا تم التركيز على المجتمع المتاح Accessible Society الذى يمكن الوصول إليه ويتم اختيار العينة منه.

وبناء على ذلك يتمثل مجتمع الدراسة الحالية فى مجتمع المتطوعين فى منظمات المجتمع المدنى فى محافظتى (القاهرة – الشرقية) من الذكور والإناث بحيث تمثل محافظة القاهرة إقليم القاهرة الكبرى الذى يضم محافظات (القاهرة – الجيزة – القليوبية) وتمثل محافظة الشرقية إقليم القناة بمحافظاته الأربع وهى محافظات (الشرقية – الإسماعيلية – السويس – بور سعيد).

ويرجع اختيار الباحث لمحافظة القاهرة والشرقية مجتمعاً لإجراء الدراسة عليهما لعدة اعتبارات علمية وهي:

(1) تعتبر محافظة القاهرة من أكبر محافظات الجمهورية مساحة وتعداداً للسكان ويوجد بها أكبر عدد من الجمعيات الخيرية فضلاً عن زيادة عدد المتطوعين والعاملين بهذه الجمعيات عاماً بعد الآخر، بالإضافة إلى تنوع الأنشطة التطوعية التي تقوم بها هذه الجمعيات لخدمة المجتمع والتغلب على أزماته الطارئة، والأكثر أهمية من ذلك هو وجود برامج وحملات توعية لديها لمواجهة جائحة كورونا.

(2) كما يرجع اختيار الباحث لمحافظة الشرقية مجتمعاً لإجراء دراسته عليها نظراً لوجود العديد من منظمات المجتمع المدني بها حيث يوجد بها العديد من الجمعيات الخيرية يعمل فيها عدد كبير من المتطوعين فضلاً عن وجود عدة أنشطة توعية وحملات طبية لتوعية أبناء المحافظة بمخاطر فيروس كورونا.

وعلاوة على ما سبق صعوبة إجراء الدراسة الميدانية على جميع محافظات الجمهورية لأن ذلك يفوق قدرات الباحث المادية والبشرية.

#### عينة الدراسة:

استند الباحث في سحب عينة الدراسة من مجتمع المتطوعين ومنظمات المجتمع المدني بمحافظة القاهرة (القاهرة – الشرقية) إلى أسلوب الإختيار المرجعي والمنتالي لمفردات العينة أو ما يعرف باسم Chain-referral or Snow bolls sample والذي يعرف بكرة الثلج، التي هي أحد أنواع العينات غير الاحتمالية أو غير العشوائية نظراً لأنها الأسلوب المنهجي الأنسب للوصول إلى المجموعات والجمعيات الأهلية المهمة بمكافحة جائحة كورونا في مصر حيث تم التوصل إلى مجموعة من المتطوعين في واقع الجمعيات محل الدراسة في محافظتي (القاهرة والشرقية)، وقام الباحث بإجراء مقابلات معهم وإعطائهم صحيفة الاستبيان للرد على تساؤلاتها وبعد إجراء المقابلة معهم طلب الباحث منهم مساعدته في الوصول إلى أفراد جماعتهم التطوعية ممن يحملون نفس الخصائص والسمات، وبذلك بدأت العينة تنمو مثل كرة الثلج عند تراكم العينة حتى أطلق عليها (العينة المتضاعفة) والتي تستخدم مع المجموعات المخفية التي يصعب على الباحث التوصل إليها بسهولة.

وقد أجريت الدراسة على عينة كرة الثلج من الذكور والإناث العاملين في منظمات المجتمع المدني ممن تتراوح أعمارهم ما بين 18 إلى أقل من 55 عاماً قوامها 420 مبحوثاً في الفترة من 2021/3/15 إلى 2021/6/15 (فترة جمع وتحليل واستخراج النتائج)، وتمثل الإطار الذي تم سحب العينة منه في جمهور (المتطوعين – العاملين – الإداريين – والمديرين) – العاملين بجمعيات (الهلال الأحمر المصري



– مؤسسة صناع الحياة – جمعية رسالة للأعمال الخيرية – جمعية الأورمان – جمعية الريادة الخيرية) بمقراتها الرئيسية في محافظة القاهرة وبفروعها في محافظة الشرقية.

حيث يسمح هذا العدد للباحث بأن يمثل التنوع والاختلاف في خصائص العينة وفقاً للمتغيرات الديموجرافية للمبحوثين (النوع – المرحلة العمرية – المرحلة التعليمية – الدخل – المهنة).

ويرجع اختبار الباحث لعينه كرة الثلج لإجراء دراسته من خلالها لعدة اعتبارات علمية:

\*لا يوجد إطار محدد لسحب العينة منه.

\*أن دراسة المجتمع كله أمر بالغ الصعوبة علي الباحث.

\*لأنها الأسلوب المنهجي الأنسب للوصول إلى المجموعات التطوعية داخل الجمعيات عينة الدراسة.

ويرجع اختيار الباحث لمنظمات المجتمع المدني كعينة للدراسة لإجراء الدراسة عليهم لعدة مبررات علمية تتمثل فيما يلي:

أ- تعد هذه الجمعيات من أقدم الجمعيات التي أنشأت في مصر، والتي يوصفها عضواً في الاتحاد العام للجمعيات والمؤسسات الأهلية في مصر الذي أنشأ في عام 1969م ويضم في عضويته أغلب الجمعيات الأهلية في مصر المقدره بنحو 51572 ألف جمعية تضم في عضويتها أكثر من ثلاثة ملايين متطوع<sup>(182)</sup>.

ب- توجد لدى هذه الجمعيات عدة برامج وحملات ومبادرات توعية صحية قامت بها ولا تزال مستمرة في تنفيذها لمواجهة جائحة كورونا في المجتمع المصري ومنها مبادرة [هنعدى الجائحة – الناس لبعضهما – بطل الحكاية – تحدى الخير] - وغيرها.

اعتماد هذه الجمعيات على وسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية وتطبيقات الهاتف المحمول المختلف في ممارسة جهودها التطوعية لمواجهة مخاطر جائحة كورونا.

كما يرجع اختيار الباحث للمتطوعين العاملين في هذه الجمعيات لإجراء الدراسة الميدانية عليهم لعدة اعتبارات علمية وهي:

1- أنهم فئات عمرية مفعمة بالطاقة والنشاط وهو ما يمكنهم من القيام بممارسة جهودهم التطوعية لخدمة مجتمعهم بكل طاقات يمتلكونها.

2- توجد رغبة عارمة لديهم لاكتساب المهارات والمعارف التطوعية للمشاركة بفاعلية في الأزمات المجتمعية وتحمل المسؤولية تجاه أفراد المجتمع ومنها جائحة كورونا.

3- أن يكونوا من المشاركين الفعليين في الجهود التطوعية الميدانية وسبق لهم المشاركة في حملات ومبادرات تطوعية سابقة ومشاركين في الحملات التطوعية لمواجهة جائحة كورونا.

وقد راعى الباحث عدة ضوابط علمية في اختياره لأفراد عينة الدراسة ألا وهي:

- أن تشمل الذكور والإناث.
  - أن تمثل كافة الشرائح العمرية من 18 لأقل من 55 عاماً.
  - أن يكونوا من المتطوعين العاملين بالفعل في هذه الجمعيات.
  - أن يكونوا من المشاركين في الجهود التطوعية الميدانية لهذه الجمعيات لمواجهة جائحة كورونا في مصر.
  - أن يكونوا من مستخدمي وسائل الإعلام الاجتماعية وتطبيقات الهاتف المحمول في ممارسة جهودهم التطوعية لمواجهة فيروس كورونا.
- والجدول التالي يوضح خصائص وسمات أفراد عينة الدراسة

**جدول (1)**  
**خصائص عينة الدراسة**

الخصائص	الخصائص الديموجرافية	ك	%
النوع	ذكر	215	51,2
	أنثى	205	48,8
الفئات العمرية	18 إلى أقل من 25 عاماً.	155	36,9
	25 إلى أقل من 35 عاماً.	148	35,2
	35 إلى أقل من 45 عاماً.	78	18,6
	45 إلى أقل من 55 عاماً.	39	9,3
المستوى التعليمي	متوسط.	114	27,1
	فوق المتوسط	73	17,4
	جامعي	188	44,8
	ماجستير	24	5,7
	دكتوراه	21	5
الدخل	أقل من 1000 جنيهاً.	78	18,6
	من 1000 إلى أقل من 2000 جنيهاً.	110	26,2
	من 2000 على أقل من 3000 جنيهاً.	140	33,3
	من 3000 إلى أقل من 4000 جنيهاً.	71	16,9
	4000 جنيهاً فأكثر.	21	5
المجال الجغرافي	القاهرة	235	56
	الشرقية	185	44
	الإجمالي	420	100

إجمالي حجم العينة 420 مبحوثاً.

أداة جمع البيانات:

اعتمد الباحث على أداة الاستبيان بالمقابلة باعتبارها الأداة المناسبة لجمع البيانات الخاصة بالدراسة الراهنة من أفراد العينة (المتطوعين – الإداريين) للحصول على بيانات علمية مقننة منهم في إطار موضوع الدراسة وأهدافها، حيث أعد الباحث صحيفة استبيان تضمنت عدة تساؤلات تنوعت ما بين تساؤلات مفتوحة وأخرى مغلقة وشبه مغلقة عن (الاستخدام – الاعتماد – والمصادقية – والتفاعلية) لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها والتحقق من فروضها بالإضافة إلى إعداد مقياس تجميعي لقياس اتجاهات أفراد العينة نحو الدور الاجتماعي لوسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية لمواجهة هذه الجائحة، وقد قدرت درجات المقياس بنحو (3) درجات (موافق) ودرجتان (محايد) درجة واحدة (معارض) .

### اختبار الصدق والثبات:

(أ) اختبار الصدق الظاهري:

للتحقيق من صدق الأداة تم عرض صحيفة الاستبيان بصفتها الأولية على مجموعة من المحكمين\*\*\*(183) من ذوى الخبرة والاختصاص من أساتذة الإعلام للحكم على مدى صلاحيتها ثم تم إجراء التعديلات التى أبدأها السادة المحكمون، وقد بلغت نسبة الاتفاق بينهم نحو 93.8% وهى نسبة مرتفعة تدل على صلاحية الأداة لقياس الغرض من إعدادها، ثم تم تطبيق الاستبيان على عينة من المبحوثين قوامها 10% من إجمالي العينة الكلية البالغة نحو (420) مبحوثاً (متطوعاً) بشكل يتفق مع سمات العينة قبل التطبيق النهائى على العينة الكلية بهدف ضمان فهم المبحوثين لأسئلتها.

(ب) اختبار ثبات الأداة:

للتحقق من ثبات الأداة قام الباحث بإعادة التطبيق على العينة نفسها التى أجرى عليها الاختبار الأول وذلك من خلال إتباع أسلوب الاختبار وإعادة Test-Retest بعد مضي مدة أسبوعين من إجراء الاختبار الأول بالاستعانة بمباحثين آخرين\*\*\* (184) بعد تزويدهم بالمعلومات الكافية، ثم تم حساب معامل الثبات بين نتائج التطبيقين حيث بلغت نسبة الاتفاق 93.4% وهى الأخرى نسبة على درجة عالية من الثبات وتشير إلى صلاحية الصحيفة للتطبيق وتؤكد الثقة فى إجابات المبحوثين أفراد عينة الدراسة.

وقد استند الباحث إلى أسلوب المقابلة المباشرة In Person Survey لجمع البيانات من افراد عينة الدراسة مباشرة نظراً لأن هذا الأسلوب يحقق مصداقية مرتفعة فى جمع البيانات من أفراد عينة الدراسة مباشرة.

وبعد الانتهاء من جمع البيانات من المبحوثين قام الباحث بالمراجعة المكتبية لصحائف الاستبيان وتكوينها وترميزها.

### المعاملات الإحصائية المستخدمة فى الدراسة:

قام الباحث بمراجعة الاستثمارات التى تم جمعها من المتطوعين، والعاملين في منظمات المجتمع المدني بمحافظة القاهرة والشرقية. وتم التأكد من أن ثمة استجابات على كافة الأسئلة وبخاصة الأسئلة الواردة في مقياس الاتجاهات نحو الدور الاجتماعي لوسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية. وقام الباحث بإدخال البيانات إلى الحاسب الآلي وإجراء المعالجة الإحصائية لتلك البيانات في ضوء أهداف الدراسة، وتساؤلاتها، وفروضها العلمية. واستخدم الباحث في هذا الصدد المعاملات التالية:

- الجداول أحادية المتغير.

- مقاييس النزعة المركزية (المتوسط، والانحراف المعياري، والخطأ المعياري، والتباين).
- اختبار "زد" Z Test لقياس الفروق في الأوزان النسبية التي حددها المبحوثون لتقييم الدور الاجتماعي لكل من الوسائل الإعلامية التقليدية والاجتماعية.
- اختبار "ت" T. Test لقياس الفروق في المتوسطات التي حظيت عليها الوسائل الإعلامية محل الدراسة ضمن تقييمات المبحوثين لأدوارها في تعزيز جهودهم التطوعية في مواجهة جائحة كورونا.
- تحليل التباين أحادي الاتجاه One-Way ANOVA.
- معامل ألفا كرونباخ Cronbach Alpha لقياس الاتساق في اتجاهات المبحوثين نحو الأدوار الاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية.
- معامل الارتباط الخطي "بيرسون" Pearson Correlation Coefficient؛ لقياس الارتباطات بين كثافة استخدام المبحوثين واعتمادهم على وسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية؛ واتجاهاتهم نحو أدوارها في تعزيز العمل الخيري والتطوعي في مصر.

#### متغيرات الدراسة:

المتغير المستقل: يتمثل في كثافة التعرض والاستخدام لوسائل الإعلام بشقيها التقليدية والاجتماعية.

المتغير التابع: يتحدد في هذه الدراسة بتعزيز الجهود التطوعية.

المتغير الوسيط: يتمثل في متغيرات معدلات استخدام وسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية في العمل التطوعي، كما يتمثل في الاعتماد والثقة في المعلومات الصحية التي تقدمها وسائل الإعلام، وكذلك حجم النقاش حول المعلومات الصحية المرتبطة بفيروس كورونا، وأيضاً المتغيرات الديموغرافية للمبحوثين المتمثلة في (النوع – المرحلة العمرية – المستوى التعليمي – الدخل – المهنة).

حدود الدراسة: تتمثل حدود الدراسة الحالية في الحدود التالية:

الحدود البشرية: حيث اقتصرت الدراسة على عينة من المتطوعين والموظفين والإداريين والقيادات الإدارية في الجمعيات الأهلية عينة الدراسة قوامها 420 مبحوثاً (متطوعاً).

الحدود المكانية: أجريت الدراسة على عينة من الجمعيات الأهلية في محافظتي القاهرة والشرقية وهي جمعيات [الهلال الأحمر المصري، مؤسسة صناعات الحياة، جمعية رسالة، مؤسسة الريادة للأعمال الخيرية – جمعية الأورمان].

الحدود الزمنية: تم إجراء الدراسة في الفترة من 2021/3/15 وحتى 2021/6/15 وهو المدى الزمني لتطبيق الاستبيان من حيث توزيعها على المتطوعين وجمع وتفرغ بياناتها.

الحدود الموضوعية (العلمية):

اقتصرت هذه الدراسة على رصد دور وسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية في تعزيز الجهود التطوعية للجمهور المصرى ومنظمات المجتمع المدنى بشأن مواجهة جائحة كورونا.

نتائج الدراسة:

أولاً: الإجابة على التساؤلات العلمية للدراسة:

(1) كثافة استخدام المبحوثين- من المتطوعين لمواجهة جائحة كورونا والعاملين في الجمعيات الأهلية- لوسائل الإعلام التقليدية (الصحف والراديو والتلفزيون) في استقاء المعلومات عن جائحة كورونا؛ وفي التعرف على المتطوعين الآخرين في مواجهة تلك الجائحة:

## جدول (2)

### كثافة استخدام المبحوثين لوسائل الإعلام التقليدية

النسبة المئوية	الإجمالي	الانحراف المعياري	المتوسط (*)	لا أستخدامها		نادراً		أحياناً		دائماً		كثافة الاستخدام
				%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
100	420	0,053	3,15	51,4	216	28,1	118	4,8	20	15,7	66	الصحف القومية
100	420	0,042	2,2	2,9	12	40,5	170	30,2	127	26,4	111	الصحف الخاصة
100	420	0,034	1,94	1,7	7	17,1	72	56,2	236	25	105	الصحف الحزبية
100	420	0,038	3,13	31,9	134	54,7	230	7,9	33	5,5	23	قنوات التلفزيون الحكومية
100	420	0,034	3,6	69,3	291	24,3	102	3,3	14	3,1	13	قنوات التلفزيون الخاصة
100	420	0,037	2,08	8,1	34	10,5	44	65	273	16,4	69	الراديو

(\*) يشير الخط أسفل قيمة "المتوسط" إلى التراجع الشديد في كثافة استخدام الوسائل التقليدية كمصدر للمعلومات عن جائحة كورونا في مصر لأن قيمة المتوسط قوية في الاتجاه السلبي.

يتضح من نتائج الجدول السابق رقم (2) أن المبحوثين من المتطوعين لا يستخدمون وسائل الإعلام التقليدية؛ وبخاصة الصحف القومية، وقنوات التلفزيون الحكومية، وقنوات التلفزيون الخاصة بوصفها مصادر للمعلومات الصحية عن جائحة كورونا في مصر. كما أنهم يعتقدون أن هذه الوسائل تنسجم بالتقليدية وعدم التفاعلية وأنها غير قادرة على أن تربط بينهم وبين المتطوعين الآخرين الذين يعملون في مجال مواجهة جائحة كورونا في أقاليم ومحافظات مصر المختلفة. وتُشير النتائج الحالية إلى تراجع الدور الصحي التوعوي لوسائل الإعلام التقليدية في فترات الأزمات حيث لا تضطلع هذه الوسائل بأدوارها التوعوية في المجتمع المصري وهو ما تؤكدته نتائج الجدول رقم (2)؛ والتي يمكن تفسيرها في ضوء عدة اعتبارات مهمة أبرزها:

- تتشكل عينة الدراسة من الناشطين اجتماعياً، ومن المتطوعين في مجال مواجهة الأزمات الصحية في مصر؛ ويتميز المبحوثون في هذه الفئة بالحس النقدي، والقدرة على التقييم المقتن للأدوار التوعوية والاجتماعية لوسائل الإعلام المختلفة.
- المنافسة التي تتعرض لها وسائل الإعلام التقليدية من قبل وسائل الإعلام الجديدة وشبكات التواصل الاجتماعي نظراً لكون الأخيرة الأقدر على نشر وبث المعلومات الصحية بشكل أسرع، والوصول بها إلى المستخدمين في الأطر المكانية والزمنية المختلفة، فضلاً عن توافر سمة "التفاعلية" Interactivity في تواصلها. أي الوسائل الجديدة- مع المستخدمين.
- القدرة الفائقة لوسائل الإعلام الجديدة على تعريف النشطاء الاجتماعيين والمتطوعين وربطهم بعضهم بعضاً من خلال العديد من التطبيقات سواء على شبكات التواصل الاجتماعي أم تطبيقات الهواتف الذكية.
- الإشكاليات المرتبطة بتراجع الثقة لدى الجمهور المصري في وسائل الإعلام التقليدية حيث يؤكد المبحوثون على أن تلك الوسائل لا تقدم الحقائق والمعلومات الدقيقة عن انتشار فيروس كوفيد-19 المستجد في محافظات، ومدن، وقرى مصر المختلفة!.

وتتسق النتائج الحالية مع الطرح العلمي الرصين لنموذج تطوّر وسائل الإعلام The Media Evolution Model؛ والذي يؤكد على أن الوسيلة الإعلامية المعينة تمر بعدة مراحل تبدأ بالظهور، ثم النضج، ثم الاستقرار، ثم التهديد، ثم التكيف<sup>(185)</sup>. ووفقاً للنتائج الحالية فإن وسائل الإعلام التقليدية في مصر هي في مرحلة التهديد من قبل وسائل الإعلام الجديدة، وأن عليها أن تتخذ إستراتيجيات وآليات تكفل لها التكيف لتمارس أدوارها الاجتماعية، والسياسية، والثقافية المختلفة في المجتمع. كما ينبغي على وسائل الإعلام التقليدية إتباع آليات للتواصل مع الناشطين اجتماعياً، والمتطوعين في مجالات العمل الخيري المختلفة على اعتبار أن

هذه الوظيفة باتت من الوظائف المهمة في الأونة المعاصرة؛ وبخاصة في ظل تراجع الأدوار الاجتماعية للحكومات مع انتشار مفاهيم العولمة في مختلف دول العالم ومنها الدول النامية.

(2) كثافة استخدام المبحوثين لوسائل الإعلام الاجتماعية (شبكات التواصل الاجتماعي والهواتف الذكية) في استقاء المعلومات عن جائحة كورونا؛ وفي التعرف على المتطوعين الآخرين في مواجهة تلك الجائحة:

### جدول (3)

كثافة استخدام المبحوثين لوسائل الإعلام الجديدة، وشبكات التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	الإجمالي	الانحراف المعياري	المتوسط	لا استخدمها		نادرًا		أحيانًا		دائمًا		كثافة الاستخدام الوسائل الجديدة المواقع الإلكترونية المتخصصة
				%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
100	420	0,057	2,14	21	88	12,4	52	26,4	111	40,2	169	المواقع الإلكترونية المتخصصة
100	420	0,031	3,6	1,6	7	3,1	13	26	109	69,3	291	مواقع التواصل الاجتماعي
100	420	0,021	3,7	1,7	7	2,6	11	1,2	5	94,5	397	تطبيقات الهواتف الذكية

يتضح من نتائج الجدول السابق رقم (3) ارتفاع كثافة استخدام المبحوثين من الناشطين والمتطوعين اجتماعيًا لوسائل الإعلام الجديدة؛ وبخاصة تطبيقات الهواتف الذكية، ووسائل التواصل الاجتماعي بوصفها مصادر للمعلومات الصحيحة عن جائحة كورونا في مصر. حيث أكد المبحوثون أهمية شبكتي فيس بوك وتويتر في نشر المعلومات الصحية عن جائحة كورونا في مصر في ظل غياب الشفافية في المعلومات التي تبثها وسائل الإعلام التقليدية الرسمية عن واقع الجائحة وتطورها، وتداعياتها الخطيرة على المجتمع المصري. كما أكد المبحوثون أهمية تطبيقات الهواتف الذكية مثل "الواتس أب"، و"سناب شات"، و"سيجنال"، و"إيمو"، و"ماسنجر"، و"ووي شات" في تكريس التواصل فيما بينهم، والتواصل مع غيرهم من المتطوعين في مجال مواجهة ومكافحة جائحة كورونا في محافظات، ومدن، وقرى مصر المختلفة.

ووفقاً للنتائج الحالية فإن وسائل الإعلام الجديدة وتطبيقاتها الاجتماعية المختلفة تضطلع بدورٍ صحي توعوي مهم في مصر، كما أن لديها القدرة على بناء العلاقات



الشبكية- التعارف والتواصل والتعاون- بين المتطوعين وفقاً للمقولات العلمية لنظرية "رأس المال الاجتماعي". (186)

كما تتفق النتائج الحالية مع نتائج العديد من الدراسات العربية والأجنبية التي تؤكد على أهمية دور الإعلام الجديد، وشبكات التواصل الاجتماعي في تشجيع العمل التطوعي والخيري، وفي ربط الناشطين والمتطوعين اجتماعياً بعضهم بعضاً بما يدعم مشاركتهم الفاعلة في مواجهة مختلف الأزمات التي تواجه مجتمعاتهم سواء أكانت اقتصادية أم اجتماعية أم صحية. ومن أبرز هذه الدراسات: دراسة Sahar Eliazabeth 2020م<sup>(187)</sup>، ودراسة أوقاصي صابرة 2019م<sup>(188)</sup>، ودراسة Sarah Geber 2018 et al.م<sup>(189)</sup>، ودراسة Ting Chen 2017م<sup>(190)</sup>، ودراسة 2016م<sup>(191)</sup>.

(3) مستويات اعتماد المبحوثين على كل من الوسائل التقليدية والاجتماعية في التواصل فيما بينهم بشأن إعداد، وتخطيط، وتنفيذ جهودهم التطوعية لمواجهة جائحة كورونا:

#### جدول (4)

مستويات اعتماد المبحوثين على كل من الوسائل التقليدية والاجتماعية في التواصل، وفي عمليات تخطيط وتنفيذ جهودهم التطوعية لمواجهة جائحة كورونا

الخطأ المعياري	الانحراف المعياري	المتوسط	لا يعتمد		الاعتماد بدرجة محدودة		الاعتماد بدرجة متوسطة		الاعتماد بدرجة كبيرة		مستوى الاعتماد وسائل الإعلام
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
0,882	0,043	2,95	9,3	39	12,4	52	49,7	209	28,6	120	الصحف والتلفزيون والراديو
0,845	0,042	3,5	5	21	7,8	33	16	67	71,2	299	الإنترنت وتطبيقات الهواتف الذكية

(\* النسب في الجدول محسوبة على إجمالي العينة البالغ (420) مبحوثاً.

تُشير نتائج الجدول السابق رقم (4) إلى مستويات متزايدة من الاعتماد من قبل المتطوعين والناشطين اجتماعياً بعينة الدراسة على الإنترنت وتطبيقات الهواتف الذكية في مجال إعداد، وتخطيط، وتنفيذ جهودهم التطوعية لمواجهة جائحة كورونا في مصر، حيث كان متوسط الاعتماد مرتفعاً وبلغ بدوره نحو 3,5 كما كان الخطأ المعياري في هذا الصدد محدوداً ولم يتعدى 0,845. ويعني ذلك أن وسائل الإعلام الجديدة ممثلة في شبكة "الويب" وتطبيقاتها الاجتماعية المختلفة قد أضحت مصادر مهمة يعتمد عليها الناشطون اجتماعياً والمتطوعون في مواجهة جائحة كورونا باعتبارها الجائحة الصحية الأبرز في مصر؛ وذلك من خلال الجهود التطوعية التي تشمل توعية المواطنين، وتقديم الخدمات اللوجستية لهم، ومتابعة المتضررين، والعمل على التخفيف من التداعيات الصحية،

والنفسية، والاقتصادية للجائحة. وتؤكد نتائج الجدول السابق تفوق الإعلام الجديد على الإعلام التقليدي حيث كان متوسط اعتماد المبحوثين على الإعلام التقليدي في جهودهم التطوعية لمواجهة جائحة كورونا نحو 2,95 فقط. وقد قام الباحث بقياس الفروق ما بين اعتماد المبحوثين على كل من الإعلام التقليدي والجديد في إعداد، وتخطيط وتنفيذ جهودهم التطوعية وفقاً لأدبيات الاعتماد على الإعلام Media Reliance؛ وذلك باستخدام اختبار "Z Test". وأظهرت نتائج الاختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0,01 ودرجة ثقة 99% لصالح الإعلام الجديد كما كانت قيمة اختبار "Z" مرتفعة نسبياً وبلغت بدورها 12,13 مما يعكس التفوق الواضح للإعلام الجديد في مقابل التقليدي بشأن تعزيز الجهود التطوعية المجتمعية لمواجهة جائحة كورونا في مصر. وتتسق النتائج الحالية مع الأطروحات العلمية لنظرية رأس المال الاجتماعي والتي تؤكد على أن الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي، والوسائل الاجتماعية قد أضحت مصدراً مهماً لتدعيم الحياة المدنية Civic Life؛ من خلال تعزيز علاقات الناشطين اجتماعياً مع بعضهم بعضاً، ومن خلال تدعيم التواصل بين منظمات المجتمع المدني المعنية بشئون المجتمع المختلفة وعلى رأسها الصحة<sup>(192)</sup>.

كما تتفق النتائج الحالية مع ما توصلت إليه نتائج بعض الدراسات العربية والأجنبية التي أكدت على أن الإنترنت، وشبكات التواصل الاجتماعي، وتطبيقات الهواتف الذكية أضحت تمثل مصادر مهمة يعتمد عليها المتطوعون في جهودهم الخيرية في المجتمع؛ ومن أبرز هذه الدراسات: دراسة نوره أحمد يوسف 2020م<sup>(193)</sup> ودراسة Gulyas 2015م<sup>(194)</sup>، ودراسة Amg. J. Connolly 2014م<sup>(195)</sup>.

(4) إدراك المبحوثين لأهمية الدور الاجتماعي لوسائل الإعلام في تدعيم العلاقات القائمة فيما بينهم، وفي تيسير تدفق المعلومات المتداولة بينهم حول جائحة كورونا في مصر.

#### جدول (5)

إدراك المبحوثين لأهمية الدور الاجتماعي لوسائل الإعلام في تدعيم جهودهم التطوعية

الترار والنسبة	ك	% (*)
أبعاد الدور الاجتماعي لوسائل الإعلام		
تساعدني في التواصل مع زملائي في المجموعة التطوعية.	265	63,1
تتيح للجمعيات الخيرية تنسيق جهودها التطوعية لمواجهة الفيروس.	258	61,4
تساعدنا في التعرف على زملائنا في المجموعات التطوعية الأخرى.	256	61
تتيح المعلومات الدقيقة الفرصة لنا للنقاش البناء.	223	53,1
تتيح لنا فرصة التواصل مع الجمعيات الأهلية المهتمة بكورونا.	186	44,3
تساعدنا في الوصول للمتضررين وتقديم العون لهم.	168	40
تساعدنا في فهم جائحة كورونا، وتأثيراتها على المصريين.	167	39,8
تتيح لي إرسال معلومات دقيقة عن الفيروس لزملائي.	149	35,5

(\*) النسب بالجدول محسوبة على إجمالي العينة البالغ 420 مبحوثاً.

تُشير نتائج الجدول السابق رقم (5) إلى أن المبحوثين بعينة الدراسة لديهم مُدركات إيجابية عن دور وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في تدعيم جهودهم التطوعية بصفة عامة، وجهودهم في مواجهة جائحة كورونا في محافظات، ومدن، وقرى مصر المختلفة. وتتحدد تلك المُدركات في تقييمهم الإيجابي لدور وسائل الإعلام في ممارسة وظيفة "جسر التعارف" فيما بينهم، ومع الجمعيات التطوعية الأخرى وقد كان الوزن النسبي لهذه الوظيفة مرتفعاً وبلغ بدوره 0,631 فيما يتعلق بالتعارف داخل المجموعة أو الجمعية التطوعية المعنية، ونحو 0,614 فيما يتعلق بالتعارف مع الجمعيات التطوعية الأخرى. وفي السياق ذاته، فقد كانت لدى المبحوثين مُدركات إيجابية بشأن الدور الإيجابي لوسائل الإعلام وبخاصة التطبيقات الاجتماعية لتلك الوسائل على الهواتف الذكية في تنسيق جهودهم التطوعية لمواجهة فيروس كوفيد-19، وفي الحصول على المعلومات الدقيقة التي تتيح لهم نمطاً من النقاش البناء الذي يُفضي إلى اتخاذ قرارات رشيدة بشأن مواجهة الفيروس في مصر. وعلى الرغم من أن المبحوثين يعتقدون أن الوصول للمتضررين بالفيروس في محافظات، ومدن، وقرى مصر المختلفة ينبغي أن يستند إلى شبكات الاتصال الشخصي إلا أنهم قد ذكروا أن وسائل الإعلام وبخاصة الجديدة قد ساعدتهم في الوصول للمتضررين ومن ثم تقديم العون اللازم لهم. وقد كان الوزن النسبي لتلك المُدركات الإيجابية لدور وسائل الإعلام في التعريف بالمتضررين معتدلاً وبلغ بدوره 0,4 من إجمالي استجابات المبحوثين.

وتتفق النتائج الحالية في مجملها مع نظرية رأس المال الاجتماعي والتي تؤكد على الأدوار المعرفية، والتدعيمية، والاتصالية لوسائل الإعلام في تعزيز الجهود التطوعية، وتنمية رأس المال الاجتماعي في المجتمعات المختلفة؛ وبخاصة في أوقات الأزمات<sup>(196)</sup>.

كما تتفق النتائج الحالية مع نتائج بعض الدراسات السابقة العربية والأجنبية التي تؤكد على إدراك المتطوعين اجتماعياً لأهمية دور الإعلام وبخاصة الإعلام الجديد في تعزيز جهودهم التطوعية، والربط بينهم وبين الجمعيات التطوعية، وكذلك الدور البارز لتلك الوسائل في تنمية رأس المال الاجتماعي عبر الزمن. ومن أبرز تلك الدراسات: دراسة Hjalamar et al., 2020<sup>(197)</sup>، ودراسة فريال مرهون عام 2019م<sup>(198)</sup>، ودراسة إيمان عبد الرازق 2017م<sup>(199)</sup>، ودراسة أمينة فوضيلي عام 2016م<sup>(200)</sup>، ودراسة Sarah Conroy 2014م<sup>(201)</sup>.

**(5) الفروق بين المبحوثين من حيث استخداماتهم العامة والتقليدية لوسائل الإعلام في مقابل استخداماتهم الاجتماعية لتلك الوسائل الإعلامية:**

للتعرف على الفروق في استخدامات المبحوثين من المتطوعين والناشطين اجتماعياً لوسائل الإعلام، تم أولاً قياس اتجاهاتهم نحو كل من استخداماتهم العامة والاجتماعية لتلك الوسائل، ثم قياس الفروق ما بين تلك الاستخدامات باستخدام اختبار "ت" T. Test للفروق بين المتوسطات داخل العينة ذاتها One Sample Test.

**جدول (6)**

**استخدامات المبحوثين لوسائل الإعلام (العامة في مقابل الاجتماعية)**

التباين	المتوسط	معارض		محايد		موافق		الاتجاه
		%	ك	%	ك	% (*)	ك	
0,614	2,02	29,3	123	39,3	165	31,4	132	الاستخدامات العامة (الأخبار، والتعليم، والتثقيف، والترفيه).
0,334	2,75	7,2	30	11,4	48	81,4	342	الاستخدامات الاجتماعية (التواصل، والتنسيق مع الجمعيات الأخرى لمكافحة الفيروس).

(\* النسب المئوية بالجدول محسوبة على إجمالي العينة البالغ 420 مبحوثاً.

**جدول (7)**

**الفروق في استخدامات المبحوثين لوسائل الإعلام (العامة في مقابل الاجتماعية) (\*)**

مستوى الدلالة	قيمة اختبار "ت"	الخطأ المعياري	الانحراف المعياري	المتوسط	الفروق
0,01	52,6	0,0384	0,784	2,02	الاستخدامات العامة
دال إحصائياً		0,0283	0,577	2,75	الاستخدامات الاجتماعية

(\* درجات الحرية في الجدول (ن-1)

يتضح من نتائج الجدولين رقمي (6) و(7) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة ثقة 99% فيما بين استخدامات المبحوثين لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة على حد سواء. حيث يميل المبحوثون للاستخدامات الاجتماعية التي تتمثل في تدعيم التعارف الاجتماعي فيما بينهم، وفي تمكين آليات العمل التطوعي، وفي التواصل والتنسيق مع الجمعيات التطوعية الأخرى لمواجهة فيروس كوفيد-19 المستجد في محافظات، ومدن، وقرى مصر المختلفة. وقد كانت قيمة اختبار "ت" المحسوب على العينة ذاتها والبالغ حجمها 420 مبحوثاً نحو 52,6 وهي قيمة كبيرة من الناحية الإحصائية وتشير بدورها إلى التطور الملحوظ في تعامل المتطوعين والناشطين اجتماعياً مع وسائل الإعلام التقليدية والجديدة حيث تتفوق لديهم الاستخدامات الاجتماعية على الاستخدامات العامة المتمثلة في الحصول على الأخبار، والتثقيف، والتعليم، والترفيه. وتتسق النتائج الحالية مع خصائص المبحوثين نظراً لكونهم يعملون في حقل الأعمال التطوعية؛ ومن ثم فإن استخداماتهم لوسائل الإعلام تتمايز عن استخدامات الجمهور العام، وتتسم بالانفعالية إلى حد بعيد حيث يعتقد هؤلاء المبحوثون أن وسائل الإعلام لديها القدرة على تعزيز جهودهم التطوعية في

مواجهة الأزمات الصحيّة في مصر وأبرزها في الوقت الراهن جائحة كورونا التي تهدد المقدرات المادية والمعنوية للمجتمع المصري.

ويُعد التطور في استخدامات وسائل الإعلام من قِبَل الناشطين اجتماعياً والمتطوعين بمثابة قطب الرّحى في نظرية رأس المال الاجتماعي، والتي تؤكد على أنه كلما زادت الاستخدامات الاجتماعية لوسائل الإعلام ممثلة في تعريف المتطوعين بعضهم بعضاً، وتحقيق الانسجام بينهم، وتعزيز قدراتهم المادية والمعنوية في المشاركة المجتمعية؛ زادت مستويات النماء في رأس المال الاجتماعي؛ وأضحت الجمعيات التطوعية من القوى الاجتماعية الفاعلة في خدمة المجتمع جنباً إلى جنب مع الحكومات(202).

(6) تقييم المبحوثين من المتطوعين والعاملين في منظمات المجتمع المدني –محل الدراسة- لدور وسائل الإعلام في تعزيز جهودهم التوعوية بشأن مواجهة جائحة كورونا في مصر:

#### جدول (8)

تقييم المبحوثين لدور وسائل الإعلام في تعزيز جهودهم التوعوية بشأن مواجهة جائحة كورونا في مصر

التباين	المتوسط	معارض		محايد		موافق		الاتجاه
		%	ك	%	ك	% (*)	ك	
0,734	2,32	25,5	107	16,9	71	57,6	242	نجاح الراديو والتلفزيون والصحف في الربط بين المتطوعين في المجموعة الواحدة. على حين لم ينجح في الربط بين المجموعة وغيرها أو حتى مع الجمعيات الأهلية والخيرية.
0,332	2,67	5,5	23	22,4	94	72,1	303	أسهم الإنترنت وتطبيقات المحمول في مساندة دور الجمعيات الأهلية في مواجهة جائحة كورونا في مصر.
0,254	2,79	4,3	18	13,3	56	82,4	346	كانت المعلومات المستمدة من الإعلام عن كورونا مهمة جداً لتنفيذ الجهود التوعوية باحترافية وبدون أضرار.
0,145	2,89	2,1	9	9,8	41	88,1	370	نجاح الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي والمحمول في الربط بين المجموعات التطوعية، والجمعيات الأهلية والخيرية في مواجهة جائحة كورونا في مصر.
0,209	2,87	4,8	20	4	17	91,2	383	تُعد تطبيقات سناب شات، والواتس أب، وماسنجر، من التطبيقات الناجحة في تدعيم التواصل بين المتطوعين.

(\*) النسب المئوية بالجدول محسوبة على إجمالي العينة البالغ 420 مبحوثاً.

يتضح من نتائج الجدول السابق رقم (8) أن المبحوثين من الناشطين اجتماعياً والمتطوعين والعاملين في منظمات المجتمع المدني لديهم اتجاهات إيجابية قوية نحو أدوار الإنترنت، ومواقع التواصل الاجتماعي، والتطبيقات الاجتماعية للهواتف الذكية

في تعزيز جهودهم التطوعية في مواجهة جائحة كورونا في مصر. وقد بلغت قوة متوسط الاتجاهات لإجمالي العينة نحو 2.89 وهو متوسط قوي جداً كما أن تباينه عن المجتمع الأصلي كان محدوداً وبلغ بدوره نحو 0,149. وعلى الرغم من أن العينة ذاتها من المبحوثين يحملون اتجاهات إيجابية نحو أدوار الوسائل التقليدية (الصحف والراديو والتلفزيون) في تعزيز جهودهم التطوعية في مواجهة جائحة كورونا في مصر إلا أنها كانت اتجاهات أقل قوة وغير متكاملة وقد بلغت قوتها 2,32 وهو متوسط يميل نحو القوة إلا أن تباينه عن المجتمع الأصلي كان كبيراً وبلغ بدوره 0,734. ويمكن تفسير النتائج الحالية فيما يلي:

- يُعد الإنترنت والوسائل الاجتماعية الأبرز في الوقت الحالي في تحقيق مزايا "السرعة"، و"التفاعلية"، و"تحديث البيانات" مما يجعل تلك الوسائل الإعلامية الجديدة من القوى الأكثر قدرة على تعزيز العمل الخيري في مصر.

- تتفوق وسائل الإعلام الجديدة على تلك التقليدية في تحقيق الربط ما بين المتطوعين، ومساعدتهم في تنسيق جهودهم التطوعية وهو ما ذكره المبحوثون بشأن عدم قدرة وسائل الإعلام التقليدية على الربط بين المتطوعين، وبين المنظمات الأهلية العاملة - أي منظمات المجتمع المدني- في مجال مكافحة كورونا نظراً لغياب التبادلية في أنماط تعرض المبحوثين لتلك الوسائل.

- تتميز وسائل الإعلام الجديدة بآتاحة كمًا هائلاً من المعلومات والبيانات عن فيروس كورونا بما يفوق القدر الذي يمكن توفيره للمتطوعين من خلال وسائل الإعلام التقليدية.

- أسهمت خبرات المبحوثين وتعاطيهم الإيجابي مع التطبيقات الاجتماعية للهواتف الذكية ومنها: "الواتس أب"، و"ماسنجر"، و"سناب شات"، و"إيمو" في توظيف تلك التطبيقات في تحقيق الربط والتواصل فيما بينهم، وبين غيرهم من العاملين في منظمات المجتمع المدني المعنية بمواجهة جائحة كورونا في مصر. ويؤكد ذلك على دور المستحدثات في مجال الإعلام الجديد في تعزيز العمل التطوعي في مصر.

وبصفة عامة تتسق النتائج الحالية مع نظرية رأس المال الاجتماعي التي تؤكد على أن المتطوعين والمنخرطين في العمل الخيري يحملون تقييمات إيجابية لدور الوسائل المساندة لهم في العمل الخيري؛ ومن أبرزها وسائل الإعلام سواء التقليدية أم الجديدة(203).

وتجدر الإشارة إلى أن الباحث قد قام بقياس اتساق الاتجاهات لدى المبحوثين باستخدام معامل "ألفا كرونباخ" وبلغت قيمة الاتساق 0,81 وهي قيمة جيدة إحصائياً لأن المعدل المقبول للاتساق وفقاً للمعامل الإحصائي المذكور هو 0,75.

(7) مقترحات المبحوثين للاستفادة من الإعلام بشقيه التقليدي والاجتماعي في تعزيز الجهود التطوعية لمواجهة جائحة كورونا وغيرها من الأزمات الصحية في مصر في المستقبل:

جدول (9)

مقترحات المبحوثين لتطوير دور الإعلام في مساندة وتعزيز الجهود التطوعية لمواجهة جائحة كورونا في مصر.

م	المقترحات	ك	%
1	أن تهتم وسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية بتخصيص مساحاتٍ ملائمة لنشر ثقافة العمل التطوعي والخيري في المجتمع المصري.	201	47,9
2	الاستفادة من تطبيقات الهواتف الذكية في إبراز الجهود التطوعية لمواجهة جائحة كورونا في مصر جنبًا إلى جنب مع الجهود الحكومية.	152	36,2
3	أن تُبرز وسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية النماذج الناجحة ونماذج القدوة في مواجهة جائحة كورونا في مصر؛ وتدعو إلى الاستمرارية في مواصلة تطبيق تلك النماذج في محافظات، ومدن، وقرى مصر المختلفة.	141	33,6
4	الاستفادة من خدمات وسائل الإعلام المختلفة في تنسيق الجهود التطوعية بين المنطوقين، والناشطين اجتماعيًا لمواجهة هذه الجائحة.	133	31,7
5	أن تقترح وسائل الإعلام عدة برامج صحية، وتوعوية وتدعو المنطوقين، والناشطين اجتماعيًا للمشاركة في تنفيذها في محافظاتهم ومدنهم وقراهم لمواجهة هذه الجائحة.	112	26,7
6	إنشاء وحدات إعلامية في منظمات المجتمع المدني لتنسيق الجهود التطوعية مع كافة وسائل الإعلام لمواجهة هذه الجائحة.	110	26,2
7	عقد المؤتمرات والندوات وحلقات النقاش لإبراز دور الجهود التطوعية للأفراد، ومنظمات المجتمع المدني في مواجهة جائحة كورونا، على أن تحظى باهتمام إعلامي مكثف. مع إشراك الجماهير في تلك الفعاليات.	98	23,3
8	أن تُنشئ وسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية عدة حملات توعوية، وتحفيزية لحث كافة المواطنين للمشاركة في الجهود التطوعية لمواجهة هذه الجائحة.	72	17,1
9	أن تضع وسائل الإعلام المختلفة خططًا قصيرة، ومتوسطة، وطويلة الأمد لتنسيق الجهود التطوعية للمواطنين، ومنظمات المجتمع المدني لمواجهة هذه الجائحة.	61	14,5
10	التنسيق بين جهود كل من وسائل الإعلام، ومنظمات المجتمع المدني لمواجهة هذه الجائحة.	34	8,1

(\* النسبة لكل مقترح على حده محسوبة على إجمالي العينة البالغ 420 مبحوثًا.

تُشير نتائج الجدول السابق الخاصة بمقترحات المبحوثين بشأن الاستفادة من الإعلاميين التقليدي والاجتماعي في تعزيز جهود العمل الخيري في مصر والخاصة بمواجهة الأزمات الصحية الخطيرة وعلى رأسها جائحة كورونا أن المبحوثين في معظمهم يعتقدون بأهمية الدور الاجتماعي للإعلام بشقيه التقليدي والاجتماعي في تعزيز الجهود التطوعية الخاصة بمواجهة جائحة كورونا. ومن ثمَّ كان المقترح الأبرز والذي حظى بوزنٍ نسبي قدره 47,9% من استجابات المبحوثين هو دعوة وسائل الإعلام لتخصيص مساحاتٍ ملائمة لنشر ثقافة العمل التطوعي بين المواطنين في مصر على اعتبار أن نشر تلك الثقافة سيسهم بدوره على المديين القريب والبعيد في ضم العديد من المتطوعين سواءً على المستوى الفردي أم على مستوى العمل المنظم من خلال منظمات المجتمع المدني المعنية بمواجهة الأزمات في مصر؛ وعلى رأسها الأزمات الصحية التي تهدد المقدرات المادية والمعنوية للمجتمع المصري.

كما تُشير النتائج إلى وجود وعي لدى المبحوثين بأن جهودهم التطوعية تأتي في إطار التكامل مع الجهود الحكومية لمواجهة جائحة كورونا. وفي هذا الصدد أكد المبحوثون على أهمية تطوير تطبيقات الهواتف الذكية لاستخدامها في الطوارئ، وفي الوصول للمتضررين، ومساعدة الحكومة والجهات التنفيذية والطبية في هذا الشأن. وقد حظى هذا المقترح على وزنٍ نسبي قدره 36,2% من إجمالي استجابات المبحوثين. وقد ارتكزت المقترحات الأخرى في معظمها على مطالب بتكريس الدور الاجتماعي للإعلام في ربط المتطوعين بعضهم بعضًا، وفي إمدادهم بالمعلومات الطبية الدقيقة واللازمة للقيام بأعباء مواجهة جائحة كورونا بشكلٍ منظمٍ يحمي المواطنين المصريين من تداعياتها السلبية سواءً الصحية أم الاقتصادية أم الاجتماعية.

وبصفةٍ عامة فإن النتائج الخاصة بمقترحات المبحوثين والواردة في الجدول رقم (9) إنما تتسق مع النتائج الأخرى للدراسة الحالية والتي أبرزت وجود اتجاهاتٍ إيجابية لدى المبحوثين بشأن دور الإعلاميين التقليدي والاجتماعي في تعزيز الجهود التطوعية لمواجهة جائحة كورونا في مصر.

وتتسق النتائج الحالية من المقولات العلمية لنظرية رأس المال الاجتماعي والتي تؤكد على أن مستويات اعتماد واستفادة المتطوعين، والناشطين اجتماعيًا من خدمات الإعلام بشقيه التقليدي والاجتماعي إنما يرتبط ارتباطًا وثيقًا باتجاهاتهم الإيجابية نحو تلك الخدمات؛ ودورها في مساندة وتعزيز جهودهم التطوعية على أرض الواقع (204).

#### ثانيًا: نتائج اختبار الفروض العلمية للدراسة:

**الفرض الأول:** يُوجد ارتباط دال إحصائيًا بين كثافة استخدام المبحوثين لكلٍ من وسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية؛ وإدراكهم لأهمية الدور الاجتماعي لتلك الوسائل في تدعيم جهودهم التطوعية لمواجهة جائحة كورونا.

#### جدول (10)

الارتباطات الخطية بين كثافة استخدام المبحوثين لوسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية؛ وإدراكهم لأهمية دورها الاجتماعي في تعزيز العمل التطوعي لمواجهة جائحة كورونا.

كثافة استخدام المبحوثين لوسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية									
الوسائل	الصحف القومية	الصحف الخاصة	الصحف الحزبية	التلفزيون الحكومي	القنوات الخاصة	الراديو	المواقع الإلكترونية	مواقع التواصل الاجتماعي	تطبيقات الهواتف الذكية
إدراك الأهمية									
إدراك المبحوثين لأهمية الدور الاجتماعي للإعلام التقليدي.	0,264*	0,165*	0,162*	0,143*	0,128	0,082			
إدراك المبحوثين لأهمية الدور الاجتماعي للإعلام الجديد/ الوسائل الاجتماعية.							0,244*	0,238**	0,41**

(\* دال إحصائيًا عند مستوى معنوية 0,05 ودرجة ثقة 95%.

(\*\*) دال إحصائيًا عند مستوى معنوية 0,01 ودرجة ثقة 99%.



تُشير الارتباطات الخطئية باستخدام معامل "بيرسون" بين كثافة استخدام المبحوثين لوسائل الإعلام؛ وإدراكهم لأهمية دورها الاجتماعي في تعزيز جهودهم التطوعية لمواجهة جائحة كورونا في مصر إلى وجود ارتباطات ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0,05 ودرجة ثقة 95% بين كثافة استخدام المبحوثين لوسائل الإعلام التقليدي ممثلة في الصحف القومية، والخاصة، والحزبية، وقنوات التلفزيون الحكومية. على حين لم تكن ثمة دلالة إحصائية في هذا الصدد في حالة كل من القنوات التلفزيونية الخاصة، ومحطات الراديو. ويعني ذلك أن المتطوعين، والقائمين بالعمل الخيري في منظمات المجتمع المدني محل الدراسة يعتقدون أن القنوات الخاصة، ومحطات الراديو المختلفة لا تسهم بشكل ملموس في تعزيز جهودهم التطوعية في مواجهة جائحة كورونا في مصر.

على الجانب الآخر، فقد كانت الدلالة الإحصائية أقوى في حالة الإعلام الاجتماعي وكانت بدورها عند مستوى معنوية 0,01 ودرجة ثقة 99% كما اتجهت الارتباطات نحو القوة النسبية وذلك على مستوى الارتباط بين كثافة استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي، وتطبيقات الهواتف الذكية ("سناب شات"، و"واتس آب"، و"إيمو"، و"سيجنال")؛ وإدراكهم لأهمية هذا النمط من الإعلام الاجتماعي الجديد في تعزيز جهودهم التطوعية في مواجهة جائحة كورونا في مصر.

ووفقاً للنتائج الحالية فقد تم التحقق من صحة الفرض العلمي الأول للدراسة والقائل بوجود ارتباط دال إحصائياً بين كثافة استخدام المبحوثين لكل من وسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية؛ وإدراكهم لأهمية الدور الاجتماعي لتلك الوسائل في تدعيم جهودهم التطوعية لمواجهة جائحة كورونا.

وتتسق النتيجة الحالية مع بعض نتائج دراستي Hjalamar et al. (2020م<sup>(205)</sup>، 2019 Young Joo Lee م<sup>(206)</sup>)، حيث وجد الباحثان ارتباطات دالة إحصائية بين استخدامات المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي؛ ومشاركتهم في العمل التطوعي في ضوء إدراكهم لأهمية دور تلك الوسائل في تعزيز جهودهم التطوعية.

**الفرض الثاني:** كلما زاد اعتماد المبحوثين على وسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية؛ زاد مستوى إدراكهم لأهمية الدور الاجتماعي لتلك الوسائل في تدعيم جهودهم التطوعية لمواجهة جائحة كورونا.

جدول (11)

الارتباطات الخطية بين مستوى اعتماد المبحوثين على وسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية؛ وإدراكهم لأهمية دورها الاجتماعي في تعزيز العمل التطوعي لمواجهة جائحة كورونا

إدراك أهمية الدور الاجتماعي لوسائل الإعلام			إدراك الأهمية
الوسائل الاجتماعية	الوسائل التقليدية	وسائل الإعلام مجتمعة	
-	*0,127	0,01	مستوى الاعتماد اعتماد متزايد على الوسائل التقليدية.
**0,461	-	**0,321	اعتماد متزايد على الوسائل الاجتماعية.

(\* دال إحصائياً عند مستوى معنوية 0,05 ودرجة ثقة 95%.)

(\*\* دال إحصائياً عند مستوى معنوية 0,01 ودرجة ثقة 99%.)

تُشير نتائج الجدول السابق إلى عدم وجود ارتباطات دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0,05 ودرجة ثقة 95% بين الاعتماد المتزايد من قبل المبحوثين من المتطوعين، والعاملين بمنظمات المجتمع المدني على وسائل الإعلام التقليدية (الصحف والراديو والتلفزيون) بوصفها مصادر أولية للمعلومات عن جائحة كورونا؛ وإدراكهم لأهمية وسائل الإعلام مجتمعة أي التقليدية والاجتماعية معاً. في تعزيز جهودهم التطوعية لمواجهة جائحة كورونا وتداعياتها السلبية على المجتمع المصري، على حين كان الارتباط إيجابياً ودالاً إحصائياً عند مستوى معنوية 0,05 ودرجة ثقة 95% فيما يتعلق بإدراك المبحوثين لأهمية الدور الاجتماعي لوسائل الإعلام التقليدية؛ ويعني ذلك أن المبحوثين يُميزون بين الإعلام التقليدي والإعلام بأشكاله الأخرى الجديدة والاجتماعية.

على حين كان ثمة تأثير ملموس لمتغير الاعتماد على وسائل الإعلام الاجتماعية في إدراك المبحوثين أنفسهم لأهمية وسائل الإعلام مجتمعة أي التقليدية والاجتماعية معاً. وكذلك الأهمية البالغة لدور الوسائل الاجتماعية في تعزيز جهودهم التطوعية في مواجهة جائحة كورونا. وقد كانت تلك الارتباطات دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0,01 ودرجة ثقة 99%.

ووفقاً للنتائج الحالية فقد تحقق الباحث من صحة الفرض الثاني للدراسة الحالية والقائل بأنه كلما زاد اعتماد المبحوثين على وسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية؛ زاد مستوى إدراكهم لأهمية الدور الاجتماعي لتلك الوسائل في تدعيم جهودهم التطوعية لمواجهة جائحة كورونا.

وتتسق تلك النتيجة مع نظرية رأس المال الاجتماعي التي تؤكد على أن متغير الاعتماد على وسائل الإعلام من قبل المتطوعين سواءً أكانوا أفراداً أم منظمات يزيد بدوره من إيمانهم بأهمية أدوار تلك الوسائل في تنمية رأس المال الاجتماعي، وتدعيم

قدراته على مواجهة الأزمات المجتمعية المختلفة؛ وبخاصة الأزمات الصحية كما هو الحال في جائحة كورونا. (207)

**الفرض الثالث:** يميل المبحوثون- بمحافظتي الدراسة- من المتطوعين والعاملين في منظمات المجتمع المدني بشأن مواجهة جائحة كورونا إلى إعطاء أهمية، ووزن نسبي أعلى للاستخدامات الاجتماعية لوسائل الإعلام في مقابل الاستخدامات العامة والتقليدية لتلك الوسائل.

### جدول (12)

الفروق في متوسطات الاستخدامات العامة والاجتماعية وفقاً للأوزان النسبية

لأهميتهما لدى المبحوثون باختلاف المجال الجغرافي(\*)

نوع الاستخدامات	المجال الجغرافي	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	الخطأ المعياري	قيمة "ت"	مستوى الدلالة
الاستخدامات العامة	محافظة القاهرة	235	2,01	0,721	0,0298	1,93	0,6 غير دال إحصائياً
	محافظة الشرقية	185	2,02	0,699	0,0295		
الاستخدامات الاجتماعية	محافظة القاهرة	235	2,30	0,711	0,0361	12,1	0,021 دال إحصائياً
	محافظة الشرقية	185	2,73	0,523	0,0231		

(\*) درجات الحرية في الجدول = (ن-1) = 420.

تؤكد نتائج الجدول السابق الأهمية البالغة لمتغير "المجال الجغرافي" بوصفه متغيراً بسيطاً في تحديد الاختلافات في استخدامات المتطوعين، والعاملين بمنظمات المجتمع المدني لوسائل الإعلام ما بين الاستخدامات العامة أو التقليدية المتعلقة بالحصول على الأخبار، والتعليم، والتنقيف، والترفيه وذلك في مقابل الاستخدامات الاجتماعية المتعلقة بالتواصل الاجتماعي، والربط بين الأفراد بعضهم بعضاً، والتعارف مع الآخرين سواءً أكانوا أفراداً أم منظمات تعمل في حقل العمل الخيري. وتُشير نتائج الجدول السابق إلى أنه على الرغم من عدم وجود فروق دالة إحصائية بين المبحوثين بكل من محافظتي القاهرة والشرقية فيما يتعلق بالاستخدامات العامة لوسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية إلا أنه كان ثمة اختلافات فيما بينهم على مستوى الاستخدامات الاجتماعية لوسائل الإعلام حيث كان المبحوثون بمحافظة الشرقية أكثر استخداماً لوسائل الإعلام لأغراض التعارف، والتواصل، والترابط مع الآخرين، وتنسيق الجهود التطوعية معهم. وقد كانت الفروق بين المبحوثين في المحافظتين دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0,05 ودرجة ثقة 95%.

ويمكن تفسير ذلك في ضوء السمات العامة للمحافظات حيث تتزايد سمات المدنية، والتباعد الاجتماعي في محافظة القاهرة على حيث يغلب على محافظة الشرقية الطابع الريفي الذي يحمل سمات التقارب الاجتماعي، والميل للتواصل مع الآخرين، والتفاعل والتعاون معهم.

ووفقاً للنتائج الحالية فقد تم التحقق من صحة الفرض الثالث للدراسة والقائل بأن المبحوثين- بالمحافظات محل الدراسة- من المتطوعين والعاملين في منظمات المجتمع المدني بشأن مواجهة جائحة كورونا يميلون إلى إعطاء أهمية، ووزن نسبي أعلى للاستخدامات الاجتماعية لوسائل الإعلام في مقابل الاستخدامات العامة والتقليدية لتلك الوسائل.

**الفرض الرابع:** تُوجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم المبحوثين لدور وسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية في الربط الاجتماعي فيما بينهم في مقابل الربط بينهم وبين الآخرين من المتطوعين، وبين منظمات المجتمع المدني المعنية بمواجهة جائحة كورونا في مصر.

### جدول (13)

الفروق في متوسطات تقييم المبحوثين لدور وسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية في الربط الاجتماعي بين المتطوعين

مستوى الدلالة	قيمة "ت"	الخطأ المعياري	الانحراف المعياري	المتوسط	الوسائل الإعلامية	وظيفة الربط الاجتماعي
0,91	0,9	0,0342	0,821	1,63	الوسائل التقليدية	الربط بين المتطوعين
		0,043	0,798	1,82	الوسائل الاجتماعية	
0,01	12,42	0,0361	0,723	1,92	الوسائل التقليدية	الربط مع المنظمات
		0,0211	0,532	2,61	الوسائل الاجتماعية	

(\* درجات الحرية بالجدول= (ن-1)).

تم اختبار الفرض الحالي باستخدام اختبار "ت" للفروق بين المتوسطات الخاصة بتقييم المبحوثين لأدوار الوسائل التقليدية وتلك الاجتماعية في الربط على المستوى الفردي بين المتطوعين بعضهم بعضاً، وذلك في مقابل الربط على المستوى المؤسسي أي بين المتطوعين ومنظمات المجتمع المدني العاملة في مجال مواجهة جائحة كورونا في محافظتي القاهرة والشرقية.

وقد أجرى الاختبار في ضوء كون العينة متماثلة أي العينة في مجملها مع بعضها بعضاً وهو ما يُعرف باختبار "ت" للعينة ذاتها One-Sample T. Test.

وتشير نتائج الجدول السابق إلى أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييمات المبحوثين لدور كل من الوسائل التقليدية والاجتماعية في الربط الفردي ما

بين المتطوعين. على حين كان ثمة فروق دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0,01 ودرجة ثقة 99% لصالح الوسائل الاجتماعية من حيث قدرتها على ربط الأفراد والمنظمات المدنية مع بعضهم بعضاً مما يجعل دورها الاجتماعي في الربط بين المتطوعين على المستوى المؤسسي متعاضداً مقارنةً بوسائل الإعلام التقليدية. ويمكن تفسير النتيجة الحالية في ضوء المبررات التالية:

- يُقدم الإنترنت والمواقع الإلكترونية المتخصصة بياناتٍ عن المتطوعين، وعن منظمات المجتمع المدني بما يساهم في التواصل الاجتماعي والربط فيما بينهم.
  - تمتلك المواقع الإلكترونية المتخصصة القدرة على طرح آليات لتنسيق الجهود التطوعية الفردية والمؤسسية في مواجهة جائحة كورونا.
  - تُتيح تطبيقات الهواتف الذكية وبخاصة "الواتس آب"، و"سناب شات"، و"سيجنال"، و"إيمو" فرصاً متزايدة للتواصل السريع والفوري بين المتطوعين، وتبادل المعلومات والبيانات فيما بينهم بمرونة ويسر وبسرعة ملحوظة.
  - تحرص العديد من منظمات المجتمع المدني على تصميم صفحات إلكترونية لها على شبكات التواصل الاجتماعي، وبخاصة الفيس بوك وتويتر مما يجعل التواصل معها متاحاً من قبل المتطوعين، وكذلك العاملين في المنظمات والجمعيات الأخرى.
- وفي ضوء النتائج الحالية فقد تم التحقق من صحة الفرض العلمي الرابع للدراسة والقائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم المبحوثين لدور وسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية في الربط الاجتماعي فيما بينهم في مقابل الربط بينهم وبين الآخرين من المتطوعين، وبين منظمات المجتمع المدني المعنية بمواجهة جائحة كورونا في مصر.

**الفرض الخامس:** يختلف المبحوثون في تقييم الأدوار المعرفية، والبنائية، والتدعيمية لوسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية بشأن تعزيز جهودهم التطوعية في مواجهة جائحة كورونا في مصر.

#### جدول (14)

الفروق في متوسطات تقييم المبحوثين للأدوار المعرفية والبنائية والتدعيمية لكل من وسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية معاً

مستوى الدلالة	قيمة "ف"	الخطأ المعياري	الانحراف المعياري	المتوسط	الأدوار الوظيفية	وسائل الإعلام محل الدراسة
0,62 غير دال إحصائياً	2,3	0,0252	0,702	2,23	الدور المعرفي	وسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية معاً
		0,0247	0,691	2,34	الدور البنائي	
		0,0239	0,683	2,39	الدور التدعيمي	

(\* درجات الحرية بالجدول = عدد المجموعات - 1 = 2)

استخدم الباحث تحليل التباين أحادي الاتجاه One-Way ANOVA على العينة ذاتها أي إجمالي تقييمات المبحوثين للأدوار المعرفية، والبنائية، والتدعيمية لوسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية معًا. وفي ضوء التطبيق الحالي تُشير النتائج إلى وجود تقارب في متوسطات التقييمات الإيجابية للأدوار المذكورة بحيث كان الفارق بين القيمتين العليا والدنيا للمتوسط 0,17 فقط. ومن ثم لم تكن ثمة فروق في تقييمات المتطوعين، والعاملين في حقل العمل الخيري بمنظمات المجتمع المدني للدور المعرفي لوسائل الإعلام مجتمعةً ممثلًا في إمدادهم بالمعلومات الطبية الرشيدة والدقيقة عن كوفيد-19 المستجد، والدور البنائي القائم على مساعدتهم في تنمية رأس المال الاجتماعي باجتذاب المتطوعين الجدد، والدور التدعيمي ممثلًا في تعزيز جهودهم التطوعية لمواجهة جائحة كورونا في محافظات، ومدن، وقرى مصر المختلفة.

وإزاء ذلك على الرغم من وجود اتجاهات إيجابية لدى المبحوثين تميل بدورها للقوة نحو الأدوار المعرفية، والبنائية، والتدعيمية لوسائل الإعلام مجتمعة خلال جائحة كورونا إلا أنها لم تكن دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية 0,05 ودرجة ثقة 95%.

وفي ضوء النتائج الحالية لم يتم التحقق من صحة الفرض العلمي الخامس للدراسة والقائل بوجود اختلافات بين المبحوثين في تقييم الأدوار المعرفية، والبنائية، والتدعيمية لوسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية بشأن تعزيز جهودهم التطوعية في مواجهة جائحة كورونا في مصر.

وتجدر الإشارة إلى أن نتائج الجدول رقم (14) تؤكد على التقييم الإيجابي من قبل المتطوعين والعاملين في حقل العمل الخيري لمختلف الأدوار التي تمارسها وسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية في تعزيز جهودهم التطوعية في مواجهة جائحة كورونا في مصر. ويتسق ذلك مع نظرية رأس المال الاجتماعي التي تؤكد على أن الاستفادة من الأدوار الاجتماعية لوسائل الإعلام تتوقف على المدركات الإيجابية لدى المتطوعين لأدوار تلك الوسائل في نشر المعارف، وتنمية رأس المال الاجتماعي، وتدعيم الجهود التطوعية، وآليات العمل الخيري في مجتمع ما من المجتمعات. (208)

#### الخلاصة ومناقشة النتائج:

أكدت الأدبيات العلمية في مجال الإعلام على أهمية دور وسائل الإعلام في تنمية رأس المال الاجتماعي من خلال حث المواطنين على المشاركة في جهود التنمية المستدامة في المجتمع. لذا قام الباحث برصد ودراسة دور وسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية (الشبكات الاجتماعية، وتطبيقات الهواتف الذكية) في تعزيز الجهود التطوعية التي يقوم بها الأفراد، والجمعيات الأهلية الخيرية أو ما يُعرف

بمنظمات المجتمع المدني في كل من محافظتي القاهرة والشرقية؛ وذلك بالتطبيق على جائحة كورونا.

وقد توصلت الدراسة إلي عدة نتائج يمكن مناقشتها في ضوء الإطار النظري للدراسة [نظرية رأس المال الاجتماعي] وفي ضوء نتائج الأديبات السابقة، وتتمثل هذه النتائج فيما يلي:

(1) توصلت نتائج الدراسة الحالية إلى عدم استخدام المبحوثين لوسائل الإعلام التقليدية كمصادر المعلومات الصحية من جائحة كورونا في مصر وتراجع دورها الصحي التوعوي أثناء الأزمات حيث يرونها وسائل تتسم بالتقليدية وعدم التفاعلية ولا تستطيع ربط المتطوعين بعضهم بعضا ويمكن تفسير ذلك في ضوء منافسة وسائل الإعلام الجديدة لهذه الوسائل التقليدية فضلاً عن تراجع ثقة الجمهور فيما تقدمه من معلومات عن هذه الجائحة.

(2) أظهرت نتائج الدراسة ارتفاع كثافة استخدام المبحوثين لوسائل الإعلام الحديثة خاصة وسائل التواصل الاجتماعي (الفيس بوك – وتويتر) وكذلك تطبيقات الهواتف الذكية (الواتس أب – سناب تشات – ماسنجر – سيجنال) وغيرها باعتبارها مصادر مهمة للمعلومات الصحية عن جائحة كورونا في مصر ويمكن تفسير ذلك في ضوء ما تمتلكه وسائل الإعلام الجديدة من إمكانيات تساهم في تعزيز الجهود التطوعية بالإضافة لغياب الشفافية في المعلومات الصحية التي تقدمها الوسائل الإعلامية التقليدية الرسمية عن هذه الجائحة وتطوراتها في مصر.

(3) كشفت نتائج الدراسة عن ارتفاع مستويات اعتماد أفراد عينة الدراسة على الإنترنت وتطبيقات الهواتف الذكية في إعداد وتخطيط وتنفيذ جهودهم التطوعية لمواجهة جائحة كورونا في مصر من خلال توعية المواطنين بمخاطر هذا الفيروس وطرق مكافحته وتقديم الخدمات اللوجستية لهم ومتابعة المتضررين والتخفيف من آثار الجائحة عليهم. ويفسر ذلك في ضوء دور المستحدثات في مجال الإعلام الجديد في تعزيز العمل التطوعي في مصر ويتفق هذه النتيجة مع الأطروحات العلمية لنظرية رأس المال الاجتماعي التي تؤكد أن وسائل الإعلام الجديد أصبحت وسائل مهمة في تدعيم العلاقات الاجتماعية للمتطوعين وتعزيز التواصل بين منظمات المجتمع المدني المعنية بالشئون المجتمعية وعلى رأسها الصحة.

(4) اتفقت نتائج الدراسة الحالية مع بعض نتائج البحوث والدراسات السابقة العربية والأجنبية في أن وسائل الإعلام الجديدة وتطبيقاتها الاجتماعية المختلفة تضطلع بدور صحي توعوي مهم في مصر لمواجهة جائحة كورونا فضلاً عن دورها في ربط المتطوعين بعضهم بعضا والربط بينهم وبين

الجمعيات الخيرية بما يدعم مشاركتهم الفاعلة في مواجهة مختلف الأزمات ومنها جائحة كورونا في مصر بالإضافة إلى دور هذه الوسائل في تنمية رأس المال الإجتماعى وهو ما يتفق مع المقولات العلمية لنظرية رأس المال الاجتماعى.

(5) أكدت نتائج الدراسة على أن أفراد العينة لديهم اتجاهات إيجابية قوية نحو دور كل من الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعى والتطبيقات الاجتماعى للهواتف الذكية فى تعزيز جهودهم التطوعية لمواجهة جائحة كورونا فى مصر فى مقابل وجود اتجاهات ايجابية أقل قوة وغير متكاملة لدور وسائل الإعلام التقليدية فى تعزيز هذه الجهود ويتفق ذلك مع المنطلقات الفكرية لنظرية رأس المال الاجتماعى التى تؤكد أن المتطوعين يحملون تقييمات ايجابية لدور الوسائل المساندة لهم فى عملهم التطوعى سواء كانت وسائل تقليدية أو حديثة.

(6) أثبتت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استخدامات المبحوثين لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة، حيث يفضلون الاستخدامات الاجتماعى لهذه الوسائل لتمكينهم من تنفيذ آليات العمل التطوعى والتواصل والتنسيق مع الجمعيات التطوعية لمواجهة جائحة كورونا وتتفق هذه النتيجة مع مقولات نظرية رأس المال الاجتماعى التى تؤكد أنه كلما زادت الاستخدامات الاجتماعى لوسائل الإعلام زادت مستويات النماء فى رأس المال الاجتماعى.

(7) أظهرت نتائج الدراسة أن المبحوثون أفراد العينة لديهم مدركات إيجابية عن دور وسائل الاعلام لاسيما الجديدة منها فى تدعيم جهودهم التطوعية لمواجهة جائحة كورونا فى مصر فهى تساعدهم على الوصول للمتضررين وتقديم العون لهم فضلاً عن دورها فى تنسيق جهودهم التطوعية بالتنسيق مع منظمات المجتمع المدنى لمواجهة هذه الجائحة وتتفق هذه النتيجة مع المعطيات الفكرية لنظرية رأس المال الاجتماعى التى تؤكد على الأدوار المعرفية والتدعيمية والاتصالية لوسائل الإعلام فى تعزيز الجهود التطوعية وتنمية رأس المال الاجتماعى فى المجتمعات خاصة أوقات الأزمات.

(8) اتفقت نتائج الدراسة الحالية مع بعض نتائج الأدبيات العلمية السابقة فيما يتعلق بدور وسائل الإعلام فى دعم الجهود التطوعية خلال الأزمات التى يتعرض لها المجتمع المصرى ومنها جائحة كورونا، كما أكدت النتائج على دور العوامل والمتغيرات الداعمة على مستوى (الاستخدام – الاعتماد – الثقة) فى المعلومات الصحية التى تقدمها هذه الوسائل والتى تكفل لها تحقيق دورها فى التوعية لمواجهة هذه الجائحة.

(9) أشارت نتائج الدراسة إلى أن المقترح الأبرز لدى أفراد عينة الدراسة لتطويع دور الإعلام فى تعزيز الجهود التطوعية لمواجهة جائحة كورونا هو ان



تخصص هذه الوسائل مساحات ملائمة لنشر ثقافة العمل التطوعي بين المواطنين وطالبو تطوير تطبيقات الهواتف الذكية لمواجهة الأزمات المجتمعية ومنها جائحة كورونا خاصة وأن نتائج الدراسة أبرزت وجود اتجاهات إيجابية من جانب المبحوثون نحو دور الإعلام التقليدي والحديث في تعزيز جهودهم التطوعية وتتفق هذه النتيجة مع المقولات العلمية لنظرية رأس المال الاجتماعي والتي تؤكد على أن مستويات اعتماد واستفادة المتطوعين من خدمات وسائل الإعلام إنما يرتبط باتجاهاتهم الإيجابية نحو تلك الوسائل ودورها في تعزيز جهودهم التطوعية.

(10) أكدت نتائج اختبار الفروض العلمية للدراسة الحالية على ملائمة الإطار النظري للدراسة الحالية والتمثل في نظرية (رأس المال الاجتماعي) بوصفه إطاراً نظرياً ملائماً لتفسير دور وسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية في تعزيز الجهود التطوعية للجمهور المصري، ومنظمات المجتمع المدني بشأن مواجهة جائحة كورونا بالإضافة إلى ملائمتها لتفسير العلاقات بين متغيرات الدراسة الحالية في ضوء الخصوصية الثقافية للمجتمع المصري وفي إطار تقييمات المستفيد النهائي من استخدامها وهو جمهور المتطوعين.

(11) أثبتت نتائج الدراسة صحة فروضها العلمية في ضوء معطيات نظرية رأس المال الاجتماعي التي استندت إليها الدراسة الحالية، حيث ثبت للباحث صحة الفرض العلمي الأول للدراسة كلياً بوجود ارتباط دال إحصائياً بين كثافة استخدام المبحوثين لكل من وسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية وإدراكهم لأهمية الدور الاجتماعي لتلك الوسائل في تدعيم جهودهم التطوعية لمواجهة جائحة كورونا.

(12) تم التحقق من صحة الفرض العلمي الثاني للدراسة كلياً والقائل كلما زاد اعتماد المبحوثين على وسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية زاد مستوى إدراكهم لأهمية الدور الاجتماعي لتلك الوسائل في تدعيم جهودهم التطوعية لمواجهة جائحة كورونا.

(13) أثبتت نتائج الدراسة صحة الفرض العلمي الثالث للدراسة كلياً والقائل يميل المبحوثون بمحافظتي الدراسة من المتطوعين والعاملين في منظمات المجتمع المدني بشأن مواجهة جائحة كورونا إلى اعطاء أهمية ووزن نسبي أعلى للإستخدامات الاجتماعية لوسائل الإعلام في مقابل الاستخدامات العامة والتقليدية لتلك الوسائل.

(14) تحقق الباحث من صحة الفرض العلمي الرابع للدراسة كلياً حيث أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم المبحوثون لدور وسائل

الإعلام التقليدية والاجتماعية فى الربط بينهم وبين الآخرين من المتطوعين وبين منظمات المجتمع المدنى المعنية بمواجهة جائحة كورونا فى مصر.

(15) لم يتم التحقق من صحة الفرض العلمى الخامس للدراسة حيث ثبت عدم وجود فروق فى تقييم الأدوار المعرفية، والبنائية، والتدعيمية لوسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية بشأن تعزيز جهودهم التطوعية فى مواجهة جائحة كورونا فى مصر.

وقد توافقت نتائج الدراسة الحالية مع المقولات العلمية لنظرية "رأس المال الاجتماعى" والتي تؤكد على الأهمية البالغة لدور الإعلام سواءً التقليدي أم الاجتماعى فى تنمية رأس المال الاجتماعى، وفى تعزيز جهود الأفراد والمنظمات التطوعية لمواجهة الأزمات فى مجتمع ما من المجتمعات. كما تم التحقق من صحة تلك المقولات العلمية على المجتمع المصرى بالتطبيق على جائحة كورونا. وإن كانت النتائج فى معظمها تشير إلى تفوق الوسائل الاجتماعية على تلك التقليدية فى تعزيز التواصل، والترابط، والتنسيق بين المتطوعين فى مصر لمواجهة جائحة كورونا سواءً أكانوا أفراداً أم منظمات- أي جمعيات أهلية.

#### توصيات الدراسة:

فى ضوء ما توصلت إليه الدراسة الحالية من نتائج يقترح الباحث مجموعة من التوصيات التى يمكن فى حالة تنفيذها أن تساهم إلى حد ما فى تطوير دور وسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية لتفعيل الجهود التطوعية لأفراد المجتمع ومنظمات المجتمع المدنى لمواجهة الأزمات المجتمعية الطارئة ومنها جائحة كورونا.

1. أن تسعى وسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية دائماً إلى توعية كافة أفراد المجتمع بأهمية العمل التطوعى وضرورة المشاركة فيه وإبراز عوائده على الفرد والمجتمع.
2. أن تخصص الإذاعة والتليفزيون برامج وحملات إعلامية توعوية لنشر ثقافة العمل التطوعى وأن يتم تخصيص مواقع وصفحات خاصة للترويج لأهمية العمل التطوعى، عبر شبكات التواصل الاجتماعى.
3. يمكن القيام بمبادرة وطنية من خلال تعاون وسائل الإعلام كافة ومنظمات المجتمع المدنى، وكذلك المؤسسات الحكومية المعنية بالعمل التطوعى لتشجيع أفراد المجتمع المصرى للمشاركة فى الجهود التطوعية لمواجهة أكبر جائحة فى العالم وهى جائحة كورونا.
4. يجب ألا تقتصر أنشطة المجتمع المدنى على الطابع الموسمي فى أوقات محددة ويغلب طابع الركود على أنشطتها التطوعية فى أوقات أخرى كما يجب عليها الا

تركز على استخدام وسائل إعلامية محددة وتغفل عن استخدام وسائل إعلامية أخرى في ممارسة جهودها التطوعية.

5. على منظمات المجتمع المدني الاستفادة من تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تنسيق الجهود التطوعية بينهم وتوضيح حجم وانجازات وحاجات العمل التطوعي الأهم في المجتمع في ظل ما يواجهه من أزمات وبائية كجائحة كورونا.

6. من الضروري توفير الدعم المادى والمعنوى باستمرار لمنظمات المجتمع المدني لمساعدتها على انجاز وتحقيق أهدافها وجهودها التطوعية لتتمكن من المشاركة الفعالة في مواجهة الأزمات المجتمعية.

7. على منظمات المجتمع المدني الاستفادة من تكنولوجيا الاتصال والمعلومات المستحدثة في ممارسة جهودها التطوعية خاصة وأن استخدامها لها لا يزال يتصف بالمحدودية وذلك من خلال إنشاء مواقع الكترونية لها على الويب وتحديثها بصفة مستمرة وتعريف متابعيها بأنشطتها غير الربحية ونسب التفاعل مع أنشطتها لتفعيل جهودها التطوعية والنهوض بالمجتمع.

8. تطوير أدوات وآليات قياس اتجاهات المتطوعين، والناشطين اجتماعيًا نحو الأدوار المساندة للإعلام في تعزيز جهودهم التطوعية من خلال الاعتماد في القياس على الأدوات الكيفية ومنها: التقارير الذاتية، والمقابلات المتعمقة، وجماعات النقاش المركز.

ما تثيره الدراسة من بحوث مستقبلية:

1. يقترح الباحث إجراء دراسة تحليلية مقارنة للمواقع الالكترونية لمنظمات المجتمع المدني المعنية بالعمل التطوعي (المصرية – العربية) لرصد أوجه التشابه والاختلاف في دورهم لمواجهة الأزمات المستجدة في المجتمع ومنها جائحة كورونا والاستفادة من نتائجها في تطوير الجهود التطوعية بين أفراد المجتمع لمواجهة هذه الجائحة.

2. إجراء دراسات مستقبلية استشرافية تقدم قواعد معلوماتية لصناع القرار في مصر حول آليات استثمار وسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية للاستفادة من خدماتها في تعزيز الجهود التطوعية لمواجهة جائحة كورونا.

3. يمكن إعادة تطبيق نظرية رأس المال الاجتماعى التى استخدمتها الدراسة الحالية على قطاعات نوعية أخرى من مستخدمي وسائل الإعلام التقليدية – والاجتماعية فى مصر مثل جمهور (المرأة العاملة وغير العاملة – شباب الريف المتعلم والأمى – عمال المصانع – وغيرهم) لرصد دورها فى دعم الجهود التطوعية لهذه القطاعات النوعية لمواجهة جائحة كورونا.

4. إجراء دراسة مقارنة على المواقع الإلكترونية لوسائل الإعلام التقليدية (الصحف والراديو والتلفزيون) في مقابل الصيغة التقليدية لتلك الوسائل؛ وقياس الفروق في اتجاهات المتطوعين، والعاملين في حقل العمل الخيري في مصر نحو النمطين الإلكتروني والتقليدي لتلك الوسائل بشأن أدوارهما الاجتماعية في تعزيز جهودهم التطوعية نحو الأزمات المستقبلية ومنها جائحة المياه على سبيل المثال.
5. إجراء دراسة كيفية بشأن القبول الاجتماعي للتكنولوجيا ودوره في تنمية رأس المال الاجتماعي في مصر بالتطبيق على تطبيقات الهواتف الذكية، وبخاصة "الواتس آب"، و"سناب شات"، و"سيجنال"، و"إيمو" وغيرها.
6. إجراء دراسات مسحية حول دور شبكات التواصل الاجتماعي والشبكات المصوّرة كاليوتيوب وانستجرام في تعبئة المواطنين المصريين للمشاركة في جهود التنمية المستدامة في مصر؛ وفي مواجهة الأزمات التي قد يتعرض لها المجتمع المصري في المستقبل.

## مراجع الدراسة

- 1- الجمعيات والمؤسسات الأهلية في مصر – متاح على الرابط الإلكتروني التالي:  
(Online), Available at: <http://www.cairo.gov/eg/ar/lmp%201-Lahlya-details.aspx?ID=3>. Date of search 24/5/2021.
- 2- اليوم العالمي للمتطوعين، متاح على الرابط الإلكتروني التالي:  
(Online), Available at: [www.UN.org/ar/events/volunteeringday/background-Shtml](http://www.UN.org/ar/events/volunteeringday/background-Shtml). Date of search, 25/5/2021.
- 3- عصام بدرى أحمد محمد، التدخل المهني لطريقة تنظيم المجتمع لتنمية اتجاهات مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي نحو التطوع الإلكتروني، *مجلة دراسات الخدمة الاجتماعية والعلوم الإنسانية*، العدد (53)، المجلد (1)، يناير 2021، ص 1-42.
- 4- نوره أحمد يوسف، استخدام المؤسسات التطوعية الإماراتية لمواقع التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة العمل التطوعي، *مجلة بحوث العلاقات العامة*، العدد (26)، المجلد (2)، 2020، ص 68 – 91.
- 5- أوقاسى صابرة، دور مواقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" في تفعيل العمل الجمعي، دراسة حالة لجمعيات ولاية تيزازة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجبلاني بونعامة، قسم العلوم الإنسانية، 2019.
- 6- بن عاشور صبرية، دور شبكات التواصل الاجتماعي في توعية الشباب بالعمل التطوعي، دراسة ميدانية على جمهور جمعية الإحسان والتضامن سعيدة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الطاهر مولاى سعيدة، قسم العلوم الإنسانية، 2018.
- 7- مرهون فريال، دور الإنستجرام في تحفيز الشباب الجامعي على العمل التطوعي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف – قسم علوم الإعلام والاتصال، المسيلة، 2019.
- 8- منتهى الكيلاني، دور الفيسبوك في نشر ثقافة العمل التطوعي، دراسة مسحية على عينة من طلبة الجامعات الأردنية في مدينة عمان، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2019.
- 9- مجدى الداغر، دور شبكات التواصل الاجتماعي في دعم العمل التطوعي لدى الشباب الجامعي في أوقات الأزمات في المملكة العربية السعودية في ضوء نظرية رأس المال الاجتماعي، *مجلة مجتمع وسائل الإعلام العربية*، المجلد (26)، 2018، ص 1-37.
- 10- وليد حدادي، التطوع الإلكتروني عبر الشبكات الاجتماعية، رؤية إستراتيجية إعلامية لتعزيز قيم المواطنة، *مجلة السراج في التربية وقضايا المجتمع*، العدد 25، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الشهيد حمه لخضر، الجزائر، 2017، ص 1710-184.
- 11- إيمان عبد الرازق، دور تطبيق إنستجرام في تحفيز الشباب البحريني على العمل التطوعي، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأهلية، مملكة البحرين، 2017.
- 12- سمية بوحادة، الإعلام الجديد وتنمية العمل التطوعي، المؤتمر العلمي الرابع حول القانون والأعلام والتنمية المستدامة، 23 - 24 إبريل 2017، كلية الحقوق، جامعة طنطا، المجلد (1)، ص 92 – 128.
- 13- أمينة فوضيلي، دور الفيسبوك في تفعيل العمل التطوعي للمنخرطين في مجموعة شباب الخير التطوعية بالجلفة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف، قسم علوم الإعلام والاتصال، المسيلة، 2016.

- 14- أمل حسين القحطاني، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تفعيل التطوع الإلكتروني من وجهة نظر خريجات جامعة الأميره نوره، *مجلة الدراسات التربوية والإنسانية، كلية التربية، جامعة دمنهور، المجلد السابع، العدد الثاني، 2015، ص ص 273 - 312.*
- 15- مجدى الداغر، تأثيرات الإعلام الجديد وانعكاساته على اتجاهات الشباب الجامعي نحو ظاهرة التطوع في المملكة العربية السعودية، دراسة ميدانية، *مجلة علوم الإنسان والمجتمع، العدد (12)، نوفمبر 2014، ص ص 205 - 271.*
- 16- نوره ماجد العشاى، دور تويتر في تشجيع العمل التطوعى بين الشباب فى مدينة الرياض، *رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة الملك سعود، 2014.*
- 17- أفنان محمد شعبان، فاعلية القنوات القضائية فى نشر ثقافة العمل التطوعى بين الشباب، دراسة تطبيقية، *مجلة بحوث السوق وحماية المستهلك، المجلد (11)، العدد (43)، 2019، ص ص 48 - 73.*
- 18- أحمد محمد قبلان الشهوان، دور التلفزيون الأردني فى تنمية العمل التطوعى من وجهة نظر الشباب، *رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2017.*
- 19- داليا خلف الله يونس، المنظمات التطوعية ومدى استفادتها من وسائل الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي، دراسة حالة على منظمة الزبير الخيرية، *رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية الدراسات العليا، معهد تنمية الأسرة والمجتمع، 2017.*
- 20- عيله بر قرارى، استخدام وسائل الإعلام لتفعيل العمل التطوعى للجمعيات فى الجزائر، دراسة على جمعيتى الهلال الأحمر الجزائرية والإرشاد والإصلاح بولاية بسكرة، *المؤتمر العلمى الأول حول الخيارات الكفيلة بتنمية واستدامة رأس المال الاجتماعى، 8-10 أكتوبر، 2017، جامعة التكوين المتواصل، خنشلة، الجزائر، المجلد (22)، ص ص 61 - 91.*
- 21- زعمون خذير، دور الإذاعة المحلية فى دعم العمل التطوعى فى المجتمع المحلى: إذاعة المسيلة نموذجاً، *رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف، قسم علوم الإعلام والاتصال، المسيلة، 2016.*
- 22- Elizabeth N. Shap, (2020), "Examination of How Social Media can Inform the Management of Volunteers during a Flood Disaster". **Journal of Flood Risk Management**, Vol. 13, Issue, 4. pp. 38 - 52.
- 23- Hjalmar, K. et al., (2020), "Solidarity and Volunteering during the COVID-19 Crisis in Denmark": The impact of social networks and social media groups on the distribution of support", **M.A., Department of Sociology, University of Copenhagen.**
- 24- Young-Joo Lee, (2019), Face booking Alone? Millennials, "Use of Social Network Sites and Volunteering, Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly, **SAGE Journals Publications.** PP63-78.
- 25- Harnng Lun Shirleen, (2018), "Volunteering on Facebook and Instagram". Photography and Social Media in Construction, The Third World Experience, **SAGE Publications**, pp: 103-115.
- 26- Sahar Geber et al., (2018), "Social Capital in Media Societies: The impact of media use and media structures on social capital", **SAGE, Journal of International Communication Gazette**, Vol. 78, Issue. 6, pp. 493 - 513.

- 27- Agnes Gulyas, (2018), "Social Media and Community Volunteering", **Seed Project Final Report**, February, PP., 1 - 17.
- 28- Amy, J. Connolly, (2014), "The use of Effectiveness of Online Social Media in Volunteer Organizations". **Unpublished Phd. Dissertation**, Department of Information Systems & Decision Sciences, College of Business, University of South Florida.
- 29- Sahar Conroy and Alicia Williams, (2014), "Use of Internet, Social Networking Sites and Mobile Technology for Volunteerism", Implications for Volunteer Recruitment and Engagement, **AARP-APRIL**, pp. 1 - 16.
- 30- Hsuan-Ting Chen, (2017), "The Contribution of Mobile Social Media to Social Capital and Psychological Well-Being": Examining the Role of Communicative use Friending and Self-Disclosure. **Journal of Computers and Human Behavior**, Vol. 75, Oct., pp. 958 - 965.
- 31- Stephanie Child. K. (2016), "Social Capital and Social Networks: The Importance of Social Ties for Health Among Residents of Disadvantaged communities", **Theses and Dissertations**, Department of Health, Education and Behavior, University of South Carolina.
- 32- Anderson Verk. K. Von, (2020), "The Role of Traditional News Media in the Age of COVID-19", **Unpublished Phd**, Faculty of Information & Media Studies, Western University, Canada.
- 33- Jinane karam, H. Loven. (2020), "The Role of Radio & T.V. during COVID-19 Pandemic", **Journal of International Communication Gazette**, Vol. 83: Issue 11, pp. 219 - 234.
- 34- Nishu Ayedee & Sanjay Mancocha, (2020), "Role of Media (T.V) in Creating a Positive Atmosphere in COVID-19 During Lockdown in India", **Asian Journal of Management**, Vol. 11, Issue-04. Oct. – Dec., pp: 219 - 236.
- 35- Saurabh Sumba V. (2020), "The Role of Mass Media & Communication During Pandemic COVID-19", **International Journal of Creative Research Thoughts**, Vol. 8, Issue. 5, May, pp: 3786 - 3799.
- 36- Wallace Chipidza et al., (2020), "Traditional and Social Media News Coverage of the Early COVID-19 Pandemic and Implications for Public Health Communication", **Unpublished Phd**, School of Community and Global Health Center for Information Systems and Technology, Claremont University.

37- نوره يوسف، (2020)، مرجع سابق، ص 78.

38- اوقاسي صابرة، (2019)، مرجع سابق، ص ص 19 - 20.

39- مجدى الداغر، (2018)، مرجع سابق، ص ص 8 - 11.

40- إيمان عبد الرازق، (2017)، مرجع سابق، ص ص 14-17.

41- أمل حسين القطحاني، (2015)، مرجع سابق، ص ص 281-284.

- 42- منتهى الكيلاني، (2019)، مرجع سابق، ص ص 9-12.  
43- بن عاشور صبرية، (2018)، مرجع سابق، ص ص 25-28.  
44- مرهون فريال، (2019)، مرجع سابق، ص ص 16-19.  
45- داليا خلف الله، (2017)، مرجع سابق، ص ص 59-61.  
46- زعمون خذير، (2016)، مرجع سابق، ص ص 7-9.  
47- أحمد قبلان، (2017)، مرجع سابق، ص ص 23-26.  
48- Elizabeth. (2020), **Op-Cit**, PP. 42-44.  
49- H. Jalmar. (2020), **Op-Cit**, PP. 6-7.  
50- Young Joo. (2019), **Op-Cit**, PP. 65-66.  
51- Hamg Luh Sin. (2018), **Op-Cit**, PP. 107-109.  
52- Sahar et al., (2016), **Op-Cit**, PP. 496-497.  
53- Hamg Luh Sin. (2018), **Op-Cit**, PP. 107-109.  
54- Sahar et al., (2016), **Op-Cit**, PP. 496-497.  
55- Amy, J. Connolly. (2014), **Op-Cit**, PP. 8-9.  
56- بن عاشور صابرية، (2018)، مرجع سابق، ص ص 12 - 22.  
57- مجدى الداغر، (2018)، مرجع سابق، ص ص 21-13.  
58- إيمان عبد الرازق (2018)، مرجع سابق، ص 19.  
59- زعمون خذير، (2016)، مرجع سابق، ص 9.  
60- منتهى الكيلاني، (2019)، مرجع سابق، ص 33.  
61- مرهون فريال، (2019)، مرجع سابق، ص 21.  
62- داليا خلف الله، (2017)، مرجع سابق، ص 4.  
63- محمد قبلان، (2017)، مرجع سابق، ص 28.  
64- أوقاسى صابرة، (2019)، مرجع سابق، ص 24.  
65- أمينه فوضيلي، (2016)، مرجع سابق، ص 19.  
66- Elizabeth. (2020), **Op-Cit**, P. 46.  
67- Young, Joo. (2019), **Op-Cit**, P. 68.  
68- Harng Luh. (2018), **Op-Cit**, P. 111.  
69- Hsuan Ting. (2017), **Op-Cit**, P. 498.  
70- Sahar et al., (2016), **Op-Cit**, P 498.  
71- منتهى الكيلاني، (2019)، مرجع سابق، ص 34.  
72- مرهون فريال، (2019)، مرجع سابق، ص 24.  
73- داليا خلف الله، (2017)، مرجع سابق، ص ص 64-65.  
74- محمد قبلان، (2017)، مرجع سابق، ص 29.  
75- أوقاسى صابرة، (2019)، مرجع سابق، ص 26.  
76- مجدى الداغر، (2018)، مرجع سابق، ص ص 12-13.  
77- زعمون خذير، (2016)، مرجع سابق، ص 10.  
78- أمل حسين القطحاني، (2015)، مرجع سابق، ص 285.  
79- Elizabeth. (2020), **Op-Cit**, PP. 46 - 47.  
80- Hjalmar. (2020), **Op-Cit**, PP. 7 - 8.  
81- Hamg Luh. (2018), **Op-Cit**, P. 963.  
82- Sahar Conro. (2014), **Op-Cit**, P. 6.



- 83- Amy-J. Connolly. (2014), **Op-Cit**, PP. 5-6.
- 84- مرهون فريال، (2019)، مرجع سابق، ص 25.
- 85- منتهى الكيلاني، (2018)، مرجع سابق، ص ص 36-37.
- 86- مجدى الداغر، (2018)، مرجع سابق، ص 13.
- 87- داليا خلف الله، (2017)، مرجع سابق، ص 65.
- 88- زعمون خذير، (2016)، مرجع سابق، ص 11.
- 89- اوقاسى صابرة، (2019)، مرجع سابق، ص 27.
- 90- Hjalmar. (2020), **Op-Cit**, P. 9.
- 91- Wallace. C. (2020), **Op-Cit**, P. 13.
- 92- Young Joo. (2019), **Op-Cit**, P. 69.
- 93- Sahar et al., (2016), **Op-Cit**, P. 499.
- 94- Hsuan Ting. (2017), **Op-Cit**, P. 962.
- 95- Hamg Lah. (2018), **Op-Cit**, P. 112.
- 96- Amy. J. Connelly. (2014), **Op-Cit**, P. 7.
- 97- Elizabeth. (2020), **Op-Cit**, P. 48.
- 98- Stephanie. (2016), **Op-Cit**, P. 11.
- 99- Agnes Gulyas. (2015), **Op-Cit**, P. 6-7.
- 100- Sahar Conroy. (2014), **Op-Cit**, P. 8.
- 101- Hjalmar. (2020), **Op-Cit**, PP. 10 - 11.
- 102- بن عاشور بن صابره، (2018)، مرجع سابق، ص ص 78-79.
- 103- مجدى الداغر، (2018)، مرجع سابق، ص ص 18-19.
- 104- Ting Cheng. (2017), **Op-Cit**, P. 966.
- 105- أوقاسى صابرة، (2019)، مرجع سابق، ص ص 91-92.
- 106- Young, Lee. (2019), **Op-Cit**, P. 71.
- 107- Sahar et al., (2018), **Op-Cit**, P. 507.
- 108- أمنية فوضيلي، (2016)، مرجع سابق، ص ص 48-49.
- 109- بن عاشور صابرة، (2018)، مرجع سابق، ص ص 81-82.
- 110- مجدى الداغر، (2018)، مرجع سابق، ص ص 26-27.
- 111- Agnes Gulyas. (2016), **Op-Cit**, P. 12.
- 112- Amy. J. Connolly. (2014), **Op-Cit**, P. 9.
- 113- Elizabeth. (2020), **Op-Cit**, p49.
- 114- Hjalmar. (2020), **Op-Cit**, P. 11.
- 115- Ting Chen. (2017), **Op-Cit**, P. 697.
- 116- إيمان عبد الرازق، (2017)، مرجع سابق، ص 98.
- 117- عبلة بزقرارى، (2017)، مرجع سابق، ص ص 81-82.
- 118- Elizabeth. (2020), **Op-Cit**, P. 50.
- 119- اوقاسى صابرة، (2019)، مرجع سابق، ص 94.
- 120- زعمون خابر، (2016)، مرجع سابق، ص 78.
- 121- Sahar Conreg. (2014), **Op-Cit**, P. 10.
- 122- مرهون فريال، (2019)، مرجع سابق، ص 116.
- 123- إيمان عبد الرازق، (2017)، مرجع سابق، ص 102.

- 124- بن عاشور صابرية، (2018)، مرجع سابق، ص 89.  
125- مجدى الداغر، (2018)، مرجع سابق، ص 28.  
126- Elizabeth. (2020), **Op-Cit**, PP. 50 - 51.  
127- أوقاسى صابرة، (2019)، مرجع سابق، ص 95.  
128- Agnes Galyas. (2015), **Op-Cit**, P. 13.  
129- أمنية فوزيلى، (2016)، مرجع سابق، ص 54.  
130- Anderson. (2020), **Op-Cit**, P.58.  
131- Jinane. (2020), **Op-Cit**, P. 229.  
132- أفنان شعبان، (2019)، مرجع سابق، ص 68.  
133- Ting Chen. (2017), **Op-Cit**, P.  
134- زعمون خابر، (2016)، مرجع سابق، ص 79.  
135- Elizabeth. (2020), **Op-Cit**, P. 52.  
136- Hjalmar. (2020), **Op-Cit**, P. 12.  
137- إيمان عبد الرازق، (2017)، مرجع سابق، ص 99.  
138- عيلة بزقارارى، (2017)، مرجع سابق، ص 86.  
139- أفنان شعبان، (2019)، مرجع سابق، ص 69.  
140- أحمد قبلان، (2017)، مرجع سابق، ص 72.  
141- Stephanie. (2016), **Op-Cit**, P. 12.  
142- Amy, J. Connolly. (2014), **Op-Cit**, P. 10.  
143- نوره العشاى، (2014)، مرجع سابق، ص 96.  
144- سمية بوحداء، (2017)، مرجع سابق، ص 22.  
145- منتهى الكيلانى، (2019)، مرجع سابق، ص 89.  
146- Stephenie. (2016), **Op-Cit**, PP. 12-13.  
147- أمل حسين القحطانى، (2015)، مرجع سابق، ص 302.  
148- Amy. J. Connolly. (2014), **Op-Cit**, P. 11.  
149- أوقاسى صابرة، (2019)، مرجع سابق، ص 96.  
150- Sahar et al., (2018), **Op-Cit**, P. 508.  
151- أمينه فوزيلى، (2016)، مرجع سابق، ص 70.  
152- Agnes Gulyas. (2016), **Op-Cit**, P. 16.  
153- أمل حسن القحطانى، (2015)، مرجع سابق، ص 304.  
154- Amy. J. Connolly. (2014), **Op-Cit**, P. 12.  
155- Anderson. (2020). **Op-Cit**, P. 63.  
156- مرهون فريال، (2019)، مرجع سابق، ص 116-117.  
157- منتهى الكيلانى، (2019)، مرجع سابق، ص 91.  
158- Amy J. Connolly. (2014), **Op-Cit**, P. 13.  
159- منتهى الكيلانى، (2019)، مرجع سابق، ص 93.  
160- أوقاسى صابرة، (2019)، مرجع سابق، ص 98.  
161- مرهون فريال، (2019)، مرجع سابق، ص 118.  
162- Anderson. (2020), **Op-Cit**, P. 66.  
163- Jinane. (2020). **Op-Cit**, P. 226.  
164- Sauriath. (2020), **Op-Cit**, P. 3793.

- 165- Stephanie. (2016), **Op-Cit**, P. 14.
- 166- The World Meters Report. (2021), Corona Virus Disease Worldwide Statistics, (Online), Available at: <https://www.worldmeters.info/coronavirus>. Date of Search: 5/6/2021.
- 167- الهيئة العامة للاستعلامات، إحصائيات فيروس كورونا في مصر، متاح على الرابط الإلكتروني التالي:  
<https://www.sis.gov.eg/story/204969%D8%A5%D8%AD%D8%B5%D8%A7%D8%A6%D9%8A%D8%A7%D8%AA-D9%81%D8%A%D8B1%D9%88%D8%B3-%D9%83D9%88%B1D9%88%D9%86%D8A77-%D9%81%D9%8A-%D9%85%D8%B5%D8%B1?lang=ar>, Date of Search: 7/6/2021.
- 168- The World Health Organization. (2020), "Timeline of WHO's Response COVID-19", (Online), Available at: <https://www.who.int/news/item/29-06-2020-covidtimeline>, Date of Search: 17/11/2020.
- 169- Luca Andriani. (2013), "Social Capital: A Road Map of Theoretical Framework and Empirical Limitations", (Online), available at: <http://www.bbk.ac.uk/management/docs/workingpapers/WP1.Pdf>, PP. 1-3, Date of Search: 11/5/2021.
- 170- Dhavan V. Shah., Nojin Kwark., and R. Lance Holbert. (2001), "Connecting and Disconnecting, with Civic Life: Patterns of Internet Use and the Production of Social Capital, **Political Communication**, Vol. 18, PP. 1-3-144.
- 171- Julia Hauberer. (2011), "Social Capital Theory: Towards A Method Logical Foundation", **1<sup>st</sup> Edition, (Germany, VS Research)**, P. 35.
- 172- Luca Andriani. (2013), **Op-Cit**, PP. 7-8.
- 173- Robert Putnam. (2010), "Social Capital: Measurement and Consequences", (Online), Available at: <http://www.oecod.org/innovation/research/1825848.pdf>, PP. 6-8. Date of Search 12/5/2021.
- 174- Julia Hauberer. (2011), **Op-Cit**, P. 57.
- 175- Dhavan V. Shah., Nojin Kwak. and R. Lance Holbert. (2001), **Op-Cit**, PP. 156 - 158.
- 176- Sarah Geber., Helmut Scherer, and Dorothee Hefner. (2016), "Social Capital in Media Societies: The Impact of Media Use and Media Structures on Social Capital, **International Communication Gazette**", Vol. 78, No. 6, PP. 493 - 513.
- 177- Songa Utz., & Nicole Muscanell. (2015). "Social Media and Social Capital to the Special Issue", (Online), Available at: <https://www.researchgate.net/publication/276543785>. Social Media - and Social Capital Introduction to the Special Issue Link 56c6f21408ae0d3blb635odf/ Download.pdf, Date of Search 14/5/2021.
- 178- Robert Putnam. (2010), **OP-Cit**, PP. 8-10.

- 179- Julia Hauberer. (2011), **Op-Cit**, PP. 75-78.
- 180- الاتحاد العام للجمعيات الأهلية في مصر، متاح على الرابط الإلكتروني التالي:  
(Online), Available at: <http://www.fngo.org.eg/NGO/static Content/view.aspx?D=1937428>. Date of Search: 16/5/2021.
- 181- \*\*أسماء السادة المحكمين مرتبة هجائياً:  
-أ.د./ بركات عبد العزيز، أستاذ الإعلام بكلية الإعلام، جامعة القاهرة.  
- أ.د/ حسنى على، أستاذ الإعلام بكلية الإعلام، جامعة قناة السويس.  
-أ.د/ خالد صلاح الدين، أستاذ الإعلام بكلية الإعلام، جامعة القاهرة.  
-أ.د/ عادل فهمي، أستاذ الإعلام بكلية الإعلام، جامعة القاهرة.  
-أ.د/ محمد معوض، أستاذ الإعلام بكلية الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.  
-أ.د/ محمود حسن إسماعيل، أستاذ الإعلام بكلية الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.
- 184-\*\*\*أسماء السادة المساعدين للباحث في إجراء اختبار الثبات:  
-د./إيمان ناجي، مدرس الإذاعة والتلفزيون بقسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة الزقازيق.  
-د./محمود عبد اللطيف، مدرس الإذاعة والتلفزيون بقسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة الزقازيق.
- 185- W. Russell Newman. (2011), Media Technology and Society: Theories of Media Evaluation, "Series" Digital Culture e-book, PP. 19 - 21.<http://dx.doi.org/103998/dcbook.8232214.00D1001DOI>.
- 186- Robert Putman. (2016), **Op-Cit**. PP. 11 - 12.
- 187- Elizabeth. (2016), **Op-Cit**, P. 53.
- 188- أوقاسي صابرة، (2019)، مرجع سابق، ص 96.
- 189- Sahar et al., (2018), **Op-Cit**, P. 509.
- 190- Ting Chen. (2017), **Op-Cit**, P. 968.
- 191- Sahar Geber. (2016), **Op-Cit**, P. 503.
- 192- Dhavan V. Shah., Nojin Kwak and R. Lance. (2001), **Op-Cit**, P. 11.
- 193- نور أحمد يوسف، (2020)، مرجع سابق، ص 86
- 194- Agnes Gulyas. (2015), **OP-Cit**, P. 17.
- 195- Amy. J. Connolly. (2014), **Op-Cit**, P. 14.
- 196- Songa Utz & Nicole Muscanell. (2015), **Op-Cit**, P. 14.
- 197- Hjalamar et al., (2020). **Op-Cit**, P. 12.
- 198- مرهون فريال وآخرون، (2019)، مرجع سابق، ص 119.
- 199- إيمان عبد الرازق، (2017)، مرجع سابق، ص 100.
- 200- أمانة فوضيلي، (2016)، مرجع سابق، ص 55.
- 201- Sahar Conroy. (2014), **Op-Cit**, P. 10.
- 202- Luca Andriani. (2013), **OP-Cit**, P. 9.
- 203- Songa Utz, & Nicole Muscanell. (2015), **Op-Cit**, P. 15.
- 204- Robert, Putman. (2010), **Op-Cit**, PP. 12-13.
- 205- Hjalamar et al., (2020), **Op-Cit**, P. 3.
- 206- Young Joo. (2019), **Op-Cit**, P. 72.
- 207- Songa Utz, & Nicole Muscanell. (2015), **Op-Cit**, P. 15.
- 208- Dhavan V. Shah., Nojin Kwak and R. Lance. (2001), **Op-Cit**, P. 11.