

دور وسائل الإعلام فى نشر الوعى بجائحة كورونا

دراسة ميدانية على عينة من الجمهور المصرى

د.رباب جلال محمد البصراى

مدرس علم الاجتماع - كلية التربية - جامعة عين شمس

تسعى الدراسة الراهنة للتعرف على دور وسائل الإعلام فى نشر الوعى بجائحة كورونا من خلال إستطلاع رأي عينة من الجمهور المصرى ، لمعرفة كيف ساعدت هذه الوسائل فى تشكيل وعى المواطنين بحقيقة ما يحدث حولهم من تطورات انتشار الوباء، وكيفية الوقاية من الإصابة به، وتدرج الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، حيث اعتمدت على منهج المسح الاجتماعى بالعينة، من خلال التطبيق على عينة من الجمهور المصرى من سكان محافظة القاهرة، وقامت الباحثة باستخدام أداة المقابلة المقننة، باعتبارها الأداة الأنسب لجمع مادة علمية من جمهور متنوع، يشتمل على مستويات تعليمية متفاوتة، وقامت الباحثة باختيار عينة غير احتمالية باستخدام أسلوب عينة كرة الثلج قوامها ٣٠٠ مفردة بحثية موزعة بالتساوى على ثلاثة أحياء بمدينة القاهرة هى (المهندسين- حدائق القبة- شبرا الخيمة) بواقع ١٠٠ مفردة بحثية لكل حي سكنى، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج كان أهمها أن وسائل الإعلام جاءت فى مقدمة المصادر التى أمدت المواطن بمعارف ومعلومات حول الجائحة، وجاء الإعلام الجديد متفوقاً على الإعلام التقليدي، وجاء الفيس بوك متقدماً على كافة وسائل التواصل الاجتماعى فى مد الجمهور المصرى بالمعارف والمعلومات حول جائحة كورونا، فوسائل الإعلام المصرية لعبت دوراً بارزاً فى تعريف المواطن بأبعاد الجائحة والمخاطر التى يمكن أن تنجم عنها، حيث قدمت معلومات كافية وواقية وموثقة بالأدلة والبراهين حول الجائحة وضرورة مواجهتها .

كذلك أثبتت الدراسة أن الجمهور قد قام باتخاذ إجراءات إحترازية بشكل مباشر بعد حصوله على المعلومات والمعارف، ذلك لثقتة فيما تقدمه وسائل الإعلام من معلومات حول جائحة كورونا، وهو ما يعبر عن إتخاذ موقف إيجابى حيال الجائحة، وهو ما يدعم رؤية النظرية البنائية الوظيفية التى ترى أن النسق الإعلامى يؤدي وظيفة رئيسية فى نشر الوعى بقضايا ومشكلات المجتمع، وهو ما يؤدي فى النهاية إلى الحفاظ على وحدة وتوازن واستقرار المجتمع.

الكلمات المفتاحية: وسائل الإعلام - الوعى - جائحة كورونا.

**Summary of research on the role of the media in spreading awareness
of the Corona pandemic**

A field study on a sample of the Egyptian

Dr. Rabab Galal Al-Bosraty

Lecturer of Sociology, Faculty of Education, Ain Shams University

Keywords: media - awareness - corona pandemic

The current study seeks to identify the role of the media in spreading awareness of the Corona pandemic by surveying the opinion of a sample of the Egyptian, to find out how these media helped in forming citizens' awareness of the reality of what is happening around them from the developments of the spread of the epidemic, and how to prevent infection. the study follows the descriptive method, as it relied on the sample social survey method, through the application on a sample of the Egyptians from Cairo governorate. the researcher used the standardized interview tool, as it is the most appropriate tool for collecting scientific material from a diverse audience, which includes varying educational levels. the researcher chose Non-probability sample using the snowball sample method. The research items were distributed equally over three neighborhoods, which were (Almohandseen - Hadayek al-Qubba - Shubra al-Khaimah) with 100 research subjects for each residential neighborhood, and the study reached several results, the most important of which was that the media came at the forefront of the sources that provided the citizen with knowledge and information about the pandemic, and the new media was superior to traditional media, Facebook came Ahead of all social media in providing the Egyptian public with knowledge and information about the Corona pandemic. the Egyptian media played a prominent role in informing the citizen about the dimensions of the pandemic and the risks that could result from it, as it provided sufficient, adequate and documented information with evidence and proofs about the pandemic and the need to confront it.

The study also proved that the public had taken precautionary measures directly after obtaining information and knowledge, due to its confidence in the information provided by the media about the Corona pandemic, which expresses a positive attitude towards the pandemic, which supports the vision of the functional constructivist theory that sees that The media system plays a major function in spreading awareness of the issues and problems of society, which ultimately leads to maintaining the unity, balance and stability of society.

دور وسائل الإعلام فى نشر الوعى بجائحة كورونا

دراسة ميدانية على عينة من الجمهور المصرى

د.رباب جلال محمد البصراى

مدرس علم الاجتماع – كلية التربية – جامعة عين شمس

مقدمة

تعد وسائل الإعلام أحد أدوات تشكيل الوعى بقضايا ومشكلات المجتمع فى العصر الحديث، حيث أصبح الجمهور يستقى معلوماته ومعارفه حول كافة القضايا من خلال وسائل الإعلام، وبالتالي يتخذ مواقف من القضايا العامة، وتتبلور رؤيته وفقاً للمعلومات والمعارف التى يحصل عليها، بل أن سلوكه فى النهاية هو محصلة نهائية للمعارف والمواقف المستفاه والمتخذة من وسائل الإعلام، لذلك يمكننا القول أن ما تبثه وسائل الإعلام يصبح معروفاً للجمهور، وما لا تبثه أو تحجبه وسائل الإعلام لا يعرف عنه الجمهور شيء، ومن هنا تبرز أهمية وخطورة الدور الذى تلعبه وسائل الإعلام فى العصر الحديث فى عملية تشكيل الوعى بقضايا المجتمع لدى المواطن المصرى فى الوقت الراهن. (١)

وهناك من يرى أن الإعلام قد أصبح وسيلة لنقل المعلومات وشحن الهمم، وتعبئة الجماهير، ومدتها بالحقائق التى تمكنها من المشاركة فى صنع القرار، وهو أداة لتشكيل الوعى وترسيخ القيم والمبادئ الإنسانية، بهدف إيصال الحقيقة للجماهير عارياً مجردة من ظلال التزييف، كما أنها لا تنفصل عن واقع حياة الناس، بل تعكس آمالهم وطموحاتهم من أجل بناء الحياة الأفضل والمجتمع المنشود، ولعل محاولة فهم دور وسائل الإعلام فى التأثير على الوعى بقضايا المجتمع للمواطنين يكشف عن الدور الإنسانى لهذه الوسائل، خاصة فى ظل المرحلة التاريخية الحاسمة التى يمر بها الإنسان المصرى ومجتمعها. (٢)

دور وسائل الإعلام في نشر الوعي بجائحة كورونا دراسة ميدانية على عينة من الجمهور المصري
وخلال العقد الأخير بدأ المواطن المصري يتفاعل بشكل كبير مع وسائل الإعلام، حيث
أصبح أحد أهم مصادر تشكيل وعيه عبر ما يحصل عليه من معلومات ومعارف من
خلالها، وفي الآونة الأخيرة إجتاح العالم وباء كورونا، وهو وباء مرعب أصاب جموع
المواطنين بالهلع والخوف على حياتهم، وكان لابد من توافر وسيلة لنشر الوعي بحقيقة
الجائحة، ووجدت حكومات العالم ومن بينها الحكومة المصرية أن وسائل الإعلام
المختلفة سواء القديمة أو الحديثة هي الأنسب لمخاطبة الرأي العام ومحاولة تشكيل وعي
المواطنين بحقيقة الوباء وكيفية مواجهته والتغلب عليه، ومن هنا تأتي أهمية الدراسة
الراهنة، حيث تسعى الباحثة لمحاولة التعرف على دور وسائل الإعلام في نشر الوعي
بجائحة كورونا، حيث أصبح الإعلام أحد أهم أدوات تشكيل الوعي بقضايا ومشكلات
المجتمع، وهو ما يتطلب رصد دوره في عملية تشكيل الوعي بصفة خاصة.

أولاً: مراجعة التراث النظري (الدراسات السابقة):

عملت الباحثة على عرض بعض الدراسات السابقة من خلال أربعة محاور
أساسية، يتناول المحور الأول الدراسات التي إهتمت بالأدوار المختلفة لوسائل
الإعلام ، ثم الدراسات التي اهتمت بقضية الوعي كمحور ثاني، ثم الدراسات التي
اهتمت بجائحة كورونا وتداعياتها كمحور ثالث، ثم موقع الدراسة الراهنة على خريطة
الدراسات السابقة كمحور رابع.

المحور الأول: دراسات عن الأدوار المختلفة لوسائل الإعلام:

١-دراسة Lane,R (2008) بعنوان دور وسائل الإعلام في حث الأفراد على
المشاركة السياسية(٣):

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور وسائل الإعلام في تشجيع وحث الأفراد على
ممارسة المشاركة السياسية من خلال إستخدام منهج المسح الاجتماعي، وتم التطبيق
على عينة من الأفراد وعينة أخرى من وسائل الإعلام المستخدمة، وتوصلت الدراسة
إلى أهمية دور وسائل الإعلام في حث وتشجيع الأفراد على المشاركة السياسية، وأثبتت

الدراسة وجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى تعرض الأفراد لوسائل الإعلام ووعيهم بالقضايا السياسية.

٢- دراسة وجسيسزاك وسميث (٢٠١٤) بعنوان: هل بإمكان وسائل الإعلام أن تنطق(٤):

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور وسائل الإعلام في دعم الثورات لدى الشعب الإيراني، من خلال تطبيق إستبيان على عينة مكونة من ٢٨٠٠ من الشباب من الجنسين، وجاءت نتيجة الدراسة لتتفي دور وسائل الإعلام في دعم الثورات، حيث أكدت الدراسة دعم وسائل الإعلام للحكومة ومصالحها.

٣- دراسة جاسم خليل ميرزا(٢٠٢١) بعنوان:

وسائل الإعلام في تشكيل الوعي والمعرفة لدى أفراد المجتمع (٥)

هدفت الدراسة إلى الكشف عن دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي لدى أفراد المجتمع حول أزمة فيروس كورونا، من خلال التعرف على دور وسائل الإعلام المختلفة في التعامل مع هذه الجائحة وتقييم مصداقيتها في الدول العربية، وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها نجاح وسائل الإعلام في توعية المجتمع بالاجراءات الوقائية والاحترازية، كما توصلت الدراسة إلى أن ٦٠% من عينة الدراسة كانوا ملتزمين بمتابعة الأخبار المتعلقة بجهود الدولة في مكافحة الفيروس.

4- دراسة محمد خليل الرفاعي(٢٠١١) بعنوان:

الإعلام في العصر الرقمي في تشكيل قيم الأسرة العربية(٦)

هدفت الدراسة إلى رصد دور وسائل الإعلام والاتصال في العصر الرقمي في تشكيل المنظومة القيمية للأسرة، واعتمدت على المسح التحليلي والملاحظة، وتوصلت الدراسة إلى عدد منالتوصيات لعل أبرزها: ضرورة تحديد الأهداف الإعلامية المطلوبة بدقة وتقسيمها مرحلياً وزمناً ، كذلك ضرورة اختيار أفضل وسائل الاتصال وأشكاله

دور وسائل الإعلام في نشر الوعي بجائحة كورونا دراسة ميدانية على عينة من الجمهور المصري والمعلومات الملائمة لكل فئة من فئات الجمهور المستهدف، وكذلك تكثيف برامج الأسرة وطرح مضامينها بأسلوب عصري.

المحور الثاني: الدراسات التي اهتمت بقضية الوعي:

١- دراسة عبد الباسط عبد المعطي (١٩٨٩) بعنوان: التعليم وتزييف الوعي الاجتماعي (٧)

هدفت هذه الدراسة استطلاع معرفة ما إذا كان التعليم كنظام وعملية ومخرجات يمكن أن يسهم في تزييف الوعي الاجتماعي للتلميذ، بجانب معرفة مظاهر هذا التزييف من خلال إستطلاع المؤشرات الدالة على حالة زيفه، واعتمد الدراسة على تحليل مقرر القراءة لتلاميذ الصف السادس الابتدائي ، بقصد إستطلاع إتجاه مضمون هذا المقرر، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها أن التعليم في مصر يعكس وعياً واضحاً بالأيديولوجية الرسمية، وبالخطاب السياسي ويسعى إلى تدعيمها، وبالتالي فهو أخذ موقفاً من أيديولوجيات الطبقات الاجتماعية الأخرى، مما يجعله وسيلة من وسائل الصراع الاجتماعي، لصالح المستفيدين من هذه الأيديولوجية.

٢- دراسة عبد الباسط عبد المعطي (١٩٧٩) بعنوان: الإعلام وتزييف الوعي (٨)

هدفت الدراسة إلى توضيح الدور الكبير الذي تلعبه وسائل الإعلام في تشكيل وعي الأفراد وإهتماماتهم بالقضايا والأحداث المختلفة في المجتمع، وأثبتت الدراسة أن وسائل الإعلام المختلفة تلعب دور كبير في تزييف الوعي، وذلك وفقاً لأيديولوجية صناع القرار السياسي، وأصحاب رؤوس الأموال، وكذلك القوى السياسية ، والاقتصادية المختلفة.

٣- دراسة أحمد محمد بحري (٢٠١٣) بعنوان: الصفوة المثقفة والوعي الاجتماعي – دراسة مقارنة : (٩)

هدفت الدراسة في محاولة استكشاف القوانين التي تتحكم في إنتاج الوعي الاجتماعي وبيان الشروط الاجتماعية التي تخلق وعياً اجتماعياً متحرراً من الجهل.

د.رباب جلال محمد البصراى

ولقد اعتمد الباحث المدخل الجدلي ، واعتمد أيضاً على المقابلات المتعمقة لحالات الدراسة، وكذلك على أسلوب المقارنة من خلال إجراء مقارنة بين الصفوة المثقفة بالمجتمع المصري، والصفوة المثقفة في المجتمع السوري، ولقد اعتمد الباحث على عينة مقصودة جرى من خلالها اختيار ١٤ حالة تمثل التيارات الفكرية في كل من المجتمع المصري والسوري حيث تم اختيارهم بطريقة مقصودة.

ولقد توصلت الدراسة للنتائج التالية :-

- إخفاق الصفوة المثقفة في نشر وتعميم القيم.
- إخفاق الصفوة المثقفة في الربط بين الوعي الحضاري والسلوك الحضاري الممارس في المجتمع.
- إخفاق الصفوة المثقفة في تصحيح علاقتها مع مجتمعاتها فبأغلب الأحيان، فثمة انفصال واضح وواسع بينها وبين باقي أفراد المجتمع.

(٢٠٢٢) بعنوان: تقييم الوعي بفيروس كورونا: (١٠) Modi P D, Nair -٤ دراسة

تهدف الدراسة إلى تقييم وعي الأفراد بفيروس كورونا، وممارسات مكافحة العدوى ، من خلال تحديد المعرفة والإتجاهات لدى الهنود خلال جائحة فيروس كورونا، واعتمدت الدراسة على تطبيق إستبيان الكتروني شمل ٦٦٢ مفردة، وأظهرت النتائج أن المستجيبين كان لديهم مستوى معتدل من المعرفة حول عدوى فيروس كورونا، وأوضحت الدراسة رغبة الباحثين في اتباع المبادئ التوجيهية الحكومية بشأن الحجر الصحي والتباعد الاجتماعي.

(٢٠٢٠) بعنوان: تقييم الوعي العام بين المهنيين في باكستان (١١) Hussain,

٥T., Khan -٥ دراسة

تهدف هذه الدراسة إلى تقييم الوعي العام بين المهنيين في باكستان بشأن فيروس كورونا، واعتمدت الدراسة على أداة الإستبيان طبق على ١١٣٢ من المهنيين، وأظهرت النتائج أن ما يزيد عن ٩٠ ٪ من العينة كان لديهم معرفة بشأن سبب المرض

دور وسائل الإعلام في نشر الوعي بجائحة كورونا دراسة ميدانية على عينة من الجمهور المصري وانتشاره والسيطرة عليه؛ وهو مؤشر على زيادة نسبة الفهم والوعي بالمرض حيث أوضحت النتائج أن حملات التوعية العامة للحكومة الباكستانية المتعلقة بفيروس كورونا (١٩ Covid-) أدت إلى وعي كبير بين الطبقة المتعلمة والمهنية.

٦- دراسة رباب سيد عبد القادر، وهبة نور الدين (٢٠٢٠) بعنوان:

الوعي الاجتماعي للريفين بفيروس كورونا (١٢)

تستهدف الدراسة تحديد مستوى الوعي الاجتماعي بفيروس كورونا المستجد في الريف المصري بقرتي بندر طوخ بمحافظة القليوبية وقرية ابشواي بمحافظة الفيوم وذلك من خلال التعرف على مستوى الوعي الاجتماعي بفيروس كورونا المستجد لدى الريفين بقرتي الدراسة، والوقوف على بعض المتغيرات الاجتماعية المؤثرة في الوعي الاجتماعي بفيروس كورونا ، من خلال إستخدام منهج المسح الاجتماعي بالعينة، وتم تطبيق عمل استبيان الكتروني على عينة من الريفين ، وقد أظهرت النتائج أن ٥٤ % من العينة كانوا من ذوي الوعي الاجتماعي المتوسط، بينما وجد ٢٧% من العينة من ذوي الوعي الاجتماعي المنخفض، في حين وجد أن ١٩% من ذوي الوعي الاجتماعي المرتفع.

المحور الثالث: الدراسات التي التي اهتمت بجائحة كورونا وتداعياتها :

(٢٠٢٢) بعنوان: الصعوبات جراء التعليم عن بعد: (١٣) KAYALAR,

Fethi ١- دراسة

هدفت الدراسة إلى تحديد الصعوبات التي واجهت المعلمين والطلاب جراء التحول للتعليم عن بعد أثناء جائحة كورونا، وبينت الدراسة أن جائحة كورونا فرضت نظام للتعليم عن بعد، مما خلق تحديات للمعلمين عديمي الخبرة، والمبتدئين، وقد بينت الدراسة أن المجتمع بوجه عام، والمعلمين بشكل خاص يحتاجون إلى التكيف مع التعليم عن بعد ، وأنه يجب توفير التدريب، والمعرفة، والمهارات التكنولوجية، والدعم

المناسب لنظام التعليم عن بعد، كذلك ضرورة تطوير البنى التحتية التكنولوجية للمدارس.

٢- دراسة **Geld Setzer,P** (٢٠٢٠) بعنوان: تقييم معرفة الأفراد حول جائحة كورونا: (١٤)

هدفت هذه الدراسة إلى تقييم معرفة وتصورات الأفراد حول جائحة كورونا في الولايات المتحدة، من خلال استخدام منهج المسح الاجتماعي عبر الإنترنت، وبلغ عدد المشاركين فيه ٨٠٠٠٠ فرد، وكانت من أهم النتائج أن لدى عامة الناس مفاهيم خاطئة حول فيروس كورونا، لذا ينبغي استهداف تصحيح هذه المفاهيم الخاطئة من خلال حملات التوعية الإعلامية من قبل الهيئات الحكومية.

٣- دراسة **دحمان بن عبد الفتاح، وسيدا عمر زهرة** (٢٠١٢) بعنوان:

تداعيات فيروس كورونا على الاقتصاد العالمي: (١٥)

تهدف هذه الدراسة إلى بيان الأثر الاقتصادي لفيروس كورونا على الدول العربية، كما تسعى إلى إبراز الجهود الدولية والعربية المبذولة للقضاء على الوباء، كما تتناول جهود السلطات الوطنية في الدول العربية لمواجهة التداعيات الاقتصادية للفيروس والحيلولة دون انتشاره، وتوصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أنه إلى جانب الإرتفاع المتزايد في عدد الإصابات والوفيات، فإن الانتشار الواسع والسريع للفيروس كان له العديد من الآثار السلبية على الاقتصاد العالمي، حيث أكدت المنظمات الدولية في تقديراتها على تراجع معدلات نمو الاقتصاد العالمي الذي انعكس سلباً على الاقتصادات العربية خصوصاً في ظل اعتمادها على قطاعي السياحة وصادرات النفط.

٤- دراسة **جيهان عبد السلام** (٢٠٢١) بعنوان: أثر وباء كورونا على أداء

الاقتصاد المصري: (١٦)

هدفت هذه الدراسة إلى إلقاء الضوء على أثر وباء كورونا على الاقتصاد المصري، كذلك توضيح السياسات والإجراءات الاقتصادية المختلفة التي اتخذتها

دور وسائل الإعلام في نشر الوعي بجائحة كورونا دراسة ميدانية على عينة من الجمهور المصري
الحكومة المصرية في مواجهة تداعيات وباء كورونا، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي الإستقرائي، وتوصلت الدراسة لمجموعة من النتائج كان أهمها أن جائحة كورونا أثرت على الاقتصاد العالمي بصفة عامة، مما انعكس على الاقتصاد المصري خاصة قطاعي السياحة والتجارة الدولية، إلا أن الاقتصاد المصري ساهم بشكل كبير في مواجهة أزمة كورونا، نتيجة نجاح برنامج الإصلاح الاقتصادي الذي تبنته الحكومة المصرية منذ عام ٢٠١٦.

٥- دراسة علي حمد السحسباني(٢٠٢٢) عن إسهامات العمل التطوعي وقت الكوارث والأزمات: (١٧) هدفت الدراسة إلى التعرف على دور العمل التطوعي في مواجهة جائحة كورونا من وجهة نظر المتطوعين، والتعرف على مدى إلمام المتطوعين بدورهم ومسؤولياتهم وقت جائحة كورونا، وتحديد المعوقات التي تواجههم، حيث تم استخدام المنهج الوصفي وكانت عينة الدراسة عشوائية بلغ عددها (٢٦٦) متطوعاً، وأسفرت نتائج الدراسة عن مساهمة وفاعلية العمل التطوعي ومشاركة الأفراد في مواجهة جائحة كورونا، كما توصلت نتائج الدراسة إلى وجود مستوى عال من الرضا عن الدور التوعوي لوسائل الإعلام خلال الجائحة.

المحور الرابع: موقع الدراسة الراهنة على خريطة الدراسات السابقة:
يتضح من العرض السابق وجود مجموعة من الدراسات السابقة التي تناولت وسائل الإعلام ودورها في نشر الوعي بصفة عامة، ونشر الوعي بظاهرة كورونا بصفة خاصة، ولكن بالرغم من ذلك فثمة مشكلة منهجية تتعلق بالتسرع والتسارع في دراسة ظاهرة كورونا وتداعياتها المختلفة، على الرغم من صعوبة بل وإستحالة رصد الظواهر الجديدة والأزمات وقت حدوثها المفاجئ، وذلك بحكم فجائية وسرعة إنتشارها، فهناك بعض الدراسات التي اقتربت من الموضوع، لكنها كانت في وقت مبكر من حدوث الجائحة، وبالتالي لم يكن هناك إمكانية بالفعل لدراسة كل جوانب الوعي بهذه الظاهرة، فاقترنت معظم الدراسات فقط الجانب المعرفي أو المعلوماتي، ولكن لم يكن قد تبلور

د.رباب جلال محمد البصراتي

بعد الجانب الموقفي والجانب السلوكي من الوعي بالظاهرة، لذلك تأتي أهمية هذه الدراسة بأنها قد أخذت وقتاً أطول على حدوث الجائحة، وبالتالي يمكننا قياس الوعي لدى الجمهور بجوانبه المختلفة المعرفي والموقفي والسلوكي، فلم تستطع الدراسات التي أنجزت حول دور وسائل الإعلام في نشر الوعي بجائحة كورونا إجراء دراسة منظمة معتمدة على دراسة الوعي بجوانبه المختلفة، لذلك تأتي الدراسة الراهنة لسد جزء من هذه الفجوة المعرفية، حيث تحاول الباحثة رصد دور وسائل الإعلام في نشر الوعي بجائحة كورونا من خلال الدراسة الميدانية الواقعية على الجمهور المصري.

ثانياً: مشكلة الدراسة (أهدافها وتسؤلاتها):

تسعى الدراسة الراهنة لحل مشكلة أساسية تتعلق بالتعرف على دور وسائل الإعلام في نشر الوعي بجائحة كورونا من خلال إستطلاع رأي عينة من الجمهور المصري الذي يتعرض يومياً لكم هائل من المعلومات والمعارف التي تنبثها وسائل الإعلام المختلفة القديمة والحديثة منذ بداية الجائحة، وكيف ساعدت هذه الوسائل في تشكيل وعي المواطنين بحقيقة ما يحدث حولهم من تطورات انتشار الوباء، وكيفية الوقاية من الإصابة به، ونظرًا للدور الكبير الذي تلعبه وسائل الإعلام في تشكيل وعي المواطنين بحقيقة ما يحدث من حولهم، ولم تجد الباحثة من خلال مراجعتها للتراث النظري المتوافر في علم الاجتماع من حاول طرح هذه القضية المتعلقة بدور وسائل الإعلام في نشر الوعي بقضايا ومشكلات المجتمع، لذا توجب طرح القضية عبر أدوات ومناهج البحث في علم الاجتماع من خلال مجموعة الأهداف التالية:

يتمثل هدف الدراسة الرئيسي في التعرف على دور وسائل الإعلام في نشر الوعي بجائحة كورونا في المجتمع المصري، ويندرج تحت هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية على النحو التالي:

١- التعرف على أهم مصادر الجمهور المصري في معرفته بجائحة كورونا.

دور وسائل الإعلام في نشر الوعي بجائحة كورونا دراسة ميدانية على عينة من الجمهور المصري
٢- التعرف على الدور الذي لعبته وسائل الإعلام في تعريف الجمهور المصري
بالجائحة.

٣- التعرف على الموقف الذي إتخذه الجمهور المصري من المعلومات التي حصل عليها
عبر وسائل الإعلام.

٤- التعرف على السلوك الذي إتخذه الجمهور المصري بعد حصوله على المعلومات
المستمدة من وسائل الإعلام.

وقامت الباحثة بترجمة أهداف الدراسة الرئيسية والفرعية، وإعادة صياغتها على شكل
تساؤلات ليسهل عليها الإجابة على النحو التالي:

التساؤل الرئيسي: ما دور وسائل الإعلام في نشر الوعي بجائحة كورونا في المجتمع
المصري؟

ويندرج تحت هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات الفرعية على النحو التالي:

- ١- ما المصادر التي اعتمد عليها الجمهور المصري للتعرف على جائحة كورونا؟
- ٢- ما الدور الذي لعبته وسائل الإعلام في تعريف المواطن بجائحة كورونا؟
- ٣- ما الموقف الذي إتخذه المواطن بعد حصوله على المعلومات من وسائل الإعلام؟
- ٤- السلوك الذي إتخذه المواطن بعد حصوله على المعلومات المستمدة من وسائل
الإعلام؟

ثالثاً: مفاهيم الدراسة:

١- مفهوم وسائل الإعلام : MISS media

يأتي مفهوم وسائل الإعلام MISS media كجمع لكلمة Medium، وتعني الوسيط أو
الوسيلة أو النظام أو قناة الإتصال، التي تنقل المعلومة (الرسالة) من المتحدث أو الكاتب
(المرسل) إلى الجمهور (المستقبل)، وتعبر وسائل الإعلام عن الطرق المتنوعة التي
نتواصل عبرها مع الأشخاص في المجتمع، فوسائل الإعلام هي (المجموعات أو
الوسائل) التي تقوم بتوصيل المعلومات والأخبار إلى الأفراد في المجتمع، فمعظم الناس

د.رباب جلال محمد البصراى

يحصلون على معلوماتهم عن الحكومة من وسائل الإعلام لأنه سيكون من المستحيل أن يقوموا بجمع كل الأخبار والمعلومات بأنفسهم. (١٨)

وتعتبر سائل الإعلام عن الأساليب والطرق المختلفة التي تؤثر في عقل الجماهير باستخدام مجموعة من الرموز، ويُعرف هربت سيمون بأنها ما يُساعد على جعل المعلومات مسموعة، ومرئية ومقروءة ، أما البنك الدولي لتكنولوجيا المعلومات فعرفها بأنها الأنشطة التي تسهل من عمليات تجهيز المعلومات ونقلها عبر الوسائط، فهي مختلف الوسائل المستخدمة في نقل المعلومات وتخزينها بشكل عام.

كما تعبر وسائل الإعلام عن المنظمات أو المؤسسات سواء أكانت رسمية حكومية عامة، أو غير رسمية خاصة التي تنشر الأخبار، وتنقل المعلومة والحدث من المصدر مباشرة إلى المتلقي سواء أكان قارئاً أو مستمعاً أو مشاهداً. (١٩)

وتشير وسائل الإعلام إلى كل أوجه الاتصال العلني والمنظم الذي يوجه عبر وسائل الإتصال الجماهيرية إلى جمهور عريض، ويعبر عن نشر الوقائع والآراء في صيغة مناسبة بواسطة الألفاظ أو الأصوات أو الصور، بصفة عامة بواسطة جميع العلامات والإشارات التي يفهمها الجمهور، كما تشير إلى جميع وسائل نشر الثقافة بما فيها من صحافة وسينما وراديو وتلفزيون وكتب وإعلانات، والتي تتوجه إلى القطاعات الواسعة من الناس، حيث تعتمد هذه الوسائل على تقنية إنتاجية متطورة تسمح لها أن تصل إلى هؤلاء الناس دون أية عوائق. (٢٠)

وترى الباحثة أن التعريفات السابقة عن وسائل الإعلام تتفق وتتبلور حول أنها أدوات الخاصة بنقل المعلومات والأخبار ذات الأهمية والتي تهتم بها الفئات المستهدفة من الرسالة الإعلامية ، حيث يوجد للإعلام العديد من الأهداف والمهام المتعددة ومنها المهام الإخبارية والمهام الترفيهية والمهام الاجتماعية والمهام السياسية والمهام الاقتصادية، والمهام الصحية والعديد من الأهداف والمهام الأخرى، حيث أن الإعلام يعد هو ذلك المصدر الموثوق به والذي يعتمد عليه الأفراد في حصولهم على المعلومات بأنواعها،

دور وسائل الإعلام في نشر الوعي بجائحة كورونا دراسة ميدانية على عينة من الجمهور المصري وتنقسم وسائل الإعلام إلى الإعلام التقليدي وهو الإعلام القديم والذي يقصد به وسائل الإتصال التقليدية القديمة مثل الصحف والإذاعة والتلفزيون، أما الإعلام الجديد فهو وسائل الإتصال الحديثة المكونة من مجموعة من الشبكات الحديثة التي تبت عبر شبكة الإنترنت التي تسمح بالإتصال بين الناس بعضهم البعض بالصوت والصورة، ويوجد عليها كم هائل من المعلومات والبرامج التي يمكن للأفراد الإستفادة منها مثل موقع الفيس بوك والإنستجرام وتويتر واليوتيوب وغيرها من المواقع.

التعريف الإجرائي لوسائل الإعلام:

تعرف الباحثة وسائل الإعلام إجرائياً بأنها الأدوات الخاصة بنقل المعلومات والمعارف والأخبار ذات الأهمية، وقد تكون هذه المعارف مقروءة عبر الصحف، أو مسموعة عبر الإذاعة، أو مرئية عبر التلفزيون، وكذلك التي تبت عبر شبكة الإنترنت، وتتضمن المكتوب والمسموع والمرئي عبر وسائط وشبكات التواصل الاجتماعي المختلفة مثل الفيس بوك، والإنستجرام، والتويتر، واليوتيوب وغيرها.

٢- مفهوم الوعي: Consciousness

تتعلق قضية الوعي بكافة الجوانب السياسية والاقتصادية والاجتماعية الخاصة بالمجتمعات، حيث يتميز كل مجتمع عن الآخر بما يمتلكه أفراد من وعي اجتماعي ، أي بدرجة وعي أفراده بقضايا مجتمعهم ، فبدون الوعي لا يمكن تحقيق أي تقدم أو تنمية للمجتمعات، ويعرف الوعي بأنه إتجاه عقلي انعكاسي يمكن الفرد من الوعي بذاته ومن البيئة المحيطة بدرجات متفاوتة من الوضوح والتعقيد. (٢١)، فهو يشير إلى وعي الأفراد بالعلاقات الاجتماعية بينهم، وكذلك تجاربهم المشتركة (٢٢)، ويعرف ماركس الوعي بأنه مجموعة الأفكار والنظريات والآراء والمشاعر والعادات والتقاليد التي توجد لدى الأفراد وتعكس واقعهم الموضوعي. (٢٣)

ويعرفه عبد الباسط عبد المعطي بأنه إدراك الناس وتصوراتهم للعالم المحيط بهم بما يشتمل عليه من علاقات بالطبيعة وبالإنسان وبالأفكار، فهو إدراك وتصور يتحدد بحالة

د.رباب جلال محمد البصراي

بنائية تاريخية لمجتمع معين، بمعنى أن الوعي له طابعه التاريخي البنائي. (٢٤)، كما يعبر الوعي أيضاً عن مجموعة المعارف والأفكار الخاصة بالفرد والتي تنصب علي معرفته لذاته والبيئة المحيطة به، وهو محصلة تفاعل الإنسان مع بيئته وتأثره بها، مما ينعكس علي أفكاره وإدراكه للعالم المحيط به، فالوعي محكوم ومحدد بمجموعة الأنشطة التي يقوم بها الإنسان في المجتمع، فالوعي مكتسب ومتعلم مثله مثل اللغة فهما نتاج اجتماعي، وعلي ذلك فليس وعي الناس هو الذي يحدد وجودهم، بل أن وجودهم هو الذي يحدد وعيهم، فالوعي محكوم ومحدد بمجموعة الأنشطة التي يقوم بها الإنسان في المجتمع، فالوعي مكتسب ومتعلم مثله مثل اللغة فهما نتاج اجتماعي، وعلي ذلك فليس وعي الناس هو الذي يحدد وجودهم، بل أن وجودهم هو الذي يحدد وعيهم. (٢٥)

ويستخدم الوعي بطرق متعددة لوصف الأفراد بالتركيز والتمييز في المواقف المختلفة، أي أنه يعتبر مقياس للتمييز بين التفكير وعدم التفكير. (٢٦)

ويتضح أن المفاهيم السابقة ركزت علي ارتباط الوعي بالإدراك والمعرفة، فمفهوم الوعي يتحدد في إدراك الإنسان لذاته، ولما يحيط به إدراكاً مباشراً، أي إدراك الإنسان لنفسه وللبيئة المحيطة به، ويعني ذلك ارتباط الوعي بفهم الإنسان لذاته وللآخرين سعياً لإشباع حاجاته ومصالحه، أي إدراك العلاقات بينه وبين الآخرين من خلال المواقف المختلفة، ولكن بالرغم من كون الوعي مفهوم شمولي إلا أنه قابل للتجزئة في إطار التخصصات المختلفة، حيث أن للوعي أنواع تتداخل فيما بينها وتتكامل معاً ومنها الوعي الاجتماعي، والوعي السياسي، والوعي الثقافي، والوعي الديني، وسوف تركز الباحثة على الوعي الاجتماعي **Social Consciousness** باعتباره شامل لكافة أنواع الوعي، كما يعتبر الوعي الاجتماعي من أهم العوامل المسؤولة عن تطوير المجتمع وتقدمه، إذ أن تقدم أي مجتمع مرهون بمدى الوعي الاجتماعي الذي يمتلكه أفرادها، والذي يتحدد علي أساسه فهم الأفراد لقضايا مجتمعهم المختلفة، وطرق التعامل معها وردود الأفعال تجاهها، وهناك ثلاثة مستويات للوعي الاجتماعي:

دور وسائل الإعلام في نشر الوعي بجائحة كورونا دراسة ميدانية على عينة من الجمهور المصري

المستوي الأول: وهو الوعي اليومي المباشر الذي اهتم به الموظفون، وهو يعبر عن خبرة الحياة اليومية المباشرة ، أي أنه أكثر ارتباطاً بالوجود العياني المباشر، لذلك فهو تفصيلي وتجزئي ويتسم بالعفوية والتلقائية ويرتبط بالخصائص النفسية الاجتماعية للبشر.

المستوي الثاني: الوعي الأيديولوجي الذي يعكس وجوداً طبقياً محدداً، ويأتي إدراكاً وتصوراً طبقياً للمجتمع ، وما يحويه من علاقات، وما توجد بينهم من تناقضات، وأيضاً تصور للعلاقة بالطبيعة سواء كانت علاقة سيطرة وخضوع من البشر أو للبشر وخبرتهم الماضية في السيطرة عليها، وما اخترعه من فنون في الإنتاج والعمل والتفاعل والتنظيم.

المستوي الثالث: الوعي العلمي الذي طورته قوي الإنتاج وتوظفه لخدمة مصالح إنتاجية وأيديولوجية ، وهو نتاج لتراكمات الماضي والاتصال العلمي مع مجتمعات أخرى.(٢٧)

من خلال العرض السابق للتعريفات المختلفة عن الوعي يتضح أن أغلب هذه التعريفات ركزت علي ارتباط الوعي بالإدراك لمجريات الواقع، ويتنوع الوعي من كونه وعي اجتماعي أو سياسي أو ديني علي حسب مدي إدراك المعلومات في الاجتماع والسياسة والدين وغيرها من المعلومات، ويتنوع الوعي كذلك علي حسب الصورة الذهنية للقوة المؤثرة في المجريات والأسباب المستترة ورائها، ويتضح أن معظم التعريفات اتفقت علي أن الوعي هو الإدراك أو المعرفة العقلية، ويتضمن الوعي الاجتماعي العناصر التالية:

أ- مجموعة المفاهيم والأفكار الراسخة في عقول الأفراد.

ب- تفسير وتلقي الأفراد وتفاعلاتهم مع الأحداث والقضايا المحيطة بهم بناء علي الصورة الذهنية المتشكلة لديهم من خلال المفاهيم والقيم والمعلومات والأفكار المتأصلة في عقولهم وفكرهم.

ج- ركزت معظم هذه المفاهيم علي أهمية الوعي الاجتماعي في تفعيل دور الأفراد في القيام بدورهم في تنمية وتحديث المجتمعات.

وإجرائياً يمكن تعريف الوعي بأنه:

مجموعة الأفكار والمفاهيم والتصورات التي تتشكل لدى الأفراد، ومن خلالها يتم التفاعل مع قضايا المجتمع المختلفة، مع إمكانية المساهمة في إعطاء بعض الحلول لها، فهو عملية إدراكية تمثل المحددات الأساسية لسلوك الفرد بما يتناسب مع الموقف، وغالباً ما يكون موجهاً بنسق من المعارف التي تكون موجهة لسلوكه في المواقف المختلفة التي يمر بها، ويمكن تقسيم هذه العمليات كما يلي:

أ-العمليات المعرفية:

وهي تتضمن العمليات العقلية المختلفة كالنذكر والفهم والتحليل والتطبيق، والتأليف بين المعارف المختلفة التي تنشط اعتماداً علي ما يوجد في العقل من المعارف والأفكار التي تمثل المادة الخام للعمليات العقلية .

ب-الممارسات السلوكية:

وهي تتضمن مجموعة النشاطات والسلوكيات التي تعكس تلك المعارف والأفكار بعد ممارسة عمليات الفكر المختلفة.

ج-محددات الموقف:

وتتضمن الوعاء الذي يحتوي مجموعة من التفاعلات التي تعكس جدلية العلاقة بين العمليات العقلية ودرجة المعرفة للمرء من جهة، وانعكاس تلك العمليات في ممارسات سلوكية تتم في إطار موقف تفاعلي ما.

٣- مفهوم جائحة كورونا: Corona epidemic

جائحة كورونا أو كوفيد-١٩ هو الإسم الذي أطلقته منظمة الصحة العالمية للفيروس المسبب لمرض الإلتهاب الرئوي الحاد والمعروف باسم (كورونا)والذي أعلنته منظمة الصحة العالمية جائحة عالمية، تؤثر على الناس بشكل مختلف، حيث تظهر معظم الحالات أعراضاً خفيفة، خاصة عند الأطفال والشباب، وبعض الحالات تظهر بشكل حاد وخطير، حيث يحتاج حوالي ٢٠% من المصابين للرعاية الطبية في المستشفيات. (٢٨)

دور وسائل الإعلام في نشر الوعي بجائحة كورونا دراسة ميدانية على عينة من الجمهور المصري
وتشير الجائحة Pandemic إلى الوباء الذي ينتشر على نطاق شديد الإتساع ليتجاوز
الحدود الدُولِيَّة، مؤثراً على عدد كبير من الأفراد، وتشير كذلك إلى ظهور حالات
لأمراض معدية في دول العالم بأسره، بحيث يصعب السيطرة عليه، مما يهدد صحة
الناس ويتطلب إجراء تدابير طبية سريعة، وخطط عاجلة لإنقاذ البشر. (٢٩)

إذاً فالجائحة Pandemic، تعبر الدول والقارات، وتحدث الإصابة بها في أكثر من
بلد، كما يصاب بها عدد كبير من الأفراد في آن واحد، بينما يشير الوباء إلى تزايد عدد
الحالات المصابة بمرض ما في منطقة جغرافية معينة، ويكون هذا التزايد بشكل يفوق
الأعداد الطبيعية المتوقع إصابتها بالمرض، وهذا الإرتفاع يحدث بشكل سريع، وهذا
التزايد لا ينتشر في كافة الدول بل ينتشر في البلد الواحد بأكملها، ويكون
الوباء جائحة عندما يحدث على نطاق يتجاوز الحدود الدولية، لذلك يكمن الفرق بين
المفهومين في مدى إنتشار المرض، ففي الوباء ينتشر المرض بأعداد تزيد عن الحد
الطبيعي في منطقة جغرافية محددة، أما الجائحة فهي إنتشار للمرض بأعداد كبيرة،
بحيث يتعدى الحدود الجغرافية لبلد ما لتنتشر في بلدان كثيرة في نفس الوقت، كما
تصاحب الجائحة نسب عالية من الوفيات. (٣٠)

ويتضح من التعريفات السابقة أن مصطلح الجائحة يستخدم عادة على نطاق واسع ليشير
إلى أى مشكلة صحية خرجت عن نطاق السيطرة، بحيث يتفشي المرض في مناطق
جغرافية متنوعة، مما يؤثر على السكان بشكل مباشر، وغالباً ما يكون ناتج عن فيروس
جديد أو سلالة من الفيروسات، ويكون لدى البشر حصانة ضعيفة أو معدومة ضدها.

التعريف الإجرائي لجائحة كورونا:

تقصد الباحثة بجائحة كورونا بأنه ذلك الفيروس اجتاحت العالم بسرعة كبيرة، وانتشر مع
بداية عام ٢٠٢٠، وحذرت منه منظمة الصحة العالمية، حيث يعمل على إصابة الجهاز
المناعي للأفراد، ويظهر بأعراض تشبه فيروس الأنفلونزا ثم يتطور بفقد حاستي التذوق

د.رباب جلال محمد البصراي

والشم، ثم ينتقل ليصيب الرئتين، ويحتاج المصاب في مثل هذا الوضع لدخول المستشفى والعزل والوضع على أجهزة التنفس الصناعي.

رابعاً: الإطار النظري للدراسة:

إنشغل الفكر الاجتماعي في مختلف مراحل محاولته تقديم إسهامات نظرية لفهم وتفسير الواقع الاجتماعي، وفي هذا الإطار تبلورت وجهتي نظر أساسيتين: الأولى وجهة النظر الوضعية أو المحافظة، والثانية وجهة النظر الراديكالية أو النقدية، وحول هذان الوجهتان تطورت كل الإسهامات التي قدمها علماء الاجتماع منذ النشأة الأولى قبل قرنين وحتى الآن، ومن هنا ترك لنا علماء الاجتماع تراث نظري ثري حول النظريات الاجتماعية التي تصلح لتفسير الواقع الاجتماعي، وعلى كل باحث أن يتسلح بوحدة أو أكثر من النظريات التي يمكن أن تقدم تفسيراً لموضوع دراسته، خاصة وأن العلماء قد إستقروا على أن النظرية ماهي إلا أداة لتفسير الواقع الاجتماعي (٣١)، وفي إطار الدراسة الراهنة ترى الباحثة أن النظرية البنائية الوظيفية بمقولاتها الأساسية قد تكون صالحة لتفسير الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في نشر الوعي بجائحة كورونا.

تقوم النظرية البنائية الوظيفية على فكرة أساسية، وهي أن المجتمع عبارة عن بناء عام أو نسق عام يقوم بوظيفة أساسية وهي الحفاظ على التوازن والإستقرار من أجل الحفاظ على توازن المجتمع والحفاظ على حياة المواطنين، وبالطبع فإن هذا البناء العام أو النسق العام يتكون من مجموعة من الأنساق الفرعية مثل (النسق الإقتصادي- النسق الاجتماعي- النسق السياسي - النسق الثقافي - النسق الديني - النسق التربوي - النسق الإعلامي) وكل نسق فرعي من هذه الأنساق يتداخل ويتكامل مع باقي أنساق المجتمع، ولكل نسق فرعي وظيفة أساسية تهدف في النهاية إلى تكامل وتوازن واستقرار النسق العام، واي خلل في وظيفة أي نسق فرعي تؤثر بالسلب على حالة التوازن والإستقرار، وهنا لابد من إصلاح هذا الخلل كي يعود النسق الفرعي لأداء وظيفته الرئيسية، والتي تنعكس بالتالي على حالة البناء أو النسق العام.(٣٢)

دور وسائل الإعلام في نشر الوعي بجائحة كورونا دراسة ميدانية على عينة من الجمهور المصري
إذا فكل نسق فرعي له وظيفة تساهم في أداء الوظيفة الأساسية للنسق العام (المجتمع)
حتى يكون هذا النسق العام في حالة توازن واستقرار مستمر، لذلك حين ننظر كيف
تفسر النظرية البنائية الوظيفية دور وسائل الإعلام في نشر الوعي بجائحة كورونا، فإن
النظرية البنائية سوف تنتظر إلى وسائل الإعلام باعتبارها جزء من البناء الاجتماعي
بشكل عام، أو أحد الأنساق الفرعية لهذا البناء الاجتماعي، وهذا النسق الإعلامي من
المفترض أن له وظيفة، وهذه الوظيفة تساهم في أداء الوظيفة الأساسية للنسق العام،
وبالتالي يمكننا القول أن أحد أهم الوظائف الرئيسية التي يقوم بها النسق الإعلامي في أي
مجتمع هو نشر الوعي لدى المواطنين بالقضايا والمشكلات الرئيسية التي تحدث داخل
المجتمع. (٣٣)

وحيث ننظر للقضية الرئيسية للدراسة الراهنة، وهي دور وسائل الإعلام في نشر الوعي
بجائحة كورونا باعتبارها أحد أهم القضايا التي شغلت الرأي العام المصري والعالمي
خلال العامين الأخيرين، فإن النظرية البنائية الوظيفية ترى أن وسائل الإعلام تقوم بأحد
أهم وظائفها، وهي نشر الوعي لدى المواطنين بجائحة كورونا باعتبارها أحد القضايا
المجتمعية الهامة والخطيرة، وعندما ننتقل لعملية التفسير، ذلك لأن النظرية ماهي إلا أداة
لتفسير الواقع الاجتماعي، فإذا استطاعت وسائل الإعلام نشر وعي حقيقي بجائحة
كورونا عبر مد المواطنين بمجموعة من المعارف والمعلومات حول الجائحة باعتبار أن
هذا هو الجانب الأول للوعي وهو (الجانب المعرفي)، ثم يلي ذلك تفاعل المواطنين مع
المعلومات والمعارف المستمدة من وسائل الإعلام، فإذا كان التفاعل إيجابياً يكون الإعلام
قد لعب دوره في نشر الوعي بالجائحة، وهنا نكون قد إنتقلنا للجانب الثاني من الوعي
وهو (الجانب الموقفي)، ثم تأتي المرحلة الثالثة وهي المرتبطة (بالجانب السلوكي)، فإذا
قام المواطن باتخاذ سلوكيات بناء على المعلومات والمعارف المستمدة من وسائل
الإعلام، والموقف الإيجابي منها بوقاية المواطن من الإصابة بوباء الكورونا هنا يكون
قد اكتملت عناصر الوعي الثلاثة لدى المواطن، وعلى العكس فإن لم تستطع وسائل

د.رباب جلال محمد البصراتي

الإعلام مد المواطن بالمعارف والمعلومات اللازمة لتشكيل وعيه بالجائحة أو كانت المعلومات والمعارف قليلة، ولم يتفاعل معها المواطن، ولم يتخذ سلوكيات إيجابية بناء على المعارف والمعلومات والمواقف منها، فإن ذلك يعني أن وسائل الإعلام لم تتمكن من القيام بأحد أهم وظائفها وهي نشر الوعي بقضايا المجتمع، وبذلك يكون النسق الإعلامي قد حدث به خلل وظيفي كما ترى النظرية البنائية الوظيفية، وهذا الخلل الوظيفي يؤثر على البناء العام للمجتمع، ويجعله في حالة من عدم الاستقرار والتوازن، وهو ما يتطلب إعادة النظر في النسق الفرعي لكي يعود مرة أخرى للقيام بوظيفته الأساسية التي تؤدي في النهاية إلى إعادة التوازن والاستقرار للنسق العام.

ومن هنا ترى الباحثة أن تصورها النظري يعتمد على أن الوعي هو عملية عقلية يقوم بها الفرد، وهي تتضمن ثلاث عمليات أساسية لإدارة المرء لكل من سلوكياته فيما يتناسب مع الموقف الذي يمر به موجهاً بنسق من المعارف التي تمثل عنصراً موجهاً لسلوكياته في ذلك الموقف، وهذه العمليات هي:

١-العمليات المعرفية:

وهي المعلومات والمعارف والأفكار التي يحصل عليها الإنسان وتمثل المادة الخام للعمليات العقلية.

٢-الممارسات السلوكية:

وهي مجموعة السلوكيات التي تتم في الحياة اليومية والتي تعبر عن مدى إستيعاب الإنسان للمعلومات والمعارف والأفكار بعد ممارسة العمليات الفكرية عليها.

٣-المحددات الموقفية:

وهي الوعاء الذي يحتوى التفاعلات التي تعكس جدلية العلاقة بين العمليات العقلية، ودرجة المعرفة للإنسان من جهة، وانعكاس تلك العمليات في ممارسات سلوكية تتم في إطار موقف تفاعلي ما.(٣٤)

دور وسائل الإعلام في نشر الوعي بجائحة كورونا دراسة ميدانية على عينة من الجمهور المصري وفقاً لهذا التصور تحاول الدراسة الراهنة التعرف على المعلومات والمعارف والأفكار التي تمتلكها عينة الدراسة حول جائحة كورونا، ومصادر هذه المعلومات والمعارف والأفكار، وهل جاءت عبر وسائل الإعلام أم عبر وسائل أخرى، ثم مدى إستيعاب العينة للمعلومات والمعارف والأفكار، وتطبيقها في الحياة اليومية عبر ممارسات سلوكية وقائية من الجائحة، وذلك من خلال المواقف التفاعلية.

خامساً: الإجراءات المنهجية للدراسة:

١- نوع الدراسة والمنهج المستخدم:

تندرج الدراسة الراهنة ضمن الدراسات الوصفية في علم الاجتماع، حيث اعتمدت الباحثة على منهج المسح الاجتماعي بالعينة، للكشف عن دور وسائل الإعلام في نشر الوعي بجائحة كورونا، بالتطبيق على عينة من الجمهور المصري من سكان محافظة القاهرة.

٢- أدوات الدراسة:

قامت الباحثة باستخدام أداة المقابلة المقننة، باعتبارها الأداة الأنسب لجمع مادة علمية من جمهور متنوع، يشتمل على مستويات تعليمية متفاوتة، وقد يشمل من لا يجيدون القراءة والكتابة، وبذلك لا يصلح معهم الإستبيان الذي يعتبر الأداة الأكثر شيوعاً وإستخداماً في مجال المسوح الاجتماعية، وقد قامت الباحثة بتصميم إستمارة المقابلة لتشمل أربعة محاور رئيسية تغطي من خلالها تساؤلات الدراسة الرئيسية والفرعية، حيث جاء المحور الأول ليغطي خصائص عينة الدراسة، وجاء المحور الثاني ليغطي الجوانب المعرفية للوعي بجائحة كورونا، والمحور الثالث ليغطي الجانب الموقفي والتفاعلي مع المعلومات والمعارف المستمدة من وسائل الإعلام حول جائحة كورونا، وجاء المحور الرابع ليغطي الجوانب السلوكية التي اتخذتها عينة الدراسة لمواجهة جائحة كورونا بعد الحصول على المعلومات والمعارف عبر وسائل الإعلام، واتخاذ موقف منها بعد التفاعل معها، وقامت الباحثة بتحكييم الإستثمارية بواسطة عد من الأساتذة المتخصصين في علم

د.رباب جلال محمد البصراتي

الاجتماع و الإعلام قبل تطبيقها على عينة الدراسة، كما قامت الباحثة بإجراء بعض التعديلات عليها بعد تطبيقها الأولي على عدد محدود من جمهور البحث.

٣- عينة الدراسة:

قامت الباحثة باختيار عينة غير احتمالية باستخدام أسلوب عينة كرة الثلج قوامها ٣٠٠ مفردة بحثية موزعة بالتساوي على ثلاثة أحياء بمدينة القاهرة هي (المهندسين- حدائق القبة- شبرا الخيمة) بواقع ١٠٠ مفردة بحثية لكل حي سكني، وقد راعت الباحثة أن يكون هناك تنوع في عينة الدراسة، بحيث تتضمن مفردات بحثية من مستويات اجتماعية مختلفة، فجااء حي المهندسين ليمثل المستوى الاجتماعي- الاقتصادي الأعلى، وحي حدائق القبة ليمثل المستوى الاجتماعي-الاقتصادي المتوسط، وحي شبرا الخيمة ليمثل المستوى الاجتماعي- الاقتصادي المنخفض، كما حاولت الباحثة أن تتضمن العينة غير الإحصائية ذكور وإناث ومستويات عمرية متنوعة، وكذلك مستويات تعليمية ومهنية مختلفة.

٤- مجالات الدراسة:

على الرغم من أن الباحثة كانت تستهدف الجمهور المصري بشكل عام، إلا أنها إختارت محافظة القاهرة عاصمة البلاد باعتبارها جزء من المجتمع المصري الذي تنصهر بداخله كل مكونات المجتمع المصري، وذلك لتيسير الحصول على المادة العلمية رغم إعترافها بأن المجال البشري للدراسة كان يجب أن يكون الجمهور المصري بكامله، لكنها تعتبر عينة الدراسة غير احتمالية، ولذلك لا تدعى إمكانية التعميم من خلالها، فالنتائج ستظل مقيدة بحدود العينة، رغم إتساع المجال الجغرافي ليشمل القطر المصري بكامله، وقد تمثلت المجال الزمني في المدة المستغرقة لإجراء الدراسة، والتي شكلت نحو أربعة أشهر قامت خلالها الباحثة بجمع المادة العلمية النظرية والميدانية، وقامت بعمليات التحليل وكتابة التقرير النهائي للبحث.

دور وسائل الإعلام في نشر الوعي بجائحة كورونا دراسة ميدانية على عينة من الجمهور المصري
٥- خصائص عينة الدراسة:

جاءت خصائص عينة الدراسة على النحو التالي:

أ- توزيع عينة الدراسة من حيث النوع:

جدول رقم (١)
توزيع عينة الدراسة حسب النوع

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
53,3	١٦٠	ذكر
46,7	140	أنثى
%١٠٠	300	الإجمالي

يتضح من الجدول رقم (١) توزيع العينة من حيث النوع، حيث جاءت نسبة الذكور ٣٥,٣% مقابل ٤٦,٧% للإناث، وعلى الرغم من أن العينة غير إحصائية، إلا أن الباحثة قد راعت أن تكون نسبة التمثيل النوعي متقاربة، وهي التي تتساوى تقريباً على المستوى القومي.

ب- توزيع عينة الدراسة من حيث العمر:

جدول رقم (٢)
توزيع عينة الدراسة حسب العمر

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
21	63	أقل من ٢٠
45,3	136	من ٢٠ إلى أقل من ٣٠
10,3	31	من ٣٠ إلى أقل من ٤٠
10	30	من ٤٠ إلى أقل من ٥٠
9	27	من ٥٠ إلى أقل من ٦٠
4,4	13	٦٠ فأكثر
%١٠٠	300	الإجمالي

د.رباب جلال محمد البصراتي

يتضح من الجدول رقم (٢) أن التوزيع العمري للعينة يميل للتحيز لفئات العمرية الشابة، حيث جاءت ما يقرب من ثلثي العينة من الفئات العمرية أقل من ثلاثين عاماً، في حين جاءت نسبة من تجاوزوا الثلاثين ما يقرب من ثلث العينة، ويمكن تفسير ذلك في ضوء أن الفئات والشرائح العمرية الشابة هي الأكثر إهتماماً، ومتابعة لوسائل الإعلام، خاصة وسائل الإعلام الجديدة المتمثلة في مواقع التواصل الاجتماعي، وفي مقدمتها الفيس بوك الموقع الأكثر متابعة بين الجمهور المصري عامة، والشباب منه خاصة.

ج- توزيع عينة الدراسة من حيث التعليم:

جدول رقم (٣)

توزيع عينة الدراسة حسب الحالة التعليمية

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
أمي	6	2
يقرأ ويكتب	12	4
إبتدائي	29	9,7
إعدادي	36	12
ثانوي	42	14
جامعي	170	56,7
فوق جامعي	5	1,6
الإجمالي	300	١٠٠%

يتضح من الجدول رقم (٣) توزيع عينة الدراسة من حيث الحالة التعليمية، حيث جاءت نسبة ٥٦,٧% من المتعلمين تعليماً عالياً، يليها نسبة ١٤% من الحاصلين على الثانوية، ثم ١٢% من الحاصلين على الإعدادية، ثم ٩,٧% من الحاصلين على الإبتدائي، ثم ٤% من الذين يقرأون ويكتبون، ثم ٢% من الأميين، وأخيراً ١,٦% من الحاصلين على دراسات عليا، ويتضح أن ما يزيد عن نصف العينة من الحاصلين على تعليماً جامعياً

دور وسائل الإعلام في نشر الوعي بجائحة كورونا دراسة ميدانية على عينة من الجمهور المصري فيما أكثر، وهى نسبة تفوق مثيلتها على المستوى القومي، وهو ما يعني أن العينة غير الإحصائية متحيزة إلى حد كبير لصالح الأكثر تعليماً، وهم بالطبع قد يكونوا الأكثر متابعة لوسائل الإعلام ، سواء التقليدية أو الجديدة.

د- توزيع عينة الدراسة من حيث المهنة:

جدول رقم (٤)

توزيع عينة الدراسة حسب المهنة

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
45,3	136	طالب
4	12	حرفي
34	102	مهني
2	6	أعمال كتابية
3,7	11	أعمال تجارية
1	3	ضابط جيش وشرطة
10	30	لا يعمل
-	-	أخرى تذكر
100%	300	الإجمالي

يتضح من الجدول رقم (٤) توزيع العينة من حيث المهنة، حيث جاء الطلاب في المقدمة بسبة ٤٥,٣% يليهم المهنيين بنسبة ٣٤%، ثم من لا يعمل بنسبة ١٠%، ثم نسبة ٤% من الحرفيين، ونسبة ٣,٧% من أصحاب المهن التجارية، ثم ٢% من أصحاب المهن الكتابية، وأخيراً ١% من ضباط الجيش والشرطة، ويلاحظ ميل العينة للتحيز لصالح الطلاب والمهنيين الأكثر تعليماً، وهم من المتوقع أن يكونوا الأكثر متابعة لوسائل الإعلام، والأكثر تفاعلاً مع الإعلام الجديد المتمثل في مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة.

جدول رقم (٥)

توزيع عينة الدراسة حسب الحي السكني

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
33,33	١٠٠	حي شبرا الخيمة
33,33	١٠٠	حي حدائق القبة
33,33	١٠٠	حي المهندسين
%١٠٠	٣٠٠	الإجمالي

يتضح من معطيات الجدول رقم (٥) توزيع العينة من حيث الحي السكني داخل محافظة القاهرة، حيث جاءت النسب متساوية بين الأحياء الثلاثة بنسبة ٣٣,٣% لكل حي، وهو ما يعني أن هناك عمدية من قبل الباحثة في إختيار مفردات العينة الغير احتمالية، بحيث تكون موزعة بالتساوي بين الأحياء الثلاثة التي تعبر كل منها عن مستوى اجتماعي اقتصادي محدد، حتى لا يكون التوزيع الجغرافي متحيزاً، وهو ما يجعل الخصائص الأخرى ممثلة داخل العينة، سواء التعليمية أو المهنية، فمن المعلوم أن متغير التعليم والمهنة يختلف من حي سكني لآخر، فكلما ارتفع المستوى الاجتماعي الاقتصادي اترفعت نسبة التعليم، وزادت نسب أصحاب المهن الفنية والمهنية على المهن غير الفنية والحرفية.

سادساً: نتائج الدراسة:

سعت الباحثة من خلال الدراسة الراهنة إلى تحقيق هدف رئيسي، وهو التعرف على دور وسائل الإعلام المصرية في نشر الوعي بجائحة كورونا لدى الجمهور المصري، واعتمدت بشكل أساسي على دراسة ميدانية إستخدمت المسح الاجتماعي بالعينة عبر إستطلاع رأي الجمهور حول المعارف والمعلومات التي حصل عليها جائحة كورونا، باعتبار أن الجانب المعرفي هو المكون الأول لعملية تشكيل الوعي، ثم موقف الجمهور من المعارف والمعلومات بعد تفاعله معها بإعتبار الجانب الموقفي هو المكون الثاني

دور وسائل الإعلام في نشر الوعي بجائحة كورونا دراسة ميدانية على عينة من الجمهور المصري لعملية تشكيل الوعي، وأخيراً السلوك الذي يتخذه الجمهور من المعارف والمعلومات تجاه القضية بإعتبار الجانب السلوكي هو المكون الثالث لعملية تشكيل الوعي.

جدول رقم (٦)
أسبقية علم عينة الدراسة بجائحة كورونا

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
4	12	من الأهل والأقارب
5	15	من الجيران والأصدقاء
4,3	13	من العمل
86,7	260	من وسائل الإعلام
-	-	أخرى تذكر
100%	300	الإجمالي

تؤكد الدراسة الميدانية كما يتضح من بيانات الجدول رقم (٦) أن نسبة ٨٦% من عينة الدراسة قد حصلت على معارفها ومعلوماتها عن جائحة كورونا عبر وسائل الإعلام، يليها نسبة ٥% حصلت على معارفها ومعلوماتها عن طريق الجيران والأصدقاء، ثم نسبة ٤,٣% حصلت على معارفها ومعلوماتها عن طريق زملاء العمل، وأخيراً نسبة ٤% حصلوا على المعارف والمعلومات عن طريق الأهل والأقارب، وهو ما يعني أن وسائل الإعلام هي المصدر الأول والأكثر فاعلية في تشكيل وعي الجمهور بجائحة كورونا، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة عبد الباسط عبد المعطي (١٩٧٩) عن الإعلام وتزييف الوعي التي أثبتت أن الإعلام من أهم مصادر تشكيل الوعي لدى المواطن، من خلال مده بالمعارف والمعلومات المختلفة حول الظواهر، وهو ما يمكن تفسيره في ضوء النظرية البنائية الوظيفية بأن النسق الإعلامي إستطاع أن يقوم بأحد أهم وظائفه، وهو نشر الوعي بجائحة كورونا عبر مد الجمهور بالمعارف والمعلومات اللازمة، حتى يستطيع المواطن أن يقي نفسه من خطر الوباء، وبذلك يلعب النسق الإعلامي دوره الهام في إستقرار وتوازن النسق العام للمجتمع .

جدول رقم (٧)
وسيلة علم عينة الدراسة بجائحة كورونا

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
3,9	10	الإذاعة
10.8	28	التلفزيون
,8	2	الصحف
80,8	210	الفيس بوك
2,6	7	اليوتيوب
1,1	3	تويتر
-	-	أخرى تذكر
%١٠٠	260	الإجمالي

وتؤكد نتائج الدراسة الميدانية فيما يتعلق بوسيلة الإعلام التي إستمدت منها عينة الدراسة معارفها ومعلوماتها عن جائحة كورونا، فيتضح من الجدول رقم (٧) أن نسبة ٨٠,٨% ممن حصلوا على معلوماتهم عبر وسائل الإعلام قد حصلوا عليها من الفيسبوك، يليها نسبة ١٠,٨% عن طريق التلفزيون، ثم ٣,٩% عن طريق الإذاعة، ثم ٢,٦% عن طريق اليوتيوب، ثم ١,١% عن طريق تويتر، وأخيراً ٠,٨% عن طريق الصحف، وهو ما يعني أن غالبية عينة الدراسة حصلوا على معارفهم ومعلوماتهم عن طريق الإعلام الجديد، وليس الإعلام التقليدي، خاصة الفيسبوك الذي أصبح أحد أهم مصادر المعلومات للجمهور المصري في العقد الأخير، وبذلك يمكن القول أن الفيسبوك أحد أدوات النسق الإعلامي الذي بدأ يقوم بوظيفته في مد الجمهور بالمعارف والمعلومات عن جائحة كورونا، وبذلك يقوم النسق الإعلامي بوظيفته في إستقرار وتوازن وتناغم النسق العام للمجتمع، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة كل من محمد خليل الرفاعي (٢٠١١) ونتائج دراسة

دور وسائل الإعلام في نشر الوعي بجائحة كورونا دراسة ميدانية على عينة من الجمهور المصري
Hussain, TKHAN (٢٠٢٠) ودراسة Fethi Kayalar (٢٠٢٠) حيث أثبتت هذه الدراسات أن الإعلام الجديد بكافة أنواعه يلعب دور كبير في توعية الأفراد بكافة القضايا المجتمعية، وكذلك تسليط الضوء على قضايا معينة دون غيرها.

**جدول رقم (٨)
أفضلية وسائل الإعلام في التعريف بجائحة كورونا**

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
6,6	20	الإذاعة
14	42	التلفزيون
2	6	الصحف
74	222	الفيس بوك
3,4	10	اليوتيوب
-	-	تويتر
-	-	أخرى تذكر
100%	300	الإجمالي

تشير نتائج الدراسة الميدانية فيما يتعلق بأفضلية وسائل الإعلام في التعريف بجائحة كورونا لدى عينة الدراسة أن نسبة ٧٤% يفضلون الفيس بوك، يليها نسبة ١٤% يفضلون التلفزيون، ثم نسبة ٦,٦% يفضلون الإذاعة، ثم نسبة ٣,٤% يفضلون اليوتيوب، وأخيراً ٢% يفضلون الصحف، وهو ما يعني أن وسائل الإعلام الجديد لعبت الدور الأكبر في تعريف الجمهور المصري بجائحة كورونا -من وجهة نظر عينة الدراسة- و خاصة الفيس بوك، وهو ما يؤكد على أن الفيس بوك أصبح أهم أدوات النسق الإعلامي في القيام بوظيفته في نشر الوعي بقضايا ومشكلات المجتمع، والتي تؤدي في النهاية إلى الحفاظ على توازن وإستقرار البناء الإجتماعي، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة كل من جيهان عبد السلام (٢٠٢١)، ودراسة دحمان بن عبد الفتاح، وسيدا عمر زهرة (٢٠١٢)، حيث أوضحت نتائج هذه الدراسات أسبقية دور وسائل الإعلام في تعريف الأفراد وتوعيتهم بأخطار جائحة كورونا.

د.رباب جلال محمد البصراتي

جدول رقم (٩)
تقديم وسائل الإعلام لمعلومات كافية عن جائحة كورونا

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
96,7	290	تقدم
2,3	7	لا تقدم
1	3	لا أعرف
%١٠٠	300	الإجمالي

أكدت نتائج الدراسة الميدانية كما هو موضح في الجدول رقم (٩) أن نسبة ٩٦,٧% من عينة الدراسة يرون أن وسائل الإعلام قامت بتقديم معارف ومعلومات كافية عن جائحة كورونا، مقابل ٢,٣% يرون أنها لا تقدم معارف كافية، ونسبة ١% يؤكدون عدم معرفتهم، وهو ما يعني أن ترى كفاية المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام، حيث يعتمدون عليها في التعرف على طبيعة جائحة كورونا، وبذلك تكون قد لعبت وسائل الإعلام دوراً رئيسياً في الجانب الأول للوعي، وهو مد الجمهور بالمعارف والمعلومات اللازمة عن جائحة كورونا، وتكون قد قامت بوظيفتها في نشر الوعي بالظاهرة باعتبارها أحد الوظائف الرئيسية للنسق الإعلامي الذي يشكل أحد الأنساق الرئيسية في البناء الاجتماعي للمجتمعات الحديثة.

جدول رقم (١٠)
مدى ثقة العينة في المعلومات التي تتلقاها عبر وسائل الإعلام

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
70	210	أثق
30	90	لا أثق
%١٠٠	300	الإجمالي

تشير نتائج الدراسة الميدانية فيما يتعلق بثقة عينة الدراسة في المعلومات التي تتلقاها عبر وسائل الإعلام، كما هو موضح في الجدول رقم (١٠) أن نسبة ٧٠% يتقنون في المعلومات التي يتلقونها عبر وسائل الإعلام، مقابل ٣٠% لا يتقنون في هذه المعلومات، وهو ما يعني أن النسبة الأكبر من عينة الدراسة تثق في المعلومات التي تقدمها وسائل

دور وسائل الإعلام في نشر الوعي بجائحة كورونا دراسة ميدانية على عينة من الجمهور المصري
 الإعلام عن جائحة كورونا، وهو ما يمكن تفسيره في ضوء أن وسائل الإعلام قد
 أصبحت أحد أهم المصادر التي يعتمد عليها الجمهور، وبالتالي تزداد الثقة في هذه
 الوسائل، وهو ما يشير إلى قدرة النسق الإعلامي على كسب ثقة الجمهور، والقيام
 بوظيفته في نشر الوعي بقضايا ومشكلات المجتمع، ومن بينها جائحة كورونا.

جدول رقم (١١)

دور وسائل الإعلام الحقيقي في التعريف بأبعاد جائحة كورونا

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
71,7	215	نعم تقدم
25	75	لا تقدم
3,3	10	لا أعرف
100%	300	الإجمالي

وتؤكد نتائج الدراسة الميدانية فيما يتعلق بالدور الحقيقي الذي لعبته وسائل الإعلام في
 التعريف بأبعاد جائحة كورونا كما يتضح من الجدول رقم (١١) أن نسبة 71,7% من
 العينة تؤكد أنها لعبت دوراً حقيقياً في التعريف بأبعاد الجائحة مقابل 25% ترى أنها لم
 تقدم دوراً حقيقياً في التعريف بأبعاد الجائحة، وأشارت نسبة 3,3% أنها لا تعرف، وهو
 ما يعني أن النسبة الأكبر داخل عينة الدراسة ترى أن وسائل الإعلام قد لعبت دوراً
 حقيقياً في تعريف الجمهور بأبعاد جائحة كورونا، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج الدراسات
 السابقة عن جائحة كورونا، حيث أوضحت نتائج هذه الدراسات أن وسائل الإعلام لعبت
 دور أساسي في تعريف الجمهور بجائحة كورونا، مما يثبت أن النسق الإعلامي يقوم
 بوظيفته الأساسية في نشر وعي حقيقي، وليس زائفاً حول قضايا ومشكلات المجتمع من
 أجل مواجهتها، وبالتالي إحداث توازن وإستقرار للبناء الاجتماعي الكلي.

ويتضح من خلال العرض السابق للجانب المعرفي للوعي حول دور وسائل
 الإعلام في نشر الوعي بجائحة كورونا أن وسائل الإعلام المصرية من وجهة نظر عينة
 الدراسة قامت بدور إيجابي وفعال في مد الجمهور بالمعارف والمعلومات اللازمة

د.رباب جلال محمد البصراتي

للتعريف بالجائحة وخطورتها، والطرق التي يجب إتباعها لمواجهتها، وبذلك يمكننا القول أن وسائل الإعلام -والتي تشكل من وجهة النظر الوظيفية أحد الأنساق الرئيسية للمجتمع -قد تمكنت من القيام بدورها الوظيفي في الحفاظ على توازن وإستقرار المجتمع في لحظات الخطر والأزمات، حيث قدمت وسائل الإعلام معارف ومعلومات كافية للجمهور لكي يتمكن مواجهة الجائحة، والنجاه منها.

وفيما يتعلق بنتائج الدراسة الميدانية على مستوى الجانب الموقفي للوعي فقد جاءت على النحو التالي:

جدول رقم (١٢)
موقف عينة الدراسة بعد العلم بجائحة كورونا

النسبة النسبية النسبية	التكرار	الفئة
76,7	230	بدأت في إتخاذ الإجراءات الإحترازية مباشرة.
5,6	17	حاولت البحث عن مصادر أخرى للمعلومات.
3	9	بدأت في سؤال الأهل والأقارب والجيران والأصدقاء عن الجائحة.
6,7	20	لم أهتم بما تلقينته من معلومات
8	24	لم أتخذ أي إجراءات إحترازية
-	-	أخرى تذكر
100%	300	الإجمالي

وتشير نتائج الدراسة الميدانية فيما يتعلق بموقف عينة الدراسة بعد العلم بجائحة كورونا، كما يتضح من الجدول رقم (١٢) أن نسبة ٧٦,٧% بدأت في إتخاذ الإجراءات الإحترازية مباشرة، يليها نسبة ٨% لم تتخذ أي إجراءات إحترازية، ثم نسبة ٦,٧% لم تهتم بما تلقته من معلومات، ثم نسبة ٥,٦% حاولت البحث عن مصادر أخرى للمعلومات، وأخيراً نسبة ٣% بدأت في سؤال الأهل والأقارب والجيران عن الجائحة، وهو ما يعني أن غالبية مفردات عينة الدراسة لديها ثقة كبيرة في وسائل الإعلام، وفي المعلومات التي حصلت عليها منها، لذلك إتخذت موقف إيجابي منها، ومن المعلومات

دور وسائل الإعلام في نشر الوعي بجائحة كورونا دراسة ميدانية على عينة من الجمهور المصري المقدمة من خلالها، وبدأت فوراً في إتخاذ الإجراءات الإحترازية للوقاية من الوباء، وهو ما يؤكد أن النسق الإعلامي يقوم بدوره في نشر الوعي بجائحة كورونا، كما يؤثر تأثيراً إيجابياً عبر الجانب الموقفي للوعي.

جدول رقم (١٣)
مدى إقناع وسائل الإعلام في التوعية بجائحة كورونا

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
72,3	٢١٧	مقتنعة
23,3	٧٠	غير مقتنعة
4,4	١٣	لا أعرف
%١٠٠	٣٠٠	الإجمالي

وتشير نتائج الدراسة الميدانية فيما يتعلق بمدى إقناع وسائل الإعلام في التوعية بجائحة كورونا كما يتضح من الجدول رقم (١٣) أن نسبة ٧٢,٣% من عينة الدراسة ترى أنها مقتنعة، مقابل نسبة ٢٣,٣% يرون أنها غير مقتنعة، وأكد ٤,٤% منهم عدم معرفتهم، وهو ما يعني أن غالبية عينة الدراسة ترى أن وسائل الإعلام قد أقتنعت الجمهور عبر برامجها التوعوية حول جائحة كورونا، وهو ما يؤكد أن النسق الإعلامي قد لعب دوراً كبيراً وفاعلاً، وتمكن من القيام بأحد أهم وظائفه لنشر الوعي بهذه القضية، مما يؤدي في النهاية إلى الحفاظ على وحدة وتوازن وإستقرار البناء الاجتماعي.

جدول رقم (١٤)
أوجه الإقناع التي قدمتها وسائل الإعلام في التوعية بجائحة كورونا

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
81,6	177	قدمت معلومات وافية.
3,7	8	إستضافت خبراء في مجال الصحة.
5,5	12	قدمت معلومات عبر مسئولين في الدولة.
9,2	20	قدمت معلومات موثقة بالأدلة والبراهين.
-	-	أخرى تذكر.
%١٠٠	217	الإجمالي.

د.رباب جلال محمد البصراي

تؤكد نتائج الدراسة الميدانية فيما يتعلق بأوجه الإقناع التي قدمتها وسائل الإعلام في التوعية بجائحة كورونا كما يتضح من الجدول رقم (١٤) أن نسبة ٨١,٦% من العينة يرون أنها قدمت معلومات وافية، يليها نسبة ٩,٢% يرون أنها قدمت معلومات موثقة بالأدلة والبراهين، ثم نسبة ٥,٥% يرون أنها قدمت معلومات عبر مسئولين في الدولة، وأخيراً نسبة ٣,٧% يرون أنها إستضافت خبراء في مجال الصحة. ويتضح من ذلك أن النسبة الأكبر داخل عينة الدراسة ترى أن وسائل الإعلام نجحت في تقديم معلومات وافية عن الجائحة، مما جعلها مقنعة لدى الجمهور، حيث قام الجمهور باتباع الإجراءات الوقائية وفقاً لما قدمه من معلومات، وهي ذات النتيجة التي توصلت إليها دراسة رباب سيد عبد القادر، وهبة نور الدين (٢٠٢٠) وهو ما يعني أن النسق الإعلامي قد نجح في دوره الوظيفي في الحفاظ على وحدة وتوازن وإستقرار النسق الاجتماعي العام.

جدول رقم (١٥)

أوجه عدم إقناع وسائل الإعلام في التوعية بجائحة كورونا

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
38,6	27	لم تقدم معلومات واقعية.
18,6	13	كانت المعلومات متضاربة ومتناقضة.
7,1	5	لم تصدر عن مسئولين أو خبراء في الدولة.
35,7	25	لم تشرح حقيقة الموقف على أرض الواقع.
-	-	أخرى تذكر.
100%	70	الإجمالي.

وتشير نتائج الدراسة الميدانية فيما يتعلق بأوجه عدم الإقناع لدى عينة الدراسة الذين أكدوا على عدم قيام وسائل الإعلام بدورها في التوعية بجائحة كورونا كما يتضح من الجدول رقم (١٥) أن نسبة ٣٨,٦% يرون أنها لم تقدم معلومات واقعية، يليها نسبة ٣٥,٧% يرون أنها لم تشرح حقيقة الموقف على أرض الواقع، ثم نسبة ٨,٦% يرون

دور وسائل الإعلام في نشر الوعي بجائحة كورونا دراسة ميدانية على عينة من الجمهور المصري
 أن المعلومات جاءت متضاربة ومتناقضة، وأخيراً نسبة ٧,١% يرون أن المعلومات لم
 تصدر عن مسئولين أو خبراء في الدولة، وعلى الرغم من سلبية هذه النتائج فيما يخص
 الدور التوعوي لوسائل الإعلام، إلا أنها صادرة عن الأجزاء الأقل داخل عينة الدراسة،
 وهو ما يؤكد أن وسائل الإعلام قد تمكنت بالفعل من القيام بدورها في توعية غالبية
 الجمهور وإقناعه بخطورة الجائحة.

- ويتضح من خلال العرض السابق للجانب الموقفي للوعي حول دور وسائل الإعلام
 في نشر الوعي بجائحة كورونا أن وسائل الإعلام المصرية من وجهة نظر عينة الدراسة
 نجحت في إقناع الجمهور في إتخاذ موقف إيجابي تجاه المعلومات والمعارف التي قدمت
 له، فنتجته مباشرة بعد تلقيه للمعلومات لإتخاذ الإجراءات الاحترازية للوقاية من وباء
 كورونا، وهو ما يعني نجاح النسق الإعلامي في القيام بوظائفه الأساسية، وهو ما يؤكد
 رؤية النظرية البنائية الوظيفية التي تعتبر النسق الإعلامي أحد الأنساق الرئيسية التي
 تقوم بدور فاعل في الحفاظ على وحدة وتوازن وإستقرار المجتمعات الحديثة.
 وفيما يتعلق بنتائج الدراسة الميدانية على المستوى السلوكي للوعي فقد جاءت على
 النحو التالي:

جدول رقم (١٦)
 الإستفادة من المعلومات المتلقاه عبر وسائل الإعلام

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
77,7	233	نعم
22,3	67	لا
١٠٠%	300	الإجمالي

أكدت نتائج الدراسة الميدانية فيما يتعلق بإستفادة عينة الدراسة من المعلومات المتلقاه
 عبر وسائل الإعلام عن جائحة كورونا، فيتضح من الجدول رقم (١٦) أن نسبة
 ٧٧,٧% إستفادوا من المعلومات مقابل ٢٢,٣% لم يستفيدوا من المعلومات عبر وسائل
 الإعلام، وهو ما يعني أن الغالبية العظمى من عينة الدراسة إستفادت من المعلومات التي

د.رباب جلال محمد البصراتي

حصلت عليها عبر وسائل الإعلام عن جائحة كورونا، وبذلك تكون وسائل الإعلام قد لعبت دوراً فاعلاً في نشر الوعي بالجائحة، ويكون النسق الإعلامي وفقاً للنظرية البنائية الوظيفية قد قام بوظيفته التوعوية التي تحفظ إستقرار وتوازن البناء الاجتماعي العام.

جدول رقم (١٧)

أوجه الإستفادة التي تم الحصول عليها من وسائل الإعلام

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
52,4	122	اتخذت الإجراءات الإحترازية.
18	42	قمت بتوعية أفراد عائلتي.
9	21	قمت بتوعية الجيران والأصدقاء.
20,6	48	تمكنت من الإفلات من الإصابة.
-	-	أخرى تذكر.
100%	233	الإجمالي.

وفيما يتعلق بأوجه الإستفادة التي حصل عليها المبحوثين الذين أكدوا على إستفادتهم من وسائل الإعلام كما يتضح من الجدول رقم (١٧)، جاءت نسبة ٥٢,٤% منهم يؤكدون على إتخاذ الإجراءات الإحترازية، يليها نسبة ٢٠,٦% أكدت على تمكنهم من الإفلات من الإصابة، ثم نسبة ١٨% قاموا بتوعية أفراد عائلتهم، ثم ٩% قاموا بتوعية الجيران والأصدقاء، وهو ما يعني أن من إستفادوا من المعلومات المستمدة من وسائل الإعلام قد تمكنوا من إتباع سلوكيات مختلفة ومتنوعة لوقاية أنفسهم أولاً ثم عائلاتهم ثم جيرانهم وأصدقائهم، وبذلك تكون وسائل الإعلام قد لعبت دوراً هاماً في الجانب السلوكي للوعي، وهو إقناع الجمهور بضرورة ترجمة المعارف والمعلومات إلى سلوك يومي يقيه من أضرار الجائحة والإفلات من الإصابة بالبواب، وبذلك يكون النسق الإعلامي قد لعب دوراً أساسياً في نشر الوعي بجائحة كورونا باعتباره أحد الأنساق الرئيسية في بناء المجتمعات الحديثة.

جدول رقم (١٨)

أسباب عدم الاستفادة من المعلومات التي تم الحصول عليها من وسائل الإعلام

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
55,3	37	لعدم ثقتي في وسائل الإعلام .
11,9	8	لأنني لم أتخذ الإجراءات الاحترازية.
10,4	7	لم أتعامل مع المعلومات بجدية.
22,4	15	الثقافة العامة غير مكثثة بالجائحة .
-	-	أخرى تذكر.
100%	67	الإجمالي.

أما بالنسبة لأسباب عدم الاستفادة من المعلومات التي قدمتها وسائل الإعلام عن جائحة كورونا- كما حددت النسبة الأقل داخل العينة، وكما هو موضح من الجدول رقم (١٨) جاءت نسبة ٥٥,٣% لتؤكد عدم ثقتها في وسائل الإعلام، يليها نسبة ٢٢,٤% تؤكد أن الثقافة العامة غير مكثثة بالجائحة، ثم نسبة ١١,٩% تؤكد أنها لم تتخذ إجراءات احترازية، وأخيراً نسبة ١٠,٤% أكدت أنها لم تتعامل مع المعلومات بجدية، ولا يمكن التعويل كثيراً على هذه الآراء، لأن نسبتها قليلة قياساً بالنسب التي أكدت على الدور الإيجابي لوسائل الإعلام في نشر الوعي بجائحة كورونا، وترجمة المعارف إلى مواقف، وترجمة المواقف إلى سلوك.

ويتضح من خلال العرض السابق للجانب السلوكي للوعي حول دور وسائل الإعلام في نشر الوعي بجائحة كورونا : أن وسائل الإعلام المصرية من وجهة نظر عينة الدراسة قد نجحت في تشكيل وعي الجمهور، لكي يتخذ سلوكيات إيجابية تقيه من الإصابة بفيروس كورونا، وهو ما يؤكد أن النسق الإعلامي قد قام بوظيفته التي حددتها النظرية البنائية الوظيفية بالتوعية من خلال مد المواطنين بالمعلومات التي يتم التفاعل معها بشكل إيجابي تترجم إلى سلوك وقائي من الإصابة، وبذلك يكون النسق الإعلامي قد أدى دوره في الحفاظ على وحدة وتوازن وإستقرار البناء الاجتماعي العام.

لقد تبلورت مشكلة الدراسة في التعرف على دور وسائل الإعلام في نشر الوعي بجائحة كورونا، وتمت معالجة الموضوع في ضوء النظرية البنائية الوظيفية التي ترى أن النسق الإعلامي هو أحد الأنساق الفرعية للبناء الاجتماعي لأي مجتمع، وهذا النسق الفرعي مثله مثل باقي أنساق البناء الاجتماعي له وظيفة أساسية تساهم مع الوظائف الأخرى للأنساق الفرعية في تحقيق الوظيفة العامة للبناء الاجتماعي وهي وحدة وتوازن واستقرار هذا البناء، وتعد عملية نشر الوعي بقضايا ومشكلات المجتمع أحد أهم وظائف النسق الإعلامي، لذلك جاءت الدراسة الراهنة لمحاولة إختبار أداء النسق الإعلامي لدوره الوظيفي في معالجة جائحة كورونا، وهل بالفعل نجح في أداء وظيفته أم لا ؟ وفي هذا الإطار أكدت الدراسة الميدانية التي تم إجراؤها على عينة من الجمهور المصري، أن وسائل الإعلام المصرية قد لعبت دوراً رئيسياً في نشر الوعي بجائحة كورونا.

وأبرزت النتائج فيما يتعلق بالتساؤل الفرعي الاول الخاص بالمصادر التي إعتاد عليها الجمهور المصري في التعرف على جائحة كورونا، أن وسائل الإعلام جاءت في مقدمة المصادر التي أمدت المواطن بمعارف ومعلومات حول الجائحة، وجاء الإعلام الجديد متفوقاً على الإعلام التقليدي، وجاء الفيس بوك متقدماً على كافة وسائل التواصل الاجتماعي في مد الجمهور المصري بالمعارف والمعلومات حول جائحة كورونا.

وفيما يتعلق بالتساؤل الفرعي الثاني الخاص بالدور الذي لعبته وسائل الإعلام في تعريف المواطن بجائحة كورونا، فقد أكدت النتائج الميدانية أن وسائل الإعلام المصرية لعبت دوراً بارزاً في تعريف المواطن بأبعاد الجائحة والمخاطر التي يمكن أن تنجم عنها، حيث قدمت معلومات كافية ووافية وموثقة بالأدلة والبراهين حول الجائحة وضرورة مواجهتها.

أما بالنسبة للتساؤل الفرعي الثالث والخاص بالموقف الذي اتخذه المواطن بعد حصوله على المعلومات من وسائل الإعلام، فقد أكدت النتائج الميدانية أن الجمهور قد قام باتخاذ

دور وسائل الإعلام في نشر الوعي بجائحة كورونا دراسة ميدانية على عينة من الجمهور المصري
إجراءات إحترازية بشكل مباشر بعد حصوله على المعلومات والمعارف، ذلك لثقتته
فيما تقدمه وسائل الإعلام من معلومات حول جائحة كورونا، وهو ما يعبر عن إتخاذ
موقف إيجابي حيال الجائحة.

أما فيما يخص التساؤل الفرعي الرائع والخاص بالسلوك الذي اتخذه المواطن بعد
حصوله على المعلومات المستمدة من وسائل الإعلام واتخاذ موقف إيجابي منها، فإنه
قد قام بممارسة سلوكيات إحترازية، لكي يتمكن من الإفلات من الإثابة، وتوعية أفراد
عائلته وجيرانه وأصدقائه، وهو ما يعني إستفادة المواطن من وسائل الإعلام التي
شكلت وعيه بحقيقة الجائحة وخطورتها.

وقد اتفقت هذه النتائج إلى حد كبير مع بعض نتائج الدراسات السابقة التي عرضنا لها
في مطلع الدراسة الراهنة، خاصة النتائج التي أكدت أن وسائل الإعلام الجديدة وخاصة
موقع الفيس بوك قد لعب دوراً واضحاً في نشر الوعي بجائحة كورونا لدى الجمهور
المصري، وهو ما يدعم رؤية النظرية البنائية الوظيفية التي ترى أن النسق الإعلامي
يؤدي وظيفة رئيسية في نشر الوعي بقضايا ومشكلات المجتمع، وهو ما يؤدي في
النهاية إلى الحفاظ على وحدة وتوازن واستقرار المجتمع.

قائمة المراجع العربية والأجنبية

(١) محمد سيد أحمد، الإعلام وتزييف الوعي بقضايا ومشكلات المجتمع، دار الكتب العلمية، القاهرة، ٢٠١٢، ص ٥٥.

(٢) عبد الباسط عبد المعطي، الإعلام وتزييف الوعي، دار الثقافة الجديدة، القاهرة، ١٩٧٩، ص ٤-١.

(3) Lane,R (2008) The effects of media on the political participation of Members, Annual Review of sociology, P 90 ,91.

(4) Wojcieszak,M.&Smith, B (2014). Will politics be tweeted? New media use by Iranian Youth in 2011.New Media &Society. Feb2014, Vil.16 p.p 91-109.

(٥) جاسم خليل ميرزا، دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي والمعرفة لدى أفراد المجتمع حول أزمة فيروس كوفيد ١٩ المستجد، دراسة ميدانية على مستوى الوطن العربي مجلة أكاديميا العرب، ٢٠٢١.

<https://academia-arabia.com/ar>

(٦) محمد خليل الرفاعي: دور الإعلام في العصر الرقمي في تشكيل قيم الأسرة العربية، مجلة جامعة دمشق-المجلد ٢٧- العدد الأول،

<http://www.damascusuniversity.edu.sy/mag/human/images/stories/687-743.pdf>. ٢٠١١

(٧) عبد الباسط عبد المعطي ، التعليم وتزييف الوعي الاجتماعي دراسة في استطلاع مضمون بعض المقررات الدراسية ، مجلة العلوم الاجتماعية ، جامعة الكويت –مجلس النشر العلمي ، ١٩٨٤.

(٨) عبد الباسط عبد المعطي، الإعلام وتزييف الوعي، مرجع سابق.

(٩) بحري أحمد محمد، الصفوة المثقفة والوعي الاجتماعي: دراسة مقارنة، رسالة دكتوراه غير منشورة بكلية البنات للآداب والعلوم والتربية ، ٢٠١٣.

(10) Modi P D, Nair G, Uppe A, et al., COVID- Modi P D, Nair G, Awareness Among Healthcare Students and Professionals in Mumbai Metropolitan Region, Cureus 12(4) 2020.

دور وسائل الإعلام في نشر الوعي بجائحة كورونا دراسة ميدانية على عينة من الجمهور المصري

(11) Hussain, T., Khan, S., Gilani, U. S., & Raza, S. M. M., Evaluation of General Awareness Among Professionals Regarding COVID-19: A Survey Based Study from Pakistan, researchsquare, version1,2020.

(12) رباب سيد عبد القادر، وهبة نور الدين: الوعي الاجتماعي للريفين بفيروس كورونا ميدانية لقرية ندرطوج بمحافظة القليوبية وقرية أبشواي بمحافظة الفيوم، مجلة إتحاد الجامعات العربية للعلوم الزراعية، القاهرة، جامعة عين شمس، مجلد ٢٠٨، عدد (٤) ٩٤٩-٩٦٩، ٢٠٢٠.

(13) KAYALAR, Fethi (2020). Shift to Digitalized Education due to Covid – 19 Pandemic and the Difficulties the Teachers Encountered in the Process. Erzincan B. Y. University, Faculty of Education, Erzincan, proceedings of IAC in Venice, Turkey.

(14) Geldsetzer, P., Knowledge and perceptions of COVID-19 among the general public in the United States and the United Kingdom: A cross-sectional online survey. Annals of internal medicine, July,2020.

(١٥) دحمان بن عبد الفتاح، وسيدا عمر زهرة: تداعيات فيروس كورونا على الاقتصاد العالمي- مخاطر وانعكاسات على الوطن العربي، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية ٢٠١٢.

(١٦) جيهان عبد السلام ، أثر وباء كورونا على أداء الاقتصاد المصري (التداعيات وسياسات المواجهة)، ورقة مقدمة للمشاركة في المؤتمر العلمي الخامس لكلية التجارة ، كلية الدراسات الأفريقية العليا، جامعة القاهرة، ٢٠٢١.

(١٧) علي حمد السحسباني: إسهامات العمل التطوعي وقت الكوارث والأزمات "جائحة كورونا نموذجاً، جامعة الملك سعود، الجمعية السعودية للدراسات الاجتماعية، ٢٠٢٢.

(18) https://www.lazemtefham.com/2015/12/blog-post_6.html

(١٩) أنظر كل من:

<https://mssader.com/%D8%AA>

-منال طلعت محمود، مدخل إلى علم الاتصال، الإسكندرية: دار الجامعة، ص ٧، ٢٠٠٢.

- أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات الإعلام، ط ٢، بيروت، دار الكتاب اللبناني، ١٩٩٤.

(٢٠) أنظر كل من:

-Barrie Axford and Richard Huggins, New Media and politics (London:)
SAGE Publications, 2001.

-فضيل دليو، الاتصال (مفاهيمه، نظرياته، وسائله، القاهرة دار الفجر، الطبعة الأولى، ٢٠٠٣.
- عبد الوهاب الكيالي، موسوعة السياسية، بيروت: المؤسسة العربية للدراسات والنشر، ١٩٩٠.
- محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، ج ٢، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣.
- فهد بن عبد الرحمان الشميمري، التربية الإعلامية كيف تتعامل مع الإعلام؟، ط١)، الرياض:
مكتبة الملك فهد الوطنية، 2010.

Sushil Kumar Saini (2012-1-29), "Importance of Means of
Communication" -www.studyvillage.com, Retrieved 2018-3-11. Edited.

(٢١) محمد عاطف غيث، قاموس علم الاجتماع، الهيئة العامة للكتاب، ١٩٧٩، ص٨٨.
(٢٢) أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية ، بيروتن مكتبة لبنان، ١٩٨٦،
ص٨١.

(٢٣) سمير نعيم أحمد ، النظرية في علم الاجتماع ، دار المعارف ، القاهرة، الطبعة الأولى
١٩٧٩، ص١٧٩.

(٢٤) عبد الباسط عبد المعطي، الإعلام وتزييف الوعي، دار الثقافة الجديدة ، القاهرة، ص١٦.
(25) Marx; A ritiqueion to the ritique of political economy,the
international library publishing, Co.,N.Y,1904,11-12.

(26) Banks, williamP.,ed.EncyClopedia of Consciousness ,Academic
press,Elsevier INC,Oxford,UX,2009,P157.

(٢٧) عبد الباسط عبد المعطي، الوعي التتموي العربي- ممارسة بحثية، دار الموقف العربي
للصحافة والنشر، القاهرة ١٩٨٣، ص٢٥-٤٠.

(٢٨) أنظر كل من

"Naming the coronavirus disease (COVID-19) and the virus that causes it".

منظمة الصحة العالمية. مؤرشف من الأصل في ١٦ مايو ٢٠٢٠.

دور وسائل الإعلام في نشر الوعي بجائحة كورونا دراسة ميدانية على عينة من الجمهور المصري

“WHO Director-General’s opening remarks at the media briefing on ^

COVID-19—11 March 2020” منظمة الصحة العالمية 11 مارس ٢٠٢٠.

(29)<https://mubasher.aljazeera.net/news/miscellaneous/2020/3/15/%D9%85%>

(٣٠) أنظر كل من:

-جيهان عبد السلام، أثر وباء كورونا على أداء الاقتصاد المصري (التداعيات وسياسات المواجهة)، ورقة مقدمة للمشاركة في المؤتمر العلمي الخامس لكلية التجارة ، كلية الدراسات الأفريقية العليا،جامعة القاهرة/ ٢٠٢١.

Porta, Miquel, ed. (2008). Dictionary of Epidemiology. Oxford

University Press. p. 179. ISBN 978-0-19-531449-6.

Retrieved 14 September 2012.

A. M., Dumar (2009). Swine Flu: What You Need to Know.

Wiside Press LLC. p. 7. ISBN 9781434458322.

(٣١) أنظر كل من:

- عبد الباسط عبد المعطي: إتجاهات نظرية في علم الاجتماع، الكويت، سلسلة عالم المعرفة، مجلس الثقافة والفنون والآداب، ١٩٨١.

-على ليلة: البنائية الوظيفية في علم الاجتماع "الرواد"، المكتبة المصرية، الإسكندرية، الطبعة الثانية، ٢٠٠٣، ص ٢٥١.

(٣٢) أنظر كل من:

-Parsons, T. and Shils, E. (1951) Toward a General Theory of Action, Harvard University Press, Cambridge, MA.

-Groom,A.J.R.and P taylor(eds),Funcetionalism :Theory and practice in world politics ,London:university of London press,1975,p-13.

- Robert Merton (1957).Social theory and social structure, the free press new York ,pp 85-92.

-على عبد الرازق جليبي وآخرون، جليبي ، نظرية علم الاجتماع و الاتجاهات الحديثة و المعاصرة ، الإسكندرية ، دار المعرفة الجامعية ، ١٩٩٨ .

-عبدالله محمد عبدالرحمن: النظرية فى علم الإجتماع (النظرية الكلاسيكية)، دار المعرفة الجامعية، الأزاريطة، ٢٠٠٦، ص٢٨٦ .

(٣٤) محمد سيد أحمد، الوطن العربي- عشر سنوات من الإنكسارات والانتصارات، دار أطلس للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠٢١، ص ص ١٦٦-١٦٧ .