مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام

رئيس مجلس الإدارة: أ.د/ سلامة داود - رئيس جامعة الأزهر.

رئيس التحرير: أ.د/ رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر وعميد كلية الإعلام.

مساعدو رئيس التحرير:

- أ.د/ محمود عبدالعاطي - الأستاذ بقسم الإذاعة والتليفزيون بالكلية
- أ.د/ فهد العسكر - أستاذ الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية (المملكة العربية السعودية)
- أ.د/ عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)
- أ.د/ جلال الدين الشيخ زيادة - أستاذ الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

مدير التحرير: أ.د/ عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتليفزيون بالكلية

سكرتيرو التحرير:

د/ إبراهيم بسيونى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.
د/ مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.
د/ أحمد عبده - مدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بالكلية.
د/ محمد كامل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

مدققا اللغة العربية:

أ/ عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.
أ/ جمال أبو جبل - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

المراسلات:

- القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦
- الموقع الإلكتروني للمجلة: http://jsb.journals.ekb.eg
- البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

- العدد الرابع والستون - الجزء الأول- جمادى الآخر ١٤٤٤هـ - يناير ٢٠٢٣ م
- رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٦٥٥٥
- الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢ - ٢٩٢ x
- الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧ - ١١١٠

الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د/ على عجوة (مصر)

أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق بجامعة القاهرة.

٢. أ.د/ محمد معوض. (مصر)

أستاذ الإذاعة والتليفزيون بجامعة عين شمس.

٣. أ.د/ حسين أمين (مصر)

أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.

٤. أ.د/ جمال النجار (مصر)

أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.

٥. أ.د/ مي العبدالله (لبنان)

أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.

٦. أ.د/ وديع العزعزي (اليمن)

أستاذ الإذاعة والتليفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.

٧. أ.د/ العربي بوعمامة (الجزائر)

أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.

٨. أ.د/ سامي الشريف (مصر)

أستاذ الإذاعة والتليفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.

٩. أ.د/ خالد صلاح الدين (مصر)

أستاذ الإذاعة والتليفزيون بكلية الإعلام -جامعة القاهرة.

١٠. أ.د/ رزق سعد (مصر)

أستاذ العلاقات العامة - جامعة مصر الدولية.

قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقًا للقواعد الآتية:

- **يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.**
- **ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمرًا علميًا.**
- **لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة ... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.**
- **يجب ألا يزيد عنوان البحث (الرئيسي والفرعي) عن ٢٠ كلمة.**
- **يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وآخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.**
- **يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر .. ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.**
- **لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها .... وتحتفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.**
- **تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر .**
- **ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.**

جميع الآراء الواردة في المجلة تعبر عن رأي صاحبها ولا تعبر عن رأي المجلة

محتويات العدد

- استخدام الشباب الجامعي للإنفوجراف الخاص بالمبادرات الرئاسية الصحية في المواقع الإلكترونية ٩
  أ.د/ عربي عبد العزيز الطوخي د/ محمد عبد الفتاح عوض
- فاعلية نموذج نشر الصحافة لأخبار الجريمة والعقاب في تعزيز اتجاه المراهقين في شمال سيناء ضد الجريمة (دراسة شبه تجريبية) ٥١
  أ.م.د/ خالد أحمد مسعد
- دراسة تحليلية موضوعية لبرنامج ما خفي أعظم في فضائية الجزيرة ٨٥
  أ.م.د/ حسن محمد أبو حشيش
- الاتجاهات الحديثة في بحوث ودراسات الاستخدام التعليمي للمنصات ١١٥
  أ.م.د/ أحمد محمد صالح العميري
- الاتجاهات العالمية الحديثة في بحوث الإعلام التربوي- دراسة تحليلية من المستوى الثاني في الفترة (٢٠١٦-٢٠٢١) ١٧١
  أ.م.د/ السيد محمود عثمان
- محتوى المؤثرين على سنابشات في المملكة العربية السعودية: دراسة تحليلية ٢٦٧
  د/ عيسى المستنير
- القيمة المدركة من زيارة المعارض التجارية وعلاقتها بشعور المستهلك بالندم على الزيارة والشراء ٣١٩
  د/ محمود فوزي رشاد أحمد
- دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل وعي الشباب المصري واتجاهاته نحو قضايا الجرائم البيئية وتغير المناخ ٣٩٧
  د/ هاجر حلمي حبيش

واقع القنوات التلفزيونية المصرية الخاصة من وجهة نظر القائمين بالاتصال والخبراء الأكاديميين رحاب عبد الناصر عوض ٤٦١

معالجة الصحف السعودية لقضايا التعليم المحلية «دراسة تحليلية مقارنة» فيصل ماطر صلاح ٥١٥

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

«وقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَى عَالِمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ»

سورة التوبة – الآية ١٠٥

الافتتاحية

بقلم: الأستاذ الدكتور

رضا عبد الواجد أمين

رئيس التحرير

مجلة البحوث الإعلامية .. ثلاثون عاما من الريادة والتميز

الحمد لله والصلاة والسلام على سيدنا رسول الله.

وبعد

أعزاءنا القراء من الباحثين والمهتمين بعلوم الإعلام والاتصال بفروعه المختلفة ، نعتز بأن نقدم لكم العدد الرابع والستين من مجلة البحوث الإعلامية الصادرة عن كلية الإعلام جامعة الأزهر ، والذي يصادف مرور ثلاثين عاما على إنشائها ، حيث صدر العدد الأول منها عام ١٩٩٣م ، والتي نعتز فيها بإقامة جسور تواصل علمية مع نخبة من أكفأ الأساتذة الأفاضل في مجال التخصص لتحكيم وتنقيح البحوث العلمية والدراسات المجازة للنشر ، وصولا إلى الغاية المبتغاة ، وهي الارتقاء بالعملية البحثية ، وقيادة المجتمع العلمي للممارسات التي من شأنها الحفاظ على قوة ومكانة الدورية العلمية محليا وإقليميا وعالميا ، مع التأكيد على أن عملية التحكيم تتم في جميع مراحلها عبر النظام الإلكتروني للمجلة ، وأن البحث الواحد يحكم من قبل اثنين من الأساتذة في تخصص البحث بالنظام المعمى اتساقا مع المعايير العالمية في مراجعة البحوث والدراسات المعدة للنشر في الدوريات العلمية المرموقة .

وكم يسعدنا أن نتلقى ردود الفعل المثنية – من الباحثين – على الانضباط في كل عمليات التعامل مع البحث والباحث من المتابعة المستمرة ، وتجسير الهوة الزمنية بين تاريخ استقبال البحث وتاريخ نشره أو إجازته للنشر ، دون أن يؤثر ذلك على جودة كل المراحل التي يتم التعامل فيها مع البحث ، كما أن هناك نظام داخلي للتدقيق المستمر للتأكد من الشفافية والعدالة والموضوعية في كل بحث يتم الاتفاق على إجازته للنشر من قبل الأساتذة المحكمين .

وترجمة لهذه الثقة المطردة من قبل الباحثين والأساتذة فإننا يسرنا أن نعلن أن عدد قراءة الدراسات المنشورة في الموقع الإلكتروني للمجلة وهو : https://jsb.journals.ekb.eg/ زاد عن ٨٥٠ ألف قراءة ، وأن عدد تحميل البحوث Download بلغت ٥٦٨ ألفا وفقا لإحصائيات الموقع الإلكتروني في نهاية ديسمبر ٢٠٢٢م، وذلك بخلاف الاطلاع على النسخ الورقية في مكتبة كلية الإعلام جامعة الأزهر أو المكتبة المركزية بالجامعة أو أي وسيلة أخرى.

وهذا الأمر يضاعف من المسئوليات الملقاة على عاتق أسرة تحرير المجلة التي تعمل على المضي قدما في عمليات التحديث والتطوير ، في محاولة للإسهام الفاعل في البيئة العلمية والبحثية في تخصص مهم هو الإعلام والاتصال ، ونسأل الله أن يكون ذلك كله من باب العلم الذي ينتفع به ، و ندعوه سبحانه أن يجعل كل ما يتم من عمليات مستمرة في مجلة البحوث الإعلامية خدمة للباحثين والمهتمين في ميزان حسنات كل من له دور في ذلك ، وإنما التوفيق والعون من الله وحده ، فله- سبحانه- الحمد في الأولى والآخرة ، « وَمَا تَوْفِيقِي إِلَّا بِاللَّهِ عَلَيْهِ تَوَكَّلْتُ وَإِلَيْهِ أُنِيبُ» (الآية رقم ٨٨ من سورة هود)

أ.د/ رضا عبد الواجد أمين

عميد كلية الإعلام جامعة الأزهر

و رئيس التحرير

م	القطاع	اسم المجلة	اسم الجهه / الجامعة	نقاط المجله يوليو2022	ISSN-P	ISSN-O
1	الدراسات الإعلامية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	جامعة الأهرام الكندية، كلية الاعلام	7	2536-9393	2735-4008
2	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	7	2356-914X	2682-4663
3	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	7	2356-9158	2682-4620
4	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	7	2356-9131	2682-4671
5	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	7	1110-5836	2682-4647
6	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري	جامعة بنى سويف، كلية الإعلام	7	2735-3796	2735-377X
7	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	جامعة القاهرة،كلية الإعلام، مركز بحوث الراى العام	7	1110-5844	2682-4655
8	الدراسات الإعلامية	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة القاهرة، جمعية كليات الاعلام العربية	7	2356-9891	2682-4639
9	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	7	1110-9297	2682-292X
10	الدراسات الإعلامية	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	Egyptian Public Relations Association	7	2314-8721	2314-873X
11	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة جنوب الوادى، كلية الإعلام	7	2536-9237	2735-4326
12	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	المعهد الدولى العالى للإعلام بالشروق	6.5	2357-0407	2735-4016

- يتم إعادة تقييم المجلات المحلية المصريه دوريا فى شهر يونيو من كل عام و يكون التقييم الجديد ساريا للسنه التالية للنشر فى هذه المجلات.

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل وعي الشباب المصري واتجاهاته نحو قضايا الجرائم البيئية وتغير المناخ

The role of social networking sites in shaping Egyptian youth's awareness and attitudes towards environmental crimes and climate change issues

د/ هاجر حلمي حبيش

دكتوراة الإعلام الرقمي/ معهد التخطيط القومي

hagarhelmi20@gmail.com

ملخص الدراسة

تنطلق الدراسة من هدف رئيسي، هو التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل وعي الشباب المصري واتجاهاته نحو قضايا الجرائم البيئية وتغير المناخ، وذلك من خلال التعرف على أكثر قضايا المناخية تعرضًا، والتأثيرات السلوكية والوجدانية والمعرفية الناتجة عن هذا التعرض، وتحليل العلاقة بين درجة الثقة في المضامين المعروضة ونوع الاتجاه، وتقييم الشباب المصري العام لأداء تلك المنصات، واستخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي، عن طريق تطبيق استبانة على عينة قوامها 400 من الشباب المصري (ريف، وحضر)؛ بسحب 219 مفردة من الذكور في مقابل 181 من الإناث.

وكانت أهم نتائج الدراسة:

❖ وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين وعي المبحوثين بالجرائم البيئية وتغيرات المناخ واتجاهاتهم نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بجرائم البيئية وتغيرات المناخ.

❖ وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد المبحوثين على مضامين جرائم البيئة وتغيرات المناخ على مواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات المعرفية، والوجدانية، والسلوكية الناتجة عن ذلك الاعتماد.

❖ وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة الثقة في المضامين المعروضة حول الجرائم البيئة وتغير المناخ بمواقع التواصل الاجتماعي والاتجاه نحو دورها في التوعية بجرائم البيئية وتغيرات المناخ.

الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي، الجرائم البيئية، تغير المناخ، الشباب المصري.

Abstract

The study starts from the main objective, which is to identify the role of social networking sites in shaping the awareness of Egyptian youth and their attitudes towards issues of environmental crimes and climate change, by identifying the most exposed climate issues, the behavioral, emotional and cognitive effects resulting from this exposure, and analyzing the relationship between the degree of confidence In the contents presented, the type of trend, and the Egyptian youth's general assessment of the disease of these platforms, the study used the media survey method by applying a questionnaire form. The study was applied to a sample of 400 Egyptian youth (rural, and urban), where 219 items were drawn from males versus 181 females.

The most important search results were:

- There is a statistically significant correlation between the respondents' awareness of environmental crimes and climate change and their attitude toward the role of social networking sites in raising awareness of environmental crimes and climate change.
- There is a statistically significant correlation between the respondents' dependence on the contents of environmental crimes and climate changes on social networking sites, and the cognitive, emotional, and behavioral effects resulting from that dependence.
- There is a statistically significant correlation between the degree of confidence in the contents presented about environmental crimes and climate change on social networking sites and the trend toward their role in raising awareness of environmental crimes and climate change.

Keywords: Social media, environmental crimes and climate change, Egyptian youth.

مقدمة:

لعل أبرز ما يشهده العالم اليوم هو مشكلة التلوث البيئي بشتى أنواعه، الذي أصبح خطراً من بين الأخطار التي تهدد البيئة؛ ما جعل المدافعين عن البيئة يدقون ناقوس الخطر المحدق، ونظراً لحداثة موضوع الجرائم بها، وتعالي أصواتهم المنددة بالانتهاكات التي تحدث بحق البيئة بشتى أنواعها، فقد فرضت نفسها للبحث فيه، ويظهر ذلك من خلال تزايد الاهتمام الدولي والوطني، وسنّ التشريعات والنصوص القانونية، وإبرام الاتفاقيات الدولية؛ من أجل مكافحة هذا النوع من الجرائم المستحدثة، وهي بدورها تعد من بين المشكلات الخطرة التي قد تولد آثاراً، وهذه الجرائم تمتلك نوعاً من الخصوصية ضارة بالبيئة، وتمس كل العناصر المكونة لها[1].

وقد استأثرت قضايا البيئة المعاصرة على اهتمام النظام العالمي الجديد، وأصبحت من أهم القضايا التي يعاني منها المجتمع اليوم، وازداد القلق العالمي المشترك بأن الكرة الأرضية أصبحت مهددة وملوثة، وذلك عندما أسهم الإنسان بشكل سلبي فيها، من خلال استغلاله السلبي للموارد البيئية، وممارسته الخاطئة تجاهها، وإدخاله التلوث بأنواعه المختلفة على البيئة، وهو ما تعاني منه كل المجتمعات، الصناعية والنامية، وذلك نتيجة النشاط الصناعي المتزايد على البيئة الطبيعية، مما يرتب آثاراً ضارة على الكائنات الحية وعناصر البيئة[2].

ومن المجالات التي بدأت تنمو في العالم الافتراضي مجالات التوعية بالتنمية المستدامة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، كثقافة عالمية مشتركة لحماية كوكب الأرض والموارد للأجيال الحالية والمستقبلية، حيث إن بروز تطبيقات الويب في هذا السياق، المعروفة بالإعلام الجديد، والثورة التي أحدثها الإعلام الاجتماعي عبر شبكات التواصل الاجتماعي، أحدثت ثورة في جميع المجالات، الاقتصادية والسياسية والثقافية والاجتماعية، وأيضاً مجال التنمية المستدامة؛ هذا التطور الاتصالي الجديد جعل من

الفاعلين في تحقيق التنمية المستدامة، من مؤسسات دول ومنظمات بيئية ناشطة في مجال التنمية المستدامة، تظهر وتمارس أنشطة اتصالية توعوية بيئية تهدف إلى نشر ثقافة التنمية المستدامة وجعلها ثقافة عالمية مشتركة[3].

وهو ما يؤكد أن دور وسائل التواصل الاجتماعي لم يعد يقتصر على بثِّ المعلومات وتداولها فقط، وربط وتكوين صداقات؛ بل تعددت مجالاتها واتسعت نطاقاتها لتشمل قضايا ذات أبعاد مختلفة، مثل تفعيل المشاركة السياسية والإنسانية، والتوعية البيئية، كطرح قضايا البيئة والتلوث البيئي، وتصبح بذلك أداة من أدوات الإعلام البيئي؛ لكن من منظور جديد تختلف فيه شكلًا ومضمونًا[4].

ومن هنا، يجب تحريك عجلة التوعية البيئية، ودفعها إلى بر الأمان؛ لأن وسائل الإعلام لها صلة وثيقة بالحياة الخاصة للأفراد، فتستطيع إحداث تغيير إيجابي، لأن حماية البيئة ليست مسؤولية الدولة فحسب، أو المراكز التي تعمل في إطار البيئة وحدها، ولكن استشعار الأهمية في الحياة اليومية، فحماية البيئة لم تعد خياراً يحتمل القبول أو الرفض، بقدر ما هي مسألة بقاء لا يحتمل التأجيل، لذا يجب السعي نحو توفير كل المقومات لإنجاحها، فالبيئة بمفهومها الواسع. [5]

لذلك، فإن البحث الحالي يرتكز على **دراسة دور مواقع التواصل الاجتماعى في تشكيل وعى الشباب المصري بقضايا الجرائم البيئية وتغيرات المناخ.**

مشكلة البحث:

تشكّل الجرائم التي تحدث نحو البيئة تهديداً خطيراً للمجتمعات كافة، ودقت ناقوس الخطر فعلياً بما أحدثته فعلياً من تغيرات مناخية لفتت أنظار العالم، وتحركت لأجلها المنظمات الدولية والحكومات وغيرها؛ في محاولة منها لمواجهة المخاطر، والوقوف على طريق التقليل منها.

ولم يعد الحديث عن التغيرات المناخية رفاهية، وإنما أصبح محل فحص ودراسة، وقد أعدت الدولة المصرية هذا العام مؤتمر الأطراف للتغيرات المناخية، المعروف إعلاميا بـ(cop27)، الذي يرتكز الهدف الأساسي له في تثبيت تركيزات غازات الاحتباس الحراري في الغلاف الجوي عند مستوى يمنع التدخل البشري الخطير في النظام المناخي، وإطار زمني يسمح للنظم الإيكولوجية بالتكيف بشكل طبيعي، وتمكين التنمية المستدامة.

وفي الوقت الذي أصبحت فيه وسائل التواصل الاجتماعي أداة فعَّالة في عملية النشر والتداول الفوري، من خلال منصاتها، لمختلف القضايا، ومنها الجرائم البيئية، والدور المحوري الذي تقوم به لخلق وعي بيئي مستدام للتأثير على الشرائح المجتمعية كافة؛ لتحفيزهم على اتخاذ التدابير اللازمة لحماية البيئة، والنهوض بالمجتمع في ظل تحقيق وعي بيئي مستدام، وفي إطار دورها في تشكيل معارف المستخدمين واتجاهاتهم حول ما تطرحه، فإن البحث الحالي يحاول دراسة **دور مواقع التواصل الاجتماعى في تشكيل وعى الشباب المصري واتجاهاته نحو قضايا الجرائم البيئية وتغير المناخ.**

أهمية الدراسة:

1. تواكب الدراسة التطورات الاجتماعية والاقتصادية السائدة، ويتوافق مع الأجندة البحثية الآنية للدولة المصرية، في ظل استضافتها لمؤتمر الأطراف cop27 للتغيرات المناخية.
2. تتناول الدراسة فئة الشباب، بوصفهم الركيزة التي على أعتابها تُبنى المجتمعات، وهو الجيل القادر على الفاعلية والتغيير.
3. تأتي أهمية الدراسة من أهمية التوجه العالمي نحو ثقافة الأخضر، والحد من الانبعاثات الكربونية، والتدخل البشري الخطير في تغير المناخ بما يقوم به من تأثير سلبي على البيئة.
4. تتناول الدراسة منصات التواصل الاجتماعي، بوصفها آلية مهمة في تشكيل الوعي وصناعته، وتكوين الاتجاه، وامتلاك مقومات التأثير والتشكيل الفكري للأفراد حول القضايا المهمة داخل المجتمع، سواء كانت بيئية أو غيرها.
5. ندرة الدراسات الإعلامية التي تناولت الجرائم البيئية، وما صاحبها من تداعيات كارثية للتغيرات المناخية.

أهداف الدراسة:

1. الكشف عن أكثر القضايا الخاصة بالتغيرات المناخية وجرائم البيئة، التي يتعرض لها الشباب عبر تلك المنصات، وسبل مواجهة الآثار السلبية لجرائم البيئة وتغير المناخ.

2. رصد وتحليل دوافع تعرض الشباب للمضامين المرتبطة بجرائم البيئية وتغيرات المناخ على مواقع التواصل الاجتماعي، والاتجاه نحو دورها في التوعية بتلك القضايا.
3. تحليل العلاقة بين معدل التعرض لقضايا جرائم البيئة وتغيرات المناخ على مواقع التواصل ودرجة الوعي بها.
4. تفسير العلاقة بين اعتماد المبحوثين على مضامين جرائم البيئة وتغير المناخ على مواقع التواصل الاجتماعي، والتأثيرات السلوكية والوجدانية والمعرفية المرتبطة بالتعرض للتعرض لقضايا التغيرات المناخية بالمنصات الاجتماعية.
5. تحليل وتفسير العلاقة بين درجة الثقة في المضامين المعروضة حول جرائم البيئة وتغيرات المناخ، والاتجاه نحو دورها في التوعية بجرائم البيئة وتغيرات المناخ.
6. التعرف على تقييم الشباب المصري لأداء منصات التواصل الاجتماعي في تناول قضايا الجرائم البيئية وتغير المناخ.

الدراسات السابقة:

(1) **دراسة León, Bienvenido; Negredo, Samuel** (2022)[6]، **حول: "المشاركة الاجتماعية مع تغير المناخ: مبادئ التمثيل المرئى الفعال على وسائل التواصل الاجتماعى".**

هدفت هذه الورقة البحثية إلى تحديد المبادئ التي يمكن استخدامها للتواصل المرئي الفعَّال لتغير المناخ على وسائل التواصل الاجتماعي على نطاق عالمي، بناءً على تحليلات خصائص الصور التي تعزز التفاعل على توتير؛ بتحليل محتوى مجموعة عشوائية من الصور (الصور الفوتوغرافية، والرسوم التوضيحية والرسومات) بلغت 380 صورة منشورة على Twitter، تم تضمينها فيما يسمى "أعلى التغريدات" حول تغير المناخ، وتوصلت الدراسة إلى أن أنواع الصور المستخدمة على وسائل التواصل الاجتماعي تشبه نسبيًا تلك المستخدمة في وسائل الإعلام التقليدية، وأن أربعة مبادئ عملية ذات صلة بشكل خاص بتعزيز تفاعل المستخدم على تويتر من خلال الصور: (1) إظهار "أشخاص حقيقيين" (أي صور غير مسرحية لأشخاص ينقلون مشاعر حقيقية)، (2) سرد قصة، (3) تشمل اتصالًا محليًا، (4) إظهار التأثيرات أو الإجراءات من قبل الأشخاص المتأثرين بشكل مباشر، وتستند هذه المبادئ العملية إلى المبادئ الأكثر

عمومية، المتمثلة في المعنى والشخصنة، وهما أساسان يمكن أن يساعدا في التغلب على بعض العوائق الرئيسية التي تحول دون تصور المواطنين لتغير المناخ بوصفه قضية ذات صلة لها عواقب وخيمة في حياتهم.

(2) دراسة **Falkenberg, Max** (2022)[7] **حول: "تزايد الاستقطاب حول تغير المناخ على وسائل التواصل الاجتماعى".**

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أبعاد المناقشة عبر الإنترنت حول مؤتمر الأمم المتحدة للأطراف بشأن تغير المناخ (COP)، باستخدام بيانات Twitter من 2014 إلى 2021، وتوصلت الدراسة إلى زيادة كبيرة في الاستقطاب الأيديولوجي خلال COP26، بعد الاستقطاب المنخفض بين COP20 و COP25، وهذه الزيادة مدفوعة بالمشاركة اليمينية المتزايدة (زيادة بمقدار 4 أضعاف منذ COP21)، وتناولت الموضوعات الرئيسية للنقاش خلال COP26، وتحديد مجموعة واسعة من وجهات النظر "المتناقضة للمناخ"، وتأكيد موضوع ``النفاق السياسي" كموضوع للنداء عبر الأيديولوجيات، مع اعتماد العمل المناخي المستقبلي على المفاوضات في COP27 وما بعده، وأهمية مراقبة الاستقطاب في خطاب المناخ العام، وكيف يمكن أن يؤثر ذلك على العمل السياسي.

(3) دراسة **Shin, Sumin; Eyun-Jung Ki.** (2022)[8] **حول: "فهم التغيرات البيئية للمنظمات الربحية وغير الربحية وتأثيرها على استجابات المستخدمين".**

هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف رسائل تويتر للمنظمات الربحية وغير الربحية لفهم رسائلها المتعلقة بالبيئة وتأثيرها على ردود الجمهور، وكيف تؤثر الرسائل البيئية للمؤسسة على استجابات مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي (Twitter)، والإعجاب، وإعادة التغريد، والردود، وأجرت هذه الدراسة تحليلًا للمحتوى باستخدام أربعة أنظمة لتصنيف الرسائل: توجيه الرسالة البيئية، وخصوصية الرسالة، وتأطير الرسالة، والقضية البيئية؛ مسترشدة بنظرية الإسناد، وتوصلت الدراسة إلى أن الرسائل الربحية تميل إلى مناقشة منتجاتها الخضراء وعمليات التصنيع بأدلة رقمية محددة، بينما تميل المنظمات غير الربحية إلى وصف بيئة متدهورة بشدة، وأن الغريدات تحظى بعدد كبير من الإعجاب والردود عندما تكون المنظمات ربحية، وتؤكد الرسائل الاهتمام

بالمنتجات الخضراء، وأن أنظمة تصنيف الرسائل الخضراء قابلة للتطبيق على سياق وسائل التواصل الاجتماعي.

(4) دراسة **Yoon Jung Jang** (2022)[9]، **حول: "فهم السلوك البيئى لعملاء المطعم في سياق وسائل التواصل الاجتماعى: تطبيق لنظرية السلوك المخطط".**

هدفت هذه الدراسة إلى شرح مواقف عملاء المطعم تجاه السلوك المؤيد للبيئة المدعوم في مجتمع وسائل التواصل الاجتماعي، واستخدمت الدراسة أداة الاستبانة بالتطبيق على حوالي 202 مفردة، وتوصلت إلى أن المواقف والمعايير الاجتماعية، والسيطرة السلوكية المتصورة، كانت عوامل تنبؤية مهمة في فهم نية العملاء السلوكية تجاه الأنشطة البيئية التي يُروَّج لها في مجتمع وسائل التواصل الاجتماعي، وأن المكافأة الاقتصادية والاجتماعية تخفف العلاقة بين النية السلوكية والسلوك البيئي.

(5) **دراسة عبد السلام عثمان** (2022)[10]، **حول: "دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعى البيئى لدى الجمهور اليمنى".**

سعت الدراسة للتعرف على دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي البيئي لدى المجتمع اليمني، واستخدمت منهج المسح الاجتماعي بوصفه أنسب المناهج البحثية لمثل هذه الأبحاث، وأعدت استبانة شملت أربعة محاور تهدف إلى التعرف على عادات وأنماط استخدامات الجمهور لهذه الوسائل والإشباعات المحققة، وقياس وتقييم دور الإعلام في تكوين الوعي البيئي، إضافة إلى محور خامس يشمل البيانات السوسيو ديموغرافية للمبحوثين، بالتطبيق على عينة مكونة من (200) مفردة، وتوصلت إلى نتائج أبرزها وجود قصور بنسبة (55%) في دور الإعلام اليمني بمختلف وسائله في جهود التوعية البيئية ترتب عليه ضعف الوعي البيئي لدى الجمهور اليمني المتعلق بحماية البيئة، ونسبة الاهتمام في التغطية الإعلامية للقضايا البيئية كانت 5.16% مقارنة بـ 69% للقضايا السياسية.

(6) دراسة **Matei, Sorin Adam** (2021)[11]، حول: **"وضع جدول الأعمال في الأزمة البيئية: العلاقات بين التغريدات واتجاهات بحث Google وتغطية الصحف أثناء الجفاف في كاليفورنيا".**

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين التغريدات على موقع تويتر، وتغطية الصحف أثناء الجفاف في كاليفورنيا حول الأزمة البيئية باتجاهات البحث على محرك جوجل، بالتطبيق على البيانات التي جُمعت خلال سنوات الذروة لجفاف

كاليفورنيا (2013-2015)، وتوصلت الدراسة إلى أن سكان كاليفورنيا استجابوا لظروف الجفاف المتدهورة، وحفَّزت عمليات البحث على Google تغطية الصحف ونشاط Twitter، وكشفت عن مركزية سلوكيات البحث في هذه الأزمة البيئية، ووجود تغييرات كبيرة في مشهد الاتصالات، حيث أصبح المستخدمون الفرديون والجماعيون يعتمدون بشكل متزايد على القنوات الإعلامية غير السائدة للحصول على المعلومات في حالات الأزمات المزمنة.

(7) دراسة حمادي البكاري (2021)[12]، حول: "الإعلام البيئى: مدخل أساسى لحماية البيئة".

حاولت الدراسة توضيح مفهوم الإعلام البيئي كمدخل أساسي لحماية البيئة، وإبراز أهميته، وأهدافه، ووسائله، ودوره في نشر الثقافة البيئية؛ بغية حماية البيئة والمحافظة عليها من أجل تحقيق التنمية المستدامة، كما تناولت الدراسة مفهوم الثقافة البيئية، وأكدت الدراسة أن دور الإعلام البيئي ينحصر في نقل الأخبار والمعلومات البيئية بشكل عام وغير مستمر، التي يغلب عليها طابع السرد والإنشاء بدل التحليل والتبسيط، حيث إن أغلب القضايا البيئية لا تحظى بالأهمية نفسها التي تحظى بها القضايا الرياضية والسياسية والاقتصادية ضمن وسائل الإعلام، مما يطرح تساؤلًا حول كون حماية البيئة في صلب الاهتمام السياسي؛ فنجاح الإعلام البيني في مهمته وبلوغ أهدافه يتأثر بالتعاون والتنسيق والتكامل بين الدولة، والجماعات الترابية، والمؤسسات العمومية والمؤسسات الإعلامية، وغياب هذا التعاون يفرغ الإعلام من هدفه الاستراتيجي، المتمثل في خلق جيل مسؤول يعي المخاطر المحدقة به وبالأجيال المقبلة، ولا يمكن مواجهة هذه المخاطر إلا بغرس القيم والمعارف البيئية بهدف بناء أفكار ونشر ثقافة بيئية توجه السلوكيات الإنسانية نحو التعامل الإيجابي والسليم مع البيئة.

(8) دراسة وليد حدادي (2020)[13]، حول: "تكوين قيم المواطنة البيئية لدى الشباب الجامعى عبر مواقع التواصل الاجتماعى: دراسة في الدور والتأثيرات".

هدفت هذه الدراسة للتعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين قيم المواطنة البيئية لدى الشباب الجامعي، من خلال استخدام منهج المسح الوصفي، بالتطبيق على عينة من الشباب الجامعي المستخدم لموقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك"، بجامعة محمد لمين دباغين سطيف، قوامها 50 مفردة، وبالاستعانة بصحيفة الاستبانة، وتوصلت الدراسة إلى أنه على الرغم من الاستخدام الكبير لعينة الدراسة

لموقع فيس بوك، وتفضيلها له في إيصال أفكارها وآرائها حول الموضوعات البيئية لاعتبارات عديدة ترتبط بالدرجة الأولى بخاصية استخدام الوسائط المتعددة (نص، صوت، صورة، فيديو)، إلا أنها لا تنتمي في أغلبها إلى مجموعات بيئية عبر فيس بوك، كما أن القضايا البيئية التي أكدتها من خلال فيس بوك تميزت بعدم التنوع، وإهمال عديد من القضايا الأخرى المرتبطة بالبيئة، لها أهمية بالغة على الساحة الوطنية والعالمية، مما يؤثر سلباً على عملية تكوين قيم المواطنة البيئية لديها، التي تقوم على توظيف كل الوسائل والأدوات المتاحة للمشاركة الفعالة في التوعية البيئية لمختلف أفراد المجتمع.

(9) دراسة رفيقة شابى (2020)[14]، حول: "فعالية شبكات التواصل الاجتماعى في تنمية الثقافة البيئية".

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على فاعلية شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة البيئية، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واستخدمت منهج المسح الإعلامي، بالتطبيق على عينة قوامها (100) من طلبة ماستر إعلام واتصال من مستخدمي موقع فيس بوك في جامعة المسيلة الذي في الفئة العمرية من 20 إلى 30 سنة، من متتبعي صفحة جمعية البيئة والتنمية المستدامة على مستوى ولاية جيجل، وكانت أهم نتائج الدراسة: وجود طرح مستمر ومباشر لصفحة حماية البيئة ونظافة المحيط لموضوعات البيئة، وحثّ الناس على المشاركة بها، وأن موقع فيس بوك أسهم في تنمية الثقافة البيئية لدى عينة الدراسة، وأنه ساعد أيضاً في نشر عديد من الموضوعات المتنوعة ثقافياً أو اجتماعياً، والعامة، لكن متابعي الصفحة يفضلون متابعة الأخبار البيئية.

(10) دراسة مريم مخلوف (2019)[15]، حول: "دور مواقع التواصل الاجتماعى في تنمية الوعى البيئى لدى الطلبة الجامعيين".

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي، ومحاولة الكشف عن دوافع وأسباب استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي، وعلاقتها بتنمية معرفتهم ووعيهم البيئي، واستخدمت الدراسة منهج المسح، واعتمدت على أداتي الملاحظة، والاستبانة لجمع البيانات، بالتطبيق على عينة عددها (90) مفردة تقريباً من مجتمع الدراسة المتمثل في الطلبة الجامعيين بقسم علم الاجتماع، وكانت أهم نتائج الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي تسهم بشكل كبير في ترشيد وتوعية

متصفحي هذه المواقع، وأن تلك المواقع تلبي الاحتياجات البيئية، إضافة إلى ذلك، يستخدم معظم الطلبة مواقع التواصل الاجتماعي بكثرة (خاصة فيس بوك).

(11) **دراسة ندى بوجاجة** (2019)[16]، **حول: "وسائل التواصل الاجتماعى ودورها في التوعية البيئية وتحقيق التنمية المستدامة".**

هدفت هذه الورقة العلمية إلى إلقاء الضوء على دور موقع فيس بوك في نشر الوعي البيئي داخل المجتمع، وتحقيق التنمية المستدامة، وتأثير فيس بوك على السلوكيات البيئية لدى مستخدميه، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي، بالتطبيق على (25) من طلبة الدكتوراة، وكانت أهم نتائج الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي من بين أهم الأساليب ووسائل التوعية البيئية، وخاصة موقع فيس بوك، الذي يسهم بشكل فعَّال في التوعية لبيئية وتحقيق التنمية المستدامة، وذلك عن طريق تقديم معلومات حول الحفاظ على البيئة، ونشر موضوعات عن التربية البيئية، ويؤدي فيس بوك دوراً مهماً في التوعية البيئية، من خلال توعية المستخدمين بأهمية حماية البيئة لتحقيق التنمية المستدامة.

(12) **دراسة ريم فتحية قدوري** (2019)[17]، **حول: "الوعى البيئى لمستخدمى شبكات التواصل الاجتماعى".**

هدفت الدراسة إلى التعرف على مستوى الوعي البيئي لمستخدمي مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، واتجاهاتهم وسلوكياتهم البيئية، إلى جانب معرفة نوع قضايا البيئة، ومصادر المعلومات البيئية التي يعتمد عليها مستخدمو موقع Facebook، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الاستكشافية، التي تعتمد على منهج المسح، واعتمدت على الاستبانة الإلكترونية، وتوصلت إلى نتائج منها: أن مستوى الوعي البيئي لمستخدمي مواقع شبكات التواصل الاجتماعي (موقع فيس بوك) يتراوح بين المستوى العالي والمتوسط، وتميزت اتجاهاتهم نحو البيئية بالإيجابية، واعتبرت قضايا التلوث بمختلف أشكلها، والمحافظة على الغابات، الأهم بالنسبة لمستخدمي مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، وبدرجة أقل قضايا النفايات البشرية والصلبة، وثقب الأوزون، وتُعد وسائل الإعلام الجديدة والكتب والدراسات العلمية أهم مصادر المعلومات البيئية.

(13) **دراسة نور وداد محى الدين محمد** (2017)[18]، **حول: "دور الإعلام المتخصص في رفع الوعى البيئى".**

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور الإعلام المتخصص في رفع الوعي

البيئي، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واستخدمت الباحثة منهج المسح، وأداتي الملاحظة العلمية المنتظمة والدراسة المسحية للنظريات العلمية في مجال البيئة والإعلام، وخلصت الدراسة إلى أن الإعلام يؤدي دوراً رئيسًا في قضايا البيئة، ويُعد أحد المتغيرات الرئيسية في تعزيز وترسيخ المفهوم البيئي وفقًا لوضعيته في الاستراتيجيات البيئية العامة، كما أن الإعلام يمثل إحدى أدوات نشر وتأميم التنمية المستدامة المبنية على التناغم والترابط بين البيئة وتأمين سلامتها، والتنمية الاجتماعية والصحة.

(14) دراسة علاء وليد (2017)[19]، حول: "دور موقع التواصل الاجتماعى فيس بوك في التوعية البيئية لدى تلاميذ المرحلة الثانوية".

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك في التوعية البيئية لدى تلاميذ المرحلة الثانوية، واستخدام فيس بوك الذي أثبت فاعليته في نشر الوعي البيئي وترسيخه، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، التي استخدمت منهج المسح الإعلامي الميداني، بالتطبيق على عينة قوامها (80) مفردة من تلاميذ المرحلة الثانوية، وكانت أهم نتائج الدراسة أن موقع فيس بوك من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً لدى تلاميذ ثانوية السعيد عبد الحي، وأنه يسهم بنسبة كبيرة في نشر الوعي البيئي، حيث أصبح وسيلة مهمة للاطلاع على الأخبار والمعلومات التي تخص البيئة، وأغلب التلاميذ يستخدمون فيس بوك لمعرفة الأوضاع الراهنة للبيئة، ومشكلاتها وطرق علاجها.

(15) دراسة خلود عبد الله مليانى (2016)[20]، حول: "الإعلام البيئى الرقمى عبر شبكات التواصل الاجتماعى ودوره في تحقيق التنمية المستدامة".

تناولت هذه الدراسة الإعلام البيئي الرقمي عبر شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة مهمة وفعَّالة في إحداث عملية التنمية المستدامة، عبر رصد واستطلاع نماذج الصفحات البيئية والجمعيات البيئية الناشطة عبر تويتر كـنموذج للإعلام البيئي الرقمي، وتوصلت الدراسة إلى إسهام هذه الأنشطة الإعلامية في تنمية الوعي بقضايا البيئة ومشكلاتها، وتعميق شعور المواطن بواجباته ومسئولياته تجاه البيئة، ونشر مفاهيم التنمية المستدامة، خاصة بعد تزايد الضغوط الاجتماعية والاقتصادية والسياسية على البيئة، وتزايد حاجة المجتمعات إلى الأخبار البيئية، ومعرفة تأثيرات الكوارث وحوادث التلوث البيئي، والتغيرات المناخية على الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية.

(16) دراسة خليل عبد الله على حسين (2016)[21]، حول: "دور وسائل الإعلام في التوعية بقضايا البيئة".

هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على مفهوم الإعلام البيئي ووظائفه، ومعرفة الاستراتيجيات الإعلامية المتبعة في التغطية الصحفية للشؤون البيئية، والوقوف على أبرز التحديات التي تواجه الإعلام البيئي، وهي دراسة وصفية، استخدمت أداة الملاحظة لجمع البيانات من الكتب والإنترنت، وتوصلت إلى نتائج أهمها: أن الإعلام البيئي لا يحظى بدراسات كافية ومتعمقة في حقل الصحافة والإعلام، وأن وسائل الإعلام العربية تتجاهل في كثير من الأحيان تغطية قضايا البيئة من أجل الحصول على السبق الصحفي في الموضوعات السياسية والاقتصادية، وغياب التشجيع المادي والأدبي من المؤسسات المعنية بالبيئة تجاه الصحافيين المهتمين بقضايا البيئة في وسائل الإعلام المختلفة، وأشارت أيضًا إلى خلو المناهج الدراسية في أقسام الإعلام بالجامعات العربية من موضوعات ذات صلة بالإعلام البيئي، وأوصت الدراسة بضرورة تدريب وتأهيل صحافيين متخصصين في الإعلام البيئي بوسائل الإعلام العربية.

التعليق على الدراسات السابقة:

اتسمت القضايا البيئية، التي عرضتها الدراسات السابقة بعدم التنوع، وإهمال عديد من القضايا الأخرى المرتبطة بالبيئة، التي لها أهمية بالغة على الساحة الوطنية والعالمية، مما كان له أثر سلبي على تكوين قيم المواطنة لدى عينات الدراسة، إضافة إلى أن الإعلام البيئي لا يحظى بدراسات كافية ومتعمقة في حقل الصحافة والإعلام، وكذلك تجاهل وسائل الإعلام العربية في كثير من الأحيان تغطية قضايا البيئة من أجل الحصول على السبق الصحفي في الموضوعات السياسية والاقتصادية، وأكدت الدراسات أن الفيس بوك له دور محوري في التوعية بقضايا البيئة، حيث أصبح وسيلة مهمة للاطلاع على الأخبار والمعلومات التي تخص البيئة.

حدود الاستفادة من الدراسات السابقة:

أسهمت الدراسات السابقة في تحديد مشكلة البحث وبلورتها، ووضع تساؤلات الدراسة الحالية وفروضها، والاستفادة من الإجراءات المنهجية التي استخدمت في دراسة التعرض، والاسترشاد بالمراجع والمصادر التي استعانت بها الدراسات السابقة، والبحث عنها، ومن ثم الاستفادة منها، والتعرف على إجراءات دراسة الجمهور، من حيث تحديد حجم العينة وطريقة اختيارها، والوقوف على الإطار النظري الملائم للدراسة.

نوع الدراسة:

تنتمي الدراسة إلى **الدراسات الوصفية**، وهي بحوث التعرف على الأوصاف الدقيقة للظاهرة، حيث يرتبط مفهوم البحث الوصفي بدراسة واقع الأحداث والظواهر والمواقف والآراء، وتحليلها وتفسيرها بغرض الوصول الى استنتاجات مفيدة، إما لتصحيح هذا الواقع وتحديثه أو استكماله أو تطويره، وتمثل هذه الاستنتاجات فهماً للحاضر يستهدف توجيه المستقبل.

فهو يستهدف وصف الأحداث والأشخاص والمعتقدات والاتجاهات والقيم والأهداف والتفضيل والاهتمام، وكذلك أنماط السلوك المختلفة.

المنهج المستخدم:

١- منهج المسح الإعلامى

تعتمد الدراسة على منهج المسح الإعلامي؛ كونه من أنسب المناهج العلمية للدراسات الوصفية بصفة عامة، لأنه يستخدم في دراسة الظواهر أو المشكلات البحثية في وضعها الراهن، كما يعد جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف للظاهرة، ومعرفة كامل جوانبها المختلفة، وهذه الدراسة تستهدف "**دور مواقع التواصل الاجتماعى في تشكيل وعى الشباب المصري واتجاهاته نحو قضايا الجرائم البيئية وتغير المناخ**".

متغيرات الدراسة:

أولًا: المتغير المستقل: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تناول قضايا الجرائم البيئية وتغير المناخ.

ثانيا: المتغير التابع: يتمثل في اتجاهات ووعي الشباب المصري نحو قضايا الجرائم البيئية وتغير المناخ.

ثالثًا: المتغيرات الوسيطة: تتمثل في المتغيرات الديموغرافية (النوع - محل الإقامة - المستوى الاجتماعي والاقتصادي- نوع التعليم).

حدود الدراسة:

1. **حدود موضوعية:** تتمثل في مواقع التواصل الاجتماعي في تناول قضايا الجرائم البيئية وتغير المناخ ودورها في تشكيل اتجاهات ووعي الشباب المصري نحوها.
2. **حدود زمنية:** تتمثل في شهري يونية وأغسطس.
3. **حدود مكانية:** جمهورية مصر العربية.

4. **حدود بشرية:** الشباب المصري من سن (18- 40) عامًا.

أداة جمع البيانات:

تم جمع بيانات الدراسة الحالية من خلال أداة الاستبانة، وقد مرَّ إعدادها بالمراحل العلمية المتعارف عليها، من تحديد الهدف، والبيانات المطلوب جمعها، وإعدادها في صورتها الأولية، ومراجعتها منهجيًا وعلميًا من خلال خبراء ومحكمين في مجال الإعلام.

إجراء الثبات:

للتحقق من ثبات الاستبانة، اعتمدت الباحثة على معامل ألفا كرونباخ، حيث تشير قيمة معامل الثبات إلى استقرار المقياس وعدم تناقضه مع نفسه، فإذا ما أُعيد تطبيق الاستبانة على العينة نفسها، فإن المقياس يعطي النتائج نفسها باحتمال مساوٍ لقيمة المقياس، وتشير قيم معامل ألفا كرونباخ إلى ارتفاع قيم معاملات الثبات للاستبانة المستخدمة في الدارسة، حيث بلغ معامل الثبات لإجمالي المحاور (0.898)، وهذا يدل على أن الاستبانة تتمتع بدرجة عالية من الثبات مما يشير إلى إمكانية الاعتماد عليها في الدراسة.

المجال الزمنى للدراسة:

طُبقت الدراسة خلال شهر يونية لعام 2022م، وقد اختارت الباحثة هذه الفترة بعد استكمال الإطار النظري للدراسة، للاستفادة به في وضع تساؤلات الاستبانة.

عينة الدراسة:

طُبقت الدراسة على عينة قوامها (400) مفردة من الشباب المصري (ريف، وحضر)؛ بسحب 219 مفردة من الذكور، في مقابل 181 من الإناث، وعمدت الباحثة إلى أخذ عينة من المناطق الجغرافية كافة للتعرف على اتجاهات الشباب نحو قضايا التنمية المستدامة من خلال ما يعرض عليهم من الصفحات الإخبارية لمواقع التواصل الاجتماعي.

وقد زادت الباحثة حجم العينة عن (400) مفردة عند نسبة خطأ 5% إلى 430 شابًا وشابة، وذلك لتلافي حدوث أخطاء أثناء جمع البيانات أو عدم الصدق، أو عدم استكمال البيانات المطلوبة، مما يحقق أعلى نسبة صدق ممكنة في تمثيل المجتمع الأصلي للدراسة، وقد استبعدت الباحثة (30) استمارة نظرًا لعدم اكتمال بياناتهم، أو أن

الاستجابات غير مكتملة، أو لعدم المصداقية باستماراتهم بعد إجراء المراجعة، ولذلك تكونت عينة الدراسة الأساسية من 400 مفردة.

خصائص عينة الدراسة:

جدول (1)

الخصائص	الفئات	ك	%
النوع	ذكر	219	54.75
	أنثى	181	45.25
	المجموع	400	100.00
المستوى الاجتماعى الاقتصادي	منخفض	54	13.50
	متوسط	181	45.25
	مرتفع	165	41.25
	المجموع	400	100.00
محل الاقامة	ريف	111	27.75
	حضر	289	72.25
	المجموع	400	100.00
نوع التعليم	مؤهل متوسط	20	5.00
	فوق متوسط	71	17.75
	جامعى	254	63.50
	فوق جامعى	55	13.75
	المجموع	400	100.00
الوظيفة	لا أعمل	68	17.00
	قطاع عام	104	26.00
	قطاع خاص	119	29.75
	مهن حرة	89	22.25
	طالب	20	5.00
	المجموع	400	100.00

الخصائص	الفئات	ك	%
النوع	ذكر	219	54.75
	أنثى	181	45.25
	المجموع	400	100.00
مستوى تعليم الأب	لا يقرأ ولا يكتب	12	3.00
	يقرأ ويكتب	27	6.75
	تعليم أقل من متوسط	56	14.00
	مؤهل متوسط	90	22.50
	مؤهل جامعى	194	48.50
	مؤهل أعلى من الجامعى	21	5.25
	المجموع	400	100.00
مستوى تعليم الأم	لا يقرأ ولا يكتب	27	6.75
	يقرأ ويكتب	16	4.00
	تعليم أقل من متوسط	76	19.00
	مؤهل متوسط	94	23.50
	مؤهل جامعى	176	44.00
	مؤهل أعلى من الجامعى	11	2.75
	المجموع	400	100.00
طبيعة السكن الذي تقيم فيه الأسرة	شقة بالإيجار	65	16.25
	شقة تمليك	171	42.75
	منزل خاص	152	38.00
	فيلا	12	3.00
	المجموع	400	100.00
دخل الأسرة في الشهر	أقل من 3000	34	8.50
	من3000 أقل من 5000	110	27.50
	من 5000إلى أقل من 10000	205	51.25
	10000فأكثر	51	12.75
	المجموع	400	100.00
محل الاقامة	ريف	111	27.75
	حضر	289	72.25
	المجموع	400	100.00

نوع التعليم	مؤهل متوسط	20	5.00
	فوق متوسط	71	17.75
	جامعى	254	63.50
	فوق جامعى	55	13.75
	المجموع	400	100.00
الوظيفة	لا أعمل	68	17.00
	قطاع عام	104	26.00
	قطاع خاص	119	29.75
	مهن حرة	89	22.25
	طالب	20	5.00
	المجموع	400	100.00
السن	من20 لأقل من 25 عام	101	25.25
	من 25 لأقل من 30	186	46.50
	من 30 الى 40 عام	113	28.25
	المجموع	400	100.00

أسباب اختيار عينة الدراسة:

1. الشباب له القدرة على التغيير والنمو وأكثر تجاوباً مع مستلزمات التغيير.
2. مرحلة الشباب أهم مرحلة في حياة الإنسان، حاضره ومستقبله، يضع قدمه على عتبة الحياة، وبها تتفتح قدراته الإبداعية، وفيها يتوجه لبناء شخصيته.
3. تنضج معالم شخصية الفرد من خلال ما يكتسبه من مهارات ومعارف، ومن خلال النضوج الجسماني والعقلي، والعلاقات الاجتماعية التي يستطيع الفرد صياغتها ضمن اختياره الحر.
4. مرحلة الشباب تتسم بأنها القدرة على تحمل المسؤوليات، وأكثر نضجاً وقدرة على تحمل الواجبات.

مصطلحات الدراسة:

1. **الجرائم البيئية:** خرق الالتزام القانوني بحماية البيئة، وهذا يشكل اعتداء غير مشروع على البيئة بمخالفته للقواعد النظامية التي تحظر ذلك الاعتداء، وبيان العقوبات المقررة لها[22].

2. **التعريف الإجرائى لتغير المناخ:** هو أي تغير مؤثر وطويل المدى في معدل حالة الطقس يحدث لمنطقة معينة.

3. **مواقع التواصل الاجتماعى:** استخدام تطبيقات الإنترنت للتواصل والاتصال بالغير[23].

4. **الاتجاهات:** المواقف التي يتخذها الأفراد في مواجهة القضايا والمسائل والأمور المحيطة بهم، بحيث يمكن الاستدلال على هذه المواقف من خلال النظر إلى الاتجاه على أنه بناء مكون من ثلاث أجزاء، هي:

- **الطابع المعرفي:** يشير إلى المعلومات التي لدى الفرد، المتعلقة بهذه القضايا أو المشكلات.
- **الطابع الانفعالى:** يتمثل في الأفعال التي يقوم بها الفرد أو يعمل على الدفاع عنها، أو تسهيلها فيما يتعلق بهذه القضايا.
- **الطابع الوجدانى:** يعبر عن مشاعر الفرد نحو كل ما يتصل بالقضايا[24].

5. **الوعى Awareness:** عرَّف قاموس علم الاجتماع الوعي بأنه اتجاه عقلي انعكاسي، يمكن الفرد من الوعي بذاته والبيئة المحيطة به بدرجات متفاوتة من الوضوح والتعقيد، ويتضمن ذلك وعي الفرد بالوظائف العقلية والجسمية، ووعيه بالأشياء والعالم الخارجي، وإدراكه لذاته فردياً[25].

الإطار النظري للدراسة:

تعتمد الدراسة الحالية في مدخلها النظري على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

نظرية الاعتماد Dependence theory:

تقوم الفكرة الجوهرية للنظرية على أساس أن المتغير الأساسي لفهم كيف ومتى ولماذا تؤثر الوسائل الإعلامية في معتقدات الجمهور وأحاسيسهم أو سلوكهم هو درجة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات، والاعتماد عليها وفق هذا الإطار يعرف كعلاقة يستطيع من خلالها الأفراد إنجاز أهدافهم بناء على مصادر معلومات النظام الإعلامي[26].

وتفترض النظرية أن أكثر الناس يعتمدون على وسائل الإعلام لتلبية احتياجاتهم، وتعتمد قوة الاعتماد على الوسائط التي يمكن أن تحقق الأهداف، ومن ثمَّ تزداد

التأثيرات التي ستحدثها الوسائط الإعلامية كلما زاد عدد الأهداف التي يتم تحقيقها[27].

وتتأثر عملية الاعتماد على وسائل الإعلام بعدة عوامل تتحدد فيما يلى:

1. طبيعة الجمهور وأهدافه من الاعتماد على وسائل الإعلام المختلفة.
2. طبيعة المجتمع ومدى توافر مصادر المعلومات فيه.
3. طبيعة وسائل الإعلام وتنوعها وقدرتها على تقديم المعلومات للجمهور.
4. طبيعة الوقت أو الظروف التي يمر بها الفرد أو المجتمع.
5. طبيعة المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام، وإشباعها لحاجة الفرد أو المجتمع[28].

ركائز النظرية:

تشترط النظرية أمرين أساسين لوجود اعتماد متبادل بين الجمهور ووسائل الإعلام، هما:

1. إذا حققت وسائل الإعلام وظائف مهمة للمجتمع زاد اعتماد المجتمع عليها، فإذا قامت وسائل الإعلام بالوظائف المنوطة بها، وأصبح بإمكانها إشباع حاجات الجمهور زاد ذلك من اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام[29].
2. ارتفاع حدة الصراع، في الحروب مثلًا، أو التغيير السياسي، أو الاقتصادي أو الاجتماعي يؤثر على درجة اعتماد الفرد على وسائل الإعلام نتيجة الظرف الذي أوجده الصراع[30].

فروض نظرية الاعتماد:

تفترض الدراسة فرضاً رئيسياً، هو أنه "**كلما زاد اعتماد الشخص وسائل التواصل الاجتماعى لتلبية احتياجاتهم، زاد تأثير وسائل الإعلام على ذلك الشخص نظرا لأن المستخدم يدرك أن احتياجاته قد تم تحقيقها، فإنه يؤدي إلى مزيد من الاعتماد على الوسائط**"[31].

ويندرج من هذا الفرض عدة افتراضات:

1. يتراوح تأثير وسائل الإعلام بين القوة والضعف تبعاً للظروف المحيطة والخبرات السابقة.
2. نظام وسائل الإعلام جزء من النسق الاجتماعي للمجتمع، له علاقة بالأفراد والجماعات والنظم الاجتماعية الأخرى.

3. استخدام الجمهور لوسائل الإعلام وتفاعله معها يتأثران بما يتعلمه الفرد من المجتمع، ومن وسائل الاتصال، ويتأثر الفرد نتيجة تعرضه لوسائل الاتصال.
4. الأفراد يستخدمون الوسائل الإعلامية لإيجاد بديل للتفاعل الاجتماعي في وقت تكاد أواصر الاجتماعية أن تنقطع[32].

ويعتمد الأفراد على وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف الآتية:

1. **الفهم:** يرتكز على حاجة الأفراد لفهم أنفسهم والعالم.
2. **التوجيه:** يرتكز في حاجة الأفراد لتوجيه أفعالهم الشخصية بشكل فعَّال، والتفاعل بنجاح مع الآخرين.
3. **التسلية أو اللعب:** ترتكز في الحاجة إلى تعلم القواعد والأدوار والقيم[33].

الاستفادة من نظرية الاعتماد في الدراسة:

تُعد نظرية الاعتماد مدخلًا نظريا ملائما للدراسة، من حيث خدمة أهداف الدراسة وفروضها، وخصوصاً أنها تعتبر الجمهور عنصراً نشطًا في التعامل مع وسائل الإعلام، حيث يمكن للباحثة من خلالها:

1. الكشف عن أسباب الاعتماد على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات بالنسبة للشباب حول الجرائم البيئية وتغيرات المناخ.
2. رصد التأثيرات المعرفية والسلوكية والوجدانية الناتجة عن تعرض الشباب للجرائم البيئية وتغير المناخ عبر منصات التواصل الاجتماعي.
3. معرفة العلاقة بين أسباب الاعتماد والتأثيرات الوجدانية والمعرفية والسلوكية الناتجة عن التعرض.
4. دراسة تأثير اعتماد الشباب المصري على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول الجرائم البيئية وتغيرات المناخ من جهة، واتجاهاتهم نحوها من خلال دراسة التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية من جهة أخرى.
5. توضح النظرية أن آثار الاعتماد تختلف باختلاف أهداف الأفراد وخصائصهم واحتياجاتهم.

فروض الدراسة:

1. **الفرض الأول:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين وعي المبحوثين بالجرائم البيئية وتغيرات المناخ واتجاهاتهم نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بجرائم البيئة وتغيرات المناخ.
2. **الفرض الثانى:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية في معدل متابعة المبحوثين لمضامين جرائم البيئة وتغيرات المناخ على مواقع التواصل الاجتماعي وفقًا للمتغيرات الديموغرافية (النوع، ومحل الإقامة، والتعليم، والمهنة، والمستوى الاجتماعي الاقتصادي).
3. **الفرض الثالث:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد المبحوثين على مضامين جرائم البيئة وتغيرات المناخ على مواقع التواصل الاجتماعي، والتأثيرات المعرفية، والوجدانية، والسلوكية الناتجة عن ذلك الاعتماد.
4. **الفرض الرابع:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المبحوثين نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بجرائم البيئة وتغيرات المناخ، باختلاف المتغيرات الديموغرافية (النوع، ومحل الإقامة، والتعليم، والمهنة، والمستوى الاجتماعي الاقتصادي).
5. **الفرض الخامس:** توجد علاقة ارتباطية بين درجة الثقة في المضامين المعروضة حول الجرائم البيئية وتغير المناخ بمواقع التواصل الاجتماعي ونوع الاتجاه نحو دورها التوعية بجرائم البيئة وتغيرات المناخ.
6. **الفرض السادس:** توجد علاقة ارتباطية بين معدل تعرض المبحوثين من الشباب لمضامين الجرائم البيئية وتغيرات المناخ على مواقع التواصل الاجتماعي ودرجة الوعي بها.
7. **الفرض السابع:** توجد علاقة ارتباطية بين دوافع تعرض المبحوثين من الشباب لمضامين الجرائم البيئية وتغيرات المناخ على مواقع التواصل الاجتماعي والاتجاه نحو دورها التوعية بجرائم البيئة وتغيرات المناخ.
8. **الفرض الثامن:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية في ثقة المبحوثين بالمضامين المعروضة حول الجرائم البيئية وتغير المناخ بمواقع التواصل الاجتماعي وفقًا للمتغيرات الديموغرافية (النوع، ومحل الإقامة، والتعليم، والمهنة، والمستوى الاجتماعي الاقتصادي).

النتائج العامة للدراسة:

جدول (2)

معدل متابعة المبحوثين لقضايا الجرائم البيئية وتغير المناخ على مواقع التواصل الاجتماعي

متابعة قضايا الجرائم البيئية وتغير المناخ على مواقع التواصل الاجتماعي	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
إلى حد كبير	151	37.75	2.1875	0.73053
إلى حد ما	173	43.25		
كلما تستدعي المتابعة	76	19.00		
المجموع	400	100.00		

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلى:

توصلت الدراسة إلى أن نسبة 43.25% من عينة الدراسة يتابعون قضايا الجرائم البيئية وتغير المناخ على مواقع التواصل الاجتماعي (إلى حد ما)، وفي الترتيب الثاني جاءت نسبة 37.75% من عينة الدراسة يتابعونها (إلى حد كبير)، وأخيراً جاءت نسبة 19% من عينة الدراسة يتابعون القضايا (كلما تستدعي المتابعة).

وتفسر الباحثة هذه النتيجة في إطار ضعف التغطية الإعلامية لقضايا البيئة، وعدم وجود كوادر متخصصة من الصحفيين في التوعية بجرائم البيئة وتغير المناخ، وضغط العمل اليومي الإخباري لديهم، والسطحية في التغطية والبعد عن التعمق؛ كل هذه العوامل ساعدت بشكل كبير إلى جعل عملية المتابعة متوسطة.

جدول (3)

أكثر التطبيقات التى يعتمد عليها المبحوثون في الحصول على معلومات حول جرائم البيئة وتغير المناخ

التطبيقات	ك	%
فيس بوك	127	31.75
يوتيوب	112	28.00
تويتر	86	21.50
انستجرام	39	9.75
واتس آب	36	9.00
المجموع	400	100.00

توصلت الدراسة إلى أن أكثر التطبيقات التي يعتمد عليها المبحوثون في الحصول على معلومات حول جرائم البيئة وتغير المناخ تصدرها (**فيس بوك**) بنسبة 31.75%، وفي المرتبة الثانية (**يوتيوب**) بنسبة 28%، وجاء في المرتبة الثالثة (**تويتر**) بنسبة 21.50%. **وتتفق هذه الدراسة مع دراسة (ندى بوجاجة)**[34]، التي أكدت أن موقع فيس بوك يأتي على رأس المنصات الاجتماعية في التوعية البيئية وحماية البيئة وتحقيق التنمية المستدامة، وتتفق أيضاً مع دراسة (**سارة دربال**)[35] التي أكدت وجود فيس بوك على رأس منصات التواصل التي تهتم بعرض قضايا البيئة، وترجع الباحثة السبب لكونه أكثر المنصات شعبية واستخداماً من قبل أفراد المجتمع.

جدول (4)

دوافع اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل كوسيلة للحصول على معلومات حول جرائم البيئة وتغير المناخ

الدوافع		الدرجة						المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الاتجاه
		دائماً		أحياناً		نادراً					
		ك	%	ك	%	ك	%				
الدوافع النفعية	متابعة الأخبار البيئة أولًا بأول	260	65.00	99	24.75	41	10.25	2.5475	0.67371	84.91	دائمًا
	الوصول من خلالها إلى كم هائل من المعلومات بأقصى سرعة	187	46.75	139	34.75	74	18.50	2.2825	0.75771	76.08	محايد
	التعبير عن الرأي فيما يخص موضوعات البيئة	136	34.00	209	52.25	55	13.75	2.2025	0.66150	73.41	محايد
	الاشتراك في مجموعات تمكنني من مناقشة مشكلات البيئة	114	28.50	196	49.00	90	22.50	2.0600	0.71251	68.66	محايد
الدوافع الطقوسية	التفاعل مع الآخرين	279	69.75	101	25.25	20	5.00	2.6475	0.57364	88.24	دائمًا
	التواصل مع الأصدقاء	223	55.75	156	39.00	21	5.25	2.5050	0.59654	83.49	دائمًا
	التسلية والترفيه	187	46.75	162	40.50	51	12.75	2.3400	0.69325	77.99	دائمًا
	قضاء وقت الفراغ	135	33.75	196	49.00	69	17.25	2.1650	0.69569	72.16	محايد

توضح بيانات الجدول السابق الدوافع (النفعية، والطقوسية) لمتابعة عينة الدراسة لمواقع التواصل كوسيلة للحصول على معلومات حول جرائم البيئة وتغير المناخ، وجاءت كما يلي:

أولًا: الدوافع النفعية:

توصلت الدراسة إلى أن دافع (**متابعة الأخبار البيئة أولًا بأول**) جاء في المرتبة الأولى للدوافع النفعية التي من أجلها تتابع عينة الدراسة مواقع التواصل كوسيلة للحصول على معلومات حول جرائم البيئة وتغير المناخ بمتوسط حسابي 2.5475، ووزن نسبي (84.91)، ودائمًا ما يكون هو الدافع بنسبة 65%، في حين أشارت نسبة 24.75% إلى أنه أحيانًا ما يكون ذلك هو الدافع، فيما أشارت نسبة 10.25% إلى أنه نادرًا ما يكون هو الدافع لمتابعة المعلومات حول جرائم البيئة وتغير المناخ، وجاء دافع (**الوصول من خلالها إلى كمّ هائل من المعلومات بأقصى سرعة**) في المرتبة الثانية للدوافع النفعية التي من أجلها تتابع عينة الدراسة المعلومات حول جرائم البيئة وتغير المناخ بمتوسط حسابي 2.2825 ووزن نسبي (76.08) ودائمًا ما يكون هو الدافع بنسبة 46.75%، في حين أشارت نسبة 34.75% إلى أنه أحيانًا ما يكون ذلك هو الدافع، فيما أشارت نسبة 18.50% إلى أنه نادرًا ما يكون هو الدافع لمتابعة المعلومات حول جرائم البيئة وتغير المناخ عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

وجاء دافع (**التعبير عن الرأي فيما يخص موضوعات البيئة**) في المرتبة الثالثة للدوافع النفعية التي من أجلها تتابع عينة الدراسة المعلومات حول جرائم البيئة وتغير المناخ بمتوسط حسابي 2.2025 ووزن نسبي (73.41)، ودائمًا ما يكون هو الدافع بنسبة 34%، في حين أشارت نسبة 25.25% إلى أنه أحيانًا ما يكون ذلك هو الدافع، فيما أشارت نسبة 13.75% إلى أنه نادرًا ما يكون هو الدافع لمتابعة المعلومات حول جرائم البيئة وتغير المناخ عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

ثانيا: الدوافع الطقوسية:

توصلت الدراسة إلى أن دافع (**التفاعل مع الآخرين**) جاء في المرتبة الأولى للدوافع الطقوسية التي من أجلها تتابع عينة الدراسة مواقع التواصل كوسيلة للحصول على معلومات حول جرائم البيئة وتغير المناخ بمتوسط حسابي 2.6475، ووزن نسبي (88.24)، ودائمًا ما يكون هو الدافع بنسبة 69.75%، في حين أشارت نسبة 25.25% إلى أنه أحيانًا ما يكون ذلك هو الدافع، فيما أشارت نسبة 5% إلى أنه نادرًا

ما يكون هو الدافع لمتابعة المعلومات حول جرائم البيئة وتغير المناخ، وجاء دافع (**التواصل مع الأصدقاء**) في المرتبة الثانية للدوافع الطقوسية التي من أجلها تتابع عينة الدراسة المعلومات حول جرائم البيئة وتغير المناخ بمتوسط حسابي 2.5050 ووزن نسبي (83.49)، ودائما ما يكون هو الدافع بنسبة 55.75%، في حين أشارت نسبة 39% إلى أنه أحياناً ما يكون ذلك هو الدافع، فيما أشارت نسبة 5.25% إلى أنه نادراً ما يكون هو الدافع لمتابعة المعلومات حول جرائم البيئة وتغير المناخ عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وجاء دافع (**التسلية والترفيه**) في المرتبة الثانية للدوافع الطقوسية التي من أجلها تتابع عينة الدراسة المعلومات حول جرائم البيئة وتغير المناخ بمتوسط حسابي 2.3400 ووزن نسبي (77.99)، ودائما ما يكون هو الدافع بنسبة 46.75%، في حين أشارت نسبة 40.50% إلى أنه أحياناً ما يكون ذلك هو الدافع، فيما أشارت نسبة 12.75% إلى أنه نادراً ما يكون هو الدافع لمتابعة المعلومات حول جرائم البيئة وتغير المناخ عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

جدول (5)

السمات التى تميز منصات التواصل الاجتماعى في عرض وتناول قضايا الجرائم البيئية وتغير المناخ

السمات	دائما		أحيانًا		نادرًا		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الاتجاه
	ك	%	ك	%	ك	%				
البساطة في العرض	351	87.75	37	9.25	12	3.00	2.8475	0.43557	94.91	دائمًا
البعد عن الإغراق في التفاصيل	274	68.50	107	26.75	19	4.75	2.6375	0.57176	87.91	دائمًا
الدقة والتوازن في العرض	259	64.75	111	27.75	30	7.50	2.5725	0.62907	85.74	دائمًا
التركيز على عرض الجرائم البيئية وتغير المناخ ذات الأولوية	199	49.75	189	47.25	12	3.00	2.4675	0.55652	82.24	دائمًا
النظر إلى الجرائم البيئية نظرة متكاملة	201	50.25	182	45.50	17	4.25	2.4600	0.57813	81.99	دائمًا

توضح بيانات الجدول السابق السمات التى تميز منصات التواصل الاجتماعى في عرض وتناول قضايا الجرائم البيئية وتغير المناخ، وجاءت كما يلى:

توصلت الدراسة إلى أن سمة (**البساطة في العرض**) جاءت في المرتبة الأولى للسمات التي تميز منصات التواصل الاجتماعي في عرض وتناول قضايا الجرائم البيئية وتغير المناخ بمتوسط حسابي 2.8475، ووزن نسبي (94.91)، ودائما ما تكون هي السمة المميزة لها بنسبة 87.75%، في حين أشارت نسبة 9.25% إلى أنها أحيانًا ما تكون سمة مواقع التواصل الاجتماعي، فيما أشارت نسبة 3% إلى أنها نادراً ما تكون هي السمة التي تميز منصات التواصل الاجتماعي في عرض وتناول قضايا الجرائم البيئية وتغير المناخ، وجاءت سمة (**البُعد عن الإغراق في التفاصيل**) في المرتبة الثانية للسمات التي تميز منصات التواصل الاجتماعي في عرض وتناول قضايا الجرائم البيئية وتغير المناخ بمتوسط حسابي 2.6375، ووزن نسبي (87.91)، ودائما ما تكون هي السمة المميزة لها بنسبة 68.50%، في حين أشارت نسبة 26.75% إلى أنها أحيانًا ما تكون سمة مواقع التواصل الاجتماعي، فيما أشارت نسبة 4.75% إلى أنها نادراً ما تكون هي السمة التي تميز منصات التواصل الاجتماعي في عرض وتناول قضايا الجرائم البيئية وتغير المناخ، وجاءت سمة (**الدقة والتوازن في العرض**) في المرتبة الثالثة للسمات التي تميز منصات التواصل الاجتماعي في عرض وتناول قضايا الجرائم البيئية وتغير المناخ بمتوسط حسابي 2.5725، ووزن نسبي (85.74)، ودائما ما تكون هي السمة المميزة لها بنسبة 64.75%، في حين أشارت نسبة 27.75% إلى أنها أحيانًا ما تكون سمة مواقع التواصل الاجتماعي، فيما أشارت نسبة 7.50% إلى أنها نادراً ما تكون هي السمة التي تميز منصات التواصل الاجتماعي في عرض وتناول قضايا الجرائم البيئية وتغير المناخ.

جدول (6)
أكثر قضايا جرائم البيئة وتغير المناخ التى يتعرض لها المبحوثون على منصات التواصل الاجتماعى

أكثر قضايا وجرائم البيئة وتغير المناخ	ك	%
تلوث المياه أو إهدارها	384	96.00
برك وقاذورات	357	89.25
تلوث الهواء	270	67.50
تلوث التربة	153	38.25
ثقب الأوزون	117	29.25
استغلال مفرط للثروة السمكية	109	27.25
سيول وأعاصير	100	25.00
حرائق غابات	97	24.25
هدر الثورة الحيوانية	38	9.50
ارتفاع مبالغ فيه لدرجات الحرارة	31	7.75
استغلال مفرط للرمال	9	2.25
حمم بركانية	3	0.75
جملة من سُئلوا	400	

توصلت الدراسة إلى أن قضية (**تلوث المياه أو إهدارها**) جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 96%، بينما جاءت في المرتبة الثانية قضية (**البرك والقاذورات**) بنسبة 89.25%، وفي المرتبة الثالثة جاءت قضية (**تلوث الهواء**) بنسبة 67.5%، فيما جاءت قضية (**تلوث التربة**) في الترتيب الرابع بنسبة 38.25%، يليها في الترتيب الخامس قضية (**ثقب الأوزون**) وذلك بنسبة 29.25%.

وتختلف نتيجة الدراسة الحالية مع دراسة (عبد السلام عثمان)[36]، فقد جاءت فيها قضايا الأمراض والأوبئة في المرتبة الأولى على مستوى القضايا التي تهتم وسائل الإعلام بتغطيتها بنسبة 83%، وجاءت استنزاف وجفاف التربة في المرتبة الثانية بنسبة79%، وفي المرتبة الثالثة جاءت قضية تلوث المياه بنسبة 66%.

وتختلف أيضاً مع دراسة (ريم فتحية قدوري)[37]، فقد جاء تلوث المياه في المرتبة الأولى بنسبة 91%، ثم جاء الاحتباس الحراري في المرتبة الثانية بنسبة 33%، وتُعزي الباحثة الاختلاف بين الدراسات إلى اختلاف الشعور بالتغيرات المناخية، ونوعية الكوارث البيئية

من مجتمع لآخر.

جدول (7) المضامين التى يتابعها المبحوثون على منصات التواصل الاجتماعى حول الجرائم البيئية وتغيرات المناخ

المضامين	ك	%
منشورات وزارة البيئة	343	85.75
المنظمات البيئية والمحلية والعالمية	290	72.50
ناشطي المجتمع المهتمين بالبيئة	135	33.75
قرارات مسؤولي الدولة والمؤسسات المحلية	100	25.00
الأشخاص الذين تتعلق أعمالهم بجودة البيئة	76	19.00
المتضررين بشكل مباشر من تلوث البيئة	45	11.25
جملة من سُئلوا	400	

وبتوجيه سؤال يحتمل اختيار أكثر من إجابة عن أكثر المضامين التي يتابعها المبحوثون على منصات التواصل الاجتماعي حول الجرائم البيئية وتغيرات المناخ، جاء مضمون (**منشورات وزارة البيئة**) في المرتبة الأولى بنسبة 85.75%، بينما جاء في المرتبة الثانية المضمون المتعلق بـ(**المنظمات البيئية والمحلية والعالمية**) بنسبة 72.50%، وفي المرتبة الثالثة جاء المضمون المتعلق بـ(**ناشطى المجتمع المهتمين بالبيئة**) بنسبة 33.75%، فيما جاء المضمون المتعلق بـ(**قرارات مسؤولى الدولة والمؤسسات المحلية**) في الترتيب الرابع بنسبة 25%، يليه في الترتيب الخامس المضمون المتعلق بـ(**الأشخاص الذين تتعلق أعمالهم بجودة البيئة**) وذلك بنسبة 19%.

جدول (8)

الأشكال الصحفية التى يفضل المبحوثون متابعة جرائم البيئة وتغيرات المناخ من خلالها

الأشكال الصحفية	ك	%
فيديوهات	178	44.50
صور	77	19.25
تقارير	63	15.75
أخبار	63	15.75
أحاديث مسؤولي البيئة وناشطيها	19	4.75
المجموع	400	100.00

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن (**الفيديوهات**) جاءت في الترتيب الأول للأشكال الصحفية التي يفضل المبحوثون متابعة جرائم البيئة وتغيرات المناخ من خلالها بنسبة 44.50%، وفي الترتيب الثاني جاءت (**الصور**) كأهم الأشكال الصحفية التي تفضل عينة الدراسة من الشباب متابعة جرائم البيئة وتغيرات المناخ من خلالها بنسبة 19.25%، وجاءت (**التقارير**)، و(**الأخبار**) في الترتيب الثالث للأشكال الصحفية التي تفضل عينة الدراسة من الشباب متابعة جرائم البيئة وتغيرات المناخ من خلالها بنسبة 15.75% لكل منهما، وفي الترتيب الرابع والأخير جاء شكل (**أحاديث مسؤولى البيئة وناشطيها**) كأهم الأشكال الصحفية التي تفضل عينة الدراسة من الشباب متابعة جرائم البيئة وتغيرات المناخ من خلالها بنسبة 4.75%.

جدول (9)

أسباب انتشار الجرائم البيئية وتغيرات المناخ من وجهة نظر المبحوثين

أسباب انتشار الجرائم البيئية وتغيرات المناخ	ك	%
الانفجار السكاني	333	83.25
تمركز الصناعات داخل المدن السكنية	130	32.50
الاستغلال غير الرشيد للتكنولوجيا في البيئة	110	27.50
الاهتمام بالتنمية الاقتصادية على حساب إمكانيات البيئة	107	26.75
اختلال القيم والاتجاهات التي تعكس السلوك البشري نحو البيئة	88	22.00
جملة من سُئلوا	400	

وبتوجيه سؤال للمبحوثين يحتمل اختيار أكثر من إجابة عن أسباب انتشار الجرائم البيئية وتغيرات المناخ، جاء سبب (**الانفجار السكانى**) في المرتبة الأولى للأسباب بنسبة 83.25%، بينما جاء في المرتبة الثانية سبب (**تمركز الصناعات داخل المدن السكنية**) بنسبة 32.50%، وفي المرتبة الثالثة جاء سبب (**الاستغلال غير الرشيد للتكنولوجيا في البيئة**) بنسبة 27.50%، فيما جاء سبب (**الاهتمام بالتنمية الاقتصادية على حساب إمكانيات البيئة**) في الترتيب الرابع بنسبة 26.75%، وفي الترتيب الخامس والأخير سبب (**اختلال القيم والاتجاهات التى تعكس السلوك البشري نحو البيئة**) وذلك بنسبة 22%.

جدول (10)

الأساليب التي يمكن اتباعها للحد من الجرائم البيئية وتغيرات المناخ

الأساليب التي يمكن اتباعها للحد من الجرائم البيئية وتغيرات المناخ	ك	%
الاهتمام بالوعي البيئي	302	75.50
سنّ القوانين اللازمة لحماية البيئة من الاعتداءات	199	49.75
مجازاة وعقاب ملوثي البيئة	88	22.00
إعداد الفنيين الأكفاء في مجالات عمل البيئة بالقدر الكافي لحماية البيئة ووقايتها من كل أنواع التلوث	83	20.75
منح الحوافز البيئية	69	17.25
جملة من سُئلوا	400	

وعند سؤال المبحوثين، في سؤال يحتمل اختيار أكثر من إجابة، عن الأساليب التي يمكن اتباعها للحد من الجرائم البيئية وتغيرات المناخ، جاء (**الاهتمام بالوعى البيئى**) في المرتبة الأولى للأساليب بنسبة 75.50%، بينما جاء في المرتبة الثانية (**سنّ القوانين اللازمة لحماية البيئة من الاعتداءات**) بنسبة 49.75%، وفي المرتبة الثالثة جاء (**مجازاة وعقاب ملوثى البيئة**) بنسبة 22%، فيما جاء (**إعداد الفنيين الأكفاء في مجالات عمل البيئة بالقدر الكافي لحماية البيئة ووقايتها من كل أنواع التلوث**) في الترتيب الرابع بنسبة 20.75%، وفي الترتيب الخامس والأخير (**منح الحوافز البيئية**) وذلك بنسبة 17.25%.

جدول (11)

مردود حدوث التغيرات المناخية وممارسة الجرائم ضد البيئة من وجهة نظر المبحوثين

مردود حدوث التغيرات المناخية وممارسة الجرائم ضد البيئة	ك	%
التأثير السلبي على الصحة العامة وانتشار الأوبئة	170	42.50
ذوبان القطبين وارتفاع منسوب المياه	63	15.75
التأثير السلبي على الثروة السمكية	60	15.00
التأثير على إنتاجية الأراضي الزراعية وزيادة احتياجاتها المائية	57	14.25
اختلال أنماط المطر	50	12.50
المجموع	400	100.00

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلى:

توصلت الدراسة إلى أن **التأثير السلبى على الصحة العامة وانتشار الأوبئة** جاء في الترتيب الأول لمردود حدوث التغيرات المناخية وممارسة الجرائم ضد البيئة بنسبة 42.50%، وجاء في الترتيب الثاني (**ذوبان القطبين وارتفاع منسوب المياه**) بنسبة 15.75%، وجاء (**التأثير السلبى على الثروة السمكية**) في الترتيب الثالث بنسبة 15%، وجاء (**التأثير على إنتاجية الأراضى الزراعية وزيادة احتياجاتها المائية**) في الترتيب الرابع بنسبة 14.25%، وجاء (**اختلال أنماط المطر**) في الترتيب الخامس والأخير لمردود حدوث التغيرات المناخية وممارسة الجرائم ضد البيئة بنسبة 12.50%.

جدول (12)

ثقة المبحوثين في أخبار ومحتوى الجرائم البيئية وتغيرات المناخ عبر مواقع التواصل الاجتماعى

الثقة في أخبار ومحتوى الجرائم البيئية وتغيرات المناخ عبر مواقع التواصل الاجتماعي	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
أثق تماما	125	31.25	2.1650	0.65868
أثق إلى حد ما	216	54.00		
أثق بدرجة ضعيفة	59	14.75		
المجموع	400	100.00		

توصلت الدراسة إلى أن نسبة 31.25% من عينة الدراسة يثقون بدرجة كبيرة، في حين جاءت نسبة 54% يثقون بدرجة متوسطة، بينما جاءت نسبة من يثقون بدرجة منخفضة 14.75%.

وتختلف نتائج الدراسة الحالية مع دراسة (علاء وليد)[38]، التي أكدت أن المبحوثين يثقون في المضامين البيئية المقدمة على فيس بوك بنسبة 56,25%، وإلى حد ما جاءت بنسبة 27,5%، ونسبة عدم الثقة جاءت بنسبة 16,25%.

جدول (13)

درجة الاستفادة من أخبار ومحتوى الجرائم البيئية وتغيرات المناخ عبر مواقع التواصل الاجتماعى

درجة الاستفادة من أخبار ومحتوى الجرائم البيئية وتغيرات المناخ عبر مواقع التواصل الاجتماعي	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
أستفيد إلى حد كبير	212	53.00	2.4600	0.62400
أستفيد إلى حد ما	160	40.00		
أستفيد بدرجة ضعيفة	28	7.00		
المجموع	400	100.00		

توضح بيانات الجدول السابق الاستفادة من أخبار ومحتوى الجرائم البيئية وتغيرات المناخ عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وجاءت نسبة 53% من عينة الدراسة يستفيدون من أخبار ومحتوى الجرائم البيئية وتغيرات المناخ عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة كبيرة، في حين جاءت نسبة 40% يستفيدون منها بدرجة متوسطة، بينما جاءت نسبة 7%، تستفيد منها بدرجة ضعيفة.

جدول (14)

دور مواقع التواصل الاجتماعى في توعية الشباب المصري بالجرائم البيئية وتغيرات المناخ

دور مواقع التواصل الاجتماعي في توعية الشباب المصري بالجرائم البيئية وتغيرات المناخ	درجة الموافقة						المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الاتجاه
	موافق		موافق إلى حد ما		غير موافق					
	ك	%	ك	%	ك	%				
نجحت مواقع التواصل الاجتماعي في خلق مجال مفتوح لطرح آراء وأفكار ومقترحات الجمهور المهتم بالبيئة	351	87.75	37	9.25	12	3.00	2.8475	0.43557	94.91	موافق
وفَّرت مواقع التواصل الاجتماعي قنوات للحوار المجتمعي للوصول إلى قرارات مشتركة تتعلق بالبيئة	274	68.50	107	26.75	19	4.75	2.6375	0.57176	87.91	موافق
نجحت مواقع التواصل الاجتماعي في معالجة قضايا الجرائم البيئية وتغيرات المناخ بشكل مبسط وشامل لشرائح المجتمع	259	64.75	111	27.75	30	7.50	2.5725	0.62907	85.74	موافق

دور مواقع التواصل الاجتماعي في توعية الشباب المصري بالجرائم البيئية وتغيرات المناخ	درجة الموافقة						المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الاتجاه
	موافق		موافق إلى حد ما		غير موافق					
	ك	%	ك	%	ك	%				
ساعدت منصات التواصل الاجتماعي على نشر الوعي البيئي بين المواطنين	255	63.75	119	29.75	26	6.50	2.5725	0.61293	85.74	موافق
أسهمت منصات التواصل الاجتماعي في حث الفرد على مواجهة الجرائم البيئة وتغير المناخ	267	66.75	94	23.50	39	9.75	2.5700	0.66423	85.66	موافق
ساعدت مواقع التواصل الاجتماعي في إحداث تغير سلوكي في مواقف الناس من البيئة وتعاملهم معها	231	57.75	138	34.50	31	7.75	2.5000	0.63719	83.33	موافق
نجحت مواقع التواصل الاجتماعي في تحريك الرأي العام ضد قضايا الجرائم البيئية وتغير المناخ	199	49.75	189	47.25	12	3.00	2.4675	0.55652	82.24	موافق
أسهمت مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بجرائم البيئة وتغيرات المناخ الموجودة	211	52.75	165	41.25	24	6.00	2.4675	0.60817	82.24	موافق
اشعرت مواقع التواصل الاجتماعي السلطات والهيئات الوطنية والقومية من أصحاب القرار بأهمية المعضلة البيئية بهدف العمل على سن قوانين لحماية البيئة	201	50.25	182	45.50	17	4.25	2.4600	0.57813	81.99	موافق
أسهمت مواقع التواصل الاجتماعي في إكسابي المهارات اللازمة للمشاركة في حماية البيئة وتنمية مواردها والتنبؤ بالجرائم قبل وقوعها	213	53.25	149	37.25	38	9.50	2.4375	0.66120	81.24	موافق

يستعرض الجدول السابق عدداً من العبارات للتعرف على اتجاهات الشباب نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في توعية الشباب المصري بالجرائم البيئية وتغيرات المناخ، وجاءت الإجابات كما يلي:

جاء في المرتبة الأولى إجابات المبحوثين موافقة بوجه عام على أن (مواقع التواصل الاجتماعي نجحت في خلق مجال مفتوح لطرح آراء وأفكار ومقترحات الجمهور المهتم

بالبيئة) بمتوسط حسابي 2.8475 ووزن نسبي 94.91، وبنسبة 87.75% للموافقة، فيما كانت الموافقة إلى حد ما بنسبة 9.25%، فيما جاءت نسبة رفض العبارة 3%.

وفي المرتبة الثانية جاءت إجابات المبحوثين موافقة بوجه عام على أن (مواقع التواصل الاجتماعي وفَّرت قنوات للحوار المجتمعي للوصول إلى قرارات مشتركة تتعلق بالبيئة) بمتوسط حسابي 2.6375 ووزن نسبي 87.91، وبنسبة 68.50% للموافقة، فيما كانت الموافقة إلى حد ما بنسبة 26.75%، فيما جاءت نسبة رفض العبارة 4.75%.

وفي المرتبة الثالثة جاءت إجابات المبحوثين موافقة بوجه عام على أن (مواقع التواصل الاجتماعي نجحت في معالجة قضايا الجرائم البيئية وتغيرات المناخ بشكل مبسط وشامل لشرائح المجتمع) بمتوسط حسابي 2.5725 ووزن نسبي 85.74، وبنسبة 64.75% للموافقة، فيما كانت الموافقة إلى حد ما بنسبة 27.75%، فيما جاءت نسبة رفض العبارة 7.50%.

وفي المرتبة الثالثة أيضًا جاءت إجابات المبحوثين موافقة بوجه عام على أن (منصات التواصل الاجتماعي ساعدت على نشر الوعي البيئي بين المواطنين) بمتوسط حسابي 2.5725 ووزن نسبي 85.74، وبنسبة 63.75% للموافقة، فيما كانت الموافقة إلى حد ما بنسبة 29.75%، فيما جاءت نسبة رفض العبارة 6.50%.

وفي المرتبة الرابعة جاءت إجابات المبحوثين موافقة بوجه عام على أن (منصات التواصل الاجتماعي أسهمت في حثّ الفرد على مواجهة الجرائم البيئية وتغير المناخ) بمتوسط حسابي 2.5700 ووزن نسبي 85.66، وبنسبة 66.75% للموافقة، فيما كانت الموافقة إلى حد ما بنسبة 23.50%، فيما جاءت نسبة رفض العبارة 9.75%.

وتتفق نتيجة الدراسة الحالية مع دراسة (جمال عبد العظيم)[39]، في وجود دور أساسي لوسائل الإعلام فيما يتعلق بزيادة وعي الجماهير بالقضايا البيئية، من خلال دورها كوسيط يمدها بالمعلومات التي تسهم في تكوين آرائها ومواقفها، ومن ثمَّ تسهم في زيادة وعيها.

جدول (15)

درجة اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعى كمصدر للأخبار والمعلومات حول الجرائم البيئية وتغيرات المناخ

درجة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار والمعلومات حول الجرائم البيئية وتغيرات المناخ	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
أعتمد عليها بدرجة كبيرة	165	41.25	2.2450	0.72200
أعتمد عليها بدرجة متوسطة	168	42.00		
أعتمد عليها بدرجة ضعيفة	67	16.75		
المجموع	400	100.00		

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلى:

أن 42% من المبحوثين يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار والمعلومات حول الجرائم البيئية وتغيرات المناخ بدرجة (متوسطة)، بينما جاءت نسبة 41.25% من عينة الدراسة تعتمد عليها بدرجة (كبيرة)، وأخيراً جاء من يعتمدون عليها بدرجة ضعيفة بنسبة 16.75%.

جدول (16)

التأثيرات المرتبة على الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعى كمصدر للأخبار والمعلومات حول الجرائم البيئية وتغيرات المناخ

التأثيرات المرتبة على الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار والمعلومات حول الجرائم البيئية وتغيرات المناخ		درجة الموافقة						المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الاتجاه
		موافق		موافق إلى حد ما		غير موافق					
		ك	%	ك	%	ك	%				
التأثيرات المعرفية	أصبحت أكثر خبرة ودراية بمشكلات البيئة	273	68.25	90	22.50	37	9.25	2.5900	0.65419	86.32	موافق
	أصبح لدي عملية إدراك واعية لقضايا البيئة ومواردها وكيفية التعامل معها سواء بالمعرفة أو الممارسة	226	56.50	120	30.00	54	13.50	2.4300	0.71860	80.99	موافق
	أصبح لدي قدرة على تقييم المبادرات البيئة ودورها في حماية البيئة	175	43.75	192	48.00	33	8.25	2.3550	0.62846	78.49	موافق
	أصبحت أكثر دراية بمخاطر الإشعاعات التي تخرج من أبراج الهواتف الخلوية	162	40.50	183	45.75	55	13.75	2.2675	0.68711	75.58	موافق إلى حد ما

التأثيرات المرتبة على الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار والمعلومات حول الجرائم البيئية وتغيرات المناخ		درجة الموافقة						المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الاتجاه
		موافق		موافق إلى حد ما		غير موافق					
		ك	%	ك	%	ك	%				
	ساعدت على تكوين فهم صحيح وكامل حول البيئة ومشكلاتها وسبل مواجهتها	168	42.00	137	34.25	95	23.75	2.1825	0.79105	72.74	موافق إلى حد ما
	أرى أن لدي ثقافة بيئية مكنتني من التعامل مع البيئة على النحو الصحيح	136	34.00	198	49.50	66	16.50	2.1750	0.68961	72.49	موافق إلى حد ما
التأثيرات الوجدانية	لدي دوافع إيجابية في اشتراك في جمعيات حماية البيئة	235	58.75	113	28.25	52	13.00	2.4575	0.71377	81.91	موافق
	لدي رغبة في مناقشة قضايا الجرائم البيئية وتغيرات المناخ مع الزملاء	186	46.50	157	39.25	57	14.25	2.3225	0.71046	77.41	موافق إلى حد ما
	أشعر بالانتماء نحو البيئة	187	46.75	147	36.75	66	16.50	2.3025	0.73644	76.74	موافق إلى حد ما
	أشعر برغبة في المشاركة بالمشروعات التي تساعد على النهوض بالبيئة والحفاظ عليها	175	43.75	171	42.75	54	13.50	2.3025	0.69441	76.74	موافق إلى حد ما
	أصبحت مستوعبا أكثر للجرائم البيئة وتغيرات المناخ	153	38.25	184	46.00	63	15.75	2.2250	0.70043	74.16	موافق إلى حد ما
التأثيرات السلوكية	أعدت استخدام أشياء بدل من التخلص منها	187	46.75	146	36.50	67	16.75	2.3000	0.73917	76.66	موافق إلى حد ما
	اشتركت في صفحات الشخصيات المهتمة بالبيئة	164	41.00	171	42.75	65	16.25	2.2475	0.71591	74.91	موافق إلى حد ما
	قللت استهلاك الورق في عملي ودراستي	169	42.25	155	38.75	76	19.00	2.2325	0.74823	74.41	موافق إلى حد ما
	أستطيع مواجهة مشكلات البيئة والحد منها	158	39.50	172	43.00	70	17.50	2.2200	0.72312	73.99	موافق إلى حد ما
	أصبح لدي مهارات تمكنني من التعامل مع البيئة بشكل فعّال	145	36.25	181	45.25	74	18.50	2.1775	0.71923	72.58	موافق إلى حد ما
	شاركت وتفاعلت بمنشورات مع الزملاء خاصة بقضايا البيئة	141	35.25	177	44.25	82	20.50	2.1475	0.73286	71.58	موافق إلى حد ما

يستعرض الجدول السابق عدداً من العبارات لمعرفة التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار والمعلومات حول الجرائم البيئية وتغيرات المناخ، الاتجاه الواضح من خلال إجابات المبحوثين جاء كما يلي:

أولًا: التأثيرات المعرفية:

- جاءت إجابات المبحوثين في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 2.5900 ووزن نسبي 86.32 موافقة بصورة عامة في المقدمة على أنه من خلال الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار والمعلومات حول الجرائم البيئية وتغيرات المناخ، **أصبحوا أكثر خبرة ودراية بمشكلات البيئة**، وذلك بنسبة 68.25% للموافقة، في حين جاءت الإجابات موافقة إلى حد ما بنسبة 22.50%، كما جاءت الإجابات غير موافقة بنسبة 9.25%.
- وافقت إجابات المبحوثين في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي 2.4300 ووزن نسبي 80.99، على أنه من خلال الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار والمعلومات حول الجرائم البيئية وتغيرات المناخ، **أصبح لديهم إدراك ووعى بقضايا البيئة ومواردها وكيفية التعامل معها، سواء بالمعرفة أو الممارسة**، وذلك بنسبة 56.50% للموافقة، في حين جاءت الإجابات موافقة إلى حد ما بنسبة 30%، كما جاءت الإجابات غير موافقة بنسبة 13.50%.

ثانيا: التأثيرات الوجدانية:

- جاءت إجابات المبحوثين في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 2.4575 ووزن نسبي 81.91 موافقة بصورة عامة وفي المقدمة على أنه من خلال الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار والمعلومات حول الجرائم البيئية وتغيرات المناخ، لديهم دوافع إيجابية للاشتراك في جمعيات حماية البيئة، وذلك بنسبة 58.75% للموافقة، في حين جاءت الإجابات موافقة إلى حد ما بنسبة 28.25%، كما جاءت الإجابات غير موافقة بنسبة 13%.
- وافقت إجابات المبحوثين إلى حد ما، وفي المرتبة الثانية بمتوسط حسابي 2.3225 ووزن نسبي 77.41، على أنه من خلال الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار والمعلومات حول الجرائم البيئية وتغيرات المناخ **لديهم رغبة في مناقشة قضايا الجرائم البيئية وتغيرات المناخ مع الزملاء**، وذلك بنسبة 46.50% للموافقة، في حين جاءت الإجابات موافقة إلى حد ما بنسبة 39.25%، كما جاءت الإجابات غير موافقة بنسبة 14.25%.

ثالثًا: التأثيرات السلوكية:

- جاءت إجابات المبحوثين، في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 2.3000 ووزن نسبة 76.66 موافقة إلى حد ما في المقدمة على أنه من خلال الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار والمعلومات حول الجرائم البيئية وتغيرات المناخ، **أعادوا استخدام أشياء بدل من التخلص منها**، وذلك بنسبة 46.75% للموافقة، في حين جاءت الإجابات موافقة إلى حد ما بنسبة 36.50%، كما جاءت الإجابات غير موافقة بنسبة 16.75%.
- وافقت إجابات المبحوثين إلى حد ما في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي 2.2475 ووزن نسبي 74.91، على أنه من خلال الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار والمعلومات حول الجرائم البيئية وتغيرات المناخ **اشتركوا في صفحات الشخصيات المهتمة بالبيئة**، وذلك بنسبة 41% للموافقة، في حين جاءت الإجابات موافقة إلى حد ما بنسبة 45.75%، كما جاءت الإجابات غير موافقة بنسبة 16.25%.

جدول (17)

آراء المبحوثين حول نجاح المحاولات الدولية في مواجهة تغير المناخ وجرائم البيئة

نجاح المحاولات الدولية في مواجهة تغير المناخ وجرائم البيئة	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
إلى حد كبير	122	30.50	2.1375	0.67434
إلى حد ما	211	52.75		
لا	67	16.75		
المجموع	400	100.00		

توضح بيانات الجدول السابق آراء المبحوثين في نجاح المحاولات الدولية في مواجهة تغير المناخ وجرائم البيئة، وأفادت نسبة 52.75% من عينة الدراسة بأنها ناجحة (إلى حد ما)، في حين جاءت نسبة 30.50% لتؤكد أنها ناجحة (إلى حد كبير)، بينما جاءت نسبة من يرون أنها غير ناجحة بنسبة 16.75%.

وتفسر الباحثة هذا الأمر بأن العالم شهد بالفعل عدداً من الاتفاقيات حول تقليل عملية الانبعاث الحراري، ولكنها كانت غير ملزمة، وأن العالم اليوم أضحى يشهد كثيراً من التحديات حول ارتفاع وانخفاض درجات الحرارة وحرائق الغابات، وأزمات تمويل أجندة

المناخ، وما زالت حبراً على ورق، ويتطلع الجميع إلى أن يخرج مؤتمر الأطراف cop 27 الموجود في شرم الشيخ بنتائج أفضل.

جدول (18)

أهم الجهود المصرية للحد من ظاهرة المناخ من وجهة نظر المبحوثين

أهم الجهود المصرية للحد من ظاهرة المناخ	ك	%
وضعت مصر أهدافاً قومية لضرورة تبادل المعلومات للتواصل بشأن الأبعاد الحقيقية لظاهرة التغيرات المناخية	76	19.00
نفّذت مصر آلية التنمية النظيفة	63	15.75
التصديق على اتفاقية الأمم المتحدة للتغيرات البيئية وإصدار قانون البيئة رقم 94	42	10.50
تنفيذ وزارة الكهرباء مشروعات في مجال الطاقة المتجددة وكفاءة تحسين الطاقة	31	7.75
إعادة تشكيل اللجنة الوطنية للتغيرات المناخية 2007 للتنسيق على المستوى الوطني فيما يخص موضوعات التغيرات المناخية	19	4.75
جميع ما سبق	169	42.25
المجموع	400	100.00

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

توصلت الدراسة إلى أن جميع الجهود المبذولة (جميع ما سبق) جاءت في الترتيب الأول لأهم الجهود المصرية للحد من ظاهرة المناخ من وجهة نظر عينة الدراسة بنسبة 42.25%، وجاءت جهود (مصر في وضع أهداف قومية لضرورة تبادل المعلومات للتواصل بشأن الأبعاد الحقيقية لظاهرة التغيرات المناخية) في الترتيب الثاني لأهم الجهود المصرية للحد من ظاهرة المناخ من وجهة نظر عينة الدراسة بنسبة 19%.

وفي الترتيب الثالث جاءت جهود مصر في (تنفيذ آلية التنمية النظيفة) بنسبة 15.75%، وفي الترتيب الرابع (التصديق على اتفاقية الأمم المتحدة للتغيرات البيئية وإصدار قانون البيئة رقم 94) بنسبة 10.50%.

وتأتي هذه النتيجة تصديقًا للجهود المصرية ذات الصلة بتغيرات المناخية؛ بدءاً من إنشاء المجلس الأعلى للتغيرات المناخية، وإطلاق الاستراتيجية الوطنية لتغير المناخ 2050، التي تهدف إلى التصدي لآثار تغير المناخ، وهي جزء رئيسي من تمكن الدولة من تخطيط هذا الملف وإدارته، والعمل على التحول إلى الاقتصاد الأخضر، وسعي الدولة لدمج البُعد البيئي في المجالات كافة، وسعي الحكومة المصرية إلى تخضير الموازنة العامة للدولة، بهدف للوصول إلى نسبة 100% مشروعات خضراء بحلول عام 2030.

جدول (18)

تأثير التغيرات المناخية والجرائم البيئية على أهداف التنمية المستدامة من وجهة نظر المبحوثين

تأثير التغيرات المناخية والجرائم البيئية على أهداف التنمية المستدامة	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
إلى حد كبير	312	78.00	2.7325	0.54007
إلى حد ما	69	17.25		
لا تؤثر	19	4.75		
المجموع	400	100.00		

توضح بيانات الجدول السابق آراء المبحوثين في تأثير التغيرات المناخية والجرائم البيئية على أهداف التنمية المستدامة، وأفادت نسبة 78% من عينة الدراسة بأنها تؤثر (إلى حد كبير)، في حين جاءت نسبة 17.25% لتؤكد أنها تؤثر (إلى حد ما)، بينما جاءت نسبة من يرون أنها لا تؤثر بمقدار 4.75%.

وتفسر الباحثة هذا الأمر بأن التغيرات المناخية الموجودة بفعل الجرائم البيئية تلقي بظلالها على كل المناحي الحياة، سواء سياسية أو اجتماعية، وأيضاً تتعدد تبعاتها الاقتصادية، من حيث ارتفاع نسب الفقر، والبطالة والهجرة، وارتفاع أسعار المحروقات، والغذاء؛ لذلك فإن تغير المناخ يمكن أن يؤثر على المسار التنموي.

(نتائج اختبار صحة الفروض)

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين وعي المبحوثين بالجرائم البيئية وتغيرات المناخ واتجاهاتهم نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بجرائم البيئة وتغيرات المناخ.

جدول (19)

معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين وعى المبحوثين بالجرائم البيئية وتغيرات المناخ واتجاهاتهم نحو دور مواقع التواصل الاجتماعى في التوعية بجرائم البيئة وتغيرات المناخ

المتغيرات	اتجاهات الشباب نحو دور مواقع التواصل الاجتماعى في التوعية بجرائم البيئة وتغيرات المناخ			
	معامل الارتباط بيرسون	مستوى الدلالة	العدد	الدلالة
وعى المبحوثين بالجرائم البيئية وتغيرات المناخ	0.326	0.000	400	دالة

تشير بيانات الجدول السابق إلى الآتى:

- **وجود علاقة دالة إحصائيا** بين وعي المبحوثين بالجرائم البيئية وتغيرات المناخ واتجاهاتهم نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بجرائم البيئة وتغيرات المناخ، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (0.326)، وهي دالة عند مستوى معنوية (0.000)، وهي علاقة طردية متوسطة القوة، أي كلما زاد وعي المبحوثين بالجرائم البيئية وتغيرات المناخ زادت اتجاهات الشباب الايجابية نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بجرائم البيئية وتغيرات المناخ، والعكس بالعكس.
- **وبذلك يُقبل الفرض العلمى القائل** بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين وعي المبحوثين بالجرائم البيئية وتغيرات المناخ واتجاهاتهم نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بجرائم البيئة وتغيرات المناخ.

الفرض الثانى: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في معدل متابعة المبحوثين لمضامين جرائم البيئة وتغيرات المناخ على مواقع التواصل الاجتماعي وفقًا للمتغيرات الديموغرافية (النوع، ومحل الإقامة، والتعليم، والمهنة، والمستوى الاجتماعي الاقتصادي).

جدول (20)

نتائج اختبار (T.Test) لقياس دلالة الفروق بين المبحوثين محل الدراسة على مقياس معدل متابعة المبحوثين لمضامين جرائم البيئة وتغيرات المناخ على مواقع التواصل الاجتماعي وفقًا لمتغيري النوع ومحل الإقامة

المتغيرات	النوع	العدد	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	قيمة T	درجات الحرية df	مستوى المعنوية Sig
معدل متابعة المبحوثين لمضامين جرائم البيئة وتغيرات المناخ على مواقع التواصل الاجتماعى	ذكر	219	2.1598	0.7213	0.833	398	0.405
	أنثى	181	2.2210	0.7422			
	المجموع	400					
محل الإقامة							
	ريف	111	1.4955	0.6306	14.495	398	0.000
	حضر	289	2.4533	0.5762			
	المجموع	400					

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلى:

- أظهر استخدام اختبار "ت" **عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية** بين متغير النوع لعينة الدراسة من الشباب ومعدل متابعتهم لمضامين جرائم البيئة وتغيرات المناخ على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت قيمة "ت" (0.833)، وهي غير دالة عند مستوى معنوية (0.405)، أي أنه لا يوجد اختلاف بين الذكور والإناث من عينة الدراسة في معدل متابعتهم لمضامين جرائم البيئة وتغيرات المناخ على مواقع التواصل الاجتماعي.
- أظهر استخدام اختبار "ت" **وجود فروق ذات دلالة إحصائية** بين متغير محل الإقامة لعينة الدراسة من الشباب ومعدل متابعتهم لمضامين جرائم البيئة وتغيرات المناخ على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة "ت" (14.495)، وهي دالة عند مستوى معنوية (0.000)، وذلك لصالح أفراد عينة الدراسة ممن يسكنون الحضر بمتوسط حسابي (2.4533).

جدول (21)

نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لقياس دلالة الفروق بين المبحوثين محل الدراسة على مقياس معدل متابعة المبحوثين لمضامين جرائم البيئة وتغيرات المناخ على مواقع التواصل الاجتماعي وفقًا لـ (المستوى التعليمي، والمهنة، والمستوى الاجتماعي الاقتصادي)

المتغيرات	المستوى التعليمي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة F	درجات الحرية df	مستوى المعنوية Sig
معدل متابعة المبحوثين لمضامين جرائم البيئة وتغيرات المناخ على مواقع التواصل الاجتماعي	مؤهل متوسط	20	2.1000	0.7182	1.564	3 396	0.198
	فوق متوسط	71	2.0563	0.7725			
	جامعي	254	2.2008	0.7298			
	فوق جامعي	55	2.3273	0.6682			
	المجموع	400	2.1875	0.7305			
	المهنة						
	لا يعمل	68	2.1912	0.6966	4.566	4 395	0.001
	قطاع عام	104	2.3942	0.6886			
	قطاع خاص	119	2.1933	0.7281			

المتغيرات	المستوى التعليمي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة F	درجات الحرية df	مستوى المعنوية Sig
	مهن حرة	89	1.9551	0.7524			
	طالب	20	2.1000	0.7182			
	المجموع	400	2.1875	0.7305			
المستوى الاجتماعي الاقتصادي							
	منخفض	54	2.2963	0.7680	5.077	2 397	0.007
	متوسط	181	2.0608	0.7466			
	مرتفع	165	2.2909	0.6809			
	المجموع	400	2.1875	0.7305			

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- أظهر استخدام اختبار "ف" **عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية** بين متغير المستوى التعليمي لعينة الدراسة من الشباب ومعدل متابعتهم لمضامين جرائم البيئة وتغيرات المناخ على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت قيمة "ف" (1.564)، وهي غير دالة عند مستوى معنوية (0.198)، أي أنه لا يوجد اختلاف بين عينة الدراسة على اختلاف مستوياتهم التعليمية في معدل متابعتهم لمضامين جرائم البيئة وتغيرات المناخ على مواقع التواصل الاجتماعي.
- أظهر استخدام اختبار "ف" **وجود فروق ذات دلالة إحصائية** بين متغير المهنة لعينة الدراسة من الشباب ومعدل متابعتهم لمضامين جرائم البيئية وتغيرات المناخ على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت قيمة "ف" (4.566)، وهي دالة عند مستوى معنوية (0.001)، أي يوجد اختلاف بين عينة الدراسة على اختلاف مهنهم في معدل متابعتهم لمضامين جرائم البيئة وتغيرات المناخ على مواقع التواصل الاجتماعي، وأظهر اختبار L. S.D أن ذلك الاختلاف لصالح أفراد العينة ممن يعملون بالقطاع العام بمتوسط حسابي (2.3942).
- أظهر استخدام اختبار "ف" **وجود فروق ذات دلالة إحصائية** بين متغير المستوى الاجتماعي الاقتصادي لعينة الدراسة من الشباب ومعدل متابعتهم لمضامين

جرائم البيئة وتغيرات المناخ على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت قيمة "ف" (5.077)، وهي دالة عند مستوى معنوية (0.007)، أي يوجد اختلاف بين عينة الدراسة على مستوياتهم الاجتماعية والاقتصادية في معدل متابعتهم لمضامين جرائم البيئة وتغيرات المناخ على مواقع التواصل الاجتماعي، وأظهر اختبار L. S.D أن ذلك الاختلاف لصالح أفراد العينة من أصحاب المستوى الاجتماعي الاقتصادي المنخفض بمتوسط حسابي (2.2963).

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد المبحوثين على مضامين جرائم البيئة وتغيرات المناخ على مواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات المعرفية، والوجدانية، والسلوكية، الناتجة عن ذلك الاعتماد.

جدول (22)

معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين اعتماد المبحوثين على مضامين جرائم البيئة وتغيرات المناخ على مواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن ذلك الاعتماد

المتغيرات	اعتماد المبحوثين على مضامين جرائم البيئة وتغيرات المناخ على مواقع التواصل الاجتماعي			
	معامل الارتباط بيرسون	مستوى الدلالة	العدد	الدلالة
مجمل التأثيرات الناتجة عن الاعتماد	0.402	0.000	400	دالة
التأثيرات المعرفية	0.486	0.000	400	دالة
التأثيرات الوجدانية	0.354	0.000	400	دالة
التأثيرات السلوكية	0.445	0.000	400	دالة

تشير بيانات الجدول السابق إلى الآتي:

- **وجود علاقة دالة إحصائيا** بين اعتماد المبحوثين على مضامين جرائم البيئة وتغيرات المناخ على مواقع التواصل الاجتماعي ومجمل التأثيرات الناتجة عن ذلك الاعتماد، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (0.402)، وهي دالة عند مستوى معنوية (0.000)، وهي علاقة طردية متوسطة القوة، أي كلما زاد اعتماد المبحوثين على مضامين جرائم البيئة وتغيرات المناخ على مواقع التواصل الاجتماعي زادت التأثيرات الناتجة عن ذلك الاعتماد، والعكس بالعكس.

- **وجود علاقة دالة إحصائيا** بين اعتماد المبحوثين على مضامين جرائم البيئة وتغيرات المناخ على مواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات المعرفية الناتجة عن ذلك الاعتماد، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (0.486)، وهي دالة عند مستوى معنوية (0.000)، وهي علاقة طردية متوسطة القوة، أي كلما زاد اعتماد المبحوثين على مضامين جرائم البيئة وتغيرات المناخ على مواقع التواصل الاجتماعي، زادت التأثيرات المعرفية الناتجة عن ذلك الاعتماد، والعكس بالعكس.
- **وجود علاقة دالة إحصائيا** بين اعتماد المبحوثين على مضامين جرائم البيئة وتغيرات المناخ على مواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات الوجدانية الناتجة عن ذلك الاعتماد، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (0.354)، وهي دالة عند مستوى معنوية (0.000)، وهي علاقة طردية متوسطة القوة، أي كلما زاد اعتماد المبحوثين على مضامين جرائم البيئة وتغيرات المناخ على مواقع التواصل الاجتماعي، زادت التأثيرات الوجدانية الناتجة عن ذلك الاعتماد، والعكس بالعكس.
- **وجود علاقة دالة إحصائيا** بين اعتماد المبحوثين على مضامين جرائم البيئة وتغيرات المناخ على مواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات السلوكية الناتجة عن ذلك الاعتماد، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (0.445)، وهي دالة عند مستوى معنوية (0.000)، وهي علاقة طردية متوسطة القوة، أي كلما زاد اعتماد المبحوثين على مضامين جرائم البيئة وتغيرات المناخ على مواقع التواصل الاجتماعي، زادت التأثيرات السلوكية الناتجة عن ذلك الاعتماد، والعكس بالعكس.
- وبذلك يُقبل الفرض العلمي القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد المبحوثين على مضامين جرائم البيئة وتغيرات المناخ على مواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات المعرفية، والوجدانية، والسلوكية، الناتجة عن ذلك الاعتماد.

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المبحوثين نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بجرائم البيئة وتغيرات المناخ باختلاف المتغيرات الديموغرافية (النوع، ومحل الإقامة، والتعليم، والمهنة، والمستوى الاجتماعي الاقتصادي).

جدول (23)

نتائج اختبار (T.Test) لقياس دلالة الفروق بين المبحوثين محل الدراسة على مقياس اتجاهات المبحوثين نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بجرائم البيئة وتغيرات المناخ وفقًا لمتغيري النوع ومحل الإقامة

المتغيرات	النوع	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	درجات الحرية df	مستوى المعنوية Sig
اتجاهات المبحوثين نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بجرائم البيئة وتغيرات المناخ	ذكر	219	2.5425	0.4213	0.568	398	0.571
	أنثى	181	2.5663	0.4140			
	المجموع	400					
محل الإقامة							
	ريف	111	2.4847	0.4599	2.043	398	0.042
	حضر	289	2.5796	0.3980			
	المجموع	400					

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- أظهر استخدام اختبار "ت" **عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية** بين متغير النوع لعينة الدراسة من الشباب واتجاهاتهم نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بجرائم البيئة وتغيرات المناخ، حيث كانت قيمة "ت" (0.568)، وهي غير دالة عند مستوى معنوية (0.571)، أي أنه لا يوجد اختلاف بين الذكور والإناث من عينة الدراسة في اتجاهاتهم نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بجرائم البيئة وتغيرات المناخ.
- أظهر استخدام اختبار "ت" **وجود فروق ذات دلالة إحصائية** بين متغير محل الإقامة لعينة الدراسة من الشباب واتجاهاتهم نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بجرائم البيئة وتغيرات المناخ، حيث بلغت قيمة "ت" (2.043)، وهي دالة عند مستوى معنوية (0.042)، وذلك لصالح أفراد عينة الدراسة ممن يسكنون الحضر بمتوسط حسابي (2.5796).

جدول (24)

نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لقياس دلالة الفروق بين المبحوثين محل الدراسة على مقياس اتجاه المبحوثين نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بجرائم البيئة وتغيرات المناخ وفقًا لـ (المستوى التعليمي، والمهنة، والمستوى الاجتماعي الاقتصادي)

المتغيرات	المستوى التعليمي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة F	درجات الحرية df	مستوى المعنوية Sig
اتجاهات المبحوثين نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بجرائم البيئية وتغيرات المناخ	مؤهل متوسط	20	2.5000	0.3934	1.064	3 396	0.364
	فوق متوسط	71	2.5521	0.4010			
	جامعي	254	2.5756	0.4071			
	فوق جامعي	55	2.4709	0.4890			
	المجموع	400	2.5533	0.4176			
المهنة							
	لا يعمل	68	2.6265	0.3728	1.122	4 395	0.346
	قطاع عام	104	2.5760	0.4207			
	قطاع خاص	119	2.5025	0.4505			
	مهن حرة	89	2.5506	0.4043			
	طالب	20	2.5000	0.3934			
	المجموع	400	2.5533	0.4176			
المستوى الاجتماعي الاقتصادي							
	منخفض	54	2.5500	0.4974	0.008	2 397	0.992
	متوسط	181	2.5514	0.3779			
	مرتفع	165	2.5564	0.4331			
	المجموع	400	2.5533	0.4176			

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلى:

- أظهر استخدام اختبار "ف" **عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية** بين متغير المستوى التعليمي لعينة الدراسة من الشباب واتجاهاتهم نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بجرائم البيئة وتغيرات المناخ، حيث كانت قيمة "ف"

(1.064)، وهي غير دالة عند مستوى معنوية (0.364)، أي أنه لا يوجد اختلاف بين عينة الدراسة على اختلاف مستوياتهم التعليمية في اتجاهاتهم نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بجرائم البيئة وتغيرات المناخ.

- أظهر استخدام اختبار "ف" **عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية** بين متغير المهنة لعينة الدراسة من الشباب واتجاهاتهم نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بجرائم البيئة وتغيرات المناخ، حيث كانت قيمة "ف" (1.122)، وهي غير دالة عند مستوى معنوية (0.346)، أي أنه لا يوجد اختلاف بين عينة الدراسة على اختلاف مهنهم في اتجاهاتهم نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بجرائم البيئة وتغيرات المناخ.
- أظهر استخدام اختبار "ف" **عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية** بين متغير المستوى الاجتماعي الاقتصادي لعينة الدراسة من الشباب واتجاهاتهم نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بجرائم البيئة وتغيرات المناخ، حيث كانت قيمة "ف" (0.008)، وهي غير دالة عند مستوى معنوية (0.992)، أي أنه لا يوجد اختلاف بين عينة الدراسة على اختلاف مستوياتهم الاجتماعية الاقتصادية في اتجاهاتهم نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بجرائم البيئة وتغيرات المناخ.

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية بين درجة الثقة في المضامين المعروضة حول الجرائم البيئية وتغير المناخ بمواقع التواصل الاجتماعي والاتجاه نحو دورها في التوعية بجرائم البيئة وتغيرات المناخ.

جدول (25)

معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين درجة الثقة في المضامين المعروضة حول الجرائم البيئية وتغير المناخ بمواقع التواصل الاجتماعي والاتجاه نحو دورها في التوعية بجرائم البيئة وتغيرات المناخ

المتغيرات	اتجاهات الشباب نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بجرائم البيئة وتغيرات المناخ			
	معامل الارتباط بيرسون	مستوى الدلالة	العدد	الدلالة
درجة الثقة في المضامين المعروضة حول الجرائم البيئية وتغير المناخ بمواقع التواصل الاجتماعي	0.433	0.000	400	دالة

تشير بيانات الجدول السابق إلى الآتى:

- **وجود علاقة دالة إحصائيا** بين درجة ثقة المبحوثين من الشباب في المضامين المعروضة حول الجرائم البيئية وتغير المناخ بمواقع التواصل الاجتماعي والاتجاه نحو دورها في التوعية بجرائم البيئة وتغيرات المناخ، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (0.433)، وهي دالة عند مستوى معنوية (0.000)، وهي علاقة طردية متوسطة القوة، أي كلما زادت درجة ثقة المبحوثين من الشباب في المضامين المعروضة حول الجرائم البيئية وتغير المناخ بمواقع التواصل الاجتماعي، زادت اتجاهات الشباب الإيجابية نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بجرائم البيئة وتغيرات المناخ، والعكس بالعكس.
- **وبذلك يُقبل الفرض العلمى القائل** بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة الثقة في المضامين المعروضة حول الجرائم البيئية وتغير المناخ بمواقع التواصل الاجتماعي والاتجاه نحو دورها في التوعية بجرائم البيئة وتغيرات المناخ.

الفرض السادس: توجد علاقة ارتباطية بين معدل تعرض المبحوثين من الشباب لمضامين الجرائم البيئية وتغيرات المناخ على مواقع التواصل الاجتماعي ودرجة الوعي بها.

جدول (26)

معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين معدل تعرض المبحوثين من الشباب لمضامين الجرائم البيئية وتغيرات المناخ على مواقع التواصل الاجتماعى ودرجة الوعى بها

المتغيرات	معدل تعرض المبحوثين من الشباب لمضامين الجرائم البيئية وتغيرات المناخ على مواقع التواصل الاجتماعي			
	معامل الارتباط بيرسون	مستوى الدلالة	العدد	الدلالة
وعي المبحوثين بالجرائم البيئية وتغيرات المناخ	0.298	0.000	400	دالة

تشير بيانات الجدول السابق إلى الآتى:

- **وجود علاقة دالة إحصائيا** بين معدل تعرض المبحوثين من الشباب لمضامين الجرائم البيئية وتغيرات المناخ على مواقع التواصل الاجتماعي ودرجة الوعي بها، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (0.298)، وهي دالة عند مستوى معنوية (0.000)، وهي علاقة طردية ضعيفة، أي كلما زاد معدل تعرض المبحوثين من الشباب لمضامين

الجرائم البيئية وتغيرات المناخ على مواقع التواصل الاجتماعي زاد وعيهم بالجرائم البيئية وتغيرات المناخ، والعكس بالعكس.

- **وبذلك، يُقبل الفرض العلمى القائل** بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض المبحوثين من الشباب لمضامين الجرائم البيئية وتغيرات المناخ على مواقع التواصل الاجتماعي ودرجة الوعي بها.

الفرض السابع: توجد علاقة ارتباطية بين دوافع تعرض المبحوثين من الشباب لمضامين الجرائم البيئية وتغيرات المناخ على مواقع التواصل الاجتماعي والاتجاه نحو دورها في التوعية بجرائم البيئة وتغيرات المناخ.

جدول (27)

معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين دوافع تعرض المبحوثين من الشباب لمضامين الجرائم البيئية وتغيرات المناخ على مواقع التواصل الاجتماعى والاتجاه نحو دورها في التوعية بجرائم البيئة وتغيرات المناخ

المتغيرات	اعتماد المبحوثين على مضامين جرائم البيئة وتغيرات المناخ على مواقع التواصل الاجتماعي			
	معامل الارتباط بيرسون	مستوى الدلالة	العدد	الدلالة
مجمل الدوافع	0.515	0.000	400	دالة
الدوافع النفعية	0.360	0.000	400	دالة
الدوافع الطقوسية	0.624	0.000	400	دالة

تشير بيانات الجدول السابق إلى الآتى:

- **وجود علاقة دالة إحصائيا** بين مجمل دوافع تعرض المبحوثين من الشباب لمضامين الجرائم البيئية وتغيرات المناخ على مواقع التواصل الاجتماعي والاتجاه نحو دورها التوعي بجرائم البيئة وتغيرات المناخ، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (0.515)، وهي دالة عند مستوى معنوية (0.000)، وهي علاقة طردية قوية، أي كلما زادت دوافع تعرض المبحوثين من الشباب لمضامين الجرائم البيئية وتغيرات المناخ على مواقع التواصل الاجتماعي زاد الاتجاه الإيجابي نحو دورها في التوعية بجرائم البيئة وتغيرات المناخ، والعكس بالعكس.

- **وجود علاقة دالة إحصائيا** بين الدوافع النفعية لتعرض المبحوثين من الشباب لمضامين الجرائم البيئية وتغيرات المناخ على مواقع التواصل الاجتماعي والاتجاه نحو دورها التوعي بجرائم البيئة وتغيرات المناخ، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (0.360)، وهي دالة عند مستوى معنوية (0.000)، وهي علاقة طردية متوسطة القوة، أي كلما زادت الدوافع النفعية لتعرض المبحوثين من الشباب لمضامين جرائم البيئة وتغيرات المناخ على مواقع التواصل الاجتماعي زاد الاتجاه الإيجابي نحو دورها في التوعية بجرائم البيئة وتغيرات المناخ، والعكس بالعكس.
- **وجود علاقة دالة إحصائيا** بين الدوافع الطقوسية لتعرض المبحوثين من الشباب لمضامين الجرائم البيئية وتغيرات المناخ على مواقع التواصل الاجتماعي والاتجاه نحو دورها التوعي بجرائم البيئة وتغيرات المناخ، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (0.624)، وهي دالة عند مستوى معنوية (0.000)، وهي علاقة طردية قوية، أي كلما زادت الدوافع الطقوسية لتعرض المبحوثين من الشباب لمضامين الجرائم البيئية وتغيرات المناخ على مواقع التواصل الاجتماعي، زاد الاتجاه الإيجابي نحو دورها في التوعية بجرائم البيئة وتغيرات المناخ، والعكس بالعكس.
- **وبذلك يُقبل الفرض العلمى القائل** بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع تعرض المبحوثين من الشباب لمضامين الجرائم البيئية وتغيرات المناخ على مواقع التواصل الاجتماعي والاتجاه نحو دورها في التوعية بجرائم البيئة وتغيرات المناخ.

الفرض الثامن: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في ثقة المبحوثين في المضامين المعروضة حول الجرائم البيئية وتغير المناخ بمواقع التواصل الاجتماعي وفقًا للمتغيرات الديموغرافية (النوع، ومحل الإقامة، والتعليم، والمهنة، والمستوى الاجتماعي الاقتصادي).

جدول (28)

نتائج اختبار (T.Test) لقياس دلالة الفروق بين المبحوثين محل الدراسة على مقياس ثقة المبحوثين في المضامين المعروضة حول الجرائم البيئية وتغير المناخ بمواقع التواصل الاجتماعي وفقًا لمتغيري النوع ومحل الإقامة

المتغيرات	النوع	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	درجات الحرية df	مستوى المعنوية Sig
ثقة المبحوثين في المضامين المعروضة حول الجرائم البيئية وتغير المناخ بمواقع التواصل الاجتماعي	ذكر	219	2.1826	0.6863	0.589	398	0.556
	أنثى	181	2.1436	0.6248			
	المجموع	400					
نوع الإقامة							
	ريف	111	2.0541	0.9228	2.097	398	0.037
	حضر	289	2.2076	0.5189			
	المجموع	400					

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- أظهر استخدام اختبار "ت" **عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية** بين متغير النوع لعينة الدراسة من الشباب وثقتهم في المضامين المعروضة حول الجرائم البيئية وتغير المناخ بمواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت قيمة "ت" (0.589)، وهي غير دالة عند مستوى معنوية (0.556)، أي أنه لا يوجد اختلاف بين الذكور والإناث من عينة الدراسة في ثقتهم في المضامين المعروضة حول الجرائم البيئية وتغير المناخ بمواقع التواصل الاجتماعي.
- أظهر استخدام اختبار "ت" **وجود فروق ذات دلالة إحصائية** بين متغير محل الإقامة لعينة الدراسة من الشباب وثقتهم في المضامين المعروضة حول الجرائم البيئية وتغير المناخ بمواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة "ت" (2.097)، وهي دالة عند مستوى معنوية (0.037)، وذلك لصالح أفراد عينة الدراسة ممن يسكنون الحضر بمتوسط حسابي (2.2076).

جدول (29)

نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لقياس دلالة الفروق بين المبحوثين محل الدراسة على مقياس ثقة المبحوثين في المضامين المعروضة حول الجرائم البيئية وتغير المناخ بمواقع التواصل الاجتماعي وفقًا لـ(المستوى التعليمي، والمهنة، والمستوى الاجتماعي الاقتصادي)

المتغيرات	المستوى التعليمي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة F	درجات الحرية df	مستوى المعنوية Sig
ثقة المبحوثين في المضامين المعروضة حول الجرائم البيئية وتغير المناخ بمواقع التواصل الاجتماعي	مؤهل متوسط	20	2.1000	0.8522	0.293	3 396	0.830
	فوق متوسط	71	2.1127	0.7280			
	جامعي	254	2.1772	0.6443			
	فوق جامعي	55	2.2000	0.5578			
	المجموع	400	2.1650	0.6587			
	المهنة						
	لا يعمل	68	2.1176	0.6809	0.894	4 395	0.467
	قطاع عام	104	2.2115	0.5690			
	قطاع خاص	119	2.1008	0.6161			
	مهن حرة	89	2.2472	0.7429			
	طالب	20	2.1000	0.8522			
	المجموع	400	2.1650	0.6587			
	المستوى الاقتصادي						
	منخفض	54	2.0556	0.6270	0.912	2 397	0.402
	متوسط	181	2.1713	0.6900			
	مرتفع	165	2.1939	0.6334			
	المجموع	400	2.1650	0.6587			

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- أظهر استخدام اختبار "ف" **عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية** بين متغير المستوى التعليمي لعينة الدراسة من الشباب وثقتهم في المضامين المعروضة حول الجرائم

البيئية وتغير المناخ بمواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت قيمة "ف" (0.293)، وهي غير دالة عند مستوى معنوية (0.830)، أي أنه لا يوجد اختلاف بين عينة الدراسة على اختلاف مستوياتهم التعليمية في ثقتهم في المضامين المعروضة حول الجرائم البيئية وتغير المناخ بمواقع التواصل الاجتماعي.

- أظهر استخدام اختبار "ف" **عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية** بين متغير المهنة لعينة الدراسة من الشباب وثقتهم في المضامين المعروضة حول الجرائم البيئية وتغير المناخ بمواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت قيمة "ف" (0.894)، وهي غير دالة عند مستوى معنوية (0.467)، أي أنه لا يوجد اختلاف بين عينة الدراسة على اختلاف مهنهم في ثقتهم في المضامين المعروضة حول الجرائم البيئية وتغير المناخ بمواقع التواصل الاجتماعي.
- أظهر استخدام اختبار "ف" **عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية** بين متغير المستوى الاجتماعي الاقتصادي لعينة الدراسة من الشباب وثقتهم في المضامين المعروضة حول الجرائم البيئية وتغير المناخ بمواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت قيمة "ف" (0.912)، وهي غير دالة عند مستوى معنوية (0.402)، أي أنه لا يوجد اختلاف بين عينة الدراسة على اختلاف مستوياتهم الاجتماعية الاقتصادية في ثقتهم في المضامين المعروضة حول الجرائم البيئية وتغير المناخ بمواقع التواصل الاجتماعي.

الخاتمة:

في ظلِّ التوجه العالمي نحو ثقافة الأخضر، والحد من الانبعاثات الكربونية، والتدخل البشري الخطير في تغير المناخ بما يقوم به من تأثير سلبي على البيئة، وكون منصات التواصل الاجتماعي آلية مهمة في تشكيل الوعي وصناعته، وتكوين الاتجاه، وامتلاك مقومات التأثير والتشكيل الفكري للأفراد حول قضايا البيئة وتغير المناخ، وما يصحبه من تأثيرات على أهداف التنمية المستدامة، **توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج العامة، أبرزها:**

1. أن نسبة 43.25% من عينة الدراسة يتابعون قضايا الجرائم البيئية وتغير المناخ على مواقع التواصل الاجتماعي (إلى حد ما)، وفي الترتيب الثاني جاءت نسبة 37.75% من عينة الدراسة يتابعونها (إلى حد كبير).
2. أكثر التطبيقات التي يعتمد عليها الشباب في الحصول على معلومات حول جرائم البيئة وتغير المناخ هو (**فيس بوك**) بنسبة 31.75%، وجاء في المرتبة الثانية (**يوتيوب**) بنسبة 28%.
3. جاء مضمون (منشورات وزارة البيئة) في المرتبة الأولى بنسبة 85.75%، بينما جاء في المرتبة الثانية المضمون المتعلق بـ(المنظمات البيئية والمحلية والعالمية) بنسبة 72.50%، وفي المرتبة الثالثة جاء المضمون المتعلق بـ(نشطاء المجتمع المهتمين بالبيئة) بنسبة 33.75%.
4. جاءت قضية (**تلوث المياه أو إهدارها**) في المرتبة الأولى بنسبة 96%، وفي المرتبة الثانية قضية (**البرك والقاذورات**) بنسبة 89.25%، وفي المرتبة الثالثة جاءت قضية (**تلوث الهواء**) بنسبة 67.5%، فيما جاءت قضية (**تلوث التربة**) في الترتيب الرابع بنسبة 38.25%، يليها في الترتيب الخامس قضية (**ثقب الأوزون**) وذلك بنسبة 29.25%.
5. وحول نجاح المحاولات الدولية في مواجهة تغير المناخ وجرائم البيئة، أفادت نسبة 52.75% من عينة الدراسة بأنها ناجحة (إلى حد ما)، في حين جاءت نسبة 30.50% لتؤكد أنها ناجحة (إلى حد كبير)، بينما جاءت نسبة من يرون أنها غير ناجحة 16.75%.
6. وفيما بتعلق بتأثير التغيرات المناخية والجرائم البيئية على أهداف التنمية المستدامة، أفادت نسبة 78% من عينة الدراسة بأنها تؤثر (إلى حد كبير)، وأكدت نسبة 17.25% أنها تؤثر (إلى حد ما)، بينما جاءت نسبة من يرون أنها لا تؤثر 4.75%.

وفيما يتعلق بنتائج فروض الدراسة:

1. توصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع تعرض المبحوثين من الشباب لمضامين الجرائم البيئية وتغيرات المناخ على

مواقع التواصل الاجتماعي والاتجاه نحو دورها في التوعية بجرائم البيئة وتغيرات المناخ.

2. وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض المبحوثين من الشباب لمضامين الجرائم البيئية وتغيرات المناخ على مواقع التواصل الاجتماعي ودرجة الوعي بها.
3. وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد المبحوثين على مضامين جرائم البيئة وتغيرات المناخ على مواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات المعرفية، والوجدانية، والسلوكية، الناتجة عن ذلك الاعتماد.
4. وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين وعي المبحوثين بالجرائم البيئية وتغيرات المناخ واتجاهاتهم نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بجرائم البيئة وتغيرات المناخ.
5. وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة الثقة في المضامين المعروضة حول الجرائم البيئية وتغير المناخ بمواقع التواصل الاجتماعي والاتجاه نحو دورها في التوعية بجرائم البيئة وتغيرات المناخ.

التوصيات:

1. إعداد كوادر صحفية متخصصة في مجال البيئة.
2. التخلي عن التغطية الصحفية السطحية، وجعلها أكثر تعمقًا، ومتكاملة الأبعاد، بحيث يسهم ذلك في التوعية بخطورة الجرائم البيئية وتداعياتها على تغير المناخ، وما يترتب عليه من تأثيرات على جميع الأصعدة، السياسية والاقتصادية والاجتماعية.
3. لا بُدَّ من التوعية بوجود حملات إعلامية ممولة عن قضايا البيئة على منصات التواصل الاجتماعي، ليسهم ذلك في زيادة الوعي بقضايا المناخ، والقضاء على الأمية البيئية.
4. وجود دراسات أخرى تتناول أبعاد وتأثيرات التغيرات المناخية على الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية، وإجراء تحليل مضمون للمحتوى البيئي الموجود، وتفسير تبعاته.

المراجـــع

[1]– معمر حيتالة، خصوصية الجرائم الماسة بالبيئة، **مجلة القانون العقاري والبيئة** (جامعة عبد الحميد بن باديس: كلية الحقوق والعلوم السياسية، ع11، 2018).

[2]– بن مهرة نسيمة، **الإعلام البيئي ودوره في المحافظة على البيئة** (جامعة الجزائر: كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2013)، ص1.

[3]– نفين أحمد بغاشي، **الإعلام وقضايا البيئة** (القاهرة: دار الإيمان للطباعة والإعلان، 2005)، ص257.

[4]– فتيحة كحل، الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي"، **رسالة ماجستير غير منشورة** (جامعة الحاج لخضر: كلية العلوم الإنسانية، قسم الإعلام والاتصال، 2011).

[5]– عواطف خشمون، مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي، **رسالة ماجستير غير منشورة** (جامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل: كلية العلوم الإنسانية، قسم علم الاجتماع، 2022).

6- León, Bienvenido; . , Social Engagement with climate change: principles for effective visual representation on social media, ",Journal Article**, London Vol. 22, Iss. 8, (Sep 2022): 976-992..**

7-Falkenberg, Max . , Growing polarisation around climate change on social media**, ",**
Working Paper**, (2022): 211-230. DOI:10.1108/MD-05-2020-0679.**

8- Shin, Sumin; Eyun-Jung Ki. . , Understanding environmental tweets of for-profits and nonprofits and their effects on user responses, ",JournalArticle, London Vol. 60, Iss. 1, (2022): 211-230. DOI:10.1108/MD-05-2020-0679.

9- Yoon Jung Jang, Understanding Restaurant Customers' Environmental Behavior in the Social Media Context: An Application of Theory of Planned Behavior, ",JournalArticle, Vol. 27, Iss. 2, (Apr 2022): 48-60. DOI:10.17549/gbfr.2022.27.2.48

10– عبد السلام عثمان، دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي البيئي لدى الجمهور اليمني، **المجلة العربية للعلوم والنشر ونشر الأبحاث: مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية**، (العدد6، يونيو 2022).

11- Matei, Sorin Adam. , Setting the agenda in environmental crisis: Relationships between tweets, Google search trends, and newspaper coverage during the California drought, ",JournalArticle, Vol. 16, Iss. 12, (Dec 2021): e0259494. DOI:10.1371/journal.pone.0259494.

12– حمادي البكاري، الإعلام البيئي: مدخل أساسي لحماية البيئة، **المجلة المصرية للرصد القانوني والقضائي** (ع11، 2021م).

13– وليد حدادي، تكوين قيم المواطنة البيئية لدى الشباب الجامعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة في الدور والتأثيرات، **مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية** (جامعة الشهيد حمّه لخضر الوادي – كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، مج11، ع1، 2020م).

[14]– رفيقة شابي، فعالية شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة البيئية، **رسالة ماجستير منشورة** (جامعة محمد خيضر بسكرة: كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم العلوم الانسانية، 2020).

[15]– مريم مخلوف، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين، **رسالة ماجستير منشورة** (جامعة الشهيد جامعة محمد الصديق بن يحيى–جيجل، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم الإعلام والاتصال، 2019).

[16]– ندى بوجاجة، وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التوعية البيئية وتحقيق التنمية المستدامة موقع الفيسبوك نموذجا، **المجلة العربية للأرشيف والتوثيق والمعلومات** (ورقة بحثية، ع46، 2019).

[17]– **ريم فتحية قدوري**، الوعي البيئي لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي: دراسة استطلاعية لعينة من مستخدمي موقع Facebook ، **المركز الديموقراطي العربي** (مجلة الدراسات الإعلامية: العدد السابع، مايو 2019).

18– **نور وداد محي الدين محمد**، دور الإعلام المتخصص في رفع الوعي البيئي: دراسة مسحية على قضايا البيئة، **مجلة جامعة البحر الأحمر للعلوم الإنسانية** (مجلة جامعة البحر الأحمر للعلوم الإنسانية، ع3، **2017**).

[19]– علاء وليد، دور موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك في التوعية البيئية لدى تلاميذ المرحلة الثانوية، **رسالة ماجستير منشورة**، (جامعة الشهيد حمه لخضر– البادي: كلية العلوم الاجتماعية والإعلام، 2017).

20– خليل عبد الله علي حسين، الإعلام البيئي الرقمي عبر شبكات التواصل الاجتماعي ودوره في تحقيق التنمية المستدامة، **مجلة بحوث الرأي العام**، (ع66، 2019).

21– خليل عبد الله علي حسين، دور وسائل الإعلام في التوعية بقضايا البيئة، **مجلة العلوم الإسلامية واللغة العربية** (جامعة غرب كردفان: كلية العلوم الاسلامية واللغة العربية، ع2، 2016).

22– أشرف هلال، **الجرائم البيئية بين النظرية والتطبيق** (القاهرة: مكتبة الأدب، 2005)، ص34.

23 –Dane and Ellen sautter, Find ajop Through Social Networking, Crompton, second edition, just works, USA, 2011.

24– حسين صديق، الاتجاهات من منظور علم الاجتماع، **مجلة جامعة دمشق** (المجلد28: العدد4، 2012)، ص305–306.

25– مصطفى محمود محمد زكي، وعي الشباب المصري بظاهرة الإرهاب.. دراسة ميدانية على عينة من الشباب بمحافظة القاهرة، **مجلة كلية التربية** (المجلد4: العدد27، 2021)، ص175.

26– ريحاب سامي لطيف محمد، اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد 19) ودوره في تعزيز الوعي الصحي لديه (المجلد5، العدد55، أكتوبر 2020م)، ص3118 .

27- Mehlman-Brightwell, Danielle Rae., "acebook Users' Social Media Dependency, News Credibility, and Concerns of Foreign Interference in 2016 and 2020 U.S. Presidential Elections",PHD **, Indiana University of Pennsylvania ProQuest Dissertations Publishing, 2021. 28647376,5pp.**

28– عبد الله عمران علي إبراهيم، تأثير الإنترنت على فنون التحرير الإخباري في الفضائيات، **رسالة دكتوراة غير منشورة** (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة، 2017)، ص6: 7.

29– سناء الجبور، **الإعلام والرأي العام: العربي والعالمي** (الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع،2010)، ص150.

30– صلاح عبد الحميد، **الإعلام الجديد** (القاهرة: مؤسسة طيبة، 2008)، ص53.

31- Gordon, Rhonda , "Social Media: A Qualitative Study with Mothers of Adolescent Girls,",PHD , California Southern University ProQuest Dissertations Publishing, 2021. 28962319,34PP.

32- رحمة محمود ثابت، الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة إعلامية: دراسة ميدانية على موظفي كلية الآداب بجامعة عمر المختار، **مجلة البحوث العلمية** (جامعة إفريقيا للعلوم الإنسانية: مج6، ع11)، ص256.

33- Silwal, Urusha , "Depart from Study or Be Deported? Exploring International Students' Crisis Response to U.S. Immigration and Customs Enforcement Agency'S (ICE) Announcement on Tiktok",MA , Colorado State University ProQuest Dissertations Publishing, 2021. 28646410,14PP.

34- ندى بوجاجة، وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التوعية البيئية وتحقيق التنمية المستدامة موقع الفيسبوك نموذجا، **المجلة العربية للأرشيف والتوثيق والمعلومات**، (ورقة بحثية، ع46، 2019)، ص1.

35- سارة دربال، دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي المستدام والتوعية بقضايا التنمية المستدامة، **مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم البواقي** (المجلد 6، العدد 2 ،2019)، ص12.

36- عبد السلام عثمان، دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي البيئي لدى الجمهور اليمني، **المجلة العربية للعلوم والنشر ونشر الأبحاث: مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية** (العدد6، يونيو 2022)، ص96.

37- ريم فتحية قدوري، الوعي البيئي لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي: دراسة استطلاعية لعينة من مستخدمي موقع Facebook، **المركز الديموقراطي العربي** (مجلة الدراسات الإعلامية: العدد السابع، مايو 2019).

38- علاء وليد، دور موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك في التوعية البيئية لدى تلاميذ المرحلة الثانوية، **رسالة ماجستير غير منشورة** (جامعة الشهيد حمة لخضر-البادي: كلية العلوم الاجتماعية والإعلام، 2017)، ص69.

39- جمال عبد العظيم، دور وسائل الإعلام في توعية الجماهير بالقضايا البيئية المحلية والعالمية، **مجلة كلية الآداب** (جامعة سوهاج: ع33، 2012)، ص110.

References

- Haitala, M. (2018), khususiat aljarayim almasat bialbiyati, majalat alqanun aleaqarii walbiya (jamieat Abdel Hamid Ben Badis: kuliyat Alhuquq waleulum alsiyasiati, 11(3).

-Bagashi, N. (2005), al'iielam waqadaya albiya (Alqahira: dar Al'iiman liltibaeat wal'iielani).

-Nasima, M. (2013), al'iielam albiyiyu wadawruh fi almuhafazat ealaa albiya (jamieat Alazayir: kuliyat alhuquq waleulum alsiyasiati).

- Khol, F. (2011), al'iielam aljadid wanashr alwaey albiyiyi", risalat majistir ghayr manshura (jamieat Hajj Lakhdar: kuliyat aleulum al'iinsaniati, qism al'iielam walaitisali).

- Khshmwn, A. (2022). msahmt mwaqe altwasl alajtmaey fi nshr alwey albyyy, risalat majistir ghayr manshura (jamet Muhammad Al-Siddiq Bin Yahya Jijel: kuliyat aleulum al'iinsaniati, qism ealam alaijtimae).

6- León, Bienvenido; . , Social Engagement with climate change: principles for effective visual representation on social media, ",Journal Article, London Vol. 22, Iss. 8, (Sep 2022): 976-992..

7-Falkenberg, Max . , Growing polarisation around climate change on social media, ",
Working Paper, (2022): 211-230. DOI:10.1108/MD-05-2020-0679.

8- Shin, Sumin; Eyun-Jung Ki. . , Understanding environmental tweets of for-profits and nonprofits and their effects on user responses, ",JournalArticle, London Vol. 60, Iss. 1, (2022): 211-230. DOI:10.1108/MD-05-2020-0679.

9- Yoon Jung Jang, Understanding Restaurant Customers' Environmental Behavior in the Social Media Context: An Application of Theory of Planned Behavior, ",JournalArticle, Vol. 27, Iss. 2, (Apr 2022): 48-60. DOI:10.17549/gbfr.2022.27.2.48

-Outhman, A. (2022). dawr wasayil al'iielam fi tashkil alwaey albiyiyi ladaa aljumhur alyamanii, almajalat alearabiat lileulum walnashr wanashr al'abhathi: majalat aleulum al'iinsaniat walaijtimaeiati, 6(2).

11- Matei, Sorin Adam. , Setting the agenda in environmental crisis: Relationships between tweets, Google search trends, and newspaper coverage during the California drought, ",JournalArticle, Vol. 16, Iss. 12, (Dec 2021): e0259494. DOI:10.1371/journal.pone.0259494.

-Albakari, H. (2021). al'iielam albiyiy: madkhal 'asasiun lihimayat albiyati, almajalat Almisriat lilrasd alqanunii walqadayiyi. 11(3).

-Hadaadi, W. (2020). takwin qiam almuatanat albiyiyat ladaa alshabab aljamieii eabr mawaqie altawasul alaijtimaeii: dirasatan fi aldawr waltaathirati, majalat albahith fi aleulum al'iinsaniat walaijtimaeia (jamieat alshahid Hama likhadr Alwadi - kuliyat aleulum alaijtimaeiat wal'iinsaniati, 1(2).

-Makhluf, M. (2019). dawr mawaqie altawasul alaijtimaeii fi tanmiat alwaey albiyiyi ladaa altalabat aljamieiyn, risalat majistir manshuratan (jamieat alshahid jamieat Muhamad Alsidiyq Bin Yahya-Jijl, kuliyat aleulum al'iinsaniat walaijtimaeiati, qism al'iielam walaitisali).
- Shabi, R. (2020). faeaaliat shabakat altawasul alaijtimaeii fi tanmiat althaqafat albiyiyati, risalat majistir manshuratan (jamieat Muhamad khaydar Bisikrat: kuliyat aleulum al'iinsaniat walaijtimaeiati, qism aleulum alansaniati).
-Boujaja, N. (2019), wasayil altawasul alaijtimaeii wadawriha fi altaweiat albiyiyat watahqiq altanmiat almustadamat mawqie alfisbuk namudhaja, almajalat alearabiat lil'arshif waltawthiq walmaelumat .waraqat bahthiati, 46(3).
-Mohi El Din Muhammad, N. (2017), dawr al'iielam almutakhasis fi rafe alwaey albiyiyi: dirasatan mushiatan ealaa qadaya albiyati, majalat jamieat Albahr Al'ahmar lileulum al'iinsania (majalat jamieat Albahr Al'ahmar lileulum al'iinsaniati, 3(2).
-Helal, A. (2005), aljarayim albiyiyat bayn alnazariat waltatbiq (Alqahira: maktabat Al'adb).
-Walid, A. (2017). dawr mawqie altawasul alaijtimaeii fys buk fi altaweiat albiyiyat ladaa talamidh almarhalat althaanawiati, risalat majistir manshurat, (jamieat Alshahid Hamah Likhadr- Albadi: kuliyat aleulum alaijtimaeiat wal'iielami).
- Hussayn, K. (2019). al'iielam albiyiyu alruqmayu eabr shabakat altawasil alaijtimaeii wadawrih fi tahqiq altanmiat almustadamati, majalat buhuth alraay aleami, 66(2).
- Hussayn, K. (2016). dawr wasayil al'iielam fi altaweiat biqadaya albiyati, majalat aleulum al'iislamiat wallughat alearabia (jamieat Gharb Kardifan: kuliyat aleulum alaslamiat wallughat alearabiati, 2(3).
39 -Dane and Ellen sautter, Find ajop Through Social Networking, Crompton, second edition, just works, USA, 2011.
- Sidiq, H. (2012), alaitijahat min manzur eilm alaijtimaei, majalat jamieat Dimashq (4(1).
-Zaki, M. (2021). waey alshabab almisrii bizahirat al'iirhab.. dirasat maydaniat ealaa eayinat min alshabab bimuhafazat Alqahira, majalat kuliyat altarbia . 27(2), 2021), sa175.

-Muhamad, R. (2020). aietimad aljumhur almisrii ealaa wasayil al'iielam aljadid kamasdar lilmaelumat wal'akhbar hawl jayihat fayrus kuruna (kufid 19) wadawrih fi taeziz alwaey alsihiyi ladayh, 55(3).
27- Mehlman-Brightwell, Danielle Rae. , "facebook Users' Social Media Dependency, News Credibility, and Concerns of Foreign Interference in 2016 and 2020 U.S. Presidential Elections",PHD , Indiana University of Pennsylvania ProQuest Dissertations Publishing, 2021. 28647376,5pp.
-Ibrahim, A. (2017). tathir al'iintirnit ealaa funun altahrir al'iikhbarii fi alfadayiyaati, risalat dukturat ghayr manshura (jamieat Alqahira: kuliyat al'iielami, qism alealaqat aleamati).
-Abd Alhamid, S. (2008), al'iielam aljadid (Alqahira: muasasat Tayba).
-Thabit, R. (2014), alaietimad ealaa mawaqie altawasul alaijtimaeii kawasilat 'iielamiatin: dirasat maydaniat ealaa muazafi kuliyat aladab bijamieat Omar Almukhtar, majalat albuhuth aleilmia (jamieat Africa lileulum al'iinsaniati:, 11(3).
-Aljabur, S. (2010) al'iielam walraay aleami: alearabiu walealamiu (Al'urdun: dar 'Osamat lilnashr waltawziei).
31- Gordon, Rhonda , "Social Media: A Qualitative Study with Mothers of Adolescent Girls,",PHD , California Southern University ProQuest Dissertations Publishing, 2021. 28962319,34PP.
33- Silwal, Urusha , "Depart from Study or Be Deported? Exploring International Students' Crisis Response to U.S. Immigration and Customs Enforcement Agency'S (ICE) Announcement on Tiktok",MA , Colorado State University ProQuest Dissertations Publishing, 2021. 28646410,14PP.
-Dirbal, S. (2019). dawr mawaqie altawasul alaijtimaeii fi nashr alwaey albiyiyi almustadam waltaweiat biqadaya altanmiat almustadamati, majalat aleulum al'iinsaniat lijamieat Omu Albawaqi (2(7).
- Othman, A. (2022). dawr wasayil al'iielam fi tashkil alwaey albiyiyi ladaa aljumhur alyamanii, almajalat alearabiat lileulum walnashr wanashr Al'abhath: majalat aleulum al'iinsaniat walaijtimaeia (6(2).
-Abd Aleazim, J. (2012), dawr wasayil al'iielam fi taweiat aljamahir bialqadaya albiyiyat almahaliyat walealamiati, majalat kuliyat aladab .jamieat Suhaj: 33(4).
-Qaduwri, R. (2019). alwaey albiyiyu limustakhdimi shabakat altawasul alaijtimaeii: dirasat aistitlaeiat laeayinat min mustakhdimi mawqie Facebook, almarkaz aldiymuqratii alearabii (majalat Aldirasat Al'iielamia: 7(3).

-Walid, A. (2017). dawr mawqie altawasul alaijtimaeii fys buk fi altaweiat albiyiyat ladaa talamidh almarhalat althaanawiati, risalat majistir ghayr manshura (jamieat alshahid Hamat Likhadir-Albadi: kuliyat aleulum alaijtimaeiat wal'iielami).
- Boujaja, N. (2019), wasayil altawasul alaijtimaeii wadawriha fi altaweiat albiyiyat watahqiq altanmiat almustadamat mawqie alfisbuk namudhaja, almajalat alearabiat lil'arshif waltawthiq walmaelumati, (waraqat bahthiati, 46(2).

Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by Al-Azhar University, Faculty of Mass Communication

Chairman: Prof. Salama Daoud

President of Al-Azhar University

Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin

Dean of Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Assistants Editor in Chief:

Prof. Mahmoud Abdelaty
- Professor of Radio,Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Prof.Fahd Al-Askar
- Media professor at Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University (Kingdom of Saudi Arabia)

Prof.Abdullah Al-Kindi
- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

Prof.Jalaluddin Sheikh Ziyada
- Media professor at Islamic University of Omdurman (Sudan)

Managing Editor: Prof. Arafa Amer

- Professor of Radio,Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Editorial Secretaries:

Dr. Ibrahim Bassyouni: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mustafa Abdel-Hay: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Ahmed Abdo : Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mohammed Kamel: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Arabic Language Editors : Omar Ghonem, Gamal Abogabal, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Correspondences

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.
- Telephone Number: 0225108256
- Our website: http://jsb.journals.ekb.eg
- E-mail: mediajournal2020@azhar.edu.eg

- **Issue 64 January 2023 - part 1**
- **Deposit - registration number at Darelkotob almasrya /6555**
- **International Standard Book Number "Electronic Edition" 2682- 292X**
- **International Standard Book Number «Paper Edition»9297- 1110**

Rules of Publishing

Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.