

رؤية الجمهور وخبراء الإعلام في مصر حول تغطية وسائل الإعلام لمؤتمر قمة المناخ COP27 - دراسة ميدانية

د. شيرين سلامة السعيد*

د. سحر مصطفى عبد الغني*

ملخص الدراسة:

هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل رؤية الجمهور وخبراء الاتصال حول تغطية وسائل الإعلام المصرية لمؤتمر قمة المناخ COP27 في مصر ٢٠٢٢، واستندت إلى نظرية المسؤولية الاجتماعية كإطار نظري مفسر لرؤية الخبراء حول استراتيجيات تطوير التغطية الإعلامية لمثل تلك المؤتمرات، وكذلك تغطية ومعالجة القضايا البيئية بشكل عام بناء على تقييمهم لتغطية وسائل الإعلام للحدث، وطُبقت الدراسة على عينة من الجمهور قوامها ١٥٠٠ مفردة من عمر ١٥ فما فوق، ممن تابعوا المؤتمر، و٣٣ خبيراً في مجال الإعلام والبيئة، وذلك باستخدام كل من أداتي الاستبيان الإلكتروني، والمقابلات المعمقة، وتوصلت الدراسة إلى عديد من النتائج من أهمها، التوصل إلى إستراتيجية مقترحة لمعالجة القضايا البيئية في وسائل الإعلام، واشتملت على عدة محاور تتعلق بأبعاد العملية الاتصالية، وتمثلت في البعد الأول (تأهيل وتطوير القائم بالاتصال في مجال البيئة)، والبعد الثاني (الاهتمام بطبيعة الموضوعات ونوعية التغطية الملائمة لقضايا البيئة)، والبعد الثالث (أهمية تعدد القنوات الاتصالية، واستخدام أساليب التواصل الفعّالة لنقل الرسائل البيئية).

الكلمات المفتاحية

وسائل الإعلام المصرية- قضايا البيئة- مؤتمر COP27 - نظرية المسؤولية الاجتماعية- الجمهور المصري- الخبراء في مجال البيئة

*الأستاذ المساعد في قسم الصحافة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة
*الأستاذ المساعد في قسم الصحافة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

Public and Media Experts Vision in Egypt on Media Coverage of the COP27 Climate conference - Field

Study Abstract

The study aimed to monitor and analyze the vision of the public and communication experts about the Egyptian media's coverage of the COP27 climate summit conference in Egypt 2022, and was based on the theory of social responsibility as a theoretical framework that explains the experts' vision about strategies for developing media coverage of such conferences, as well as covering and treating environmental issues in general based on Their evaluation of the media coverage of the event, and the study was applied to a sample of the audience consisting of 1,500 individuals aged 15 and over, who followed the conference, and 33 experts in the field of media and the environment, using both electronic questionnaire tools and in-depth interviews. The study reached many results from The most important of which was arriving at a proposed strategy to address environmental issues in the media, which included several axes related to the dimensions of the communication process, represented in the first dimension (qualifying and developing the communicator in the field of the environment), the second dimension (concerning the nature of the topics and the quality of appropriate coverage of environmental issues), and the Third (the importance of multiple communication channels, and using effective communication methods to convey environmental messages).

keywords:

Egyptian media - Environmental issues - COP27 conference - Social Responsibility Theory - Egyptian public - Environmental experts

موضوع الدراسة وأهميته

أصبحت وسائل الإعلام شريكًا أساسيًا ومحوريًا في كافة عمليات وخطط التنمية التي تنتهجها دول العالم، ففي عصر تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وفي ظل أدوات الاتصال المستحدثة لم يعد دور الوسائل الإعلامية ثانويًا أو مقتصرًا على نقل المعلومات والأخبار، بل يتجاوز ذلك إلى التفاعل اللحظي مع الجماهير العريضة، والمشاركة الفعالة في توعية الجمهور بالقضايا المجتمعية ذات الأولوية، ومن ثم تشكيل وجهة نظرهم، وتطوير فهمهم للموضوعات المختلفة، وصولًا إلى التأثير في الرأي العام ككل، ومن ثم تبني سلوكيات تتوافق مع الخطط التنموية إزاء المجالات المستهدفة.

ويعد تغير المناخ وما يرتبط به من موضوعات ومشكلات أحد أهم القضايا العالمية الملحة خلال الألفية الثانية، مما وضعه في مكان الصدارة على أجندة كافة الاجتماعات الدولية والإقليمية، وصار العمل المناخي واحدًا من أهداف التنمية المستدامة بشكل مباشر، ومؤثرًا بشكل غير مباشر في باقي أهداف التنمية المستدامة^١، ويرجع السبب في التركيز على التغيرات المناخية، إلى نتائج العديد من الدراسات التي أثبتت أن جزءًا كبيرًا من هذه التغيرات بات نتيجة النشاط البشري، ولم يعد فقط بسبب الطبيعة كما كان من قبل. وتشير الشواهد إلى أن تغير المناخ وما يترتب عليه من تأثيرات سلبية على أبعاد مختلفة منها النشاط الزراعي والأمن الغذائي والبنية التحتية وصحة الإنسان وسبل العيش، يمثل أحد التحديات الرئيسية لتحقيق عملية التنمية المستدامة، وكذلك يعرض الكثير من الجوانب المختلفة بسوق العمل للخطر^٢.

ووفقا لتعريف وكالة الفضاء الأمريكية "ناسا" فإن تغير المناخ: "ظاهرة عالمية واسعة الانتشار، تنشأ في الغالب عن طريق حرق الوقود، الذي يطلق إلى الغلاف الجوي غازات حابسة للحرارة (الغازات الدفيئة) "Greenhouse gases" (بخار الماء، وثنائي أكسيد الكربون، والميثان وأكسيد النيتروز)، وتشمل الظاهرة تغييرات أخرى مثل ارتفاع مستوى سطح البحر، وفقدان الكتلة الجليدية في القطب الشمالي وأنتاركتيكا والجلال الجليدية في جميع أنحاء العالم، وتغير مواعيد تفتح الأزهار، وأحداث الطقس الشديدة"^٣.

وقد حذرت الدراسة، التي أعدها د. أحمد قنديل، خبير الشؤون الدولية والآسيوية ورئيس برنامج دراسات الطاقة بمركز الأهرام للدراسات السياسية والاستراتيجية، من أن مصر ستكون من أكثر دول العالم تضررًا من آثار التغيرات المناخية رغم أن انبعاثاتها من غازات الاحتباس الحراري المسببة للتغير المناخي العالمي لا تمثل سوى ٠.٥٧ في المائة من إجمالي انبعاثات العالم. ونبهت الدراسة أيضًا إلى أن الأضرار الناجمة عن التغير المناخي قد تكبد المصريين خسائر فادحة في العديد من المجالات والقطاعات، كما أنها قد تهدد أيضًا باخفاق جهود التنمية وزيادة معدلات الفقر، وبتفاقم عدم الأمن المائي والغذائي، وبتدهور الأحوال المعيشية لملايين المواطنين المصريين^٤.

وفي ضوء هذه التداعيات تزايد اهتمام الدولة المصرية في السنوات الأخيرة، بشكل ملحوظ بالجهود الدولية المتزايدة لمواجهة التغير المناخي العالمي، والتفاعل معها على عدة مستويات، ومنها مشاركة مصر في مؤتمر باريس للتغير المناخي، الذي انعقد في العاصمة

الفرنسية في ديسمبر ٢٠١٥. كما استضافت مصر مؤتمر قمة المناخ (كوب ٢٧)، وكوب، اختصار لـ "Conference of the Parties" أو مؤتمر الأطراف، ويعد المؤتمر جزءًا من اتفاقية الأمم المتحدة الإطارية بشأن التغير المناخي، وهي معاهدة دولية وقعتها معظم دول العالم عام ١٩٩٢، بهدف الحد من تأثير النشاط البشري على المناخ. ووافقت الحكومات الموقعة على النظر فيما يمكن أن تفعله للحد من ارتفاع درجات الحرارة العالمية والتغير المناخي الناتج عن أنشطتها. وبالتالي تعد المؤتمرات السنوية بمثابة اجتماعات رسمية لتقييم التقدم المحرز. وكان قد عُقد أول مؤتمر للدول الأطراف في برلين عام ١٩٩٥°.

واتساقاً مع تلك الجهود التي تقوم بها الدولة المصرية يبرز دور وسائل الإعلام في تغطية تلك المؤتمرات، والتعريف بالجهود التي تُبذل لمواجهة تحديات تغير المناخ وعرضها وتناولها بشكل مبسط وبطريقة سهلة، تتيح للجمهور التعرف على أبعادها من خلال القدرات الكبيرة لوسائل الإعلام، والتي تتيح لها الوصول إلى المعلومات والبيانات الدقيقة من خلال المصادر المختلفة كالخبراء والمتخصصين، كما يُعد الإعلام الركيزة الأساسية لرفع وعي المجتمع بقضايا البيئة والتأثير الإيجابي في مواجهة قضية التغير المناخي، وخاصة أن الإنسان هو المتهم الأول في حدوث خلل التغير المناخي، فمنذ القرن التاسع عشر، أصبحت الأنشطة البشرية المسبب الرئيسي لتغير المناخ، فوفقاً لتقرير صادر عن الهيئة الحكومية الدولية المعنية بتغير المناخ (IPCC) فإن "هناك احتمال كبير جداً (يزيد عن ٩٥ %) بأن الأنشطة البشرية على مدى السنوات الخمسين الماضية قد زادت درجة حرارة الكوكب"^١.

وبناء على الدور المحوري الذي تلعبه وسائل الإعلام في تغطية الأحداث العالمية، وأولوية قضية تغير المناخ على خريطة قضايا العالم، فإن انعقاد مؤتمر المناخ cop27 على أرض مصر، يمثل حدثاً مهماً يتطلب البحث والدراسة الإعلامية للتعرف على أداء وسائل الإعلام المصرية على اختلافها في نقل الحدث ومعالجة أبعاده سواء من وجهة نظر الجمهور أو الخبراء المتخصصين في مجال الإعلام البيئي.

أهمية الدراسة

تتلخص أهمية الدراسة فيما يلي:

- يمكن أن تشكل نتائج الدراسة المتعلقة برؤى الجمهور والمتخصصين في الإعلام البيئي حول التغطية الإعلامية لفعاليات المؤتمر، إضافة معرفية ونظرية لحقل الدراسات المتعلقة بالإعلام البيئي المتخصص في المكتبة الإعلامية المصرية والعربية.
- قد تسهم الاستراتيجية التي تستهدف الدراسة الوصول لها من خلال رؤى الخبراء (عينة الدراسة) لتغطية قضايا البيئة في تحسين أداء المؤسسات الإعلامية، وتوجيه القائمين بالاتصال في مجال الإعلام البيئي للعمل على استخدام أساليب للتغطية أكثر دقة وشمولاً ومصداقية، ومن ثم تأثيراً في تلك النوعية من المعالجات والتغطيات المتخصصة.
- تعد نتائج الدراسة بمثابة مؤشرات علمية مقننة لتقييم الجمهور والخبراء لأداء وسائل الإعلام في تغطية الأحداث العالمية، وهو ما قد يفيد المؤسسات الإعلامية المصرية - موضع الدراسة - في عمليات التقييم والتقويم الخاصة بأدائها في هذا الصدد.

الدراسات السابقة :

من خلال مراجعة الدراسات السابقة التي تناولت الإعلام وقضايا البيئة والتغيرات المناخية، أمكن تصنيفها إلى محورين أساسيين وهما:

المحور الأول: دراسات تناولت معالجة وسائل الإعلام لقضايا تغير المناخ

المحور الثاني: دراسات تناولت دور وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات الجمهور إزاء قضايا تغير المناخ والقضايا البيئية

المحور الأول: دراسات تناولت معالجة وسائل الإعلام لقضايا تغير المناخ:

- دراسة ^٧Liu, M., & Huang, J. (2023)

اهتمت الدراسة بالتعرف على أطر مسؤولية الأسباب والحلول لقضية التغير المناخي في اثنتين من الصحف الدولية بالصين والولايات المتحدة الأمريكية وهما China Daily و The New York Times (CD). ووظفت الدراسة النظرية اللغوية وتحليل الخطاب النقدي كأطر نظرية واستعانته بأداة تحليل الخطاب، وتم اختيار عينة من التقارير الإخبارية التي نشرت في الفترة من ٢٠٠١ إلى ٢٠٢٠، وبلغ حجم العينة ٤٣٨ تقريرًا إخباريًا بالصحيفة الصينية و١٠٧١ بالصحيفة الأمريكية. وكشفت النتائج عن اهتمام الصحيفة الأمريكية بقضية التغير المناخي مقارنة بالصحيفة الصينية؛ وأمكن تفسير ذلك في ضوء نقص الاهتمام بتلك القضية من جانب الحكومة الصينية في فترة ما قبل عام ٢٠٠٧. كما أشارت النتائج إلى أن الأسباب البشرية جاءت في مقدمة أسباب حدوث التغيرات المناخية في الصحفتين وإن كان ذلك أكثر بروزاً في الصحيفة الأمريكية، ومالت الصحيفة الأمريكية إلى إبراز الخلاف حول الأسباب البشرية للقضية والتميز بين الدول النامية والمتقدمة في تقديم أطر المسؤولية عن قضية التغير المناخي، والتي تظهر بشكل أكبر في الصحيفة الصينية عنه في الصحيفة الأمريكية، وركزت الصحيفة الصينية على الخلفية التاريخية لمسئوليات الدول المتقدمة عن تلك القضية وحث الدول المتقدمة على أخذ دور القيادة في مسئوليات المعالجة والحل ومساعدة الدول النامية في التعامل معها؛ وهو ما يتسق مع تأكيد الحكومة الصينية على مفهوم المسئوليات المختلفة " differentiated responsibilities " بشأن التغير المناخي، أما الصحيفة الأمريكية فاهتمت بإبراز المسئولية السلبية للدول النامية عن التغير المناخي في الوقت التي أكدت فيه على المسئولية المشتركة بين الدول النامية والمتقدمة لحل تلك القضية.

- دراسة سالي جاد (٢٠٢٣) ^٨

هدفت الدراسة إلى التعرف على أطر معالجة المواقع الرقمية للقضايا البيئية في ضوء تحقيق التنمية المستدامة ورؤية مصر ٢٠٣٠ من خلال تغطية قمة المناخ كوب ٢٧، وباستخدام منهج المسح، واعتمدت الدراسة على صحيفة تحليل مضمون لعينة من الأخبار في ثلاثة مواقع إخبارية وهي (موقع قناة النيل للأخبار – موقع سكاى نيوز – موقع البوابة نيوز) خلال الفترة من ١٠ نوفمبر ٢٠٢٢ إلى ١٠ فبراير ٢٠٢٣. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها: هدفت المعالجة الإعلامية للموضوعات البيئية وقضايا المناخ في مواقع

الدراسة، إلى "عرض تقرير للواقع" بنسبة ٣٠%، ثم "اظهار النتائج الإيجابية للمؤتمر" بنسبة ١٦.٦%، وفي الترتيب الثالث جاء هدف "شرح مخاطر التغيرات المناخية" بنسبة ١٢.٣% وفي الترتيب الرابع جاء هدف "دعم جهود الحكومة والممارسات الرسمية" بنسبة ١٢.١% جاء موضوع "تعزيز التعاون بين جميع دول المنطقة فيما يخص قضايا المناخ" في مقدمة الموضوعات التي تناولتها المواقع الإخبارية عند تغطية مؤتمر المناخ cop27، بنسبة ١٧.٥%، يليه موضوع "تقديم يدى العون إلى الدول الأكثر تضرراً" بنسبة ١٤.٧%، ثم الدعوة إلى "خفض الانبعاثات الكربونية من موارد الطاقة الصارة" بنسبة ١١%، يليها الدعوة إلى "زراعة الأشجار ومواجهة التصحر" بنسبة ١٠.٨. وجاءت "الصراعات والحروب" في مقدمة أسباب تغيرات المناخ كما بينتها المواقع عينة الدراسة، بنسبة ١٧.١%، يليها "زيادة استهلاك الوقود الأحفوري" بنسبة ١٥.٧%، يليها "المخلفات والنفايات الصلبة" بنسبة ١٤.٤%، وكان التوجه نحو "التنمية المستدامة والتوجه إلى الاقتصاد الأخضر" أول الحلول التي اقترحتها المواقع الإخبارية عينة الدراسة لمواجهة أزمة التغيرات المناخية، بنسبة ٢٠.٨% ثم "زيادة رقعة المساحات الخضراء" بنسبة ١٥.٩%، ثم "ضرورة التحول إلى مصادر الطاقة المتجددة" بنسبة ١٥%، و"التخلي عن الفحم والوقود الأحفوري".

- دراسة Painter, J., Ettinger, J., Holmes, D., Loy, L., Pinto, J., Richardson, L., ...&Wetts, R (2023).

اهتمت الدراسة بتناول خطاب التغير المناخي فى التغطية التليفزيونية العالمية السائدة لتقرير ٢٠٢١ المقدم من الهيئة الحكومية الدولية المعنية بالتغير المناخي (IPCC)، وأجريت الدراسة على عينة من ٣٠ برنامجاً إخبارياً بـ ٢٠ قناة فى دول استراليا والبرازيل والسويد وبريطانيا وأمريكا، وتم توظيف تحليل المضمون الكمي لتحليل تلك البرامج. وكشف التحليلان بأن التشكك بعلم التغير المناخي مازال السائد فى القنوات التى تصنف على أنها قنوات يمينية Right wing وهذا التشكك غير موجود بكثافة فى القنوات التى تصنف بأنها سائدة mainstream، وركزت غالبية التغطية على يوم إطلاق التقرير، وجاءت القنوات البريطانية أكثر القنوات اهتماماً به تليها السويد واستراليا وأمريكا وبشكل أقل البرازيل، ولوحظ أن الانتقاد العام للتقرير والتشكك فى علم التغير المناخي كان غير موجود فى التغطية الإعلامية بالقنوات السائدة، حيث لم يظهر إلا مرتين فقط وموجود بقوة فى التغطية الإعلامية بالقنوات اليمينية، وكان التشكك فى القرارات المتخذة بشأن التغير المناخي هو الأكثر شيوعاً عن الرفض العام لتلك القرارات، ويدور التشكك فى الغالب حول التكاليف الاقتصادية لتلك القرارات، وما إذا كانت تلك القرارات تنطوي على تضحية كبيرة من جانب الأفراد. وتشير الدراسة إلى أن خطاب التشكك فى التغير المناخي بالقنوات اليمينية لا يمثل خطورة بحد ذاته وإنما يثير توجه عام يشمل العلماء والمختصين بالبيئة والسياسيين، مما من شأنه أن يمثل إثارة للمخاوف بين الجمهور وانتشار ما يسمى بدعاية الخوف.

- دراسة^{١٠} Veeneman, M. (2023)

استهدفت الدراسة التعرف على الكيفية التي تقدم بها صحيفة Tampa Bay Times قضية التغير المناخي، والتركيز على الكيفية التي يتم بها تأطير التغطية الصحفية وكيف يتم توظيف العاطفة بها. وقد تم جمع عينة من المقالات من اثنتين من أبواب الصحيفة وموقعها الإلكتروني، وهما باب التغير المناخي وباب البيئة، ووصل حجم العينة إلى ٢٩ مقالة في الفترة من ٢٠١٩ إلى بداية ٢٠٢١، وتم استخدام التحليل النصي كأداة لجمع البيانات. وكشفت النتائج أنه تم تقديم العاطفة في التغطية من خلال إثارة العاطفة عند تغطية النشاط ووصف الكوارث، كما يتم استخدامها بطرق مختلفة بالمقالات، كما أوضحت النتائج استخدام وجهات نظر وأطر متنوعة كوسيلة لجذب انتباه قطاع كبير من الجمهور في التغطية الصحفية لقضية التغير المناخي، فبعض المقالات التي تم تحليلها ركزت على مفهوم (anthropocene) بينما ركزت مقالات أخرى على أطر المسؤولية، وقدمت بعض المقالات حلول الصورة الكبيرة، بينما ركزت المقالات الأخرى على الحلول محدودة المدى. وتم توظيف أطر مختلفة في كل مقالة قد تلقي قبولاً لدى مجموعة متنوعة من القراء، وأحياناً كان يتم استخدام الجانب العاطفي. ويشير الباحث إلى أهمية التنوع في طرق تقديم تلك القضية كي يتم التأثير على الجمهور القارئ بمدخل متنوعة ومختلفة، وأن تلك المدخل مع اختلافها تفت على قدم المساواة في تقديم تلك القضية. وفي ضوء نموذج العمل (Business model) والذي يخص الممارسات الصحفية، إذ يوضح أن الممارسات الصحفية تشمل تفضيل الأحداث الجارية أكثر من العمليات طويلة المدى وتغطية كلا جانبي الموضوع والاستخدام الفعال للعاطفة وتلك الممارسات تؤثر على القضايا التي يتم تغطيتها وكيف تتم تلك التغطية، وبتطبيق هذا النموذج على نتائج الدراسة فإن هذا التفسير يسري على نتائج الدراسة ويمتد بإضافة ممارسة " تقديم التغطية المتنوعة للحفاظ على الجمهور".

- دراسة^{١١} Daume, S., Galaz, V., & Bjersér, P. (2023)

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الروبوتات الاجتماعية في خطاب التغير المناخي عبر تويتر بالتطبيق على حادثة حرائق الغابات في أستراليا عامي ٢٠١٩ و ٢٠٢٠ كدراسة حالة لتلك القضية. وباستخدام التحليل الكمي والكيفي وتوظيف تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات تم تحليل ١٣١٣٩ تغريدة للتعرف على الكيفية التي يتم بها تأطير التغير المناخي من خلال تغطية تلك الحرائق. وتم الاعتماد على نظرية الأطر كإطار نظري للدراسة. وكشفت النتائج أن التغير المناخي يمثل جزءاً جوهرياً من الأحاديث الإلكترونية عن تلك الحرائق، وقد تم تقديم الحرائق في إطار أنها قضية للتغير المناخي بما تشتمله من تأثيرات يمكن قياسها وجوانبها السياسية. وقد مثل إنكار وجود التغير المناخي جزءاً صغيراً من تلك المحادثات وتلقت تضحيمًا محدودًا. وأكدت الدراسة أن الروبوتات الاجتماعية أسهمت في المحادثات الدائرة حول التغير المناخي سوءاً من خلال الأطر التي تؤيد أو ترفض القرارات المتخذة بخصوص التغير المناخي. وعملت تلك الروبوتات على استخدام الأطر التي تلقى قبولاً لدى الجمهور وترتبط بالعواطف سواء عاطفة التعاطف أو الفكاهة، كما أظهرت الدراسة أن موضوع التغير المناخي نال جزءاً مهماً من التشارك عبر تويتر بالإشارة إلى تلك الحادثة أكبر مما أثبتته دراسات سابقة بحوادث شبيهة؛ ويمكن تفسير ذلك لطبيعة الحادث

نفسه وتزايد أطر الطوارئ التي تم استخدامها في تقديمه بصفة عامة، فنتيجة إعلانات الطوارئ التي أطلقتها الحكومات والمنظمات والشركات وعدد من الجهات الاجتماعية زاد الانتباه لقضية التغير المناخي وربطها بالأحداث والكوارث البيئية مما أسهم في تشكيل الخطاب العام .

- دراسة سحر الخولي (2023)^{١٢}

استهدفت الدراسة رصد وتحليل معالجة الصحف الإلكترونية المصرية والأمريكية لموضوعات التغيرات المناخية، بإجراء دراسة تحليلية في ضوء مؤتمر قمة المناخ cop27، و اعتمدت على نظرية المسؤولية الاجتماعية، واستعانت بأداة تحليل المضمون، وتمثلت عينة الدراسة في "بوابة الأهرام"، و"بوابة اليوم السابع"، وصحيفة "USA Today"، وصحيفة "New York Times". وتوصلت النتائج إلى تنوع أهداف المعالجة أثناء فترة انعقاد مؤتمر المناخ cop27، وجاء «عرض تقرير للواقع» في المرتبة الأولى، بينما جاء «إظهار إيجابيات» في المرتبة الثانية، فيما جاء «شرح مخاطر التغيرات المناخية» في المرتبة الثالثة، ورصدت نتائج التحليل مجموعة من أسباب التغيرات المناخية، منها «زيادة استهلاك الطاقة الأحفورية (فحم- بترول- غاز)» و«الغازات الناجمة عن حرق النفايات»، و«الانبعاث الكربونية»، وأوضحت نتائج الدراسة مجموعة من الحلول المقترحة لمواجهة التغيرات المناخية منها «التحول للطاقة البديلة النظيفة»، و«التنمية المستدامة والاقتصاد الأخضر».

- دراسة أميرة البشبيشي (2023)^{١٣}

هدفت الدراسة إلى التعرف على أهم الأطر التي استخدمتها البرامج الحوارية بالفصائيات المصرية الخاصة في معالجة مؤتمر قمة المناخ cop27، من حيث الشكل والمضمون، واعتمدت الدراسة على نظرية الأطر الإعلامية، وتم اختيار برنامج (كلمة أخيرة) على قناة (ON)، وبرنامج (الحكاية) على قناة مصر mbc، وتوصلت نتائج الدراسة إلى اهتمام البرامج عينة الدراسة بمعالجة قضية التغيرات المناخية، حيث بلغ إجمالي عدد الفقرات التي تناولت القضية في فترة الدراسة (١٨٦) فقرة برامجية، وتصدر إطار آليات الحلول والمواجهة الترتيب الأول في برنامجي الدراسة، من حيث نوع الأطر المستخدمة في عرض القضية بنسبة (٨٦,٦%)، وذلك بنسبة (٨٣,٥%) لقناة (ON)، وبنسبة (٩٣,٢%) لقناة mbc مصر.

- دراسة (Mulaudzi, R., & Kioko, J. (2022))^{١٤}

اهتمت الدراسة بالتعرف على الصورة الإعلامية التي تقدم بها وسائل الإعلام قضايا التغير المناخي، وكيف يتم تقديم الحقائق المجردة عند تقديم تلك القضية وذلك من خلال التركيز على ثلاث صحف رائدة بدولة جنوب أفريقيا وهي (City Press, The Sunday Independent, Sunday Times) في الفترة من ١٩٩٦ حتى ٢٠١٦، كما تسعى الدراسة إلى الكشف ما إذا كانت الأحداث الواقعة هي التي تقود التغطية الصحفية لقضية التغير المناخي أم لا. واعتمدت الدراسة على مدخلين نظريين وهما مدخل الانتباه للقضية ونظرية وضع الأجندة كإطار نظري لها. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن التغطية

الصحفية للتغير المناخي كانت في أدنى معدلاتها خلال الفترة من (١٩٩٦ - ٢٠٠٣)، إذ نالت باقي القضايا اهتمامًا أكبر من قضية التغير المناخي، وزاد الاهتمام قليلاً بتلك القضية في الفترة (٢٠٠٤ - ٢٠٠٦)، وكانت أول زيادة ملحوظة بعدد المقالات الإخبارية عام ٢٠٠٧، وقد شهد عام ٢٠٠٨ هبوطاً مرة أخرى، ثم عدد من التقلبات ما بين الصعود والهبوط في الفترة (٢٠٠٩ - ٢٠١٠) مع الانتخابات البرلمانية وكأس العالم الذي أقيم في دولة جنوب أفريقيا، ومثل عام ٢٠١١ عامًا مهمًا في التغطية للقضية، حيث أقيمت قمة دبران للمناخ بالدولة، وعاد الاهتمام إلى الانخفاض في الفترة (٢٠١٢ - ٢٠١٦) ودائمًا ما كان الاهتمام مرتفعاً في شهور نوفمبر وديسمبر؛ حيث كان للأحداث السياسية دور مهم في التركيز على تغطية التغير المناخي كمؤتمرات التغير المناخي. أما عن مدى الموضوعية والحيادية في تناول القضية، فقد كشفت النتائج عن سيطرة البعد العلمي في تقديم القضية على المادة الإخبارية محل الدراسة، وكذلك الإجراءات المتعلقة بالاستجابة لتلك القضية ومواجهتها، وزادت نسبة المواد التي قُدمت بهذا الأسلوب في التغطية الإعلامية التي قُدمت خلال عام ٢٠٠٩؛ وقد يرجع تفسير ذلك إلى قمة كوبنهاجن للمناخ التي أقيمت في الدنمارك، حيث لعبت جنوب أفريقيا دورًا نشطًا خلال المفاوضات المتعلقة بقضية التغير المناخي.

- دراسة جيهان عبد الحميد (2022) ١٥

حللت الدراسة مقاطع الفيديو التي تناولت التغيرات المناخية، وبلغت العينة خلال فترة التحليل (٢٣٠) مقطع فيديو، واستعانت بنظرية الأطر الإعلامية، واعتمدت على منهج المسح وأداة تحليل المضمون، وأظهرت نتائج الدراسة أن قالب الحوار جاء في المقام الأول بنسبة ٢٤.٣%، وهو من أنسب القوالب المُستخدمة، حيث حرصت معظم البرامج على استضافة متخصصين في شؤون البيئة ومسؤولين للحصول على المعلومات المتعلقة بالموضوع، وتمثلت أبرز أطروحات مقاطع الفيديو التي تناولت التغيرات المناخية عبر اليوتيوب في توضيح مخاطر التغيرات المناخية على العالم لتأتي في الترتيب الأول بنسبة ١٤.٨%، وفي الترتيب الثاني جاءت أطروحة تغطية قمة جلاسكو وأهم توصياتها بنسبة ١١%، يليها حقيقة غرق مدينة الاسكندرية في الترتيب الثالث بنسبة ١٠.٤%، ثم الاحتباس الحراري في الترتيب الرابع، وأطروحة التغيرات المناخية وأسبابها وكيفية مواجهتها في الترتيب الخامس.

- دراسة كريمة كمال (٢٠٢٢) ١٦

اهتمت الدراسة بالتعرف على حجم اهتمام المواقع الصحفية المصرية (الأهرام، اليوم السابع، المصري اليوم، الشروق) بتغطية مؤتمر المناخ COP 27، والذي استضافته مصر في نوفمبر ٢٠٢٢، خلال الفترة من ٢٠٢٢/٩/١ حتى ٢٠٢٢/١١/٣٠، تم الاعتماد على نظرية الأطر الإعلامية، والاستعانة بأداة تحليل المضمون. وكشفت نتائج الدراسة عن اهتمام المواقع الصحفية المصرية - عينة الدراسة - بتغطية قمة المناخ التي استضافتها مصر بشرم الشيخ في نوفمبر ٢٠٢٢، وبخاصة بعد الاتفاق الإعلامي مع الأمم المتحدة حول أهداف التنمية المستدامة في إطار التعاون المستمر والدائم بين الأمم المتحدة والمؤسسات الإعلامية في مصر، وجاءت التغطية الصحفية والإعلامية لقمة

المناخ cop27 متميزة تناسب هذا الحدث العالمي الذي استضافته مصر بمدينة شرم الشيخ، حيث أشاد رئيس الهيئة الوطنية للصحافة المهندس عبد الصادق الشوربجي بجميع وسائل الإعلام ووكالات الأنباء المصرية والعربية والعالمية على تغطيتها المهنية رفيعة المستوى لجميع الفعاليات والمناقشات التي دارت داخل قمة المناخ العالمية.

- دراسة^{١٧} Liu, M., & Huang, J. (2022)

استهدفت التعرف على الأطر الإعلامية التي قدمت بها صحيفة NEW YORK TIMES قضية تغير المناخ والاحتباس الحراري، ورصد أوجه الشبه الاختلاف في الأطر المستخدمة لتناول القضيتين، وتم الاعتماد علي منهج المسح والاستعانة بأداة تحليل المضمون، وكشفت النتائج تناول الصحيفة لقضيتي تغير المناخ وقضية الاحتباس الحراري بالاعتماد علي إطار توجيه المسؤولية واللوم إلي العنصر البشري باعتباره السبب الرئيس لظهور تغير المناخ والاحتباس الحراري، كما أوضحت نتائج الدراسة اعتماد الصحيفة علي إطار المسؤولية الاجتماعية الملقاة علي العنصر البشري في حل تلك القضيتين، والقيام بواجبهم نحو الحفاظ علي البيئة، كذلك أشارت النتائج إلى أن الأطر المستخدمة بشكل عام في معالجة قضية تغير المناخ كانت أكثر حدة من الأطر المستخدمة في معالجة قضية الاحتباس الحراري مع وجود اتفاق في الصحيفتين فيما يتعلق بالإستراتيجية المستخدمة لحل القضيتين من خلال ضرورة اتباع سلوكيات إيجابية يجب علي البشرية اتباعها من أجل تخفيف حدة الأزمة.

- دراسة^{١٨} Kleinberga, V. (2022)

بحنت هذه الدراسة في التغطية الإعلامية لتغير المناخ والقضايا المتعلقة بالبيئة في لاتفيا، وذلك في وسائل الإعلام التقليدية والرقمية، وتم استخدام تحليل البيانات الكمي لـ ٣٧٥٣ مقالة إعلامية وبث فيديو ومواد صوت خلال الفترة من أغسطس ٢٠٢٠ حتى يناير ٢٠٢١، بالإضافة إلى تحليل محتوى نوعي لسبع قمم مناخية. وكشفت نتائج الدراسة عن الاهتمام بنشر عدد كبير من المقالات والبث المتصل بتغير المناخ والبيئة في وسائل الإعلام في لاتفيا، سواء في وكالات الأنباء أو وسائل الإعلام أو عبر الإنترنت. وأشارت النتائج إلى الاهتمام بإبراز الجهود الدولية لمواجهة تغير المناخ كموضوع مهيم على التغطية الإعلامية، بينما حظي موضوع تغير المناخ في حد ذاته باهتمام صحفي ضئيل. وهو ما يشير إلى انخفاض مستوى تضمين تغير المناخ في وسائل الإعلام في لاتفيا. كما يشير اعتماد وسائل الإعلام على مصادر المعلومات السياسية والحكومية إلى احتمال كبير لانتشار الروايات السياسية الرسمية.

- دراسة^{١٩} Spradlin, T. J., & Givens, J. E. (2022)

سعت الدراسة للكشف عن أطر التغطية الصحفية لقضية تغير المناخ وتأثير السياق على تلك التغطية، وذلك من خلال المقارنة بين الصحف الموزعة على المستوى الوطني والصحف المحلية، وتمثلت عينة الدراسة في صحيفتين توزعان على المستوى الوطني، وهما Washington Post و New York Times وثلاث صحف محلية وهم Intermountain West Mountain، و Jackson Hole News & Guide in

Jackson Hole، و Summit Daily in WY، وكذلك اهتمت الدراسة بالمقارن بين أطر تغطية قضية تغير المناخ خلال عامي ٢٠١١ و ٢٠١٦، وتوصلت النتائج إلى وجود خمسة أطر شائعة الاستخدام، وهي: المسؤولية، والمصالح الإنسانية، والصراع، والأخلاق، والنتائج الاقتصادية. كما أشارت النتائج إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مقارنة التغطية الصحفية الوطنية بالتغطية المحلية، وكذلك بين الصحف المحلية الثلاث، مما يشير إلى أهمية السياق المحلي في التغطية الإعلامية لتغير المناخ. وأيضاً أوضحت نتائج الدراسة أن تغير المناخ يعتبر قضية حزبية، ولكن الصحف المحلية قد تكون أقل حزبية، لذا فإن تحليل تغطية الصحف على مستويات مختلفة يضيف إلى معرفة كيفية تشكيل السياقات المختلفة للتغطية الإعلامية، والتي بدورها قد تشكل وجهات النظر حول تغير المناخ.

- دراسة (Matuku, S. M. (2022) ^{٢٠}

باستخدام دراسة الحالة سعت الدراسة للتعرف على الأطر الإخبارية التي اعتمدت عليها الصحف الأفريقية في معالجة قضية تغير المناخ، وتمثلت عينة الدراسة في اختيار عينة منصحف ثلاث دول أفريقية بواقع صحيفة من كل دولة (Daily Nation) كينيا، (The Sunday Times) جنوب أفريقيا و (Punch) نيجيريا، وبالاعتماد على تحليل المضمون، تم تحليل ٣٤٢ مقالة خلال الفترة من يناير إلى ديسمبر ٢٠٢١. وتوصلت نتائج الدراسة إلى بروز عدد من الأطر الإخبارية في معالجة قضية أزمة المناخ من بينها تحميل العنصر البشري مسؤولية تفاقم أزمة تغير المناخ، وإطار تهديد قضية تغير المناخ للعنصر البشري من خلال التركيز على أثارها المدمرة علي نقص الغذاء العالمي وتآكل المدن الساحلية، كما أشارت النتائج إلى أنه من بين الأطر السائدة في الصحف الثلاث إطار العدالة المناخية climate، وأنه يجب علي الدول الغربية تقديم يد العون والمساندة للدول الأفريقية لتجاوز تلك الأزمة في ظل قلة الموارد لدي الدول الأفريقية للتصدي لها.

- دراسة مصطفى عبد الحى (٢٠٢٢). ^{٢١}

سعت الدراسة إلى التعرف على حجم اهتمام المواقع الصحفية المصرية (اليوم السابع- المصري اليوم - الشروق) بتغطية قضية التغيرات المناخية، خلال الفترة من ١ نوفمبر ٢٠٢١ حتى ٣٠ يناير ٢٠٢٢. واستخدمت نظرية الأطر الإعلامية، واعتمدت على منهج المسح والمنهج وأداة تحليل المضمون، وتوصلت الدراسة إلى اهتمام المواقع الصحفية الثلاثة -عينة الدراسة- بتغطية قضية التغيرات المناخية؛ حيث بلغ إجمالي المواد الصحفية التي تم تحليلها ٤٢٤ مادة صحفية، وجاء موقع «اليوم السابع» في المرتبة الأولى في التغطية بنسبة بلغت ٤٢.٩٣%، بينما جاء موقع «المصري اليوم» في المرتبة الثانية بنسبة ٣٢.٠٧%، وفي المرتبة الأخيرة جاء موقع «الشروق» بنسبة ٢٥%. كذلك أوضحت النتائج استحواذ «التقرير الصحفي» على المرتبة الأولى من بين الأشكال الصحفية الواردة في المواقع- عينة الدراسة- في تغطية قضية التغيرات المناخية، بنسبة ٤٩.٥٣% في «اليوم السابع»، وبنسبة ٦٠.١٦% في «المصري اليوم»، وبنسبة ٦٠.٤٦% في «الشروق».

دراسة - Lyytimäki, J., Kangas, H. L., Mervaala, E., & Vikström, S. (2020)

هدفت الدراسة إلى معرفة كيف تطورت التغطية الصحفية لقضية تغير المناخ في فنلندا، وتستند إلى بيانات طويلة المدى (١٩٩٠-٢٠٢٠) من صحيفة رائدة على المستوى الوطني. وتم البحث في أسباب اختفاء القضايا البيئية من جدول الأعمال العام. وأوضحت النتائج أن الانخفاض من مستويات الذروة يرجع إلى عدة عوامل، مثل نهاية حدث إخباري معين أو عملية سياسية. كما اتسمت التغطية المناخية باتجاه عام متزايد وتقلبات ملحوظة في حدة النقاش. وكان للتغطية الشهرية لتغير المناخ أربع فترات ذروة مميزة. وأظهرت الأشهر الأولى من المرحلة المكثفة لوباء «كوفيد-١٩» في عام ٢٠٢٠ انخفاضًا كبيرًا في التغطية - ولكن ليس غير مسبق - في التغطية المناخية عن مستوى الذروة السابق، وأيضاً أشارت الدراسة إلى استمرار المناقشات السياسية حول ما يسمى «الانتعاش الأخضر» أو «المستدام» إلى أنه من غير المحتمل أن يتم إسكات التغطية المناخية في المستقبل القريب.

دراسة - Tavares, A. O., Areia, N. P., Mellett, S., James, J., & Berthoumieu, J. F. (2020)

هدفت الدراسة إلى تحديد نقاط الضعف الرئيسية في الاتصال الإعلامي لتغير المناخ من أجل مواصلة مناقشة الفرص الممكنة لتحسين تلك الاتصالات. وتم تحليل (١٦٠٩) مادة إخبارية نُشرت بين عامي ٢٠١٧ و ٢٠١٨ في خمس دول أوروبية، ومن خلال تحليل المحتوى الكمي تم استخلاص الخصائص العامة للأخبار، والموضوعات. وكشفت الدراسة عن العديد من النتائج من أهمها أن وسائل الإعلام الأوروبية تميل إلى الإبلاغ عن تغير المناخ باستخدام إطارات بعيدة؛ بناءً على الروايات غير المرنة والعلمية والسياسية، مع تجاهل دور المجتمع المدني في التكيف مع تغير المناخ. وتشير تلك النتائج إلى أنه بدلاً من تعزيز العمل المناخي للمجتمع تساهم وسائل الإعلام في انتشار اللامبالاة الاجتماعية حول المناخ، وفك ارتباط الأفراد بالمسائل المتعلقة بالبيئة.

دراسة - Pianta, S., & Sisco, M. R. (2020)

نظرت هذه الدراسة إلى التغطية الإعلامية لتغير المناخ باعتبارها عامل أساسي في تشكيل مواقف تغير المناخ وربما السلوكيات، وتُحلل مجموعة بيانات شاملة تمثل أكثر من ١.٧ مليون مقال إخباري عبر الإنترنت تغطي تغير المناخ في ٢٨ دولة في الاتحاد الأوروبي بـ ٢٢ لغة في الفترة (٢٠١٤-٢٠١٩)، فيما إذا كانت اختلافات درجات الحرارة تؤثر على التغطية الإعلامية لتغير المناخ وكيف. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن أقوى محددات التغطية الإعلامية هي الانحرافات عن متوسط درجات الحرارة على المدى القصير. أي أن الاختلاف الشديد فيما يتعلق بمتوسط درجات الحرارة في السنوات الأخيرة له تأثيرات أقوى من التشوهات فيما يتعلق بدرجات الحرارة في فترات خط الأساس التي يستخدمها علماء المناخ لتحديد تغيرات المناخ، ويشير هذا إلى أن وسائل الإعلام تتأثر بدرجة أقل بالحسابات العلمية لتغير المناخ مقارنةً بالتغيرات قصيرة المدى في أنماط الطقس.

- دراسة (Elia, E. (2019)^{٢٥}

اهتمت الدراسة بتناول التغطية الإعلامية لتغير المناخ في صحيفتي «الجارديان» Tanzania Guardian و«ديلي نيوز» Daily News، وهما صحيفتان رائدتان في تانزانيا. وتم استخدام تحليل المحتوى لـ ٣٣٨ مقالاً خلال الفترة من يناير إلى ديسمبر ٢٠١٥. وأوضحت النتائج أن تأثيرات تغير المناخ والتكيف معه، ومؤتمرات وسياسات تغير المناخ، والسياسة والتنمية، من الموضوعات التي تم تناولها في الغالب في الجريدتين. كما أشارت إلى زيادة تغطية أخبار تغير المناخ الدولية والمحلية، كما أثر وصول الصحفيين إلى موارد الإنترنت ذات الصلة والموثوقة على معلومات تغير المناخ التي تظهر في الصحيفتين؛ وبالتالي، توصي الدراسة علماء المناخ وصانعي السياسات بتدريب الصحفيين على التحليل المناسب والإبلاغ عن المعلومات المتعلقة بالمناخ. وتقتصر الدراسة إنشاء إطار لسياسة الاتصال وذلك لتعزيز وصول الصحفيين ومالكي وسائل الإعلام إلى معلومات تغير المناخ ونشرها بشكل فعال.

- دراسة (Barkemeyer, R., Figge, F., Hoepner, A., Holt, D., Kraak, J. M., & Yu, P. S. (2017).^{٢٦}

قدمت هذه الدراسة مقارنة دولية لتغطية الصحف واسعة الانتشار لتغير المناخ، وحاولت الكشف عن أسباب تحول تغير المناخ إلى أخبار رئيسية في بعض البلدان في حين لم يتلق سوى تغطية قليلة نسبياً في بلدان أخرى. واعتمدت على نظريتين تكمل إحداها الأخرى، وهما: نظرية التيارات المتعددة والنظرية المؤسسية، وتستخدم الدراسة عينة عالمية من ٤١ دولة لعام ٢٠٠٨، تغطي ١١٣ صحيفة وطنية رائدة. وتستخدم نموذجاً صُمم لتحديد ما إذا كانت مجموعة من العوامل السياقية تؤثر على تغطية تغير المناخ وكيف، وكشف التحليل أن تعرض دولة ما لتغير المناخ والتدابير التي تم اتخاذها لمكافحة الاحتراز العالمي يؤثر على موقع تغير المناخ من أجندة وسائل الإعلام. وأن عدداً من العوامل تؤثر على التغطية الإعلامية المتعلقة بتغير المناخ في سياقات وطنية مختلفة، بالإضافة أنه وجدت علاقة إيجابية بشكل ملحوظ بين الجودة التنظيمية ومستويات التغطية الإعلامية.

- دراسة (Poberezhskaya, M. (2015)^{٢٧}

اهتمت هذه الدراسة بالكشف عن الجهات الفاعلة والعوامل المؤثرة على التغطية الإعلامية لتغير المناخ في روسيا، وذلك من خلال تحليل تغطية ثلاثة أحداث في خمس صحف وطنية روسية (Sovetskaya Rossiya). والأحداث الثلاثة هي مؤتمر كيوتو ١٩٩٧، ومؤتمر كوبنهاجن (Sovetskaya Rossiya) ٢٠٠٩، والموجة الحارة الروسية في عام ٢٠١٠. وأشارت الدراسة إلى أنه بغض النظر عن هيكل ملكية الصحف أو اعتمادها على الإعلانات، ثمة اختلاف بسيط في الكمية والنوعية في التغطية الشاملة لتغير المناخ. كما اعتمدت معظم الصحف على المسؤولين الروس كمصادر للمعلومات، ولم ينتقد أو يشكك أي منها تقريباً في سياسة المناخ الروسية. وأيضاً أشارت

الدراسة إلى أن إغفال قضايا تغير المناخ من المناقشة في الصحف الوطنية مشكلة أكبر من التغطية المتحيزة، وذلك لأن عدم وجود تعليق يمنع هذه القضايا من الدخول في النقاش العام.

المحور الثاني: دراسات تناولت دور وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات الجمهور إزاء قضايا تغير المناخ والقضايا البيئية :

- دراسة إيناس رضوان (٢٠٢٣)^{٢٨}

استهدفت الدراسة التعرف على مدى اعتماد الشباب المصري على المحتوى الرقمي المقدم حول التغيرات المناخية على الصفحة الرسمية لوزارة البيئة المصرية عبر موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" وأثر ذلك على مستوى الوعي لديهم بهذه القضية، واستعانت الدراسة بنظرية الاعتماد واعتمدت على منهج المسح وأداتي تحليل المضمون والاستبيان. وتوصلت نتائج الدراسة إلى تناول المضمون المتعلق بقضية التغيرات المناخية في الصفحة الرسمية لوزارة البيئة المصرية (عينة الدراسة) ، وجاء في مقدمة تلك المضامين الاهتمام بتغطية جلسات مؤتمر المناخ cop27، ومناقشة أبعاد قضية التغيرات المناخية، ثم جهود وزارة البيئة في التوعية بمخاطر التغيرات المناخية وأسبابها وكيفية مواجهتها، يليها الاستعداد لاستضافة مؤتمر المناخ cop27، ثم جهود التعاون المشترك بين وزارة البيئة ومختلف الوزارات المصرية للتوعية بالتغيرات المناخية والحد من مخاطرها. كما أشارت النتائج إلى أنه جاء في الترتيب الأول من أسباب اهتمام المبحوثين بمتابعة قضية التغيرات المناخية، عبارة "لإحساسي بالمخاطر التي يمكن أن نتعرض لها" بنسبة ٧٧.٩%، وهو ما يشير إلى ارتفاع إدراك المبحوثين بخطورة التغيرات المناخية ومدى تأثيراتها السلبية على العالم، ومن ثم ضرورة الاهتمام بمتابعتها والتعرف على سبل الحد من مخاطرها. وكذلك بروز دوافع الفهم والمعرفة بوصفه أهم دوافع الاعتماد على صفحة وزارة البيئة، تلاها دوافع التوجيه. وبرز التأثيرات المعرفية للصفحة (عينة الدراسة)، حيث جاءت في مقدمة التأثيرات الناتجة عن اعتماد أفراد العينة على هذه الصفحة، تلاها التأثيرات الوجدانية، ثم التأثيرات السلوكية .

- دراسة سامح فوزي (2023)^{٢٩}

اهتمت الدراسة بقياس معدل تعرض الجمهور المصري -عينة الدراسة- لمواقع الأخبار في متابعة قضايا التغيرات المناخية، وتوصلت الدراسة إلى متابعة النسبة الأكبر من المبحوثين للمواقع الإخبارية الحكومية المصرية، وتصدر موقع "موقع الأهرام المصرية" أهم المواقع الإخبارية التي يتابع من خلالها الجمهور المصري قضايا التغيرات المناخية، جاءت "الأخبار" في مقدمة الأشكال الإخبارية الخاصة بقضايا التغيرات المناخية، تصدر "متابعة تفاصيل تلك الموضوعات" دوافع متابعة قضايا التغيرات المناخية بالمواقع الإخبارية، جاء في مقدمة أسباب تفضيل المواقع الإخبارية لمتابعة قضايا التغيرات المناخية "سرعتها في نقل المعلومات والأخبار"، وتتنوع أشكال تفاعل الجمهور المصري مع الموضوعات الخاصة بالتغيرات المناخية عبر المواقع الإخبارية، وجاء "التلوث" في مقدمة الأسباب المؤدية للتغيرات المناخية، و"نقص إنتاجية المحاصيل الزراعية ونقص الغذاء في العالم" في مقدمة المخاطر العالمية المحتملة للتغيرات المناخية.

- دراسة هاجر حلمي (2023)^{٣٠}

استهدفت الدراسة التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل وعي الشباب المصري واتجاهاته نحو قضايا الجرائم البيئية وتغير المناخ، واستخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي، عن طريق تطبيق استبانة على عينة قوامها ٤٠٠ من الشباب المصري (ريف، وحضر)؛ وتوصلت الدراسة الى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين وعي المبحوثين بالجرائم البيئية وتغيرات المناخ واتجاهاتهم نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بجرائم البيئية وتغيرات المناخ، كما توصلت إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد المبحوثين على مضامين جرائم البيئة وتغيرات المناخ على مواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات المعرفية، والوجدانية، والسلوكية الناتجة عن ذلك الاعتماد، وكذلك وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة الثقة في المضامين المعروضة حول الجرائم البيئية وتغير المناخ بمواقع التواصل الاجتماعي والاتجاه نحو دورها في التوعية بالجرائم البيئية وتغيرات المناخ.

- دراسة Benoit, L., Thomas, I., & Martin, A. (2022)^{٣١}

حاولت الدراسة التعرف على معالجة الصحف الأمريكية لقضية تغير المناخ، وتأثير تلك المعالجة على اتجاهات الشباب والمراهقين إزاءها، وتم الاعتماد على عينة من ست صحف أمريكية بواقع (١٣١) مادة إعلامية، و (٣٢٠) مفردة من الشباب الأمريكي لإجراء الدراسة الميدانية، وأشارت النتائج إلى وجود علاقة طردية إيجابية بين تعرض الشباب محل الدراسة وبين اثاره مشاعر القلق والمخاوف لديهم بسبب عرض الأثار المدمرة لتغير المناخ علي البيئة المحلية ومن بينها ظهور حرائق الغابات بشكل مستمر في فصل الصيف، كما أوضحت النتائج تركيز الصحف علي الدور الذي يقوم به الأطفال والمراهقين في أزمة تغير المناخ من خلال عرض الصور التي تبين هرب الأطفال من المدارس والاشتراك في التظاهرات المتعلقة بأزمة تغير المناخ وضرورة قيام الولايات المتحدة بوضع خطة استراتيجية للتعامل مع تلك الأزمة، وكذلك ركزت الصحف عينة الدراسة علي الدور المطلوب من الشباب خاصة مواليد ١٩٩٧ حتي ٢٠٠٧ أو ما يعرف بـ Generation Z من ضرورة الاشتراك في العمل الجماعي من أجل المساعدة في المحافظة علي البيئة من تغير المناخ.

- دراسة Alotaibi, J. M., & Hiroyuki, K. (2022)^{٣٢}

سعت الدراسة للتعرف على معالجة المواقع الإخبارية السعودية لحملة إدارة المخلفات في إطار مبادرة السعودية الخضراء لتحقيق التنمية المستدامة خلال الفترة من مارس إلى أكتوبر ٢٠٢١. وتم تحليل (١٢٠) مادة إعلامية، وإجراء دراسة ميدانية علي ٤٠٠ مفردة من الجمهور السعودي، وتوصلت الدراسة الي أن المملكة العربية السعودية تتعرض للتلوث نتيجة الثورة العمرانية والصناعية التي أدت الي زيادة نسبة التلوث، وبالتالي الاضرار بالبيئة السعودية، كما بينت أن المملكة العربية السعودية، وفي إطار رؤيتها ٢٠٣٠ تسعى إلي استخدام التكنولوجيا بالتعاون مع دولة اليابان من أجل كيفية إدارة عملية الاستعادة من المخلفات واستخدامها في مجال خدمة البيئة بشكل مستدام، كما أشارت النتائج إلى أن

هناك علاقة طردية ايجابية بين التعرض لحملة السعودية الخضراء وبين التأثير علي اتجاهات وسلوك الجمهور فيما يتعلق بكيفية الاستفادة من المخلفات، بالإضافة إلى تعلم السلوكيات المتعلقة بكيفية المحافظة علي البيئة.

- دراسة (Jin, E., & Atkinson, L. (2021)^{٣٣}

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير العواطف الإيجابية للأفراد على الفاعلية الإقناعية وبناء على نظريتي إدارة الحالة المزاجية ونظرية الأطر، تفترض الدراسة أن الأطر العرضية سوف تؤدي إلى مستويات أقل من مصداقية الأخبار وإدراك المخاطر لدى الجمهور أصحاب الحالة العاطفية الإيجابية، كما تختبر الدراسة كلاً من دور مصداقية الأخبار وإدراك المخاطر كعوامل وسيطة في التفاعل بين العواطف الإيجابية وأطر الرسالة وتأثيرهما على النوايا السلوكية. وتم إجراء دراسة تجريبية على عينة من (٢٠١) مبحوثاً متوسط أعمارهم ٣٠ و ٤٦ سنة. قدمت نتائج الدراسة دليلاً علمياً على قوة العواطف في تشكيل تمثيل المعلومات حيث أكدت الدراسة على احتمالية العواطف في التأثير على قدرة الأفراد ودوافعهم لتمثيل الأطر العرضية للرسالة حتى بعد التحكم في الاتجاهات الموجودة من قبل لديهم نحو قضية التغير المناخي. كما أن الدافعية والقدرة المنخفضة للتعامل مع الرسائل ذات الأطر العرضية episodically framed messages تؤدي إلى تقليل إدراك مصداقية الرسائل والمخاطر فيما يخص قضية التغير المناخي. وتؤكد نتائج الدراسة أن الانخراط العاطفي آلية اساسية كي يكون للرسائل ذات الأطر العرضية قدرة على إقناع الجماهير، فالأفراد ذوي الحالة العاطفية الإيجابية لديهم دافع قوي للحفاظ على حالتهم العاطفية، وهم أقل ارتباطاً عاطفياً بالأطر العرضية التي قد تثير العواطف السلبية لذا يكونوا أقل اقتناعاً بتلك النوعية من الرسائل. ولم تظهر الدراسة علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين تأثيرات العواطف الإيجابية والرسائل القائمة على الأطر الموضوعية Thematically framed messages والافتتاح بالرسالة .

- دراسة (Bennett, J., Rachunok, B., Flage, R., & Nateghi, R. (2021)^{٣٤}

اهتمت الدراسة بوضع خريطة للخطاب الدائر عبر مواقع التواصل الاجتماعي للتعرف على الموضوعات والأفكار المثارة التي تسهم في تشكيل الآراء نحو قضية التغير المناخي، كما تسعى الدراسة للإجابة على تساؤل رئيسي، وهو كيف يمكن لوسائل الإعلام أن تتكامل مع استطلاعات الرأي والاستجابة لها في تحسين اتجاهات الرأي العام نحو التغير المناخي. وتم الاعتماد على بيانات استطلاعات الرأي بشأن التغير المناخي والنشاط الدائر بخصوص نفس القضية بمواقع التواصل بالولايات المتحدة الأمريكية بالتطبيق على تويتر. وبلغ عدد التغريدات ١٩٠.٠٠٠. وكشف التحليل عن تباين إقليمي كبير في موضوعات وسائل التواصل الاجتماعي الناشئة المرتبطة بالآراء المناخية، فقد أظهرت النتائج أن مستخدمي تويتر ببعض الأقاليم يميلون إلى مناقشة القضية من منظور العلم بينما يميل المستخدمون في مناطق أخرى إلى إنكار تلك القضية. كما أشارت النتائج إلى وجود ارتباط كبير بين خطاب وسائل التواصل الاجتماعي والموقف المناخي، أي وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتكوين اتجاه الجمهور نحو السياسات التي تقوم بها الحكومة الأمريكية نحو قضية التغير المناخي، ووجود علاقة قوية

بين الخطاب المستخدم والتأثير علي اتجاهات وسلوك الجمهور فيما يتعلق بتغير المناخ، وتؤكد الدراسة وجود علاقة إيجابية بين الأفراد النشطين في متابعة البيئة المحلية، والذين يهددون باحتجاجات واحتمالية استجابتهم بإيجابية لاستطلاعات الرأي العام عن التغير المناخي وتلك العلاقة الإيجابية بين سمات معتقد الفرد والموضوعات الأكثر بروزاً بتويتر تحدث لدي الافراد الذين يشعرون بالمسؤولية الشخصية لقيادة التغيير في مجتمعاتهم المحلية.

- دراسة (2020) Kakonge, A. D. J. O^{٣٥}

تناولت الدراسة التحديات والفرص لزيادة التغطية الإعلامية حول تغير المناخ في كينيا المناخ، ليمكنهم من المساعدة ليس فقط في زيادة الوعي بتغير المناخ ولكن أيضاً زيادة فهم الجوانب المتعددة للظاهرة، فعلى الرغم من أن كينيا لديها هيكل إداري متطور لدعم قضية تغير المناخ، فإن التنسيق بين الوزارات والإدارات والمؤسسات الرئيسية على المستوى الوطني ومستوى المقاطعات كان ناقصاً. وتوصلت الدراسة إلى أن تغطية وسائل الإعلام المطبوعة الرئيسية في كينيا ومحطات التلفزيون لتغير المناخ، على مدى العقد الماضي (٢٠١٠- ٢٠١٩)، جاءت ضئيلة للغاية. كما أظهر استطلاع الرأي بوسائل الإعلام المحلية حول معايير مناقشة التحديات الحالية التي تواجه زيادة التغطية الإعلامية لتغير المناخ، أن الافتقار إلى القدرات الصحفية وتضارب الأولويات الإعلامية وعدم كفاية التمويل لتدريب ودعم الصحفيين من الاهتمامات الرئيسية. كما أشارت الدراسة إلى كيفية تحسين التغطية الإعلامية لسد الفجوات في الصحافة العلمية، ولا سيما تغطية تغير المناخ في كينيا.

- دراسة نجوى حامد (٢٠٢٠)^{٣٦}

استهدفت هذه الدراسة رصد وتحليل المعالجة الاستقصائية لقضايا البيئة ومن بينها التغيرات المناخية في الصحف المصرية، وتقويم هذه المعالجات في ضوء القواعد العلمية للصحافة الاستقصائية، وفي إطار العوامل المؤثرة مثل: السياسة التحريرية، والبيئة التشريعية فيما يتعلق بحق الحصول على المعلومات، ودور المؤسسات الدولية والإقليمية المتخصصة في الصحافة الاستقصائية التي تعمل في مصر. ووظفت الدراسة نظرية المسؤولية الاجتماعية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي، وتمثلت عينة الدراسة في الصحف الخاصة: «المصري اليوم - الدستور- اليوم السابع- الوطن»، منذ تاريخ صدورها وحتى نوفمبر ٢٠١٨، وأجري مسح شامل للموضوعات الاستقصائية البيئية، ووصل عددها إلى ٣٨ موضوعاً، وأجري لها تحليل مضمون كفي، كما اعتمد البحث على مقابلات متعمقة شملت ٤٤ مفردة ضمت صحفيين نفذوا موضوعات استقصائية بيئية وعددهم ١٧ صحفياً، وقيادات تحريرية عددهم ١٣ قيادة، وخبراء في مجال الصحافة البيئية وأكاديميين أجروا بحثاً في الصحافة الاستقصائية ومسؤولين بوزارة البيئة وعددهم ١٤، وأوضحت الدراسة احتلال قضايا التلوث المركز الأول، تلاها في المركز الثاني قضية إهدار الموارد، وفي المركز الثالث قضية التنوع الحيوي وقضية التغيرات المناخية، كذلك جاءت القضايا المحلية في المركز الأول، تلاها في المركز الثاني القضايا القومية، وركزت كل الموضوعات على أسباب المشكلة وأثارها، وأغفلت دور المواطن في الحل. واستخدم الصحفيون أساليب الإقناع العاطفية والعقلية معاً في كل الموضوعات.

- دراسة أهلة طارق (٢٠٢٠) ٣٧

تسعى الدراسة إلى معرفة أنماط استخدام وسائل الإعلام في تحصيل المعرفة البيئية من خلال دراسة انتقائية لوسائل الإعلام التقليدية والإلكترونية، وكيفية الاعتماد عليها في تحصيل هذه المعرفة، وتقييم الجمهور لدور هذه الوسائل في إمداده بالمعلومات البيئية، ومن ثم تحديد العلاقة بين انتقائية وسائل الإعلام وطبيعة التعرض لها وبين مستوى الوعي البيئي لدى الجمهور. واعتمدت الدراسة على إجراء دراسة مسحية باستخدام صحيفة الاستقصاء على عينة طبقية نسبية قوامها ٤٠٠ مفردة من الفئة العمرية ١٨ عامًا فأكثر من الجنسين: من الذين يتعرضون لوسائل الإعلام التقليدية والإلكترونية من الجمهور المصري في محافظات القاهرة الكبرى والإسكندرية، وكذلك دراسة كيفية على عينة قوامها ٤٢ مفردة باستخدام مجموعات النقاش المركزة. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن نسبة وعي الجمهور المصري بالقضايا البيئية جاءت متوسطة، بنسبة ٦١.٩%، وتنوعت مظاهر هذا الوعي بين الاهتمام بقضايا البيئة، والتماس المعلومات البيئية، ونشر المعلومات، والنية لاتباع السلوك البيئي. كما أشارت النتائج إلى ضرورة الجمع بين العوامل الداخلية للاستجابة لقضايا البيئة، مثل: شعور الفرد بالمسؤولية، والشعور بالخطر، وبين العوامل الخارجية: سن القوانين وتقرير الغرامات، وتوفير الظروف والإمكانات، وذلك حتى يتحقق التغيير المنشود في مشاركة الأفراد في حل القضايا البيئية.

- دراسة مروة صبحي (٢٠٢٠) ٣٨

اهتمت الدراسة بقياس الدور الذي تقوم به الصفحات الرسمية المصرية عبر وسائل التواصل الاجتماعي في دعم السلوك البيئي المستدام في المجتمع المصري، وذلك من خلال دراسة تحليلية ميدانية، بالتطبيق على صفحة "اتحضر للأخضر" التابعة لوزارة البيئة، وتوظف الدراسة تحليل المضمون لصفحة المبادرة على وسائل التواصل الاجتماعي، وأداة الاستبيان لإجراء دراسة ميدانية على (٢٠٠) مفردة من متابعي الصفحة، وأشارت نتائج الدراسة إلى ارتفاع إدراك متابعي صفحة "اتحضر للأخضر" لقيمة الصفحة وأهميتها في نشر الوعي البيئي، وتشجيع التفاعل بين الجمهور، وتقبل الجمهور المصري للسياسات والتشريعات التي تضعها الدولة في إطار الحفاظ على البيئة، ونجحت الصفحة في تدعيم اتجاه المتابعين لها نحو البيئة ونحو الممارسات التي دعته الصفحة؛ حيث ارتفعت نسب الاتجاهات الإيجابية لدى متابعي الصفحة نحو البيئة، كذلك رصدت الباحثة من خلال استقراء تعليقات المتابعين للصفحة على دعمهم للسياسات والممارسات التي تقوم بها وزارة البيئة لمعالجة المشكلات البيئية. كما أظهرت نتائج الدراسة الميدانية ارتفاعاً في حجم ممارسة متابعي صفحة "اتحضر للأخضر" للسلوكيات الصديقة للبيئة، وقد جاءت السلوكيات المتعلقة بالحفاظ على نظافة الشوارع وتدوير النفايات في مقدمة تلك السلوكيات، وأكدت الدراسة التحليلية تلك النتيجة؛ حيث ارتفعت نسبة التعليقات التي تعكس نية المبحوثين لاتباع السلوكيات التي تدعو إليها الصفحة، وجاءت العلاقة بين حجم متابعة المبحوثين للصفحة والسلوك البيئي ضعيفة، مما يعني أن الصفحة ليس لها فاعلية قوية في التأثير على السلوك.

دراسة. Wonneberger, A., Meijers, M. H., & Schuck, A. R. (2020).^{٣٩}

اهتمت الدراسة بالكشف عن أثر التعرض للتغطية الإعلامية لمؤتمر التغير المناخي (cop21) على الرأي العام في هولندا، وظفت الدراسة نظرية الدافع المتعلق The theory of motivated reasoning كإطار نظري لها، واعتمدت الدراسة على إجراء دراسة ميدانية وتحليلية، وأجريت الدراسة الميدانية على مرحلتين عبر الإنترنت، المرحلة الأولى أسبوعين قبل مؤتمر باريس والمرحلة الثانية في الأسبوع التالي للمؤتمر بإجمالي (٨٧٦) مبحوثًا، أما الدراسة التحليلية فأجريت على عينة مما نشر في (١٣) موقعًا إلكترونيًا إخباريًا بنيوزيلندا في الفترة من ١٦ نوفمبر ٢٠١٥ إلى ١٣ ديسمبر ٢٠١٥ بواقع (٥٧٢) مادة إعلامية. وتشير نتائج الدراسة إلى أن تأثيرات وسائل الإعلام كانت لقطاعات معينة وأن التعرض للتغطية الإعلامية المخصصة للحدث قد تثير دوافع دفاعية، حيث تعمل التغطية الإعلامية للحدث على تعزيز الاتجاهات الموجودة مسبقًا نحو التغير المناخي سواء بالشك أو الاهتمام به. واتضح عدم وجود علاقة ارتباطية بين قطاعات الجمهور ذات المستوى المتوسط من المشاركة سواء الإيجابية أو السلبية وتأثيرات التعرض على تعزيز اتجاهاتهم نحو التغير المناخي. وتؤكد نتائج الدراسة أن التحولات في الرأي العام بشأن التغير المناخي والقرارات المحتملة والمسئوليات التي تخص تلك القضية تعد تحديًا، ومن المهم توجيه رسائل إعلامية مستهدفة للوصول لقطاعات مختلفة من الجمهور؛ حيث أظهرت الدراسة أن قطاعات الجمهور تنوعت في الكيفية التي ينتقون ويعالجون المعلومات بها عن النقاشات الدائرة حول التغير المناخي، وعلى الرغم من نجاح مؤتمر باريس في تقديم سيناريو متفائل لمواجهة الأزمة إلا أن نتائج الدراسة تشير إلى أن تأثيرات ذلك على الرأي العام محدودة، لأن الأحداث المهمة قد تسبب تغييرات محدودة في الرأي العام، وتوصي الدراسة بأهمية تقديم برامج اتصالية تستهدف القطاعات الأقل مشاركة في تلك القضية بغرض إسراع التأثير الاجتماعي الواسع ورفع الوعي والاهتمام بالقضية.

دراسة. Shi, W., Chen, C., Xiong, J., & Fu, H. (2019).^{٤٠}

اهتمت الدراسة بالكشف عن الإطار الذي يعزز بروز قضايا تغير المناخ على الأجندة العامة على الإنترنت. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن بعض الاستراتيجيات قد تجعل قضايا تغير المناخ أكثر بروزًا، وأن الإطار المعرفي هو الأقل فاعلية في إثارة القلق العام. ويُعد الإطار العاطفي أكثر تأثيرًا في تحفيز الناس على المشاركة في مناقشة تغير المناخ، فكلما كانت الشدة العاطفية أقوى، كانت القضية أكثر بروزًا، لكن القطبية العاطفية ليست مهمة، والإطار الإدراكي هو الأقوى في تعزيز المناقشة العامة، والمتغير الوحيد الذي يمكن أن يحفز بشكل كبير رغبة الجمهور على المدى الطويل في تتبع القضايا، والتي من بينها يلعب الشعور بالدور الأكثر أهمية مقارنة بالرؤية والسمع. وكذلك توسع الدراسة أدبيات التواصل العلمي الموجودة من خلال تسليط الضوء على دور الأطر العاطفية والإدراكية التي تم تجاهلها سابقًا في إبراز القضايا وقد توفر الاستنتاجات آثارًا نظرية وعملية للتواصل بشأن تغير المناخ في المستقبل.

- راشد بن هادي راشد الدوسري (٢٠١٨) ^{٤١}

استهدفت الدراسة التعرف على دور الإعلام الجديد في توعية الشباب بقضايا البيئة، والكشف عن المعوقات التي تحد من فاعلية الإعلام الجديد في تنمية الوعي البيئي، والتوصل للمقترحات التي تزيد من فاعلية الإعلام الجديد في تنمية الوعي البيئي. وتم تطبيق الاستبانة على (٢٢٠) مفردة من الشباب السعودي بجامعة سطاتم بن عبد العزيز. وأكدت النتائج على أهمية دور الإعلام الجديد في توعية الشباب بقضايا البيئة، وأن الشباب يعتبرون منصات الإعلام الجديد ذات رسائل توعية بيئية، كما كشفت النتائج عن المعوقات التي تحد من فاعلية الإعلام الجديد في تنمية الوعي البيئي، وكانت أبرز هذه المعوقات هي (افتقار بعض وسائل الإعلام الجديد للموضوعية، والحيادية عبر مناقشة قضايا البيئة، وأن معظم القضايا البيئية المعروضة في وسائل الإعلام الجديد لا تقدم حلولاً فعالة)، وبينت النتائج موافقة أفراد العينة على المقترحات التي تزيد من فاعلية الإعلام الجديد في تنمية الوعي البيئي، وتمثلت أبرز هذه المقترحات في (الاستفادة من التقنيات الجديدة من قبل الجهات الحكومية، إيجاد حسابات بيئية متخصصة تتبع الجهات الرسمية). وأوصت الدراسة بإنشاء منصات رسمية معتمدة لتقديم الثقافة البيئية للجمهور لاكتساب ثقتهم وتعاونهم، والاستفادة من التقنيات الجديدة من قبل الجهات الحكومية، وكسب ثقة الجمهور فيما تقدمه وسائل الإعلام الجديد من معلومات عن طريق توثيقها، وطرح رؤية جديدة للتعامل مع البيئة وتنظيم استغلال مواردها، وتقديم حلول علمية وعملية للقضايا البيئية يمكن تنفيذه.

- دراسة نصر الدين عبد القادر (٢٠١٧) ^{٤٢}

تناولت الدراسة توظيف الإعلام الجديد في نشر الوعي بقضايا التنمية المستدامة (الوعي البيئي) بالتطبيق على عينة من الإعلاميين في الفترة من يناير ٢٠١٦ حتى ديسمبر ٢٠١٦، واستخدم الباحث مسح أساليب الممارسة بالنسبة للممارسين، وتوصلت النتائج إلى أن ٦٤% من مجتمع البحث يرون أن الإعلام الجديد لم يوظف في مجال التوعية البيئية، و٢٦% من نفس المجتمع يرون أنه وظف إلى حد ما، وأن ٤٧% من مجتمع البحث موافقون أن الإعلام الجديد مقصر في نشر الوعي بالمشكلات البيئية، ويلاحظ أن حوالي ٧٩% يوافقون إجمالاً على أن ما ينشر في الإعلام العربي عن البيئة وحمايتها لا يتناسب وأهميتها، وأوصت الدراسة بضرورة 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، وأن الترويج لموضوع حماية البيئة، أصبح ضرورة تفرضها تطورات العصر الراهن، وذلك بالاهتمام بالوسائط الاتصالية الجديدة في زيادة إرسال الرسالة البيئية وصولاً لمجتمع واع بالقضايا البيئية وضرورة حمايتها.

- دراسة وسام بالحبيب (٢٠١٦) ^{٤٣}

تناولت الدراسة دور القنوات الفضائية العربية في الإرشاد والتوعية بقضايا البيئة في المجتمع، وبيان الجهود التي تقوم بها القنوات الفضائية العربية في مجال الحماية البيئية، كما سعت لمعرفة اتجاهات الرأي العام نحو القنوات الفضائية العربية وجهودها في نشر التوعية البيئية، ومعرفة حجم اهتمام القنوات الفضائية العربية بقضايا البيئة ومشكلاتها.

واعتمدت الدراسة على أداة الاستبيان الذي طبق على ٥٠ مفردة من مشاهدي القنوات الفضائية العربية من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية في جامعة قاصدي مرباح بورقل. وتوصلت الدراسة إلى أن أغلب المبحوثين موافقون على أن القنوات الفضائية العربية دورها مازال محدودًا في توعية الناس بمشكلات وقضايا البيئة، حيث برز أن ما نسبته بنسبة ٤٨ ٪ و ٥٢ ٪ من أفراد العينة موافقين على أن دور القنوات الفضائية العربية في تشكيل اتجاهات إيجابية عند الجمهور نحو البيئة وقضاياها والمساهمة في إيجاد حلول لها ضعيف، وهو ما يشير إلى أن نجاح القنوات الفضائية العربية في استقطاب الجماهير نحو القضايا البيئية مازال محدودًا.

- دراسة محمد العنزي (٢٠١٦) ٤٤

يتمثل هدف الدراسة في رصد وتوصيف وتوثيق دور الصحافة الكويتية في التثقيف البيئي، وتأثير الصحافة في تكوين الوعي البيئي. ووظفت نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام و منهج المسح الإعلامي، وطبقت أداة الاستبيان على عينة قوامها مفردة ٣٩٤ من أعضاء هيئة التدريس بجامعة الكويت. وتوصلت الدراسة إلى أن أهم موضوعات التثقيف البيئي التي يتعرض لها المبحوثون من خلال الصحف هي (الحفاظ على الموارد الطبيعية، مكافحة التلوث، عدم تشويه البيئة، المشاركة في الأنشطة البيئية، تفعيل جهود الوزارات والمنظمات، وإنشاء المحميات الطبيعية، سن القوانين والتشريعات البيئية، وتدوير المخلفات والتخلص من النفايات، واستخدام المقنن السمادي وبدائل المبيدات، ومكافحة التصحر، وترشيد استخدام المياه، استخدام مصادر الطاقة النظيفة). كما أشارت النتائج إلى وجود علاقة دالة إحصائيًا بين العمر وإجابات المبحوثين عن بعض موضوعات التثقيف البيئي مثل المشاركة في الأنشطة البيئية، وتفعيل جهود الوزارات والمنظمات، وإنشاء المحميات الطبيعية، وسن القوانين والتشريعات البيئية، وتدوير المخلفات والتخلص من النفايات، واستخدام المقنن السمادي وبدائل المبيدات، ومكافحة التصحر، وترشيد استخدام المياه، واستخدام مصادر الطاقة النظيفة.

- دراسة جمال عبدالعظيم (٢٠١٢) ٤٥

اهتمت الدراسة بالكشف عن دور وسائل الإعلام التقليدية والحديثة في توعية الجماهير بالقضايا البيئية المحلية والعالمية، ومعرفة اتجاهات الجماهير نحو المعالجة الإعلامية للقضايا، ودورها في حثهم على القيام بالسلوك الإيجابي في التعامل مع البيئة المحلية، والتعرف على العلاقة بين الخصائص الديموجرافية للعينة وبين مستويات الوعي البيئي المتكونة لديهم عبر الوسائل الإعلامية المختلف. اعتمدت الدراسة على الاستبيان الذي تم تطبيقه على عينة مكونة من ٤٠٠ مفردة من الجمهور البحريني موزعين على محافظات مملكة البحرين الخمس. وأظهرت النتائج أن النسبة الأكبر من عينة الدراسة كانت راضية إلى حد ما عن المعالجة الإعلامية للقضايا البيئية وذلك بنسبة (٥٢.٧٥%) تلاها الذين لم يكونوا راضين عن هذه المعالجة إذ بلغت نسبتهم (٢٦%) أما الذين كانوا راضين بشكل كامل عن هذه المعالجة، فقد بلغت نسبتهم (٢١.٢٥%). وقد بينت النتائج أن غالبية مفردات العينة رأت أن وسائل الإعلام قد استطاعت - إلى حد ما- أن تقدم المعلومات التي

تريدها حول القضايا البيئية المحلية والعالمية إذ بلغت نسبتهم (٥٧,٠٪)، هذا بجانب (٧٥,٢٧٪) رأت أن هذه الوسائل قد استطاعت بالفعل أن تقدم المعلومات الأساسية واللازمة لهم لزيادة معارفهم بشأن القضايا البيئية المحلية والعالمية وأحداثها، هذا في مقابل (١٤,٧٥%) فقط هم الذين رأوا بعكس ذلك، حيث كانت اتجاهاتهم أن هذه الوسائل لم تستطع أن تقدم ما يحتاجونه من معلومات حول هذه القضايا البيئية .

التعليق على الدراسات السابقة

- اتفقت الدراسات الأجنبية والعربية في الاهتمام بتناول التغيرات المناخية والقضايا البيئية في وسائل الإعلام التقليدية والرقمية، وكذلك دور تلك الوسائل في توعية الجماهير بالقضايا البيئية والتغيرات المناخية، ومعرفة اتجاهات الجماهير نحو المعالجة الإعلامية للقضايا البيئية، وعلى مستوى المقارنة اهتمت الدراسات الأجنبية بتناول دور وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات ومعارف الجمهور إزاء التغيرات المناخية في مقابل اهتمام الدراسات العربية بتناول دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي البيئي، وخاصة الدراسات التي تم إجرائها في الفترة السابقة لانعقاد مؤتمر قمة المناخ بمصر cop27 عام ٢٠٢٣ .

- اتفقت نتائج الدراسات على أن العنصر البشري هو السبب الرئيس لحدوث التغيرات المناخية وهو ما أشارت إليه دراسة (Liu, M., & Huang, J. (2022) ودراسة (Matuku, S. M. (2022) كما أكدت أن التوجه نحو "التنمية المستدامة والتوجه إلى الاقتصاد الأخضر" أول الحلول لمواجهة أزمة التغيرات المناخية، وأيضاً أشارت إلى استمرار المناقشات السياسية حول ما يسمى «الانتعاش الأخضر» أو «المستدام» وأنه من غير المحتمل أن يتم إسكات التغطية المناخية في المستقبل القريب. دراسات كل من سالي جاد (Lyytimäki, J., Kangas, Alotaibi, J. M., & Hiroyuki, K. (2022) ، (٢٠٢٣) ، (H. L., Mervaala, E., & Vikström, S. (2020)

- أشارت نتائج الدراسات إلى أن نقاشات الجمهور الإلكترونية على الأحداث الخاصة بالتغيرات المناخية أداة يمكن من خلالها خلق الوعي وبناء الدعم للقرارات التي يتم اتخاذها بشأن المناخ، كما يمكن أيضاً أن تكون أداة لنشر المعلومات المضللة عن التغير المناخي، كما أشارت النتائج إلى وجود ارتباط كبير بين خطاب وسائل التواصل الاجتماعي والموقف المناخي، أي وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتكوين اتجاه الجمهور.

- اهتمت بعض الدراسات بتقديم عدد من التوصيات، ومنها ضرورة تدريب الصحفيين على التحليل المناسب والإبلاغ عن المعلومات المتعلقة بالمناخ، وإنشاء إطار لسياسة الاتصال لتعزيز وصول الصحفيين ومالكي وسائل الإعلام إلى معلومات تغير المناخ ونشرها بشكل فعال. كما أوصت بضرورة 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، والترويج لموضوع حماية البيئة، وذلك بالاهتمام بالوسائط الاتصالية الجديدة في زيادة إرسال الرسالة البيئية وصولاً لمجتمع واع بالقضايا البيئية وضرورة حمايتها.

- أشارت عدد من الدراسات إلى أهمية التنوع في طرق تقديم قضية التغيرات المناخية كي يتم التأثير على الجمهور القارئ بمدخل متنوعة ومختلفة، وأن تلك المدخل مع اختلافها تقف على قدم المساواة في تقديم تلك القضية. وهو ما أشارت إليه دراسة Veeneman, (2023) M. التي أكدت على ضرورة إضافة ممارسة "تقديم التغطية المتنوعة للحفاظ على الجمهور.

- تميزت الدراسات الأجنبية والعربية بتنوع الفئات التي تم التطبيق عليها ما بين الجمهور العام والشباب والمراهقين والإعلاميين، وانفردت إحدى الدراسات بالتركيز على فئة الشباب فيما يعرف بـ Generation Z خاصة مواليد ١٩٩٧ حتى ٢٠٠٧، دراسة Benoit, L., (2022) (Thomas, I., & Martin, A.).

- تنوعت الأطر النظرية التي اعتمدت عليها الدراسات السابقة، إلا أن التفوق جاء لصالح الدراسات الأجنبية، فبالإضافة إلى نظرية الأطر التي كان لها السيطرة ونظريتي الاعتماد والمسئولية الاجتماعية، فقد وظفت الدراسات الأجنبية أطرًا جديدة مثل نظرية الدافع المتعقل The theory of motivated reasoning، وإدارة الحالة المزاجية، ونظرية التيارات المتعددة والنظرية المؤسسية، ومدخل الانتباه للقضية ونظرية وضع الأجندة، ونموذج العمل (Business model) والذي يخص الممارسات الصحفية .

- اتفقت الدراسات العربية والأجنبية في استخدام مجموعة متنوعة من الأدوات الكمية والكيفية تمثلت في: تحليل المضمون بشقيه الكمي والكيفي - تحليل الخطاب - الإستبيان - المقابلات المتعمقة، وفي الوقت الذي انفردت فيه الدراسات العربية باستخدام مجموعات النقاش المركزة، أهلة طارق (٢٠٢٠)، فإن الدراسات الأجنبية اهتمت باستخدام التحليل الشبكي كدراسة Daume, S., Galaz, V., & Bjersér, P. (2023) ودراسة Bennett, J., Rachunok, B., Flage, R., & Nateghi, R. (2021)

مشكلة الدراسة

في ضوء ما تم عرضه من الدراسات السابقة التي اهتمت بتناول دور وسائل الإعلام في التوعية بالتغيرات المناخية وتأثيراتها المختلفة، وما أشارت له نتائجها من أن الإعلام لم يقم بدوره على الوجه الأمثل من حيث محدودية الاهتمام بالقضية، وغلبة المعالجة الموسمية، وسطحية المعالجة، وعدم وعى القائمين بالاتصال بالقضية، وتهميش التخصص البيئي؛ تتحدد مشكلة الدراسة في رصد وتحليل وتفسير اتجاهات رؤية الجمهور والخبراء حول تغطية وسائل الإعلام لمؤتمر قمة المناخ cop27، ورصد أوجه القصور والتميز في تلك التغطية من وجهة نظرهم، وكذلك الاهتمام بوضع إستراتيجية إعلامية لتغطية ومعالجة القضايا البيئية بشكل عام بما فيها قضايا التغير المناخي.

أهداف الدراسة

تهدف الدراسة إلى رصد وتحليل رؤية الجمهور وخبراء الاتصال حول تغطية وسائل الإعلام المصرية لمؤتمر قمة المناخ COP27 في مصر ٢٠٢٢

ويتفرع عن هذا الهدف هدفان أساسيان وهما:

١- التعرف على اتجاهات الجمهور المصري بخصائصه الديموجرافية المتمثلة في (النوع - العمر - الحالة الاجتماعية- نوع العمل - محل الإقامة) حول تغطية وسائل الإعلام المصرية لمؤتمر قمة المناخ COP27

٢- التعرف على رؤية خبراء الاتصال من الأكاديميين والصحفيين والخبراء حول تغطية وسائل الإعلام المصرية لمؤتمر قمة المناخ COP27

تساؤلات الدراسة :

1- التساؤلات الخاصة بالمشح الميداني للجمهور المصري (عينة الدراسة)

- ما مدى متابعة الجمهور (عينة الدراسة) للتغطية الإعلامية الخاصة بمؤتمر قمة المناخ COP27؟

- ما الوسائل الإعلامية التي تابع من خلالها الجمهور المصري (عينة الدراسة) تغطية مؤتمر المناخ COP27؟

- ما مواقع التواصل الاجتماعي التي تابع من خلالها الجمهور المصري (عينة الدراسة) تغطية مؤتمر المناخ COP27؟

- ما المواقع الإخبارية التي تابع من خلالها الجمهور المصري (عينة الدراسة) تغطية مؤتمر المناخ COP27؟

- ما مواقع المؤسسات الرسمية التي تابع من خلالها الجمهور المصري (عينة الدراسة) تغطية مؤتمر المناخ COP27؟

- ما القنوات التلفزيونية التي تابع من خلالها الجمهور المصري (عينة الدراسة) تغطية مؤتمر المناخ COP27؟

- ما المحطات الإذاعية التي تابع من خلالها الجمهور المصري (عينة الدراسة) تغطية مؤتمر المناخ COP27؟

- ما الصحف التي تابع من خلالها الجمهور المصري (عينة الدراسة) تغطية مؤتمر المناخ COP27؟

- ما أهم القضايا التي حظيت باهتمام الجمهور المصري (عينة الدراسة) من خلال متابعة تغطية وسائل الإعلام لمؤتمر قمة المناخ COP27؟

- ما تقييم الجمهور المصري (عينة الدراسة) لتنظيم المؤتمر من خلال متابعة تغطية وسائل الإعلام لمؤتمر قمة المناخ COP27؟
- ما تقييم الجمهور المصري (عينة الدراسة) لمدى نجاح المؤتمر من خلال متابعة تغطية وسائل الإعلام لمؤتمر قمة المناخ COP27؟

2- التساؤلات الخاصة بالمقابلات المعمقة للخبراء في مجال الاتصال (عينة الدراسة)

- ما مدى متابعة خبراء الاتصال لتغطية وسائل الإعلام المصرية لمؤتمر قمة المناخ COP27، وما أسبابها؟
- ما الوسائل الإعلامية التي تابع من خلالها الخبراء في مجال الاتصال (عينة الدراسة) تغطية مؤتمر قمة المناخ COP27؟
- ما الصحف الورقية التي تابع من خلالها الخبراء في مجال الاتصال (عينة الدراسة) التغطية الإعلامية لمؤتمر قمة المناخ COP27؟
- ما القنوات التليفزيونية التي تابع من خلالها الخبراء في مجال الاتصال (عينة الدراسة) التغطية الإعلامية لمؤتمر قمة المناخ COP27؟
- ما المحطات الإذاعية التي تابع من خلالها الخبراء في مجال الاتصال (عينة الدراسة) التغطية الإعلامية لمؤتمر قمة المناخ COP27؟
- ما المواقع الإخبارية التي تابع من خلالها الخبراء في مجال الاتصال (عينة الدراسة) التغطية الإعلامية لمؤتمر قمة المناخ COP27؟
- ما مواقع التواصل الاجتماعي التي تابع من خلالها الخبراء في مجال الاتصال (عينة الدراسة) التغطية الإعلامية لمؤتمر قمة المناخ COP27؟
- ما المواقع الإلكترونية وصفحات مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالجهات الرسمية التي تابع من خلالها الخبراء في مجال الاتصال (عينة الدراسة) التغطية الإعلامية لمؤتمر قمة المناخ COP27؟
- ما الوسائل الإعلامية الأكثر كثافة في تغطية مؤتمر قمة المناخ COP27، من وجهة نظر خبراء الاتصال (عينة الدراسة)، ولماذا؟
- ما الوسائل الإعلامية الأكثر شمولاً في تغطية مؤتمر قمة المناخ COP27، من وجهة نظر خبراء الاتصال (عينة الدراسة)، ولماذا؟
- ما الوسائل الإعلامية الأكثر دقة ومصداقية في تغطية مؤتمر قمة المناخ COP27، من وجهة نظر خبراء الاتصال (عينة الدراسة)، ولماذا؟
- ما الوسائل الإعلامية الأكثر جماهيرية في تغطية مؤتمر قمة المناخ COP27، من وجهة نظر خبراء الاتصال (عينة الدراسة)، ولماذا؟

- ما القضايا التي حظيت باهتمام التغطية الإعلامية لمؤتمر قمة المناخ COP27 في وسائل الإعلام من وجهة نظر خبراء الاتصال (عينة الدراسة)، ولماذا؟
- ما أهم إيجابيات التغطية الإعلامية لمؤتمر قمة المناخ في وسائل الإعلام المصرية من وجهة نظر خبراء الاتصال (عينة الدراسة)؟
- ما أهم سلبيات التغطية الإعلامية لمؤتمر قمة المناخ في وسائل الإعلام المصرية من وجهة نظر خبراء الاتصال (عينة الدراسة)؟
- ما الإستراتيجية المقترحة لتطوير تغطية وسائل الإعلام لتلك النوعية من المؤتمرات من وجهة نظر خبراء الاتصال (عينة الدراسة)؟
- ما الإستراتيجية المقترحة لمعالجة القضايا البيئية بشكل عام من وجهة نظر خبراء الاتصال (عينة الدراسة)؟

النظرية (نظرية المسؤولية الاجتماعية)

تعد نظرية المسؤولية الاجتماعية إحدى النظريات المعيارية لتفسير الممارسات الإعلامية داخل بنية المجتمع؛ حيث تؤكد هذه النظرية أن الحق في الحرية يترتب عليه بعض الالتزامات نحو المجتمع، وهو ما يسمى بالحرية الإيجابية أو الحرية الهادفة اجتماعياً^{٤٦}. فهذه النظرية هي تعديلاً أو تكييفاً لمبادئ الحرية الإعلامية وتوجيهاً لخدمة المجتمع في إطار أخلاقيات الممارسة المهنية التي تضمن في النهاية أسلوباً للعمل والأداء الذي يخدم حرية المجتمع؛ وبالتالي سنجد أن مبادئ المسؤولية الاجتماعية للإعلام شعاراً لكل المجتمعات والنظم بصرف النظر عن الفكر السياسي الذي تنتمي إليه، وكانت البداية لظهور النظرية تقرير لجنة هوتشيز، وفي عام ١٩٤٧ اعترفت بفشل السوق الحر لتحقيق الوعد بحرية الصحافة وخدمة المجتمع، وهبوط معايير الأداء وعدم قدرة الصحافة على تلبية الاحتياجات المعرفية والاجتماعية^{٤٧}.

وتمثل نظرية المسؤولية الاجتماعية تنوعاً على النظريتين الأساسيتين، وإن كانت أقرب لليبرالية منها للسلطوية، ففي مقابل ضمان حرية الصحافة تضع هذه النظرية مسؤولية على الصحافة في خدمة اهتمامات الجمهور والمساهمة في تحقيق رفاهية المجتمع، وتوصيف علاقة السلطة بالصحافة في هذه النظرية على أساس أن الصحافة يجب أن تلبى مسؤوليتها الاجتماعية بدافع ذاتي منها، فإن لم تفعل فإن الحكومة باسم المجتمع يمكن أن تتخذ إجراءات لضمان قيام الصحافة بمسؤوليتها^{٤٨}. فالفلسفة الأساسية وراء هذه النظرية أن تدرك وسائل الإعلام مسؤوليتها في حل المشكلات وتعزيز الرأي العام والمصالح الاجتماعية، وأن تكون مسؤولة أمام الجمهور.

ويمكن تحديد المسؤولية الاجتماعية للإعلام على مستويين كما يلي^{٤٩}:

- **المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع** : مجموعة الوظائف التي يجب أن تقوم وسائل الإعلام بتأديتها أمام المجتمع في مختلف مجالاته السياسية والاقتصادية والاجتماعية

والثقافية، توفر في معالجتها لموادها قيم مهنية كالدقة والموضوعية والتوازن والشمول، شريطة أن تتوفر حرية حقيقية تجعلها مسؤولة أمام القانون والرأي العام.

- **مسؤولية الصحفي تجاه جماعته المهنية** : تمثل مسؤولية الصحفي تجاه جماعته المهنية محصلة الاستجابة نحو فهم ومشاركة جماعته المهنية في أداء مهامها، وحرصه على تماسكها وسمعة جماعته الصحفية، وتحقيق أهدافها، وتدعيم تقدمها في شتى المجالات وتقهمه لمشكلاتها وهي استجابة نابعة من ذاته غير مجبر عليها.

وتتمثل المبادئ الأساسية لنظرية المسؤولية الاجتماعية كما يرى دينيس ماكويل Denis Mcquail في^{٥٠} :

١. وسائل الإعلام يجب أن تقبل وأن تنفذ التزامات معينة تجاه المجتمع.
٢. إن هذه الالتزامات يمكن تنفيذها فقط بوضع معايير مهنية لنقل المعلومات كالحقيقة، والدقة، والموضوعية والتوازن.
٣. لتنفيذ هذه الالتزامات، يجب أن تكون وسائل الإعلام ذاتية التنظيم في إطار القانون والمؤسسات القائمة.
٤. تجنب المحتوى المسيء الذي يؤدي إلى الجريمة أو العنف أو الاضطراب أو الإضرار بالأقليات.
٥. أن تكون وسائل الإعلام متعددة، وتعكس تنوع مجتمعاتها، مما يتيح الوصول إلى مختلف وجهات النظر مع كفاءة حق الرد.
٦. للمجتمع الحق في توقع مستويات عالية من الأداء، ويمكن تبرير التدخل لتأمين هذا الحق.
٧. خضوع الصحفيين والإعلاميين للمساءلة أمام المجتمع وكذلك أمام مؤسساتهم.

وفي ضوء ما سبق نجد أن نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام تتبع من التزام أخلاقي يحقق التوازن بين حرية الإعلام والحفاظ على مصلحة المجتمع واستقراره، ودعم كل الجهود التي تساعد في تنميته، وهو ما يمكن توظيفه لتحقيق أهداف الدراسة من خلال قيام وسائل الإعلام بتعريف الجمهور وتوعيته بالجهود التي تُبذل لمواجهة تحديات تغير المناخ، ومنها انعقاد مؤتمر قمة المناخ cop27، وكذلك توظيفها لتقييم أداء وسائل الإعلام من وجهة نظر النخب الأكاديمية والإعلامية من خلال رصد إيجابيات وسلبيات التغطية لقضايا التغير المناخي، ومدى الالتزام بالمعايير المهنية المتعلقة بالصدق، والدقة، والموضوعية والتوازن؛ بما يساعد على بناء استراتيجية إعلامية لتغطية قضايا التغير المناخي وقضايا البيئة بشكل عام .

الإطار المنهجي:

- نوع الدراسة :

تنتمي الدراسة إلى حقل الدراسات الاستكشافية الوصفية التي ترقى لمرحلة التفسير، حيث تستهدف استكشاف ووصف وتفسير ظاهرة محددة تتمثل في توجهات الجمهور العام، والخبراء المتخصصين في مجال البيئة، نحو تغطية وسائل الإعلام المصرية لمؤتمر قمة المناخ ٢٧COP، والدراسة ذات جانبيين كمي وكيفي، حيث يستهدف الجانب الكمي استطلاع آراء الجمهور العام نحو التغطية الإعلامية للمؤتمر، بينما يستهدف الجانب الكيفي التعرف على رؤية الخبراء للتغطية، مع معرفة الأسباب الكامنة وراء تلك تلك الرؤية، وهو ما يضيف بعداً تفسيرياً مهماً للدراسة.

- منهج الدراسة :

وتعتمد الدراسة علي منهج المسح الإعلامي، الذي يستهدف عينة من الجمهور العام والخبراء المتخصصين، ومسح الجمهور هو أحد أهم أنواع بحوث المسح الإعلامي، التي تهدف من خلال الأدوات المستخدمة إلى جمع كافة البيانات والمعلومات المطلوبة، وسيتم المسح كميًا باستخدام الاستبيان الإلكتروني للوصول لعينة الجمهور، وكيفيًا من خلال المقابلات المعمقة التي سيتم إجرائها مع عينة الخبراء المتخصصين.

أدوات الدراسة :

١- أداة الاستبيان

اعتمدت الدراسة على صحيفة الاستبيان كأداة لجمع البيانات المطلوبة من المبحوثين (الجمهور العام- عينة الدراسة) ، وتم إجراء الاختبارات التالية للتأكد من صدق وثبات استمارة الاستبيان.

أولاً: اختبار الصدق Validity: يقصد باختبار الصدق صلاحية الأسلوب أو الأداة لقياس ما هو مراد قياسه، أو بمعنى آخر صلاحية أداة البحث في تحقيق أهداف الدراسة، وبالتالي ارتفاع مستوي الثقة فيما يتوصل إليه البحث من نتائج بحيث يمكن الانتقال منها إلي التعميم. ولتحقيق ذلك اعتمدت الباحثان علي معيار الصدق الظاهري فقام بعرض صحيفة الاستقصاء علي عدد من الأساتذة المحكمين في مجال الإعلام ومناهج البحث^(١)، وبناء علي إرشاداتهم وتوصياتهم تم إجراء التعديلات التي أشاروا بها.

ثانياً: الاختبار القبلي Pre Test: قام الباحثان بإجراء اختبار قبلي لصحيفة الاستقصاء علي عينة قوامها ٥٠ مفردة بما يمثل ١٠% من إجمالي العينة؛ للوقوف على مدى فهم واستيعاب المبحوثين لأسئلة الاستمارة، ويهدف هذا الاختبار إلي التأكد من وضوح أسئلة الاستمارة وسلاستها ومناسبتها لإجراء الدراسة.

ثالثاً: اختبار الثبات Stability: ويقصد باختبار الثبات دقة القياس أو اتساقه، وهو مدي ثبات النتائج التي يتوصل إليها بتكرار القياس علي الخاصية ذاتها ويقدر الثبات بتحديد نسبة التغيير

المنتظم في المقياس، والذي يقاس من خلال حساب مدي الارتباط بين درجات القياس التي يحصل عليها عبر التطبيقات المختلفة للمقياس فإذا كان الارتباط قويا كان المقياس أكثر ثباتا. وتم الاعتماد علي أسلوب إعادة الاختبار (Test and Re-test)، بعد مرور أسبوعين من التطبيق الأول علي عدد ٥٠ مفردة ممن أجريت عليهم الدراسة بما يمثل ١٠% من إجمالي العينة، وبإجراء معامل الارتباط بين نتائج الاختبار الأول والثاني تبين وجود نسبة ارتباط بلغت ٠.٩٦. وهي نسبة جيدة تشير إلي ثبات المقياس وتدل علي عدم وجود اختلاف كبير في إجابات المبحوثين علي استمارة الاستبيان رغم مرور فترة زمنية علي إجاباتهم الأولي، وبناء علي ذلك فإن نسبة التطابق في الإجابات تشير إلي ثبات التطبيق بدرجة كبيرة، وتسمح بالاطمئنان لتطبيق صحيفة الاستقصاء واستخدام وتعميم نتائجها.

2- أداة المقابلة المعمقة

استخدمت الدراسة أداة المقابلة المعمقة لجمع البيانات من (الخبراء- عينة الدراسة)، وقد تم وضع تساؤلات المقابلة في إطار أحد عشر محورًا أساسيًا، وذلك على النحو التالي:

- مدى متابعة خبراء الاتصال لتغطية وسائل الإعلام المصرية لمؤتمر قمة المناخ cop27، وأسبابها.

- الوسائل الإعلامية التي تابع من خلالها الخبراء في مجال الاتصال (عينة الدراسة) تغطية مؤتمر قمة المناخ cop27 (الصحف الورقية - القنوات التلفزيونية- المحطات الإذاعية- المواقع الإخبارية- مواقع التواصل الاجتماعي- المواقع الإلكترونية).

- الوسائل الإعلامية الأكثر كثافة في تغطية مؤتمر قمة المناخ cop27، من وجهة نظر خبراء الاتصال (عينة الدراسة)، والأسباب.

- الوسائل الإعلامية الأكثر شمولاً في تغطية مؤتمر قمة المناخ cop27، من وجهة نظر خبراء الاتصال (عينة الدراسة)، والأسباب.

- الوسائل الإعلامية الأكثر دقة ومصداقية في تغطية مؤتمر قمة المناخ cop27، من وجهة نظر خبراء الاتصال (عينة الدراسة)، والأسباب.

- ما الوسائل الإعلامية الأكثر جماهيرية في تغطية مؤتمر قمة المناخ cop27، من وجهة نظر خبراء الاتصال (عينة الدراسة)، والأسباب.

- ما القضايا التي حظيت باهتمام التغطية الإعلامية لمؤتمر قمة المناخ cop27 في وسائل الإعلام من وجهة نظر خبراء الاتصال (عينة الدراسة)، والأسباب.

- أهم إيجابيات التغطية الإعلامية لمؤتمر قمة المناخ في وسائل الإعلام المصرية من وجهة نظر خبراء الاتصال (عينة الدراسة).

- أهم سلبيات التغطية الإعلامية لمؤتمر قمة المناخ في وسائل الإعلام المصرية من وجهة نظر خبراء الاتصال (عينة الدراسة).

- الإستراتيجية المقترحة لتطوير تغطية وسائل الإعلام لتلك النوعية من المؤتمرات من وجهة نظر خبراء الاتصال (عينة الدراسة).

- الإستراتيجية المقترحة لمعالجة القضايا البيئية بشكل عام من وجهة نظر خبراء الاتصال (عينة الدراسة)

مجتمع وعينة الدراسة:

1- مجتمع وعينة مسح (الجمهور)

يتمثل مجتمع الدراسة في الجمهور المصري المتابع لأخبار مؤتمر قمة المناخ cop27 Egypt، وطبقت علي عينة عمدية متاحة قوامها ١٥٠٠ مفردة من متابعي أخبار المؤتمر تراوحت أعمارهم من ١٥ عام فما فوق، وذلك خلال الفترة الزمنية من ١١/١٧ حتى ١٢/١٩ /٢٠٢٢م. وقد رُوعي أن تكون العينة ممثلة لكافة المستويات التعليمية والعمرية والقطاعات الاقتصادية الاجتماعية المختلفة، لإمكان تمثيل مجتمع الدراسة تمثيلاً جيداً، والجدول التالي يوضح خصائص عينة الدراسة تفصيلاً.

جدول رقم (١) يوضح خصائص عينة الدراسة

المتغير	ك	%
النوع	ذكر	26.1
	أنثى	73.9
العمر	أقل من ٢٠ عاماً	41.3
	من ٢٠ إلى أقل من ٢٥ عاماً	28.8
	من ٢٥ إلى أقل من ٣٠ عاماً	7.7
	من ٣٠ إلى أقل من ٣٥ عاماً	4.6
	من ٣٥ إلى أقل من ٤٠ عاماً	4.2
	من ٤٠ إلى أقل من ٤٥ عاماً	5.1
	٤٥ عاماً فأكثر	8.3
	أقل من متوسط	5.7
المستوي التعليمي	مؤهل متوسط	13.7
	مؤهل جامعي	66.6
	مؤهل فوق جامعي	14.0
	مؤهل فوق جامعي	210
نوع التعليم	حكومي	79.3
	خاص	17.7
	أجنبي	3.0
الإقامة	ريف	7.0
	حضر	93.0
المنطقة السكنية	شعبية	8.4
	متوسطة	61.5
	راقية	30.1
متوسط الدخل	أقل من ٢٠٠٠ جنيه	5.3
	من ٢٠٠٠ لأقل من ٤٠٠٠ جنيه	18.0
	من ٤٠٠٠ لأقل من ٦٠٠٠ جنيه	23.8
	٦٠٠٠ جنيه فأكثر	52.9
المستوي الاقتصادي الاجتماعي	منخفض	10.8
	متوسط	60.3
	مرتفع	28.9
المجموع	1500	100.0

2- مجتمع وعينة مسح (الخبراء)

يتمثل مجتمع الدراسة في الخبراء المهتمين بشؤون البيئة من الأكاديميين والإعلاميين والممارسين، وقد تم اختيار عينة الخبراء بناء على عدة معايير موضوعية تتمثل فيما يلي:

- التنوع ما بين الأكاديميين والإعلاميين والممارسين في مجال البيئة.
 - أن يتم اختيار الأكاديميين ممن لهم اهتمامات بحثية تتعلق بالإعلام البيئي.
 - أن يتم اختيار الإعلاميين من القيادات والمهتمين بقضايا البيئة في الوسائل الإعلامية المختلفة.
 - أن يتم اختيار الممارسين من المهتمين بقضايا البيئة والمشاركين في الجمعيات والأنشطة البيئية.
- ووفقاً للمعايير السابقة تم اختيار عينة عمدية تكونت من (٣٣) خبيراً، (٧) من الأكاديميين، و(١٨) من الإعلاميين المتخصصين في شؤون البيئة، و(٨) من الممارسين في مجال البيئة.

نتائج الدراسة

أولاً: النتائج الخاصة بتوجهات الجمهور المصري (عينة الدراسة) نحو تغطية وسائل الإعلام لمؤتمر قمة المناخ COP27

من خلال تطبيق أداة الاستبيان الإلكتروني، تم رصد توجهات الجمهور المصري نحو تغطية وسائل الإعلام لمؤتمر قمة المناخ COP27، وذلك بالتطبيق على عينة ممثلة للمجتمع المصري قوامها ١٥٠٠ مفردة من متابعي تغطية المؤتمر، تراوحت أعمارهم من ١٥ عاماً فيما فوق، في الفترة من ١١/١٧ حتى ١٩ / ١٢ / ٢٠٢٢، وقد ظهرت النتائج كما يلي:

١- مدى متابعة الجمهور (عينة الدراسة) للتغطية الإعلامية الخاصة بمؤتمر قمة المناخ ٢٧cop

جدول (٢) درجة متابعة أفراد العينة لمؤتمر قمة المناخ

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	ك	درجة المتابعة
.6420	1.936	17.6	264	دائماً
		58.4	876	أحياناً
		24.0	360	نادراً
		100.0	1500	الإجمالي

يوضح الجدول رقم (٢) أن حجم متابعة الجمهور المصري (عينة الدراسة) لمؤتمر قمة المناخ ٢٧cop جاء مرتفعاً بشكل عام، وإن اختلف مستوى تلك المتابعة، حيث ظهر أن نسبة ٥٨.٤% من العينة كانت تتابع (أحياناً)، بينما نسبة ٢٤% تتابع (نادراً)، وأخير نسبة

١٧.٦% تتابع (دائمًا)، وهو ما يمكن تفسيره في سياق طبيعة المؤتمر العلمية، وتخصص موضوعاته، وعدم قدرة جميع فئات العينة على الوعي بأهمية قضايا المؤتمر، وعلاقتها وارتباطها الوثيق بقضايا بيئية تمثل أولويات أساسية داخل الدول والمجتمعات المعاصرة.

٢- الوسائل الإعلامية التي تابع من خلالها الجمهور المصري (عينة الدراسة) تغطية مؤتمر المناخ COP27

جدول (٣) الوسائل التي تابع من خلالها أفراد العينة مؤتمر قمة المناخ

الوسائل	درجة المتابعة (ن=١٥٠٠)						الانحراف المعياري النسبي	الوزن النسبي
	دائما		أحيانا		لا			
	ك	%	ك	%	ك	%		
مواقع التواصل الاجتماعي	914	60.9	467	31.1	119	7.9	2.530	84.3
المواقع الإخبارية الإلكترونية العامة	649	43.3	603	40.2	248	16.5	2.267	75.6
القنوات التلفزيونية	550	36.7	721	48.1	229	15.3	2.214	73.8
المواقع الإلكترونية للمؤسسات الرسمية	516	34.4	570	38.0	414	27.6	2.068	68.9
المحطات الإذاعية	119	7.9	483	32.2	898	59.9	1.481	49.4
الصحف	154	10.3	310	20.7	1036	69.1	1.412	47.1

ينصح من الجدول رقم (٣) أن مواقع التواصل الاجتماعي تصدرت الوسائل الإعلامية من حيث متابعة الجمهور (عينة الدراسة) للمؤتمر من خلالها، وذلك بنسبة بلغت ٨٤.٣%، تليها المواقع الإخبارية الإلكترونية العامة بنسبة بلغت ٧٥.٦%، ثم القنوات التلفزيونية بنسبة ٧٣.٨%، ثم المواقع الإلكترونية الخاصة بالجهات الرسمية، بنسبة ٦٨.٩%، ثم المحطات الإذاعية بنسبة ٤٩.٤%، وأخيرًا الصحف بنسبة ٤٧.١%، وتعكس هذه النتيجة واقع مدى استخدام الجمهور المصري للوسائل الإعلامية خلال السنوات الأخيرة، حيث أصبحت وسائل الإعلام الرقمي في الصدارة من حيث كثافة الاستخدام لدى أغلب الفئات العمرية - خصوصًا- الشباب والمراهقين، وبالطبع تشكل مواقع التواصل الاجتماعي النواة الأساسية للإعلام الرقمي، حيث استطاعت أن تجتذب ملايين المستخدمين، وهو ما دفع العديد من الوسائل الإعلامية التقليدية إلى إنشاء حسابات عليها لتحقيق المزيد من الوصول والتفاعل مع مستخدميها، وكعامل جذب للمواقع الإلكترونية الخاصة بها، ثم تأتي القنوات التلفزيونية لما تتميز به من تقارير إخبارية، وبرامج جماهيرية تجتذب فئات الجمهور المختلفة، بالإضافة إلى البث المباشر لمعظم وقائع المؤتمر على مختلف القنوات، ثم المواقع الإلكترونية الرسمية، والتي ربما جاءت متأخرة عن المواقع الإلكترونية الإخبارية بسبب غلبة الطابع الرسمي التقليدي على التغطيات الخاصة بها، والتي تتعلق بكل جهة رسمية على حده، بينما حلت المحطات الإذاعية والصحف في المؤخرة للطبيعة التقليدية لهما، وعزوف الكثير من فئات الجمهور عن متابعة مثل هذه الأحداث من خلالهما، إلا إذا كان هناك دافع يتعلق بالاهتمام الشخصي بمثل تلك الأحداث.

٣- مواقع التواصل الاجتماعي التي تابع من خلالها الجمهور المصري (عينة الدراسة) تغطية مؤتمر قمة المناخ COP27

جدول (٤) مواقع التواصل الاجتماعي التي تابع من خلالها أفراد العينة مؤتمر قمة المناخ

مواقع التواصل	درجة المتابعة (ن=١٥٠٠)								
	دائماً		أحياناً		لا		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%			
فيس بوك	1091	72.7	297	19.8	112	7.5	2.653	.6134	88.4
انستجرام	476	31.7	477	31.8	547	36.5	1.953	.8248	65.1
يوتيوب	405	27.0	468	31.2	627	41.8	1.852	.8164	61.7
تويتر	298	19.9	384	25.6	818	54.5	1.653	.7901	55.1
واتس اب	277	18.5	302	20.1	921	61.4	1.571	.7841	52.4
سناب شات	133	8.9	195	13.0	1172	78.1	1.307	.6249	43.6

يوضح جدول رقم (٤) تصدر موقع فيس بوك مواقع التواصل الاجتماعي لدى الجمهور المصري (عينة الدراسة) في إطار متابعته لمؤتمر قمة المناخ، وذلك بنسبة بلغت ٨٨.٤%، ثم انستجرام بنسبة بلغت ٦٥.١%، ثم يوتيوب بنسبة بلغت ٦١.٧%، ثم تويتر بنسبة بلغت ٥٥.١%، ثم واتس اب بنسبة بلغت ٥٢.٤%، وأخيراً سناب شات بنسبة بلغت ٤٣.٦%؛ وهى نتيجة منطقية تتفق مع ما أشارت له شبكة **CRATER NEWS** في أكتوبر ٢٠٢٣، "أن مصر ضمن أعلى ٢٠ دولة على مستوى العالم في عدد مستخدمي فيس بوك، ب ٤٢ مليوناً"^{٥٢}

٤- المواقع الإخبارية التي تابع من خلالها الجمهور المصري (عينة الدراسة) تغطية مؤتمر المناخ COP27

جدول (٤) المواقع الإخبارية التي تابع من خلالها أفراد العينة مؤتمر قمة المناخ

مواقع التواصل الإخبارية	درجة المتابعة (ن=١٥٠٠)								
	دائماً		أحياناً		لا		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%			
مصراوي	349	23.3	574	38.3	577	38.5	1.848	.7711	61.6
القاهرة ٢٤	348	23.2	569	37.9	583	38.9	1.843	.7723	61.4
البوابة نيوز	303	20.2	383	25.5	814	54.3	1.659	.7931	55.3
مصر نيوز	236	15.7	414	27.6	850	56.7	1.591	.7462	53.0
فيتو	208	13.9	378	25.2	914	60.9	1.529	.7258	51.0
الموجز	150	10.0	305	20.3	1045	69.7	1.403	.6640	46.8

يوضح جدول رقم (٤) أن موقع مصراوي جاء في صدارة المواقع الإخبارية التي تابع من خلالها الجمهور المصري (عينة الدراسة) مؤتمر قمة المناخ بنسبة بلغت ٦١.٦%، ثم القاهرة ٢٤ بنسبة ٦١.٤%، ثم البوابة نيوز بنسبة ٥٥.٣%، ثم مصر نيوز بنسبة ٥٣%، ثم فيتو بنسبة ٥١%، وأخيراً الموجز بنسبة ٤٦.٨%.

٥- مواقع المؤسسات الرسمية التي تابع من خلالها الجمهور المصري (عينة الدراسة) تغطية مؤتمر المناخ COP27

جدول (٦) مواقع وصفحات المؤسسات الرسمية التي تابع من خلالها أفراد العينة مؤتمر قمة المناخ

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة المتابعة (ن=١٥٠٠)						المؤسسات الرسمية
			لا		أحيانا		دائما		
			%	ك	%	ك	%	ك	
65.4	.8436	1.962	37.5	563	28.7	431	33.7	506	رئاسة الجمهورية
63.8	.8102	1.914	37.5	562	33.7	505	28.9	433	رئاسة مجلس الوزراء
60.2	.8066	1.805	44.1	662	31.2	468	24.7	370	وزارة البيئة
54.7	.7483	1.641	52.4	786	31.1	467	16.5	247	وزارة السياحة والآثار
52.6	.7547	1.578	58.5	877	25.3	379	16.3	244	وزارة الخارجية
49.7	.7077	1.490	63.5	953	23.9	359	12.5	188	الهيئة العامة للإستعلامات
49.4	.6990	1.481	63.9	958	24.2	363	11.9	179	وزارة التخطيط
47.4	.6763	1.421	68.6	1029	20.7	311	10.7	160	وزارة الطاقة والكهرباء
46.6	.6472	1.399	69.0	1035	22.1	331	8.9	134	وزارة الهجرة

يتضح من الجدول رقم (٦) بروز موقع رئاسة الجمهورية في مقدمة المواقع الرسمية التي تابع من خلالها الجمهور المصري (عينة الدراسة) مؤتمر قمة المناخ، وذلك بنسبة بلغت ٦٥.٤%، ثم موقع رئاسة مجلس الوزراء بنسبة ٦٣.٨%، ثم موقع وزارة البيئة بنسبة ٦٠.٢%، ثم مواقع كل من وزارة السياحة والآثار، ووزارة الخارجية، والهيئة العامة للإستعلامات، ووزارة التخطيط، ووزارة الطاقة والكهرباء على الترتيب والتوالي، وحل موقع وزارة الهجرة في نهاية قائمة المواقع الرسمية لدى عينة الدراسة. ويمكن تفسير تصدر موقع رئاسة الجمهورية يليه موقع رئاسة الوزراء إلى طبيعة المؤتمر الرسمية، حيث تم التركيز على الخطاب الرسمي سواء بإبراز الجهود الدولية لمواجهة تغير المناخ كموضوع مهيم على التغطية الإعلامية، أو حضور عدد من رؤساء الدول والتركيز على جهود الدولة المصرية في تنظيم المؤتمر بشكل غلب على تخصص الموضوع الذي يتناوله وبالتالي حصل موقع وزارة البيئة على الترتيب الثالث، وهو ما يتفق مع نتائج دراسة Kleinberga, V. (2022) التي أشارت إلى الاهتمام بإبراز الجهود الدولية لمواجهة تغير المناخ كموضوع مهيم على التغطية الإعلامية.

٦- القنوات التليفزيونية التي تابع من خلالها الجمهور المصري (عينة الدراسة) تغطية مؤتمر المناخ COP27

جدول (٧) القنوات التليفزيونية التي تابع من خلالها أفراد العينة مؤتمر قمة المناخ

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة المتابعة (ن=١٥٠٠)						القنوات التليفزيونية
			لا		أحيانا		دائما		
			%	ك	%	ك	%	ك	
75.3	.7822	2.258	21.0	315	32.2	483	46.8	702	Dmc
70.3	.7874	2.109	26.1	392	36.9	553	37.0	555	Mbc مصر
69.2	.7816	2.075	27.1	406	38.4	576	34.5	518	CBC
61.0	.8261	1.829	44.1	662	28.9	433	27.0	405	اكسترا نيوز
59.2	.8095	1.777	46.4	696	29.5	443	24.1	361	ON
55.8	.7423	1.673	49.2	738	34.3	514	16.5	248	صدى البلد
52.6	.7118	1.579	55.2	828	31.7	475	13.1	197	النهار
51.5	.7073	1.546	58.0	870	29.4	441	12.6	189	القاهرة والناس
51.2	.7021	1.537	58.5	877	29.3	440	12.2	183	الحياة
49.2	.6960	1.477	64.0	960	24.3	364	11.7	176	الفضائية المصرية
49.1	.7101	1.473	65.4	981	21.9	328	12.7	191	القاهرة الإخبارية
48.6	.6961	1.459	65.9	989	22.3	334	11.8	177	القناة الأولى المحلية
46.0	.6493	1.381	71.1	1067	19.6	294	9.3	139	النيل للأخبار
45.2	.6212	1.357	72.1	1081	20.1	302	7.8	117	القناة الثانية المحلية

يوضح الجدول رقم (٧) تصدر قناة DMC قائمة القنوات التليفزيونية الأكثر متابعة لدى عينة الدراسة لمؤتمر قمة المناخ بنسبة بلغت ٧٥.٣%، ثم MBC مصر بنسبة بلغت ٧٠.٣%، ثم CBC بنسبة بلغت ٦٩.٢%، ثم اكسترا نيوز بنسبة بلغت ٦١%، وتلتها قنوات أون تي في، وصدى البلد، والنهار، والقاهرة والناس، والحياة، و OTV، والفضائية المصرية، والقاهرة الإخبارية، والقناة الأولى المحلية، والنيل للأخبار، على الترتيب والتوالي، وجاءت القناة الثانية المحلية في نهاية القائمة بنسبة بلغت ٤٥.٢%.

٧- المحطات الإذاعية التي تابع من خلالها الجمهور المصري (عينة الدراسة) تغطية مؤتمر المناخ COP27

جدول (٨) المحطات الإذاعية التي تابع من خلالها أفراد العينة مؤتمر قمة المناخ

المحطات الإذاعية	درجة المتابعة (ن=١٥٠٠)								
	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	لا		أحيانا		دائما	
				%	ك	%	ك	%	ك
محطة نجوم fm	1.573	.7614	52.4	59.4	891	23.9	358	16.7	251
محطة البرنامج العام	1.432	.7102	47.7	69.7	1046	17.3	260	12.9	194
محطة القاهرة الكبرى	1.427	.6839	47.6	68.4	1026	20.5	307	11.1	167
محطة الشرق الأوسط	1.423	.6706	47.4	68.0	1020	21.7	326	10.3	154
محطة الشباب والرياضة	1.392	.6552	46.4	70.3	1055	20.1	302	9.5	143
محطة صوت العرب	1.389	.6577	46.3	70.9	1063	19.4	291	9.7	146

يتضح من الجدول رقم (٨) أن محطة FM جاءت في صدارة المحطات الإذاعية الأكثر متابعة لدى عينة الدراسة لمؤتمر قمة المناخ بنسبة بلغت ٥٢.٤%، ثم محطة البرنامج العام، ثم محطة القاهرة الكبرى بنسبة بلغت ٤٧.٦%، ثم الشرق الأوسط بنسبة ٤٧.٤%، ثم الشباب والرياضة بنسبة ٤٦.٤%، وأخيراً صوت العرب بنسبة ٤٦.٣%.

٨- الصحف التي تابع من خلالها الجمهور المصري (عينة الدراسة) تغطية مؤتمر المناخ COP27

جدول (٩) الصحف التي تابع من خلالها أفراد العينة مؤتمر قمة المناخ

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة المتابعة (ن=١٥٠٠)						
			لا		أحيانا		دائما		
			%	ك	%	ك	%	ك	
70.9	.7949	2.126	26.1	391	35.3	529	38.7	580	اليوم السابع
60.8	.7646	1.825	39.5	592	38.5	578	22.0	330	المصري اليوم
55.5	.7608	1.666	51.2	768	31.0	465	17.8	267	الأهرام
53.6	.7292	1.609	53.7	806	31.6	474	14.7	220	الوطن
52.3	.7413	1.569	58.3	874	26.5	398	15.2	228	الجمهورية
51.4	.6970	1.543	57.6	864	30.5	458	11.9	178	الأخبار
46.5	.6297	1.395	68.4	1026	23.7	356	7.9	118	الدستور
45.0	.5929	1.349	71.3	1069	22.5	338	6.2	93	الشروق
44.7	.6106	1.341	73.3	1100	19.3	289	7.4	111	الوفد

يوضح الجدول رقم (٩) تصدر صحيفة اليوم السابع قائمة الصحف الأكثر متابعة لمؤتمر قمة المناخ لدى عينة الدراسة، بنسبة بلغت ٧٠.٩%، ثم المصري اليوم بنسبة ٦٠.٨%، ثم الأهرام بنسبة ٥٥.٥%، ثم الوطن بنسبة ٥٣.٦%، وتليها كل من الجمهورية والأخبار والدستور والشروق على الترتيب والتوالي، بينما جاءت صحيفة الوفد في نهاية القائمة بنسبة بلغت ٤٤.٧% وهو ما يتفق مع نتائج دراسة مصطفى عبد الحى (٢٠٢٢) التي أشارت إلى أن موقع «اليوم السابع» جاء في المرتبة الأولى في تغطية المؤتمر بنسبة بلغت ٤٢.٩٣%، بينما جاء موقع «المصري اليوم» في المرتبة الثانية بنسبة ٣٢.٠٧%، ودراسة كريمة كمال (٢٠٢٢) التي توصلت إلى أنهما من أكثر الصحف تغطية للمؤتمر. واختلفت تلك النتيجة مع نتائج دراسة سامح فوزي (2023) التي توصلت إلى متابعة النسبة الأكبر من المبحوثين للمواقع الإخبارية الحكومية المصرية، وتصدر موقع "موقع الأهرام المصرية" كأهم المواقع الإخبارية التي يتابع من خلالها الجمهور المصري قضايا التغيرات المناخية.

٩- القضايا التي حظيت باهتمام الجمهور المصري (عينة الدراسة) من خلال متابعة تغطية وسائل الإعلام لمؤتمر قمة المناخ COP27

جدول (١٠) القضايا التي تابعها أفراد العينة خلال مؤتمر قمة المناخ

القضايا	درجة المتابعة (ن=١٥٠٠)							
	الانحراف النسبي	المتوسط الحسابي	لا		أحيانا		دائما	
			%	ك	%	ك	%	ك
ندرة المياه والجفاف	.7478	2.335	16.8	252	32.9	493	50.3	755
السياسة الخضراء في العالم	.7426	2.317	16.7	251	34.9	523	48.4	726
التمويل الذي ستقدمه الدول الغنية للدول الفقيرة من أجل مواجهة آثار التغير المناخي	.7283	2.300	16.0	240	38.0	570	46.0	690
الطاقة المتجددة وتحويل الطاقة	.7784	2.223	21.6	324	34.5	517	43.9	659
الحد من مخاطر الكوارث	.7651	2.197	21.3	320	37.6	564	41.1	616
تأثير المناخ على التنوع البيولوجي	.7937	2.189	23.8	357	33.5	502	42.7	641
دور المجتمع المدني في مجال المحافظة على البيئة	.7801	2.161	23.7	355	36.6	549	39.7	596
الحلول لبناء قدرة الزراعة والأنظمة الغذائية على مواجهة الآثار المناخية الضارة	.7806	2.156	23.9	358	36.7	550	39.5	592
دور المرأة في التكيف المناخي	.8114	2.110	28.0	420	33.0	495	39.0	585
الحماية في المناطق الساحلية	.7856	2.062	27.9	419	37.9	569	34.1	512
أساليب إزالة الكربون	.7784	2.049	27.9	419	39.2	588	32.9	493

يتضح من الجدول رقم (١٠) أن قضية ندرة المياه والجفاف جاءت في مقدمة القضايا التي حظيت باهتمام الجمهور المصري (عينة الدراسة) من خلال متابعة تغطية وسائل الإعلام لمؤتمر قمة المناخ COP27، وذلك بنسبة بلغت ٧٧.٨%، ثم قضية السياسة الخضراء في العالم بنسبة بلغت ٧٧.٢%، ثم قضية التمويل الذي ستقدمه الدول الغنية للدول الفقيرة من أجل مواجهة آثار التغير المناخي بنسبة بلغت ٧٦.٧%، ثم قضية الطاقة المتجددة وتحويل الطاقة بنسبة بلغت ٧٤.١%، ثم قضية الحد من خطر الكوارث بنسبة بلغت ٧٣.٢%، ثم جاءت على الترتيب والتوالي قضايا تأثير المناخ على التنوع البيولوجي، ودور المجتمع المدني في مجال المخاطر البيئية، والحلول لبناء قدرة الزراعة والأنظمة الغذائية على مواجهة الآثار المناخية الضارة، ودور المرأة في التكيف المناخي، والحماية في المناطق الساحلية، وفي المرتبة الأخيرة ظهرت قضية أساليب إزالة الكربون بنسبة بلغت ٦٨.٣%. ويمكن تفسير تصدر قضية "ندرة المياه والجفاف" لاهتمام الجمهور المصري نتيجة شعوره بالخطر بعد بناء سد النهضة وتأثيراته السلبية على نصيب مصر من المياه، وأن حصول قضية "السياسة الخضراء في العالم" على المرتبة الثانية يعود إلى تزايد تركيز وسائل الإعلام على تلك القضية خلال الفترة الأخيرة، والتي سبقت المؤتمر كانعكاس لاهتمام الدولة بها في ضوء استراتيجية التنمية المستدامة لرؤية مصر ٢٠٣٠. وهو ما تأكده نتائج دراسة مروة صبحي (٢٠٢٠) التي توصلت إلى إرتفاع إدراك متابعي صفحة "تحضر

للأخضر” لقيمة الصفحة وأهميتها في نشر الوعي البيئي، وتشجيع التفاعل بين الجمهور، وتقبل الجمهور المصري للسياسات والتشريعات التي تضعها الدولة في إطار الحفاظ على البيئة، ونجحت الصفحة في تدعيم اتجاه المتابعين لها نحو البيئة ونحو الممارسات التي دعت لها؛ حيث ارتفعت نسب الاتجاهات الإيجابية لدى متابعي الصفحة نحو البيئة.

١٠- تقييم الجمهور المصري (عينة الدراسة) لجهود مصر في تنظيم المؤتمر من خلال متابعة تغطية وسائل الإعلام لمؤتمر قمة المناخ COP27

جدول (١١) تقييم أفراد العينة لجهود مصر في تنظيم مؤتمر قمة المناخ

التقييم	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
ممتاز	817	54.5	4.305	.9377
جيد جدا	436	29.1		
جيد	164	10.9		
مقبول	54	3.6		
ضعيف	29	1.9		
الإجمالي	1500	100.0		

يوضح الجدول رقم (١١) أنه من خلال متابعة (عينة الدراسة) لتغطية مؤتمر قمة المناخ في وسائل الإعلام المصرية، اتفق ما نسبته ٥٤.٥% على أن تنظيم المؤتمر كان ممتازاً، و ٢٩.١% رأوا أن التنظيم كان جيداً جداً، و ١٠.٩% من العينة قيموا التنظيم بجيد، و ٣.٦% رأوا أنه مقبول، بينما رأى ١.٩% أن التنظيم كان ضعيفاً.

١١- تقييم الجمهور المصري (عينة الدراسة) لمدى نجاح المؤتمر من خلال متابعة تغطية وسائل الإعلام لمؤتمر قمة المناخ COP27

جدول (١٢) تقييم أفراد العينة لمؤتمر قمة المناخ

درجة النجاح	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
نجاح بدرجة كبيرة	849	56.6	2.530	.5668
نجح إلي حد ما	597	39.8		
لم ينجح	54	3.6		
الإجمالي	1500	100.0		

يوضح الجدول رقم (١٢) أنه من خلال متابعة (عينة الدراسة) لتغطية مؤتمر قمة المناخ في وسائل الإعلام المصرية، اتفق ما نسبته ٥٦.٥٣% على أن المؤتمر نجح بدرجة كبيرة، بينما رأى ما نسبته ٣٩.٨٣% من العينة أن المؤتمر نجح إلى حد ما، وأخيراً رأى ٣.٦٤% من إجمالي العينة أن المؤتمر لم ينجح.

ثانياً: النتائج الخاصة بتوجهات الخبراء (عينة الدراسة) نحو تغطية وسائل الإعلام لمؤتمر قمة المناخ COP27

في إطار الدراسة الكيفية تم التطبيق على عينة عمدية قوامها (٣٣) مبحوثاً، منهم (٧) من الأكاديميين، و(١٨) من الصحفيين والكتاب المتخصصين في شؤون البيئة، و(٨) من العاملين والمهتمين بمجال البيئة. وقد تم إجراء مقابلات معمقة مع عينة الدراسة من المبحوثين حول تقييمهم لتغطية وسائل الإعلام المحلية لمؤتمر قمة المناخ COP27 في مصر، وبناء على تحليل المقابلات، برزت مجموعة من النتائج تمثلت فيما يلي:

١- تابع (٢٩) من إجمالي المبحوثين أخبار مؤتمر قمة المناخ COP27 بشكل (دائم)، بينما أشار (٤) منهم إلى متابعتهم له (أحياناً).

٢- تنوعت أسباب متابعة المبحوثين لأخبار وفعاليات قمة المناخ COP27، ما بين أسباب ذاتية خاصة، وأسباب عامة تتعلق بالحدث ذاته وقضية المناخ، وجاءت تلك الأسباب على النحو الآتي:

(أ) الأسباب الذاتية الخاصة، وتمثلت فيمل يلي:

- متطلبات العمل الصحفي سواء التكليف بالتغطية الصحفية للمؤتمر، أو التخصص في تغطية شؤون البيئة، أو مسؤولية تنفيذ ملف متكامل حول المؤتمر وقضايا البيئة، وقد عبر أفراد العينة عن ذلك بعدة أساليب مثل "عملي كمحرر لشؤون البيئة"، "أعمل على تغطية الملف لمؤسستي الصحفية"، "لطبيعة عملي كصحفي بيئي، وتخصصي في الإعلام البيئي"، "أعمل على تغطية الملف لمؤسستي الصحفية".

- الاهتمام الشخصي بالقضية، حيث أكد عدد من المبحوثين على اهتمامهم الشخصي بالقضايا البيئية، كدافع أساسي للمتابعة، وعبروا عن ذلك بقولهم "اهتمامي بقضايا البيئة"، "مؤمن بقضية المناخ لأنها قضية وجود"، "واهتمامي بالقضية الخطيرة"، "مهتم بقضايا المناخ والتنمية المستدامة"، "لأن قضايا البيئة محور اهتمامي وسعدت أنها محور اهتمام العالم وكنت أطمح أن أرى شكل مختلف لتناول قضايا البيئة لاتصاله بدراستي".

- الرغبة في الاستفادة من المؤتمر وتوصياته، فقد رأى عدد من المبحوثين أن المؤتمر فرصة متميزة للإسهام في معالجة مشكلات البيئة، والحفاظ عليها، وظهر ذلك واضحاً من عبارات المبحوثين مثل "رغبتني بحضوره وتنفيذ توصياته في بلدي من خلال جمعية البيئة التي أسستها منذ زمن"، "للإسهام في الحفاظ على البيئة"، "الحاجة لمعرفة ما يدور من حولي وربطه بما يحدث من أحوال ومن ثم، تفسيرها والوقوف على أسباب علاجها"، "عضوة في اللجنة الوزارية للتغيرات المناخية ممثل وزارة التعليم العالي والبحث العلمي تخصص تنمية الغابات وصاحبة قصة نجاح بزراعة مليون شجرة"، "لأنني أعمل في مشروع تابع لوزارة البيئة عن إدارة تلوث الهواء وتغير المناخ ولمشاركة المشروع في المؤتمر"، "للتعرف على استعداد المؤسسات الدولية والمحلية لمواجهة التغيرات المناخية، وارتباط التغيرات المناخية بأبعاد سياسية، مثل الجفاف والنزوح وهي من اهتماماتي الصحفية والبحثية".

ب) الأسباب العامة، وتمثلت فيما يلي:

- أهمية المؤتمر كمؤتمر عالمي يتم تنظيمه في مصر، حيث أشار عدد من المبحوثين إلى أن المؤتمر كحدث عالمي على أرض مصرية كان دافعاً أساسياً لمتابعته، وجاء ذلك من خلال عبارات تؤكد هذا المعنى مثل "لأهمية المؤتمر وتنظيم مصر له لأول مرة"، "لأنه مؤتمر عالمي يهتم بقضية خطيرة"، " هو مؤتمر مهم في موضوعاته وينعقد على الأراضي المصرية".

- أهمية قضايا المناخ وتأثيراتها على مختلف الدول، فقد مثلت القضية في حد ذاتها دافعاً لدى المبحوثين لمتابعة أخبار المؤتمر والاهتمام به، وعبروا عن ذلك بوضوح من خلال توصيف شارح لأهمية القضية، ومن أمثلة ذلك "نظراً لأهمية قضية التغيرات المناخية وتداعياتها الخطيرة والمباشرة على حياة البشر في مختلف أرجاء العالم، فضلاً عن الاطلاع على رؤية الدولة واستراتيجيتها في التعامل مع هذا الملف"، "نظراً للأهمية الكبرى التي تحظى بها ظاهرة التغير المناخي محلياً وإقليمياً ودولياً، إضافة لما لها من تداعيات ونتائج خطيرة سواء على مختلف الكائنات الحية وكذلك ارتباط هذه التأثيرات بمجالات متعددة كالبيئة والصحة وفرص الحياة"، "للوقوف على آخر المستجدات والقرارات التي سيخرج بها المؤتمر والاطلاع على جميع وجهات النظر الاقتصادية والصحة والسياسية حول التغيرات المناخية والتعرف على الوسائل والأساليب التي تم اتخاذها للحد من مخاطر التغيرات"، "لأن الشأن البيئي أصبح متداخلاً مع كافة ملامح حياة وفاعلاً في مجمل الأنشطة بلا استثناء، ومن ثم فإن التغيرات المناخية باتت هي الايقاع المؤسس والمؤثر في القضايا الأيكولوجية بتكاملها وتنوعها وتحولاتها".

٣- حظيت قضايا مؤتمر المناخ cop27 باهتمام المبحوثين، وإن اختلف مدى متابعتهم من قضية إلى أخرى، فقد جاءت قضية التمويل الذي ستقدمه الدول الغنية للدول الفقيرة من أجل مواجهة آثار التغير المناخي في مقدمة أولويات المبحوثين الخاصة بمتابعتهم لمؤتمر قمة المناخ؛ وهو ما أشارت إليه دراسة (Matuku, S. M. (2022) التي توصلت نتائجها إلى أنه من بين الأطر السائدة في الصحف الأفريقية (النيجيرية) إطار العدالة المناخية **climate justice**، وأنه يجب علي الدول الغربية تقديم يد العون والمساندة للدول الأفريقية لتجاوز تلك الأزمة في ظل قلة الموارد لدي الدول الأفريقية للتصدي لها، تلتها قضية السياسة الخضراء في العالم، ثم قضية الحلول لبناء قدرة الزراعة والأنظمة الغذائية على مواجهة الآثار المناخية الضارة، وقضية الطاقة المتجددة وتحويل الطاقة، وقضية تأثير المناخ على التنوع البيولوجي، حيث جاءت القضايا الثلاث في نفس المرتبة، تليهم قضية ندرة المياه والجفاف، ثم كل من قضية الحد من مخاطر الكوارث، ودور المجتمع المدني في مجال المحافظة على البيئة، ثم قضية دور المرأة في التكيف المناخي، والحماية في المناطق الساحلية، وأخيراً قضية أساليب إزالة الكربون.

٤- تصدرت المواقع الإخبارية الإلكترونية العامة قائمة الوسائل الإعلامية التي يتابع من خلالها المبحوثون مؤتمر المناخ، تلتها الصحف، ثم المواقع الإلكترونية الخاصة بالجهات الرسمية، ثم القنوات التلفزيونية، ثم مواقع التواصل الاجتماعي، وأخيراً المحطات الإذاعية،

وقد أشار ثلاثة من المبحوثين إلى مصادر أخرى تمثلت في مجموعات الواتس أب، والصفحات الرسمية لقمة المناخ أو تلك التابعة لمنصات مهتمة بالمناخ مثل (صفحة المناخ بالعربي).

٥- في إطار الصحف تصدرت صحيفة الأهرام قائمة الصحف التي تابع من خلالها المبحوثون مؤتمر قمة المناخ، تلتها صحيفة اليوم السابع، ثم صحيفة الأخبار، ثم صحيفة المصري اليوم، ثم صحيفتي الشروق، والوطن، ثم صحيفة الجمهورية، ثم صحيفة الدستور وأخيرًا صحيفة الوفد، وقد أشار أحد المبحوثين إلى مجلة روز اليوسف وصحيفة الأهرام ويكلي، بينما أشار آخر إلى صحيفة وطني. وهو ما أكدته نتائج دراسة سامح فوزي (2023) التي توصلت إلى تصدر "موقع الأهرام المصرية" لقائمة أهم المواقع الإخبارية التي يتابع من خلالها الجمهور المصري قضايا التغييرات المناخية.

٦- وعلى مستوى القنوات التليفزيونية، فتصدرت قناة اكسترا نيوز القنوات المصرية في متابعة عينة الدراسة لأخبار قمة المناخ من خلالها، تلتها قناة الفضائية المصرية، ثم قناتا mbc، dmc مصر، ثم قنوات القاهرة والناس و onTv، والقناة الأولى المحلية، ثم النيل للأخبار، ثم cbc، ثم الحياة وصدى البلد، وأخيرًا القاهرة الإخبارية والنهار.

٧- لم تحظى المحطات الإذاعية بمتابعة ما يقرب من نصف عينة الدراسة للحصول على أخبار مؤتمر قمة المناخ، وجاءت محطة البرنامج العام في صدارة المحطات الإذاعية التي تابعت من خلالها عينة الدراسة أخبار قمة المناخ، تلتها إذاعة نجوم FM، ثم محطة الشرق الأوسط، ثم محطة القاهرة الكبرى ثم محطة صوت العرب.

٨- تصدر موقع مصر اوي قائمة المواقع الإخبارية التي تابع من خلالها عينة الدراسة أخبار المؤتمر، يليه البوابة نيوز، ثم القاهرة ٢٤، ثم فيتو، ثم مصر نيوز، بالإضافة إلى مواقع أخرى ظهرت بشكل فردي مثل، وطني - أوزون- موقع أخبار الأمم المتحدة.

٩- برز موقع وزارة البيئة كأحد أهم المواقع التابعة للمؤسسات الرسمية التي تتابعها عينة الدراسة للحصول على أخبار مؤتمر قمة المناخ، يليه موقع رئاسة مجلس الوزراء، ثم موقعاً رئاسة الجمهورية، والهيئة العامة للاستعلامات، ثم موقع وزارة الخارجية، ثم موقعاً وزارة السياحة والآثار، والتخطيط، ثم موقعاً وزارة الطاقة والكهرباء ووزارة الطاقة والكهرباء، كما أشار أحد المبحوثين إلى الصفحات الإلكترونية التابعة للأمم المتحدة الخاصة باتفاقية تغير المناخ.

١٠- مثل موقع فيس بوك أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يلجأ إليها المبحوثون للحصول على معلومات حول مؤتمر قمة المناخ، يليه موقع واتس أب، ثم موقع يوتيوب، ثم موقع تويتر، وأخيرًا موقع انستجرام.

١١- وحول الوسائل الأكثر كثافة في تغطية مؤتمر قمة المناخ من وجهة نظر المبحوثين، اتضح أن الصحف الإلكترونية هي الأكثر كثافة، تليها المواقع الإخبارية، ثم صفحات المؤسسات الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي، ثم الصحف الورقية، ثم القنوات الفضائية الحكومية، ثم القنوات الفضائية الخاصة.

١٢- وقد حدد المبحوثون أسباب كثافة التغطية في هذه الوسائل الواردة في النقطة السابقة وفقاً لعدة محاور:

أسباب تتعلق بالحدث، وتمثلت في أهمية الحدث - في حد ذاته- فهو حدث عالمي، بالإضافة إلى أهمية وخطورة القضية محور اهتمام المؤتمر، والحرص على التعريف بما هية التغيرات المناخية ومخاطرها، والتوعية بها، بما يتماشى مع سياسة الدولة وأهداف التنمية المستدامة، كما ركزت الصحف والقنوات الرسمية على المؤتمر باعتباره حدثاً عالمياً يجري على الأرض المصرية، ويشارك فيه المسؤولون، وعلى رأسهم رئيس الجمهورية، والاهتمام الرسمي بتوفير المعلومات المطلوبة، والظهور الرسمي للمسؤولين بها.

أسباب تتعلق بطبيعة الوسيلة، وخصوصاً وسائل الإعلام الإلكترونية، والمتمثلة في البث المباشر والإمكانات المتاحة، وسرعة العرض، والتغطية الكاملة لحظة بلحظة من خلال تقديم القصص الإخبارية والتفاصيل، والمتابعة المستمرة الفورية والدقيقة للأحداث، وعدم وجود قيود الوقت والمساحة الخاصة بالصحف الورقية، كما أن الأدوات المتاحة من خلال الإعلام الإلكتروني ومنصات الإعلام الاجتماعي أكثر سهولة وسلاسة في توصيل المعلومة وخاصة الفيديوهات المصورة والإنفوجراف واللقاءات الحصرية والتغطية اللايف، بالإضافة إلى أن صفحات المؤسسات الرسمية والصحف الإلكترونية لديها عدد من المتخصصين في الشأن البيئي، مما يزيد من مصداقية ودقة المحتوى الذي يقدم الرؤية والتحليل لما يحدث في المؤتمر، كما تقوم بتغطية الأحداث من عدة زوايا.

١٣- وفيما يتعلق بالوسائل الأكثر شمولاً في تغطية مؤتمر قمة المناخ من وجهة نظر المبحوثين، جاءت الصحف الإلكترونية في المقدمة تليها صفحات المؤسسات الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي، ثم الصحف الورقية، ثم القنوات الفضائية الخاصة، ثم المواقع الإخبارية، ثم القنوات الفضائية الحكومية، وأخيراً المحطات الإذاعية.

١٤- ويُعزى اختيار تلك الوسائل باعتبارها الأكثر شمولاً في تغطية قمة المناخ من وجهة نظر المبحوثين لعدة أسباب منها ما يتعلق بسمات ومميزات الإعلام الإلكتروني سواء الصحف أو صفحات مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك مثل سرعة الحصول على الخبر في حينه، والمتابعة اللحظية، وتنوع الأشكال التي يتم معالجة الحدث من خلالها، وتميزها، وامتلاكها للتقنيات الاتصالية الحديثة.

وارتبطت بعض الأسباب بالصحف الورقية، ومنها تخصيص تلك الصحف لأكثر من محرر في التخصصات المختلفة لمتابعة التغطية بشكل تحليلي وموسع، وشمولية الأشكال الصحفية من أخبار وتقارير وحوارات ومواد رأي، فالشمول - كما ذكر أحد المبحوثين- "لأن الشمول يجمع بين العمق والفلترية والتحليل بعد انتهاء الحدث وهو ما يتوفر في النشر الورقي"، بالإضافة إلى القدرات المادية التي تمتلكها والتي تتيح توافر فرق عمل متعددة لتغطية الحدث، وتنوع الأقسام وأنواع المحتوى التي تقدمها، والتي توفر مجالاً لمناقشة زوايا متعددة للحدث، والاهتمام الواضح من مراسليها، ومسؤوليها.

وأشار مبحوثون آخرون إلى شمولية التغطية في القنوات الفضائية الخاصة والحكومية نظراً لأنها كانت تقوم بتغطيات إخبارية مفتوحة على مدار أيام المؤتمر، وعمل

استديو تحليلي لتوضيح الرؤى المختلفة بشأن كيفية التعامل مع قضية التغيرات المناخية، وتوفير تغطية أكثر عمقاً، وتناول القضية من جوانبها المتعددة مع تحليلات الخبراء والمتخصصين لتقديم رؤية شاملة، ما بين الأسباب والحلول والآثار والأضرار المترتبة على المشكلة. كذلك تعدد الأشكال البرمجية للتغطية سواء من خلال نشرات الأخبار والنقل على الهواء مباشرة وكذلك التغطية من خلال برامج التوك شو، وهي من الأشكال السهلة والعميقة المفضلة عادة للجمهور سواء من خلال التقارير القصيرة وإجراء الحوارات من خلال استضافة خبراء ومتخصصين واهتمامهم بالشرح والتفسير، وليس فقط تناول الإخباري إضافة لتنوع المصادر التي يعتمدون عليها في التغطية بين جيولوجيين وجغرافيين ومتخصصين في الزراعة وعلوم الحيوان والنبات وعلوم البحار وغيرهم، ما ينعكس على شمولية التغطية وثرانها.

١٥- وحول الوسائل الأكثر دقة ومصدقية في تغطية مؤتمر قمة المناخ من وجهة نظر المبحوثين، تصدرت الصحف الورقية القائمة لديهم، تليها المواقع الإخبارية، والقنوات الفضائية الحكومية، ثم القنوات الفضائية الخاصة، ثم الصحف الإلكترونية، ثم صفحات المؤسسات الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي، وأخيراً المحطات الإذاعية.

١٦- أرجع المبحوثون اختيارهم للصحف الورقية كأكثر الوسائل دقة ومصدقية في تغطية مؤتمر قمة المناخ، للأسباب التالية:

- طبيعة الوسيلة (الصحيفة الورقية التقليدية) وطبيعة القضية (قضايا المناخ)، فهي الأكثر دقة منذ زمن بعيد، والأكثر اهتماماً بتلك النوعية من القضايا، والأكثر عمقاً في المعالجة، فتاريخ الصحافة الورقية أرسى موثيق وقواعد في التعامل مع الحدث و الخبر بدقة.

- كونها مطبوعة، ويمكن الرجوع إليها في أي وقت، ولا يمكن محو محتواها.

- الحيادية في عرض مثل هذه القضايا، وطبيعة المعالجة بدون تحيز وعرض كافة وجهات النظر حتى المعارضة سواء من الخارج أو من الداخل، وتوضيح مواقف الدول العظمى والتباين فيما بينها.

- نقل الحدث من موقعه الفعلي داخل المؤتمر، وتحري الدقة في نقل الخبر.

- وجود رقابة على ما يتم نشره.

- تغطية الصحف للأحداث كانت تتم من خلال المتخصصين والمهتمين بالشأن البيئي على المستوى المحلي والدولي.

- كون الصحف الورقية لا تخضع لجنون التردد الذي تحكمه السرعة والإثارة، وتحري الدقة فيها أمر مهم، لأنه من المستحيل جمع النسخ من السوق بعد توزيعها، لذلك تتم فيها مراعاة الدقة بدرجة كبيرة .

- تبقى الوسائل التقليدية في تغيير الأحداث أكثر مصداقية لأنها تتطلب مراجعة قبل نشرها على عكس الوسائل الحديثة والتي تعتمد على السرعة وهذا يقلل من المصدقية والثقة فيها.

- كثير منها يعبر عن الدولة، وبالتالي يتوفر لديها قدر كبير من المعلومات.

- بالمقارنة بالوسائل الأخرى تعتبر الأكثر مصداقية، تحاول الوسائل التقليدية تحري الدقة والمصداقية أكثر من وسائل الإعلام الإلكترونية، حيث تهتم بالالتزام بالمعلومات الرسمية، والاستعانة بالمصادر المتخصصة، والموثوقية بخاصة من خلال استضافة الخبراء والضيوف الرسميين.

- أما على مستوى مصداقية ودقة الوسائل الإلكترونية الأخرى كالمواقع والصحف والصفحات، فقد طرح المبحوثون عدة أسباب منها، توافر المعلومة والعرض الجيد والأداء، والمتابعة المستمرة والمباشرة، كما أن الصحف الإلكترونية بها صحفيين متخصصين في الملف لسنوات طويلة يدركون أهمية الكلمة التي تخرج من الخبراء ويحرصون على تسهيلها للمتلقى.

- وفيما يتعلق بمصداقية ودقة تغطية القنوات الفضائية الخاصة والحكومية، فيرى المبحوثون أن الحدث كان يتم نقله من خلالها بشكل مباشر بكل تفاصيله ونقاشاته، فقد كانت تنقل على الهواء مباشرة فعاليات المؤتمر مع الحرص على وجود الضيوف من المتخصصين سواء لمناصبهم الرسمية أو لتخصصاتهم العلمية والعملية، مما يضيف الثقة والمصداقية، مع الحرص على نشر الأخبار والمعلومات مصحوبة بالأرقام والإحصائيات من المصادر الرسمية. بالإضافة لذلك فقد كانت القنوات الفضائية تنقل كل ما هو رسمي لا يحتمل التأويل، وكانت لها من التسهيلات ما يسمح لها بالوجود داخل قاعات التفاوض الرسمية.

- وبالنسبة لدقة ومصداقية تغطية المحطات الإذاعية فيرى أحد المبحوثين أن لمحطة البرنامج العام دور متميز في خلق حالة من التواصل بين الناس في الشارع وكل من الخبراء والمتخصصين في المؤتمر.

١٧- وحول الوسائل الإعلامية الأكثر جماهيرية في تغطية مؤتمر قمة المناخ، من وجهة نظر المبحوثين، احتلت المواقع الإخبارية الإلكترونية الصدارة، تلتها الصحف الإلكترونية، ثم القنوات الفضائية الخاصة، وصفحات المؤسسات الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي في نفس المرتبة، ثم القنوات الفضائية الحكومية، والمحطات الإذاعية في نفس المرتبة أيضًا، وأخيرًا الصحف الورقية.

١٨- حدد المبحوثون مدى جماهيرية وسائل الإعلام في تغطية مؤتمر المناخ وفقًا للترتيب السابق، لأسباب تتعلق بسمات ومميزات تلك الوسائل، وذلك كما يلي:

- على مستوى المواقع الإخبارية الإلكترونية، والصحف الإلكترونية، يرى المبحوثون أن تلك الوسائل تتسم بجماهيرية واسعة وكبيرة، وتتسم بعدد كبير من المتابعين بشكل عام، وبالتالي من المتوقع أن تحظى بذات الجماهيرية في حالة الأحداث المهمة، كما أنها الأكثر إتاحة وسهولة في وصول الجمهور إليها، خصوصًا مع إمكانية تصفحها عبر الهواتف المحمولة، بالإضافة إلى سرعة النشر والبت والمتابعة المستمرة اللحظية، ونقل أحدث المستجدات الإخبارية.

- أما فيما يتعلق بالقنوات الفضائية الخاصة، فلأنها تحظى بجماهيرية كبيرة، وذات محتوى متنوع، بالإضافة إلى تركيز برامجها، وتغطياتها على وقائع المؤتمر، واعتياد الجمهور على المشاهدة أكثر من القراءة، وهو ما أكدته نتائج دراسة أميرة البشبيشي (2022). وحول صفحات المؤسسات الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي، فيرى المبحوثون أنها تحظى بجماهيرية نظرا لانتشارها الواسع عبر منصات التواصل الاجتماعي، ووجود عدد كبير من المتابعين لها، وحرص الجمهور للجوء للمواقع الرسمية للحصول على المعلومات بدقة، ولقدرتها على الجمع بين مختلف القنوات والجهات الرسمية والخاصة، فيتابعها مختلف فئات الجمهور من الأصغر إلى الأكبر كما تتميز بوجود الصور والإنفوجراف، وكذلك مشاهدة الفيديوهات القصيرة والطويلة وقراءة الأخبار في صورة عناوين عاجلة وكذلك أخبار مصحوبة بالتفاصيل فتراعي مختلف الأذواق والاهتمامات.

- ويرى المبحوثون أن متابعة القنوات الفضائية الحكومية والإذاعة يرجع لمصادقيتها، وقدرتها على أن تكون نبض المؤتمر وحلقة الوصل بين كل تفاصيله بل كانت هي الصوت الذي يواجه كل التحديات التي كانت تعمل ضد المؤتمر وخاصة دعوات التظاهر والانتقادات غير الحقيقية التي كانت تريد تشويه مؤتمر كان الأفضل بشهادة العالم.

- أما الصحف الورقية، فقد برر المبحوثون متابعتها كونها ميسرة في يد المواطن، ويسهل الوصول إليها، إضافة إلى اعتياد المواطن على شراء الصحف الورقية.

١٩- تصدرت قضية تمويل الدول الغنية للدول الفقيرة لمواجهة آثار التغيرات المناخية قائمة القضايا التي حظيت باهتمام أكبر في التغطيات الإعلامية للمؤتمر من وجهة نظر المبحوثين، حيث تم تناولها من أكثر من زاوية منها، أزمة التمويل وعدم وفاء الدول المتقدمة بالتزاماتها المادية، وكيفية مساعدة الدول النامية لمواجهة آثار التغيرات المناخية خاصة وأنها أكثر تضرراً جراء ممارسات الدول الغنية، وإشكاليات التمويل، مثل ممانطة الدول الغنية في تقديم الدعم اللازم لتمويل المشروعات، وصندوق الخسائر والأضرار، وضرورة إجبار الدول الكبرى على أن تدفع مقابل الأضرار التي خلفتها التغيرات المناخية .

وجاءت قضية تأثيرات التغيرات المناخية السلبية في المرتبة الثانية من حيث اهتمام تغطية وسائل الإعلام بها، وتم تناولها من خلال تأثيرات التغيرات المناخية على الزراعة، والتنوع البيولوجي، وندرة المياه الجفاف والتصحر، والأمن الغذائي، ودرجات الحرارة، وعلاقة التغيرات المناخية بالطاقة، وخطورة التغير المناخي على حياة البشر والتسبب في كوارث مستقبلية. وبرزت في المرتبة الثالثة الحلول المطروحة للحد من تأثيرات التغيرات المناخية، ومنها الطاقة الجديدة والمتجددة وتحويل الطاقة، والتحول نحو الأخضر، والحلول لبناء قدرة الزراعة والأنظمة الغذائية على مواجهة الآثار المناخية الضارة، ومشروعات الاقتصاد الأخضر ودورها في الحفاظ على البيئة، إلى جانب العدالة المناخية، وتسليط الضوء على الدور الذي قامت به مصر من ممارسات ومشاريع للحد من التغيرات المناخية، كما كانت التظاهرات السلمية للنشطاء مثار اهتمام كبير خاصة في أفريقيا ومطالبها العادلة لمستقبل أفضل في مواجهة التغيرات المناخية. وفي المرتبة الرابعة ظهرت قضية الاهتمام بدور المرأة والشباب والمجتمع المدني في التكيف المناخي والمحافظة على البيئة. كما

ظهرت قضايا فرعية تتعلق بتنظيم مصر للمؤتمر، وحقوق الإنسان وقضية علاء عبد الفتاح، وأزمة المهاجرين، وتوقيع مذكرة تعاون بين مصر والاتحاد الأوروبي لانتاج الهيدروجين الأخضر.

٢٠- حدد المبحوثون عددًا من الأسباب وراء اهتمام التغطيات بهذه القضايا بشكل أكبر مقارنة بغيرها، وتمثلت تلك الأسباب فيما يلي:

- في إطار اهتمام التغطية الإعلامية بقضية تمويل الدول الغنية للدول الفقيرة لمواجهة آثار التغيرات المناخية، يرى المبحوثون أن الاهتمام بهذه القضية يرجع إلى أن الهدف الأساسي لـ COP ٢٧ هو الانتقال من المفاوضات والتخطيط إلى التنفيذ لكل لوعود والتعهدات التي تم تقديمها في المؤتمرات السابقة ووفاء الدول الغنية بوعودها وتقديم ١٠٠ مليار دولار كل عام لتمويل التكيف في الدول منخفضة الدخل، كما انها تشير إلى مدى جدية الدول المشاركة في المؤتمر في الحل و مواجهة و سداد فاتور البيئة بسبب انبعاثات الغازات الدفيئة، فالدول الصناعية الكبرى لها النصيب الأكبر من هذه الانبعاثات، كما أنها ركناً أساسياً لتنفيذ الاستراتيجيات والخطط لأهميتها في دعم سياسات التكيف وتنتمي للدول النامية الأكثر تضرراً من آثار تغير المناخ لأنها هي الأساس في التعامل مع مشكلة البيئة بالضغط على الدول الصناعية لدفع ماعليها من التزامات تجاه المحافظة على البيئة، وتحريك قضية صندوق الخسائر والأضرار. بالإضافة إلى أنه لأول مرة يتم إدراج بند الخسائر والأضرار في أجندة المؤتمر بعد رفض إدراج هذا البند لسنوات عديدة من قبل الدول المتقدمة، حيث تم الإعلان عن إنشاء صندوق للتعويضات لتمويل الخسائر والأضرار لأن الجميع سأم الحديث عن آثار التغيرات المناخية التي ثار الحديث عنها لسنوات وسنوات لذا كان لا بد من الحديث هذه المرة عن الحلول التي يجب أن يتبناها الجميع لإنقاذ الكوكب الذي أعطى لبشرية كلها إنذاراً، كما أن هذه القضية الأكثر تأثيراً على مصر باعتبارها من الدول النامية، وارتباطها بالتأثير على القارة الأفريقية الأقل تلويناً والأكثر تضرراً.

- أما اهتمام التغطية بقضايا تأثيرات التغيرات المناخية السلبية، فيرجع - من وجهة نظر المبحوثين- إلى أهمية قضايا المناخ الفرعية المذكورة - في حد ذاتها- نظراً لخطورتها، وتأثيرها في التغيرات المناخية على مستوى دول العالم، وكونها أصبحت من قضايا الساعة ذات الأولوية في الاهتمام الإعلامي. كما أنها الأكثر قلقاً وخطورة لدي الجمهور، خاصة مع التغير الفعلي للمناخ في الكثير من الدول ، نتيجة الكوارث الطبيعية، والزلازل وتغيرات السواحل، بالإضافة إلى أن التغيرات المناخية وقضايا التنوع البيولوجي والمياه والطاقة لها تأثيرات متبادلة فيما بينها، لذا كانت على رأس جدول أعمال المؤتمر، ومن ثم في مقدمة القضايا بالتغطية الإعلامية. وبشكل عام فان هذه القضايا تمس حياة البشر ككل.

- أما القضايا الخاصة بالحلول المطروحة للحد من تأثيرات التغيرات المناخية، فيرى المبحوثون أن أسباب اهتمام التغطية الاعلامية بها يرجع إلى أن التصدي لمواجهة آثار التغيرات المناخية ليس قاصراً على الدولة فقط أو الحكومة، إنما يتطلب التعاون بين مختلف الجهات بداية من المواطن والمؤسسات الرسمية والخاصة والأهلية، كما كانت التغطية

الإعلامية طريقة للرد على الشائعات المغلوطة كغرق مدينة الاسكندرية واقتراب نهاية العالم مما يزيد من طمأننة الجمهور، بالإضافة إلى تطلع الجمهور لمعرفة الحلول.

- أما عن دور المرأة في التكيف المناخي فكان اهتمام التغطية بها يرجع إلى أن هذه القضية أصبحت عالمية، ولها أهمية كبيرة على الصعيد الدولي.

٢١- حدد المبحوثون أهم إيجابيات التغطية الإعلامية لمؤتمر المناخ في وسائل الإعلام المصرية فيما يلي:-

أ- نجحت تغطية وسائل الإعلام المصرية لمؤتمر المناخ ٢٧cop في توعية المواطنين بقضايا المناخ وأسبابها وحلولها بشكل متميز، وعبر المبحوثون عن أهمية هذا الدور التوعوي بعدد من العبارات الدالة، وهي:-

- نجحت في خلق الوعي بالقضية.

- النشر بين العامة وزيادة وعي المواطن بالقضية.

- تعريف المواطن بأبعاد القضية المختلفة، ودوره في الحل حتى لو كان بسيطاً.

- حرص المواطن العادي على متابعة الأحداث وإتاحة المعلومات له.

- تعريف الناس بقضايا التغيرات المناخية.

- انتشار الوعي بقضايا البيئة.

- أحدثت التغطية انتفاضة في الوعي العام للجماهير تمهيداً لسلوك أفضل.

- إثارة اهتمام رجل الشارع العادي الذي أصبح يعرف ما هو تغير المناخ.

- حث المجتمع على التعرف على الكوارث المترتبة على تغير المناخ.

- إبراز دور الفرد في معالجة التغيرات المناخية.

- حشد الرأي العام لمعرفة الكثير عن قضية التغيرات المناخية.

- تنمية وعي المجتمع المصري بمدى خطورة مشكلة التغير المناخي وتأثيراته، ودوره للتصدي لمثل هذه المشكلة.

- تقريب الناس وأفراد والمجتمع المدني، وتفاعلهم مع قضايا البيئة والمناخ ونشر المزيد من الوعي وتوصيل الحقائق والمعلومات.

- زيادة التوعية الجماهيرية لدى فئات متعددة بالقضايا المناخية وتحويلها من قضية نخبوية لقضية جماهيرية.

- تبسيط قضايا المناخ حتى يمكن تقديمها للجمهور العادي.

ب- اتسمت تغطية وسائل الإعلام المصرية لمؤتمر المناخ COP27 بالشمول والعمق، والتكامل، والشفافية، والمصداقية، وعرض الحقائق ورصد البيانات وإيجاد الحلول، وإبراز

أهم القضايا الخطرة، وعدم الاكتفاء بالتغطية الإخبارية، وظهور العديد من مواد الرأي والأشكال الاستقصائية لشرح وتحليل القضايا المثارة في المؤتمر، وحث الدول الصناعية على الالتزام بحلول جذرية تجاه مشكلات البيئة، كما اهتمت التغطية بالاتفاقات المختلفة التي وقعتها مصر في إطار المؤتمر. وكذلك تسليط الضوء على تبني مصر لاستراتيجية وطنية لمواجهة تغير المناخ بالاعتماد على الطاقة المتجددة، والنقل النظيف، إلى جانب مبادرات الاستثمارات الخضراء، والحرص على تغطية كل الأحداث .

ج- استطاعت تغطية وسائل الإعلام المصرية لمؤتمر المناخ COP27 أن تبرز قوة الدبلوماسية الناعمة للدولة المصرية، وقدرتها على تنظيم مؤتمرات دولية بهذا الحجم، وتدفق الزوار من مختلف دول العالم في شرم الشيخ، وإبراز جهود مصر في التنظيم الجيد والناجح للمؤتمر. وهو ما أكدته نتائج دراسة كريمة كمال (٢٠٢٢) من أن التغطية الصحفية والإعلامية لقمة المناخ COP27 جاءت متميزة تناسب هذا الحدث العالمي الذي استضافته مصر بمدينة شرم الشيخ حيث أشاد رئيس الهيئة الوطنية للصحافة المهندس عبد الصادق الشوربجي بجميع وسائل الإعلام ووكالات الأنباء المصرية والعربية والعالمية بتغطيتها المهنية رفيعة المستوى لجميع الفعاليات والمناقشات التي دارت داخل قمة المناخ العالمية .

٢٢- حدد المبحوثون أهم سليات التغطية الإعلامية لمؤتمر المناخ في وسائل الإعلام المصرية فيما يلي:-

١- موسمية تغطية القضايا البيئية، حيث كان هناك اهتمام مكثف من وسائل الإعلام خلال فترة انعقاد المؤتمر، وتوقف هذا الأمر تمامًا بعد المؤتمر، وقد عبر أحد المبحوثين عن ذلك بقوله ".... وبعد ذلك تدخل القضية طي النسيان حتى موعد المؤتمر القادم"، كما ذكر آخر "تحدث انتعاشة واهتمام قبل وأثناء انعقاد المؤتمر وبعد انتهاء المؤتمر سكون تام". وهو ما أشارت إليه نتائج دراسة (Mulaudzi, R., & Kioko, J. (2022)، والتي توصلت إلى أن للأحداث السياسية دوراً مهماً في التركيز على تغطية التغير المناخي كمؤتمرات التغير المناخي، ودراسة (Kleinberga, V. (2022) التي أشارت إلى انخفاض مستوى تضمين تغير المناخ في وسائل الإعلام في لاتفيا ودراسة (Lyytimäki, J., Kangas, H. L., Mervaala, E., & Vikström, S. (2020) التي أوضحت نتائجها أن الانخفاض من مستويات الذروة في تغطية قضايا التغير المناخي في فنلندا يرجع إلى عدة عوامل، منها نهاية حدث إخباري معين أو عملية سياسية.

ب- التغطية غير المتوازنة، وذلك من خلال تركيز التغطية بشكل - مبالغ فيه - على التحركات الرسمية، وإبراز أدوار المؤسسات الحكومية، والمبالغة في تحسين دورها، والاهتمام بمتابعة أنشطة الوزارة والمسؤولين المصريين والأجانب بشكل أكبر مقارنة بالاهتمام بقضايا المؤتمر ذاتها، وكذلك الحرص على متابعة الخطب الرسمية في مقابل عدم المتابعة الكافية لتوصيات وقرارات المؤتمر، والتركيز على الجهود الرسمية على حساب جهود وأنشطة المجتمع المدني، وطمس بعض الحقائق وتسييس بعض الجوانب. وهو ما أشارت إليه دراسة (Poberezhskaya, M. (2015) . من اعتماد معظم الصحف الروسية على المسؤولين الروس كمصادر للمعلومات، ولم ينتقد أو يشكك أي منها تقريباً في سياسة

المناخ الروسية. وأيضاً أشارت الدراسة إلى أن إغفال قضايا تغير المناخ من المناقشة في الصحف الوطنية مشكلة أكبر من التغطية المتحيزة. ودراسة Tavares, A. O., Areia, N. P., Mellett, S., James, J., Intrigliolo, D. S., Couldrick, L. B., & Berthoumieu, J. F. (2020) التي كشفت نتائجها أن وسائل الإعلام الأوروبية تميل إلى الإبلاغ عن تغير المناخ باستخدام إطارات بعيدة؛ بناء على الروايات غير المرنة والعلمية والسياسية، مع تجاهل دور المجتمع المدني في التكيف مع تغير المناخ. وتشير تلك النتائج إلى أنه بدلاً من تعزيز العمل المناخي للمجتمع، تساهم وسائل الإعلام في انتشار اللامبالاة الاجتماعية حول المناخ، وفك ارتباط الأفراد بالمسائل المتعلقة بالبيئة، وكذلك دراسة Kleinberga, V. (2022) التي أشارت إلى انخفاض مستوى تضمين تغير المناخ في وسائل الإعلام في لاتفيا، كما أن اعتماد وسائل الإعلام على مصادر المعلومات السياسية والحكومية يشير إلى احتمال كبير لانتشار الروايات السياسية الرسمية.

ج- **سطحية التغطية**، والتي تمثلت من - وجهة نظر البعض- في عدم الشرح الكافي للقاريء أو المستمع وتبسيط الفكرة، وقيام بعض القنوات الفضائية بنقل بعض الجلسات الفرعية بشكل متتابع دون توضيح أهميتها وما تناوله من ملفات، وعدم اجتهاد الإعلاميين في توضيح ظاهرة التغير المناخي بشكل "جعل الجمهور رغم ثراء التغطية وعمقها في بعض الوسائل لم يعي القضية جيداً ومدى خطورتها على مستقبل الأجيال القادمة"، كما عبر البعض عن ذلك بقوله "تحولت الساحة الإعلامية للأسف لما يشبه (المولد)، فالكل يريد أن يدلي بدلوه حتى ولو كان خاوياً، ولا يحمل جديداً، فقط بغرض المشاركة وجذب الأنظار وتداخلت الأصوات وتشابكت الآراء"

د- **المبالغة في استخدام استمالات التخويف في بعض المعالجات الإعلامية**، وذلك من خلال الحديث عن التأثيرات المستقبلية السلبية، بما يؤدي للذعر لدى الجمهور، والاكتفاء بتقديم المشكلات دون التطرق للحلول. وهو ما يتفق مع نتائج دراسة Painter, J., Ettinger, J., Holmes, D., Loy, L., Pinto, J., Richardson, L., ...&Wetts, R (2023) حول أن خطاب التشكك في التغير المناخي بالقنوات اليمينية يثير توجه عام يشمل العلماء والمختصين بالبيئة والسياسيين مما من شأنه إثارة للمخاوف بين الجمهور، وانتشار ما يسمى بدعاية الخوف.

٢٤- وعن الاستراتيجية المقترحة لتطوير تغطية تلك النوعية من المؤتمرات، فقد حدد المبحوثون عدداً من السمات التي يجب أن تتوافر في عناصر العملية الاتصالية حتى يمكن تطوير تلك التغطية، وذلك على النحو التالي:

أ- **سمات القائم بالاتصال وهو الصحفي أو الإعلامي القائم بتغطية الحدث**، وتمثلت السمات المقترحة في الإلمام باللغات الأجنبية، القدرة على استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة- القدرة على العمل ضمن فريق عمل متكامل- التدريب المستمر على مهارات التغطية لكافة وسائل الإعلام خاصة الصحفيين صغار السن لمعرفة كل ما يتعلق بكيفية التعامل مع المؤتمرات الدولية وحدودهم في تعاطي الأخبار من المنطقة الزرقاء أو الخضراء بالمؤتمرات الدولية - الدعم المادي للصحفيين لحضور تلك النوعية من المؤتمرات-

الزيارات الميدانية لمقر الحدث قبل الإنعقاد- الوعي بالقضايا البيئية من خلال الدورات المتخصصة لتقديم المعلومات والتعرف على المصادر- التخصص في مجال البيئة بحيث يكون هناك إعلاميون متخصصون في مجال البيئة قادرين على استخلاص النتائج وإيصال رسائل محددة لكل فرد بدوره في حماية البيئة، ولديهم مهارات تغطية مؤتمرات البيئة والمناخ وكيفية صياغة البيانات الصحفية وإكسابهم مهارات صناعة القصص والأفكار في إطار تنائية تبسيط المحتوى، وأنسنة القصص الصحفية، والقدرة على التعامل مع المواد الإعلامية الواردة من منظمات أممية مع توفير وقت أطول للقاءات مع المسؤولين للرد على استيضاحات الصحفيين.

ب - سمات وسائل الإعلام سواء المقروءة أو المسموعة أو المرئية تقليدية وجديدة، وتمثلت السمات المقترحة في التنوع والتعدد في الوسائل الإعلامية، وإنشاء قناة متخصصة لتغطية هذا النوع من المؤتمرات الهامة لتستمر طوال اليوم، ولمتابعة كافة اللقاءات والجلسات التي تدور بها مما يسهل الوصول إليها في أي وقت. كذلك الاهتمام بشكل أكبر بالترويج والتغطية لتلك المؤتمرات على مواقع التواصل الاجتماعي إلى جانب وسائل الإعلام التقليدية نظرًا، لأنها تضم ملايين المواطنين في الدول المختلفة وتصل أسرع من أي وسيلة أخرى، ولمواجهة حملات التشكيك في جدوى تلك المؤتمرات التي يبثها البعض.

ج - سمات التغطية الإعلامية، وتمثلت في الاهتمام بكل جوانب المؤتمر بالشرح والتوضيح، و الشمولية في التغطية وزيادة المساحات في الصحف الورقية للنشر الأوسع، والاهتمام بالرأي والرأي الآخر، والوضوح في العرض والاستجابة المباشرة للوصول لنتائج فورية وإيجابية، وتناول كل الفعاليات في عرض يومي مبسط، ومتابعة نتائج المؤتمر الحقيقية على أرض الواقع حتى لا تكون نظرة المواطن لمثل هذه المؤتمرات أنها مجرد "مكلمة وأحاديث وعود في الهواء" كما ذكر أحد الباحثين، وكذلك الاستمرارية ووضع خطة للمتابعة لرفع الوعي بالقضية، وضرورة التخطيط السليم للتغطية والقابلية للتطبيق.

د- سمات الجمهور والسياق، حيث ذكر الباحثون أهمية أن يكون الجمهور متمثلًا في الشباب والمواطنين العاديين جزءًا أساسيًا من التغطية، والعمل في مناخ أكثر حرية.

٢٥- وحول الاستراتيجية المقترحة لمعالجة القضايا البيئية بشكل عام- من وجهة نظر الباحثين- فقد شملت عدة محاور تتعلق بأبعاد العملية الاتصالية أيضًا، وتشابهت في كثير من جوانبها مع الإستراتيجية المقترحة الخاصة بتغطية المؤتمرات، وتتمثل أبعاد استراتيجية معالجة القضايا البيئية فيما يلي:

أ- البعد الأول (تأهيل وتطوير القائم بالاتصال في مجال البيئة)

وذلك من خلال الاهتمام بالمقررات المتخصصة في الإعلام البيئي في كليات ومعاهد الإعلام لتزويد طالب الإعلام بالمعارف والقدرات والمهارات اللازمة في هذا الصدد، وتنمية النواحي الابتكارية لديه في اقتراح موضوعات بيئية من خلال زوايا مستحدثة، وتأهيل وتدريب الإعلاميين وفهمهم الجيد لقضايا البيئة والمناخ، واجتهادهم في تبسيط المحتوى المقدم للجمهور. وحث المتخصصين على تبسيط المصطلحات البيئية وشرحها من خلال وسائل الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي لتحفيز المواطنين على حماية البيئة.

ب- البعد الثاني (الاهتمام بطبيعة الموضوعات ونوعية التغطية الملانمة لقضايا البيئة)

وذلك من خلال التركيز على التثقيف والتوعية بقضايا البيئة وأبعادها وأسبابها وتداعياتها على الفرد والمجتمع، و رفع الوعي البيئي لدى المواطن العادي مع التركيز على أهمية مشاركته في حمايه البيئة، وأهمية الاستماع إلى المتضررين من المشكلات البيئية، وتعظيم دور البحث العلمي التطبيقي، ومعالجة القضايا البيئية في اطارها الصحيح بأنها قضايا عالمية أكثر من كونها محلية، والاهتمام بها كقضية مجتمع مسنول عنها المواطن والحكومة والمجتمع المدني والقطاع الخاص والاستثماري، ومعالجة مثل هذه القضايا معالجة تتسم بالشمول والاستمرارية ولا ترتبط بالازمات البيئية فقط.

ج- البعد الثالث (أهمية تعدد القنوات الاتصالية، واستخدام أساليب التواصل الفعالة لنقل الرسائل البيئية)

وذلك من خلال الاهتمام بإنشاء وسائل إعلام متخصصة في قضايا البيئة تستطيع الوصول للجماهير المستهدفة، وضرورة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، مع تنويع الفنون التحريرية المبسطة، وبخاصة المحتوى البصري لجذب فئات من الشباب والجمهور متوسط الثقافة للاطلاع عليها، والاستعانة بالمؤثرين والمشاهير على منصات التواصل الاجتماعي في الحملات الإعلامية للتأثير في مختلف فئات الجمهور، والتوعية بالسلوكيات التي ينبغي القيام بها للحد من مخاطر التغيرات المناخية، وتضمين قضايا البيئة بشكل غير مباشر في تنفيذ الأعمال الدرامية التي يمكن أن تؤثر على الجمهور بشكل أكبر.

٢٦- وحول تقييم المبحوثين لنجاح مصر في تنظيم المؤتمر رأى (١٩) من المبحوثين أنها نجحت بشكل ممتاز، و(١٢) مبحوثاً رأوا أن التنظيم كان جيد جداً، بينما رأى (٢) فقط أن التنظيم كان جيداً.

٢٧- وفي إطار تقييم المبحوثين لمدي نجاح مؤتمر قمة المناخ رأي (٢٦) مبحوثاً أن المؤتمر نجح بدرجة كبيرة، بينما رأى (٧) من المبحوثين أن المؤتمر نجح لحد ما.

ثالثاً: النتائج المقارنة بين تقييم تغطية وسائل الإعلام المصرية لمؤتمر قمة المناخ COP27 لدى كل من الجمهور والخبراء (عينة الدراسة)

١- توضح النتائج التفصيلية لمدي متابعة كل من الجمهور والخبراء لتغطية مؤتمر قمة المناخ في وسائل الإعلام المصرية أن ثمة اختلاف بينهما، فبينما كانت المتابعة لدى أغلب عينة الجمهور تحدث أحياناً أو نادراً، فإن المتابعة كانت دائمة لدى الأغلبية المطلقة من عينة الخبراء، وهو الأمر الذي تعزوه الباحثتان إلى طبيعة المؤتمر وقضاياها المتخصصة في مجال المناخ والبيئة بشكل عام، وهو الأمر الذي يلقي اهتماماً لدى النخب المهتمة بالموضوع، بينما لا يحظى بذات الأهمية لدى الجمهور العام الذي تتنوع ثقافته ومستوى تعليمه وأعمار، الخ.

٢- جاءت مواقع التواصل الاجتماعي في المرتبة الأولى لدى الجمهور العام من حيث متابعة تغطية المؤتمر من خلالها، بينما برزت المواقع الإلكترونية الإخبارية في المرتبة الأولى لدى عينة الخبراء، وهو ما يعكس العلاقة بين تفضيلات النخب لوسائل الإعلام، التي تقدم محتوى

ثري بالمعلومات والبيانات، بالإضافة لتنوع المصادر، ومصداقيتها، بينما غالبًا ما يكتفي الجمهور العام بمتابعة تلك القضايا بشكل سريع وغير متعمق، وهو ما تتيحه وسائل التواصل الاجتماعي التي تكتفي بنشر أهم الأحداث بشكل مختصر.

٣- تصدرت قضية ندرة المياه والجفاف أولويات قضايا التغيرات المناخية التي حظيت باهتمام عينة الجمهور من خلال متابعتهم للتغطية، بينما برزت قضية التمويل الذي ستقدمه الدول الغنية للدول الفقيرة لمواجهة آثار التغيرات المناخية في مقدمة القضايا التي حظيت باهتمام عينة الخبراء، وترى الباحثتان أن ذلك قد يرجع إلى اهتمام الجمهور بالقضايا التي تتقاطع بشكل مباشر وتؤثر على احتياجاتهم الأساسية، ومنها مياه الشرب والري- خصوصًا- مع تطور تداعيات بناء سد النهضة الأثيوبي، وتأثيره على حصة مصر من مياه نهر النيل، بينما يتزايد اهتمام الخبراء بشكل أكبر بالحلول المطروحة لتلافي مثل تلك المشكلات، والتنبيه لها والتركيز عليها، وهو ما تجلّى في قضية التمويل التي تمثل أحد الأهداف المركزية للدول النامية لمواجهة التغيرات المناخية.

٤- من خلال متابعة تغطية وسائل الإعلام المصرية لمؤتمر قمة المناخ، اتفق أغلبية كل من الجمهور والخبراء (عينة الدراسة) على نجاح المؤتمر ونجاح مصر في تنظيمه بدرجة (ممتاز).

خلاصة الدراسة في إطار مبادئ نظرية المسؤولية الاجتماعية

في ضوء نتائج الدراسة، وفي إطار مبادئ نظرية المسؤولية الاجتماعية، يتضح أهمية تبني مبادئ نظرية المسؤولية الاجتماعية في التغطيات والمعالجات الإعلامية للأحداث والقضايا البيئية، وهو ما انعكس بوضوح في إطار رؤية الخبراء (عينة الدراسة) لتطوير تغطية ومعالجة أحداث وموضوعات البيئة في وسائل الإعلام، حيث أكدوا على عدة محاور تبدأ بأهمية قضايا البيئة والتغير المناخي، وضرورة معالجتها بعيدًا عن الموسمية والسطحية وعدم التوازن والمبالغة، وضرورة الإلتزام بنشر الوعي بالقضايا المرتبطة بالبيئة خاصة بين الجمهور العام، وإثارة اهتمام رجل الشارع، وإبراز دوره في الإسهام في حل مشكلات البيئة، والإلتزام بالشمول والعمق والتكامل والشفافية والمصداقية، وعرض الحقائق وإيجاد الحلول، وهو ما يتوافق مع المبادئ الأساسية للمسؤولية الاجتماعية التي تُلزم وسائل الإعلام بمعالجة إعلامية تتوافر فيها القيم المهنية الأساسية المتمثلة في الدقة والموضوعية والتوازن والشمول. كما أكدت رؤية الخبراء على أهمية توافر وإتاحة المعلومات والبيانات المتعلقة بهذه الموضوعات بشفافية ووضوح، وهو ما يتطلب مُناخًا من الحرية الحقيقية التي تجعل وسائل الإعلام مسؤولة أمام القانون والرأي العام. كما جسدت الإستراتيجية المقترحة من الخبراء (عينة الدراسة) لتطوير تغطية وسائل الإعلام لقضايا البيئة المسؤولية الاجتماعية الملقاة على عاتق المؤسسات الإعلامية والمتمثلة في ضرورة تأهيل وتطوير قدرات ومهارات القائم بالاتصال في مجال البيئة، والاهتمام بالتغطيات المعقدة والتنوع بقضايا البيئة المختلفة، والعمل على تعدد وتنوع القنوات والأساليب الاتصالية، والاستفادة من آليات وتقنيات الإعلام الجديد.

وبناء على ما سبق توصي الدراسة بأهمية تبني وتفعيل استراتيجيات التطوير المقترحة من قبل الخبراء في تغطية الأحداث العالمية ذات العلاقة بالبيئة، أو تلك الاستراتيجيات التي تستهدف تطوير التغطيات الإعلامية في مجال الإعلام البيئي، بما يتوافق مع مبادئ نظرية المسؤولية الاجتماعية، وهو ما يستدعي التخطيط السليم للبدء في تنفيذ الإستراتيجية بأبعادها المتعلقة بالقائم بالاتصال والمحتوى والوسيلة والجمهور، مع التأكيد على أهمية ملاءمة السياق المجتمعي لنجاح هذه الإستراتيجيات، ووجود تفهم ووعي لدور الإعلام البيئي في المجتمع، وتوفير كافة الإمكانيات والسبل التي تكفل للمؤسسات الإعلامية حق الحصول على المعلومات والبيانات سواء من المصادر الرسمية أو غير الرسمية في مناخ من الحرية التي هي الأساس الحقيقي للإعلام الفعال الناجح في مختلف المجالات.

مراجع الدراسة:

- ^١ صابر عثمان (٢٠٢٣) ، تأثير التغيرات المناخية على مصر وآليات المواجهة، مركز الأهرام للدراسات السياسية والاستراتيجية ، ١٣ نوفمبر [@https://acpss.ahram.org.eg/News/17667.aspx](https://acpss.ahram.org.eg/News/17667.aspx)
- ^٢ نغم حسين نعمة (٢٠٢٣)، ادارة التغيرات المناخية.. التحديات والمواجهة، مجلة الريادة للمال والأعمال ، المجلد ٤، العدد ٣ ، جامعة النهريين - بغداد - العراق [@https://nejfb.edu.iq/index.php/ejfb/article/view/324](https://nejfb.edu.iq/index.php/ejfb/article/view/324)
- ^٣ نفس المرجع السابق
- ^٤ أحمد قنديل (٢٠٢٣) ، مصر واتفاق باريس لمواجهة التغير المناخي : الطريق إلى عام ٢٠٢٠ ، كراسات استراتيجية ٢٧٤ ، مركز الأهرام للدراسات السياسية والاستراتيجية، ١٣ نوفمبر <https://acpss.ahram.org.eg/News/16317.aspx>
- ^٥ موقع BBC بي بي سي، <https://www.bbc.com/arabic/63543155> ، مرجع سابق
- ^٦ نغم حسين نعمة (٢٠٢٣) ، مرجع سابق
- ^٧ Liu, M., & Huang, J. (2023). Framing responsibilities for climate change in Chinese and American newspapers: A corpus-assisted discourse study. *Journalism*, 14648849231187453.
- ^٨ سالي جاد (٢٠٢٣) . معالجة المواقع الرقمية للقضايا البيئية في ضوء تحقيق التنمية المستدامة ورؤية مصر ٢٠٣٠ - دراسة تحليلية لقمة المناخ كوب ٢٧ ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، ع (٨٤) ، ج(٢) ، ص ١٦٩٣ - ١٧٣٩ .
- ^٩ Painter, J., Ettinger, J., Holmes, D., Loy, L., Pinto, J., Richardson, L., ...&Wetts, R. (2023). Climate delay discourses present in global mainstream television coverage of the IPCC's 2021 report. *Communications Earth & Environment*, 4(1).
- ^{١٠} Veeneman, M. (2023). Framing, Emotion, and Contradiction in the Tampa Bay Times' Climate Change Coverage (Doctoral dissertation, University of South Florida).
- ^{١١} Daume, S., Galaz, V., & Bjersér, P. (2023). Automated Framing of Climate Change? The Role of Social Bots in the Twitter Climate Change Discourse During the 2019/2020 Australia Bushfires. *Social Media+ Society*, 9(2), 20563051231168370
- ^{١٢} سحر عيد المنعم الخولي (٢٠٢٣). معالجة الصحف الإلكترونية المصرية والأمريكية لموضوعات التغيرات المناخية- دراسة تحليلية في ضوء مؤتمر المناخ COP ٢٧ ، مجلة البحوث الاعلامية، جامعة الأزهر، كلية الاعلام، مج (٦٥) ، ع (2) ، ص ٨٢١-٨٨٠ .
- ^{١٣} أميرة جمال البشبيشي (٢٠٢٣). أطر معالجة مؤتمر التغيرات المناخية (COP٢٧) بالبرامج الحوارية في الفضائيات المصرية الخاصة : دراسة تحليلية، مجلة البحوث الاعلامية، مج (٦٤) ، ع (3)، يناير ، ص ١٥٥٥-١٦٠٨ .

¹⁴) Mulaudzi, R., & Kioko, J. (2022). Understanding broadsheet newspaper attention to climate change objective facts in South Africa. *Environmental Research Communications*, 4(12), 125001.

^{١٥}) جيهان عبد الحميد عبد العزيز (٢٠٢٢). معالجة الإعلام الرقمي لمخاطر التغيرات المناخية ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، مج (٢٠٢٢) ، ع (٨٠) ، ج (٢) ، ص ٥٧٨-٥٣١.

^{١٦}) كريمة كمال عبد اللطيف (٢٠٢٢). أطر تغطية المواقع الصحفية المصرية لقمة المناخ Egypt ٢٧COP : دراسة تحليلية ، المجلة العلمية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، مج (١٢) ، ع (١٢) ص ٣٠٣-٢٥٨ .

¹⁷) Liu, M., & Huang, J. (2022). “Climate change” vs. “global warming”: A corpus-assisted discourse analysis of two popular terms in The New York Times. *Journal of World Languages*, 8(1), 34-55.

¹⁸) Kleinberga, V. (2022). Global, Not Yet Local: Media Coverage of Climate Change and Environment Related Challenges in Latvia. *Information & Media*, (93), 8-27.

¹⁹) Spradlin, T. J., & Givens, J. E. (2022). Framing climate change in local context: Newspaper coverage of climate change in three mountain towns in the intermountain west compared to national coverage. *Newspaper Research Journal*, 43(3), 300-323.

²⁰) Matuku, S. M. (2022). Framing Climate Crisis: A Case Study of Nigeria, Kenya, and South Africa Newspapers (Doctoral dissertation, Southern Illinois University at Edwardsville)

^{٢١}) مصطفى عبد الحي (٢٠٢٢). أطر التغطية الصحفية لقضية التغيرات المناخية في المواقع الصحفية المصرية :دراسة تحليلية، المؤتمر العلمي الدولي الثالث ، الإعلام العربي والمبادرات الوطنية في ضوء اهداف التنمية المستدامة، كلية الإعلام جامعة الأزهر

²²) Lyytimäki, J., Kangas, H. L., Mervaala, E., & Vikström, S. (2020). Muted by a crisis? COVID-19 and the long-term evolution of climate change newspaper coverage. *Sustainability*, 12(20), 8575.

²³) Tavares, A. O., Areia, N. P., Mellett, S., James, J., Intrigliolo, D. S., Couldrick, L. B., & Berthoumieu, J. F. (2020). The European media portrayal of climate change: Implications for the social mobilization towards climate action. *Sustainability*, 12(20), 8300.

²⁴) Pianta, S., & Sisco, M. R. (2020). A hot topic in hot times: how media coverage of climate change is affected by temperature abnormalities. *Environmental Research Letters*, 15(11), 114038.

²⁵) Elia, E. (2019). Media coverage of climate change information by the Tanzania Guardian and Daily News in 2015. *Information Development*, 35(4), 535-550.

²⁶) Barkemeyer, R., Figge, F., Hoepner, A., Holt, D., Kraak, J. M., & Yu, P. S. (2017). Media coverage of climate change: An international comparison. *Environment and Planning C: Politics and Space*, 35(6), 1029-1054.

²⁷) Poberezhskaya, M. (2015). Media coverage of climate change in Russia: Governmental bias and climate silence. *Public Understanding of Science*, 24(1), 96-111.

²⁸) إيناس رضوان عبد المجيد (٢٠٢٣) . أثر المحتوى الرقمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي في توعية الشباب المصري بالتغيرات المناخية: بالتطبيق على الصفحة الرسمية لوزارة البيئة المصرية عبر موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" . ص ١٤٧٥-١٥٢٦ .

²⁹) سامح فوزي (٢٠٢٣) . تأثير التعرض للمواقع الإخبارية علي الوعي بمخاطر التغيرات المناخية لدي الجمهور المصري :دراسة ميدانية ، المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهير ، مج (٥) ، ع (١) ، ص ٤٩٢-٥٥٥ .

³⁰) هاجر حلمي (٢٠٢٣) . دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل وعي الشباب المصري واتجاهاته نحو قضايا الجرائم البيئية وتغير المناخ، مجلة البحوث الاعلامية ، مج (٦٤) ، ع (١) ، يناير ، ص ٣٩٧-٤٦٠ .

³¹) Benoit, L., Thomas, I., & Martin, A. (2022). Ecological awareness, anxiety, and actions among youth and their parents—a qualitative study of newspaper narratives. *Child and adolescent mental health*, 27(1), 47-58.

³²) Alotaibi, J. M., & Hiroyuki, K. (2022). Application of Technologies for effective Waste Management to promote Sustainable Development in Kingdom of Saudi Arabia (KSA). *Journal of Research in Environmental and Earth Sciences*, 8(4). 39-46.

³³) Jin, E., & Atkinson, L. (2021). The moderating role of emotion: The combinatory effects of positive emotion and news framing techniques on climate change attitudes. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 98(3), 749-768.

³⁴) Bennett, J., Rachunok, B., Flage, R., & Nateghi, R. (2021). Mapping climate discourse to climate opinion: An approach for augmenting surveys with social media to enhance understandings of climate opinion in the United States. *PLoS one*, 16(1), e0245319.

³⁵) Kakonge, A. D. J. O. Original Paper Challenges and Opportunities for Increasing Media Coverage of Climate Change in Kenya. *Communication Society and Media*, (2020): 3(2): .111 -134.

³⁶) نجوى حامد (٢٠٢٠) . المعالجة الاستقصائية لقضايا البيئة في الصحف المصرية ،مجلة العلوم البيئية ، مج (٤٨) ، ع (١) ، ديسمبر ، ص ٢٨٤-٢٥٣ .

^{٣٧} (أهلة طارق (٢٠٢٠) . «تأثير انتقانية وسائل الإعلام فى تكوين الوعى البيئى لدى الجمهور المصرى: دراسة مقارنة بين وسائل الاتصال التقليدية والإلكترونية، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الإعلام- جامعة القاهرة .

^{٣٨} مروة صبحي (٢٠٢٠) . دور الصفحات الرسمية المصرية على وسائل التواصل الاجتماعىي دعم التنمية البيئية المستدامة بالتطبيق على صفحة "تحضر للأخضر"، مجلة البحوث الإعلامية، مج (٣) ، ع (٥٥)، أكتوبر، ص ١٧٦٤-١٦٨١ .

³⁹) Wonneberger, A., Meijers, M. H., &Schuck, A. R. (2020). Shifting public engagement: How media coverage of climate change conferences affects climate change audience segments. *Public Understanding of Science*, 29(2), 176-193.

⁴⁰) imate change issues on online public Agenda: A quantitative study of online knowledge community Quora. *Sustainability*, 11(6), 1619.

^{٤١} راشد بن هادي راشدالدوسري (٢٠١٨). فاعلية الإعلام الجديد فى تنمية الوعى البيئى : دراسة ميدانية، رسالة ماجستير ، قسم الإعلام ، كلية العلوم الاجتماعية ،جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ،
^{٤٢} نصر الدين عبد القادر عثمان (٢٠١٧) . توظيف الإعلام الجديد فى نشر الوعى بقضايا التنمية المستدامة: الوعى البيئى أنموذجاً: دراسة ميدانية، مجلة بحوثالعلاقاتالعامةالشرقالأوسط،، ع (١٥) ، ص ١٥٧-١٩٦ .

^{٤٣} وسام بالحبيب(٢٠١٦). القضايا البيئية فى القنوات الفضائية العربية: دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرياح ورقلة، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرياح، ص ١-٤١ .

^{٤٤} محمد حسين العنزى (٢٠١٦) ، دور الصحافة الكويتية فى التثقيف : دراسة ميدانية لدور وسائل الاعلام فى بناء الوعى البيئى على عينة من أعضاء هيئة التدريس بجامعة الكويت، مدخل تكاملى من نظريات الاعتماد على وسائل الاعلام والوعى البيئى، مجلة الدراسات و البحوث البيئية ، مج (٦) ، ع (٣) ، ص ٣٥١-٣٧٥

^{٤٥} جمال عبدالعظيم أحمد(٢٠١٢). دور وسائل الإعلام فى توعية الجماهير بالقضايا البيئية المحلية والعالمى ، مجلة كلية الآداب، مج (٢)، ع (٣٣) ، ص ٨٨٧-٩٣٨ .
^{٤٦} سحر الخولى . مرجع سابق ، ص ٨١٨ .

^{٤٧} محمد عبد الحميد (٢٠٠٤) . نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ، القاهرة : عالم الكتب للنشر والتوزيع ، ص ٤٢٣ .

^{٤٨} حسنى محمد نصر (٢٠١٥) . نظريات الاتصال ، الإمارات : دار الكتاب الجامعى للنشر والتوزيع ، ص١١١ .

^{٤٩} منى تركى شمخى (٢٠٢١) . الأخلاقيات المهنية فى الإعلام الجديد وانكاسها على المضامين الإعلامية : المواقع الإخبارية أنموذجاً .رسالة دكتوراة غير منشورة .كلية الإعلام ..جامعة بغداد ، ص ١٠٥ .

^{٥٠} انظر كلاً من :

- محمد حسام الدين (٢٠٠٣) .المسئولية الاجتماعية للصحافة .ط١ ، القاهرة : الدار المصرية اللبنانية ، ص ٦١ .

- مركز القرار للدراسات الإعلامية (٢٠٢٠) . نظرية المسؤولية الاجتماعية بين الإعلام التقليدي والجديد ، متاح على الرابط <https://alqarar.sa/2940> (١)
- أسماء السادة الأساتذة المحكمين:
- أ.د/ ليلي عبد المجيد
أستاذ الصحافة والنشر بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
- أ.د/ راجية قنديل
أستاذ الرأي العام والإعلام الدولي بقسمالصحافة والنشر بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
- أ.د/ خالد صلاح
أستاذ الرأي العام والإعلام الدولي بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
- أ.د/ محرز غالي
أستاذ الصحافة والنشر بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
- د/ نعايم سعد ز غلول
مدير المركز الإعلامي بمجلس الوزراء.
- (٢) أعلى ٢٠ دولة لعدد مستخدمي فيس بوك ٢٠٢٣ بينها مصر، موقع craternews.net
@<https://craternews.net/%D9%85%D9%86%D9%88%D8%B9%D8%A7%D8%AA/%D8%B9%D9%84%D9%88%D9%85%D9%88%D8%AA%D9%83%D9%86%D9%88%D9%84%D9%88%D8%AC%D9%8A%D8%A7/174545->