

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.

نائب رئيس التحرير: أ.م.د/ سامح عبدالغني - وكيل كلية الإعلام للدراسات العليا والبحوث.

مساعدو رئيس التحرير:

أ.د/ محمود عبدالعاطي - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون 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 والتلفزيون بالكلية

د/ إبراهيم بسيوني - 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.

سكرتير التحرير:

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

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

التدقيق اللغوي:

القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

المراسلات:

العدد الحادي والسبعون - الجزء الثاني - محرم ١٤٤٦هـ - يوليو ٢٠٢٤م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢ - ٢٩٢ x

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧ - ١١١٠

قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقاً 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 مؤتمراً علمياً.
- 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 وأخر بالغة 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.... وتحفظ 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.

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 والتلفزيون 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 العززي (اليمن)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون 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 والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
٩. أ.د./ خالد صلاح الدين (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.
١٠. أ.د./ رزق سعد (مصر)
أستاذ العلاقات العامة - جامعة مصر الدولية.

محتويات العدد

- خطاب افتتاحيات الصحف العربية والغربية على مواقعها الإلكترونية
تجاه أحداث غزة (طوفان الأقصى) دراسة تحليلية مقارنة
أ.م.د/ إيمان متولي محمد عرفات
٨١٣
-
- ضوابط تصوير الجنائز في التغطية المصورة ونشرها بالمواقع الإلكترونية
ووسائل التواصل الاجتماعي- دراسة للقائم بالاتصال وتصوير مقترح
لمدونة سلوك أخلاقية
د/ حسام الدين أحمد شاکر
٩٣١
-
- تأثير تعرض طالبات الجامعة لحسابات المؤثرات الإناث عبر شبكات
التواصل الاجتماعي على إدراكهن للواقع الاجتماعي
د/ سمر علي حسن محمد
٩٧٧
-
- العوامل المنبئة بإدمان الألعاب الإلكترونية لدى المراهقين نحو بناء
نموذج تفسيري للظاهرة
د/ محمود محمد زكي
١٠٢٩
-
- أخلاقيات عرض الفواصل الإعلانية الرقمية واتجاه الجمهور نحوها-
دراسة ميدانية في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية
د/ نهى سامي إبراهيم عامر
١١٤٣
-
- تقنيات الواقع المعزز في المحتوى المقدم بالمواقع الإخبارية العربية
الإلكترونية وانعكاسها على مستويات التفاعل لدى الشباب العربي
د/ رباب عبد المنعم محمد التلاوي
١٢١٣
-
- معالجة برامج التوك شو للأزمات الدولية وعلاقتها بإدراك الجمهور
للقضية الاقتصادية
د/ زينب الحسيني رجب بلال ريحان
١٣٢٩

■ ١٣٧٥ توظيف إنتاج طلاب أقسام الإعلام التربوي بكليات التربية النوعية
للفيديوهات القصيرة في علاج مشكلات المجتمع المصري (دراسة تطبيقية)
د/ عبد الرحمن شوقي محمد يونس

■ ١٤٢٧ اتجاهات الجمهور نحو متابعة قضايا التغييرات المناخية على صفحات
«الفيسبوك» cop-27 نموذجًا «دراسة ميدانية»
د/ دعاء عبد الفتاح محمد الصادق

■ ١٤٩٣ دور صحافة المواطن في نشر الشائعات عبر المنصات الرقمية: دراسة
ميدانية على طلاب الجامعات الفلسطينية
هالة جانم ، إيهاب أحمد عوايص

■ ١٥٤٩ Rotana and the Advocacy of Film in Saudi Arabia (2005 -
2015) Dr. Musab Alamri

م	القطاع	اسم المجله	اسم الجهه / الجامعة	ISSN-P	ISSN-O	السنه	نقاط المجله
1	الدراسات الإعلامية	المجله العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	جامعة الأهرام الكنديه، كلية الاعلام	2536-9393	2735-4008	2023	7
2	الدراسات الإعلامية	المجله العلميه لبحوث الإذاعه والتلفزيون	جامعة القاهره، كلية الإعلام	2356-914X	2682-4663	2023	7
3	الدراسات الإعلامية	المجله العلميه لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة جنوب الوادي، كلية الإعلام	2536-9237	2735-4326	2023	7
4	الدراسات الإعلامية	المجله العلميه لبحوث الصحافه	جامعة القاهره، كلية الإعلام	2356-9158	2682-4620	2023	7
5	الدراسات الإعلامية	المجله العلميه لبحوث العلاقات العامه والإعلان	جامعة القاهره، كلية الإعلام	2356-9131	2682-4671	2023	7
6	الدراسات الإعلامية	المجله المصريه لبحوث الإعلام	جامعة القاهره، كلية الإعلام	1110-5836	2682-4647	2023	7
7	الدراسات الإعلامية	المجله المصريه لبحوث الرأي العام	جامعة القاهره، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام	1110-5844	2682-4655	2023	7
8	الدراسات الإعلامية	مجله البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	1110-9297	2682-292X	2023	7
9	الدراسات الإعلامية	مجله البحوث و الدراسات الإعلامية	المعهد الدولي العالى للإعلام بالشروق	2357-0407	2735-4016	2023	7
10	الدراسات الإعلامية	مجله إتحاد الجامعات العربيه لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة القاهره، جمعيه كليات الاعلام العربيه	2356-9891	2682-4639	2023	7
11	الدراسات الإعلامية	مجله بحوث العلاقات العامه الشرق الأوسط	Egyptian Public Relations Association	2314-8721	2314-873X	2023	7
12	الدراسات الإعلامية	المجله المصريه لبحوث الاتصال الجماهيري	جامعة بني سويف، كلية الإعلام	2735-3796	2735-377X	2023	7
13	الدراسات الإعلامية	المجله الدوليته لبحوث الإعلام والاتصالات	جمعيه تكنولوجيا البحث العلمى والفنون	2812-4812	2812-4820	2023	7

اتجاهات الجمهور نحو متابعة قضايا التغييرات المناخية على
صفحات «الفيسبوك» cop-27 نموذجاً «دراسة ميدانية»

- **Public Attitudes Towards Following Climate Change Issues on Facebook Pages “Cop 27 as an Example” ’A Field Study”**

● د/ دعاء عبد الفتاح محمد الصادق

دكتوراه في الصحافة الإلكترونية- كلية الآداب- جامعة الزقازيق

Email: mdrdoaa@gmail.com

ملخص الدراسة

هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الجمهور نحو متابعة قضايا التغيرات المناخية بالصفحات عينه الدراسة، واستخدمت المنهج الوصفي بأسلوب المسح بالعينة كأداة لجمع البيانات، وتكوّنت العينة من (500) مفردة من المواطنين المصريين المقيمين بمناطق الريف والحضر في محافظتي «القاهرة، الزقازيق»، وتوصلت النتائج إلى: وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين معدل متابعة الجمهور لقضايا التغيرات المناخية عبر «صفحات «الفيسبوك» واتجاهاتهم نحوها؛ مما يدل على أنه كلما زادت المتابعة كلما زادت اتجاهاتهم نحوها لمعرفة آخر المستجدات حول الموضوعات المتعلقة بقمة التغيرات المناخية (COP27) المنعقدة بمدينة شرم الشيخ وكيفية التصدي لها، والتي تتطلب الربط بين البيئة والمجالات المختلفة، ووجود فروق دالة إحصائيًا بين أشكال تفاعل الذكور والإناث مع الموضوعات المتعلقة عبر التغيرات المناخية عبر صفحات «الفيسبوك»، وفي اتجاه الذكور؛ مما يشير إلى: تأثير المضمون الإخباري في أهمية تفاعلهم مع الأخبار والتحول من مستقبل إلى مرسل ومشارك للمعلومات على صفحته الخاصة.

الكلمات المفتاحية: اتجاهات الجمهور، التغيرات المناخية، صفحات «الفيسبوك».

Abstract

The study aimed to identify the public's attitudes towards following up on climate change issues in the study sample pages, The descriptive method was used in sample scanning as a data collection tool, The field sample consisted of (500) individual from Egyptian citizens residing in rural and urban areas, in the governorates of Cairo and Zagazig, Results show: there is as a statistically significant correlation between the rate of public follow-up on climate change issues through "Facebook" pages and their attitudes towards it, This indicates that the more follow-up increases, the greater their attitude towards it, in order to know the latest developments on issues related to the Climate Change Summit (COP27) held in Sharm El-Sheikh and how to address it, which requires linking between the environment and various fields. the existence of statistical differences between Forms of the interaction of males and females with topics related to climate change on Facebook pages and in the direction of males indicates The impact of the news content on the importance of their interaction with the news and the transition to a receiver to a sender and sharer of information on his own page.

Keywords: audience trends, Climate changes, Facebook pages.

أسهمت التطورات المتلاحقة لوسائل الإعلام الرقمي في ظهور أنماط اتصالية جديدة ومبتكرة ساعدت في تقديم العديد من الخدمات الإخبارية التي تعمل على إمداد الجمهور بالمعلومات والأخبار ذات الصلة بالأحداث الجارية من موقع الحدث عبر قنوات البث المباشر، ولا سيما تغطية الموضوعات المتعلقة بقمة التغييرات المناخية (COP27) بمدينة شرم الشيخ. وتشكل المنصات الرقمية التفاعلية بيئة إعلامية خصبة لنشر الأخبار والمعلومات ذات الصلة بالأحداث الجارية للجمهور، وخاصة الموضوعات المتعلقة بظاهرة التغييرات المناخية التي تعد من أخطر المشكلات التي يواجهها الإنسان في العصر نتيجة الأنشطة الصناعية المصاحبة لاستخدام الطاقة، والتي أدت إلى ارتفاع درجة حرارة الأرض، وتزايد ظاهرة الاحتباس الحراري، وذوبان الجليد، وغرق المناطق الساحلية، فضلاً عن حدوث الجفاف والتصحر وتغيير اتجاه الرياح. فقد أتاحت الصفحات الإخبارية على "الفيسبوك" لمستخدميها فرصاً كبيرة في توعية الجمهور وثقافته بالقضايا ذات الصلة بالأحداث الجارية، ولا سيما الخطورة التي تمثلها ظاهرة تغيير المناخ على البيئة وحياة الإنسان، وهو ما جعلهم أكثر وعياً وإدراكاً بالقضايا التي يتابعونها لاتخاذ القرارات، وحل المشكلات والتحديات الناتجة عن الكوارث الطبيعية؛ وذلك نظراً لقدرتها على ربط المجتمع ببعضه البعض؛ بما يحقق ويخدم أهداف التنمية المستدامة، فضلاً عن متابعة المشاركات التفاعلية للجمهور التي تحظى بكثير من الأهمية والعمق في تناول وصناعة المحتوى ذات الصلة بالأحداث الجارية، ولا سيما الأحداث المرتبطة بتغييرات المناخ، فقدره وسائل الإعلام الرقمي تقوم على التأثير والتكوين المعرفي لدى الجمهور؛ من خلال كثافة المتابعة للقضايا التي تثير اهتمامه بالحصول على المعلومات ذات الصلة بها لتكوين رأي عام حولها، وخاصة متابعة الموضوعات المتعلقة بالتغييرات المناخية "كالتلوث

البيئي، الاحتباس الحراري والتغيرات في طبقة الأوزون، قطع الأشجار والغابات، التصحر وندرة الأمطار والجفاف، استنزاف الموارد الطبيعية، ارتفاع درجة حرارة الأرض، ذوبان الجليد في القطبين، تجريف الأراضي الزراعية؛ وذلك لإثراء النقاش التفاعلي وتبادل الآراء حولها بين المستخدمين بعضهم البعض والقائمين على المنصات الإخبارية التفاعلية، لذلك وجدت الباحثة: ضرورة إجراء دراسة لمعرفة اتجاهات الجمهور نحو متابعة قضايا التغيرات المناخية على صفحات "الفيسبوك".

الدراسات السابقة: تتوعت الدراسات السابقة ما بين الدراسات التي اهتمت باتجاهات الجمهور نحو متابعة المضامين المتعلقة بقضايا التغيرات المناخية على صفحات "الفيسبوك"، وأخرى اهتمت بأشكال التفاعل مع الموضوعات ذات الصلة بها على تلك المواقع، وباستعراض الباحثة للدراسات السابقة توصلت إلى أن: هناك العديد من الدراسات التي أكدت على طبيعة العلاقة بين اتجاهات الجمهور نحو متابعة قضايا التغيرات المناخية وتفاعلية "فيسبوك"، وقد تم ترتيب الدراسات تنازلياً من الأحدث إلى الأقدم كما يلي: وتم تقسيم الدراسات السابقة إلى المحورين التاليين، وهما:

المحور الأول ويتناول التغيرات المناخية في وسائل الإعلام:

هدفت دراسة (أميرة جمال الدين، 2023م، 1556) ⁽¹⁾ إلى التعرف على أهم الأطر التي استخدمتها البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية الخاصة في معالجة مؤتمر التغيرات المناخية، وتوصلت النتائج إلى: وجود اهتمام كبير بمعالجة البرامج عينة الدراسة لقضية التغيرات المناخية، كما أوصت بضرورة تكثيف الحملات الإعلامية لتوعية الجمهور بمخاطر التغيرات المناخية وتحفيزه على تبني السلوكيات السلمية، بينما سعت دراسة (سامح فوزي، 2023م، 493) ⁽²⁾ إلى معرفة أهم مواقع الأخبار الأكثر استخداماً في متابعة قضايا التغيرات المناخية، وأشكال التفاعل مع الموضوعات ذات الصلة بها، وكشفت النتائج عن: وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة الاعتماد على المواقع الإخبارية في متابعة قضايا التغيرات المناخية وبين مستوى الوعي بمخاطرها لدى الجمهور المصري، كما هدفت (شيماء أبو مندور، 2023م، 241) ⁽³⁾ إلى التعرف على اتجاهات النخبة الأكاديمية المصرية نحو معالجة المواقع الإخبارية الإلكترونية الدولية

لمؤتمر قمة المناخ العالمي 2022 Cop27، وكشفت النتائج عن: وجود علاقة ارتباطية طردية ضعيفة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.01) بين رضا النخبة ومتابعاتهم عن أداء المواقع الإخبارية الإلكترونية الدولية وبين اتجاهاتهم نحو الدور الإيجابي لها نحو مؤتمر قمة المناخ العالمي (COP27)، وقامت دراسة (ريم الشريف، 2022م، 565-615) ⁽⁴⁾ بالكشف عن العلاقة بين التماس الجمهور المصري للمعلومات حول التغيرات المناخية من مواقع التواصل الاجتماعي، والاستراتيجيات المستخدمة في ذلك، ومدى إدراكهم لخطورة تلك التغيرات والتعرف على اتجاهاتهم نحو استضافة مصر لقمة المناخ (COP27)، وأظهرت النتائج: أن موقع "الفيسبوك" جاء في مقدمة المواقع للتماس الجمهور للمعلومات حول التغيرات المناخية؛ لسرعته في نشر المعلومات، ووجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين درجة ثقة المبحوثين في المعلومات المقدمة علي مواقع التواصل الاجتماعي، واستراتيجية التماس الجمهور للمعلومات حول التغيرات المناخية، واهتمت (نوف الحزام، 2022م، 69) ⁽⁵⁾ بالتعرف على طبيعة هذا الدور، من ناحية نوع التأثير الذي تتركه مواقع التواصل في الجمهور فيما يتعلق بالوعي البيئي، ومعرفة العوامل التي تؤثر في حجم تفاعل الجمهور مع قضايا الوعي البيئي، وكشفت النتائج: وجود عديد من العوامل المؤثرة في تفاعل أفراد العينة مع القضايا البيئية في مواقع التواصل كاستخدام الصور المقارنة ومقاطع الفيديو قبل وبعد وتوثيق تجربة شخص، وتطرق تدراسة (جيهان عبد الحميد، 2022م، 531) ⁽⁶⁾ إلى معرفة حجم الاهتمام الذي تقدمه مختلف المؤسسات لمناقشة مخاطر التغيرات المناخية والتوعية بها، ورصد أهم الموضوعات التي تناولتها هذه القنوات، وكيفية معالجتها، بالإضافة إلى تحليل السمات الاتصالية والأساليب الإقناعية المستخدمة، وأظهرت النتائج: أن مقاطع الفيديو التي تناولت توضيح مخاطر التغيرات المناخية على البيئة جاءت في المقدمة، واهتمت دراسة مينغ ليو وجينغى هوانغ (Ming Liu, and Jingyi Huang, 2022, 34-55) ⁽⁷⁾ برصد أطر معالجة قضيتي تغيير المناخ، والاحتباس الحراري في صحيفة "NEW YORK TIMES"، وأشارت النتائج إلى: أن الاعتماد على إطار توجيه المسؤولية واللوم إلى العنصر البشري كان السبب الرئيس لظهور تغيير المناخ والاحتباس الحراري، وقامت دراسة إقبال محمد،

أسد الله خان، وشبیر حسین (Iqbal Muhammad, Asadullah Khan, and Shabir Hussain, 2022, 1-12)⁽⁸⁾ بالتعرف على آراء الصحفيين حول التغطية الإعلامية لأزمة التغييرات المناخية في وسائل الإعلام الباكستانية، وكشفت النتائج إلى: أن وسائل الإعلام الباكستانية تواجه أزمات مالية لا تتناسب مع التغطية الإعلامية لتغييرات المناخ؛ كونها تحتاج مراسلين متخصصين وكثير من الموارد، وتناوت أشلى هاردaker، تيريزا بودنر، نورمان داندي (Ashley Hardaker, Theresa Bodner, Norman Dandy, 2022, 140-149)⁽⁹⁾ تأثير أطر تغطية الصحف البريطانية للتغييرات المناخية على اتجاهات الجمهور بالملكة المتحدة، وأشارت النتائج إلى: أن الصحف عينة الدراسة وظفت مجموعة من الأطر لتغيير اتجاه الجمهور بتبني سلوكيات إيجابية يمكن بواسطتها المساعدة في مواجهة التغييرات المناخية كزراعة الأشجار في محيط المنازل، كما سعت دراسة ماران ودانييلا أكوادرو وتاتيانا بيجوتي (Maran, Daniela Acquadro and Tatiana Begotti, 2021)⁽¹⁰⁾ إلى التعرف على العلاقة بين التعرض لقضايا تغير المناخ عبر وسائل الإعلام والقلق المناخي لدى الطلاب الجامعيين، وكشفت النتائج عن: وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين الاهتمام بمتابعة المعلومات حول تغير المناخ وبين القلق المناخي لديهم ووجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين القلق المناخي والتغيرات السلوكية الإيجابية نحو الحفاظ على البيئة، كما اتجهت دراسة كل من بالعربي وعثمان بيلو ويعقوبو جامبو (Balarabe, Usman Bello and Yakubu Gambo, 2020, 11\1)⁽¹¹⁾ إلى التعرف على تأثيرات التغطية الإعلامية لقضايا تغيير المناخ لدى الجمهور بمدينة كانوا النيجيرية، وبينت النتائج: أن أسباب تغير المناخ مصطنعة وليست طبيعية، بينما التغيير في أحوال الطقس هو نتيجة ملحوظة لتغير المناخ، وهدفت دراسة (شفرور سهام، حموش عبد الرازق، 2020م، 247)⁽¹²⁾ إلى التعرف على دور صفحات "الفيسبوك" للجمعيات البيئية بالجزائر في نشر الوعي بمختلف قضايا البيئة، وتوصلت النتائج إلى: أن الغالبية العظمى من أفراد العينة يتفاعلون بالإعجاب والتعليق مع الموضوعات البيئية بدرجة كبيرة؛ مما شجع على الاتصال الحواري حول الموضوعات البيئية، كما أن الصفحات عينة الدراسة اهتمت بموضوعات تدوير النفايات والتصحح والحفاظ على الموارد الطبيعية، فاعليتها في تنمية وعي وتعزيز

مستويات المشاركة المجتمعية، وحاولت دراسة وين شي، جي شيونغ وتشانغفنغ تشين (Wen Shi, Jie Xionng, Changfeng Chen, 2019) ⁽¹³⁾ التعرف على الإطار الذي يعزز بروز قضايا تغير المناخ على الأجندة العامة على الإنترنت، وأظهرت النتائج: الإطار الإدراكي هو الأقوى في تعزيز المناقشة العامة وتحفيز الجمهور على المدى الطويل نحو المشاركة وتتبع قضايا تغيير المناخ.

المحور الثاني ويتناول الجمهور وتفاعله مع قضايا البيئة:

اهتمت دراسة (هبة أحمد، 2023م، 283) ⁽¹⁴⁾ بالتعرف على مدى اعتماد الجمهور المصري على الفضائيات الإخبارية العربية في الحصول على المعلومات حول مؤتمر قمة المناخ (COP27)، وكشفت النتائج عن: وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين كثافة مشاهدة أفراد العينة للفضائيات الإخبارية العربية ومدى اعتمادهم على تلك القنوات في الحصول على المعلومات المتعلقة بقمة المناخ (COP27)، وهدفت دراسة (محمد عبد الغفار، 2022م، 1) ⁽¹⁵⁾ التعرف على آليات وأشكال تفاعل الجمهور مع التقارير ذات الطابع الاجتماعي في المنصات الرقمية للقنوات الأجنبية الناطقة بالعربية: وكشفت نتائج الدراسة: عن وجود علاقة دالة إحصائية بين توفر أدوات التفاعلية وطريقة تفاعل الباحثين مع التقارير ذات الطابع الاجتماعي المنشورة عبر المنصات الرقمية للقنوات الأجنبية الناطقة بالعربية، وسعت دراسة (أحمد معيدي، 2022م، 1433) ⁽¹⁶⁾ للتعرف على اتجاهات الجمهور نحو التغطية الإخبارية لمواقع التواصل الاجتماعي للمشاريع البيئية في السعودية، وتوصلت النتائج إلى: وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين استخدام الجمهور السعودي للتغطية الإخبارية لمنصات التواصل الاجتماعي لمتابعة الأخبار المتعلقة بمشروع الاستمطار في المملكة العربية السعودية ومواقف الجمهور العاطفية والمعرفية والسلوكية تجاه الاستمطار على التوالي، كما أوصت بضرورة تكثيف البحث العلمي في قضايا الإعلام البيئي المتخصص التي يحتاجها الجمهور، وهدفت دراسة (محمود محمد، 2022م، 215) ⁽¹⁷⁾ إلى التعرف على العوامل المؤثرة على مستويات تفاعل الطلبة الجامعيين مع القضايا محل الدراسة على صفحات "الفيسبوك"، وكشفت النتائج عن: وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين متابعة الباحثين القضايا محل

الدراسة بالصفحات عينه الدراسة، ومدى التفاعل معها، بناء معارفهم ووعيهم بآخر المستجدات في قطاع البيئه في المملكة العربية السعودية. وسعت دراسة ينور لقمان (Yanuar Luqman, 2021, 1) (18) إلى وصف قضية تغيير المناخ وعلاقتها بسلوك التماس الشباب في إندونيسيا للمعلومات عبر وسائل الإعلام الجديد، وأشارت النتائج إلى: أن الغالبية العظمى من أفراد العينة يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول التغييرات المناخية؛ وذلك لطبيعية تلك المنصات الأكثر تفاعلية، كما أكد معظم المبحوثين أن سلوكيات البشر هي السبب الرئيس وراء التغييرات المناخية ومخاطرها المحتملة على البيئه، وتناولت دراسة بيتكوفيتش جيه، دوينش إس، تراوين جيه وآخرون (Petkovic J, Duench S, Trawin J, 2021 DA) (19) بتقييم فعالية تدخلات وسائل التواصل الاجتماعي التفاعلية في تغيير السلوكيات الصحية للجمهور؛ وأظهرت النتائج: أن منصات التواصل الاجتماعي توفر مجالاً واسعاً للتواصل والتفاعل وتبادل المعلومات والآراء حول المضامين المقدمة له، وجاءت دراسة برونوين وود، ويدسنون تيفز (Wondwesen Tadesse , Bronwyn Wood, 2021, p7) (20) لتستهدف التعرف على قياس محتوى المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي واستراتيجية التفاعل، والتي تعني عدد المتابعين وحجم المحتوى والمجالات التي تهتمه، ووجدت الدراسة أن هناك تفاعلاً إيجابياً كبيراً بين حجم المحتوى ومجالات الاهتمام، وهي نتيجة تشير إلى أنه يمكن للمؤثرين ذوي الاهتمامات المتنوعة تحفيز مشاركة أكبر من المتابعين من خلال مشاركة المزيد من المحتوى في حساباتهم على وسائل التواصل الاجتماعي، ورصدت دراسة (روان أحمد، 2021، م، 1) (21) (الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بإدراك مستخدم هذه الشبكات لمخاطر التغييرات المناخية في مصر، وتوصلت النتائج إلى: أن غالبية أفراد العينة يعتمدون على شبكات التواصل الاجتماعي باعتبارها المصدر الرئيس الأول للتعرف على مخاطر التغييرات المناخية، وقامت دراسة كانكاننجي (Kankanmge, N, 2020 DA, p48) (22) بالتعرف على مدى المشاركة في إدارة الكوارث المتعلقة بوسائل التواصل الاجتماعي شانيل؛ وأظهرت النتائج: أن منشورات وسائل التواصل الاجتماعي حول زيادة الوعي بالآزمات والكوارث العالمية تحظى باهتمام

مجتمعي كبير، خاصةً إذا كانت مصحوبة بصور وخرائط متحركة. وسعت دراسة (وهيبة مسامح، وليدة حدادي، 2020م، 390) (23) للكشف عن الأبعاد التفاعلية المتاحة عبر صفحات الفضائيات الجزائرية الخاصة على موقع "الفيسبوك" الذي يضم مجموعة من عناصر وتقنيات التفاعلية التي من شأنها تدعيم هذه القنوات في حال التوظيف الأمثل لها من جهة، ومن جهة أخرى إدراك واستخدام الجمهور لها: وأسفرت النتائج: عن وجود اهتمام بتوظيف صفحات "الفيسبوك" للتفاعلية بأبعاد ومستويات متباينة مع وجود تفاوت في استخدام الجمهور لها، وسعت دراسة (خالد مصطفى، 2019م، 3) (24) لرصد أشكال تفاعلية الجمهور مع الصفحات الرسمية للفضائيات المصرية عبر "الفيسبوك" وانعكاساتها على بناء أجندتها، والتعرف على أبرز القضايا التي يطرحها الجمهور، وأظهرت النتائج: أن تفاعل الجمهور بالإعجاب مع المضامين المقدمة عبر تلك الصفحات جاء في المقدمة، واهتمت دراسة أمانديب كور إتش. شها Amandeep Kaur S. Chahal (25) بالكشف عن العوامل المختلفة التي تستجع مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي على تبني سلوك صديق للبيئة من خلال الاهتمام بالمضامين المتعلقة بقضايا البيئة، وكشفت النتائج: أن العوامل المختلفة لوسائل التواصل الاجتماعي تزيد من الوعي البيئي لدى أفراد العينة كالقدرة المقنعة التنافسية، والقدرة على الإقناع، والموثوقية والثقة المدركة، سهولة الوصول، بينما ركزت دراسة إميلي أولدينسجور Emelie Oldensjö (26) (2018) على اتجاهات ناشري الفيديوهات العلمية نحو إمداد الأفراد بالمعلومات العلمية البيئية عبر قنوات "اليوتيوب": وأظهرت النتائج: أن القائمين على قنوات "اليوتيوب" نجحوا في إمداد الأفراد بالمعلومات العلمية البيئية، وتغيير اتجاهاتهم وسلوكياتهم المتعلقة بترشيد الاستهلاك والحد من النفايات، كما وفرت ساحة للحوار والتعلم والتواصل بشأن الحفاظ على البيئة..

من العرض السابق للدراسات السابقة يمكن استخلاص ما يلي:

- اتفقت المدرستان العربية والأجنبية على أهمية تفاعلية وسائل الإعلام الاجتماعي، كونها وسيلة تتيح للمستخدم التفاعل مع المضامين الإعلامية التي تتضمن الموضوعات والقضايا المختلفة ذات الصلة بالأحداث الجارية، فهي

خاصية للوسيلة والمستخدم معاً؛ لقدرتها على إكساب الجمهور المعلومات من خلال تقديم آخر المستجدات المتعلقة بفعاليات قمة المناخ (COP27) بمدينة شرم الشيخ من موقع الحدث وبثها على المنصات الرقمية الإخبارية.

• مثلت الدراسات السابقة رصيماً علمياً زاخراً استمدت منه الباحثة الرؤية العلمية السليمة لموضوع الدراسة، كما أسهمت الدراسات السابقة في تحديد بعض الأبعاد المعلوماتية المهمة التي تستغرق شطراً من الإطار المعرفي للدراسة، وباستعراض الدراسات السابقة يتضح أنها ساعدت الباحثة على النحو التالي:

1- تكوين رؤية واضحة نحو المشكلة البحثية من حيث تحديدها وصياغتها والإطار العام لها.

2- المساعدة في تحديد المنهج العلمي المناسب وتحديد الأدوات المناسبة لجمع البيانات.

3- تحديد عينة الدراسة والمجال التطبيقي لها.

4- تحديد الإطار النظري المناسب لطبيعة الدراسة والمتمثل في نظرية "مدخل التفاعلية الرمزية"؛ وهو الأمر الذي يترتب عليه القدرة على صياغة التساؤلات، وكذلك تحديد مجتمع الدراسة الميدانية، وكيفية سحب العينة منها.

5- صياغة فروض الدراسة وتساؤلاتها بشكل علمي يحقق أهدافها وذلك بناءً على ما جاء من نتائج.

6- الاستفادة منها في تصميم صحيفة الاستبانة.

7- الاستفادة منها في تحليل النتائج وتفسيرها والتعليق عليها بأسلوب علمي صحيح، حيث ترتبط الأطر النظرية للدارسات السابقة التي تم التعليق عليها في الدراسة الحالية باتجاهات الجمهور نحو متابعة قضايا التغيرات المناخية على صفحات "الفيسبوك".

مشكلة الدراسة:

يواجه العالم في الفترة الراهنة مجموعة من التحديات التي تشكل خطورة على البيئة، لا سيما ظاهرة التغيرات المناخية التي تجتاح العالم بشكل

كبير ومباشر وتؤثر على كافة أوجه الحياة على كوكب الأرض، كتهديد حياة البشرية وفقدان الموارد الطبيعية، والتصحر، والاحتباس الحراري الناتج عن انبعاثات غاز ثنائي أكسيد الكربون وهو ما يشكل عائقاً كبيراً أمام عملية التنمية المستدامة؛ الأمر الذي جعل الدولة المصرية تولي اهتماماً كبيراً لمواجهة تلك الظاهرة؛ بهدف تقليل حجم المخاطر البيئية التي يتعرض لها كوكب الأرض ورفع معدلات النمو الاقتصادي في شتى الاتجاهات، فقد أحدثت وسائل الإعلام الرقمي تأثيراً كبيراً في تغطية الأحداث الجارية، وخاصة تغطية قمة المناخ Cop27 المنعقدة تحت مظلة الأمم المتحدة بمدينة شرم الشيخ بالنص والصوت والصورة، مؤتمراً المنعقد لقمة الأمم المتحدة للمناخ (Cop27)، وذلك لأن الصفحات الإخبارية تكتسب أهمية كبيرة لدى الجمهور كمصدر للحصول على المعلومات والأخبار المتعلقة بتلك الظاهرة؛ بهدف طرح الرؤى والأفكار والحلول لمواجهة تلك الظاهرة بالتفاعل والحوار والمشاركة بين تلك الصفحات وجمهورها، وهو ما تؤكد لنا الأدبيات العلمية ذات الصلة بموضوع الدراسة، لذلك تتمحور مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس التالي: ما اتجاهات الجمهور نحو متابعة قضايا التغيرات المناخية على صفحات "الفيسبوك" (Cop27)؟ في ظل الحضور الاجتماعي لجمهور الصفحات الإخبارية التفاعلية لمتابعة المحتوى المقدم لهم على الشبكة.

أهمية الدراسة:

- ترجع الأهمية النظرية إلى التركيز على اتجاهات الجمهور نحو متابعة قضايا التغيرات المناخية على صفحات "الفيسبوك" عينة الدراسة؛ بوصفها وسيلة إعلامية مهمة تعود بالنفع على الشباب في الإفادة من متابعة الأحداث الجارية ذات الصلة بها، والتي تتزامن مع انعقاد قمة المناخ (cop27) بمدينة شرم الشيخ، خاصة في ظل الاهتمام العالمي بقضايا التغيرات المناخية التي تشكل خطورة مباشرة على حياة البشرية وتقف عائقاً أمام تحقيق الأهداف العالمية للتنمية المستدامة، فضلاً عن معرفة أنماط التفاعل مع الرأي والرأي الآخر نحوها بالحوار والمشاركة.

• أما الأهمية التطبيقية فتقوم على تقديم رؤية لكيفية الربط بين الإعلام الرقمي ودوره تغيير سلوكيات الجمهور تجاه تعامله مع البيئة؛ من خلال التوعية بمخاطر التغيرات المناخية والجهود الدولية في مواجهة تلك الظاهرة؛ وذلك لضمان الحفاظ على البيئة وعدم استنزاف مواردها الطبيعية، فضلاً عن تحقيق التنمية المستدامة باستخدام مصادر الطاقة المتجددة الصديقة للبيئة، حيث تقدم الدراسة آلية لمدى إفادة الجمهور من متابعة الموضوعات المتعلقة بقمة المناخ (cop27) المنعقدة بمدينة شرم الشيخ على صفحات "الفيسبوك" عينة الدراسة، والتي تعد مجالاً مهماً من مجالات الإعلام في تقديم آخر الأخبار والمستجدات على الساحة اللبنانية لمعرفة ردود أفعال الجمهور حولها، وذلك للوصول إلى نظريات وتصورات جديدة ومبتكرة في إطار العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام الجديد، وهو ما يتوافق مع نتائج دراسة (ريم الشريف، 2022م، 565-615)، التي أكدت: أن موقع "الفيسبوك" جاء في مقدمة المواقع لالتماس الجمهور للمعلومات حول التغيرات المناخية، لسرعته في نشر المعلومات، وهذا ما أشارت إليه دراسة وين شي، جى شيونغ وتشانغفنغ تشين (Wen Shi, Jie Xionng, Changfeng Chen, 2019) التي أكدت: أن الإطار الإدراكي هو الأقوى في تعزيز المناقشة العامة وتحفيز الجمهور على المدى الطويل نحو المشاركة وتتبع قضايا تغيير المناخ.

الإطار المعرفي:

• أولاً: صفحات "الفيسبوك" والموضوعات المتعلقة بالتغيرات المناخية في قمة (cop27):
هي صفحات إلكترونية واسعة الانتشار تتيح لمستخدميها إمكانية تبادل الأخبار والمعلومات والصور ومقاطع الفيديو دون التقيد بالزمان أو المكان⁽²⁷⁾ فهي تمتاز بخاصية التفاعل التي تتضمن الأدوات المتاحة على الموقع، من أجل جعل المستخدم متلقياً ومرسلاً ومشاركاً للمعلومات⁽²⁸⁾، فالتغيرات المناخية تعني الخصائص المناخية للككرة الأرضية للزيادات الحالية في نسبة تركيز الغازات المتولدة عن عمليات الاحتراق في الغلاف الجوي بسبب الأنشطة البشرية التي ترفع من حرارة الجو، والتي من أهمها: ارتفاع درجة الحرارة واختلاف في كمية وأوقات سقوط الأمطار وزيادة انبعاثات ثاني أكسيد الكربون

(29) كما أنها تحدث نتيجة للتغيرات الطبيعية أو الممارسات الضارة ضد البيئة⁽³⁰⁾، كما تعد صفحات "الفيسبوك" وسيلة إعلامية مهمة للتغطية الإخبارية حول آخر المستجدات ذات الصلة بقمة التغيرات المناخية (COP27) بالنص والصوت والصورة، فضلاً عن الدور الذي تؤديه في تحقيق المشاركة التفاعلية الواسعة مع الجمهور. وخاصة تغطية موضوعات "التلوث البيئي، الاحتباس الحراري والتغيرات في طبقة الأوزون، قطع الأشجار والغابات، التصحر وندرة الأمطار والجفاف، استنزاف الموارد الطبيعية، ارتفاع درجة حرارة الأرض، ذوبان الجليد في القطبين، تجريف الأراضي الزراعية".

فقمة المناخ (COP27) هي قمة الأمم المتحدة السابعة والعشرون التي عقدت بمدينة شرم الشيخ للمناقشة ووضع استراتيجيات وسياسات مستدامة لمواجهة الأضرار الناجمة عن التغيرات المناخية كمواجهة الاحتباس الحراري، انبعاثات ثاني أكسيد الكربون، للوصول لاتفاق يساهم في نسبة زيادة تخفيض معدلات انبعاثات الغازات الدفينة؛ مما يساعد في تقليل درجة حرارة الكوكب إلى أقل من (1.5) درجة مئوية (سحر عبد المنعم، 2023، 824)⁽³¹⁾.



شكل (3) يوضح فعاليات المناخ (COP27) بمدينة شرم الشيخ.



شكل (4) يوضح فعاليات المناخ (cop27) بمدينة شرم الشيخ.



شكل (5) يوضح كلمة الرئيس السيسي خلال فعاليات قمة المناخ (cop27) بمدينة شرم الشيخ.

ومن أسباب التغيرات المناخية:

تشير التغيرات المناخية إلى التغيرات التي تتسبب بصورة مباشرة أو غير مباشرة للنشاط البشري الذي يؤدي إلى تغيير في تكوين الغلاف الجوي لكوكب الأرض، إضافة إلى التقلبات الشديدة في طبيعة المناخ (ريم شريف، 2022، 567-568) (46)⁽³²⁾.

وهناك العديد من الأسباب التي تؤدي إلى حدوث التغيرات المناخية، ومنها:

1- تؤدي التغيرات المناخية لحدوث خلل في الغلاف الجوي، إضافة إلى التقلب الطبيعي للمناخ على فترات زمنية متماثلة؛ بسبب ارتفاع درجة الحرارة والنشاط البشري (أميرة جمال، 2023، 1573) (33).

2- أسباب طبيعية "فلكية": تتمثل في التغيرات التي تحدث لمدار الأرض حول الشمس، وما ينتج عنها من تغير في كمية الإشعاع الشمسي الذي يصل إلى الأرض كالانفجارات البركانية والتي تمثل سبباً بيئياً آخر للتغيرات المناخية الطبيعية (مصطفى عبد الحي، 2022، 1541) (34).

الأثار الناجمة عن التغيرات المناخية في الدول النامية عبر صفحات "الفيسبوك": تتصاعد أهمية وسائل الإعلام ودورها في تزويد الجمهور بالمعلومات الصحيحة والدقيقة حول التغيرات المناخية، والدفع لاتخاذ مواقف محددة لمواجهة تلك الظاهرة التي تشكل خطورة على المجتمع، كما تلقي التغيرات المناخية بظلالها على كل جهود التنمية في مختلف دول العالم، ولا سيما الدول النامية والفقيرة، فقد أدي التقدم الصناعي الذي حققته الدول الصناعية الكبرى وما صاحبه من تزايد في استخدام وتوليد الطاقة إلى تفاقم ظاهرة الاحتباس الحراري، والتي أدت إلى ارتفاع معدلات درجات الحرارة وما يترتب عليه من ذوبان الجليد القطبي، وارتفاع منسوب البحار، وغرق المناطق الساحلية، وتناقص معدلات سقوط الأمطار، وتغيير اتجاهات الرياح، وتفاقم ظواهر الأعاصير والفيضانات والتصحر والجفاف (ريم شريف، 2022، 567-568) (35).

"الفيسبوك" شبكة تفاعلية تتيح لمستخدميها فضاءات تبادل المعلومات ومتابعة مختلف الأخبار بالنصوص والصور والفيديوهات، إضافة للاطلاع على آخر المستجدات ذات الصلة بالأحداث الجارية (سمير كيم، 2020، 201) (36).



شكل (6) يوضح الآثار السببية لظاهرة التغيرات المناخية.



شكل (7) يوضح الآثار السببية لظاهرة التغيرات المناخية "الجفاف، والتصحر".

التفاعل مع الموضوعات المتعلقة بالتغيرات المناخية على صفحات "فيسبوك": هو الأشكال والأنماط التي يتفاعل بواسطتها الجمهور مع منشورات الصفحات العامة على الشبكة وأشكال تفاعل الصفحات مع تعليقات الجمهور المتابع لها (ولاء إبراهيم، 2023، 612-613)⁽³⁷⁾، فهو مقياس مناسب لتحديد فاعلية الموضوعات التي تنشرها المؤسسات عبر الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي (Smith, Ronald D, 2021.255)⁽³⁸⁾، كما يمثل التفاعل عملية اتصال ديناميكية بين المرسل والمستقبل تعتمد على استخدام أجهزة الاتصال الحديثة مثل الكمبيوتر والهواتف النقالة؛ لتكوين ردود أفعال حول المضامين التي تثير اهتمامهم (رشيد العزوزي، 2022، 94)⁽³⁹⁾.

وخاصة التفاعل مع موضوعات "التلوث البيئي، الاحتباس الحراري والتغيرات في طبقة الأوزون، قطع الأشجار والغابات، التصحر وندرة الأمطار والجفاف، استنزاف الموارد الطبيعية، ارتفاع درجة حرارة الأرض ذوبان الجليد في القطبين، تجريف الأراضي الزراعية". فصفحات "الفيسبوك" هي صفحات تفاعلية تقوم بتغطية وبث مضامين الأخبار التي تثير اهتمام الجمهور من موقع الحدث (Noha Sabri, 2022, 202)⁽⁴⁰⁾، فالجمهور في صفحات الصحف الإلكترونية على "الفيسبوك" مرسل ومستقبل ومشارك بشكل أكبر في

الموضوعات المختلفة تحليلاً ونقداً أو تعليماً (بدر الدين بن بلعباس، 2015، 55-57)⁽⁴¹⁾.

فالتفاعلية تعد نظاماً أكثر قدرة على تفعيل مشاركة المستخدم في صناعة المحتوى الإعلامي والتحكم فيه؛ من خلال النشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتطبيقات المختلفة (فاطمة الزهراء كشرود، 2022، 27)⁽⁴²⁾.

أشكال التفاعل مع الموضوعات المتعلقة بالتغيرات المناخية على صفحات "فيسبوك": تعددت أشكال التفاعل مع الموضوعات المتعلقة بالتغيرات المناخية بالصفحات عينة الدراسة بالإعجاب، التعليق، والمشاركات، ومنها:

1- التفاعل بالإعجاب Liked interaction: هي خاصية تفاعلية تتيح للمستخدم إظهار إعجابه تجاه المضمون المقدم له عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي بمختلف أشكالها سواء كانت مؤسسات أو قنوات أو صحف (شيماء الهواري، محمود محمد، 2022، 236)⁽⁴³⁾.

2- التفاعل بالتعليق Interact by commenting: وتعني الحوار بين المستخدمين حول مضامين القضايا تثير اهتمامهم في الصفحات الإخبارية التي يتابعونها لتكوين آراء مختلفة حولها، كما أنها تمثل إحدى أهم المشاركات التفاعلية للجمهور (Eman Mohamed, 2023. 249)⁽⁴⁴⁾.

3- التفاعل بالمشاركة Interact by Participation: وتعني مشاركة المستخدم للمضمون الإخباري مع الآخرين من موقع لآخر عبر البريد الإلكتروني الخاص به (Kalsnes, B., Larsson, A. O., Enli, G. S, 2017)⁽⁴⁵⁾.

• ثانياً: الإطار النظري للدراسة "مدخل التماس المعلومات":

تتبنى الدراسة نظرية التماس المعلومات التفاعلية كإطار نظري لتفسير تفاعل بين المستخدمين والمعلومات المقدمة عبر وسائل الإعلام الرقمي.

كما تعد نظرية التماس المعلومات من النظريات ذات التأثير المعتدل لوسائل الإعلام، والتي ظهرت في الستينات وأوائل السبعينات، وكان السبب في ظهور النظريات الحديثة هو الاعتراف بدور الجمهور الفعال وتفاعله مع الرسالة الإعلامية (Atrahbani, A, 2013, 100)⁽⁴⁶⁾.

وتفترض نظرية التماس المعلومات أن هناك حوافز ومنبهات ومواقف تدفع الفرد للسعي لطلب المعلومات من مصادرها المختلفة لمواجهة مشكلة ما؛ بهدف اكتساب القدرة على التعامل مع المواقف الجديدة (حسن عماد مكاوي، ليلي حسين، 2016، 338) (47). ويرى البعض أن التماس المعلومات عملية يتطور فيها إدراك الفرد لمهامه ومشكلاته واحتياجاته المعلوماتية، ومعايير الاتصال بالموضوع وبالفضاء المعلوماتي المتاح (Dattatray, Sankpal, 2015, 1-7) (48).

كما تستهدف نظرية التماس المعلومات متلقي الاتصال بدلاً من القائم بالاتصال، أو الرسالة الإعلامية، وتسعى هذه النظرية إلى اختبار فرضية مؤداها أن التعرض الانتقائي للأفراد يجعلهم يختارون المعلومات التي تؤيد اتجاهاتهم الراهنة، كما لاحظ "دونيهيو، وتبتون" أن هناك عوامل عديدة يمكن أن تؤثر على اختيار الفرد للمعلومات عبر وسائل الإعلام الرقمية، وكذلك استخدام المعلومات في تدعيم الاتجاهات الحالية (حسنين شفيق، 2013، 229) (49)، ومن أهم هذه العوامل: إدراك الجمهور للمصدر أو الوسيلة التي يلتمس منها المعلومات، مدى ثقة الجمهور في المصدر، كيفية الإفادة من المعلومة التي حصل عليها (سحر أحمد، 2023، 1004) (50)، فضلاً عن رضا الفرد عن المعلومات في إطار احتياجاته المعرفية (Edward M, 2000) (51).

وفي البيئة الرقمية للمعلومات يشير الاتصال إلى القدرة الاجتماعية والتقنية للمنصات الشبكية على ربط المحتوى المعلوماتي بأنشطة المستخدمين على الشبكة (van Dijck, J. Poell, T, 2013) (52). فالتماس المعلومات عملية تفاعلية تعتمد على بعض القدرات والمهارات الإدراكية وأساليب حل المشكلات التي تتأثر ببيئة المعلومات المستخدمة واتجاهات الفرد وتفضيلاته نحو المشكلات التي يواجهها (Peterson, Janet W, 2008, 395) (53).

وتكشف الأدبيات العلمية عن محاولات مختلفة لتصنيف التماس الجمهور للمعلومات حول التغييرات المناخية والتفاعل معها، بالتعرف على أهم مواقع الأخبار الأكثر استخداماً في متابعة قضايا التغييرات المناخية، وأشكال التفاعل مع الموضوعات ذات الصلة بها، فمثلاً اهتمت دراسة (هبة أحمد، 2023، 283) بالتعرف على مدى اعتماد

الجمهورية المصري على الفضائيات الإخبارية العربية في الحصول على المعلومات حول مؤتمر قمة المناخ (COP27)، وقامت دراسة (ريم الشريف، 2022، 565-615) بالكشف عن العلاقة بين التماس الجمهور المصري للمعلومات حول التغيرات المناخية من مواقع التواصل الاجتماعي، (Yanuar Luqman, 2021, 1) بوصف قضية تغيير المناخ وعلاقتها بسلوك التماس الشباب في إندونيسيا للمعلومات عبر وسائل الإعلام الجديد، وركزت دراسة كانكانمجي (Kankanmge, N, 2020 DA, p48) على معرفة مدى المشاركة في إدارة الكوارث المتعلقة بوسائل التواصل الاجتماعي.

ويعتبر نموذج دونوهو وتيبتون "Donohew and Tipton" من أقدم النماذج التي وضعت تصوراً لتسلسل الأحداث التي تؤدي إلى سعي الفرد للحصول للمعلومات لمواجهة مشكلة ما، أو التعامل مع المواقف الجديدة وفقاً لمعارفه السابقة، وتكمن أهمية النماذج في المساعدة على فحص سلوك الباحثين عن المعلومات وتأثير التطورات التكنولوجية عليهم (Gilstrap, C., Minchow-Proffitt, H. 2017)⁽⁵⁴⁾، كما تقوم أسس النظرية على مجموعة من الفرضيات (Tubachi, Padmavati, 2018)⁽⁵⁵⁾، وهي:

- 1- ملتزم المعلومات يستطيع خلق بيئة معلوماتية فعالة لنفسه، بغض النظر عما توفره بيئته الأصلية من معلومات ومعارف.
 - 2- كلما زادت مهارة الفرد في جمع المعلومات، كلما كان أكثر نشاطاً في سلوك التماس المعلومات (Kuhlthau, Carol, 2007, 32-37)⁽⁵⁶⁾.
 - 3- أن التعرض الانتقائي للمعلومات يجعل الأفراد يختارون المعلومات التي تؤيد اتجاهاتهم الراهنة (David Westerman, 2008, 754)⁽⁵⁷⁾.
 - 4- يميل الأفراد إلى استخدام مصادر المعلومات الإلكترونية في البحث مباشرة ولأهداف مختلفة؛ لقدرة التصفح الإلكتروني على الجمع بين كونه أسلوب بحث مرئي ووسيلة لالتماس المعلومات (مي العبد الله، 2006، 278)⁽⁵⁸⁾.
- وستطبق نظرية التماس المعلومات في ضوء دراستنا: لمعرفة اتجاهات الجمهور نحو متابعة قضايا التغييرات المناخية على صفحات "الفيسبوك"، فالمستخدمون يتصرفون

في وسائل الإعلام من خلال ما تعنيه لهم مضامين الموضوعات المطروحة على الساحة لجذب انتباه الجمهور؛ بهدف الاستدلال على اتجاهات الجمهور نحو متابعة قضايا التغييرات المناخية على صفحات "الفيسبوك"؛ وذلك لمعرفة الاستراتيجيات التي يتم استخدامها لإحداث التأثير في معارف الجمهور ومدركاته نحو المضامين المقدمة عبر تلك التطبيقات، حيث ترتبط نظرية انتشار التماس المعلومات في الدراسة الحالية، باختبار العلاقة بين معدل تعرض الجمهور لقضايا التغييرات المناخية عبر صفحات "الفيسبوك" واتجاهاتهم نحوها، فضلاً عن تبيان الفروق بين أشكال تفاعل أفراد العينة معها، وأيضاً الكشف عن الفروق بين متوسطات درجات معدل تعرض الجمهور لقضايا التغييرات المناخية عبر صفحات "الفيسبوك" وفقاً للمتغيرات الديموغرافية "العمر، المستوى التعليمي، محل الإقامة"؛ مما يشير إلى: توظيف العوامل المؤثرة في التماس المعلومات مثل المتغيرات الديموغرافية، وطبيعة الموضوعات ونوعها لتحقيق أهداف وفروض وتساؤلات الدراسة.

أهداف الدراسة:

- تهدف الدراسة إلى تحقيق هدف رئيسي يتمثل في: التعرف على اتجاهات الجمهور نحو متابعة قضايا التغييرات المناخية على صفحات "الفيسبوك". وينبثق من هذا الهدف الأهداف الفرعية التالية:
- 1- الكشف عن العلاقة بين معدل تعرض الجمهور لقضايا التغييرات المناخية عبر صفحات "الفيسبوك" واتجاهاتهم نحوها.
 - 2- تحديد درجة وعي الجمهور بالموضوعات المتعلقة بالتغييرات المناخية عبر صفحات "الفيسبوك".
 - 3- التعرف على الفروق بين أشكال تفاعل الذكور والإناث مع الموضوعات المتعلقة بالتغييرات المناخية عبر صفحات "الفيسبوك".
 - 4- الكشف عن الفروق بين متوسطات درجات معدل تعرض الجمهور لقضايا التغييرات المناخية عبر صفحات "الفيسبوك" وفقاً للمتغيرات الديموغرافية "العمر، المستوى التعليمي، محل الإقامة".

تساؤلات الدراسة:

- 1- ما معدل تعرض الجمهور لقضايا التغييرات المناخية عبر صفحات "الفيسبوك"؟
- 2- ما اتجاهات أفراد العينة نحو متابعة لقضايا التغييرات المناخية عبر صفحات "الفيسبوك"؟
- 3- ما معدل تعرض الجمهور لنوعية الموضوعات المتعلقة بالتغييرات المناخية عبر صفحات "الفيسبوك"؟
- 4- ما درجة وعي أفراد العينة بالموضوعات المتعلقة بالتغييرات المناخية عبر صفحات "الفيسبوك"؟
- 5- ما الفروق بين أشكال تفاعل الذكور والإناث مع الموضوعات المتعلقة بالتغييرات المناخية عبر صفحات "الفيسبوك"؟
- 6- هل هناك فروق بين متوسطات درجات معدل تعرض الجمهور لقضايا التغييرات المناخية عبر صفحات "الفيسبوك" وفق المتغيرات الديموجرافية "العمر، المستوى التعليمي، محل الإقامة"؟

فروض الدراسة:

- لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن تساؤلاتها تمثلت فرضيات الدراسة في ثلاث فرضيات رئيسية، وهي:
- 1- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين معدل تعرض الجمهور لقضايا التغييرات المناخية عبر صفحات "الفيسبوك" واتجاهاتهم نحوها.
 - 2- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين تعرض الجمهور لنوعية الموضوعات المتعلقة بالتغييرات المناخية عبر صفحات "الفيسبوك"، ومستوى الوعي بها.
 - 3- توجد فروق دالة إحصائية بين أشكال تفاعل الذكور والإناث مع الموضوعات المتعلقة بالتغييرات المناخية عبر صفحات "الفيسبوك".
 - 4- توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات معدل تعرض الجمهور لقضايا التغييرات المناخية عبر صفحات "الفيسبوك" وفقاً للمتغيرات الديموجرافية "العمر، المستوى التعليمي، محل الإقامة".

التصميم المنهجي للدراسة:

أ. نوع الدراسة ومنهجها:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، والتي تعتمد بشكل أساسي على استخدام المنهج الوصفي بأسلوب المسح بالعينة عن طريق الاستبانة، حيث تعد الطريقة المثلى للحصول على البيانات الكمية والنوعية لجميع فقرات صحيفة الاستبانة؛ إذ يحتوي أسلوب المسح بالعينة على جمع بيانات المبحوثين كأجزاء أساسية لمعرفة اتجاهات الجمهور نحو متابعة قضايا التغييرات المناخية على صفحات "الفيسبوك"، حيث تعتمد الاستجابات النوعية للمبحوثين على تفسير النتائج الرقمية المتوصل إليها، وذلك لأن الباحثة في هذا النوع من الدراسات تبدأ برصد واستخراج النتائج من خلال البيانات التي تم التوصل إليها، وقد اتبعت الباحثة هذا المنهج لأنه يستجيب إلى هدف الدراسة في معرفة اتجاهات الجمهور نحو متابعة قضايا التغييرات المناخية على صفحات "الفيسبوك"؛ وذلك من خلال قياس استجابات المبحوثين تفاعل أفراد العينة مع الموضوعات المتعلقة بها، وبناءً على ذلك يتم استنتاج الفروق بين أشكال تفاعل الجمهور مع الموضوعات المتعلقة بها في الصفحات عينة الدراسة.

أ. مجتمع الدراسة:

يتمثل المجتمع البشري في المواطنين المصريين المقيمين بمناطق الريف والحضر في محافظتي "القاهرة، الزقازيق"، المستخدمين لصفحات "الفيسبوك" عينة الدراسة، ونظراً لكثرة المواقع القائمة على تغطية الأحداث الجارية، فقد وجدت الباحثة صعوبة التطبيق على تلك المواقع؛ لذا لجأت الباحثة إلى إجراء دراسة استطلاعية على عينة قوامها (12) مفردة من المواطنين المصريين للوقوف على أهم تلك الصفحات على الشبكة، وجاءت الصفحات القائمة على تغطية الأحداث الجارية وفقاً لمتابعة المبحوثين لها على النحو التالي: صفحة صحيفة "الأهرام" في المقدمة، يليها صفحة صحيفة "الوطن"، وتبعها صفحة صحيفة "الجمهورية"، وتبعها صفحة صحيفة "المصري اليوم"، وأخيراً متابعة صفحات أخرى بنسبة، وتدل النتيجة السابقة أن صفحتي صحيفة "الأهرام"، و صحيفة "الوطن" حصلتا على أعلى نسبة متابعة.



شكل (1) فعاليات قمة المناخ (cop27) بمدينة شرم الشيخ



شكل (2) يوضح انطلاق فعاليات قمة المناخ (cop27) بمدينة شرم الشيخ

ب. عينة الدراسة:

طبقت هذه الدراسة على عينة عمدية قوامها (520) مفردة من المواطنين المصريين المقيمين بمناطق الريف والحضر في محافظتي "القاهرة، الزقازيق" من متابعي الموضوعات المتعلقة بقمة المناخ (cop27) المنعقدة بمدينة شرم الشيخ على صفحات "الفيسبوك" تتراوح أعمارهم من (18 : 30، 35 عاماً فأكثر)، وجاءت مبررات اختيار العينة على النحو التالي:

1- اختيار الباحثة لعينة الجمهور المصري إلى صفة الموضوع؛ باعتبارهم فئة وشريحة تمثل قطاعاً فاعلاً في المجتمع البشري، بالإضافة إلى أن الجمهور المصري في هذه الفترة لديه حب الاستطلاع، والكشف عن ظاهرة التغييرات المناخية التي تثير اهتمامه، كما عمدت الباحثة لتمثيل هذه الفئات، وذلك نظراً لأن تلك الصفحات تكون موجهة لجميع فئات الجمهور؛ وذلك لما تقدمه تلك الصفحات من حرية في التفاعل وإبداء الرأي؛ مما يجعل المستخدمين متابعين لها أكثر، وقد جاءت مبررات التطبيق على فعاليات قمة المناخ (COP27) بمدينة شرم الشيخ، لكونها من الظواهر المؤثرة في شكل وطبيعة الحياة في مصر والعالم كله، فضلاً عن أبعادها الاجتماعية، والصحية، والاقتصادية، والسياسية، والفنية، وفي علاقة الجمهور بوسائل الإعلام الرقمي.

2- انصراف غالبية الجمهور نحو متابعة الموضوعات المتعلقة بقمة المناخ (COP27) المنعقدة بمدينة شرم الشيخ على صفحات "الفيسبوك" يغلب عليها الطابع التصويري للأثار الناجمة عن تلك الظاهرة اقتصادياً، واجتماعياً، وسياسياً، وتتموياً.

3- يوجد في مواقع التواصل الاجتماعي جمهور واع ذات مستويات عمرية مختلفة، ومستوى تعليمي متنوع وذكور، وإناث؛ مما يوفر للباحثة عينة تمثل المجتمع الأصلي للشباب تمثيلاً صحيحاً داخل المجتمع، لذلك تم توزيع العينة بين مستخدمي الصفحات عينة الدراسة بموقع شبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك"، بواقع (300) ذكور، (200) إناث، وذلك للتعرف على أشكال تفاعل المبحوثين مع الموضوعات المتعلقة بقمة المناخ (COP27) المنعقدة بمدينة شرم الشيخ على صفحات "الفيسبوك"، وقد روعي عند اختيار العينة أن تكون ممثلة للذكور والإناث، ووفقاً للمتغيرات الديموجرافية تم حذف (20) استمارة (مبحوث) نظراً لعدم المصادقية في التقييم والأمانة في الإداء بالمعلومات، بهذا تكون العينة التي تم استخدامها (500) مفردة من الذكور والإناث، ويمكن توصيفها على النحو التالي:

جدول (1)
توصيف عينة الدراسة وفقاً للمتغيرات الديموغرافية (ن=500)

الخصائص الديموغرافية		
60	300	ذكور
40	200	إناث
59	295	18 : 30 عاماً
41	205	35 عاماً فأكثر
73.6	368	بكالوريوس
26.4	132	ماجستير ودكتوراه
55	275	حضر
45	225	ريف
53	265	القاهرة
47	235	الزقازيق
100	500	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- أ. النوع: جاء الذكور في المقدمة بنسبة (60)، يليها الإناث بنسبة (40)، وتعزو الباحثة: ارتفاع نسبة متابعة الذكور عن الإناث إلى ميول واتجاهات الطلاب الذكور نحو المتابعة، وذلك لأن طبيعة المشاركة تجاه الأحداث الجارية يحتاج نوعاً من الجرأة والمبادأة، إضافة لاختلاف طبيعة ونوع العينة في المجتمع المصري.
- ب. العمر: أظهرت النتائج أن الفئة العمرية (18 : 30) جاءت بنسبة مرتفعة قدرها (59)، تليها الفئة العمرية (35 : فأكثر) بنسبة (41)؛ مما يشير إلى: زيادة وعي الجمهور بمخاطر التغييرات المناخية على البيئة والمجتمع، وبالتالي فهم يتابعون الأحداث المرتبطة بها نظراً لكثرة تعرضهم للأخبار بوسائل التواصل الاجتماعي، ولعقلهم المستنير تجاه القضايا التي تهتم بلدهم، ولما لديهم من ثقافة ووعي ناضج لمواجهة تلك الظاهرة.
- ت. المستوى التعليمي: كشفت نتائج الدراسة أن أفراد العينة بدرجة البكالوريوس جاءوا في المقدمة بنسبة (73.6)، يليهم طلاب الدراسات العليا بنسبة (26.4)،

ويشير هذا إلى: أن طلاب مرحلة البكالوريوس هي الفئة الأكثر إقبالاً على متابعة الموضوعات ذات الصلة بالتغيرات المناخية والتفاعل معها، ويرجع ذلك لأن طلاب مرحلة البكالوريوس ذات كثافة مرتفعة عن الحاصلين على مؤهل فوق الجامعي.

ث. محل الإقامة: كشفت نتائج الدراسة أن أفراد العينة المقيمين في الحضر جاءوا في المقدمة بنسبة قدرها (55)، يليها المقيمون في الريف بنسبة (45)؛ مما يدل: أن فئة الحضر هي الفئة الأكثر إقبالاً على متابعة القضايا محل الدراسة والتفاعل معها، وتعزو الباحثة ذلك إلى أن مناطق الحضر ذات كثافة سكانية مرتفعة عن الريف.

ج. التوزيع الجغرافي: كشفت نتائج الدراسة أن أفراد العينة المقيمين بمحافظة القاهرة جاءوا في المقدمة بنسبة قدرها (53)، يليها المقيمون بمحافظة بنسبة (47)، وتعزو الباحثة اختيار محافظتي "القاهرة، الزقازيق" طبقاً لمحل الإقامة الحضر والريف.

حدود الدراسة:

- الحدود البشرية: تتمثل في عينة من المواطنين المصريين المقيمين بمناطق الريف والحضر في محافظتي "القاهرة، الزقازيق"، المستخدمين لصفحات "الفيسبوك" عينة الدراسة.
- الحدود المكانية: تقتصر على محافظتي "القاهرة، الزقازيق"، وقد تم اختيار "القاهرة" لأنها تمثل كثافة سكانية مرتفعة وتمثل عينة الحضر، بينما اختيار محافظة "الزقازيق" تمثل عينة الريف.
- الحدود الموضوعية: تقتصر على الموضوعات المتعلقة بقمة المناخ (COP27) المنعقدة بمدينة شرم الشيخ على صفحات "الفيسبوك"، وتتمثل هذه الموضوعات في: "التلوث البيئي، الاحتباس الحراري والتغيرات في طبقة الأوزون، قطع الأشجار والغابات، التصحر وندرة الأمطار والجفاف، استنزاف الموارد الطبيعية، ارتفاع درجة حرارة الأرض، ذوبان الجليد في

القطبين، تجريف الأراضي الزراعية"، كما يرجع اختيار الموضوعات المتعلقة بتغييرات المناخ، كونها إحدى القضايا المهمة التي تشمل عدة عواقب تؤدي لتدهور التنوع البيولوجي في الطبيعية وتدمير حياة الإنسان والتسبب في وفاته؛ نتيجة موجات الحر والعواصف والفيضانات وتعطل النظم الغذائية، وزيادة الأمراض الحيوانية المنشأ والأمراض المنقولة بالأغذية والمياه والنواقل، ومشاكل الصحة النفسية.

- **الحدود الزمنية:** قامت الباحثة بإجراء دراستها على عينة من المواطنين المصريين المقيمين بمناطق الريف والحضر في محافظتي "القاهرة، الزقازيق"، المستخدمون لصفحات "الفيسبوك" عينة الدراسة، وذلك في الفترة الممتدة من 2022 / 11 / 1م، وحتى 2022 / 12 / 30م، وذلك لأن كل حدث له دورة حياة معينة، بالتزامن مع انعقاد بقمة المناخ (COP27) المنعقدة بمدينة شرم الشيخ.

أداة الدراسة:

صحيفة استبانة طبقت على عينة عمدية قوامها (500) مفردة من المواطنين المصريين المستخدمين لصفحات "الفيسبوك" عينة الدراسة، وذلك في الفترة الممتدة من 2022 / 11 / 1م، وحتى 2022 / 12 / 30م.

متغيرات الدراسة:

- **المتغير المستقل:** قضايا التغييرات المناخية على صفحات "الفيسبوك".
- **المتغير التابع:** اتجاهات الجمهور.

إجراءات الصدق والثبات لصحيفة الاستبانة:

لاختبار صدق وثبات صحيفة الاستبانة، والتأكد من قدرتها على تحقيق أهداف الدراسة، تم عرض الاستمارة على السادة من المحكمين في مجال الإعلام للتحقق من الصدق الظاهري لها^(*)، وفي ضوء الملاحظات التي أبدأها المحكمون تم تعديل الاستمارة،

(*) 1- محمد معوض إبراهيم: أستاذ الإعلام وثقافة الطفل بكلية الدراسات العليا للطفولة- جامعة عين شمس، وعميد معهد الجزيرة العالی للإعلام السابق.

حيث طبقت صحيفة الاستبانة خلال العام 2020م، وذلك في الفترة الممتدة من 1/11/2022م، وحتى 30/12/2022م، وقد اعتمدت الباحثة في حساب ثبات نتائج الاستبانة على أسلوب إعادة الاختبار، حيث قامت الباحثة بعد جمع البيانات بإجراء دراسة على (5) من إجمالي مفردات الدراسة الميدانية (20) مفردة باستخدام معامل "Cranach's Alpha coefficient"، مما يدل على وجود نسبة اتساق عالية بين استجابات المبحوثين، والجدول التالي يوضح لنا حساب قيمة معامل الثبات لصحيفة الاستبانة:

جدول (2)

معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة (ن=500)

المجال	معامل ألفا كرونباخ
معامل ألفا كرونباخ لجميع فقرات الاستبانة	0.90

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- أن قيمة معامل ألفا كرونباخ جاءت بنسبة مرتفعة بلغت (0.91)، وهذا يعني أن معامل الثبات مرتفع، كما يدل على عدم وجود اختلافات كبيرة في استجابات المبحوثين، وأن صحيفة الاستبانة صالحة للتطبيق.

التحليل الإحصائي:

- بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم جرت معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية والمعروف باسم "Spss"، وذلك باللجوء إلى المعاملات والاختبارات والمعالجات الإحصائية التالية، وهي: (النسب والتكرارات الإحصائية البسيطة لأسئلة الاستبانة، وقد تم استخدام معامل ارتباط بيرسون "person" لقياس شدة واتجاه العلاقة بين معدل تعرض الجمهور لقضايا التغييرات

2- فاطمة الزهراء صالح: أستاذة الإذاعة والتلفزيون بقسم الإعلام- كلية الآداب- جامعة سوهاج.

3- سحر خليفة سالم: أستاذة الصحافة بكلية الإعلام- الجامعة العراقية.

4- ماجد تريان: أستاذ الصحافة وتكنولوجيا الاتصال وعميد كلية الإعلام بجامعة الأقصى- غزة: فلسطين.

5- منى محمود عبد الجليل: أستاذة العلاقات العامة المساعد بقسم الصحافة والإعلام- كلية الإعلام- جامعة الأزهر.

6- فاطمة شعبان محمد: أستاذة الإذاعة والتلفزيون بالمعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق.

المناخية عبر صفحات "الفيسبوك" واتجاهاتهم نحوها، وكذلك الكشف عن العلاقة بين تعرض الجمهور لنوعية الموضوعات المتعلقة بالتغيرات المناخية عبر صفحات "الفيسبوك"، ومستوى الوعي بها، فضلاً عن استخدام اختبار (T- Test) لإيجاد الفروق بين متوسطات درجات معدل تعرض الجمهور لقضايا التغيرات المناخية عبر صفحات "الفيسبوك" وفقاً للمتغيرات الديموجرافية، وأشكال التفاعل مع الموضوعات المتعلقة بها.

النتائج:

تمثلت عينة الدراسة الميدانية في الفئة العمرية من (18: 30، 35 عاماً فأكثر) من المواطنين المصريين المقيمين بمناطق الريف والحضر في محافظتي "القاهرة، الزقازيق" المستخدمين لصفحات "الفيسبوك"، حيث اشتملت على عينة قوامها (500) مفردة، بالإضافة إلى اختبار نتائج صحة الفروض وربطها بتساؤلات وأهداف الدراسة، وفيما يلي عرض لنتائج الدراسة:

- صفحات الصحف الإلكترونية التي يحرص الباحثون على متابعتها عبر "فيسبوك":

جدول (3)

صفحات الصحف الإلكترونية التي يحرص الباحثون على متابعتها عبر "فيسبوك" (ن=500)
(يمكنك اختيار أكثر من بديل)

م	صفحات القنوات الإخبارية	ك	%
1	صفحة صحيفة "الأهرام"	190	38
2	صفحة صحيفة "الوطن"	158	31.6
	صفحة صحيفة "المصري اليوم"	35	7
3	صفحة صحيفة "الجمهورية"	110	22
4	متابعة صفحات أخرى	7	1.4
	الإجمالي	500	100

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- أكد (38) من الباحثين أنهم يتابعون صفحة صحيفة "الأهرام"، يليها صفحة صحيفة "الوطن" بنسبة (31.6)، وتبعها صفحة صحيفة "الجمهورية" بنسبة (22)، وتبعها صفحة صحيفة "المصري اليوم" بنسبة (7)، وأخيراً متابعة صفحات أخرى بنسبة

(1.4)، وتدل النتيجة السابقة أنَّ صفحتي صحيفة "الأهرام"، وصحيفة "الوطن" حصلتا على أعلى نسبة متابعة، بالتوافق مع دراسة (ريم الشريف، 2022م، 565-615) (59) التي أشارت إلى: أن أفراد العينة يعتمدون على صفحات "الفيسبوك" لالتماس المعلومات حول التغييرات المناخية، نظراً لسرعتها في نشر المعلومات.

معدل متابعة المبحوثين لقضايا

التغييرات المناخية بالصفحات عينة الدراسة:

جدول (4)

معدل متابعة المبحوثين لقضايا التغييرات المناخية عبر صفحات "الفيسبوك" (ن=500)

م	متابعة المبحوثين لقضايا التغييرات المناخية	ك	%
1	أتابع بدرجة كبيرة	191	38.2
2	أتابع بدرجة متوسطة	176	35.2
3	أتابع بدرجة ضعيفة	133	26.6
	الإجمالي	500	100

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- أكد (38.2) من أفراد العينة أنهم يتابعون قضايا التغييرات المناخية عبر صفحات "الفيسبوك" بدرجة كبيرة بالصفحات عينة الدراسة، يليها المتابعة بدرجة متوسطة بنسبة (35)، وأخيراً المتابعة بدرجة ضعيفة (26.6)؛ مما يشير إلى: أنهم يتعرضون للقضية بكثافة عالية، كونهم يدركون مدى أهميتها بالنسبة لهم، والناجمة عن الظواهر الطبيعية والأنشطة التي يقوم بها الإنسان، مثل إزالة الغابات، وحرق الوقود الأحفوري كالفحم، والنفط، والغاز، والذي يعد المصدر الرئيس لانبعاثات الغازات الدفيئة لجميع القطاعات الاقتصادية، وهو ما يؤدي لارتفاع درجات الحرارة نتيجة زيادة تركيزها في الغلاف الجوي؛ مما يؤدي لصعوبة تكيف الكائنات الحية التكيف معها، وهو ما يتوافق مع دراسة (هبة أحمد، 2023م، 283) (60) التي كشفت عن: وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين كثافة مشاهدة أفراد العينة للفضائيات الإخبارية العربية ومدى اعتمادهم على تلك القنوات في الحصول على المعلومات المتعلقة بقمة المناخ (COP27)، وهذا ما أكدته دراسة (محمود محمد، 2022م،

215) (61) التي أشارت إلى: وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين متابعة
المبحوثين القضايا محل الدراسة بالصفحات عينة الدراسة، ومدى التفاعل معها.

- درجة وعى أفراد العينة بالموضوعات المتعلقة بالتغيرات المناخية بالصفحات عينة
الدراسة:

جدول (5)

مستوى وعى أفراد العينة بالموضوعات المتعلقة بالتغيرات المناخية بالصفحات عينة الدراسة
(ن=500)

م	مستوى وعى أفراد العينة	ك	%
1	تساعدني في معرفة تأثير التغيرات المناخية على البيئة	75	15
2	أسهمت في دعم الأنماط السلوكية للحفاظ على البيئة من خطورة التغيرات المناخية	107	21.4
3	تساعدني في فهم الأحداث وتفسيرها	40	8
4	دعمت ثقتي بقدرة مشروعات الدولة البيئية على تحسين حياة المواطن للأفضل	90	18
5	ساعدتني في تكوين رأي سلبي حول آثار التغيرات المناخية على مستقبل البشر	101	20.2
6	دفعني لدعم ومساعدة الحكومة في مواجهة التغيرات المناخية	40	8
7	ساعدتني في معرفة العائد على الدولة من مواجهة خطورة التغيرات المناخية	47	9.4
	الإجمالي	500	100

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- أكد (21.4) من أفراد العينة أن درجة وعيهم بقضايا المناخ أسهمت في دعم الأنماط السلوكية للحفاظ على البيئة من خطورة التغيرات المناخية على صفحات "الفيسبوك"، يليها المساعدة في تكوين رأي سلبي حول آثار التغيرات المناخية على مستقبل البشر بنسبة (20.2)، ومن ثم دعم ثقتي بقدرة مشروعات الدولة البيئية على تحسين حياة المواطن للأفضل بنسبة (15)، وتبعها المساعدة في معرفة العائد على الدولة من مواجهة خطورة التغيرات المناخية بنسبة (9.4)، وأخيراً المساعدة في فهم الأحداث وتفسيرها، ودفعي لدعم ومساعدة الحكومة في مواجهة التغيرات المناخية بنسبة (8): لذا يمكن القول: إنهم يعتمدون على صفحات "الفيسبوك" في متابعة المادة الإعلامية المتعلقة بقضايا التغيرات المناخية، وذلك لمعرفة آخر

المستجدات المتعلقة بتلك الظاهرة ومدى خطورتها على البيئة والمجتمع، فضلاً عن الدور المهم الذي تؤديه تلك الصفحات في تغطيتها فعاليات قمة المناخ (COP27) بمدينة شرم الشيخ والذي يقوم على تقديم أساليب مختلفة لتوعية الجمهور بخطورة الاحتباس الحراري على البيئة والمجتمع؛ لتشكيل رأي عام حولها يعتمد على العديد من السياسات والآراء للجمهور لمواجهة تلك المشكلات، وهو ما يؤدي لزيادة وعيهم بتلك الظاهرة، ويساعد في صياغة سياسات بيئية مستقبلية، وكذلك للمساعدة في تعزيز بيئة أفضل، بالتوافق مع دراسة (ريم الشريف، 2022، 608) ⁽⁶²⁾ التي كشفت عن: وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مستوى الوعي بقضايا البيئة وبين استراتيجيات التماس الجمهور للمعلومات حول التغييرات المناخية، وهو ما يتوافق مع دراسة (روان أحمد، 2021، 1) ⁽⁶³⁾ التي أكدت أن مستوى إدراك مخاطر التغييرات المناخية لدى مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي قد تمثل أهمها في المعاناة من موجات الحرارة الشديدة والتقلبات الجوية الحادة، بالإضافة إلى أن غالبية أفراد العينة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي في مناقشة التغييرات المناخية، وهذا ما أكدته دراسة أمانديب كور إتش. شها. (Amandeep Kaur, H.S. Chahal, 2018, 1) ⁽⁶⁴⁾ التي أشارت إلى: أن العوامل المختلفة لوسائل التواصل الاجتماعي تزيد من الوعي البيئي لدى أفراد العينة كالقدرة على الإقناع والمنافسة، والموثوقية والثقة المدركة، سهولة الوصول.

- الموضوعات المتعلقة بالتغيرات المناخية بالصفحات عينة الدراسة:

جدول (6)

تعرض أفراد العينة لنوعية الموضوعات المتعلقة بالتغيرات المناخية
(ن=300)، (ن=200)، (ن=500) (يُمكنك اختيار أكثر من بديل)

م	الموضوعات المتعلقة بالتغيرات المناخية					
	الإجمالي		الإناث		الذكور	
	ك	%	ك	%	ك	%
1	87	17.4	36	18	51	17
2	105	21	47	23.5	58	19.33
3	51	10.2	23	11.5	28	9.33
4	87	17.4	36	18	51	17
5	73	14.6	25	12.5	48	16
6	55	11	15	7.5	40	13.33
7	42	8.4	18	9	24	8
	500	100	200	100	300	100

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- أكد (21) من أفراد العينة أنهم يتابعون ظاهرة الاحتباس الحراري والتغيرات في طبقة الأوزون من بين الموضوعات المتعلقة بالتغيرات المناخية، يليها التلوث البيئي، التصحر وندرة الأمطار والجفاف بنسبة (17.4)، ومن ثم استنزاف الموارد الطبيعية بنسبة (11)، وتبعها قطع الأشجار والغابات بنسبة (10.2)، وأخيراً تجريف الأراضي الزراعية بنسبة (8.4).
- وفي متابعة الذكور للموضوعات المتعلقة بالتغيرات المناخية بالصفحات عينة الدراسة: أوضحت النتائج أن (19.33) من أفراد العينة أنهم يتابعون موضوعات الاحتباس الحراري والتغيرات في طبقة الأوزون، يليها التلوث البيئي، التصحر وندرة الأمطار والجفاف بنسبة (17)، ومن ثم استنزاف الموارد الطبيعية بنسبة (16)، وتبعها ارتفاع درجة حرارة الأرض ذوبان الجليد في القطبين بنسبة (13.33)، ثم قطع الأشجار والغابات بنسبة (9.33)، وأخيراً تجريف الأراضي الزراعية بنسبة

(8)؛ مما يشير إلى: أنهم يهتمون بمتابعة الموضوعات ذات الصلة بالتغيرات المناخية عبر المنصات الرقمية الإخبارية، كونها تمتاز بسرعة نقل الأخبار والمعلومات ذات الصلة بها، فضلاً عن إدراكهم لحجم المخاطر الناتجة عن التلوث البيئي التي تشكل خطورتها على حياة الإنسان نتيجة تأثيراتها على البيئة، وهو ما جعلها أهم القضايا التي تشغل دول العالم، بالتوافق مع دراسة (سامح فوزي، 2023، 493) (65) التي كشفت عن: وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة الاعتماد على المواقع الإخبارية في متابعة قضايا التغيرات المناخية وبين مستوى الوعي بمخاطرها لدى الجمهور المصري، وهذا ما أكدته دراسة ماران ودانييلا أكوادرو وتاتيانا بيجوتي (Maran, Daniela Acquadro and Tatiana Begotti, 2021) (66) التي أشارت إلى: وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين الاهتمام بمتابعة المعلومات المتعلقة بتغير المناخ وبين القلق المناخي لديهم.

• وفي الإناث متابعة للموضوعات المتعلقة بالتغيرات المناخية بالصفحات عينة الدراسة: أكد (23.5) من أفراد العينة أنهم يتابعون موضوعات الاحتباس الحراري والتغيرات في طبقة الأوزون، يليها التلوث البيئي، التصحر وندرة الأمطار والجفاف بنسبة (18)، ومن ثم استنزاف الموارد الطبيعية بنسبة (12.5)، وتبعها قطع الأشجار والغابات بنسبة (11.5)، ثم تجريف الأراضي الزراعية بنسبة (9)، وأخيراً ارتفاع درجة حرارة الأرض ذوبان الجليد في القطبين بنسبة (7.5)، لذا يمكن القول: إنهم يتابعون المعلومات المتعلقة بتغيرات المناخ عبر هذه الصفحات، لمعرفة الأخبار الآنية، فضلاً عن كونها منصات متجددة تنشر كل ما هو آني عن الأحداث ذات الصلة بفعاليات قمة المناخ (COP27) بمدينة شرم الشيخ، وهو ما جعل لهذه المواقع مكانة مميزة بين وسائل الإعلام الحالية؛ لقدرتها على استقطاب الجماهير إليها من كافة الفئات، كونها تمدهم بكل ما هو جديد من أخبار ومعلومات خاصة مؤتمر (COP27) بمدينة شرم الشيخ، وهو ما يتيح لهم معرفة آخر المستجدات المتعلقة بها لفهم الأحداث التي تدور حولهم حتى يصبح باستطاعتهم تفسيرها، فضلاً عن إسهام تلك الصفحات في توعية الجمهور بخطورة التغير المناخي على البيئة والمجتمع؛ بما يسهم

في دعم السلوكيات الإيجابية بدلاً من الممارسات الضارة التي تمارس ضد البيئة، واستنزاف مواردها الطبيعية، وهو ما يتوافق مع دراسة وين شى، جى شيونغ وتشانغفنغ تشين (Wen Shi, Jie Xionng, Changfeng Chen, 2019) (67) التي أكدت: أن الإطار الإدراكي هو الأقوى في تعزيز المناقشة العامة وتحفيز الجمهور على المدى الطويل نحو المشاركة وتتبع قضايا تغيير المناخ، ويتبين من النتائج السابقة: أن هناك تقارباً في متابعة المبحوثين للموضوعات المتعلقة بتغييرات المناخ الصفحات عينة الدراسة، والنتيجة عن تزايد الأنشطة البشرية، وزيادة استهلاك مصادر الطاقة غير المتجددة، فضلاً عن تغيير غاية استخدام الأراضي مثل إزالة الغابات، وتدهور الغابات، وحرائق الغابات، إذ تعد مصدراً خطيراً لانبعاثات الغازات الدفيئة. وكثيراً ما ترتبط هذه الأنشطة مثل تحويل مناطق الغابات إلى أراضٍ للرعي لأغراض تربية الماشية التجارية، وإنتاج محاصيل الأعلاف مثل الصويا، ومزارع زيت النخيل، ويرتبط ارتباطاً وثيقاً بنظم الأغذية الزراعية الصناعية؛ مما يهدد الأمن العالمي.

- عناصر جذب المبحوثين لمتابعة الموضوعات المتعلقة بالتغييرات المناخية على صفحات "الفيسبوك":

جدول (7)

عناصر جذب المبحوثين لمتابعة الموضوعات المتعلقة بالتغييرات المناخية على صفحات "الفيسبوك" (ن=500) (يمكنك اختيار أكثر من بديل)

م	عناصر الجذب					
	الإجمالي		الإناث		الذكور	
	ك	%	ك	%	ك	%
1	130	26	55	27.5	75	25
2	101	20.2	35	17.5	66	22
3	69	13.8	26	13	43	14.33
4	89	17.8	39	19.5	50	16.66
5	111	22.2	45	22.5	66	22
	500	100	200	100	300	100

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- أكد (26) من أفراد العينة أنهم يجذبون نحو متابعة مقاطع الفيديو المتعلقة بموضوعات التغييرات المناخية، تلاها التحليلات والتعليقات لحلقات النقاش الحر المتعلق بموضوعات التغييرات المناخية بنسبة (22.2)، ومن ثم الصور الموضوعية بنسبة (20.2)، وتبعها الدراسات والأبحاث بنسبة (17.8)، وأخيراً الصور الشخصية بنسبة (13.8).
- وفي مقاطع الفيديو: أكد (27.5) من الإناث أنهم يجذبون نحو متابعة مقاطع الفيديو المتعلقة بموضوعات التغييرات المناخية، مقابل (25)، للذكور؛ مما يشير إلى: طبيعة المنصات الرقمية الإخبارية التي تركز على تقديم محتوى مرئي يتناسب مع طبيعة الجمهور المستخدم لهذه الصفحات؛ نظراً لطبيعة المضامين المرتبطة بفعاليات قمة المناخ (COP27) المنعقدة بمدينة شرم الشيخ، وهو ما جعلها تستحوذ على اهتمام الجمهور من خلال متابعة المحتوى المقدم لهم عبر تلك المنصات، والذي يتضمن كافة تفاصيل القضية طبقاً لتوجهات وسياسات الدولة المصرية التي تضع قضية التغييرات المناخية في أولوية أجندتها، فضلاً عن تعريف الجمهور بظاهرة التغييرات المناخية، وأسبابها، والتوعية بمدى خطورتها على البيئة والمجتمع، وذلك بهدف حثه على اتباع السلوكيات الصحيحة التي تحميه من أضرارها؛ وذلك لأن تلك المنصات الإخبارية تهدف لجذب أكبر عدد من المشاهدين، بالتوافق مع دراسة إميلي أولدينسجو (Emelie Oldensjö, 2018)⁽⁶⁸⁾ التي أكدت على: أن القائمين على قنوات "اليوتيوب" نجحوا في إمداد الأفراد بالمعلومات العلمية البيئية وتغيير اتجاهاتهم وسلوكياتهم المتعلقة بترشيد الاستهلاك والحد من النفايات، كما وفرت ساحة للحوار والتعلم والتواصل بشأن الحفاظ على البيئة، وهذا ما أكدته دراسة (نوف الحزامي، 2022م، 69)⁽⁶⁹⁾ التي كشفت عن: وجود العديد من العوامل المؤثرة في تفاعل أفراد العينة مع القضايا البيئية في مواقع التواصل كاستخدام الصور المقارنة، ومقاطع الفيديو قبل وبعد، وتوثيق تجربة شخص.
- وفي الصور الموضوعية: أكد (22) من الذكور أنهم يجذبون نحو الصور الموضوعية المتعلقة بموضوعات التغييرات المناخية، مقابل (17.5)، للإناث؛ مما يوضح لنا: أنهم

لا يميلون إلى للقراءة العامة المرتبطة بقمة المناخ (cop27) المنعقدة بمدينة شرم الشيخ، نظراً لاكتفاء القارئ أو المشاهد بالصور التي تكون بديلة عن ألف كلمة، وهو ما يتوافق مع دراسة (عادل صالح، 2022م، 1) (70) التي أشارت إلى أن لاستخدام الوسائل المدمجة "النصوص، الصور، الفيديوهات، الروابط" دوراً في تحديد معدلات وأشكال التفاعل مع المحتوى المقدم للجمهور.

● **وفي الصور الشخصية:** أكد (14) من الذكور أنهم يجذبون نحو الصور الشخصية المتعلقة بموضوعات التغييرات المناخية، مقابل (13)، للإناث، ويمكن تفسير ذلك: بأنهم متصلون بمتابعة الأحداث المرتبطة بقمة المناخ (cop27) المنعقدة بمدينة شرم الشيخ، وذلك لأن الصفحات الإخبارية تقدم أحداثاً تتضمن الصور التي توضح الآثار الناتجة عن التغير المناخي كالأنشطة الصناعية التي تتسبب في حدوث المشكلات البيئية الخطيرة، مثل تفاقم ظاهرة الاحتباس التي تقف عائقاً أمام تحقيق التنمية البيئية المستدامة على الصعيد الاقتصادي والاجتماعي، وهو ما يؤدي لارتفاع معدلات البطالة والفقر، فضلاً عن صور لتصريحات المسؤولين تتعلق باستخدام مصادر طاقة متجددة صديقة للبيئة.

● **وفي الدراسات والأبحاث:** أكد (19.5) من الإناث أنهن يجذبون نحو متابعة الدراسات والأبحاث المتعلقة بموضوعات التغييرات المناخية، مقابل (16.66)، للذكور؛ مما يشير إلى: أن المنصات الإخبارية الرقمية تحرص على تقديم الدراسات والأبحاث لتحقيق نتائج جيدة تتعلق بمكافحة تغيير المناخ حتى يستوعب الجمهور المستهدف مدى خطورة التغيرات المناخية على البيئة والمجتمع بسهولة ويسر، وهو ما يتفق مع دراسة (هشام بشير، 2022، 345) (71) التي أكدت على العدالة المناخية تعد أفضل وسيلة لحماية حقوق الإنسان التي قد تتأثر من جراء التغيرات المناخية، وذلك من خلال التوزيع العادل في الأعباء والتكاليف بين الدول المتقدمة والصناعية والدول الفقيرة.

● **وفي التحليلات والتعليقات لحلقات النقاش الحر المتعلقة بموضوعات التغييرات المناخية:** أكد (22.5) من الإناث أنهن يجذبون نحو متابعة التحليلات والتعليقات

لحلقات النقاش الحر المتعلق بموضوعات التغييرات المناخية المتعلقة بموضوعات التغييرات المناخية، مقابل (225)، للذكور؛ مما يشير إلى: أن المنصات الرقمية الإخبارية تقدم محتوى متنوعاً يشمل كافة جوانب قضية التغيير المناخي، ويتسم بالدقة والموضوعية، ويرتبط بحياة الأفراد، وهو ما يعزز الثقة والمصداقية لدى الجمهور في تلك المنصات، ويعمل على تقوية دورها في توعية الجمهور بخطورة تلك الظاهرة على البيئة والمجتمع، والنتيجة عن السلوكيات الضارة التي تمارس ضد البيئة كالتلوث البيئي، وحرق الوقود الأحفوري الذي يتسبب في انبعاثات غازات المصانع الضارة؛ مما يؤدي لارتفاع موجات الحر والجفاف وحرائق الغابات والعواصف والفيضانات، فضلاً عن تفشي الأمراض وارتفاع نسبة الوفيات.

- أشكال تفاعل المبحوثين مع الموضوعات المتعلقة بالتغييرات المناخية بالصفحات عينة الدراسة:

جدول (8)

أشكال تفاعل المبحوثين مع الموضوعات المتعلقة بالتغييرات المناخية بالصفحات عينة الدراسة (ن=500) (يمكنك اختيار أكثر من بديل)

م	أشكال التفاعل	الذكور		الإناث		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%
1	تسجيلات الإعجاب like	60	20	35	17.5	95	19
2	كتابة التعليقات Comment	135	45	115	57.5	250	50
3	عمل المشاركة Shear	105	35	50	25	155	31
	الإجمالي	300	100	200	100	500	100

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- أكد (50) من أفراد العينة أنهم يفضلون التفاعل بالتعليق مع المتعلقة بالتغييرات المناخية بالصفحات عينة الدراسة، يليها المشاركة بنسبة (31)، ومن ثم الإعجاب بنسبة (19).
- وفي التفاعل بالإعجاب: أكد (20) من الذكور أنهم يفضلون التفاعل بالإعجاب مع الموضوعات المتعلقة بالتغييرات المناخية بالصفحات عينة الدراسة، مقابل (17.5) للإناث، ويشير هذا إلى: أنهم تلك المواقع تتمتع بقدر عالٍ من المصداقية لدى

جمهورها المتابع للموضوعات ذات الصلة بالتغيرات المناخية نتيجة التحديث المستمر للمضامين المقدمة لهم على تلك المواقع، بالتوافق مع دراسة (محمد عبد الغفار، 2022م، 1) (72) التي أشارت إلى: وجود علاقة دالة إحصائياً بين توفر أدوات التفاعلية وطريقة تفاعل المبحوثين مع التقارير ذات الطابع الاجتماعي المنشورة عبر المنصات الرقمية للقنوات الأجنبية الناطقة بالعربية.

● **وفي التفاعل بالتعليق:** أوضحت النتائج أنّ (57.5) من الإناث أنهن يفضلن التفاعل بالتعليق مع الموضوعات المتعلقة بالتغيرات المناخية بالصفحات عينة الدراسة، مقابل (45) للذكور، ويرجع استخدام أداة التعليق لأنها تُعبر عن رأي الجمهور بحرية تجاه القضية سابقة الذكر، كونها تمثل الجانب الحوارى المشترك بين الصفحة وجمهورها المتفاعل، بالتوافق مع دراسة (سامح فوزي، 2023م، 493) (73) التي أكدت أن تفاعل الجمهور مع موضوعات "التلوث"، "نقص إنتاجية المحاصيل الزراعية" كانت في مقدمة المخاطر العالمية المحتملة للتغيرات المناخية، وهو ما أكدته دراسة برونوين وود، ويدسنون تيفز (Wondwesen Tafesse , Bronwyn Wood, 2021, p7) (74) التي أظهرت: أن التفاعل الإيجابي بين حجم المحتوى ومجالات الاهتمامات المتنوعة يسهم في تحفيز مشاركة للجمهور للمحتوى المقدم بدرجة كبيرة عبر وسائل الإعلام الاجتماعي. وهذا ما أشارت إليه دراسة (سحر أحمد، 2022م، 301) (75) التي كشفت عن: وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين التفاعلية المدركة وشعور المبحوثين بالحضور الاجتماعى من خلال البث المباشر للقنوات الإخبارية على "الفيسبوك".

● **وفي التفاعل بالمشاركة:** أكد (35) من الذكور أنهم يفضلون التفاعل بالمشاركة مع الموضوعات المتعلقة بالتغيرات المناخية بالصفحات عينة الدراسة، مقابل (25) للإناث؛ مما يشير إلى: أنهم يقومون بعملية مشاركة الموضوعات المرتبطة بقمة التغيرات المناخية (COP27) المنعقدة بمدينة شرم الشيخ على صفحاتهم الخاصة، وهو ما يؤدي لزيادة معدلات متابعة الصفحة لغير المتابعين؛ نظراً لأهمية القضية بالنسبة لهم، وهو ما يتوافق مع دراسة (محمد عبد الغفار، 2022م، 1) (76) التي

كشفت عن: عن وجود علاقة دالة إحصائية بين توفر أدوات التفاعلية وطريقة تفاعل الباحثين مع التقارير ذات الطابع الاجتماعي المنشورة عبر المنصات الرقمية للقنوات الأجنبية الناطقة بالعربية، ويتبين من النتائج السابقة: أن الباحثين يجدون أن التفاعل وأدواته بالصفحات عينة الدراسة شيء هام يساعدهم في التعبير عن آرائهم تجاه الموضوعات المتعلقة بظاهرة التغييرات المناخية والناجمة عن حرق النفط والفحم والبترول والبنزين وخلافه، والذي يتسبب في انبعاثات الغازات الكربونية الدفينة؛ مما يؤدي لارتفاع درجة حرارة الأرض وسقوط الأمطار في غير موسمها، فضلاً عن جفاف بعض المناطق التي تؤثر على إنتاج المحاصيل الزراعية، وهو يشكل تهديداً للأمن الغذائي العالمي، كما يتضح لنا: وجود تفوق لصالح للذكور من حيث التفاعل بالتعليق مع موضوعات التغيير المناخي سابقة الذكر؛ مما يدل على: أنهم يتعرضون لها بكثافة عالية، فكلما زادت كثافة التعرض كلما زاد التفاعل وزاد مستوى إدراكهم لها، وأيضاً وجود: تفوق في تفاعل الإناث بالتعليق، وهذا يدل على مدى إدراكهن ووعيهن بالموضوعات التي يتابعنها.

- مصادر الأخبار المتعلقة بالتغييرات المناخية بالصفحات عينة الدراسة:

جدول (9)

متابعة الباحثين لمصادر الأخبار المتعلقة بالتغييرات المناخية في الصفحات عينة الدراسة (ن=500)

م	مصادر الأخبار المتعلقة بالتغييرات المناخية بالصفحات	ك	%
1	صحف ووكالات الأنباء على شبكة الإنترنت	96	19.2
2	تقارير المرسلين والمندوبين	117	23.4
3	مصادر مسؤولة	65	13
4	مواقع التواصل الاجتماعي	81	16.2
5	المؤتمرات والندوات	65	13
6	لقاءات مع الضيوف داخل الاستوديو	35	7
7	خبراء ومتخصصين	41	8.2
	الإجمالي	500	100

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

• أكد (23.4) من أفراد العينة أنهم يفضلون متابعة تقارير المراسلين والمندوبين المتعلقة بالتغيرات المناخية بالصفحات عينة الدراسة، ويشير هذا إلى: أن المنصات الرقمية الإخبارية تحرص على تقديم أشكال متنوعة من الأخبار المصحوبة بالمادة المرئية عبر شبكة مراسليها المتواجدين في موقع الحدث؛ مما تؤثر على الجمهور المشاهد بدرجة كبيرة، والتي لها تأثير كبير على المشاهدين؛ كونها تغطي الأحداث الجارية من مواقع الحدث، وهو ما يعكس تأكيد مصداقية الموضوعات المقدمة له على تلك المنصات، يليها الصحف ووكالات الأنباء على شبكة الإنترنت بنسبة (19.2)؛ مما يشير إلى: أنهم يعتمدون عليها كونها تمثل مصدراً مهماً للحصول على المعلومات ذات الصلة بالموضوعات المتعلقة بقمة التغيرات المناخية (cop27) المنعقدة بمدينة شرم الشيخ، نظراً لأنها تمتاز بالسرعة في نقل الأحداث الجارية لامتلاكها شبكة مراسلين منتشرين في جميع أنحاء العالم، بالتوافق مع دراسة (محمود محمد، 2022م، 98) (77) التي أكدت أن وسائل الإعلام الرقمي تعتمد بشكل رئيس على المراسلين ووكالات الأنباء لبث الأخبار والصور والفيديوهات من شبكات التواصل، سواء لأشخاص يوجدون في عين المكان، أو المسؤولين يستخدمون حساباتهم للإدلاء بتصريحات، ومن ثم مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (16.2)، وتبعها المصادر المسؤولة، المؤتمرات والندوات بنسبة (13)، تلاها الخبراء والمتخصصون بنسبة (8.2)، وأخيراً لقاءات مع الضيوف داخل الاستوديو بنسبة (7)؛ مما يشير إلى: أنها عنصر جذب مهم للحصول على الأخبار والمعلومات من مصدرها ومعرفة آرائهم بصفة مباشرة، ويتبين من النتائج السابقة: أن هناك تنوعاً في متابعة الجمهور للمصادر القائمة على التغطية الإعلامية للموضوعات المتعلقة بقمة التغيرات المناخية (cop27) المنعقدة بمدينة شرم الشيخ عبر "فيسبوك" لمعرفة آخر المستجدات حولها، والنتيجة عن السلوكيات السلبية المنتشرة في المجتمعات كالنزعة الاستهلاكية التي تؤثر على البيئة، فضلاً عن الأحداث المتعلقة بالأحوال الجوية البالغة الشدة، مثل: ارتفاع درجات الحرارة، التلوث البيئي،

العواصف، والفيضانات، وحرائق الغابات؛ مما يعطي تلك المواقع مصداقية عالية من قبل جمهورها.

– الموضوعات المتعلقة بالتغييرات المناخية بالصفحات عينة الدراسة:
جدول (10)

اتجاهات المبحوثين نحو متابعة الموضوعات المتعلقة بالتغييرات المناخية بالصفحات عينة الدراسة (ن=500) (يمكنك اختيار أكثر من بديل)

م	اتجاهات المبحوثين		الإناث		الذكور		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
1	23	7.66	17	8.5	40	8		
2	51	17	11	5.5	62	12.4		
3	40	13.33	40	20	80	16		
4	45	15	58	29	103	20.6		
5	30	10	14	7	44	8.8		
6	51	17	19	9.5	70	14		
7	25	8.35	22	11	47	9.6		
8	35	11.66	19	9.5	54	10.8		
	300	100	200	100	500	100		

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- أكد (20.6) من أفراد العينة أنهم يفضلون الاتجاه نحو متابعة الموضوعات المتعلقة بالتغييرات المناخية بالصفحات عينة الدراسة لسهولة حصولهم على المعلومات التي ترفع من مستوى وعيهم بالقضايا البيئية، يليها الجدية والتنوع في عرض الموضوعات مدعومة بالصور والفيديوهات بنسبة (16)، ومن ثم التواصل والتفاعل مع

الموضوعات المتعلقة المناخية لتقديم الحلول لمواجهةنا بنسبة (14)، وتبعها تقديم المعلومات بصورة شائقة وجذابة تتفق مع اتجاهاتي الشخصية بنسبة (12.4)، تلاها تقديم تحليل علمي دقيق لجوانب القضايا المتعلقة بالتغيرات المناخية بنسبة (10.8)، ثم تتيح التعبير عن الرأي دون قيود بنسبة (9.6)، وتبعها تشجيع مبادرات المجتمع المدني في مواجهة التغيرات المناخية بنسبة (8.8)، وأخيراً معرفة كل ما هو جديد عن الموضوعات المتعلقة المناخية ومخاطرها على البشرية بنسبة (8).

● وفي اتجاه المذكور نحو متابعة الموضوعات المتعلقة بالتغيرات المناخية بالصفحات عينة الدراسة: أكد (17) من أفراد العينة أنهم يفضلون الاتجاه نحو متابعة الموضوعات المتعلقة بالتغيرات المناخية بالصفحات عينة الدراسة لتقديم المعلومات بصورة شائقة وجذابة تتفق مع اتجاهاتي الشخصية، التواصل والتفاعل مع الموضوعات المتعلقة بها وتقديم الحلول للتصدي لها، تلاها سهولة حصولي على المعلومات التي ترفع من مستوى وعيي بالقضايا البيئية بنسبة (15)، ومن ثم الجدية والتنوع في عرض الموضوعات المدعومة بالصور والفيديوهات بنسبة (13.33)، تلاها تقديم تحليل علمي دقيق لجوانب القضايا المتعلقة بالتغيرات المناخية بنسبة (11.66)، وتبعها تشجيع مبادرات المجتمع المدني في مواجهة التغيرات المناخية بنسبة (10)، تلاها تتيح التعبير عن الرأي دون قيود بنسبة (8.35)، وأخيراً معرفة كل ما هو جديد عن الموضوعات المتعلقة المناخية ومخاطرها على البشرية بنسبة (7.66)، وهو ما يتوافق مع دراسة (روان أحمد، 2021م، 1) ⁽⁷⁸⁾ التي أكدت أن غالبية أفراد العينة كان سلوكهم تجاه البيئة هو القيام بمشاركة نشر محتوى على شبكات التواصل للحث بعدم العبث بالمناخ البيئي.

● وفي اتجاه الإناث نحو متابعة الموضوعات المتعلقة بالتغيرات المناخية بالصفحات عينة الدراسة: أكد (29) من أفراد العينة أنهم يفضلون الاتجاه نحو متابعة الموضوعات المتعلقة بالتغيرات المناخية بالصفحات عينة الدراسة لسهولة حصولهن على المعلومات التي ترفع من مستوى الوعي بالقضايا البيئية، تلاها الجدية والتنوع في عرض الموضوعات المدعومة بالصور والفيديوهات بنسبة (20)، ومن ثم تتيح التعبير عن الرأي دون قيود بنسبة (11)، وتبعها التواصل والتفاعل مع الموضوعات المتعلقة

بظاهرة التغيرات المناخية لتقديم حلول لمواجهتها، تقديم تحليل علمي دقيق لجوانب القضايا المتعلقة بالتغيرات المناخية بنسبة (9.5)، ثم معرفة كل ما هو جديد عن الموضوعات التغيرات المناخية ومخاطرها على البشرية بنسبة (8.5)، تلاها تشجيع مبادرات المجتمع المدني في مواجهة التغيرات المناخية بنسبة (7)، وأخيراً تقديم المعلومات بصورة شائقة وجذابة تتفق مع اتجاهاتي الشخصية (5.5)، وهو ما يتوافق مع دراسة (كريمة كمال، 2022، 337) (79) التي أظهرت: أن المحتوى المرئي المنشور عبر شبكات «الفيسبوك»، اليوتيوب" أحدث انعكاسات إيجابية في نشر الوعي وبخاصة قيم المواطنة لدى الشباب المصري، ويتبين من النتائج السابقة: أن اهتمام أفراد عينة الدراسة بمتابعة التغطية لتحقيق المعرفة المباشرة والآنية وآخر المستجدات حول قمة التغيرات المناخية (cop27) المنعقدة بمدينة شرم الشيخ، كما يتضح لنا: وجود تفوق للذكور: من حيث الاتجاه نحو والتفاعل مع الموضوعات المتعلقة بظاهرة التغيرات المناخية لتقديم حلول لمواجهتها، وتقديم تحليل علمي دقيق لجوانبها؛ مما يشير إلى: أن الصفحات القائمة على التغطية الإعلامية لقمة التغيرات المناخية (cop27) قد أدت دورها المنوط على أكمل وجه في عرض الموضوعات التي يوليها الأعضاء المشاركون بها، وهو ما ينعكس على استقطاب الجمهور المتابع نحو المشاركة في تغيير ممارسته السلوكية نحو البيئة، وذلك من خلال توعيته بمدى خطورة تلك الظاهرة على البيئة والمجتمع لتغيير ممارسته السلوكية نحو البيئة، وأيضاً وجود تفوق للإناث: من حيث الاتجاه والجدية والتنوع في عرض الموضوعات المدعومة بالصور والفيديوهات، سهولة الحصول على المعلومات التي ترفع من مستوى وعيهم بالقضايا البيئية، وهذا يشير إلى أنهن أكثر وعياً وإدراكاً للموضوعات التي يتابعنها والتي تشكل عامل جذب أساسي للتصدي لظاهرة التلوث البيئي.

نتائج اختبار فروض الدراسة:

الفرض الأول: ينص هذا الفرض على أنه: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين معدل متابعة الجمهور لقضايا التغييرات المناخية عبر صفحات "الفيسبوك"، واتجاهاتهم نحوها.

جدول (11)

العلاقة بين معدل متابعة الجمهور لقضايا التغييرات المناخية عبر صفحات "الفيسبوك" واتجاهاتهم نحوها (ن=500)

معدل متابعة الجمهور لقضايا التغييرات المناخية عبر "صفحات" الفيسبوك			المتغيرات
مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	قيمة ر	
0.05	0.01	0.59**	اتجاهاتهم نحوها

** دال عند مستوى (0.01) تشير

* دال عند مستوى (0.05)

بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- باستخدام معامل ارتباط person: اتضح وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين معدل متابعة الجمهور لقضايا التغييرات المناخية عبر "صفحات" الفيسبوك واتجاهاتهم نحوها، وقد بلغت قيمة معامل الارتباط (0.59**)، وهي دالة عند مستوى (0.01)؛ مما يدل: أنه كلما زادت المتابعة كلما زاد الاتجاه نحوها، لمعرفة آخر المستجدات حول الموضوعات المتعلقة بقمة التغييرات المناخية (cop27) المنعقدة بمدينة شرم الشيخ وكيفية التصدي لها، والتي تتطلب الربط بين البيئة والمجالات المختلفة مثل التخلي والابتعاد عن مسار الصناعات الاستخراجية الملوثة الناتجة عن استخدام الوقود الأحفوري لتخفيف الانبعاثات وكذلك إدارة الموارد المياه والزراعة؛ لضمان صمود تلك القطاعات وتكيفها مع التغيير المناخي، فضلاً عن تغيير الممارسات السلوكية، بالتوافق مع دراسة (روان أحمد، 2021، 1) (80) التي أكدت: أن غالبية أفراد العينة يعتمدون على شبكات التواصل الاجتماعي باعتبارها المصدر الرئيس الأول للتعرف على مخاطر التغييرات المناخية، وهذا ما أكدته دراسة (إيمان عبد المنعم خطاب، منية إسحاق إبراهيم، 2022، م، 282) (81) التي كشفت

عن: وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين تعرض أفراد العينة لصفحات المبادرات السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحو هذه المبادرات⁰ **الفرض الثاني:** ينص هذا الفرض على أنه: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين تعرض الجمهور لنوعية الموضوعات المتعلقة بالتغييرات المناخية عبر صفحات "الفيسبوك"، ومستوى الوعي بها.

جدول (12)

العلاقة بين تعرض الجمهور لنوعية الموضوعات المتعلقة بالتغييرات المناخية عبر صفحات "الفيسبوك"، ومستوى الوعي بها (ن=500)

تعرض الجمهور لنوعية الموضوعات المتعلقة بالتغييرات المناخية عبر صفحات "الفيسبوك"،			المتغيرات
مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	قيمة ر	
0.05	0.01	0.33**	مستوى الوعي

** دال عند مستوى (0.01) تشير

* دال عند مستوى (0.05)

بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

باستخدام معامل ارتباط ρ : اتضح وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين تعرض الجمهور لنوعية الموضوعات المتعلقة بالتغييرات المناخية عبر صفحات "الفيسبوك"، ومستوى الوعي بها، وقد بلغت قيمة معامل الارتباط (0.33**)، وهي دالة عند مستوى (0.01)؛ مما يشير إلى: أنهم أكثر وعياً بالقضية التي يتابعونها في الصفحات عينة الدراسة؛ نظراً لأنها تشكل خطورة على البيئة وحياة الإنسان نتيجة الممارسات السلوكية الضارة ضد البيئة كتوليد الطاقة وقيام بعض الدول بقطع الأشجار وحرق الغابات؛ مما يتسبب في انبعاثات غاز ثاني أكسيد الكربون المخزن بداخلها في الجو، وهو ما يؤثر بالسلب على طبيعة المناخ، وبالتالي فهم يتفاعلون معها لتكوين ردود أفعال حولها، فالصفحات الإخبارية التفاعلية على الشبكة توفر لمستخدميها أدوات التفاعل والتي من شأنها تيسير عملية الاتصال للتفاعل والحوار والمشاركة مع القضية محل الدراسة التي تثير اهتمامهم، بالتوافق مع دراسة (مروي السعيد، 2022م، 1) (82) التي أشارت إلى: وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الاستراتيجيات الاتصالية التي

تستخدمها الصفحات الرسمية في نشر الخدمات الرقمية وبين تقييمهم لأهمية مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي بالخدمات الرقمية، وهذا ما أكدته دراسة أميرة (جمال الدين، 2023م، 1556) (83) التي أوصت بضرورة تكثيف الحملات الإعلامية لتوعية الجمهور بمخاطر التغييرات المناخية وتحفيزه على تبني السلوكيات السلمية. **الفرض الثالث:** ينص هذا الفرض على أنه: توجد فروق دالة إحصائية بين أشكال تفاعل الذكور والإناث مع الموضوعات المتعلقة بالتغييرات المناخية عبر صفحات "الفيسبوك".

جدول (13)

دلالة الفروق الإحصائية بين أشكال تفاعل الذكور والإناث مع الموضوعات المتعلقة بالتغييرات المناخية عبر "صفحات" الفيسبوك. (ن=500)

مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	قيمة (ت)	الإناث		الذكور		المقياس
			مجموع الرتب	المتوسط الحسابي	مجموع الرتب	المتوسط الحسابي	
0.01	0.05	3.77**	0.83	1.81	0.81	2.20	أشكال تفاعل الذكور والإناث مع الموضوعات المتعلقة عبر التغييرات المناخية

** دال عند مستوى (0.01)

* دال عند مستوى (0.05)

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

باستخدام اختبار (T- Test): اتضح وجود فروق دالة إحصائية بين أشكال تفاعل الذكور والإناث مع الموضوعات المتعلقة بالتغييرات المناخية عبر صفحات "الفيسبوك"، وفي اتجاه الذكور، وقد بلغت قيمة ت = (3.77**)، وهي دالة عند مستوى (0.01): مما يشير إلى: تأثير المضمون الإخباري في أهمية تفاعلية الجمهور مع الأخبار والتحول من مستقبل إلى مرسل ومشارك للمعلومات على صفحته الخاصة، كما أن مستوى ثقة الذكور أعلى من الإناث كونهم أكثر جرأة على متابعة الموضوعات المتعلقة بقيمة التغييرات المناخية (cop27) المنعقدة بمدينة شرم الشيخ في الصفحات الإخبارية محل الدراسة، وبالتالي لم تكن المتابعة متساوية بين الجنسين، وهو ما يظهر: مصداقية هذه الصفحات لدى أفراد العينة نحو القضايا التي تثير اهتمامهم وخاصة الموضوعات المتعلقة بظاهرة التغييرات المناخية، كونها تقدم أخبار بصورة شائقة وجذابة للجمهور المشاهد، وهو ما يزيد اهتمامهم بمتابعتها، بالتوافق مع دراسة (هبة أحمد، 2023م، 281- 328) (84)،

التي كشفت عن: وجود فروق دالة إحصائية بين معرفة أفراد العينة بقضايا التغييرات المناخية وفقاً لمتغير النوع، وهو ما يتوافق مع دراسة (ولاء إبراهيم، 2023م، 592) (85) التي كشفت عن: وجود ارتفاع في درجة مشاهدات جمهور المتابعين لأشكال التفاعلية مع منشورات صفحات الشخصيات النسائية العامة عينة الدراسة.

الفرض الرابع: ينص هذا الفرض على أنه: توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات معدل تعرض الجمهور لقضايا التغييرات المناخية عبر صفحات "الفيسبوك" وفق المتغيرات الديموجرافية "العمر، المستوى التعليمي، محل الإقامة".

جدول (14)

دلالة الفروق الإحصائية بين متوسطات درجات معدل تعرض الجمهور لقضايا التغييرات المناخية عبر صفحات "الفيسبوك" وفقاً لمتغير العمر (ن=500)

مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	قيمة (ت)	الفئة العمرية من 35 عاماً فأكثر		الفئة العمرية من 18:30 عاماً		المقياس
			مجموع الترتيب	المتوسط الحسابي	مجموع الترتيب	المتوسط الحسابي	
0.01	0.05	3.03**	0.62	2.35	0.62	2.55	الفئة العمرية

** دال عند مستوى (0.01) تشير

* دال عند مستوى (0.05)

بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- باستخدام اختبار (T-Test): اتضح وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات معدل تعرض الجمهور لقضايا التغييرات المناخية عبر صفحات "الفيسبوك" وفقاً لمتغير العمر، وفي اتجاه الفئة العمرية من (18:30 عاماً)، وقد بلغت قيمة ت= (3.03**)، وهي دالة عند مستوى (0.01): مما يشير إلى: تأثرهم بالمضامين الإخبارية المتعلقة بقمة التغييرات المناخية (COP27) والتي تقدمها الصفحات عينة الدراسة كونها تمتلك القدرة على جذب الشباب نحو متابعة الموضوعات المتعلقة بها، وذلك من خلال عرض المحتوى الإخباري بأساليب متنوعة بالنص والصوت والصورة المتحركة والثابتة، فضلاً عن عمل المدخلات الهاتفية، واستضافة الخبراء والمتخصصين لتقديم المحتوى للجمهور المحتوى بلغة سهلة وبسيطة، بحيث يتمكن من

استيعابها بمختلف فئاته العمرية والتعليمية والثقافية، بالتوافق مع أشلي هارداكر، تيريزا بودنر، نورمان داندي (Ashley Hardaker, Theresa Bodner, Norman Dandy, 2022, 140–149) ⁽⁸⁶⁾ التي أشارت إلى: أن الصحف عينة الدراسة وظّفت مجموعة من الأطر لتغيير اتجاه الجمهور بتبني سلوكيات إيجابية يمكن بواسطتها المساعدة في مواجهة التغييرات المناخية كزراعة الأشجار في محيط المنازل، وهذا ما أكدته دراسة كل من (ليلي غروبية، سلمي غروبية، 2017م) ⁽⁸⁷⁾ التي أكدت: أن التفاعلية على صفحات "فيسبوك" تزداد بزيادة عدد الموضوعات المقترحة يومياً، وذلك لأن تفاعلات الجمهور مع المضامين المقدمة له تحدث قبل بدء الحلقة وأثناء الحلقة وبعد الحلقة.

جدول (15)

دلالة الفروق الإحصائية بين متوسطات درجات معدل تعرض الجمهور لقضايا التغييرات المناخية عبر صفحات "الفيسبوك" وفقاً لمتغير المستوى التعليمي (ن=500)

مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	قيمة (ت)	دراسات عليا		بكالوريوس		المقياس
			مجموع الرتب	المتوسط الحسابي	مجموع الرتب	المتوسط الحسابي	
0.01	0.05	4.92**	1.02	2.58	0.93	3.07	معدل تعرض الجمهور لقضايا التغييرات المناخية عبر صفحات "الفيسبوك" وفقاً لمتغير المستوى التعليمي

** دال عند مستوى (0.01)

** دال عند مستوى (0.05)

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- باستخدام اختبار (T- Test) اتضح وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات معدل تعرض الجمهور لقضايا التغييرات المناخية عبر صفحات "الفيسبوك" وفقاً لمتغير المستوى التعليمي، وفي اتجاه الحاصلين على درجة البكالوريوس، وقد بلغت قيمة ت = (4.92**)، وهي دالة عند مستوى (0.01)؛ مما يشير إلى: أنهم أكثر تأثراً واهتماماً بالمضمون الإخباري الذي تقدمه تلك الصفحات الإخبارية لهم بصورة شائقة وجذابة، فالصور والفيديوهات لا تحتاج إلى العلم لفهمها، وهو ما يعكس مدى

وعيهم بتلك الظاهرة ومدى خطورتها على البيئة وحياة الإنسان؛ وذلك لأن طبيعة الجمهور تتسم بالحراك الاجتماعي، وهو ما يتوافق دراسة (سهام، حموش عبد الرازق 2020م، 247) (88) التي أكدت: أن الغالبية العظمى من أفراد العينة يتفاعلون بالإعجاب والتعليق مع الموضوعات البيئية بدرجة كبيرة؛ مما شجع الاتصال الحوارية حول الموضوعات البيئية.

جدول (16)

دلالة الفروق الإحصائية بين متوسطات درجات معدل تعرض الجمهور لقضايا التغييرات المناخية عبر صفحات "الفيسبوك" وفقاً لمتغير محل الإقامة (ن=500)

المقياس	ريف		حضر		قيمة (ت)	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة
	المتوسط الحسابي	مجموع الرتب	المتوسط الحسابي	مجموع الرتب			
معدل تعرض الجمهور لقضايا التغييرات المناخية عبر صفحات "الفيسبوك" وفقاً لمتغير محل الإقامة	1.88	0.70	10.75	0.71	4.41**	0.05	0.01

** دال عند مستوى (0.01)

* دال عند مستوى (0.05)

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- باستخدام اختبار (T-Test): اتضح وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات معدل تعرض الجمهور لقضايا التغييرات المناخية عبر صفحات "الفيسبوك" وفقاً لمتغير محل الإقامة، وفي اتجاه المقيمين بالحضر، وقد بلغت قيمة ت = (4.41**)، وهي دالة عند مستوى (0.01)، وتعزو الباحثة ذلك إلى: أن مناطق الحضر ذات كثافة سكانية مرتفعة عن الريف، كما أن مناطق الحضر تتوفر بها العديد من الخدمات الاتصالية التي تتيح للجمهور تصفح تلك المواقع بسهولة ويسر لبناء الوعي والثقافة البيئية للحد من خطورة تلك الظاهرة. على اختلاف مناطق الريف، وهو ما يتوافق مع دراسة (حسنا منصور، 2022م، 27) (89) التي كشفت عن: وجود علاقة ارتباط دالة بين كثافة متابعة أفراد العينة لمضامين "اليوتيوب" والتفاعل شبه الاجتماعي.

خاتمة:

• حاولت الباحثة من خلال الدراسة معرفة العلاقة بين معدل تعرض الجمهور لقضايا التغييرات المناخية عبر صفحات "الفيسبوك" واتجاهاتهم نحوها، وكذلك معرفة مستوى الوعي بها، فضلاً عن معرفة الفروق بين أشكال تفاعل أفراد العينة معها، وذلك لأن الإعلام التفاعلي له تأثير كبير في تشكيل اتجاهات الشباب نحو الأحداث الجارية، وخاصة ظاهرة التغييرات المناخية، والنتيجة عن الظواهر الطبيعية والأنشطة التي يقوم بها الإنسان مثل إزالة "الغابات، وحرق الوقود الأحفوري كالفحم، والنفط، والغاز"، والذي يعد المصدر الرئيس لانبعاثات الغازات الدفيئة لجميع القطاعات الاقتصادية، وهو ما يؤدي لارتفاع درجات الحرارة نتيجة زيادة تركيزها في الغلاف الجوي؛ مما يؤدي لصعوبة تكيف الكائنات الحية معها، لذلك أصبح من الضروري الاهتمام بتناول القضايا التي تثير اهتمام الجمهور لمعرفة ردود أفعاله نحوها وطرح أسئلة لإيجاد حلول للمشكلة؛ وذلك للوصول لنظريات وتصورات مبتكرة في إطار العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، ومن أهمها:

أ. أكدت الغالبية العظمى من أفراد العينة أنهم يتابعون ظاهرة الاحتباس الحراري والتغيرات في طبقة الأوزون من بين الموضوعات المتعلقة بالتغييرات المناخية، يليها التلوث البيئي، التصحر وندرة الأمطار والجفاف بنسبة، ومن ثم استنزاف الموارد الطبيعية، وتبعها قطع الأشجار والغابات، وأخيراً تجريف الأراضي الزراعية.

ب. أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل متابعة الجمهور لقضايا التغييرات المناخية عبر صفحات "الفيسبوك" واتجاهاتهم نحوها؛ مما يدل: أنه كلما زادت المتابعة كلما زاد الاتجاه نحوها، لمعرفة آخر المستجدات حول الموضوعات المتعلقة بقمة التغييرات المناخية (COP27) المنعقدة بمدينة شرم الشيخ وكيفية التصدي لها، والتي تتطلب الربط بين البيئة والمجالات المختلفة.

ت. وبينت النتائج وجود بين تعرض الجمهور لنوعية الموضوعات المتعلقة عبر التغييرات المناخية عبر صفحات "الفيسبوك"، ومستوى الوعي بها؛ مما يشير إلى: أنهم أكثر وعياً بالقضية التي يتابعونها في الصفحات عينة الدراسة نظراً لأنها تشكل خطورة على البيئة وحياة الإنسان؛ نتيجة الممارسات السلوكية الضارة ضد البيئة كتوليد الطاقة، وقيام بعض الدول بقطع الأشجار، وحرق الغابات؛ مما يتسبب في انبعاثات غاز ثاني أكسيد الكربون المخزن بداخلها في الجو، وهو ما يؤثر بالسلب على حياة الإنسان والبيئة.

ث. أوضحت النتائج وجود فروق دالة إحصائية بين أشكال تفاعل الذكور والإناث مع الموضوعات المتعلقة عبر التغييرات المناخية عبر صفحات "الفيسبوك"، وفي اتجاه الذكور؛ مما يشير إلى: تأثير المضمون الإخباري في أهمية التفاعلية تفاعلية الجمهور مع الأخبار المقدمة له وتحوله من مستقبل إلى مرسل ومشارك للمعلومات على صفحته الخاصة، كما أن مستوى ثقة الذكور أعلى من الإناث؛ كونهم أكثر جرأة على متابعة تلك الموضوعات، وبالتالي لم تكن المتابعة متساوية بين الجنسين.

كما توصلت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات، من أهمها:

- التأكيد على ضرورة اهتمام المنصات الإخبارية الرقمية بعمل حملات إعلامية لتوعية الجمهور بمخاطر التغييرات المناخية على البيئة وحياة الإنسان، وتحفيزه على تبني السلوكيات السلمية في التعامل مع البيئة، فضلاً عن الاهتمام بتقديم التقارير التي تحث على مواجهة التغييرات المناخية؛ لتشجيع مبادرات المجتمع المدني لمواجهة تلك الظاهرة بأساليب متنوعة، مع الاستعانة بعمل لقاءات مع ضيوف المؤتمر الرسميين المشاركين في المؤتمر والخبراء في الشأن؛ لطرح الأسئلة والحلول المقترحة لمواجهة تلك الظاهرة، مع ضرورة تبني استراتيجيات التسويق الأخضر، وتكثيف الجهود لاتخاذ خطوات سريعة نحو الاستقرار البيئي، وهو ما يعكس أهمية تفاعلية الجمهور مع الموضوعات المتعلقة بتلك الظاهرة، والتي تقوم على إثراء النقاش التفاعلي على الصفحات الإخبارية بين القائمين بالاتصال والجمهور؛ وذلك للوصول

إلى نظريات وتصورات جديدة ومبتكرة في إطار العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام الرقمي.



شكل (8) يوضح الآثار السببية لظاهرة التغيرات المناخية "الجفاف، والتصحر".



شكل (9) يوضح جرافة تدفع الفحم إلى حزام ناقل في محطة جيانغيو للطاقة بمدينة ميانانغ الصينية.

مقترحات بحثية:

- في ضوء الدراسة تقدم الباحثة مجموعة من المقترحات، وهي:
- دور تطبيقات التواصل الاجتماعي في توعية الجمهور بمخاطر القضايا البيئية.
- اتجاهات الجمهور نحو متابعة الآثار الناتجة عن تغييرات المناخ على قنوات "اليوتيوب".

المراجع

- 1- أميرة جمال الدين البشبيش (2023). أطر معالجة مؤتمر التغيرات المناخية (COP27) بالبرامج الحوارية في الفضائيات المصرية الخاصة، بحث منشور في مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر: كلية الإعلام، العدد3، المجلد64، يناير2023م.
- 2- سامح فوزي السيد (2023). تأثير التعرض للمواقع الإخبارية على الوعي بمخاطر التغيرات المناخية لدى الجمهور المصري، بحث منشور في المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري، جامعة بني سويف: كلية الإعلام، العدد14، المجلد5، يناير2023م.
- 3- شيماء أبو مندور (2023). اتجاهات النخبة الأكاديمية المصرية نحو معالجة المواقع الإخبارية الإلكترونية الدولية لمؤتمر قمة المناخ العالمي Cop27، بحث منشور في المجلة العلمية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، العدد25، يناير2023م.
- 4- ريم الشريف (2022). التماس الجمهور المصري للمعلومات حول التغيرات المناخية في مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاته نحو قمة المناخ 2022، بحث منشور في المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، العدد80، الجزء الأول، يونيو2022م.
- 5- نوف الحزامي (2022). دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي والثقافة الخضراء: دراسة مسحية على عينة من طلاب وطالبات جامعة الملك سعود، بحث منشور مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر: كلية الإعلام، العدد1، المجلد63، أكتوبر2022م.
- 6- جيهان عبد الحميد عبد العزيز حنفي (2022). معالجة الإعلام الرقمي لمخاطر التغيرات المناخية، بحث منشور في المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، العدد80، الجزء الأول، يوليو2022م، ص533.
- 7- Ming Liu, and Jingyi Huang (2022). "Climate change" vs. "global warming": A corpus-assisted discourse analysis of two popular terms in The New York Times. *Journal of World Languages*; 8(1): 34–55
- 8 _ Iqbal, Muhammad Z., Asadullah Khan, and Shabir Hussain (2022). "Media Reporting on Climate Change Crisis in Pakistan: Identifying Corrective Strategies." *Information Development, Sage Journals*: 1-12
- 9 _ Ashley Hardaker, Theresa Bodner, Norman Dandy (2022). Tree planting for climate change: Coverage in the UK farming sector press, *Journal of Rural Studies, UK: Sir William Roberts Centre for Sustainable Land Use, Sir William Roberts Centre for Sustainable Land Use, Bangor University: School of Natural Sciences*, p 140-149.
- 10 _ Maran, Daniela Acquadro and Tatiana Begotti (2021). Media Exposure to Climate Change, Anxiety, and Efficacy Beliefs in a Sample of Italian University Students." *International Journal of Environmental Research and Public Health* 18 (2021).
- 11 _ Balarabe, Usman Bello and Yakubu Gambo Hamza (2020). Climate Change: Media Coverage and Perspectives of Climate Change in Kano, Nigeria." *Journal of Energy Research and Reviews* , 6 (2): 11-19, (2020).
- 12- شفرور سهام، حموش عبد الرازق (2020) الوعي البيئي عبر الإعلام الجديد: دراسة تحليلية لعينة من صفحات الجمعيات البيئية الجزائرية على الفيسبوك"، مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم البواقي، الجزائر: جامعة العربي بن مهدي بأم البواقي، العدد7، المجلد2، يونيو2020م، ص247 – 262.

- _13 Wen Shi, Jie Xionng, Changfeng Chen (2019). What Framework Promotes Saliency of Climate Change Issues on Online Public Agenda: A Quantitative Study of Online Knowledge Community Quora”, Sustainability, Vol.11, No.6, 2019, Available at: <https://pubag.nal.usda.gov/catalog/6528601>
- 14 - هبة أحمد رزق سيد (2023). اعتماد الجمهور المصري على الفضائيات الإخبارية العربية في الحصول على المعلومات حول مؤتمر قمة المناخ COP 27 وعلاقته بمستوى معرفته بالتغيرات المناخية، **بحث منشور** في مجلة بحوث العلاقات العامة" الشرق الأوسط"، مصر: الجمعية المصرية للعلاقات العامة، العدد45، يونيو2023م.
- 15 - محمد عبد الغفار عبد الغفار عبد الرحمن (2022). العوامل المؤثرة على تفاعل الجمهور مع التقارير ذات الطابع الاجتماعي عبر المنصات الرقمية للقنوات الأجنبية الناطقة بالعربية، **بحث منشور** في مجلة كلية الآداب، جامعة المنصورة: كلية الآداب، العدد70، المجلد70، يناير2022م.
- 16 - أحمد معيدي (2022). اتجاهات الجمهور نحو التغطية الإخبارية لمواقع التواصل الاجتماعي للمشاريع البيئية في السعودية: الاستمطار أنموذجًا- دراسة مسحية على جمهور مدينة الرياض، **بحث منشور** في مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر: كلية الإعلام، العدد3، المجلد63، يناير2022م.
- 17- محمود محمد أحمد (2022). العوامل المؤثرة على مستويات تفاعل طلبة الجامعة مع برامج صحافة الفيديو عبر مواقع التواصل الاجتماعي، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، جامعة المنيا: كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي.
- 18 Amandeep Kaur ، H. S. 2021Chahal Role of Social Media in increasing Environmental issue Awareness Researchers World – Journal of Arts Science & Commerce
- 19_ Petkovic J, Duench S, Trawin J, Dewidar O, Pardo Pardo J, Simeon R, DesMeules M, Gagnon D, Hatcher Roberts J, Hossain A, Pottie K, Rader T, Tugwell P, Yoganathan M, Presseau J, Welch V. (2021). Behavioural interventions delivered through interactive social media for health behaviour change, health outcomes, and health equity in the adult population. Cochrane Database of Systematic Reviews, Issue 5. DOI: 10.1002/14651858.CD012932.pub2.
- 20- Wondwesen Tafesse, Bronwyn P. Wood (2021). Followers’ engagement with Instagram influencers: The role of influencers’ content andengagement strategy, Journal of Retailing and Consumer, Available at the following link: <http://www.elsevier.com/locate/jretconser>
- 21- روان أحمد عسكر (2021). الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بإدراك مستخدمي هذه الشبكات مخاطر التغيرات المناخية في مصر، **بحث منشور** في مجلة كلية الآداب: جامعة المنصورة: كلية الآداب، العدد69، أغسطس2021م.
- 22 _ Kankanamge, T. Yigitcanlar, and A. Goonetilleke, (2020) ،How Engaging Are Disaster Management Related Social Media Chanel? The case of Australian State Emergency Organizations, International Journal of Disaster Risk Reduction, vol 48.
- 23- وهيبة مسامح، وليدة حدادي (2020). الأبعاد التفاعلية في صفحات الفضائيات الجزائرية الخاصة على موقع الفايبيوك، **بحث منشور** في مجلة المعيار، الجزائر: جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، كلية أصول الدين، المجلد 24، العدد50، جوان2020م، ص390.
- 24- خالد مصطفى حسن (2019). تفاعلية الجمهور مع صفحات القنوات الفضائية المصرية عبر "الفيديوك"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتليفزيون، ص3.

25 Amandeep Kau H. S. Chahal 2019 Role of Social Media in increasing Environmental issue Awareness January Researchers World – Journal of Arts Science & Commerce 9(1):

26 Emelie Oldensjö, (2019). The practice of influencing: How Zero Waste YouTubers try to influence the reduction of waste through online communities.” Master’s thesis, Swedish University of Agricultural Sciences: Faculty of Natural Resources and Agricultural Sciences.2018, Available at: <http://stud.epsilon.slu.se>

27- سامية عواج (2020). التشبيك الاجتماعي وتأثيره على قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري، **بحث منشور في مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجزائر: جامعة قاصدي مرباح، العدد1، المجلد12، أغسطس 2020م.** ص177

28- آلاء ماهر خفاجة (2020). أدوات الاتصال والتفاعل بالشبكات الاجتماعية كمنتج وعملية: دراسة تحليلية على الصفحات الإخبارية أثناء الأحداث المهمة، **بحث منشور في الآداب والعلوم الإنسانية، الملكة العربية السعودية، جامعة الملك عبد العزيز، المجلد28، العدد9، سبتمبر 2020م،** ص194.

29- سامح فوزي السيد (2023). تأثير التعرض للمواقع الإخبارية على الوعي بمخاطر التغيرات المناخية لدى الجمهور المصري، **بحث منشور في المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري، جامعة بني سويف: كلية الإعلام، العدد14، المجلد5، يناير 2023م،** ص516.

30- Oruonye, E. D. (2011). An assessment of the level of awareness of the effects of climate change among students of tertiary institutions in Jalingo Metropolis, Taraba State Nigeria. *Journal of Geography and Regional Planning*, 4(9), 515

31- سحر عبد المنعم محمود (2023). معالجة الصحف الإلكترونية المصرية والأمريكية لموضوعات التغيرات المناخية» COP دراسة تحليلية في ضوء مؤتمر المناخ، **بحث منشور في مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر: كلية الإعلام، العدد65، المجلد2، أبريل 2023م،** ص824.

32- ريم شريف (2022). **مرجع سابق،** ص568.

33- أميرة جمال الدين البشبيش (2023). **مرجع سابق،** ص1573.

34- مصطفى عبد الحي (2022). **مرجع سابق،** ص1541.

35- ريم شريف (2022). **مرجع سابق،** ص567.

36- سمير كيم (2020). دور الفيسبوك في نشر الوعي السياسي لدى الشباب الجزائري، **بحث منشور في مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، ألمانيا: برلين، العدد12، أغسطس 2020م،** ص201.

37- ولاء إبراهيم عقاد (2023). تفاعلية الجمهور مع صفحات الشخصيات النسائية العامة على موقع " فيسبوك"، **بحث منشور في مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، العدد64، المجلد2، يناير 2023م،** ص613.

38 **Smith, Ronald D. (2021) Strategic Planning for Public Relations. (6th Edition). Routledge, 455.**

39- رشيد العزوزي (2022). الإعلام التفاعلي: ثورة في الأنساق التواصلية وابتكار في الممارسة المهنية، **بحث منشور في مجلة الدراسات الإعلامية، ألمانيا، برلين: المركز الديمقراطي العربي، العدد19، المجلد5، مايو 2022م،** ص94.

40- Noha Sabri Mohammed (2022). Media Coverage of the for the of legislation on the protections of Jordanian women's rights on "Facebook" Pages, Research published in the *Journal of Media Studies: The Arab Democratic Center: Berlin, Volume Five, Issue Nineteen, May 2022 AD. pp202.*

- 41 - بدر الدين بن بلعباس (2015). "شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين: الفيسبوك وطلبة جامعة بسكرة نموذجًا"، رسالة ماجستير غير منشورة، الجزائر: جامعة محمد خيضر بسكرة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علم الاجتماع، ص55-57.
- 42 - فاطمة الزهراء كشرود (2022). تفاعلية المستخدم الرقمي وتشكيل الفضاء العمومي، رسالة دكتوراه غير منشورة، الجزائر: جامعة عبد الحميد بن باديس، كلية العلوم الاجتماعية، قسم العلوم الإنسانية "شعبة علوم الإعلام والاتصال، ص27.
- 43 - شيماء الهواري، محمود محمد (2022). دور تطبيقات التواصل الاجتماعي في توعية الشباب بمخاطر الابتزاز الإلكتروني، مقالة رأي منشورة في مجلة الدراسات الإعلامية، ألمانيا: برلين: المركز الديمقراطي العربي، العدد20، المجلد5، أغسطس2022م، ص236.
- 44 Eman Mohamed Ahmed (2023). The role of 'YouTube channels in developing digital education skills, an opinion article published in the Journal of Media Studies, Berlin: The Arab Democratic Center, Issue 22, February 2023 AD, p249.
- 45 Kalsnes, B., Larsson, A. O., Enli, G. S. (2017). The social media logic of political interaction: Exploring citizens' and politicians' relationship on Facebook and Twitter. First Monday, 22(2). <https://doi.org>
- 46 Alrahbani, A. (2013). "al'iielam risalat wamahnatun", altabeat al'uwlaa, Amman , dar 'Osamat lilnashr waltawzie, 100
- 47 - حسن عماد مكاري، ليلي حسين (2016). الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط12، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ص338.
- 48 Dattatray, Sankpal (2015). "Information Needs and information Seeking Behavior in Digital Era." E-Library Science Research Journal 10(3): 1-7
- 49 - حسنين شفيق. (2013). نظريات الإعلام وتطبيقاتها في دراسات الإعلام دراسات الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي، القاهرة: دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، ص229.
- 50 - سحر أحمد أمام (2022). التفاعلية المدركة بين استخدام القنوات الإخبارية للبث المباشر على موقع "الفيسبوك"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة سوهاج: كلية الآداب، قسم الإعلام، ص301.
- 51 Edward M (2000):"Information need and Information seeking Patterns of Rural People in the Northern Province", PHD, Department of information study, Faculty of Arts at the Rand Afrikaans university, Jonesburg university, pp13.
- 52 van Dijck, J. Poell, T. (2013). Understanding social media logic. Media and Communication, volume 1, number 1. Retrieved December 16, 2019, from :
- 53 Peterson, Janet W. (2008). "Networked Generation Youth's Information Seeking Process: An Examination of Cognitive Affective and Physical Information Seeking Behavior and Problem Solving Techniques." PhD, University of North Texas, USAp359.
- 54 Kankanamge, T. Yigitcanlar, and A. Goonetilleke, (2020), How Engaging Are Disaster Management Related Social Media Chanel? The case of Australian State Emergency Organizations, International Journal of Disaster Risk Reduction, vol 48
- 55 Tubachi, Padmavati (2018). Information seeking behavior: An overview." Retrieved June8. Available at the following link: <https://www.researchgate.net>
- 56 Kuhlthau, Carol C(2007). "Reflections on the Development of the Model of the Information Search process (ISP): Excerpts from the Lazerow Lecture,

- University of Kentucky." American Society for Information Science and Technology 33(5): 32-37.
- 57 David Westerman. (2008). How do People Really Seek Information About Others. Journal Of Computer-Mediated Communication, Vol.13. P.754.
- 58 - مي العبد الله (2006). نظريات الاتصال، 1، بيروت: دار النهضة العربية.
- 59 - ريم الشريف (2022). التماس الجمهور المصري للمعلومات حول التغييرات المناخية في مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاته نحو قمة المناخ 2022، بحث منشور في المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، العدد80، الجزء الأول، يونيو2022م، ص615.
- 60 - هبة أحمد رزق سيد (2023). اعتماد الجمهور المصري على الفضائيات الإخبارية العربية في الحصول على المعلومات حول مؤتمر قمة المناخ COP 27 وعلاقته بمستوى معرفته بالتغييرات المناخية، بحث منشور في مجلة بحوث العلاقات العامة" الشرق الأوسط"، مصر: الجمعية المصرية للعلاقات العامة، العدد45، يونيو2023م، ص615.
- 61 - محمود محمد أحمد (2022). العوامل المؤثرة على مستويات تفاعل طلبة الجامعة مع برامج صحافة الفيديو عبر مواقع التواصل الاجتماعي، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة المنيا: كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، ص215.
- 62 - ريم الشريف (2022). التماس الجمهور المصري للمعلومات حول التغييرات المناخية في مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاته نحو قمة المناخ 2022، بحث منشور في المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، العدد80، الجزء الأول، يونيو2022م، ص608.
- 63 - روان أحمد عسكر (2021). الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بإدراك مستخدمي هذه الشبكات مخاطر التغييرات المناخية في مصر، بحث منشور في مجلة كلية الآداب: جامعة المنصورة: كلية الآداب، العدد69، أغسطس2021م، ص1.
- 64 Amandeep Kaur, H.S. Chahal (2018) Role of social media in -increasing Environmental issue Awareness. Journal of Arts, Science, Commerce. Vol.– IX, Issue – 1, January.
- 65 - سامح فوزي السيد (2023). تأثير التعرض للمواقع الإخبارية على الوعي بمخاطر التغييرات المناخية لدى الجمهور المصري، بحث منشور في المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري، جامعة بني سويف: كلية الإعلام، العدد14، المجلد5، يناير2023م، ص493.
- 66 Maran, Daniela Acquadro and Tatiana Begotti (2021). Media Exposure to Climate Change, Anxiety, and Efficacy Beliefs in a Sample of Italian University Students." International Journal of Environmental Research and Public Health 18 (2021).
- 67 Wen Shi, Jie Xionng, Changfeng Chen (2019). What Framework Promotes Saliency of Climate Change Issues on Online Public Agenda: A Quantitative Study of Online Knowledge Community Quora", Sustainability, Vol.11, No.6, 2019, Available at: <https://pubag.nal.usda.gov/catalog/6528601>
- 68 Emelie Oldensjö, (2019). The practice of influencing: How Zero Waste YouTubers try toinfluence the reduction of waste through online communities." Master's thesis, Swedish University of Agricultural Sciences: Faculty of Natural Resources and Agricultural Sciences.2018, Available at: <http://stud.epsilon.slu.se>
- 69 - نوف الحزامي (2022). دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي والثقافة الخضراء: دراسة مسحية على عينة من طلاب وطالبات جامعة الملك سعود، بحث منشور مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر: كلية الإعلام، العدد1، المجلد63، أكتوبر2022م، ص69.

- 70 - عادل صالح (2021). العوامل المؤثرة على أنماط التفاعل مع الأخبار السياسية في صفحتي (فيسبوك Facebook) لصحيفتي "اليوم السابع" و"الوطن"، **بحث منشور** في المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، جامعة القاهرة كلية الإعلام، العدد22، يوليو2021م، ص1.
- 71 - هشام بشير (2022). العدالة المناخية من منظور القانون الدولي، **بحث منشور** في مجلة السياسة والاقتصاد، جامعة بني سويف: كلية السياسة والاقتصاد، العدد15، المجلد16، يوليو2022م، ص345.
- 72 - محمد عبد الغفار عبد الغفار عبد الرحمن (2022). العوامل المؤثرة على تفاعل الجمهور مع التقارير ذات الطابع الاجتماعي عبر المنصات الرقمية للقنوات الأجنبية الناطقة بالعربية، **بحث منشور** في مجلة كلية الآداب، جامعة المنصورة: كلية الآداب، العدد70، المجلد70، يناير2022م، ص1.
- 73 - سامح فوزي السيد (2023). تأثير التعرض للمواقع الإخبارية على الوعي بمخاطر التغيرات المناخية لدى الجمهور المصري، **بحث منشور** في المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري، جامعة بني سويف: كلية الإعلام، العدد14، المجلد5، يناير2023م، ص493.
- 74 Wondwesen Tafesse, Bronwyn P. Wood (2021). Followers' engagement with Instagram influencers: The role of influencers' content and engagement strategy, *Journal of Retailing and Consumer*, A-vailable at the following link: <http://www.elsevier.com>
- 75 -سحر أمام (2022). التفاعلية المدركة بين استخدام القنوات الإخبارية للبت المباشر على موقع "الفيسبوك"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة سوهاج: كلية الآداب، قسم الإعلام، ص301.
- 76 - محمد عبد الغفار عبد الغفار عبد الرحمن (2022). العوامل المؤثرة على تفاعل الجمهور مع التقارير ذات الطابع الاجتماعي عبر المنصات الرقمية للقنوات الأجنبية الناطقة بالعربية، **بحث منشور** في مجلة كلية الآداب، جامعة المنصورة: كلية الآداب، العدد70، المجلد70، يناير2022م، ص1.
- 77 - محمود محمد أحمد (2022). العوامل المؤثرة على مستويات تفاعل طلبة الجامعة مع برامج صحافة الفيديو عبر مواقع التواصل الاجتماعي، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، جامعة المنيا: كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، ص98.
- 78 - روان أحمد عسكر (2021). الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بإدراك مستخدمي هذه الشبكات مخاطر التغيرات المناخية في مصر، **بحث منشور** في مجلة كلية الآداب: جامعة المنصورة: كلية الآداب، العدد69، أغسطس2021م، ص1.
- 79 - كريمة كمال عبد اللطيف (2022). شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز قيم المواطنة والانتماء لدى الشباب الجامعي، **بحث منشور** في المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، العدد81، الجزء الثالث، أكتوبر2022م، ص337.
- 80 - روان أحمد عسكر (2021). الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بإدراك مستخدمي هذه الشبكات مخاطر التغيرات المناخية في مصر، **بحث منشور** في مجلة كلية الآداب: جامعة المنصورة: كلية الآداب، العدد69، أغسطس2021م، ص1.
- 81 - إيمان عبد المنعم خطاب، منية إسحاق إبراهيم (2022). دور صفحات المبادرات الرسمية في زيادة الوعي ودعم الهوية لدى الشباب: دراسة تحليلية ميدانية، **بحث منشور** في المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال: مصر: جامعة الأهرام الكندية، العدد39، ص282.
- 82 - مروى السعيد السيد حامد (2022). دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي بالخدمات الرقمية للمؤسسات الحكومية لدى الجمهور المصري، **بحث منشور** في المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، العدد24، يوليو2022م، ص1.
- 83 - أميرة جمال الدين أبو اليزيد البشبيشي (2023). أطر معالجة مؤتمر التغيرات المناخية COP (27) بالبرامج الحوارية في الفضائيات المصرية الخاصة، **بحث منشور** في مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر: كلية الإعلام، العدد64، المجلد3، يناير2023م، ص155.
- 84 - هبة أحمد رزق سيد (2023). اعتماد الجمهور المصري على الفضائيات الإخبارية العربية في الحصول على المعلومات حول مؤتمر قمة المناخ COP 27 وعلاقته بمستوى معرفته بالتغيرات المناخية، **بحث**

منشور في مجلة بحوث العلاقات العامة" الشرق الأوسط"، مصر: الجمعية المصرية للعلاقات العامة، العدد45، يونيو2023م، ص281.

85 - ولاء إبراهيم عقاد (2023). تفاعلية الجمهور مع صفحات الشخصيات النسائية العامة على موقع "فيسبوك"، بحث منشور في مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، العدد64، المجلد2، يناير203م، ص592.

86 Ashley Hardaker, Theresa Bodner, Norman Dandy (2022). Tree planting for climate change: Coverage in the UK farming sector press, Journal of Rural Studies, UK: Sir William Roberts Centre for Sustainable Land Use, Sir William Roberts Centre for Sustainable Land Use, Bangor University: School of Natural Sciences, p 140-149.

87 - ليلي غروية، سلمي غروية (2017). الأبعاد التفاعلية للمضمون الإعلامي عبر موقع فيسبوك، بحث منشور في مجلة العلوم الإنسانية، الجزائر: جامعة عنابة، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، المجلد2، العدد الثامن، ديسمبر2017م

88 - شفور سهايم، حموش عبد الرازق (2020)الوعي البيئي عبر الإعلام الجديد: دراسة تحليلية لعينة من صفحات الجمعيات البيئية الجزائرية على الفيسبوك"، مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم البواقي، الجزائر: جامعة العربي بن مهيدي بأم البواقي، العدد7، المجلد2، يونيو2020م، ص247 – 262.

89 - حسناء منصور (2022). تأثيرات مشاهدة المحتوى المبدوقراطي بيوتيوب على التفاعل شبه الاجتماعي للشباب السعودي، بحث منشور في المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد24، يناير2022م.

References

1. 'Abu Mandur, S. (2023). aitijahat alnukhbat al'akadimiati almisriati nahw muealajat almawaqie al'iikhbariati al'iiliktruniati alduwaliati limutamar qimat almunakh alealami Cop27, bahath manshur fi almajalat aleilmiati libuhuth alraay aleami, jamieat Alqahira: kuliyyat Al'ielami, 25(2).
2. Alsharif, R. (2022). altimasu aljumphur almisrii lilmaelumat hawl altaghayurat almunakhiati fi mawaqie altawasul alajjtimaeei waitijahatih nahw qimat almunakh 2022, bahath manshur fi almajalat almisriati libuhuth al'ielami, jamieat Alqahira: kuliyyat Al'ielami, 80(2).
3. Hanafi, J. (2022). muealajat al'ielam alraqamii limakhatir altaghayurat almunakhiati, bahath manshur fi almajalat almisriati libuhuth al'ielami, jamieat Alqahira: kuliyyat Al'ielami, 80(3).
4. -- Ming Liu, and Jingyi Huang (2022). "Climate change" vs. "global warming": A corpus-assisted discourse analysis of two popular terms in The New York Times. *Journal of World Languages*; 8(1): 34–55
5. _ Iqbal, Muhammad Z., Asadullah Khan, and Shabir Hussain (2022). "Media Reporting on Climate Change Crisis in Pakistan: Identifying Corrective Strategies." *Information Development, Sage Journals*: 1-12
6. _ Ashley Hardaker, Theresa Bodner, Norman Dandy (2022). Tree planting for climate change: Coverage in the UK farming sector press, *Journal of Rural Studies*, UK: Sir William Roberts Centre for Sustainable Land Use, Sir William Roberts Centre for Sustainable Land Use, Bangor University: School of Natural Sciences, p 140-149.
7. _Maran, Daniela Acquadro and Tatiana Begotti (2021). Media Exposure to Climate Change, Anxiety, and Efficacy Beliefs in a Sample of Italian University Students." *International Journal of Environmental Research and Public Health* 18 (2021).
8. _ Balarabe, Usman Bello and Yakubu Gambo Hamza (2020). Climate Change: Media Coverage and Perspectives of Climate Change in Kano, Nigeria." *Journal of Energy Research and Reviews* , 6 (2): 11-19, (2020).
9. Siham, S. (2020) alwaey albiyyu eabr al'ielam aljadida: dirasat tahlilat laeayinat min safahat aljameiaat albiyyat aljazayiriat ealaa alfayisbuku", *majalat aleulum al'iinsaniati lijameiat Oum El Bouaghi, Aljazayar: jamieat Alearabii Ben M'hidi Oum El Bouaghi*, 7(2). 247 - 262.
10. _- Wen Shi, Jie Xionng, Changfeng Chen (2019). What Framework Promotes Saliency of Climate Change Issues on Online Public Agenda: A Quantitative Study of Online Knowledge Community Quora", *Sustainability*, Vol.11, No.6, 2019, Available at: <https://pubag.nal.usda.gov/catalog/6528601>
11. Abd Alrahman, M. (2022). aleawamil almuathirat ealaa tafa'ul aljumphur mae altaqarir dhat altaabee alajjtimaeei eabr alminasaat alraqamiati lilqanawat al'ajnbatiati alnaatiqat bialearabiati, bahath manshur fi majalat kuliyyat aladab, jamieat Almansurat: kuliyyat aladab, 70(3).

12. Mueidi, A. (2022). aitijahat aljumphur nahw altaghtiat al'iikhbariat limawaqie altawasul alaijtimaeii lilmasharie albiyyat fi alsaeudiat: alaistimtar anmwdhjan-dirasat mashyat ealaa jumhur madinat alriyad, bahath manshur fi majalat albuhuth al'iielamiati, jamieat Al'azhar: kuliyyat al'iielam, 3(1).
13. Amandeep Kaur & H. S. (2021) Chahal Role of Social Media in increasing Environmental issue Awareness Researchers World – Journal of Arts Science & Commerce
14. Petkovic J, Duench S, Trawin J, Dewidar O, Pardo Pardo J, Simeon R, DesMeules M, Gagnon D, Hatcher Roberts J, Hossain A, Pottie K, Rader T, Tugwell P, Yoganathan M, Pesseau J, Welch V. (2021). Behavioural interventions delivered through interactive social media for health behaviour change, health outcomes, and health equity in the adult population. Cochrane Database of Systematic Reviews, Issue 5. DOI: 10.1002/14651858.CD012932.pub2.
15. -- Wondwesen Tafesse, Bronwyn P. Wood (2021). Followers' engagement with Instagram influencers: The role of influencers' content and engagement strategy, Journal of Retailing and Consumer, Available at the following link: <http://www.elsevier.com/locate/jretconser>
16. Kankanamge, T. Yigitcanlar, and A. Goonetilleke, (2020) 'How Engaging Are Disaster Management Related Social Media Chanel? The case of Australian State Emergency Organizations, International Journal of Disaster Risk Reduction, vol 48.
17. Masamih, W. (2020). al'abead altafaeuiliat fi safahat alfadayiyaat aljazayiriati al khasat ealaa mawqie alfayisbuk, bahath manshur fi majalat almieyari, Aljazayar: jamieat Al'amir Abd Alqadir lileulum al'iislamiati, kuliyyat 'usul aldiyn, 50(3).
18. Hasan, K. (2019). tafaeuiliat aljumphur mae safahat alqanawat alfadayiyat Almisriat eabr "alfisbuku", risalat majistir ghasr manshuratin, jamieat Alqahira, kuliyyat al'iielami, qism Alezza waltilifiziyuni.
19. - Amandeep Kau H. S. Chahal 2019 Role of Social Media in increasing Environmental issue Awareness January Researchers World – Journal of Arts Science & Commerce 9(1):
20. 26 Emelie Oldensjö, (2019). The practice of influencing: How Zero Waste YouTubers try to influence the reduction of waste through online communities." Master's thesis, Swedish University of Agricultural Sciences: Faculty of Natural Resources and Agricultural Sciences.2018, Available at: <http://stud.epsilon.slu.se>
21. Awaj, S. (2020). altashbik alaijtimaeiu watathiruh ealaa qiam almuatanat ladaa alshabab aljazayirii, bahath manshur fi majalat albahith fi aleulum al'iinsaniat walaijtimaeiati, aljazayar: jamieat Kasdi Merbah, 1(2)
22. khafaja, A. (2020). 'adawat alaitisal waltafaoul bialshabakat alaijtimaeiat kamuntij waemaliati: dirasat tahliliat ealaa alsafahat al'iikhbariat 'athna'

al'ahdath almuhimati, bahath manshur fi aladab waleulum al'iinsaniati, almalikat alearabiati alsaeudiati, jamieat Almalik Abd Aleaziz, 9(3).

23. -- Oruonye, E. D. (2011). An assessment of the level of awareness of the effects of climate change among students of tertiary institutions in Jalingo Metropolis, Taraba State Nigeria. *Journal of Geography and Regional Planning*, 4(9), 515
24. Mahmud, S. (2023). muealajat alsuhuf al'iiliktruniat almisriat wal'amrikiat limawdueat altaghayurat almunakhiati>> COP dirasat tahliliat fi daw' mutamar almunakhi", bahath manshur fi majalat albuqhuth al'ielamiati, jamieat Al'azhar: kuliyyat Al'ielam, 65(1).
25. kim, S. (2020). dur alfisbuk fi nashr alwaey alsiyasii ladaa alshabab aljazyirii, bahath manshur fi majalat aldirasat al'ielamiati, almarkaz aldiymuqratiya alearabiya, 'Almanya: Berlin, 21(3).
26. Akkad, W. (2023). tafaueiliat aljumuhr mae safahat alshakhsiaat alnisaiyyat aleamat ealaa mawqie " fisbuka", bahath manshur fi majalat albuqhuth al'ielamiati, jamieat Al'azhar, kuliyyat al'ielami, 64(2).
- 27. Smith, Ronald D. (2021) Strategic Planning for Public Relations. (6th Edition). Routledge, 455.**
28. -Al-Azouzi, R. (2022). al'ielam altafaueili: thawrat fi al'ansaq altawasuliya waibtikar fi almuarasat almihniati, bahath manshur fi majalat aldirasat al'ielamiati, 'Almanya, Berlin: almarkaz aldiymuqratiya alearabiya, 19(4).
- 29. 40-Noha Sabri Mohammed (2022). Media Coverage of the for the of legislation on the protections of Jordanian women's rights on "Facebook" Pages, Research published in the Journal of Media Studies: The Arab Democratic Center: Berlin, Volume Five, Issue Nineteen, May 2022 AD. pp202.**
30. -Bel Abbas, B. (2015). "shabakat altawasul aliajtimaeii walhuiat althaqafiat eind altalabat aljamieiyayn: "alfisbuk watalabat jamieat Bisukrat nmwdhjan", risalat majistir ghayr manshuratin, aljazyayr: jamieat Muhammad khaydar Bisukrat, kuliyyat aleulum al'iinsaniat walajjtimaeiati, qism ealam alajjtimae.
31. -kashrud, F. (2022). tafaueiliat almustakhdim alraqmii watashkil alfada' aleumumi, risalat dukturah ghayr manshuratin, Aljazyayr: jamieat Abdelhamid Ben Badis, kuliyyat aleulum alajjtimaeiati, qism aleulum al'iinsania "shuebat eulum al'ielam walaitisali, sa27.
32. -Alhawari, S. (2022). dawr tatbiqat altawasul alajjtimaeii fi taweiat alshabab bimakhatir alaibtizaz al'iiliktruni, maqalat ray manshuratin fi majalat aldirasat al'ielamiati, 'Almanya: Barlin: almarkaz aldiymuqratiya alearabiya, 20(3)
33. Eman Mohamed Ahmed (2023). The role of 'YouTube channels in developing digital education skills, an opinion article published in the Journal of Media Studies, Berlin: The Arab Democratic Center, Issue 22, February 2023 AD, p249.

34. Kalsnes, B., Larsson, A. O., Enli, G. S. (2017). The social media logic of political interaction: Exploring citizens' and politicians' relationship on Facebook and Twitter. *First Monday*, 22(2). <https://doi.org>
35. Alrahbani, A. (2013). "al'ielam risalat wamahnatun", altabeat al'uwlaa, Amman , dar 'Osamat lilnashr waltawzie, 100
36. Mikawi, H. (2016). alaitisal wanazariaatuh almueasiratu, ta12, Alqahira: aldaar Almisriat Allubnaniata.
37. Dattatray, Sankpal (2015). "Information Needs and information Seeking Behavior in Digital Era." *E-Library Science Research Journal* 10(3): 1-7
38. -Shafiq, H. (2013). nazariaat al'ielam watatbiqatuha fi dirasat al'ielam dirasat al'ielam aljaded wama waqie altawasul alaijtimaeii, Alqahira: dar fikr wafanin liltibaeat walnashr waltawziei.
39. Edward M (2000): "Information need and Information seeking Patterns of Rural People in the Northern Province", PHD, Department of information study, Faculty of Arts at the Rand Afrikaans university, Jonesburg university, pp13.
40. van Dijk, J. Poell, T. (2013). Understanding social media logic. *Media and Communication*, volume 1, number 1. Retrieved December 16, 2019, from :
41. Peterson, Janet W. (2008). "Networked Generation Youth's Information Seeking Process: An Examination of Cognitive Affective and Physical Information Seeking Behavior and Problem Solving Techniques." PhD, University of North Texas, USAp359.
42. Kankanamge, T. Yigitcanlar, and A. Goonetilleke, (2020), How Engaging Are Disaster Management Related Social Media Chanel? The case of Australian State Emergency Organizations, *International Journal of Disaster Risk Reduction*, vol 48
43. Tubachi, Padmavati (2018). Information seeking behavior: An overview." Retrieved June8. Available at the following link: <https://www.researchgate.net>
44. Kuhlthau, Carol C(2007). "Reflections on the Development of the Model of the Information Search process (ISP): Excerpts from the Lazerow Lecture, University of Kentucky." *American Society for Information Science and Technology* 33(5): 32-37.
45. David Westerman. (2008). How do People Really Seek Information About Others. *Journal Of Computer-Mediated Communication*, Vol.13. P.754.
46. -Al-Abdullah, M. (2006). nazariaat aliatisali, ta1, Beirut: dar Alnahdat Alearabiati.
47. Amandeep Kaur, H.S. Chahal (2018) Role of social media in -increasing Environmental issue Awareness. *Journal of Arts, Science, Commerce*. Vol.– IX, Issue – 1, January.
48. -Alsayid, S. (2023). tathir altaearud lilmawaqie al'iikhbariat ealaa alwaey bimakhatir altaghayurat almunakhiat ladaa aljumhur almisrii, bahath manshur fi almajalat almisriat libuhuth alaitisal aljamahiri, jamieat Bani Suif: kuliyyat al'ielami, 41(3).

49. Maran, Daniela Acquadro and Tatiana Begotti (2021). Media Exposure to Climate Change, Anxiety, and Efficacy Beliefs in a Sample of Italian University Students.” International Journal of Environmental Research and Public Health 18.(2021)
50. Wen Shi, Jie Xionng, Changfeng Chen (2019). What Framework Promotes Saliency of Climate Change Issues on Online Public Agenda: A Quantitative Study of Online Knowledge Community Quora”, Sustainability, Vol.11, No.6, 2019, Available at: <https://pubag.nal.usda.gov/catalog/6528601>
51. Emelie Oldensjö, (2019). The practice of influencing: How Zero Waste YouTubers try to influence the reduction of waste through online communities.” Master’s thesis, Swedish University of Agricultural Sciences: Faculty of Natural Resources and Agricultural Sciences.2018, Available at: <http://stud.epsilon.slu.se>
52. -Al-Hazami, N. (2022). dawr mawaqie altawasul alaijtimaeii fi nashr alwaey albiyyi walthaqafat alkhadra'a: dirasat mushiat ealaa eayinat min tulaab watalibat jamieat almalik saeud, bahath manshur majalat albuqhuth al'ielamiati, jamieat Al'azhar: kuliyyat al'ielami, 1(2).
53. Salih, A. (2021). aleawamil almuathirat ealaa 'anmat altafaeul mae al'akhbar alsiyasiyat fi safhatay (fisbuk Facebook) lisahifatay "alyawm alsaabieuh wa"alwatun", bahath manshur fi almajalat aleilmiaat libuqhuth al'iidhaeat waltilifizyuni, jamieat Alqahira kuliyyat al'ielami, 22(4).
54. -Bashir, H. (2022). aleadalat almunakhiat min manzur alqanun alduwali, bahath manshur fi majalialt alsiyasat walaiqtisadi, jamieat Bani Suif: kuliyyat alsiyasat walaiqtisadi, 15(3).
55. Wondwesen Tafesse, Bronwyn P. Wood (2021). Followers’ engagement with Instagram influencers: The role of influencers’ content and engagement strategy, Journal of Retailing and Consumer, A-vailable at the following link: <http://www.elsevier.com>
56. -Imam, S. (2022). altafaeuliaat almudrikat bayn aistikhdam alqanawat al'iikhbariat lilbathi almubashir ealaa mawqie "alfisbuku", risalat majistir ghayr manshuratin, jamieat Suhaj: kuliyyat Aladab, qism al'ielami.
57. -Abd Alrahman, M. (2022). aleawamil almuathirat ealaa tafaueul aljumhur mae altaqarir dhat altaabie alaijtimaeii eabr alminasaat alraqamiyat lilqanawat al'ajnaabiyaat alnaatiqat bialearabiati, bahath manshur fi majalat kuliyyat aladab, jamieat Almansurat: kuliyyat aladab, 70(2).
58. -Ahmed, M. (2022). aleawamil almuthrat ealaa mustwyat tafaueul talbat aljamieat mae baramij sahafat alfidyu eabr mawaqie altawasul alaijtimaeii, risalat dukturah ghayr manshuratin, jamieat Alminyia: kuliyyat altarbiyat alnaweiaati, qism al'ielam altarbawi.
59. -Abdel Latif, K. (2022). shabakat altawasul alaijtimaeii wadawruha fi taeziz qiam almuatanat walaintima' ladaa alshabab aljamieii, bahath manshur fi almajalat almisriyat libuqhuth al'ielami, jamieat Alqahira: kuliyyat Al'ielami, 81(2).

60. -Askar, R. (2021). alaietimid ealaa shabakat altawasul alaijtimaeii waealaqatih bi'idrak mustakhdimi hadhih alshabakat makhatir altaghayurat almunakhiat fi masra, bahath manshur fi majalat kuliyyat aladab: jamieat Almansurat: kuliyyat aladab, 69(1).
61. khatab, E. (2022). dawr safahat almubadarat alrasmia fi ziadat alwaey wadaem alhuiat ladaa alshababi: dirasat tahliliatan maydaniatan, bahth manshur fi almajalat alearabiya libuhuth al'ielam walaitisali: masra: jamieat Al'ahram Alkanadiat, 39(4).
62. -Hamid, M. (2022). dawr mawaqie altawasul alaijtimaeii fi nashr alwaey bialkhadamat alraqmiat lilmuasasat alhukumiya ladaa aljumphur almisrii, bahath manshur fi almajalat aleilmiya libuhuth alealaqat aleamat wal'ielani, jamieat Alqahirat: kuliyyat Al'ielami, 24(5).
63. -Al-Bashbishi, A. (2023). 'atur muealajat mutamar altaghayurat almunakhiat COP (27) bialbaramij alhawariat fi alfadayiyaat almisriat alkhasati, bahath manshur fi majalat albuahuth al'ielamiya, jamieat Al'azhar: kuliyyat Al'ielam, 64(4).
64. -Sayed, H. (2023). aietimid aljumphur almisrii ealaa alfadayiyaat al'ikhbariat alearabiya fi alhusul ealaa almaelumat hawl mutamar qimat almunakh COP 27 waealaqatih bimustawaa maerifatih bialtaghayurat almunakhiati, bahath manshur fi majalat buhuth alealaqat aleamati" alsharq al'awst", mas: aljameiat Almisriat lilealaqat aleamati, 45(2).
65. Ashley Hardaker, Theresa Bodner, Norman Dandy (2022). Tree planting for climate change: Coverage in the UK farming sector press, Journal of Rural Studies, UK: Sir William Roberts Centre for Sustainable Land Use, Sir William Roberts Centre for Sustainable Land Use, Bangor University: School of Natural Sciences, p 140-149.
66. -Ghorouba, L. (2017). al'abead altafaeuliat lilmadmun al'ielamii eabr mawqie fisbuk, bahath manshur fi majalat aleulum al'iinsaniya, aljazar: jamieat eanaabat, kuliyyat aleulum al'iinsaniya waleulum alaijtimaeiati, qism eulum al'ielam walaitisal, 8(2).
67. -Mansur, H. (2022). tathirat mushahadat almuhtawaa almiduqrati biutyub ealaa altafaeul shibh alaijtimaeii lilshabab alsaeudii, bahath manshur fi almajalat aleilmiya libuhuth al'iidhaeat waltilifizyuni, jamieat Alqahira, kuliyyat Al'ielami, 24(1).

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

Deputy Editor-in-chief: Dr. Sameh Abdel Ghani

Vice Dean, 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 71 July 2024 - part 2

● 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.