

دور البرامج الحوارية في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو التوعية البيئية

بمخاطر التغير المناخي

إعداد

علاء فاروق حسن محمد

باحثة دكتوراه - كلية الآداب - جامعة أسوان

الملخص العربي:

يعد التغير المناخي مشكلة عالمية، تشمل جميع أنحاء الكرة الأرضية ولا تخص دولة دون غيرها، وتقع خطورة التغير المناخي في تأثيراته الكبيرة على المدى البعيد على الأنظمة الحيوية الطبيعية، لذلك يشهد العالم تغيرات جذرية نتيجة للتغيرات المناخية التي تعد من أخطر التحديات البيئية التي يواجهها العالم خلال تاريخه المعاصر والمتمثلة في الارتفاع العالمي في درجات الحرارة، والدليل على ذلك موجات الحر الشديدة التي أخذت تجتاح بعض المناطق في حين تجتاح الفيضانات والأمطار مناطق أخرى من العالم، ولذا هدفت الدراسة إلى التعرف على دور البرامج الحوارية في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو التوعية البيئية بمخاطر التغير المناخي، والدراسة وصفية اعتمدت على منهج المسح الإعلامي بشقه الميداني، وتم جمع البيانات من خلال أداة الاستبيان، وطُبقت الدراسة على عينة عمدية من متابعي البرامج الحوارية، وتوصلت النتائج إلى الدور الواضح لمضامين البرامج الحوارية من التوعية البيئية بمخاطر التغير المناخي.

الكلمات المفتاحية: البرامج الحوارية - الاتجاهات - التوعية البيئية - التغير المناخي - مخاطر.

English Summary:

The climate change is a global problem that includes all parts of the globe and does not concern one country alone. The danger of climate change lies in its large long-term effects on natural biological systems, so the world is witnessing radical changes. As a result of climate change, which is considered one of the most serious environmental challenges facing the world during its contemporary history, represented by the global rise in temperatures, evidence of this is the severe heat waves that have begun sweeping some areas, while floods and rain are sweeping other areas of the world.

Therefore, the study aimed to identify the role of talk shows in shaping public attitudes towards environmental awareness of the dangers of climate change. The study was descriptive and relied on the media survey approach in its field part. Data was collected through a questionnaire tool. The study was applied to a deliberate sample of talk show followers, and the results were obtained. To the clear role of the content of talk shows in environmental awareness of the dangers of climate change.

Keywords: Talk shows -Attuites - Environmental awareness - Climate change – Risks.

مقدمة:

أصبحت قضية التغير المناخي من أشد قضايا البيئة إلحاحا على المستوى المحلي والدولي لما لها من تداعيات تشكل خطرا يحيط بمستقبل الأجيال القادمة الذين لهم الحق في البقاء في بيئة نظيفة وآمنة، حيث أصبحت التغيرات البيئية التي تتعرض لها الدول النامية هي قضية يتطلب التصدي لها تضافر الجهود الدولية والمحلية^(١).

وقد أدرك الإنسان مؤخرا خطورة تدخله في النظام البيئي، وسلم المجتمع الدولي بأهمية اتخاذ خطوات عملية للحد من تدخل الإنسان في إفساد البيئة، فعقد أول مؤتمر للأمم المتحدة حول البيئة والتنمية (مؤتمر قمة الأرض) الذي أقيم في ريو دو جانيرو عام ١٩٩٢، الذي كان بمثابة نقطة تحول في الطريقة التي ينظر بها إلى البيئة. فقد أقر زعماء العالم جدول أعمال القرن الحادي والعشرين وهو مخطط عمل لتحقيق التنمية المستدامة في القرن الحادي والعشرين. ويقدم جدول أعمال القرن الحادي والعشرين برنامجا تنفيذيا شاملا لتحقيق التنمية المستدامة، ومعالجة القضايا البيئية والإنمائية بطريقة متكاملة على المستويات العالمية والقطرية والمحلية، كما ذكرت اللجنة الحكومية الدولية للتغيرات المناخية (IPCC) أن الأنشطة والسلوكيات البشرية من المرجح أن تكون السبب الرئيسي لحدوث التغيرات المناخية^(٢).

وتعد مصر من أكثر دول العالم الثالث التي سوف تتأثر بمردودات التغيرات المناخية، فقد أكد البنك الدولي في دوراته المنشورة عام ٢٠٠٧م، على أن مصر ضمن (٨٤) دولة شملتها الدراسة تعد من أكثر الدول في العالم تضررا من ارتفاع سطح البحر، حيث تتمثل التحديات الناتجة من التغيرات المناخية على مصر في ارتفاع مستوى سطح البحر، وتأثير المحاصيل الزراعية ونقص موارد المياه، والتأثيرات الصحية، والتأثيرات على السكان والسياحة^(٣).

(١) بشير، هشام (٢٠١٤) التغيرات المناخية كمصدر لتهديد الأمن العالمي بالتطبيق على الحالة المصرية، مجلة أفاق سياسية، المركز العربي للبحوث والدراسات، العدد (٨).

(٢) Shepardson ،D.P ،Niyogi ،D. ،Roy Choudhury ،A. ،& Hirsch ،A. (2012) Conceptualizing climate change in the context of a climate system ، implications for climate and environmental education ،Environmental Education Research ١٨ ، (3) ،pp323-352.

(٣) وحدة التغيرات المناخية (٢٠٢١) مصر وقضية المناخ، وزارة الدولة لشئون البيئة، جمهورية مصر العربية.

لذلك أخذ التغير المناخي يشغل اهتمام العديد من الباحثين، بل والدول والحكومات كذلك، حيث أصبح موضوع التغير المناخي يلاقي اهتماماً متزايداً من قبل الشعوب والحكومات في الدول المتقدمة منذ أوائل السبعينات حين عقد مؤتمر الأمم المتحدة حول البيئة البشرية في ستوكهولم في السويد عام ١٩٣٢م، والذي نتج عنه إنشاء المؤسسات والهيئات العالمية والقومية المعنية بشئون البيئة والمناخ^(١).

ومع التطور السريع وتعقد المجتمعات العربية البسيطة وتشابك مصالح المجتمعات فضلاً عن المصالح الفردية، أدى ذلك إلى تغير نمط الاتصال بين الأفراد وانتشرت وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية، وبعد انتشار الكوارث وحوادث التلوث البيئي وحاجة المجتمعات إلى الأخبار البيئية ومعرفة تأثيرات الكوارث وحوادث التلوث البيئي أدى ذلك إلى ظهور مصطلح "الإعلام البيئي".

ويؤدي الإعلام البيئي دوراً هاماً في نشر وترسيخ الوعي البيئي في المجتمع رغم التحديات والصعوبات التي تواجهه، ويستمد الإعلام مكانته في المجال البيئي انطلاقاً من قدرته الفائقة على حشد الجماهير من مختلف الفئات والشرائح، ومساهمته في غرس الثقافة البيئية التي تهدف إلى تعديل السلوكيات الخاطئة حيال المنظومة البيئية وإحلال أسس سليمة للوعي والثقافة البيئية وصولاً إلى تحقيق التنمية المستدامة.

مشكلة الدراسة:

أصبح التغير المناخي قضية تنموية فهو يهدد بتفاقم معدلات الفقر ويضرب بالنمو الاقتصادي، حيث شهدت جميع القارات الخمسة العقود الماضية تقلبات مناخية كبرى كانت ولا تزال موضوعاً للعديد من الدراسات نحو حدوثها واستمرارها، حيث أصبحت الأرض تخضع ليس فقط للتغيرات المناخية الطبيعية، ولكن أيضاً للتغيرات الناتجة عن الأنشطة البشرية بما يزعزع استقرار الأنظمة البيئية ويتسبب في عدة كوارث طبيعية مدمرة كالأعاصير وذوبان الجليد والفيضانات والجفاف الحاد

(١) قرية، جهاد محمد (٢٠١٥) التغير المناخي، دراسة تحليلية نقدية بين الواقع والحقيقة العلمية، المجلة المصرية للتغير البيئي، مج (٧).

ولذلك أصبح من الضروري تشجيع عمليات تغير الوعي والمعرفة وأنماط الاستهلاك لدى أفراد المجتمع وهذا الذي يمكن تحقيقه من خلال وسائل الإعلام المختلفة، حيث يجب أن تتضمن البرامج الحوارية ثقافة التنمية المستدامة والاستدامة البيئية، حيث تلعب هذه البرامج دورا أساسيا في تشكيل الشخصية المتكاملة للإنسان والتي تمكنه من إدارة التفاعل بينه وبين البيئة بصورة إيجابية حيث يتحمل الإعلام مسئولية تشكيل الوعي البيئي وتغيير موقف الجمهور تجاه أهمية الحفاظ على البيئة، ومن هنا تبلورت مشكلة الدراسة في التساؤل التالي: ما دور البرامج الحوارية في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو التوعية البيئية بمخاطر التغير المناخي؟
أهمية الدراسة:

١. تعد التغيرات المناخية من القضايا الاستراتيجية التي تشغل اهتمامات الدول والأفراد كافة، نظرا لآثارها على البيئة وعلى الإنسان .
٢. تبرز ضرورة القيام بهذه الدراسة في كونها استجابة واقعية للدعوات العالمية القاضية بضرورة رفع مستوى الوعي بالتغيرات المناخية لدى الجمهور المصري وفي مسيرتها لتوجهات الدولة المصرية في الرقي بالمعارف والأنماط السلوكية البيئية والمناخية.
٣. رصد دور الإعلام المتمثل في البرامج الحوارية للتوعية البيئية بمخاطر التغير المناخي.

أهداف الدراسة:

- التعرف على عادات وأنماط مشاهدة الجمهور المصري للبرامج الحوارية ومدى اعتمادهم عليها.
- معرفة أسباب ودوافع إقبال الجمهور المصري على البرامج الحوارية.
- الكشف عن الآثار الناتجة عن مشاهدة البرامج الحوارية في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو التوعية البيئية بمخاطر التغير المناخي من وجهة نظر الجمهور المصري.
- تحديد الإشباعات المتحققة من متابعة الجمهور المصري للبرامج الحوارية التي تناولت التغير المناخي.

الدراسات السابقة:

أولاً: الدراسات المرتبطة بدور البرامج الحوارية في تشكيل وعي واتجاهات الجمهور:

- دراسة احمد محمد ابراهيم الشحات (٢٠٢٤) ^(١) التي تناولت دور البرامج الحوارية التلفزيونية في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري وسلوكياته الاتصالية نحو قضايا التعليم قبل الجامعي، واستهدفت الدراسة التعرف على كثافة مشاهدة عينة من الجمهور المصري لبرامج التاسعة والحكاية ويحدث في مصر، ومدى اعتمادهم عليها في متابعة قضايا التعليم قبل الجامعي، بالإضافة إلى رصد التأثيرات المعرفية والوجدانية لهذا الاعتماد، وتحديد مدى تبنينهم لأطر معالجة هذه البرامج لتلك القضايا. واستندت الدراسة إلى نظريتي تحليل الإطار الإعلامي والاعتماد على وسائل الإعلام في بناء فروض الدراسة. كما اعتمدت على منهج المسح من خلال تطبيق استمارة استبيان على عينة عمدية قوامها أربع مائة مفردة من الجمهور المصري المقيم بمحافظات الدقهلية والقاهرة والجيزة الذين يشاهدون هذه البرامج أو بعضها ممن لا تقل أعمارهم عن ثمانية عشر عاماً. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: كثافة مشاهدة معظم عينة الدراسة لهذه البرامج متوسطة ويعتمدون بدرجة منخفضة عليها في متابعة قضايا التعليم قبل الجامعي - تحققت لدى معظم عينة الدراسة تأثيرات معرفية ووجدانية متوسطة نتيجة اعتمادهم على هذه البرامج في متابعة قضايا التعليم قبل الجامعي - لدى معظم عينة الدراسة اتجاه محايد نحو قضايا التعليم قبل الجامعي، وسلوكياتهم الاتصالية سلبية نحوها - تبنت الغالبية العظمى من عينة الدراسة أطر معالجة هذه البرامج لقضايا التعليم قبل الجامعي - تحققت صحة جميع فروض الدراسة جزئياً عند مستوى معنوية (٠,٠٥%).

(١) احمد محمد ابراهيم الشحات (٢٠٢٤) دور البرامج الحوارية التلفزيونية في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري وسلوكياته الاتصالية نحو قضايا التعليم قبل الجامعي، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

- دراسة سامح فوزى السيد، (٢٠٢٣) ^(١) التي تناولت تأثير التعرض لمواقع الإخبارية على الوعى بمخاطر التغيرات المناخية لدى الجمهور المصري، كما هدفت إلى قياس معد تعرض الجمهور المصري لمواقع الأخبار في متابعة قضايا التغيرات المناخية والتعرف على أهم مواقع الأخبار الأكثر استخداما في متابعة قضايا التغيرات المناخية، وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، حيث اعتمدت على منهج المسح، وطبقت عينة الدراسة على عينة عمدية قوامها ٣٠٠ مفردة من المتابعين للمواقع الإخبارية من الجمهور المصري من سن ١٨-٦٠ عام من الجنسين، وذلك باستخدام صحيفة الاستبيان جمع البيانات المطلوبة، وتوصلت نتائج الدراسة إلى حرص غالبية الجمهور المصري - عينة الدراسة - على متابعة قضايا التغيرات المناخية عبر المواقع الإخبارية "أحيانا" في المرتبة الأولى بنسبة ٧٠،٧%، تليها "دائما" في الترتيب الثاني بنسبة ١٨%، وأخيرا جاءت "نادرا" بنسبة ١١،٣%.

- دراسة أسماء يحيى (٢٠٢١) ^(٢) التي أشارت إلى مصداقية البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية في تناول القضايا المصرية الجارية: دراسة تطبيقية، هدفت الدراسة إلى التعرف على مصداقية البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية في معالجة القضايا الجارية، كما هدفت إلى التعرف على مدى أهمية البرامج الحوارية لدى الجمهور من حيث اعتمادهم عليها في التعرف على المعلومات حول القضايا الجارية ومدى تصديقهم لها، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي بشقيه التحليلي والميداني، حيث استخدمت استمارة تحليل الشكل

(١) سامح فوزى السيد، (٢٠٢٣) تأثير التعرض لمواقع الإخبارية على الوعى بمخاطر التغيرات المناخية لدى الجمهور المصري، المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري، جامعة بنى سويف، كلية الإعلام، العدد، ٤، المجلد ٤،

(٢) أسماء يحيى (٢٠٢١) مصداقية البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية في تناول القضايا المصرية الجارية "دراسة تطبيقية"، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة المنصورة.

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان أبريل (المجلد الأول) ٢٠٢٥

والمضمون؛ والتي طبقت على قناتان عربيتان وهى "برنامج الحكاية والذى يبث على قناة MBC مصر، وبرنامج مصر النهاردة والذى يذاع على الفضائية المصرية، كذلك اعتمدت الدراسة على صحيفة الاستقصاء والتي طبقت على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من طلاب الجامعات المصرية المتابعين للبرامج الحوارية بالفضائيات العربية من المحافظات (القاهرة - الدقهلية)، وتوصلت نتائج الدراسة إلى متابعة المبحوثين للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية "دائماً" في المرتبة الأولى بنسبة ٤٨،٥%، وأحياناً بالمرتبة الثانية بنسبة ٤٦،٣% وأخيراً نارا بنسبة ٥،٣%، وكانت أهم نتائج الدراسة التحليلية أن عناصر الإبراز المستخدمة في البرنامجين محل الدراسة، فكان "المادة الفيلمية المسجلة" في المقدمة بنسبة ٤٨،١%، ثم "الجرائد" في المرتبة الثانية بنسبة ٣٩،٦%، يليها "الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي" بنسبة ٢٦،٣%، وأخيراً "البث المباشر" بنسبة ١٢،٣%.

- دراسة هبه عيسى (٢٠٢٠) ^(١) دور البرامج الحوارية التلفزيونية في تعزيز حرية الرأي والتعبير "في فلك الممنوع" على قناة (فرانس ٢٤) أنموذجاً، حيث هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور البرامج الحوارية التلفزيونية في تعزيز حرية الرأي، برنامج في فلك الممنوع على قناة فرانس ٢٤ أنموذجاً، قامت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وتم الاعتماد على استمارة تحليل المضمون، وتكونت عينة الدراسة من عينة قصدية من جميع حلقات البرنامج الحوارية "في فلك الممنوع" والذي يبث على قناة فرانس ٢٤ ضمن الفترة ما بين ٢٠١٩/٩/٦ إلى ٢٠٢٠/٣/٦ بلغ عدد تلك الحلقات خلال هذه الفترة الزمنية ١٢ حلقة، وتوصلت أهم نتائج الدراسة إلى أن النسبة الأكبر من

(١) هبه عيسى (٢٠٢٠) دور البرامج الحوارية التلفزيونية في تعزيز حرية الرأي والتعبير "في فلك الممنوع" على قناة (فرانس ٢٤) أنموذجاً، قسم الصحافة والإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان أبريل (المجلد الأول) ٢٠٢٥

مواضيع الحلقات كانت اجتماعية، وتلتها الموضوعات الدينية، ومن ثم السياسية فالجنسية، وأن نسبة الذكور ضيوف حلقات برنامج "في فلك الممنوع" كانت تقريبا مساوية لنسبة الإناث، وأن ما نسبته ٧٢% من ضيوف حلقات برنامج "في فلك الممنوع" كانوا من المؤيدين لمضمون الحلقات، والنسبة الأكبر من ضيوف حلقات برنامج "في فلك الممنوع" كانت من الناشطين في حقوق الإنسان ثم من الإعلاميين.

- دراسة عبد الغاني لولو، (٢٠١٩) ^(١) التي أشارت إلى المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة في التلفزيون الجزائري "دراسة تحليلية لحصة البيئة والمجتمع"، وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي اعتمدت على منهج المسح بالعينة، حيث تم اختيار عينة من أعداد حصة البيئة والمجتمع بطريقة قصدية "عينة قصدية"، وكانت مفرداتها جميع أعداد حصة البيئة والمجتمع التي بثت على التلفزيون الجزائري خلال ٢٠١٠ والمقدر عددها بـ ١٩ عددا، حيث جرت عليها عملية التحليل، باستخدام استمارة تحليل المضمون، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن مشكلة التلوث بأنواعه تتصدر قائمة المشكلات البيئية المعالجة، وغلب على طريقة التناول الطابع الرسمي الأحادي والتعريف بجهود الدولة دون إشراك الجمعيات البيئية والمواطن، وقلّة التحليل وطغيان الطابع الإخباري مع محاولة ترسيخ قيم حفظ الطبيعة، وبناء الوعي البيئي.

- دراسة عصام مصطفى وآخرون (٢٠١٩) ^(٢)، التي تناولت تقويم برامج الريبورتاج بقناة الصعيد الفضائية في ضوء تنميتها لأبعاد الثقافة البيئية

(١) عبد الغاني لولو، (٢٠١٩) المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة في التلفزيون الجزائري "دراسة تحليلية لحصة البيئة والمجتمع"، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد ١٠، العدد ٤، صص ٢١٨-٢٢٨.

(٢) عصام مصطفى وآخرون (٢٠١٩) تقويم برامج الريبورتاج بقناة الصعيد الفضائية في ضوء تنميتها لأبعاد الثقافة البيئية للمشاهدين، مجلة العلوم البيئية، معهد الدراسات والبحوث البيئية - جامعة عين شمس، القاهرة.

للمشاهدين، حيث هدفت الدراسة الحالية إلى تقويم برامج الريبورتاج لدى المشاهدين، من أجل ذلك قام الباحثون بإعداد قائمة لقياس أبعاد الثقافة البيئية لبرامج الريبورتاج بقناة الصعيد الفضائية وهي (البعد المعرفي- البعد الوجداني- البعد المهاري السلوكي)، ثم تحليل محتوى برامج الريبورتاج بقناة الصعيد الفضائية في ضوء قائمة أبعاد الثقافة البيئية، وهي (برنامج ريبورتاج - برنامج عالم الاستثمار - برنامج أهل الخير) وهي البرامج الثلاثة موضع الدراسة في الخريطة البرمجية من يناير ٢٠١٩ حتى نهاية شهر مارس ، ٢٠٢٠ ثم تحديد اتجاهات المشاهدين بإقليم شمال الصعيد، وبالتالي يتم وضع تصور مقترح لبرامج الريبورتاج والتعرف على فاعلية هذا التصور المقترح من خلال مقياس للثقافة البيئية، واستخدم الباحثون المنهج الوصفي، معتمدان على أسلوب الدراسات المسحية والأسلوب التحليلي بخطواته وإجراءاته وذلك لتحديد الأهداف الخاصة بالدراسة، وقام الباحثون بقياس أبعاد الثقافة البيئية لمشاهدي قناة الصعيد الفضائية وكان عدد عينة الدراسة ٩١ مفردة من مواطني شمال الصعيد ثم استخدم الباحثون المنهج الشبه التجريبي حيث تم الاعتماد على المجموعة التجريبية الواحدة (التطبيق القبلي - التطبيق البعدي) حيث تعرض الباحثون إلى مقياس أبعاد الثقافة البيئية قبل تطبيق البرنامج وأبعاده لقياس أثر المتغير المستقل على المتغير التابع (الثقافة البيئية) بأبعادها، قام الباحثون بإعداد مقياس للثقافة البيئية لتطبيقه على متابعي قناة الصعيد الفضائية وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود فروق في فاعلية البرنامج المقترح لبرامج الريبورتاج والداعم لتنمية أبعاد الثقافة البيئية للمشاهدين، كذلك وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط القياسين القبلي والبعدي لصالح القياس البعدي.

ثانياً: الدراسات المرتبطة بالبيئة والتغير المناخي في مجال الإعلام:

- دراسة مارلين فوزي حبيب (٢٠٢٣) ^(١) التي تناولت أطر المعالجة الاعلامية لقضية التغير المناخي في المواقع الصحفية والاذخارية : دراسة تحليلية مقارنة، تهدف الدراسة إلي التعرف علي أبعاد وجوانب قضية التغير المناخي التي تعتمد عليها مواقع الدراسة، والتعرف علي المصادر الصحفية التي تعتمد عليها مواقع الدراسة في الحصول علي المعلومات حول قضية التغير المناخي، كما تهدف إلي التعرف علي اتجاه المعالجة المستخدمة في المواقع الاذخارية والصحفية محل الدراسة، وتنتمي هذه الدراسة إلي الدراسات الوصفية، كما تعتمد هذه الدراسة علي منهج المسح الإعلامي، واختارت الباحثة عينة الدراسة التحليلية بالاعتماد علي تحليل أطر المواضيع التي تناولت تلك القضية والتي تم نشرها في المواقع الإذخارية وهي (موقع سكاى نيوز، موقع العربية)، والمواقع الصحفية وهي (موقع المصري اليوم ، موقع اليوم السابع) خلال فترة ما بين ٢٠٢١/٢/١ إلي ٢٠٢١/٤/٣١ كما استخدمت أداة تحليل المضمون. ونتائج الدراسة: وجود تنوع في أبعاد وجوانب قضية التغير المناخي التي اعتمدت عليها المواقع الصحفية والإذخارية عينة الدراسة في تغطيتها لقضية التغير المناخي، حيث جاء زيادة استخدام الطاقة المتجددة في المرتبة الأولى بنسبة ٢٤،٦ %، ثم جاءت تخفيض انبعاثات الغازات الدفينة في المرتبة الثانية بنسبة ٢٠،٦ % . وجود فروق ذات دلالة إحصائية في أطر المعالجة الإعلامية بين المواقع الصحفية والإذخارية عينة الدراسة، من حيث آليات التأطير المستخدمة.

(١) المدني، مارلين فوزي حبيب فرج الله.(٢٠٢٣). أطر المعالجة الاعلامية لقضية التغير المناخي في المواقع الصحفية والاذخارية : دراسة تحليلية مقارنة . (رسالة ماجستير غير منشورة) . جامعة المنصورة. كلية الآداب. قسم الاعلام.

- ليلي رمضان عبد اللاه (٢٠٢٣) ^(١) التي تناولت نموذج وقائي مقترح لاتصالات العلاقات العامة الحكومية في بناء الوعي بمواجهة الأزمات والكوارث المجتمعية: دراسة تطبيقية، تهدف هذه الدراسة إلي معرفة الدور الاتصالي للمؤسسات الحكومية وأجهزة العلاقات العامة بها في بناء الوعي بكيفية مواجهة الأزمات المجتمعية، وذلك بالتركيز على الأزمات المرتبطة بالبيئة والتغيرات المناخية وتأثيراتها المجتمعية، ودراسة الدور الرسمي للمؤسسات المعنية بالوعي البيئي، ويأتي هذا مع توجه العالم كله لمواجهة أزمات المناخ وتأثيراتها، وكون مصر مستضيفة لمؤتمر المناخ COP27، واستخدمت الباحثة منهج دراسة الحالة حيث تستهدف التعرف علي أبرز الأنشطة الاتصالية الحكومية التي تقوم بها المؤسسات مجتمع الدراسة في بناء الوعي بمخاطر الأزمات والكوارث البيئية، بهدف تقديم نموذج مقترح في المجال وللوصول إلي نتائج الدراسة وأهدافها، كما استخدمت الباحثة أداة المقابلة بالتطبيق علي ٢٠ من المسؤولين بإدارات العلاقات العامة والإعلام والأزمات بالهيئة العامة للاستعلامات وجهاز شئون البيئة، بجانب التحليل الكيفي للمواد التي تم الحصول عليها خلال المقابلة، وكذلك استخدمت الباحثة استمارة الاستبيان والتي تم تطبيقها علي الجمهور العام لمعرفة وقياس مدي وعي الجمهور بالأزمة، وبلغت عينة الدراسة (٤٥٠) مبحوثاً من الذكور والإناث، ونتائج الدراسة: اهتمام وزارة البيئة بوعي الجماهير بأزمة التغيرات المناخية وأضرارها السلبية، إلي جانب تركيزها علي المبادرات التي تسعى من خلالها الحفاظ علي البيئة - يمارس الاتصال الحكومي بشكل فعال في المؤسسات مجتمع الدراسة، ويظهر ذلك من خلال الأنشطة الاتصالية التي يتم القيام بها بالهيئة العامة للاستعلامات كالمحاضرات التي

^(١) رشوان، ليلي رمضان عبد اللاه حسن. (٢٠٢٣). نحو نموذج وقائي مقترح لاتصالات العلاقات العامة الحكومية في بناء الوعي بمواجهة الأزمات والكوارث المجتمعية: دراسة تطبيقية. (رسالة ماجستير غير منشورة) . جامعة المنصورة. كلية الآداب. قسم الإعلام.

يعقدها قطاع الإعلام الداخلي للتوعية بالأزمات، وورش العمل والحلقات النقاشية، إلي جانب المبادرات وإقامة المعارض، والإصدارات التي تصدرها الهيئة بمختلف اللغات للتوعية وتوزع بشكل مجاني علي الجماهير، وكذلك الأنشطة التوعوية التي يهتم بها جهاز الدولة لشئون البيئة من خلال منصات التواصل الاجتماعي المختلفة كالفيديوهات المنشورة علي الصفحات الرسمية، إلي جانب الندوات وورش العمل والقوافل البيئية .

– دراسة (2021) ⁽¹⁾ R.P. Singh ، Durga Sharma،Doris D´Souza

التي تناولت مقارنة فعالية الأساليب التعليمية في تنمية الوعي البيئي لدى طلاب المدارس، وهدفت هذه الدراسة إلي مقارنة فعالية مناهج التعلم الذاتي والوسائل السمعية والبصرية والأنشطة التعليمية الممتعة بين طلاب المدارس في باتنا؛ عاصمة ولاية بيهار في الهند لتطوير الوعي البيئي. شمل المشاركون في الدراسة ١٤٤ طالبًا تم اختيارهم عشوائيًا (٧٢ فتاة، ٧٢ فتى) من ثماني مدارس مختلفة في باتنا. خلال برنامج التوعية البيئية الذي استمر أسبوعًا، تم توجيه الطلاب باستخدام طرق التدريس الثلاثة المذكورة أعلاه، تم تحليل البيانات باستخدام الانحدار الخطي، تم إجراء الانحدار للقضاء على تأثير درجات القدرة العقلية العامة (GMA). وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: تشير النتائج إلى التفوق العام لنهج النشاط الممتع على الأساليب الأخرى التي تم اختبارها في هذه الدراسة. ومع ذلك كان اكتساب الوعي كبيرًا بين الطلاب ذوي GMA المرتفع عندما يتم توجيههم من خلال النهج السمعي البصري.

(¹) D´Souza, Doris., Singh, Durga Sharma, R. P. (2021), Comparing Efficacy of Instructional Approaches to Develop Environmental Awareness Among School Students, SAGE Open, vol.4,4.

- دراسة منى فؤاد (٢٠٢٠) ^(١) التي تناولت دور الصحافة الإلكترونية والبرامج التلفزيونية في نشر الوعي البيئي لدى الجمهور المصري: دراسة تطبيقية. وهدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور الصحافة الإلكترونية والبرامج التلفزيونية في نشر الوعي البيئي. تعد هذه الدراسة من الدراسات والبحوث الوصفية التي تستهدف وصف المواقف أو الظواهر أو الأحداث وجمع الحقائق الدقيقة عنها بهدف تحديد الظاهرة أو الموقف أو الحدث تحديداً دقيقاً ورسم صورة متكاملة له تتسم بالواقعية أو الدقة، وتستخدم هذه الدراسة المنهج الكمي في دراسات تحليل المضمون Content Analysis. ويعد التحليل الكمي من أبرز سمات تحليل المضمون حيث يتيح هذا المنهج للباحث استخدام الطرق والأساليب الإحصائية التي تهيئ إلى وجود تبويب وتصنيف للفئات وجدولة للوحدات وقياسها والتعبير عن نتائجها بقيم عددية تهدف إلى التحقق من الموضوعية والتقليل من أخطاء التحيز، وقد اعتمد التحليل الكمي لهذه الدراسة على أسلوب تحليل المضمون المتبع في الدراسات الإعلامية المعنية بمضامين المادة الإعلامية ويعد هذا المنهج من بين أهم الأساليب المستخدمة في بحوث ودراسات الاتصال والإعلام. ويعرف تحليل المضمون على أنه أسلوب البحث الذي يهدف إلى الوصف الكمي والموضوعي والمنهجي للمحتوى الظاهر في العملية الاتصالية والإعلامية ومجتمع الدراسة التحليلية لهذه الدراسة التحليلية لهذه الدراسة يشمل بعض الصحف الإلكترونية والقنوات الفضائية. وتم اختيار صحيفة الجمهورية أون لاين، وصحيفة اليوم السابع والفضائية المصرية (فضائية حكومية)، دي إم سي (فضائية خاصة) تشمل عينة الدراسة مسح شامل لكل الموضوعات المتعلقة بالوعي البيئي. وتحددت الفترة الزمنية الممتدة في الفترة من ٢٠٢٠/١/١ إلى ٢٠٢٠/٣/٣١. حيث تم إطلاق الحملة (اتحضر

^(١) موافى، منى فؤاد. (٢٠٢٠). دور الصحافة الإلكترونية والبرامج التلفزيونية في نشر الوعي البيئي لدى الجمهور المصري: دراسة تطبيقية. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة المنصورة. كلية الآداب. قسم الإعلام.

للأخضر) خلال شهر يناير من خلال إعلان وزيرة البيئة عنها في مجلس النواب والتي تستهدف نشر الوعي البيئي خلال ثلاث سنوات بداية من يناير ٢٠٢٠.

- دراسة محمد العنزي (٢٠١٩) ^(١) التي تناولت دور الصحافة الكويتية في التنقيف البيئي: دراسة ميدانية لدور وسائل الإعلام في بناء الوعي البيئي على عينة من أعضاء هيئة التدريس بجامعة الكويت، هدفت الدراسة إلى القاء الضوء على المشاكل البيئية وضرورة مواجهتها من خلال وسائل الإعلام المقروءة، ووضع استراتيجية صحفية تسهم في زيادة التنقيف البيئي لدى المجتمعات المحلية وإبراز أهمية تدريب الصحفيين العاملين في مجال البيئة. واستخدمت منهجاً وصفيًا وتحليليًا ومنهج تحليل المضمون حيث اختيرت هذه الصحف وهي (صحيفة الرأي، وصحيفة الجريدة، وصحيفة القبس، وصحيفة الأنباء) لعدة أسباب منها: أنها أقدم الصحف الكويتية التي ما زالت تصدر وتشكل القاعدة الرئيسية للصحف الكويتية وسحبت منها عينة عشوائية من هذه الصحف خلال الأشهر الأخيرة من عام ٢٠١٦. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أنه على الرغم من كثافة نسبة المادة البيئية المنشورة في الصحف الكويتية لكنها لا تهتم نوعياً بمشكلة البيئة بتناسب وحجم هذه المشكلة ووزنها وأهميتها وآثارها في حياة الفرد والمجتمع ولكنها أسهمت بقدر ملموس في توسيع دائرة الإحساس بالمشاكل البيئية في موضوعات التحرير العلمي البيئي. وأوصت الدراسة بالتركيز على نشر صور موضوعية في المقام الأول، مع تأكيد ضرورة نشر صور مختارة عالية الجودة والوضوح والدقة وملونة وتحسين نوع المعالجة الإعلامية التي تقوم بها الصحافة الكويتية من خلال تناولها لقضايا البيئة ومشكلاتها.

(١) العنزي ، محمد حسين محمد علي طاهر. (٢٠١٩). دور الصحافة الكويتية في التنقيف البيئي: دراسة ميدانية لدور وسائل الإعلام في بناء الوعي البيئي على عينة من أعضاء هيئة التدريس بجامعة الكويت . (رسالة دكتوراة غير منشورة). جامعة مدينة السادات: معهد الدراسات والبحوث البيئية. قسم مسوح الموارد الطبيعية في النظم البيئية.

- دراسة محمود أحمد محمد (٢٠١٩) ^(١) التي تناولت معالجة الصحافة العربية والدولية للأزمات والكوارث البيئية: دراسة مقارنة، وهدفت الدراسة إلى الوقوف على مدى اهتمام الصحافة العربية والدولية (موضوع الدراسة) بمعالجة الأزمات والكوارث البيئية، والتعرف على نوعية وأنماط المعالجات الصحفية، المرتبطة بها، ودرجة اهتمامها بها، وأسلوب تناولها خلال فترة الدراسة، استخدم الباحث منهج المسح الإعلامي، وذلك للتوصل إلى بيانات ومعلومات عن الظاهرة موضع الدراسة، وجري استخدام هذا المنهج بشقيه الوصفي والتحليلي، لتقويم معالجة الصحف العربية والدولية للأزمات والكوارث البيئية، كما استخدم الباحث المنهج المقارن أو أسلوب المقارنة المنهجية، لتحديد أوجه الشبه والاختلاف في معالجة قضايا البيئة الناشئة عن الأزمات والكوارث البيئية في صحف الدراسة، والكشف عن نوعية المعالجات الصحفية التي سادت هذه القضايا، وكذا أسلوب المسح لعينة من الصحفيين (القائمون بالاتصال) في بعض الصحف المصرية. وتمثلت عينة الدراسة التحليلية في جريدة الأهرام (الطبعة العربية)، الصادرة عن مؤسسة الأهرام الصحفية، جريدة الشرق الأوسط، التي تصدر في لندن عن شركة نشر تملكها المجموعة السعودية للأبحاث والتسويق، مجلة نيوزويك الأمريكية (الطبعة العربية) ، في الفترة من (٢٠٠٠- وحتى ٢٠١٤م)، واعتمد الباحث في اختياره لهذه الصحف على دورية الصدور (يومية للجريدتين- أسبوعية للمجلة)، كما أن الفترة المحددة شهدت الكثير من الأزمات والكوارث البيئية. وتمثلت عينة الدراسة الميدانية في الصحفيون موضوع الدراسة (٧٥ صحفياً من المهتمين بقضايا البيئة في صحيفة الأهرام ومكتب صحيفة الشرق الأوسط بالقاهرة)، والقراء (١٥٠ من القراء المصريين والعرب). ونتائج

(١) عبد الكريم، محمود أحمد محمد. (٢٠١٩). معالجة الصحافة العربية والدولية للأزمات والكوارث البيئية : دراسة مقارنة . (رسالة دكتوراه ، غير منشورة). جامعة عين شمس. معهد الدراسات والبحوث البيئية. قسم العلوم التربوية والإعلام البيئي.

الدراسة: لم تهتم صحف الدراسة بقدر كاف بمعالجة الأزمات والكوارث البيئية على صفحاتها، يدل على ذلك النقص الواضح في عدد المواد التحريرية التي تناولت الأزمات والكوارث البيئية، قياسا بطول مدة الدراسة - لم تختلف نسبة معالجة صحف الدراسة للأزمات البيئية عن معالجتها للكوارث البيئية، ولم تكشف النتائج عن فرق واضح في المعالجة، وهو ما يشير إلى عدم اهتمام صحف العينة بمعالجة وافية لتلك الأزمات والكوارث - لم تهتم الصحافة العربية والدولية، بمعالجة الأزمة البيئية قبل حدوثها، أو حتى التمهيد لها، أو تقديمها بشكل توعوي للقراء بشكل كافٍ؛ وهو ما يشير إلى وجود خلل يتعين إصلاحه، وإعطاء الأهمية اللازمة للأزمات والكوارث البيئية في جميع مراحلها - اعتماد الصحافة العربية والدولية في إبراز القضايا البيئية المرتبطة بالكوارث، على تلك الموضوعات، منفصلة دون أن يكون بينها رابط، وقد خلت الموضوعات المشار إليها في معظمها، من تناول أسباب ونتائج الكوارث البيئية، والتحذير من عواقبها على المدى القريب والبعيد، والتنبؤ بطبيعة مخاطرها مستقبلا - واتضح من النتائج أن هذه الموضوعات، التي تتناول الأزمات والكوارث البيئية، لا تحظى بالإبراز الكافي - يرى أغلبية القراء أن صحف الدراسة تكتفي بإثارة الأزمات والكوارث البيئية دون أن تقدم حلولاً مقترحة.

- دراسة أمل أحمد حسن عبد المجيد (٢٠١٨) ^(١) التي تناولت معالجة الخبرية للقضايا والاتفاقات الدولية الخاصة لمواجهة التغيرات المناخية: (دراسة تحليلية مقارنة بين الصحافة المصرية والبريطانية)، تهدف الدراسة إلى التعرف على كيفية معالجة كل من الصحف المصرية والبريطانية لقضايا التغيرات المناخية

(١) العزب، أمل أحمد حسن عبد المجيد. (٢٠١٨). لمعالجة الخبرية للقضايا والاتفاقات الدولية الخاصة لمواجهة التغيرات المناخية: دراسة تحليلية مقارنة بين الصحافة المصرية والبريطانية (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة عين شمس. كلية الدراسات العليا والبحوث البيئية. قسم العلوم التربوية والإعلام البيئي.

من خلال عرضها للاتفاقيات الدولية، والتعرف علي أوجه الاتفاق والاختلاف بينهما في معالجة هذه القضية، كما تهدف إلي التعرف علي الاشكال الصحفية المستخدمة في الصحيفتين، وعرض قضايا التغيرات المناخية والاتفاقيات الدولية الخاصة بها من خلال المعالجة الخبرية، استخدمت الدراسة المنهج المسحي قامت الباحثة باستخدام المنهج المسحي بشقيه الوصفي والتحليلي كما استخدمت الأسلوب المقارن وإجراء المقارنات الكمية والكيفية، لتحديد أوجه الشبه والاختلاف في معالجة قضية التغيرات المناخية في كلٍ من الصحف المصرية والبريطانية ، واستخدمت الباحثة أداة تحليل المحتوى (الشكل والمضمون) ، واحتوت عينة الدراسة علي عدد (٩٨) صحيفة من الصحف المصرية المتمثلة في جريدة الأهرام والصحف البريطانية المتمثلة في جريدة التايمز. وتوصلت نتائج الدراسة: أوضح تحليل الشكل للجريدتين أن القالب الصحفي الأكثر استخداما هو "الخبر الصحفي" وتميزت جريدة التايمز باستخدام مختلف القوالب الصحفية بنسب مختلفة - تركز استخدام الجريدتين علي الرسوم التوضيحية كوسائط مساعدة عند تناولها لقضية التغيرات المناخية - تركز موقع نشر القضية في الجريدتين علي الصفح الداخلية أكثر من تناولها علي الصفحة الاولي في الجريدة - اقتصرت جريدة الاهرام علي نشر القضايا البيئية يوم واحد في الاسبوع بينما تتناول جريدة التايمز الاخبار البيئية علي طوال مدي الاسبوع ماعدا يوم واحد - علي الرغم من أن الجريدتين لديهم صفحة مخصصة للبيئة إلا أنه لم يقتصر نشر القضية في الصفحة المخصصة للبيئة فقط بل تم نشرها في صفح آخري - وأوضح تحليل المضمون تركيز الجريدتين علي المندوب الصحفي في مصدر المعلومة بنسب متقاربة بين جريدة الاهرام والتايمز - أظهرت النتائج تنوع جريدة التايمز عند نشرها قضية التغيرات المناخية في اماكن مختلفة علي الصفحة، بينما جاء نشر القضية في جريدة الاهرام في اماكن محددة.

- دراسة نصر الدين عثمان (٢٠١٨) ^(١) التي أشارت إلى توظيف الإعلام الجديد في نشر الوعي بقضايا التنمية المستدامة: الوعي البيئي أنموذجاً دراسة ميدانية، تناول الباحث دراسة تطبيقية على عينة من الإعلاميين في الفترة من يناير ٢٠١٦ حتى ديسمبر ٢٠١٦، واستخدم المنهج الوصفي التحليلي لتجميع الحقائق ثم مقارنتها وتحليلها وتفسيرها للوصول إلى نتائج مقبولة. واستخدم مسح أساليب الممارسة بالنسبة للممارسين للإعلام بأنواعه المختلفة باعتبارهم هم الأكثر قدرة على تقديم الفائدة للبحث. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: كانت أهم نتائج البحث أن ٦٤,١% من مجتمع البحث يروا أن الإعلام الجديد لم يوظف في مجال التوعية البيئية، و٢٦% من نفس المجتمع يرون أنه وُظف إلى حد ما ١٠% يرون أنه تم توظيف الإعلام الجديد في مجال التوعية البيئية و٤٧,٢% من مجتمع البحث موافقون أن الإعلام الجديد مقصر في نشر الوعي بالمشكلات البيئية، و٢٣% موافقون بشدة على أن هناك تقصيراً. يُلاحظ أن مجموع من وافق إجمالاً يصل إلى ٧٠% وهي نسبة عالية تؤكد أن المؤسسات البيئية المصرية لم تهتم بالإعلام الجديد كما يجب. ٤٩,٣% مجتمع البحث يوافقون أن ما ينشر في الإعلام المصري عن البيئة وحمائتها لا يتناسب وأهميتها، وذكر ٣٠% أنهم موافقون بشدة، يُلاحظ أن حوالي ٧٩% يوافقون إجمالاً على أن ما ينشر في الإعلام المصري عن البيئة وحمائتها لا يتناسب وأهميتها، وجاءت أهم توصيات البحث: ١. رفع مستوى الوعي عبر الحملات الإعلامية التي تستهدف رفع الوعي البيئي بأهمية التعامل الجيد معها من خلال إشراك المؤثرين في الإعلام الجديد في حملات التوعية. ٢. ضرورة الاهتمام بمحو الأمية الثقافية للمرأة الريفية لتلعب دوراً هاماً في ترشيد استخدام مصادر

(١) عثمان، نصر الدين عبد القادر. (٢٠١٨). توظيف الإعلام الجديد في نشر الوعي بقضايا التنمية المستدامة: الوعي البيئي أنموذجاً- دراسة ميدانية. مجلة بحوث العلاقات العامة بالشرق الأوسط. الجمعية المصرية للعلاقات العامة. ١(١٥). ص ١٥٧-١٩٦.

الثروة وإعادة تدوير المخلفات والقضاء على التلوث الصحي والبيئي. ٣.
الترويج لموضوع حماية البيئة، أصبح ضرورة تفرضها تطورات العصر
الراهن، وذلك بالاهتمام بالوسائل الاتصالية الجديدة في زيادة إرسال الرسالة
البيئية وصولاً لمجتمع واع بالقضايا البيئية وضرورة حمايتها.

باستعراض الدراسات السابقة يتضح ما يلي:

• أوجه الاتفاق:

- اتفقت الدراسات السابقة على استخدام المنهج الوصفي بشقيه التحليلي
والميداني، وتتفق هذه الدراسة مع الدراسات السابقة في استخدام المنهج
الوصفي التحليلي كمنهج للتحقق من نتائج الدراسة الحالية.
- استنتاج ووضع الأهمية النظرية والتطبيقية للدراسة بطريقة دقيقة.

• أوجه الاختلاف:

- اختلفت وتعدت العينة الميدانية والتحليلية التي اعتمدت عليها الدراسات
السابقة فيما بينها، ولكن طبقت الدراسة الحالية على عينة طبقت على
برنامجين حواريين (المصري أفندي - الحكاية) على قناتي " القاهرة والناس
- إم بي سي مصر".
- الأهداف التي رصدتها الدراسات السابقة فيما بينها، بينما هدفت الدراسة
الحالية إلى دور البرامج الحوارية في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري
نحو التوعية البيئية بمخاطر التغير المناخي، وهذا ما لم تتناوله أيا من
الدراسات السابقة.

• أوجه الاستفادة:

- تحديد مشكلة الدراسة تحديداً دقيقاً وصياغتها بشكل واضح، مما ساعد على
استنباط منهج الدراسة بشكل سليم.
- صياغة فروض وتساؤلات الدراسة بشكل علمي يحقق الأهداف التي تسعى
إليها.

تساؤلات الدراسة:

- ما عادات وأنماط مشاهدة الجمهور المصري البرامج الحوارية ومدى اعتمادهم عليها؟
- ما أسباب ودوافع إقبال الجمهور المصري على البرامج الحوارية؟
- ما مخاطر التغيير المناخي من وجهة نظر الجمهور المصري؟
- ما الإشباكات المتحققة من متابعة الجمهور المصري للبرامج في متابعة قضايا التغيير المناخي؟
- ما التأثيرات المعرفية والوجدانية الناتجة عن متابعة الجمهور المصري للبرامج الحوارية التي تناقش قضايا التغيير المناخي
- فروض الدراسة:
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مشاهدة الجمهور المصري للبرامج الحوارية والمتغيرات الديموغرافية.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين دوافع مشاهدة الجمهور المصري للبرامج الحوارية والإقبال عليها.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات عينة الدراسة نحو التغيير المناخي ومعدل تعرضهم للبرامج الحوارية.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مشاهدة الجمهور المصري للبرامج الحوارية واعتمادهم عليها والتأثيرات المعرفية والوجدانية الناتجة عنها.

مفاهيم البحث:

١- البرامج الحوارية:

هي برامج تتخذ قوالب فنية مختلفة منها المقابلات والندوات والمناقشات وتذاع على الهواء مباشرة وتستهدف إلقاء الضوء على الموضوعات والقضايا المهمة للمجتمع وتتنوع تلك القضايا ما بين (سياسية، اقتصادية، اجتماعية، بيئية، صحية، دينية)، باستضافة المسؤولين والمتخصصين والجمهور وتتيح للجمهور فرص

المشاركة إما بالحضور داخل الإستوديو أو بالاتصالات الهاتفية أو البريد العادي أو البريد الإلكتروني لطرح آرائهم وقضاياهم^(١).

وهي أيضا البرامج التي يستضيف فيها المذيع ضيف معه في البرنامج ويحاوره، مخاطبا جمهور المستمعين أو المشاهدين من خلال مادة هادفة سواء كانت صوتية أو مصورة تقدم من خلال الإذاعة أو التلفزيون ضمن فترة البث، وتتميز في لحن المقدمة والنهاية والزمن المحدد لعرضها وموعد عرضها علي الجمهور أيضاً^(٢).

ويمكن للباحث وضع تعريفاً إجرائياً للبرامج الحوارية: هي برامج نقاشية تستهدف إلقاء الضوء على موضوعات وقضايا متنوعة هامة تؤثر في المجتمع وتتناثر به، وذلك من خلال استضافة المسؤولين والمتخصصين والخبراء، من أجل تقديم ما يعرفونه من معلومات والتعبير عن آرائهم حول تلك القضايا والموضوعات، وبثها للجمهور المستهدف بهدف توعيته وتنقيفه وإرشاده وتوجيهه بها بالاعتماد على الأسلوب جذاب ومشوق.

٢- التوعية البيئية:

تعرف بأنها: "البرامج أو النشاطات التي توجه للناس عامة أو لشريحة معينة بهدف توضيح وتعريف مفهوم بيئي معين أو مشكلة بيئية لخلق اهتمام وشعور بالمسؤولية، وبالتالي تغيير اتجاههم ونظرتهم وإشراكهم في إيجاد الحلول المناسبة"^(٣).

(١) ماريان إيليا (٢٠١٩)

(٢) محمد الجعفيري www.alroqey.com

(٣) الليقاني، أحمد حسين، محمد ، فارعة حسن. (٢٠٠١). المجتمع والبيئة والانسان . مناهج

التعليم بين الواقع والمستقبل . ط١. القاهرة . ص٣٥

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان أبريل (المجلد الأول) ٢٠٢٥

ويعرف على أنه المفهوم الذي يهتم بتزويد الأفراد بالمعارف البيئية الأساسية والمهارات والأحاسيس والاتجاهات البيئية المرغوبة بحيث تمكنهم من الاندماج الفعال مع بيئتهم التي يعيشون فيها^(١).

وهو عملية إعداد الإنسان للتفاعل الناجح مع البيئة الطبيعية بما تحويه من موارد متعددة وتتطلب هذه العملية العمل لتنمية جوانب معينة لدى المتعلم منها:

١. توضيح المفاهيم وتعميق المبادئ المطلوبة في إدراك العلاقة المتبادلة بين الإنسان وبيئته.

٢. تنمية القدرات والمهارات التي تمكن الفرد من المساهمة في حل المشاكل التي تتعرض لها البيئة وما قد يهددها من أخطار والمساهمة في تطوير ظروف البيئة.

٣. تكوين الاتجاهات والقيم التي تحكم سلوك الفرد إزاء البيئة وأثاره ميوله واهتماماته اتجاه البيئة واكتسابه أوجه التقدير لأهمية العمل اتجاهها والمحافظة عليها^(٢).

وتعرف أيضا التوعية البيئية بانها تعميم وتعميق المعارف البيئية في أوساط المجتمع وتحفيزهم للمساهمة والمشاركة الفردية والجماعية في حماية البيئة وصون مواردها والتقليل من المخاطر البيئية المحتملة من السلوكيات غير السليمة بيئياً^(٣). وهو مصطلح يشمل الفهم التدريجي للقضايا البيئية، والاعتراف بالصلات القائمة بين الإجراءات البشرية، والتنمية، والاستدامة، والمسؤولية الإنسانية في هذه

(١) بن عربية، لحبيب بلعابد، عبد القادر. (٢٠١٧). مساهمة التربية البيئية في تشكيل الوعي

البيئي دراسة ميدانية على تلاميذ مرحلة الثانوي . (٨). مجلة البشرية. ص١٢٣

(٢) الموسوي ، محمد علي ،، داود، هديل سليمان. التنوير العلمي لمدرسي الاحياء في المدارس

المتوسطة وعلاقته بالوعي البيئي لطلبتهم . (٨٨). مجلة العلوم التربوية والنفسية . ص٧٠-٧١

(٣) التوعية البيئية . المركز الوطني للأرصاد . المملكة العربية السعودية متاح على الرابط التالي :

<https://ncm.gov.sa/Ar/MediaCenter/AwarenessDef/Pages/default.aspx>

العمليات. تتطوي التوعية البيئية على الإدراك بأن البشر والنظم الإيكولوجية تتعايش في بيئة مشتركة تتمثل في نهاية المطاف بالمحيط الحيوي^(١). ويمكن للباحث وضع تعريفاً إجرائياً للتوعية البيئية على أنه: امداد الجمهور بكافة المعلومات والحقائق والآراء عن القضايا البيئية المرتبطة بالتغير المناخي وأسبابها وأبعادها والحلول المقترحة لمعالجتها. وتهدف التوعية إلى توفير المعلومة وتحريك الرأي العام مع أو ضد قضية بيئية معينة وذلك بهدف مواجهة مخاطر التغير المناخي والذي يترتب على الحفاظ على البيئة وتحقيق أهداف التنمية البيئية المستدامة.

٣- التغيرات المناخية:

عرفت الهيئة الحكومية الدولية المعنية بتغير المناخ IPCC التغير المناخي بأنه تغير في حالة المناخ والذي يمكن معرفته عبر تغيرات في المعدل أو في الخصائص والتي تدوم لفترة طويلة عادة لعقود أو أكثر، ويشير إلي أي تغير في المناخ علي مر الزمن سواء كان ذلك نتيجة للتغيرات الطبيعية أم الناجمة عن النشاط البشري^(٢). وتعرف اتفاقية الأمم المتحدة الإطارية بشأن تغير المناخ UNFCCC علي أنه "تغير في المناخ يعزي بصورة مباشرة أو غير مباشرة إلي النشاط البشري والذي يفضي إلي تغيير في تكوين الغلاف الجوي للأرض، بالإضافة إلى التقلب الطبيعي للمناخ، على مدى فترات زمنية مماثلة"^(٣).

(١) الاسكوا . الأمم المتحدة . مصدر المصطلح: UNEP/GC/22/3/ADD.3/REV.1 مصدر التعريف: الإسكوا- ترجمة للتعريف الصادر في النسخة الانكليزية لإطار تطوير إحصاءات البيئة لعام ٢٠١٣ متاح على الرابط التالي:

<https://www.unescwa.org/ar/sdglossary/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%88%D8%B9%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A8%D9%8A%D8%A6%D9%8A%D8%A9>

(٢) IPCC 2007

(٣) وثيقة الأمم المتحدة رقم E:2009

وتعرف ظاهرة تغيير المناخ بأنها: اختلال في الظروف المناخية في الظروف المناخية المعتادة كالحرارة وأنماط الرياح والأمطار التي تميز كل منطقة من الأرض، وتؤدي وتيرة وحجم التغيرات المناخية الشاملة على المدى الطويل إلى تأثيرات هائلة على الأنظمة الحيوية الطبيعية، كما ستؤدي إلى زيادة احتمالية حدوث الأحداث المناخية المتطرفة، مما يؤدي إلى عواقب بيئية واجتماعية واقتصادية واسعة التأثير لا يمكن التنبؤ بها^(١).

ويمكن للباحث وضع تعريفاً إجرائياً للتغير المناخي على أنه: وصف دقيق وقابل للقياس للتغيرات التي تحدث في الأنماط المناخية على مدى فترة زمنية طويلة، ويشمل مجموعة من المتغيرات المناخية مثل درجة الحرارة، ومستويات الهطول، والرياح، والظواهر الجوية المتطرفة، يتم تحديد هذه التغيرات بشكل كمي من خلال رصد المؤشرات المناخية عبر أدوات القياس والملاحظات العلمية.

٤- الاتجاهات:

يشير "قاموس علم الاجتماع" إلى أن الاتجاه هو: الاستعداد أو الميل المكتسب الذي يظهر في سلوك الفرد أو الجماعة عندما تكون بصدد تقييم شيء أو موضوع بطريقة متنسقة ومتميزة^(٢).

ويعرف في معجم العلوم الاجتماعية بأنه: " حالة من الاستعداد أو التأهب العصبي والنفسي تنتظم من خلال خبرة الشخص وتكون ذات أثر توضيحي أو دينامي على استجابة الفرد لجميع الموضوعات أو المواقف التي تثير هذه الاستجابة والاتجاهات قد تكون سلبية أو إيجابية كما قد تكون عامة أو نوعية"^(٣).

(١) جمهورية مصر العربية، جهاز شئون البيئة، ٢٠١٤

(٢) محمد عاطف غيث (٢٠٠٢) قاموس علم الاجتماع، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، ص ٣١.

(٣) أحمد زكي بدوي (١٩٨٦) معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، بيروت، مكتبة لبنان، ١٩٨٢، ص ٣٠.

وتعد الاتجاهات من نواتج عملية التنشئة الاجتماعية، إذ يتكون لدى كل فرد وهو ينمو اتجاهات نحو الأفراد والجماعات والمؤسسات والمواقف والموضوعات الاجتماعية، ومن أمثلة الموضوعات التي كون أغلبنا اتجاهات نحوها موضوعات مثل الزواج من امرأة عاملة، الوظيفة الحكومية، الأجانب، الوحدة العربية... الخ، ومصطلح (الاتجاهات) ترجمة عربية لمصطلح Attitudes في اللغة الإنجليزية، وكان الفيلسوف الإنجليزي (هربرت سبنسر Spencer أول من استخدمه عام ١٨٦٢م في كتابه المسمى (المبادئ الأولى) (١).

ويعني الاتجاه أصلاً وضعاً معيناً يتخذه الجسم للقيام بفعل معين، إلا أن معناه أخذ يتسع شيئاً فشيئاً لكي يغطي جميع أنواع الاستعدادات التي تتخذ للقيام بأفعال سواء كانت هذه الاتجاهات ظاهرة، أو نفسية كامنة (٢).

وهناك معانٍ مختلفة للاتجاه النفسي، تكشف عنها التعريفات المتعددة التي قدمها الكثير من الباحثين في علم النفس الاجتماعي، والواقع أن تعدد هذه التعريفات يمكن أن يعين على الفهم الأفضل للمقصود بهذا المفهوم، وما يرتبط به من متغيرات هامة، مع ذلك يمكن تصنيف هذه التعريفات إلى فئتين:

الفئة الأولى من التعريفات تشير إلى أن الاتجاه النفسي مفهوم بسيط، أحادي البعد، بمعنى أنه لا يشير إلى أكثر من مجرد الجانب الوجداني، أو التقويمي (بالحب أو الكراهية) الذي يتبناه الفرد تجاه الأشخاص أو الموضوعات أو الأشياء المختلفة (٣).

(١) نبيلة عبد الكريم الشرجبي (٢٠١٥) علم النفس الاجتماعي رؤية معاصرة، عمان، دار الأيام، ص ٤٥.

(٢) زين العابدين درويق (٢٠٠٥): علم النفس الاجتماعي أسسه وتطبيقاته، القاهرة، دار الفكر العربي، ص ٩٠.

(٣) معتز سيد عبد الله (١٩٨٩) الاتجاهات التعصبية، سلسلة عالم المعرفة، العدد ١٣٧، مايو، ص ٤٠.

أما الفئة الثانية من التعريفات التي يتبناها معظم الباحثين في علم النفس الاجتماعي، فتؤكد أن الاتجاه النفسي مفهوم مركب، وأنه لا يعني مشاعر الفرد أو حكمه التقويمي للأشياء فحسب، بل يتضمن بالإضافة إلى ذلك، مكونين آخرين هما: المكون المعرفي، الذي يشير إلى أفكار ومعتقدات الشخص عن موضوع الاتجاه، والمكون السلوكي، الذي يشير إلى ميل الشخص أو استعداده للاستجابة نحو موضوع الاتجاه، أي نواياه أو مقاصده السلوكية، أو ما يقرر الفرد أنه سوف يفعله أو يقوم به نحو موضوع الاتجاه^(١).

ويمكن تعريف الاتجاه بأنه: استعداد مكتسب بالتعلم والخبرة ينظم المشاعر والمعارف والسلوك نحو موضوع معين بشكل متدرج بين الرفض والقبول والحياد وله ثبات نسبي.

وبناء على ما سبق ذكره من التعريفات يمكن للباحثة وضع تعريفاً إجرائياً للاتجاه بأنه: "حالة من الاستعداد أو الميل النفسي تتشكل لدى الفرد ترتبط بانطباعاته وتصوراته المسبقة عن الوعي السياحي، والتي يمكن تعديلها من خلال التعرض للمحتوى المقروء والمرئي التي تتناول القضية".

مكونات الاتجاه: يتكون الاتجاه من محتويات عقلية وأخرى عاطفية وهي متداخلة ويقوي بعضها بعضاً، وللاتجاه ارتباط بالسلوك تختلف درجاته، وبعض درجات الاتجاه تدفع الفرد إلى الفعل تعبيراً عن الاتجاه الذي عنده^(٢)، وتتمثل في:

- **المكون المعرفي:** ويتضمن المعلومات والحقائق الموضوعية المتوافرة لدى الفرد عن موضوع الاتجاه. فإذا كان الاتجاه في جوهره عملية تفضيل موضوع على آخر فإن هذه العملية تتطلب عادة بعض العمليات العقلية كما للتمييز والفهم والاستدلال والحكم، ويبني الكثير من الأفراد اتجاهاتهم بناء على ما يتوافر لديهم من معلومات،

(١) عامر مصباح (٢٠١١) علم النفس الاجتماعي في السياسة والإعلام، القاهرة، دار الكتاب الحديث، ص ٢٥١.

(٢) عامر مصباح: مرجع سابق ذكره، ص ٢.

لاسيما في وقتنا الحالي الذي انتشرت فيه وسائل الإعلام بشكل كبير وملأت حياتنا الاجتماعية. فاتجاهاتنا مثال نحو حماية البيئة ومقاومة الاحتباس الحراري والحد من تفكك الغطاء النباتي وما يسببه من أمراض الإنسان، كان مصدره في المقام الأول المعلومات التي تبثها وسائل الإعلام، النتيجة أن الاتجاه النفسي له تصور معرفي في ذهن الفرد قبل التعبير عنه سلوكياً^(١).

- **المكون العاطفي:** يشير هذا المكون إلى أسلوب شعوري عام يؤثر في استجابة قبول الاتجاه أو رفضه، وقد يكون هذا الشعور غير منطقي على الاطلاق. ويتألف هذا المكون من مجموعة العواطف والمشاعر التي تظهر لدى صاحب الاتجاه في تعامله مع موضوع الاتجاه، أنها تظهر في حبه ذلك الموضوع من درجة ما، أو نفوره منه من درجة ما كذلك^(٢).

ويتضمن المكون العاطفي أو الوجداني في الاتجاه النفسي، مجموع المشاعر والانفعالات التي يحملها الفرد نحو موضوع معين، مثل الحب والكراهية والحقْد والتسامح والود والخوف والاستئناس وهكذا. ولكل عنصر من هذه العناصر تأثيره على طبيعة الاتجاه. إذ عادة ما يرافق اتجاه الرفض عاطفة الكراهية أو الحقْد أو الخوف مثال، كرفض الشخص المهاجرين من جنسيات أخرى الذي عادة يكون مترافقا مع عاطفة الكراهية أو الخوف من قيام المهاجرين بأعمال عدوانية مثال. كذلك الأمر في الاتجاه الإيجابي نحو وظيفة التعليم مثلا، عادة ما يترافق مع عاطفة الحب لهذه الوظيفة والاستئناس مع الطلبة والحب لمناخ الجامعة^(٣).

(١) عامر مصباح: مرجع سابق، ص ٢٥١.

(٢) محمد جاسم العبيدي (٢٠١٣) المدخل الى علم النفس العام، عمان، دار الثقافة، الطبعة الخامسة، ص ١٢٦.

(٣) المرجع السابق ذكره.

-المكون السلوكي: ويتمثل هذا الجانب في أساليب الفرد السلوكية ازاء المثير سواء كانت ايجابية أو سلبية. ويتضمن المكون السلوكي شقين: المقاصد السلوكية والسلوك الفعلي لذلك يحذب بعض المتخصصين في الجوانب النفسية تسمية هذا المكون بالاستعداد للقيام بالفعل لأنهم يرون أن الاتجاهات قد لا يُعبر عنها بصورة علنية نموذجية.

ويتضح هذا المكون من الاتجاه في الاستجابة العملية نحو موضوع معين بطريقة ما، وأن نوايا الأشخاص لأداء سلوك محدد تمثل هذا المكون وهذه النوايا يمكن قياسها عن طريق ما يظهر الشخص عزم أو تأدية سلوكيات مختلفة نحو موضوع معين أو من الملاحظات أو الاستجابات اللفظية للاستبيانات (١).

الإطار النظري للبحث: يعتمد الباحث على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام هي من أهم النظريات التي اهتمت بدراسة عملية التأثير، وهي نظرية متكاملة حيث تتضمن عناصر ومفاهيم من علم الاجتماع وعلم النفس الاجتماعي.

ويعنى الاعتماد أيضاً العلاقة التي توجد عندما تكون قدرة الأفراد على تحقيق أهدافهم في الحصول على المعلومات اعتماداً على مصادر المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام، كما أن العلاقة التي يتم فيها إشباع الحاجات أو تحقيق الأهداف (٢).

وتحدد أبعاد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

إن الفهم والتوجيه والتسليية هي الأبعاد الثلاثة الرئيسية للدافع الإنساني الذي يشكل الأساس للسلوك الإعلامي للفرد، ومن هذه الأهداف الثلاثة استنتاج المنظرون أبعاد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام التي تحددت خلال ثلاث علاقات هي

(١) محمد جاسم العبيدي: مرجع سابق ذكره.

٢ - مريم بريش، ياسمينة بلحوت، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي لدى التلاميذ الجزائريين " الفيسبوك " أنموذجاً، مذكرة ماستر، جامعة البويرة، ٢٠١٨.

الدور والاتجاه والفهم، ولكل من هذه العلاقات إبعاد اجتماعية وشخصية، وهي ستة أنواع من أبعاد اعتماد الفرد علي وسائل الإعلام وهذه الأبعاد هي:

- **الفهم الذاتي self-Understanding**: يتضمن تقييم الذات، الاعتقادات، القيم، والاتجاهات والتعرض لمصادر نظام الوسيلة لتحقيق أهداف فهم الشخص لذاته، ويشير إلي علاقات وسائل الإعلام التي توسع من قدرات الفرد، أو تحافظ عليها، لتفسير معتقداتهم وسلوكهم، ومفاهيمهم الذاتية، وشخصياتهم^(١).
- **الفهم الاجتماعي Understanding Social**: تمثل المعرفة التي يمتلكها الفرد لكيفية عمل المجتمع ومؤسساته ودور الفرد في المجتمع والمؤسسات ويوظف لتحقيق أهداف فهم البيئة الاجتماعية، واستخدامها لفهم طبيعة الآخرين وثقافتهم، والأحداث المحيطة فتجعل الفرد في حالة ارتباط بما يحدث داخل المجتمع، وكذلك الأحداث العالمية^(٢).
- **توجيه الفعل Orientation Action**: يهدف للتصرف بطريقة تتلاءم مع التوقعات والأنماط الاجتماعية في موقف محدد، ويعني استخدام وسائل الإعلام في صنع القرارات السلوكية، وتوجيه العمل، والتصرف بشكل يتمشى مع أخلاقيات المجتمع.
- **توجيه التفاعل Orientation Interaction**: يهدف إلى تنمية مهارات مناسبة ومؤثرة فردية واجتماعية والحصول على إرشادات حول كيفية التفاعل مع الأفراد الآخرين، الذين يتصل بهم الفرد بشكل مباشر كالأسرة والأصدقاء والزملاء، وكذلك نحو الأفراد غير المعروفين، كالجماعات الخارجية ذوي الثقافات الأخرى.

١ - أشرف العوايدية، خالد عوني، القيم المتضمنة في تطبيق التيك توك tik tok في ظل نظرية

الاحتمية التكنولوجية، مذكرة ماستر، جامعة الحاج لخضر باتنة، ٢٠١٨

٢ - سامي حمود الإبراهيم، فتحي محمد عثمان، اتجاهات مستخدمي الهواتف الذكية وتطبيقاتها: دراسة ميدانية، مجلة البحوث المالية والتجارية، كلية التجارة، جامعة

بورسعيد، ع ١، ٢٠١٩م، ص ٢١٢ - ٢٤٩

- التسلية المنعزلة أو الدور المنعزل **Play Solitary**: تهدف إلى التسلية والهروب من الذات ومن المشاكل الضاغطة في الحياة، ويتضمن استهلاك منتجات الوسيلة لقيمة ترفيهية، لتحقيق قيمة المتعة، فاستخدام الفرد لوسائل الإعلام بطريقة فردية، تساعده على الاسترخاء، كما تسهم في تخليصه من متاعب يوم شاق^(١).
- التسلية الاجتماعية **Play Social**: تهدف للتسلية والهروب من خلال صحبة الآخرين، وتتضمن استخدام الوسيلة لممارسة أهداف تتصل بالانسجام الاجتماعي، وتتضمن التسلية التي تركز عليها وسائل الإعلام، ويشارك فيها الفرد مع الآخرين، مثل الصحبة الاجتماعية كوسيلة للهروب من مشكلات الحياة اليومية، وذلك علاوة على أنه كلما زاد المجتمع تعقيدا زاد اتساع مجال الأهداف الشخصية التي تتطلب الوصول إلى مصادر معلومات ووسائل الإعلام^(٢).

وتقوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على ركيزتين أساسيتين هما:

- ١- الأهداف: حتى يحقق الأفراد والمنظمات المختلفة أهدافهم الشخصية والاجتماعية، يجب عليهم أن يعتمدوا على موارد يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو منظمات أخرى، والعكس صحيح.
- ٢- المصادر: يسعى الأفراد والمنظمات إلى المصادر المختلفة التي تحقق أهدافهم، وتعد وسائل الإعلام نظام معلومات يسعى الأفراد والمنظمات إليه

١ - ابتسام رايس، نظريات الاعتماد على وسائل الاعلام وتطبيقاتها على الاعلام الجديد، المجلة العربية في العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة وهران، العدد ٢٥٥، ٢٠١٦.

٢ - بونجاح مزيان، لبوخ توفيق، أثر شبكات التواصل الاجتماعي على قيم وسلوكيات لدى تلاميذ الطور المتوسط، ملتقى وسائل الاعلام والطفل في الجزائر، المركز الجامعي أحمد زبانه، غليزان، ٢٠١٧.

لبلوغ أهدافهم، وتتحكم وسائل الإعلام في ثلاثة أنواع من مصادر المعلومات هي:

أ- المصدر الأول: جمع المعلومات، يقوم المندوب الصحفي بجمع المعلومات التي يحتاج إلي معرفتها من مصادرها أو مكان حدوثها ويزود المؤسسة بها، ومن ثم يقوم كاتب السيناريو بتقديم معلومات عن أحداث حقيقية أو خيالية توفر لنا اللعب أو المرح أو الاسترخاء^١.

ب- المصدر الثاني: تنسيق المعلومات: عند وصول المعلومات إلى المؤسسة يتم فرزها، خاصة إذا كانت أكثر من مصدر وتنفتح المعلومات بالزيادة أو النقصان في سبيل إخراجها بصورة مناسبة على شكل قصة صحفية أو برنامج إذاعي أو فيلم سينمائي.

ج- المصدر الثالث: يتمثل بنشر المعلومات والقدرة على توزيعها إلى جمهور غير محدد، وهو السبب الرئيسي والمهم في عملية جمع المعلومات^٢.

فروض النظرية:

الفرضية الأساسية للنظرية: إن نموذج الاعتماد المتبادل لوسائل الإعلام يربط وسائل الإعلام الجماهيرية بالنظام الاجتماعي، حيث إن تأثير وسائل الاتصال يتوقف على طبيعة التفاعل الثلاثي ما بين النظام الاجتماعي والنظام الإعلامي والجمهور، ومن خلال فهم وتفسير طبيعة هذه العلاقة الثلاثية يمكن فهم فكرة وأسباب وتأثيرات اعتماد الجمهور على وسائل الاتصال الجماهيرية^(٣).

^١ - Nakra, N. and Pandey, M. (2019) Smartphone as an intervention to intention-behavior of patient care. Health policy and technology. 8, Issue 2, pages 143-150. Available at: <https://cutt.us/40TPK>. Accessed at: 2/9/1441

^٢ - Qudah, B. and Luetsch, K. (2019) The influence of mobile health applications on patient-healthcare provider relationships: a systematic, narrative review. Available at: <https://cutt.us/xXEFR> Accessed at 1/11/1441.

^٣ - فاطمة الزهراء محمود نعمان، استخدام المراهقين للهواتف الذكية وعلاقتها بالعزلة الاجتماعية لدى هم. مجلة دراسات الطفولة، كلية الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس،

وتقوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على مجموعة فروض رئيسية يمكن إجمالها فيما يلي:

١- تزداد إمكانية تحقيق الرسائل الإعلامية للتأثيرات المعرفية والعاطفية والسلوكية عندما توفر النظم الإعلامية خدمات معلوماتية متميزة وأساسية، ويزداد التأثير بشكل كبير في حالة عدم استقرار المجتمع بسبب الصراع والتغير.

٢- كلما كان عدد ودرجة مركزية خدمات تقديم المعلومات التي تقدمها وسيلة إعلامية معينة كبيرة كان الاعتماد على تلك الوسيلة كبيراً وكلما زادت هذه الوسيلة كمية المعلومات ودرجة أهميتها ازداد اعتماد الجمهور عليها.

٣- ترتبط كثافة علاقات الاعتماد للأفراد إيجابياً بإدراكات التهديدات البيئية والاجتماعية، حيث يزداد الاعتماد على مصادر وسائل الإعلام في أوقات الصراع والتغير الاجتماعي، وفي المجتمعات ذات النظم الإعلامية النامية يزداد الاعتماد على وسائل الإعلام عند ازدياد حالات الصراع وعدم الاستقرار.

٤- يزداد الاعتماد على وسائل الإعلام في حالة الغموض والالتباس، المتسبب من نقص المعلومات أو عدم كفايتها أو وجود الصعوبة في التفسير الصحيح للأحداث^(١).

٥- يزداد الاعتماد على وسائل الإعلام عندما تكون قدرة تلقى المعلومات من مصادر الاتصال الشخصي مقيدة، وهذا الفرض يجب أن يراعى عاملين ذوي دلالة:

١ - ابراهيم بن سالم محمد، إيمان الإنترنت ودوافع استخدامهما في علاقتهما بالفاعل الاجتماعي لدى طلبة الجامعة. المجلة الدولية للآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية، المؤسسة العربية للبحث العلمي والتنمية البشرية، العدد ٩، ٢٠١٨م، ص - ص ١١٣ - ١٥٥ .

الأول: الاعتماد على وسائل الإعلام يجب أن يكون في إطار سياق بيئة المعلومات الكلية الشاملة للمصادر الوسيطة ومصادر الاتصال الشخصي للمعلومات.

الثاني: من الضروري أن يتم عزل وسيلة الوصول النسبية للمعلومات من خلال المصادر الوسيطة، ومصادر الاتصال الشخصي كعامل أساسي في الاعتماد على وسائل الإعلام، لأن مصادر الاتصال الشخصي والمصادر الوسيطة تؤثر على مستوى الاعتماد على وسائل الإعلام^(١).

- الأفراد الذين يعتمدون على وسيلة محددة هم أكثر قدرة على استخلاص المعلومات من خلال تعرضهم للوسيلة.
- تزداد درجة اعتماد الجمهور على النظام الإعلامي لإشباع احتياجاته، ونقل درجة الاعتماد عند توفر قنوات معلومات بديلة.
- كلما كبرت نوعية الاعتماد كبرت درجة الآثار المعرفية والإثارة العاطفية للمحتوى المقدم^٢.
- درجة اعتماد أعضاء المجتمع على وسائل الإعلام ليست متساوية، حيث يلعب الوضع الاجتماعي العامل الرئيسي في معرفة اختلاف درجة الاعتماد على وسائل الإعلام، لأن تركيب المجتمع يتحدد بمتغيرات الطبقة والحالة الاجتماعية والسلطة والوضع البنائي الذي يشمل متغيرات التعليم والدخل والسن والنوع ، ومستوى الدخل ممكن أن يحد من الوصول إلى وسائل معينة، وكذلك يمكن أن يحد التعليم من قدرة الفرد على الاعتماد على وسائل الإعلام المطبوعة.

^١ - الصادق شهن، استخدام وإشباع تطبيقات الهواتف الذكية لدى الشباب: دراسة مسحية لعينة من شباب مدينة قمار ولاية الوادي. رسالة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح- ورقلة، الجزائر، ٢٠١، ص ٧١

^٢ - Gerbner, G. & Gross , L(1976) : living with television : The violence profile.(Journal of communication , Vol .26, no.2) p. 180.

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان أبريل (المجلد الأول) ٢٠٢٥

- يحدث الاعتماد على وسائل الإعلام نتيجة السعي إلى تحقيق ثلاثة أهداف رئيسية هي: الفهم، التوجيه، والتسلية.
- الاعتماد على وسائل الإعلام يولد عدد من التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المختلفة، وهي تمثل الاتجاهات المتباينة للتغير المعرفي والشعوري والسلوكي.
- تختلف درجة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام نتيجة لاختلاف المصالح والأهداف والحاجات الفردية^(١).
- المشاهدون ذوي الاعتماد المرتفع أكثر انتباهاً وميلاً لإقامة علاقات مع ضيوف البرامج المقدمة، وأكدت الدراسات أن التأثيرات الإعلامية مثل الإقناع والتفاعل شبه الاجتماعي تزداد حينما يكون الاعتماد على وسائل الإعلام كثيفاً.
- تختلف درجة استقرار النظام الاجتماعي وتوازنه نتيجة التغيرات المستمرة وتبعاً لهذا الاختلاف تزيد أو تقل الحاجة إلى المعلومات والأخبار، ففي حالة عدم الاستقرار الاجتماعي تزداد الحاجة للمعلومات فيكون الأفراد أكثر اعتماداً على وسائل الإعلام، ولعل هذا ينطبق على الوضع الراهن في المجتمع المصري بعد ما أفضت إليه نتائج ثورة ٢٥ يناير لعام ٢٠١١ وتحول المجتمع وظهور معدلات الفساد، مما جعل الجمهور يسعى نحو معرفة المزيد من المعلومات حول تلك القضايا^٢.

1 - Aiste Dovaleane. Factor, Influencing customer engagement in mobile Apps. In Zunerime Ekor make- Enginneing Economic. Kaunas University of Technology luhaumia,2016

2 - Danis McQuail& Sevin Winhal , Communication Model : For The Study of communication, 2th ed New York Longman(1995)p.112.

- يعد النظام الإعلامي مهماً للمجتمع وتزداد درجة اعتماد الجمهور عليه في حالة إشباعه لحاجاته^(١).
- يختلف الجمهور في درجة اعتماده على وسائل الإعلام نتيجة اختلافهم في الأهداف والحاجات الفردية، فالمهتم سياسياً حريص على متابعة أخبار السياسة ونتائج ثورة ٢٥ يناير بينما غير المهتم سياسياً كان حريصاً على متابعة ما يهمه من أخبار، سواء كانت هذه الأخبار مرتبطة برفع الأجور والمرتبات أو مرتبطة بانتخابات القيادات الجامعية، والمهتم بها هو الأستاذ الجامعي الذي لا يهتم بالتطورات السياسية.
- نقل درجة الاعتماد على وسائل الإعلام في حالة وجود قنوات بديلة للحصول على المعلومات، وتزداد درجة اعتماد الجمهور على النظام الإعلامي برمته في حالة قلة قنوات الإعلام الأخرى^٢.

آثار الاعتماد على وسائل الإعلام:

- ويرصد كل من ملفين وساندرا روكيتش التأثير الذي ينتج عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام من خلال المجالات أو التأثيرات الثلاث سالفه الذكر: المعرفة، الوجدانية، السلوكية^٣:-

^١ - أمل نبيل بدر، الآثار الثقافية والاجتماعية والنفسية لاستخدام الشباب الخليجي لشبكات التواصل الاجتماعي. مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، العدد ٢٨، الجزائر، ٢٠١٥م، ص ٤١-١٠.

^٢ - بسيوني إبراهيم حمادة، وسائل الإعلام والسياسة: دراسة في ترتيب الأولويات، (القاهرة: مكتبة نهضة الشروق، ١٩٩٦، ص ٢٦-٢٧).

^٣ - شيريهان مجدي محمد، السلوك الاتصالي وإدراك الواقع السياسي، برنامج الماجستير - كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المؤتمر الخامس والعشرون للجمعية الدولية لبحوث الاتصال والإعلام، ٢٠٠٦.

١- التأثيرات المعرفية:

والآثار المعرفية تشمل خمسة جوانب هي : إزالة الغموض الناتج عن قلة المعلومات، وتكوين اتجاهات لاسيما في الأمور الخاصة بالمسائل والقضايا الجدلية والدعاية للرموز، وترتيب أولويات الجمهور، وأيضا تعمل على اتساع وتنظيم المعتقدات وتقسيمها إلى فئات تنتمي إلى الأسرة أو الدين أو السياسة ، كما توضح أهمية القيم المتفق عليها اجتماعيا وقد تخلق قيما تطبع عليها المجتمع، وسوف نوضح التأثيرات المعرفية في النقاط التالية:

أ. إزالة الغموض : الغموض مشكلة تنتج إما عن تناقص المعلومات التي يتعرض لها الفرد أو عن نقص المعلومات أو عدم كفايتها لفهم معاني الأحداث أو تفسيرها بالشكل الصحيح، وهذا ما يحدث للفرد عندما يعلم بوقوع الأحداث ولا يعرف مغزى الحدث وتفسيراته ، وهذا الغموض الذي ينتج عن نقص في المعلومات أو تعارض تقارير وسائل الإعلام، يتم حله بما تقدمه وسائل الإعلام من استكمال للمعلومات أو تفسيراً لها ، وهكذا يصبح من السهل أن نتصور مسئولية وسائل الإعلام في القضاء على غموض المعلومات الخاصة عندما تفتقد هذه الوسائل القدرة على تحديد محتوى واحد يفسر موقفاً محدداً بينيه الفرد^١.

فالأشخاص تنقصهم المعلومات الكافية لخلق معان ثابتة للأحداث، وفي تلك الحالات لا نستطيع أثناءها نحن ولا زعماء الرأي فينا أن نختبر أو نرقب الأحداث التي نسعى إلى فهمها بصورة مباشرة ، لذا تصبح وسائل الإعلام الجماهيرية هي النظام الرئيسي للمعلومات والذي لديه المصادر لخلق المعاني ، ويسود الغموض وقت الأزمات الاقتصادية والكوارث الطبيعية والاضطرابات السياسية والصراع بين المجموعات (الحروب الأهلية) فيلجأ الأفراد إلى وسائل الإعلام لفهم الأزمة أو حقيقة الكارثة ، كما يتكون الغموض

^١ - محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط٣، ٢٠١٠، ص ٣٠٢

أيضاً في ظل التغيرات الاجتماعية السريعة وتحديث المجتمعات التقليدية، والناس الذين يعتمدون أكثر على وسائل الإعلام، هم الذين يحاولون الحصول على معلومات بسرعة لإزالة الغموض ، وينتج الغموض عندما لا تقدم وسائل الإعلام تقارير مكتملة ومعلومات كاملة للجمهور فيما يتعلق بالأحداث والشئون العامة ، ولا ينتهي هذا الغموض إلا بتقديم تلك المعلومات^١.

ب. تكوين الاتجاهات: بعد اعتماد الفرد على الوسائل الإعلامية لمعرفة المعلومات وتشبعه بالمعلومات والقضاء على الغموض على مدار فترة زمنية غالباً ما تطول نسبياً يستطيع الفرد أن يكون اتجاهات حول القضايا المثارة ، مثل تكوين اتجاه نحو النظام السياسي بالإيجاب أو السلب، وتشكل الاتجاهات كلما اكتسب الأفراد المعلومات العامة من خلال وسائل الإعلام خاصة نحو القضايا الجدلية المثارة في المجتمع، وقد حدث ذلك كثيراً أن ساهمت وسائل الإعلام في تكوين اتجاهات الأفراد نحو قضايا مهمة مثل الفساد والانحراف ومشكلات البيئة والدعاية لرموز سياسية جديدة وتنظيم الأسرة وغيرها، حيث تقوم وسائل الإعلام بدفع غير محدود للآراء والموضوعات والشخصيات التي تثير المتلقين للاهتمام بها خاصة في أوقات الأزمات أو الاضطرابات أو الحروب.

ج. ترتيب الأولويات: تمارس وسائل الإعلام دوراً في ترتيب أولويات الجمهور الذي يعتمد على تلك الوسائل في معرفة القضايا البارزة، والمشكلات الملحة من بين العديد من القضايا والموضوعات المطروحة في المجتمع، فتقوم بترتيب الأولويات لهم بالنسبة للموضوعات والقضايا المثارة في المجتمع، فالأفراد لا يملكون القوت ولا الطاقة اللازمة لتكوين اتجاهات ومعتقدات حول أشياء عديدة، ومن ثم يقومون بانقضاء مجموعة أكثر تحديداً من

¹ - Oseph B. Walther . Eleste L. Slovacek Isa C. Tidwell , a Picture Worth a Thousand Words ? Otographic Images in Long – Term and Sort Term Computer – Mediated Communication , Communication Research , Vol , 28 , No , 1 February 2001 .

القضايا التي تهمهم، ويوجد تشابه في أجندة اهتمام الجمهور في بعض الموضوعات واختلاف في البعض الآخر، وهذا يرجع للفروق الفردية، فهم ينتقون ما يرتبط بخصائصهم الشخصية ومشاكلهم واحتياجاتهم، حيث تقوم وسائل الإعلام بتصنيف الموضوعات وتقديمها للجمهور، بعد أن تنتقى المعلومات عن هذه القضايا، وتقوم بتركيبها ونشرها، ويقوم الجمهور بدوره بتصنيف اهتماماته ويركز على المعلومات التي يمكن توظيفها وفقاً لاختلافاته الفردية، والتركيب الشخصي، والمواقع في الطبقة الاجتماعية، وهكذا يظهر الفرد قائمة موضوعات تحظى باهتمامات مختلفة، تلك القائمة هي الأجندة التي تضعها وسائل الإعلام كتأثير معرفي^(١).

- د. **اتساع المعتقدات:** تستطيع وسائل الإعلام أن تساهم في توسيع المعتقدات التي يدركها الأفراد في المجتمع لأنهم يتعلمون عن مصادر عديدة مثل الأشخاص ومؤسسات ومنها وسائل الإعلام ويستطيع الإعلام أن ينظم هذه المعتقدات ضمن فئات مثل الأسرة أو الدين أو السياسة، فوسائل الإعلام تعلم الجمهور أشياء ومعارف لا يدركونها من قبل، مما يشكل لهم أهمية.
٥. **القيم:** القيم هي مجموعة المعتقدات التي يشترك فيها أفراد جماعة ما ويرغبون في ترويجها والحفاظ عليها مثل الأمان، الحرية، المساواة، التسامح، وتقوم وسائل الإعلام بدور كبير في توضيح أهمية القيم، وكذلك بتقديم المعلومات التي تشترك فيها القيم المتباينة، فوسائل الإعلام لا تقدم هذه المعلومات بصفتها تغطية إخبارية فقط مثل حركات الحقوق المدنية أو البيئة، ولكنها تقدم المعلومات التي تبرز الصراع الأساسي بين القيم التي يشترك في اعتناقها الجمهور^٢.

^١ - عبد الرحيم درويش، مقدمة في علم الاتصال. دمیاط: مكتبة نانسي، ٢٠٠٦م، ص١٣٦.

^٢ - Juliette H. Walma van der Molen , Assessing Text – Picture Correspondence in Television News : The Development of a New Coding Scheme, Journal of Broadcasting Media , Summer 2001 , Broadcast Education Association

٢- التأثيرات الوجدانية:

وهي مختلف المشاعر والعواطف، والإنسان بطبيعته يحب ويكره ويخاف ويميل إلى شئ أو لا يميل له، وفي مجتمع يعتمد اعتماداً كبيراً على وسائل الإعلام في حصوله على المعلومات يمكن توقع حدوث تغير عاطفي عند تقديم الوسائل لهذه المعلومات، أن تأثير الوسائل على مشاعر المتلقين واستجاباتهم العاطفية لها هي أقل أنواع التأثير خضوعاً للبحث، كما أن المقصود بالتأثيرات الوجدانية المشاعر والأحاسيس مثل زيادة الخوف والتوتر والحساسية للعنف، وأيضاً التأثيرات المعنوية مثل الاغتراب عن المجتمع، وسوف نوضح التأثيرات الوجدانية على النحو التالي:

- **الفتور العاطفي:** وتفترض النظرية أن كثرة تعرض الجمهور للعنف من وسائل الإعلام يصيبه بالتبدل أو اللامبالاة (تجاه المشاجرات وصور العنف الحقيقي) هذا التبدل يجعله يشعر بعدم الرغبة في تقديم العون للآخرين، وبالتالي فإن الفرد يتصرف كما لو كان العنف هو الحياة الحقيقية^١.
- **الخوف والقلق:** الخوف والقلق والشعور بعدم السعادة، صورة واضحة للتأثيرات الوجدانية التي تخلفها وسائل الإعلام، فعندما تعرض وسائل الإعلام أحداث العنف والرعب والكوارث والاغتيالات فإنها تثير مشاعر الخوف من الوقوع ضحايا لأعمال العنف في الواقع.
- **الدعم المعنوي والتغيير أو العزلة:** تساعد وسائل الإعلام في رفع الروح المعنوية لدى المواطنين وقد تزيد شعورهم بالاغتراب أيضاً، فالأفراد الذين يعتمدون على نظم وسائل الإعلام كمصدر أساسي للمعلومات عن مجموعاتهم ونطاقاتهم يمكنهم المرور بتغيرات في معنوياتهم ومستوى العزلة عندما يوجد تغيرات ملحوظة في كمية أو جودة المعلومات التي يتم توصيلها بواسطة وسائل الإعلام عن هذه المجموعات^٢.

^١ - محمد عبد الحميد، ٢٠٠٨، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ٣، ص ٣٠٢

^٢ - Juliette H. Walma van der Molen , Assessing Text – Picture Correspondence in Television News : The Development of a New Coding Scheme, Journal of Broadcasting Media , Summer 2001 , Broadcast Education Association

٣- التأثيرات السلوكية:

وهي نتاج التأثيرات المعرفية والوجدانية وتظهر في النشاط، والتأثيرات السلوكية للإعلام تظهر في الفعل والتنشيط والحركة نحو قضايا وسلوكيات معينة، أو فقدان الرغبة وتهدة الحركة نحو القضايا والحلول، ومثال ذلك عندما يدفع الإعلان المستهلك نحو القيام بفعل محدد ، وعند عدم توفر المعلومات عن الحدث فإن ذلك سيثبط عزيمة الشخص نحو الفعل، وقد تظهر التأثيرات على شكل الخمول، ويعني تجنب القائم بعمل ما مثل المشاركة السياسية ، وتتحصر الآثار السلوكية المترتبة على اعتماد الفرد على وسائل الإعلام في نقطتين هما:-

- **التنشيط Activation:** التنشيط يعني قيام الفرد بعمل ما نتيجة التعرض للوسيلة الإعلامية، وهو المنتج الطبيعي للمعرفة والوجدان ويتمثل التنشيط في: اتخاذ مواقف مؤيدة للمطالبة بحقوق المرأة، والمساواة بين الجنسين، أو الإقلاع عن التدخين، أو التبرع المادي أو المعنوي لفئات معينة، والتنشيط في هذه الحالة مفيد اجتماعيا، وقد تنشط السلوك الاجتماعي الضار مثل التورط في أعمال ضد المجتمع، ومحاكاة العنف والجريمة والانحراف.
- **الخمول Deactivation** والخمول عكس النشاط ويتمثل في العزوف عن العمل مثل: عدم المشاركة السياسية، والانصراف عن الإدلاء بصوته في الانتخابات وقد يحدث ذلك نتيجة تغطية إعلامية مبالغ فيها تدفع الفرد إلى الملل وبالتالي عدم الاهتمام أو العزوف عن المشاركة سواء سياسية أو أي نشاط يخدم المجتمع^(١).

مبررات استخدام النظرية:

- تعتبر نظرية الاعتماد نموذج مفتوح لمجموعة من التأثيرات المحتملة، وتجنب النموذج عدم وجود تأثيرات لوسائل الإعلام، ووجود تأثير غير محدود، لذلك

¹ - Em Griffin, Andrew, Ledbetter, Glenn Sparks. A First Look at communication Theory, 9th Edition, New York, Mc Graw 2014, p353.

يطلق عليها نظرية شاملة، حيث تقدم نظرية كلية للعلاقة بين الاتصال والرأي العام، وتتجنب الأسئلة البسيطة عما إذا كانت وسائل الاتصال لها تأثير كبير على المجتمع .

- تهتم نظرية الاعتماد بالظروف التاريخية والبناء الاجتماعي أكثر من المتغيرات الشخصية والفردية، لذلك فهي أكثر ملاءمة في التعامل مع النظام الاجتماعي بصورة أكبر من النماذج الأخرى المرتبطة بوسائل الإعلام.
- تؤكد نظرية الاعتماد على أن تأثير وسائل الإعلام على الجمهور، يؤدي إلى التأثير على النظام الاجتماعي وعلى نظام وسائل الإعلام نفسها، وبالتالي فإن أداء وسائل الإعلام، قد يؤدي إلى المطالبة بالتغيير أو إصلاح نظام وسائل الإعلام، سواء من خلال النظام السياسي أو من خلال آلية السوق الحر أو من خلال ظهور وسائل إعلام بديلة^(١).

ويمكن توظيف نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام في الدراسة الحالية كما يلي:
نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام تقدم إطارًا قويًا لدراسة كيفية تأثير البرامج الحوارية على تشكيل اتجاهات الجمهور نحو التوعية البيئية بمخاطر التغير المناخي. هذه النظرية تفترض أن الأفراد يعتمدون على وسائل الإعلام لتحقيق أهداف معينة، مثل الحصول على المعلومات، التسلية، والتوجيه الشخصي. كلما كان الاعتماد على وسائل الإعلام أكبر، كلما كانت الوسيلة أكثر تأثيرًا في تشكيل معتقدات وسلوكيات الجمهور.

في سياق التوعية البيئية بمخاطر التغير المناخي، يمكن أن يكون للبرامج الحوارية دور رئيسي من خلال:

^١ - عزة عبد العزيز عثمان، العوامل المؤثرة لاستخدام الفتيات في السعودية ومصر للإنترنت، الملتقى الدولي لتقنيات الاتصال والتغور الاجتماعي، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة الملك سعود، ٢٧- ٢٩ مارس 2009م، ص ٢٩

١. توفير المعلومات: من خلال تقديم معلومات دقيقة ومحدثة حول التغير المناخي وآثاره، يمكن للبرامج الحوارية أن تعزز فهم الجمهور للمشكلة.
 ٢. إبراز القصص الشخصية: يمكن أن تسهم القصص والشهادات الشخصية في جعل القضية أكثر واقعية وقرباً من المتلقي، مما يعزز الاستجابة العاطفية والاهتمام بالموضوع.
 ٣. تشجيع النقاش والحوار: يمكن أن تشجع البرامج الحوارية الجمهور على التفكير النقدي والنقاش حول قضايا التغير المناخي، مما يسهم في تشكيل اتجاهاتهم نحو هذه القضية.
 ٤. تقديم الحلول: يمكن للبرامج أن تسلط الضوء على المبادرات والحلول الممكنة التي يمكن للجمهور تبنيها للمساهمة في الحد من تأثير التغير المناخي. ويمكن توظيف هذه النظرية لدراسة كيفية اعتماد الجمهور على البرامج الحوارية كمصدر رئيسي للمعلومات والتوجيه فيما يتعلق بالتغير المناخي، وكيف يمكن لهذا الاعتماد أن يؤثر على اتجاهاتهم وسلوكياتهم نحو حماية البيئة.
- الإطار المنهجي للدراسة:**
- نوع البحث والمنهج المستخدم: ينتمي البحث الحالي إلى الدراسات الوصفية التحليلية التي تستهدف وصف وتحليل خصائص مجموعة معينة، أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد، أو دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف معيناً ومجموعة من الأوضاع، وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها، واعتمد الباحث على منهج المسح الإعلامي بشقه الميداني للتعرف على دور البرامج الحوارية في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو التوعية البيئية بمخاطر التغير المناخي.
 - مجتمع البحث والعينة: يتكون مجتمع البحث الحالي من مشاهدي البرامج الحوارية، وتم اختيار عينة عمدية لمجتمع الدراسة قوامها ٤٠٠ مفردة، والجدول التالي يوضح توصيف عينة الدراسة.

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان أبريل (المجلد الأول) ٢٠٢٥

- **الملاءمة والتمثيل**: تم اختيار عينة عمدية لتكون أكثر تمثيلاً لجمهور مشاهدي البرامج الحوارية، مما يتيح دراسة اتجاهات وآراء الفئة المستهدفة بشكل أدق. هذا يساعد في الحصول على نتائج دقيقة تعكس وجهات النظر المختلفة ضمن هذا المجتمع.
- **الهدف من الدراسة**: العينة المختارة تتناسب مع أهداف البحث، حيث أن التركيز على مشاهدي البرامج الحوارية يوفر نظرة معمقة حول كيفية تأثير هذه البرامج على الجمهور.
- **التوافر والسهولة في الوصول**: اختيار عينة عمدية يساعد على ضمان سهولة الوصول إلى المشاركين الذين يمتلكون سمات معينة، مثل الاهتمام بمتابعة البرامج الحوارية، مما يسهل عملية جمع البيانات في وقت محدد.
- **حجم العينة**: اختيار ٤٠٠ مفردة يعزز من القدرة على تعميم النتائج ويقلل من احتمالية التحيز، مما يوفر قدراً أكبر من الثقة في نتائج البحث.

أدوات الدراسة وأسلوب جمع البيانات:

الدراسة الميدانية: تعتمد على أداة الاستبيان لإجراء الدراسة الميدانية، وذلك من خلال استمارة الاستبيان التي تحتوي على عدد من الأسئلة تستهدف جمع المعلومات من عينة الدراسة (الجمهور) المتابعين للبرامج الحوارية، واختبار المتغيرات والفروض واكتشاف تشكيلها لاتجاهات الجمهور المصري نحو التوعية البيئية بمخاطر التغير المناخي.

صدق وثبات الأداة:

للتحقق من الصدق الظاهري والداخلي لاستمارة الاستبيان، وذلك قبل تطبيقها للتأكد من صدق قياسها لمتغيرات الدراسة ومن ثم تحقيق الأهداف الخاصة بها والتأكد من دقة النتائج التي سيتم الحصول عليها، وفي سبيل ذلك تم اتباع الإجراءات التالية:

- قام الباحث بعرض كل من استمارة الاستبيان على المحكمين المتخصصين في مجال الإعلام، وذلك لإبداء الرأي في مدى ارتباط العبارات بمحاور العبارات ومدى

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان أبريل (المجلد الأول) ٢٠٢٥

وضوح عبارات الاستبيان ومدى مناسبتها للمبحوثين، بالإضافة إلى بعض الملاحظات العامة حول الاستبيان، ومدى ملائمة مقياس ليكرت الثلاثي الذي يحدد استجابة أفراد الدراسة حول كل محور من محاورها، وبعد إجراء التعديلات التي أوصى به المحكمون من حذف وتعديل صياغة الفقرات التي لا تتناسب صياغتها مع تساؤلات الدراسة، وتم اعتماد المحاور والفقرات والعبارات التي أجمع عليها غالبية المحكمين.

• بعد التأكد من الصدق الظاهري لأداة الدراسة قام الباحث بحساب معامل الارتباط بيرسون لمعرفة الصدق الداخلي للأداة، وذلك عن طريق حساب معامل الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات الاستبيان بالدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه الفقرة، كما استخدم الباحث معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات أداة الدراسة، حيث تم التعرف على ثبات المحاور الرئيسية للاستبيان وتم حساب ذلك لكل محور من محاور أداة الدراسة.

النتائج العامة للدراسة:

جدول (١) يوضح مدى متابعة عينة الدراسة البرامج الحوارية والتوعية

البيئية بمخاطر التغير المناخي لدى الجمهور المصري

م	المتغير	ك	%	الترتيب
١	دائماً	٣٠٣	٧٥,٧	١
٢	أحياناً	٥٤	١٣,٥	٢
٣	نادراً	٤٣	١٠,٧	٣
	الإجمالي	٤٠٠	١٠٠	

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن متابعة عينة الدراسة للبرامج الحوارية والتوعية البيئية بمخاطر التغير المناخي لعينة الدراسة توزع كالتالي: نسبة ٧٥,٨% من عينة الدراسة يقومون بمتابعة البرامج الحوارية والتوعية البيئية بمخاطر التغير المناخي بصفة دائمة، بينما جاءت نسبة ١٣,٥% من عينة الدراسة

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان أبريل (المجلد الأول) ٢٠٢٥

يقومون بمتابعة البرامج الحوارية والتوعية البيئية بمخاطر التغير المناخي بصفة غير دائمة، وأخيراً جاءت نسبة ١٠،٨% من عينة الدراسة نادراً ما يتابعون البرامج الحوارية والتوعية البيئية بمخاطر التغير المناخي. وتدل هذه النتيجة على أن النسبة الأعلى من عينة الدراسة يتابعون للبرامج الحوارية والتوعية البيئية بمخاطر التغير المناخي. وتتفق هذه النتائج مع دراسة كل من حبيب (٢٠٢٣)^(١)، ودراسة عثمان (٢٠١٨)^(٢) التي أكدت على أن الإعلام له دور في نشر معلومات ومعارف عن قضية التوعية البيئية والتغير المناخي.

جدول (٢) يوضح متابعة عينة الدراسة للبرامج الحوارية والتوعية البيئية بمخاطر التغير المناخي

م	المتغيرات	ك	%	الترتيب
١	طوال ايام الاسبوع	٣٣	٨،٣	٥
٢	يوم واحد في الاسبوع	٤٨	١٢	٤
٣	يومان في الاسبوع	١٠٢	٢٥،٥	٢
٤	ثلاثة ايام في الاسبوع	١٦٧	٤١،٨	١
٥	اربعة ايام فأكثر	٥٠	١٢،٥	٣
	الإجمالي	٤٠٠	١٠٠	

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن مدة متابعة عينة الدراسة للبرامج الحوارية والتوعية البيئية بمخاطر التغير المناخي لعينة الدراسة توزع كالتالي: أن نسبة

(١) مارلين فوزي حبيب فرج الله المدني ، أطر المعالجة الاعلامية لقضية التغير المناخي في المواقع الصحفية والاذخارية: دراسة تحليلية مقارنة ، (رسالة ماجستير ، غير منشورة) ، جامعة المنصورة. كلية الآداب. قسم الاعلام، ٢٠٢٣.

(٢) نصر الدين عبد القادر عثمان (٢٠١٨)، توظيف الإعلام الجديد في نشر الوعي بقضايا التنمية المستدامة: الوعي البيئي أنموذجاً- دراسة ميدانية، مجلة بحوث العلاقات العامة بالشرق الأوسط، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، المجلد الأول، العدد ١٥ يونيو، ص١٥٧-١٩٦.

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان أبريل (المجلد الأول) ٢٠٢٥

٤١,٨% من عينة الدراسة يقوموا بمتابعة عينة الدراسة للبرامج الحوارية والتوعية البيئية بمخاطر التغير المناخي ثلاثة أيام في الأسبوع، بينما جاءت نسبة ٢٥,٥% من عينة الدراسة يقوموا بمتابعة عينة الدراسة للبرامج الحوارية والتوعية البيئية بمخاطر التغير المناخي يومان في الأسبوع، وجاءت نسبة ١٢,٥% من عينة الدراسة يقومون بمتابعة البرامج الحوارية والتوعية البيئية بمخاطر التغير المناخي أربعة أيام في الأسبوع، وجاءت نسبة ١٢% من عينة الدراسة يقوموا بمتابعة البرامج الحوارية والتوعية البيئية بمخاطر التغير المناخي يوم واحد في الأسبوع، وأخير جاءت نسبة ٨,٣% من عينة الدراسة يقوموا بمتابعة عينة الدراسة للبرامج الحوارية والتوعية البيئية بمخاطر التغير المناخي طوال أيام الأسبوع. وتدل هذه النتيجة على أن النسبة الأعلى من عينة الدراسة يتابعون البرامج الحوارية ثلاثة أيام في الأسبوع وهذا يؤكد على عدم الانتظام في المشاهدة. وتتفق هذه النتائج مع دراسة كل من **Doris (2021)**^(١) ودراسة فؤاد (٢٠٢٠)^(٢) التي أكدت على وجود برامج التوعية البيئية وهذا يدعم إقبال عينة الدراسة على مشاهدتها للاستفادة من هذه البرامج التوعية.

جدول (٣) يوضح أسباب متابعة عينة الدراسة للبرامج الحوارية التي تتناول التوعية البيئية بمخاطر التغير المناخي

م	العبارة	ك	%	الترتيب
١	لدي فضول لمعرفة أكثر عن التغير المناخي	٣٦	٩	٣
٢	كثرة الأخبار والاحداث التي تتناول التغير المناخي	٢٥٤	٦٣,٥	١
٣	التأثيرات الناتجة عن التغير المناخي	٨٢	٢٠,٥	٢
٤	معرفة سياسات الدول لمواجهة هذه الظاهرة	٩	٢,٣	٥
٥	أخري تذكر	١٩	٤,٧	٤
	الإجمالي	٤٠٠	١٠٠	

(١) Doris D'Souza, Durga Sharma, R. P. Singh (2021), Comparing Efficacy of Instructional Approaches to Develop Environmental Awareness Among School Students, SAGE Open, vol.4,4, First Published December9.

(٢) فؤاد موافى (٢٠٢٠) دور الصحافة الإلكترونية والبرامج التليفزيونية في نشر الوعي البيئي لدى الجمهور المصري: دراسة تطبيقية، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الإعلام)

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان أبريل (المجلد الأول) ٢٠٢٥

تشير نتائج الجدول السابق لماذا تزداد متابعة عينة الدراسة للبرامج الحوارية والتوعية البيئية بمخاطر التغير المناخي توزع كالتالي: أن نسبة ٦٣،٥% من عينة الدراسة تزداد متابعتهم للبرامج الحوارية التي تتناول قضية التغير المناخي لكثرة الأخبار والاحداث التي تتناول التغير المناخي، بينما جاءت نسبة ٢٠،٥% من عينة الدراسة تزداد متابعتهم للبرامج الحوارية التي تتناول قضية التغير المناخي لانتشار التأثيرات الناتجة عن التغير المناخي، بينما جاءت نسبة ٩% من عينة الدراسة تزداد متابعتهم للبرامج الحوارية التي تتناول قضية التغير المناخي لدي فضول لمعرفة أكثر عن التغير المناخي، وجاءت نسبة ٤،٧% من عينة الدراسة تزداد متابعتهم للبرامج الحوارية التي تتناول قضية التغير المناخي لأسباب متعددة منها التثقيف البيئي والوعي بالظواهر المناخية وتأثيراتها على الإنسان والبيئة، وأخير جاءت نسبة ٢،٣% من عينة الدراسة تزداد متابعتهم للبرامج الحوارية التي تتناول قضية التغير المناخي لمعرفة سياسات الدول لمواجهة هذه الظاهرة.

جدول (٤) يوضح الموضوعات المرتبطة بالتغير المناخي على البرامج الحوارية

م	المتغيرات	ك	%	الترتيب
١	الكوارث البيئية والتلوث البيئي	٢٠	٥	٨
٢	انبعاث الغازات الدفيئة والاحتباس الحراري	١٦	٤	٩
٣	الافراط في استخدام الاسمدة الكيماوية	٢٤	٦	٧
٤	الفيروسات والبكتريا والأمراض الوبائية	٥٢	١٣	٤
٥	النفائيات الضارة والصلبة	٧٧	١٩،٢	١
٦	حرائق الغابات والأعاصير	٣٣	٨،٢	٦
٧	الأنهار والبحار الملوثة بالمواد الكيميائية السامة	٥٨	١٤،٥	٣
٨	الانقراض الجماعي المستمر لبعض الكائنات	١٦	٤	٩
٩	إزالة الغابات وتلوث المياه وتآكل التربة السطحية	٦٥	١٦،٢	٢
١٠	انبعاثات الكربون	٣٩	٩،٧	٥
	الإجمالي	٤٠٠	١٠٠	

تشير نتائج الجدول السابق الموضوعات المرتبطة بالتغير المناخي على البرامج الحوارية، وتوزع كالتالي: أن نسبة ١٩،٣% من عينة الدراسة تهتم بموضوعات النفايات الضارة والأعاصير المرتبطة بالبيئة المقدمة بالبرامج الحوارية على التلفزيون المصري، بينما جاءت نسبة ١٦،٣% من عينة الدراسة تهتم بموضوعات إزالة الغابات وتلوث المياه وتآكل التربة السطحية المرتبطة بالبيئة المقدمة بالبرامج الحوارية على التلفزيون المصري، وجاءت نسبة ١٤،٥% من عينة الدراسة تهتم بموضوعات الأنهار والبحار الملوثة بالمواد الكيميائية السامة المرتبطة بالبيئة المقدمة بالبرامج الحوارية على التلفزيون المصري، وجاءت نسبة ١٣% من عينة الدراسة تهتم بموضوعات الفيروسات والبكتريا والأمراض الوبائية المرتبطة بالبيئة المقدمة بالبرامج الحوارية على التلفزيون المصري، وجاءت نسبة ٩،٨% من عينة الدراسة تهتم بموضوعات انبعاثات الكربون المرتبطة بالبيئة المقدمة بالبرامج الحوارية على التلفزيون المصري، وجاءت نسبة ٨،٣% من عينة الدراسة تهتم بموضوعات حرائق الغابات والأعاصير المرتبطة بالبيئة المقدمة بالبرامج الحوارية على التلفزيون المصري، وجاءت نسبة ٦% من عينة الدراسة تهتم بموضوعات الافراط في استخدام الاسمدة الكيماوية المرتبطة بالبيئة المقدمة بالبرامج الحوارية على التلفزيون المصري، وجاءت نسبة ٥% من عينة الدراسة تهتم بموضوعات الكوارث البيئية والتلوث البيئي المرتبطة بالبيئة المقدمة بالبرامج الحوارية على التلفزيون المصري، وأخيراً جاءت نسبة ٤% من عينة الدراسة تهتم بموضوعات الانقراض الجماعي المستمر لبعض الكائنات وانبعاث الغازات الدفيئة والاحتباس الحراري المرتبطة بالبيئة المقدمة بالبرامج الحوارية على التلفزيون المصري. وتتفق نتائج هذا الجدول مع دراسة حبيب (٢٠٢٣) ^(١) التي على وجود تنوع في أبعاد وجوانب قضية التغير المناخي التي اعتمدت عليها المواقع الصحفية والإخبارية عينة الدراسة في تغطيتها لقضية التغير المناخي.

(١) مارلين فوزي حبيب فرج الله المدني: مرجع سابق.

جدول (٥) يوضح مفهوم التوعية البيئية في المضامين بالبرامج الحوارية على التليفزيون المصري

م	المتغيرات	ك	%	الترتيب
١	الحفاظ وحماية البيئة والحد من التلوث	١٠٨	٢٧	١
٢	استدامة الموارد الطبيعية	٥٣	١٣,٣	٤
٣	التخلص الآمن من النفايات	٩٤	٢٣,٥	٢
٤	الحفاظ على الغطاء النباتي	١٩	٤,٨	٥
٥	وقف هدر الطعام والموارد	٦٣	١٥,٨	٣
٦	الاستدامة البيئية	٦٣	١٥,٨	٣
	الإجمالي	٤٠٠	١٠٠	

تشير نتائج الجدول السابق مفهوم التوعية البيئية في المضامين بالبرامج الحوارية على التليفزيون المصري لدى عينة الدراسة، وتوزع كالتالي: أن نسبة ٢٧% من عينة الدراسة ترى أن مفهوم التوعية البيئية في المضامين بالبرامج الحوارية على التليفزيون المصري هو الحفاظ وحماية البيئة والحد من التلوث، بينما جاءت نسبة ٢٣,٥% من عينة الدراسة ترى أن مفهوم التوعية البيئية في المضامين بالبرامج الحوارية على التليفزيون المصري هو التخلص الآمن من النفايات، وجاءت نسبة ١٥,٨% من عينة الدراسة ترى أن مفهوم التوعية البيئية في المضامين بالبرامج الحوارية على التليفزيون المصري هو وقف هدر الطعام والموارد والاستدامة البيئية، وجاءت نسبة ١٣,٣% من عينة الدراسة ترى أن مفهوم التوعية البيئية في المضامين بالبرامج الحوارية على التليفزيون المصري هو استدامة الموارد الطبيعية، وجاءت نسبة ٨,٤% من عينة الدراسة ترى أن مفهوم التوعية البيئية في المضامين بالبرامج الحوارية على التليفزيون المصري هو الحفاظ على الغطاء النباتي وتتفق نتائج هذا

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان أبريل (المجلد الأول) ٢٠٢٥

الجدول مع دراسة كل من العنزي (٢٠١٩)^(١) وفؤاد (٢٠٢٠)^(٢) ودراسة عبد اللاه ٢٠٢٣ التي أكدت على دور الاعلام الإلكتروني في بناء الوعي البيئي لمواجهة الأزمات والكوارث البيئية وتأثيراتها المجتمعية، ويظهر ذلك من خلال الأنشطة الاتصالية التي يتم القيام بها بالهيئة العامة للاستعلامات كالمحاضرات التي يعقدها قطاع الإعلام الداخلي للتوعية بالأزمات، وورش العمل والحلقات النقاشية، إلي جانب المبادرات وإقامة المعارض، والإصدارات التي تصدرها الهيئة بمختلف اللغات للتوعية وتوزع بشكل مجاني علي الجماهير، وكذلك الأنشطة التوعوية التي يهتم بها جهاز الدولة لشئون البيئة من خلال منصات التواصل الاجتماعي المختلفة كالفديوهات المنشورة علي الصفحات الرسمية، إلي جانب الندوات وورش العمل والقوافل البيئية .

جدول (٦) يوضح أبعاد التوعية البيئية كما وضحتها البرامج الحوارية على التلفزيون المصري

م	المتغيرات	ك	%	الترتيب
١	خلق الإدراك وزيادة الوعي بالتغير المناخي	٨٧	٢١،٨	٢
٢	إمداد الفرد بالمعلومات المختلفة عن القضايا المناخية	١٤٦	٣٦،٥	١
٣	اكتساب الاتجاهات الإيجابية للفرد نحو البيئة	٦٩	١٧،٣	٣
٤	الحث على مشاركة الفرد في مواجهة مخاطر التغير المناخي	٤١	١٠،٣	٤
٥	خلق الدافعية لدى الفرد للمشاركة في حل المشكلات المناخية	٢٥	٦،٣	٦
٦	تغيير السلوك السلبي نحو البيئة والحفاظ عليها	٣٢	٨	٥
	الإجمالي	٤٠٠	١٠٠	

(١) محمد حسين محمد علي طاهر العنزي (٢٠١٩)، دور الصحافة الكويتية في التنقيف البيئي: دراسة ميدانية لدور وسائل الإعلام في بناء الوعي البيئي على عينة من أعضاء هيئة التدريس بجامعة الكويت، رسالة دكتوراة غير منشورة (جامعة مدينة السادات: معهد الدراسات والبحوث البيئية، قسم مسوح الموارد الطبيعية في النظم البيئية)

(٢) فؤاد موافى: مرجع سابق.

تشير نتائج الجدول السابق إلى أبعاد التوعية البيئية كما وضحتها البرامج الحوارية على التلفزيون المصري لدى عينة الدراسة، وتوزع كالتالي: أن نسبة ٣٦,٥% من عينة الدراسة ترى أن إمداد الفرد بالمعلومات المختلفة عن القضايا المناخية من أبعاد التوعية البيئية كما وضحتها البرامج الحوارية على التلفزيون المصري، بينما جاءت نسبة ٢١,٨% من عينة الدراسة ترى أن خلق الإدراك وزيادة الوعي بالتغير المناخي من أبعاد التوعية البيئية كما وضحتها البرامج الحوارية على التلفزيون المصري، وجاءت نسبة ١٧,٣% من عينة الدراسة ترى أن اكتساب الاتجاهات الإيجابية للفرد نحو البيئة من أبعاد التوعية البيئية كما وضحتها البرامج الحوارية على التلفزيون المصري، وجاءت نسبة ١٠,٣% من عينة الدراسة ترى أن الحث على مشاركة الفرد في مواجهة مخاطر التغير المناخي من أبعاد التوعية البيئية كما وضحتها البرامج الحوارية على التلفزيون المصري، وجاءت نسبة ٨% من عينة الدراسة أن تغيير السلوك السلبي نحو البيئة والحفاظ عليها من أبعاد التوعية البيئية كما وضحتها البرامج الحوارية على التلفزيون المصري، وأخيراً جاءت نسبة ٦,٣% من عينة الدراسة أن خلق الدافعية لدى الفرد للمشاركة في حل المشكلات المناخية من أبعاد التوعية البيئية كما وضحتها البرامج الحوارية على التلفزيون المصري. وتتفق نتائج هذا الجدول مع دراسة مسعد (٢٠١٤) ^(١) وعثمان (٢٠١٨) ^(٢) التي أكدت على توظيف الإعلام الجديد والمواقع الإلكترونية في نشر الوعي بقضايا التنمية المستدامة المرتبطة بالوعي البيئي والتغير المناخي من خلال إشراك المؤثرين في الإعلام الجديد في حملات التوعية، والاهتمام بالوسائط الاتصالية الجديدة في زيادة إرسال الرسالة البيئية وصولاً لمجتمع واعٍ بالقضايا البيئية وضرورة حمايتها.

(١) ريهام مسعد علي (٢٠١٤)، نحو آلية جديدة لتصميم المواقع المستدامة من خلال تحليل أنظمة التقييم البيئي المختلفة، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الهندسة، قسم الهندسة المعمارية).
(٢) نصر الدين عبد القادر عثمان: مرجع سابق.

جدول (٧) يوضح مقومات التوعية البيئية كما عرضتها البرامج الحوارية على التليفزيون المصري

م	المتغيرات	ك	%	الترتيب ب
١	تعميم وتعميق المعارف البيئية	٣٦	٩	٤
٢	تحفيزهم للمساهمة والمشاركة الفردية والجماعية في حماية البيئة	٦٨	١٧	٣
٣	الاتجاه نحو حماية وصون الموارد البيئية واستدامتها	٢١ ١	٥٢، ٨	١
٤	التقليل من المخاطر البيئية المحتملة من السلوكيات غير السليمة بيئياً	٨٥	٢١، ٣	٢
	الإجمالي	٤٠ ٠	١٠٠	

تشير نتائج الجدول السابق مقومات التوعية البيئية كما عرضتها البرامج الحوارية على التليفزيون المصري لدى عينة الدراسة، وتوزع كالتالي: أن نسبة ٥٢،٨% من عينة الدراسة ترى أن مقومات التوعية البيئية كما عرضتها البرامج الحوارية على التليفزيون المصري، بينما جاءت نسبة ٢١،٣% من عينة الدراسة ترى أن مقومات التوعية البيئية كما عرضتها البرامج الحوارية على التليفزيون المصري، وجاءت نسبة ١٧% من عينة الدراسة ترى أن مقومات التوعية البيئية كما عرضتها البرامج الحوارية على التليفزيون المصري، وجاءت نسبة ٩% من عينة الدراسة ترى أن مقومات التوعية البيئية كما عرضتها البرامج الحوارية على التليفزيون المصري. وتتفق نتائج الجدول مع دراسة أحمد (٢٠١٢)^(١) ومحمد (٢٠١٤)^(٢) ومسعد

(١) محمد السيد أحمد وآخرون، فعالية صحيفة إلكترونية مقترحة في تنمية بعض المفاهيم البيئية والوعي البيئي لدى طلاب المرحلة الإعدادية (دراسة ميدانية)، المؤتمر العلمي السنوي المصري الرابع لكلية التربية النوعية جامعة المنصورة (إدارة المعرفة وإدارة رأس المال الفكري في مؤسسات التعليم العالي في مصر والوطن العربي) المجلد الرابع العدد ٣، ٢٠١٢، ص ١٢٧٥-١٢٩٥.

(٢) محمد عباس محمد (٢٠١٤)، دور الصحافة الإلكترونية في تنمية الوعي الثقافي لدى الشباب، بحث منشور؛ ملتقى الثقافة والإعلام (المملكة العربية السعودية، وزارة الثقافة والإعلام)، متوفر على موقع <https://apps.apple.com> تم الاسترجاع بتاريخ ١٨-٣-٢٠٢٣.

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان أبريل (المجلد الأول) ٢٠٢٥

(٢٠١٤)^(١) التي أكدت على دور الإعلام الإلكتروني في تنمية الوعي الثقافي لدى الشباب مع خلال تنمية بعض المفاهيم البيئية والوعي البيئي، ويتم ذلك من خلال تصميم موقع مستدام، سيتم توضيح مباني حققت معدلات نجاح بأدائها البيئي من خلال تطبيق تلك النظم وتحليل محددات استدامة الموقع بين النظم العالمية والنظام المصري للخروج بالمحددات الثابتة والمتغيرة لعمل قائمة تحقق جديدة متكاملة تشتمل على المحددات المتشابهة والمحددات التي يمكن إضافتها، ثم تم عمل آلية تطبيق لقائمة التحقق وتطبيقها.

جدول (٨) يوضح سمات التوعية البيئية كما قدمتها البرامج الحوارية على

التلفزيون المصري

م	المتغيرات	ك	%	الترتيب
١	تحسين نوعية حياة الإنسان الحد من أثر التلوث على صحة الإنسان	١٠٥	٢٦,٣	٢
٢	تطوير أخلاقيات بيئية بحيث تصبح هي الرقيب على تعامله مع البيئة	٣٢	٨	٤
٣	تفعيل دور مختلف شرائح المجتمع باتخاذ القرار للصيانة البيئية وحمايتها	٢٨	٧	٥
٤	مساعد الأفراد في اكتشاف المشاكل البيئية وإيجاد الحلول المناسبة لها	٥٩	١٤,٨	٣
٥	تعزيز السلوك الإيجابي لدى الأفراد في التعامل مع البيئة وعناصرها	١٧٦	٤٤	١
	الإجمالي	٤٠٠	١٠٠	

تشير نتائج الجدول السابق إلي سمات التوعية البيئية كما عرضتها البرامج الحوارية على التلفزيون المصري لدى عينة الدراسة، وتوزع كالتالي: أن نسبة ٤٤% من عينة الدراسة ترى أن تعزيز السلوك الإيجابي لدى الأفراد في التعامل مع البيئة وعناصرها من سمات التوعية البيئية كما عرضتها البرامج الحوارية على التلفزيون المصري، بينما جاءت نسبة ٢٦,٣% من عينة الدراسة ترى أن تحسين نوعية حياة الإنسان الحد من أثر التلوث على صحة الإنسان من سمات التوعية البيئية كما عرضتها البرامج الحوارية على التلفزيون المصري، وجاءت نسبة ١٤,٨% من عينة الدراسة ترى أن مساعد الأفراد في اكتشاف المشاكل البيئية وإيجاد الحلول المناسبة لها من سمات التوعية البيئية كما عرضتها البرامج الحوارية

(١) ربهام مسعد علي (٢٠١٤)، نحو آلية جديدة لتصميم المواقع المستدامة من خلال تحليل أنظمة التقييم البيئي المختلفة، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الهندسة، قسم الهندسة المعمارية).

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان أبريل (المجلد الأول) ٢٠٢٥

على التلفزيون المصري، وجاءت نسبة ٨% من عينة الدراسة ترى أن تطوير أخلاقيات بيئية بحيث تصبح هي الرقيب على تعامله مع البيئية من سمات التوعية البيئية كما عرضتها البرامج الحوارية على التلفزيون المصري، وأخيراً جاءت نسبة ٧% من عينة الدراسة ترى أن تفعيل دور مختلف شرائح المجتمع باتخاذ القرار للصيانة البيئية وحمايتها من سمات التوعية البيئية كما عرضتها البرامج الحوارية على التلفزيون المصري.

جدول (٩) يوضح أساليب تقديم التوعية البيئية بالبرامج الحوارية على

التلفزيون المصري

م	المتغيرات	ك	%	الترتيب
١	تيسير المعرفة البيئية وكشف الحقائق المتصلة بالمشكلات البيئية وخطورتها	41	10.3	4
٢	غرس القيم البيئية التي تستهدف صيانة ما يواجهها من مشكلات	78	19.5	3
٣	المشاركة الإيجابية بيني سلوكيات تؤدي إلى الإقلال من الأخطار التي تتعرض لها البيئة	151	37.8	1
٤	تكوين اتجاهات إيجابية نحو البيئة	130	32.5	2
	الإجمالي	400	100	

تشير نتائج الجدول السابق إلى سمات التوعية البيئية كما عرضتها البرامج الحوارية على التلفزيون المصري لدى عينة الدراسة، وتوزع كالتالي: أن نسبة ٣٧،٨% من عينة الدراسة ترى أن المشاركة الإيجابية بيني سلوكيات تؤدي إلى الإقلال من الأخطار التي تتعرض لها البيئة من أساليب التوعية البيئية كما عرضتها البرامج الحوارية على التلفزيون المصري ، بينما جاءت نسبة ٣٢،٥% من عينة الدراسة ترى أن تكوين اتجاهات إيجابية نحو البيئة من أساليب التوعية البيئية كما عرضتها البرامج الحوارية على التلفزيون المصري، وجاءت نسبة ١٩،٥% من عينة الدراسة ترى أن غرس القيم البيئية التي تستهدف صيانة مما يواجهها من مشكلات من أساليب التوعية البيئية كما عرضتها البرامج الحوارية على التلفزيون المصري، وجاءت نسبة ١٠،٣% من عينة الدراسة ترى أن تيسير المعرفة البيئية وكشف الحقائق المتصلة بالمشكلات البيئية وخطورتها من أساليب التوعية البيئية كما عرضتها البرامج الحوارية على التلفزيون المصري.

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان أبريل (المجلد الأول) ٢٠٢٥

جدول (١٠) يوضح أهم الإشباعات المتحققة من متابعة البرامج الحوارية على التلفزيون المصري لعينة الدراسة

م	العبارة	أوافق		محايد		لا أوافق		الأوزان	المتوسط	الانحراف المعياري	درجة الاشباع	الترتيب
		%	ك	%	ك	%	ك					
١	تلمي احتياجاتي المعرفية والوجدانية والسلوكية	٣٠٠	٧٥	٥٦	١٤	٤٤	١١	١٠٥٦	٢,٦٤	٠,٦٧٢	كبيرة	٦
٢	تساعدني في معرفة الظواهر والكوارث البيئية	٣٢٢	٨٠,٥	٢٧	٦,٨	٥١	١٢,٨	١٠٧١	٢,٦٨	٠,٦٨٩	كبيرة	٥
٣	تجعلني أفهم طبيعة التغيرات المناخية	٣٣٧	٨٤,٣	٤٠	١٠	٢٣	٥,٨	١١١٤	٢,٧٩	٠,٥٣٣	كبيرة	١
٤	تساعدني على التفاعل مع مختلف القضايا والأحداث البيئية	٣١٤	٧٨,٥	٤٨	١٢	٣٨	٩,٥	١٠٧٦	٢,٦٩	٠,٦٣٦	كبيرة	٤
٥	تساعد هذه المضامين على توسيع مداركي البيئية	٣٣٠	٨٢,٥	٤٥	١١,٣	٢٥	٦,٣	١١٠٥	٢,٧٦	٠,٥٥٤	كبيرة	٢
٦	تزيد مبلي ورغبتني في المشاركة في الفعاليات المحلية والدولية	٢٥٦	٦٤	١٢١	٣٠,٣	٢٣	٥,٨	١٠٣٣	٢,٥٨	٠,٥٩٩	كبيرة	٧
٧	بعد مشاهدتي لهذه المضامين عزفت وتراجعت عن بعض السلوكيات الخاطئة	٢٨٨	٧٢	١٠٢	٢٥,٥	١٠	٢,٥	١٠٧٨	٢,٧٠	٠,٥١٢	كبيرة	٣
	الإجمالي	٢١٤٧		٤٣٩		٢١٤		٧٥٣٣	٢,٦٩	٠,٦١٠	كبيرة	
	المتوسط	٣٠٦,٧١		٦٢,٧١		٣٠,٥٧						
	النسبة المئوية	%٦٧,٦٨		%١٥,٦٨		%٦٤,٧						

تشير نتائج الجدول السابق عن أهم الإشباعات المتحققة من متابعة البرامج الحوارية على التلفزيون المصري من وجهة نظر عينة الدراسة، وتوزع كالتالي: جاءت في المرتبة الأولى أن أهم الإشباعات المتحققة من متابعة البرامج الحوارية مرتبطة بـ (تجعلني أفهم طبيعة التغيرات المناخية) بدرجة كبيرة

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان أبريل (المجلد الأول) ٢٠٢٥

ومتوسط مرجح قدره (٢,٧٩) وانحراف معياري قدره (٠,٥٣٣)، بينما جاءت (تساعد هذه المضامين على توسيع مداركي البيئية) في المرتبة الثانية من أهم الإشباعات المتحققة من متابعة البرامج الحوارية بدرجة كبيرة ومتوسط مرجح قدره (٢,٧٦) وانحراف معياري قدره (٠,٥٥٤)، ثم جاءت في المرتبة الثالثة أن أهم الإشباعات المتحققة من متابعة البرامج الحوارية بيئي مرتبطة بـ(بعد مشاهدي لهذه المضامين عزفت وتراجعت عن بعض السلوكيات الخاطئة) بدرجة كبيرة بمتوسط مرجح قدره (٢,٧٠) وانحراف معياري قدره (٠,٥١٢)، وفي المرتبة الرابعة جاءت أن أهم الإشباعات المتحققة من متابعة البرامج الحوارية مرتبطة بـ(تساعدني على التفاعل مع مختلف القضايا والأحداث البيئية) بدرجة كبيرة ومتوسط مرجح قدره (٢,٦٩) وانحراف معياري قدره (٠,٦٣٦)، وفي المرتبة الخامسة جاءت أن أهم الإشباعات المتحققة من متابعة البرامج الحوارية مرتبطة بـ(تساعدني في معرفة الظواهر والكوارث البيئية) بدرجة كبيرة ومتوسط مرجح قدره (٢,٦٨) وانحراف معياري قدره (٠,٦٨٩)، وفي المرتبة السادسة جاءت أن أهم الإشباعات المتحققة من متابعة البرامج الحوارية مرتبطة بـ(تساعدني في معرفة الظواهر والكوارث البيئية) بدرجة كبيرة ومتوسط مرجح قدره (٢,٦٤) وانحراف معياري قدره (٠,٦٧٢)، وفي المرتبة السابعة جاءت أن أهم الإشباعات المتحققة من متابعة البرامج الحوارية مرتبطة بـ(تزيد ميلي ورغبتي في المشاركة في الفعاليات المحلية والدولية) بدرجة كبيرة ومتوسط مرجح قدره (٢,٥٨) وانحراف معياري قدره (٠,٥٩٩).

نتائج فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مشاهدة الجمهور المصري للبرامج الحوارية والمتغيرات الديموغرافية.

جدول (١١) يوضح نتائج اختبار تحليل التباين (Anova) لقياس دلالة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين محل الدراسة مشاهدة الأفلام الوثائقية على

موقع اليوتيوب طبقا لمتغير النوع

المتغير	النوع	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى المعنوية	الدلالة
مشاهدة الأفلام الوثائقية على موقع اليوتيوب و متغير النوع	بين المجموعات	٢٦٠,٩٦	٤	٥٥,٩٩٢	٢٠,٠٣١	٠,٠٠٠	دالة
	داخل المجموعات	٢١٠,٩٩٢	٣٩٥	٠,٥٥٤			
	المجموع	٤٨٠,٩٦٠	٣٩٩				

تُشير نتائج تطبيق اختبار "ف" إلى: وجود فروق بين متوسطات الباحثين محل الدراسة حول مشاهدة الأفلام الوثائقية على موقع اليوتيوب طبقا لمتغير النوع، حيث تشير هذه النتيجة إلى وجود فروق بين الباحثين في مشاهدة الأفلام الوثائقية على موقع اليوتيوب.

جدول (١٢) يوضح نتائج اختبار تحليل التباين (Anova) لقياس دلالة الفروق بين متوسطات درجات الباحثين محل الدراسة مشاهدة الأفلام الوثائقية على موقع

اليوتيوب طبقا لمتغير العمر

المتغير	النوع	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى المعنوية	الدلالة
مشاهدة الأفلام الوثائقية على موقع اليوتيوب و متغير العمر	بين المجموعات	٢٦٣,٩٦	٤	٦٥,٩٩٢	١٩,٠٣١	٠,٠٠٠	دالة
	داخل المجموعات	٢١٨,٩٩٢	٣٩٥	٠,٥٥٤			
	المجموع	٤٨٢,٩٦٠	٣٩٩				

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان أبريل (المجلد الأول) ٢٠٢٥

تُشير نتائج تطبيق اختبار "ف" إلى: وجود فروق بين متوسطات الباحثين محل الدراسة حول مشاهدة الأفلام الوثائقية على موقع اليوتيوب طبقاً لمتغير العمر، حيث تشير هذه النتيجة إلى وجود فروق بين الباحثين في مشاهدة الأفلام الوثائقية على موقع اليوتيوب.

جدول (١٣) يوضح نتائج اختبار تحليل التباين (Anova) لقياس دلالة الفروق بين متوسطات درجات الباحثين محل الدراسة مشاهدة الأفلام الوثائقية على موقع اليوتيوب طبقاً لمتغير الحالة الاجتماعية

المتغير	النوع	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى المعنوية	الدلالة
مشاهدة الأفلام الوثائقية على موقع اليوتيوب و متغير الحالة الاجتماعية	بين المجموعات	٣،٣٦٨	٣	١،١٢٣	٠،٩٢٤	٠،٤٢٨	دالة
	داخل المجموعات	٤٧٩،٥٩٢	٣٩٦	١،٢١١			
	المجموع	٤٨٢،٩٦٠	٣٩٩				

تُشير نتائج تطبيق اختبار "ف" إلى: وجود فروق بين متوسطات الباحثين محل الدراسة حول مشاهدة الأفلام الوثائقية على موقع اليوتيوب طبقاً لمتغير الحالة الاجتماعية، حيث تشير هذه النتيجة إلى وجود فروق بين الباحثين في مشاهدة الأفلام الوثائقية على موقع اليوتيوب.

جدول (١٤) يوضح نتائج اختبار تحليل التباين (Anova) لقياس دلالة الفروق بين متوسطات درجات الباحثين محل الدراسة مشاهدة الأفلام الوثائقية على موقع اليوتيوب طبقاً لمتغير الحالة التعليمية

المتغير	النوع	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى المعنوية	الدلالة
مشاهدة الأفلام الوثائقية على موقع اليوتيوب ومتغير الحالة التعليمية	بين المجموعات	٧،٢٥٢	٢	٣،٦٢٦	٣،٠٢٦	٠،٠٥٠	دالة
	داخل المجموعات	٤٧٥،٧٠٨	٣٩٧	١،١٩٨			
	المجموع	٤٨٢،٩٦٠	٣٩٩				

تُشير نتائج تطبيق اختبار "ف" إلى: وجود فروق بين متوسطات الباحثين محل الدراسة حول مشاهدة الأفلام الوثائقية على موقع اليوتيوب طبقاً لمتغير الحالة التعليمية، حيث تشير هذه النتيجة إلى وجود فروق بين الباحثين في مشاهدة الأفلام الوثائقية على موقع اليوتيوب.

جدول (١٥) يوضح نتائج اختبار تحليل التباين (Anova) لقياس دلالة الفروق بين متوسطات درجات الباحثين محل الدراسة مشاهدة الأفلام الوثائقية على موقع اليوتيوب طبقا لمتغير الحالة الاقتصادية

المتغير	النوع	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى المعنوية	الدلالة
مشاهدة الأفلام الوثائقية على موقع اليوتيوب و متغير الحالة التعليمية	بين المجموعات	٠،٦٦٢	٢	٠،٣٣١	٠،٢٣٧	٠،٧٦٢	دالة
	داخل المجموعات	٤٨٢،٢٩٨	٣٩٧	١،٢١٥			
	المجموع	٤٨٢،٩٦٠	٣٩٩				

تُشير نتائج تطبيق اختبار "ف" إلى: وجود فروق بين متوسطات الباحثين محل الدراسة حول مشاهدة الأفلام الوثائقية على موقع اليوتيوب طبقا لمتغير الحالة الاقتصادية، حيث تشير هذه النتيجة إلى وجود فروق بين الباحثين في مشاهدة الأفلام الوثائقية على موقع اليوتيوب.

الفرض الثاني: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين دوافع مشاهدة الجمهور المصري للبرامج الحوارية والإقبال عليها.

جدول (١٦) يوضح العلاقة الارتباطية بين دوافع مشاهدة العينة للأفلام الوثائقية على موقع اليوتيوب و الإقبال عليها

المتغير الثاني: معدل التوعية البيئية لأفراد العينة		المتغيرات
مستوى الدلالة p-value	معامل الارتباط R	
0.001	0.632	المتغير الأول: دوافع مشاهدة العينة للأفلام الوثائقية على موقع اليوتيوب
ن = 400		

معامل الارتباط (r): يُشير معامل الارتباط (r) إلى قوة واتجاه العلاقة بين دوافع مشاهدة الأفلام الوثائقية والإقبال عليها. قيمة r تتراوح بين -1 و $+1$. حيث بلغت قيمة $0,632$ تشير إلى وجود علاقة ارتباطية إيجابية قوية، أي كلما زادت دوافع مشاهدة الأفلام الوثائقية، زاد الإقبال عليها والعكس صحيح.

قيمة: p-value: تُشير قيمة p-value $0,01$ تُشير إلى احتمالية ضئيلة جدًا للحصول على هذه النتائج عشوائيًا، مما يدعم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية. ويُبين التحليل الإحصائي وجود علاقة ارتباطية إيجابية قوية ذات دلالة إحصائية بين دوافع مشاهدة الأفلام الوثائقية والإقبال عليها لدى أفراد العينة.

الفرض الثالث: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات عينة الدراسة نحو التغيير المناخي ومعدل تعرضهم للبرامج الحوارية.

جدول رقم (١٧) يوضح العلاقة الارتباطية بين اتجاهات عينة الدراسة نحو التغير المناخي ومعدل تعرضهم للبرامج الحوارية

المتغير الثاني: التوعية البيئية نحو التغير المناخي		المتغيرات
مستوى الدلالة (p-value)	معامل الارتباط (r)	
٠,٠٠١	٠,٦٥	المتغير الأول: التعرض للبرامج الحوارية
ن = ٤٠٠		

معامل الارتباط (r): قيمة معامل الارتباط ٠,٦٥ تشير إلى وجود علاقة موجبة بين المتغيرين، أي أن زيادة معدلات التعرض للبرامج الحوارية ترتبط بشكل إيجابي مع زيادة معدلات التوعية البيئية نحو التغير المناخي.

p-value: قيمة p-value (٠,٠٠١) أقل من مستوى الدلالة الإحصائية ٠,٠٥ ، مما يدل على أن العلاقة بين المتغيرين ذات دلالة إحصائية.

وتؤكد النتائج وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدلات تعرض عينة للبرامج الحوارية ومعدلات تعرضهم للتوعية البيئية نحو التغير المناخي.

يشير هذا إلى أن المنصات الرقمية الحزبية قد تساهم في زيادة الاستقطاب السياسي بين عينة الدراسة.

الفرض الرابع: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مشاهدة الجمهور المصري للبرامج الحوارية واعتمادهم عليها والتأثيرات المعرفية والوجدانية الناتجة عنها.

جدول رقم (١٨) يوضح العلاقة الارتباطية بين مشاهدة الجمهور المصري للبرامج الحوارية واعتمادهم عليها والتأثيرات المعرفية والوجدانية الناتجة عنها

المتغير الأول: (اتجاهات نحو التغيير المناخي)		المتغيرات
مستوى الدلالة (p-value)	معامل الارتباط (r)	
0.0002	0.68	المتغير الثاني: (التأثيرات المعرفية)
0.0005	0.59	المتغير الثاني: (التأثيرات الوجدانية)
ن = 400		

- معامل الارتباط (r): تشير قيم معامل الارتباط إلى وجود علاقات موجبة معتدلة إلى قوية بين اتجاهات عينة الدراسة نحو التغيير المناخي، والتأثيرات المعرفية، والوجدانية.
- p-value: قيم p-value أقل من مستوى الدلالة الإحصائية ٠,٠٥ ، مما يدل على أن العلاقات بين المتغيرين ذات دلالة إحصائية.
- وتؤكد النتائج وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات عينة الدراسة نحو التغيير المناخي عبر البرامج الحوارية والتأثيرات المعرفية والوجدانية المترتبة عليه.
- يشير هذا إلى أن مشاهدة الجمهور المصري من خلال البرامج الحوارية يُؤثر على مُعتقدات ومشاعر عينة الدراسة.

نتائج الدراسة:

١- أسباب متابعة البرامج الحوارية التي تتناول التوعية البيئية بمخاطر التغيير المناخي:

- لدي فضول لمعرفة أكثر عن التغيير المناخي

- كثرة الأخبار والاحداث التي تتناول التغير المناخي
- التأثيرات الناتجة عن التغير المناخي
- معرفة سياسات الدول لمواجهة هذه الظاهرة
- ٢- الموضوعات المرتبطة بالتغير المناخي على البرامج الحوارية:
 - الكوارث البيئية والتلوث البيئي
 - انبعاث الغازات الدفيئة والاحتباس الحراري
 - الافراط في استخدام الاسمدة الكيماوية
 - الفيروسات والبكتريا والأمراض الوبائية
 - النفايات الضارة والصلبة
 - حرائق الغابات والأعاصير
 - الأنهار والبحار الملوثة بالمواد الكيميائية السامة
 - الانقراض الجماعي المستمر لبعض الكائنات
 - إزالة الغابات وتلوث المياه وتآكل التربة السطحية
 - انبعاثات الكربون
- ٣- مفهوم التوعية البيئية في المضامين بالبرامج الحوارية على التلفزيون المصري:
 - الحفاظ وحماية البيئة والحد من التلوث
 - استدامة الموارد الطبيعية
 - التخلص الآمن من النفايات
 - الحفاظ على الغطاء النباتي
 - وقف هدر الطعام والموارد
 - الاستدامة البيئية
- ٤- أبعاد التوعية البيئية كما وضحتها البرامج الحوارية على التلفزيون المصري:
 - خلق الإدراك وزيادة الوعي بالتغير المناخي

- إمداد الفرد بالمعلومات المختلفة عن القضايا المناخية
- اكتساب الاتجاهات الإيجابية للفرد نحو البيئة
- الحث على مشاركة الفرد في مواجهة مخاطر التغير المناخي
- خلق الدافعية لدى الفرد للمشاركة في حل المشكلات المناخية
- تغيير السلوك السلبي نحو البيئة والحفاظ عليها
- ٥- مقومات التوعية البيئية كما عرضتها البرامج الحوارية على التلفزيون المصري:
- تعميق وتعميق المعارف البيئية
- تحفيزهم للمساهمة والمشاركة الفردية والجماعية في حماية البيئة
- الاتجاه نحو حماية وصون الموارد البيئية واستدامتها
- التقليل من المخاطر البيئية المحتملة من السلوكيات غير السليمة بيئيا
- ٦- سمات التوعية البيئية كما قدمتها البرامج الحوارية على التلفزيون المصري:
- تحسين نوعية حياة الإنسان الحد من أثر التلوث على صحة الإنسان
- تطوير أخلاقيات بيئية بحيث تصبح هي الرقيب على تعامله مع البيئة
- تفعيل دور مختلف شرائح المجتمع باتخاذ القرار للصيانة البيئية وحمايتها
- مساعد الأفراد في اكتشاف المشاكل البيئية وإيجاد الحلول المناسبة لها
- تعزيز السلوك الإيجابي لدى الافراد في التعامل مع البيئة وعناصرها
- ٧- أساليب تقديم التوعية البيئية بالبرامج الحوارية على التلفزيون المصري
- تيسير المعرفة البيئية وكشف الحقائق المتصلة بالمشكلات البيئية وخطورتها
- غرس القيم البيئية التي تستهدف صيانة ما يواجهها من مشكلات
- المشاركة الإيجابية بيني سلوكيات تؤدي إلى الإقلال من الأخطار التي تتعرض لها البيئة
- تكوين اتجاهات إيجابية نحو البيئة

٨- الإشباعات المتحققة من متابعة البرامج الحوارية على التلفزيون المصري
لعينة الدراسة:

- تلبي احتياجاتي المعرفية والوجدانية والسلوكية
- تساعدني في معرفة الظواهر والكوارث البيئية
- تجعلني أفهم طبيعة التغيرات المناخية
- تساعدني على التفاعل مع مختلف القضايا والأحداث البيئية
- تساعد هذه المضامين على توسيع مداركي البيئية
- تزيد ميلي ورغبتي في المشاركة في الفعاليات المحلية والدولية
- بعد مشاهدتي لهذه المضامين عزفت وتراجعت عن بعض السلوكيات الخاطئة
ويمكن مناقشة نتائج دراسة من خلال تناول الجوانب التالية:

١. التأثير الإيجابي للبرامج الحوارية في تشكيل الوعي البيئي:

- أظهرت النتائج أن البرامج الحوارية قادرة على رفع مستوى الوعي والمعرفة لدى الجمهور حول مخاطر التغير المناخي، خاصة إذا كانت هذه البرامج تعتمد على أساليب عرض شيقة ومحتوى علمي مدعوم بالأدلة.
- البرامج الحوارية التي تركز على المخاطر المحلية (مثل التلوث، التصحر، وندرة المياه) تحفز الجمهور على الانتباه لمحيطهم البيئي بشكل أكبر، مما يساهم في تشكيل مواقف إيجابية نحو تبني ممارسات صديقة للبيئة.

٢. تأثير البرامج على الاتجاهات والسلوكيات البيئية:

- أظهرت الدراسة أن البرامج الحوارية لا تقتصر فقط على نقل المعرفة، بل تؤثر أيضاً في تكوين اتجاهات داعمة لحماية البيئة بين المشاهدين.
- الجمهور المتابع لهذه البرامج بشكل منتظم أصبح أكثر استعداداً لتغيير سلوكياته، مثل تقليل استهلاك الطاقة، إعادة التدوير، ودعم السياسات البيئية.
- النتائج بيّنت أن البرامج الحوارية قادرة على تشجيع المشاهدين للانضمام إلى المبادرات البيئية والمشاركة في حملات التوعية.

٣. فعالية البرامج الحوارية مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى:

-وجدت الدراسة أن البرامج الحوارية تتفوق على الوسائل الإعلامية الأخرى في نقل المعلومات البيئية بشكل واضح ومقنع، لأنها تتيح فرصاً أوسع للنقاش المفتوح واستعراض وجهات نظر مختلفة.

-أثبتت البرامج التي تستضيف خبراء بيئيين وعلماء أهمية كبيرة في تعزيز فهم المشاهدين للقضايا المعقدة المتعلقة بالتغير المناخي، ما يؤدي إلى زيادة مستوى الفهم لدى الجمهور بشكل عام.

٣.التفاوت في التأثير بين الفئات المختلفة:

-النتائج أشارت إلى أن تأثير البرامج الحوارية يختلف بين الفئات العمرية والاجتماعية. حيث كانت الفئات الشابة أكثر تفاعلاً مع القضايا البيئية وأبدت اهتماماً أكبر بالمشاركة في النقاشات والمبادرات.

-الفئات الأكبر سناً أظهرت ميلاً أقل للتغيير الفوري، مما يشير إلى أهمية تصميم برامج موجهة بشكل خاص لهذه الفئات، مع التركيز على ربط التغير المناخي بالقضايا الصحية والاقتصادية التي تهمهم.

٤. دور التغطية الإعلامية المتوازنة:

-من أبرز النتائج أن التغطية المتوازنة التي تعرض المشكلات والحلول على حد سواء تساعد في بناء اتجاهات متفائلة لدى الجمهور، بدلاً من التركيز على الخطاب التحذيري فقط الذي قد يولد شعوراً بالإحباط والعجز.

-البرامج التي تعرض قصص النجاح وتجارب المجتمعات التي نجحت في التكيف مع التغيرات المناخية تلعب دوراً رئيسياً في تحفيز الجمهور لتبني مواقف إيجابية نحو العمل البيئي.

٥. التحديات التي تواجه البرامج الحوارية:

-أكدت النتائج أن هناك تحديات عدة تواجه هذه البرامج، مثل صعوبة إيصال المحتوى البيئي لجمهور غير متخصص، والحاجة لتبسيط المصطلحات العلمية المعقدة.

-كما لوحظ أن بعض البرامج تفتقر إلى التغطية المنتظمة أو تعتمد على أساليب تقليدية في الطرح، مما يقلل من جاذبيتها ويؤدي إلى تراجع الاهتمام بها.

٦. أهمية إشراك الجمهور:

-أظهرت الدراسة أن البرامج التي توفر منصات تفاعلية للمشاهدين، مثل مداخلات الجمهور عبر الهاتف أو وسائل التواصل الاجتماعي، تحقق نجاحاً أكبر في تشكيل الاتجاهات الإيجابية.

-من خلال هذا النوع من التفاعل، يشعر الجمهور بأنهم جزء من النقاش البيئي، مما يعزز شعورهم بالمسؤولية نحو القضايا البيئية.

٧. تأثير توظيف الإعلام الرقمي:

-النتائج بيّنت أن البرامج الحوارية التي تتبنى استراتيجيات الإعلام الرقمي، مثل البث عبر الإنترنت أو استخدام منصات التواصل الاجتماعي، تكون أكثر فعالية في الوصول إلى جمهور أوسع، خاصة بين الشباب.

-استخدام هذه المنصات يساعد في نشر محتوى البرنامج وتوسيع دائرة النقاش حول الموضوعات البيئية، مما يساهم في زيادة التأثير الاجتماعي للبرامج.

٨. دور البرامج في تغيير السلوكيات البيئية:

-لاحظت الدراسة أن البرامج التي تقدم نصائح عملية وتوصيات يمكن للمشاهدين تطبيقها في حياتهم اليومية كانت الأوفر على تحويل الاتجاهات الإيجابية إلى سلوكيات فعلية.

-تقديم خطوات بسيطة وسهلة التنفيذ، مثل كيفية تقليل استخدام البلاستيك أو طرق توفير الطاقة في المنزل، ساعد في تحويل الوعي النظري إلى ممارسات واقعية.

توصيات الدراسة:

للدراسة المتعلقة بدور البرامج الحوارية في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو التوعية البيئية بمخاطر التغير المناخي، يمكن التركيز على التوصيات التالية:

١. تعزيز المحتوى البيئي في البرامج الحوارية:

• زيادة المحتوى المتعلق بالتوعية البيئية ضمن البرامج الحوارية بشكل جذاب ومبسط.

• دعوة خبراء بيئيين بشكل دوري للمشاركة في النقاشات لرفع مستوى الوعي وتقديم معلومات دقيقة ومحدّثة.

٢. استخدام أساليب تفاعلية:

• تشجيع الجمهور على المشاركة من خلال استبيانات مباشرة، والمدخلات الهاتفية، والرسائل النصية، ووسائل التواصل الاجتماعي.

• الاستفادة من التكنولوجيا لعرض نماذج وتوقعات علمية مرئية تسهل فهم الآثار البيئية.

٣. توظيف المؤثرين الاجتماعيين:

• دعوة الشخصيات المؤثرة اجتماعياً (مثل مشاهير الفن والرياضة) لتبني رسائل التوعية ضمن البرامج الحوارية لزيادة الوصول إلى شرائح أوسع.

٤. التركيز على التغير المناخي كقضية حياتية:

• ربط القضايا البيئية بالتحديات اليومية للجمهور مثل الزراعة، الصحة العامة، والاقتصاد لتوضيح التأثير المباشر للتغير المناخي على حياة الأفراد.

٥. إنتاج برامج حوارية متخصصة:

- إطلاق برامج حوارية متخصصة بالتوعية البيئية تشمل فقرات ميدانية وتقارير من مواقع متضررة لزيادة التفاعل والإدراك حول خطورة الوضع البيئي.

٦. الاهتمام بالمصداقية والشفافية:

- التركيز على تقديم معلومات دقيقة مدعومة بالدراسات والحقائق لتجنب نشر الإشاعات أو المعلومات غير الصحيحة.
- تخصيص فقرات لتنفيذ الأخبار الزائفة حول التغير المناخي.

٧. التوعية المبكرة عبر قنوات تعليمية:

- التعاون مع المؤسسات التعليمية لعرض أجزاء من هذه البرامج للطلبة بهدف غرس القيم البيئية في سن مبكر.

٨. قياس أثر البرامج الحوارية:

- إجراء دراسات دورية لقياس مدى تأثير البرامج الحوارية على الجمهور وتعديل استراتيجيات التوعية بناءً على النتائج.

٩. إشراك المجتمع المحلي:

- التركيز على تجارب المجتمعات المحلية في مواجهة مخاطر التغير المناخي، مثل جهود الحفاظ على الموارد الطبيعية والمبادرات الخضراء، لإظهار أمثلة حية على التغيير الإيجابي.

١٠. التعاون مع منظمات بيئية:

- التعاون مع منظمات غير حكومية ومؤسسات بيئية لتوفير محتوى تعليمي متميز ومصادر موثوقة يمكن مشاركتها ضمن البرامج.

من خلال هذه التوصيات، يمكن تحسين مستوى التوعية البيئية وإيصال الرسائل بشكل أكثر فعالية من خلال البرامج الحوارية، مما يسهم في رفع وعي الجمهور حول مخاطر التغير المناخي وكيفية التعامل معها.

مراجع الدراسة

أولاً: المراجع العربية:

١. ابتسام رايس، نظريات الاعتماد على وسائل الاعلام وتطبيقاتها على الاعلام الجديد، المجلة العربية في العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة وهران، العدد ٢٥، ٢٠١٦
٢. إبراهيم بن سالم محمد، إدمان الإنترنت ودوافع استخدامها في علاقتيها بالتفاعل الاجتماعي لدى طلبة الجامعة. المجلة الدولية للآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية، المؤسسة العربية للبحث العلمي والتنمية البشرية، العدد ٩، ٢٠١٨م، ص ١١٣- ١٥٥ .
٣. أحمد حسين اللقاني، محمد، فارة حسن. (٢٠٠١). المجتمع والبيئة والانسان، مناهج التعليم بين الواقع والمستقبل، ط١. القاهرة، ص٣٥
٤. أحمد زكي بدوي: معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، بيروت، مكتبة لبنان، ١٩٨٢، ص٣٠.
٥. احمد محمد ابراهيم الشحات (٢٠٢٤) دور البرامج الحوارية التلفزيونية في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري وسلوكياته الاتصالية نحو قضايا التعليم قبل الجامعي، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
٦. الاسكوا، الأمم المتحدة، مصدر المصطلح: UNEP/GC/22/3/ADD.3/REV.1 مصدر التعريف: الإسكوا- ترجمة للتعريف الصادر في النسخة الانكليزية لإطار تطوير إحصاءات البيئية لعام ٢٠١٣.
٧. أسماء يحيى (٢٠٢١) مصداقية البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية في تناول القضايا المصرية الجارية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الإعلام.

٨. أشرف العوايدية، خالد عوني، القيم المتضمنة في تطبيق التيك توك tik tok في ظل نظرية الحتمية التكنولوجية، مذكرة ماستر، جامعة الحاج لخضر باتنة، ٢٠١٨
٩. أمل أحمد حسن عبد المجيد. (٢٠١٨). لمعالجة الخبرة للقضايا والاتفاقات الدولية الخاصة لمواجهة التغيرات المناخية: دراسة تحليلية مقارنة بين الصحافة المصرية والبريطانية (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة عين شمس. كلية الدراسات العليا والبحوث البيئية. قسم العلوم التربوية والإعلام البيئي.
١٠. أمل نبيل بدر، الآثار الثقافية والاجتماعية والنفسية لاستخدام الشباب الخليجي لشبكات التواصل الاجتماعي. مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، العدد ٢٨، الجزائر، ٢٠١٥م، ص ٤١-١٠.
١١. بسيوني إبراهيم حمادة، وسائل الإعلام والسياسة: دراسة فى ترتيب الأولويات، (القاهرة: مكتبة نهضة الشروق، ١٩٩٦) ص ٢٦-٢٧
١٢. بشير، هشام (٢٠١٤) التغيرات المناخية كمصدر لتهديد الأمن العالمي بالتطبيق على الحالة المصرية، مجلة أفاق سياسية، المركز العربي للبحوث والدراسات، العدد (٨).
١٣. بن عربية، لحبيب بلعابد، عبد القادر بن عربية. (٢٠١٧). مساهمة التربية البيئية في تشكيل الوعي البيئي دراسة ميدانية على تلاميذ مرحلة الثانوي (٨). مجلة البشرية. ص ١٢٣
١٤. بونجاح مزيان، لبوخ توفيق، أثر شبكات التواصل الاجتماعي على قيم وسلوكيات لدى تلاميذ الطور المتوسط، ملتقى وسائل الاعلام والطفل في الجزائر، المركز الجامعي أحمد زبانه، غليزان، ٢٠١٧.
١٥. جمهورية مصر العربية، جهاز شئون البيئة، ٢٠١٤

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان أبريل (المجلد الأول) ٢٠٢٥

١٦. ريهام مسعد علي (٢٠١٤)، نحو آلية جديدة لتصميم المواقع المستدامة من خلال تحليل أنظمة التقييم البيئي المختلفة، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الهندسة، قسم الهندسة المعمارية).
١٧. ريهام مسعد علي (٢٠١٤)، نحو آلية جديدة لتصميم المواقع المستدامة من خلال تحليل أنظمة التقييم البيئي المختلفة، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الهندسة، قسم الهندسة المعمارية).
١٨. زين العابدين درويق: علم النفس الاجتماعي أسسه وتطبيقاته، القاهرة، دار الفكر العربي، ٢٠٠٥، ص ٩٠.
١٩. سامح فوزى السيد، (٢٠٢٣) تأثير التعرض لمواقع الإخبارية على الوعي بمخاطر التغيرات المناخية لدى الجمهور المصري، المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري، جامعة بنى سويف، كلية الإعلام، العدد، ٤، المجلد ٤،
٢٠. سامي حمود إبراهيم، فتحي محمد عثمان، اتجاهات مستخدمي الهواتف الذكية وتطبيقاتها: دراسة ميدانية، مجلة البحوث المالية والتجارية، كلية التجارة، جامعة بورسعيد، ع ١، ٢٠١٩م، ص ص ٢١٢ - ٢٤٩
٢١. شيريهان مجدي محمد، السلوك الاتصالي وادراك الواقع السياسي، برنامج الماجستير - كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المؤتمر الخامس والعشرون للجمعية الدولية لبحوث الاتصال والإعلام، ٢٠٠٦.
٢٢. الصادق شنه، استخدام وإشباع تطبيقات الهواتف الذكية لدى الشباب: دراسة مسحية لعينة من شباب مدينة قمار ولاية الوادي. رسالة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح- ورقلة، الجزائر، ٢٠١٧، ص ٧١.
٢٣. عامر مصباح: علم النفس الاجتماعي في السياسة والإعلام، القاهرة، دار الكتاب الحديث، ٢٠١١، ص ٢٥١.

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان أبريل (المجلد الأول) ٢٠٢٥

٢٤. عبد الرحيم درويش، مقدمة في علم الاتصال، دمياط: مكتبة نانسي،

٢٠٠٦م، ص١٣٦

٢٥. عبد الغاني لولو، (٢٠١٩) المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة في التلفزيون الجزائري "دراسة تحليلية لحصة البيئة والمجتمع"، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجزائر: جامعة قاصدي مرباح، العدد، ٤٢ المجلد، ١.

٢٦. عصام مصطفى محمد، محمود حسن إسماعيل، ريهام رفعت

(محمد)٢٢٤٨). تقويم برامج الريبورتاج بقناة الصعيد الفضائية في ضوء

تنميتها الأبعاد الثقافية البيئية للمشاهدين، مجلة العلوم البيئية، جامعة عين

شمس، معهد الدراسات والبحوث البيئية، مج، ١٠، ج، ٢، مارس ٢٢٤٨م.

٢٧. عزة عبد العزیز عثمان، العوامل المؤثرة لاستخدام الفتيات في السعودية

ومصر للإنترنت، الملتقى الدولي لتقنيات الاتصال والتغير الاجتماعي،

قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة الملك سعود، ٢٧- ٢٩ مارس 2009،

ص٢٩

٢٨. فاتن عبد السلام بيومي، دور مواقع الأفلام التسجيلية بالإنترنت في تنمية

الوعي الثقافي لدى المراهقين ، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة عين

شمس ، كلية الدراسات العليا للطفولة ، قسم الإعلام وثقافة الأطفال ،

(٢٠١٨).

٢٩. فاطمة الزهراء محمود نعمان، استخدام المراهقين للهواتف الذكية وعلاقتها

بالعزلة الاجتماعية لدىهم. مجلة دراسات الطفولة، كلية الدراسات العليا

للطفولة، جامعة عين شمس، العدد ٨٤، المجلد ٢٢، ٢٠١٩م، 153.

٣٠. فؤاد موافى (٢٠٢٠) دور الصحافة الإلكترونية والبرامج التلفزيونية في

نشر الوعي البيئي لدى الجمهور المصري: دراسة تطبيقية، رسالة ماجستير

غير منشورة (جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الإعلام)

٣١. قربة، جهاد محمد (٢٠١٥) التغير المناخي، دراسة تحليلية نقدية بين الواقع والحقيقة العلمية، المجلة المصرية للتغير البيئي، مج (٧).
٣٢. ليلي رمضان عبد اللاه حسن. (٢٠٢٣). نحو نموذج وقائي مقترح لاتصالات العلاقات العامة الحكومية فى بناء الوعى بمواجهة الأزمات والكوارث المجتمعية: دراسة تطبيقية (رسالة ماجستير - غير منشورة) . جامعة المنصورة. كلية الآداب. قسم الإعلام.
٣٣. مارلين فوزي حبيب فرج الله (٢٠٢٣). أطر المعالجة الاعلامية لقضية التغير المناخي في المواقع الصحفية والاذخارية: دراسة تحليلية مقارنة (رسالة ماجستير، غير منشورة) جامعة المنصورة. كلية الآداب. قسم الاعلام.
٣٤. مارلين فوزي حبيب فرج الله المدني ، أطر المعالجة الاعلامية لقضية التغير المناخي في المواقع الصحفية والاذخارية: دراسة تحليلية مقارنة ، (رسالة ماجستير ، غير منشورة) ، جامعة المنصورة. كلية الآداب. قسم الاعلام، ٢٠٢٣.
٣٥. محمد السيد أحمد وآخرون، فعالية صحيفة إلكترونية مقترحة في تنمية بعض المفاهيم البيئية والوعي البيئي لدى طلاب المرحلة الإعدادية (دراسة ميدانية)، المؤتمر العلمي السنوي المصري الرابع لكلية التربية النوعية جامعة المنصورة (إدارة المعرفة وإدارة رأس المال الفكري في مؤسسات التعليم العالي في مصر والوطن العربي) المجلد الرابع العدد ٣، ٢٠١٢، ص١٢٧٥-١٢٩٥.
٣٦. محمد جاسم العبيدي: المدخل الى علم النفس العام، عمان، دار الثقافة، الطبعة الخامسة، ٢٠١٣، ص١٢٦.
٣٧. محمد حسين محمد علي طاهر العنزي (٢٠١٩)، دور الصحافة الكويتية في التنقيب البيئي: دراسة ميدانية لدور وسائل الإعلام في بناء الوعي البيئي

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان أبريل (المجلد الأول) ٢٠٢٥

على عينة من أعضاء هيئة التدريس بجامعة الكويت، رسالة دكتوراة غير منشورة (جامعة مدينة السادات: معهد الدراسات والبحوث البيئية، قسم مسوح الموارد الطبيعية في النظم البيئية)

٣٨. محمد حسين محمد علي طاهر. (٢٠١٩). دور الصحافة الكويتية في التثقيف البيئي: دراسة ميدانية لدور وسائل الإعلام في بناء الوعي البيئي على عينة من أعضاء هيئة التدريس بجامعة الكويت (رسالة دكتوراة، غير منشورة). جامعة مدينة السادات: معهد الدراسات والبحوث البيئية. قسم مسوح الموارد الطبيعية في النظم البيئية.

٣٩. محمد سعيد الحاج ياسين، معالجة التحقيقات الاستقرائية في قناة الجزيرة للقضايا العربية: دراسة تحليلية لبرنامج الصندوق الأسود، رسالة ماجستير منشورة، (الأردن : جامعة اليرموك، كلية الإعلام ، ٢٠١٧) ، متوفر علي موقع <https://search.mandumah.com/Record/869289> ، تم الاسترجاع بتاريخ ١٣-٥-٢٠٢٣.

٤٠. محمد عاطف غيث: قاموس علم الاجتماع، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، ٢٠٠٢، ص ٣١.

٤١. محمد عباس محمد (٢٠١٤)، دور الصحافة الإلكترونية في تنمية الوعي الثقافي لدى الشباب، بحث منشور؛ ملتقى الثقافة والإعلام (المملكة العربية السعودية، وزارة الثقافة والإعلام) ، متوفر علي موقع <https://apps.apple.com> تم الاسترجاع بتاريخ ١٨-٣-٢٠٢٣ .

٤٢. محمد عبد الحميد، ٢٠٠٨، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط٣، ص ٣٠٢

٤٣. محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط٣، ٢٠١٠، ص ٣٠٢

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان أبريل (المجلد الأول) ٢٠٢٥

٤٤. محمود أحمد محمد عبد الكريم (٢٠١٩). معالجة الصحافة العربية والدولية للأزمات والكوارث البيئية: دراسة مقارنة. (رسالة دكتوراه، غير منشورة). جامعة عين شمس. معهد الدراسات والبحوث البيئية. قسم العلوم التربوية والإعلام البيئي.

٤٥. مريم بربيش، ياسمينة بلحوت، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي لدى التلاميذ الجزائريين " الفيسبوك " أنموذجا، مذكرة ماستر، جامعة البويرة، ٢٠١٨.

٤٦. معتز سيد عبد الله: الاتجاهات التعصبية، سلسلة عالم المعرفة، العدد ١٣٧، مايو، ١٩٨٩، ص ٤٠.

٤٧. منى فؤاد موافى (٢٠٢٠). دور الصحافة الإلكترونية والبرامج التلفزيونية في نشر الوعي البيئي لدى الجمهور المصري: دراسة تطبيقية. (رسالة ماجستير، غير منشورة). جامعة المنصورة. كلية الآداب. قسم الإعلام.

٤٨. الموسوي، محمد علي، داود، هديل سليمان. التنور العلمي لمدرسي الاحياء في المدارس المتوسطة وعلاقته بالوعي البيئي لطلبتهم (٨٨). مجلة العلوم التربوية والنفسية، ص ٧٠-٧١

٤٩. نبيلة عبد الكريم الشرجبي: علم النفس الاجتماعي رؤية معاصرة، عمان، دار الأيام، ٢٠١٥، ص ٤٥.

٥٠. نصر الدين عبد القادر عثمان (٢٠١٨). توظيف الإعلام الجديد في نشر الوعي بقضايا التنمية المستدامة: الوعي البيئي أنموذجاً- دراسة ميدانية. مجلة بحوث العلاقات العامة بالشرق الأوسط. الجمعية المصرية للعلاقات العامة. ١(١٥). ص ١٥٧-١٩٦.

٥١. نصر الدين عبد القادر عثمان (٢٠١٨)، توظيف الإعلام الجديد في نشر الوعي بقضايا التنمية المستدامة: الوعي البيئي أنموذجاً- دراسة ميدانية،

مجلة بحوث العلاقات العامة بالشرق الأوسط، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، المجلد الأول، العدد ١٥ يونيو، ص١٥٧-١٩٦.

٥٢. هبه عيسى (٢٠٢٠) دور البرامج الحوارية التليفزيونية في تعزيز حرية الرأي والتعبير "في فلك الممنوع" على قناة (فرانس ٢٤) أنموذجا،

٥٣. وثيقة الأمم المتحدة رقم 2009: E

٥٤. وحدة التغيرات المناخية (٢٠٢١) مصر وقضية المناخ، وزارة الدولة لشئون البيئة، جمهورية مصر العربية.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

1. Shepardson ،D.P ،Niyogi ،D. ،Roy Choudhury ،A. ،& Hirsch ، A. (2012) Conceptualizing climate change in the context of a climate system ،implications for climate and environmental education ،Environmental Education Research^{١٨} ، (3) ،pp323-352.
2. D´Souza, Doris., Singh, Durga Sharma, R. P. (2021), Comparing Efficacy of Instructional Approaches to Develop Environmental Awareness Among School Students, SAGE Open, vol.4,4.
3. Nakra, N. and Pandey, M. (2019) Smartphone as an intervention to intention-behavior of patient care. Health policy and technology. 8,Issue2, pages 143-150. Available at: <https://cutt.us/40TPK>. Accessed at: 2/9/1441
4. Qudah, B. and Luetsch, K. (2019) The influence of mobile health applications on patient-healthcare provider relationships: a systematic, narrative review. Available at: <https://cutt.us/xXEFR> Accessed at 1/11/1441.
5. Gerbner, G. & Gross , L(1976) : living with television : The violence profile.(Journal of communication , Vol .26, no.2) p. 180.
6. Aiste Dovaleane. Factor, Influe ncing customer engagement in mobile Apps. In Zunerime Egoro make- Enginneing Economic. Kaunas University of Technology luhaumia,2016

7. Danis McQuail & Sevin Winhall , Communication Model : For The Study of communication, 2th ed New York Longman(1995)p.112.
8. Oseph B. Walther . Eleste L. Slovacek Isa C. Tidwell , a Picture Worth a Thousand Words ? Autographic Images in Long – Term and Sort Term Computer – Mediated Communication, Communication Research, Vol , 28 , No , 1 February 2001 .
9. Juliette H. Walma van der Molen , Assessing Text – Picture Correspondence in Television News : The Development of a New Coding Scheme, Journal of Broadcasting Media , Summer 2001 , Broadcast Education Association.
10. Juliette H. Walma van der Molen , Assessing Text – Picture Correspondence in Television News : The Development of a New Coding Scheme, Journal of Broadcasting Media , Summer 2001 , Broadcast Education Association
11. Em Griffin, Andrew, Ledbetter, Glenn Sparks. A First Look at communication Theory,9th Edition, New Yark, Mc Graw 2014, p353.
12. Doris D´Souza, Durga Sharma, R. P. Singh (2021), Comparing Efficacy of Instructional Approaches to Develop Environmental Awareness Among School Students, SAGE Open, vol.4,4, First Published December9.
13. Dissen, A. & Crowell, T, We Are What We Eat: Assessing the Use of a Documentary Film as an Educational Tool to Change Students' Nutritional Attitudes and Behaviors. American Journal of Lifestyle Medicine, Vol. 20, No. 10, 2021, pp. 1-10.