

مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



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

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

مساعدو رئيس التحرير:

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

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

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

سكرتير التحرير:

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

مديقا اللغة العربية:

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

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

البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

المراسلات:

العدد الرابع والستون - الجزء الثالث - جمادى الآخرة ١٤٤٤هـ - يناير ٢٠٢٣ م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢ - ٢٩٢ x

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧ - ١١١٠

قواعد النشر

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

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

الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د./ على عجوة (مصر)
أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق
بجامعة القاهرة.
٢. أ.د./ محمد معوض. (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.
٣. أ.د./ حسين أمين (مصر)
أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.
٤. أ.د./ جمال النجار (مصر)
أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.
٥. أ.د./ مي العبدالله (لبنان)
أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.
٦. أ.د./ وديع العززي (اليمن)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.
٧. أ.د./ العربي بوعمامة (الجزائر)
أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.
٨. أ.د./ سامي الشريف (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
٩. أ.د./ خالد صلاح الدين (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.
١٠. أ.د./ رزق سعد (مصر)
أستاذ العلاقات العامة - جامعة مصر الدولية.

محتويات العدد

- الخطاب الرسمي السعودي لوسائل الإعلام العربية والعالمية: دراسة تطبيقية على السياسات الداخلية وقضايا العلاقات الخارجية
أ.م.د/ عبد الله بن عبد المحسن العساف
١٢٢٣
-
- تأثير تقنية الواقع الافتراضي الغامر على إدراك الشباب الجامعي للأخبار الإلكترونية «دراسة شبه تجريبية»
أ.م.د/ شيرين محمد أحمد
١٢٧١
-
- تفاعل مُستخدمي صفحات «الفيستوك» مع حادثة انفجار مرفأ بيروت «دراسة ميدانية مقارنة»
أ.م.د/ إيمان محمد أحمد حسن
١٣٣٩
-
- تقييم الجمهور السعودي لفاعلية المحتوى الإعلامي لوزارة الصحة السعودية عبر شبكات التواصل الاجتماعي «دراسة ميدانية على حساب الوزارة في تويتر»
د/ صالح بن زيد العنزي
١٣٩٧
-
- تعرض الجمهور المصري للإعلانات الترويجية للأفلام السينمائية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته باتجاهاتهم نحو مشاهدتها
د/ إسماعيل محمد إبراهيم البسيوني
١٤٥٧
-
- خطاب الصحف الإلكترونية العربية تجاه التداعيات الاقتصادية للحرب الروسية الأوكرانية - في الفترة من مارس ٢٠٢٢م حتى يونيو ٢٠٢٢م
د/ محمد سيد محمد سيد
١٥١٣
-
- أطر معالجة مؤتمر التغيرات المناخية (COP٢٧) بالبرامج الحوارية في الفضائيات المصرية الخاصة (دراسة تحليلية)
د/ أميرة جمال الدين أبو اليزيد البشبيشي
١٥٥٥

■ معالجة البرامج الاقتصادية في القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية
لخطط التنمية في الوطن العربي- دراسة تحليلية على عينة من
البرامج الاقتصادية د/ ياسمين علي الدين محمد المهدي
١٦٠٩

■ Retro-marketing as a Determinant of Brand Equity Among
Baby Boomers, Generation X, and Millennials: A Comparative
Analytical Study Dr.Nesrin N. E-ISherbini, Et al.
١٦٦٩

■ Political Employment of Hate Speech in Sports Coverage: Case
Study of Qatar 2022 World Cup
Dr.Fedaa Mohamed Abdel Aziz
١٦٩٧

م	القطاع	اسم المجلة	اسم الجهة / الجامعة	نقاط المجلة يونيو 2022	ISSN-P	ISSN-O
1	الدراسات الإعلامية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	جامعة الأهرام الكندية، كلية الإعلام	7	2536- 9393	2735- 4008
2	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	7	2356- 914X	2682- 4663
3	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	7	2356- 9158	2682- 4620
4	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	7	2356- 9131	2682- 4671
5	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	7	1110- 5836	2682- 4647
6	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري	جامعة بنى سويف، كلية الإعلام	7	2735- 3796	2735- 377X
7	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام	7	1110- 5844	2682- 4655
8	الدراسات الإعلامية	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة القاهرة، جمعية كليات الإعلام العربية	7	2356- 9891	2682- 4639
9	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	7	1110- 9297	2682- 292X
10	الدراسات الإعلامية	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	Egyptian Public Relations Association	7	2314- 8721	2314- 873X
11	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة جنوب الوادي، كلية الإعلام	7	2536- 9237	2735- 4326
12	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	المعهد الدولي العالي للإعلام بالشرقية	6.5	2357- 0407	2735- 4016

- يتم إعادة تقييم المجلات المحلية المصرية دوريا في شهر يونيو من كل عام و يكون التقييم الجديد ساريا للسنة التالية للنشر في هذه المجلات.

أطر معالجة مؤتمر التغيرات المناخية (COP27)
بالبرامج الحوارية في الفضائيات المصرية الخاصة
(دراسة تحليلية)

- Processing Frameworks of the Climate Change Conference (COP27) in talk shows on private Egyptian satellite channels (Analytical study)

د/ أميرة جمال الدين أبو اليزيد البشبيشي

مدرس الإذاعة والتلفزيون بكلية الدراسات الإسلامية والعربية بنات
القاهرة - جامعة الأزهر

Email; Amira.Elbesbshy@azhar.edu.eg

ملخص الدراسة

هدفت الدراسة إلى التعرف على أهم الأطر التي استخدمتها البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية الخاصة في معالجة مؤتمر التغيرات المناخية، من حيث الشكل والمضمون، في الفترة من 1/11/2022 حتى 30/11/2022، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية، وطبقت نظرية الأطر الإعلامية، وقد استخدمت الدراسة أداة تحليل المضمون لجمع بيانات الدراسة؛ بتحليل عينة من البرامج الحوارية المعروضة على القنوات الفضائية المصرية الخاصة، وهما: برنامج (كلمة أخيرة) على قناة (ON)، وبرنامج (الحكاية) على قناة مصر mbc. وقد توصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

-اهتمام برامج الدراسة بمعالجة قضية التغيرات المناخية، حيث بلغ إجمالي عدد الفقرات التي تناولت القضية في فترة الدراسة (186) فقرة برامجية، وجاءت قناة (ON) في الترتيب الأول بنسبة (68,3%)، بينما جاءت قناة (مصر mbc) في الترتيب الثاني بنسبة (31,7%).

-تصدر إطار آليات الحلول والمواجهة الترتيب الأول في برنامجي الدراسة، من حيث نوع الأطر المستخدمة في عرض القضية بنسبة (86,6%)، وذلك بنسبة (83,5%) لقناة (ON)، وبنسبة (93,2%) لقناة (مصر mbc).

الكلمات المفتاحية: أطر المعالجة البرامجية، البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية الخاصة، قضية التغيرات المناخية.

Abstract

The study aimed to identify the most important frameworks used by talk shows on private Egyptian satellite channels in addressing the climate change conference as to form and content, in the period from 1/11/2022 to 30/11/2022. This study belongs to the type of analytical descriptive studies, and applied the theory of Media frameworks, and the study used a content analysis tool to collect the study data, by analyzing a sample of talk shows shown on private Egyptian satellite channels, namely, the program (Kailmah Akhirah) on (ON) channel, and (Al-Hikaiah) program on Misr mbc channel, and the study findings are the following:

The interest of the study programs in addressing the issue of climate change, as the total number of segments that dealt with the issue during the study period reached (186) programmatic segments, and (ON) channel came in the first place with (68.3%), while (mbc Misr) channel came in the the second with (31.7%).

The framework of solutions and confrontation mechanisms came in first place of the two programs of the study in terms of the type of frameworks used in presenting the issue, with (86.6%), and with (83.5%) for (ON) channel, and (93.2%) for (mbc Misr) channel.

Keywords: frameworks for programmatic addressing, talk shows on private Egyptian satellite channels, the issue of climate change.

تؤدي وسائل الإعلام دوراً مهماً في تزويد الجماهير بالمعلومات، وتشكيل اتجاهات الرأي العام تجاه القضايا المختلفة المطروحة على الساحة، وخاصة البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية الخاصة، نظراً لطبيعة العلاقة الوثيقة بين هذه البرامج والموضوعات المثارة حالياً، حيث إنها أداة ووسيلة ذات أهمية لكل من الجمهور والضيوف المشاركين في طرح آرائهم ومواقفهم، كما أنها وسيلة للمعرفة والإمام بالقضايا والمشكلات الاجتماعية والسياسية، فالبرامج الحوارية تشكل نمطاً إعلامياً متميزاً يقوم على مبدأ حرية الآراء والتناول للقضايا والأفكار، وطرحها وجهات نظر متعددة، ومن أهم هذه القضايا في الآونة الأخيرة قضية التغيرات المناخية، التي لاقت تغطية واسعة من مختلف الوسائل الإعلامية نظراً لما تمثله هذه القضية من خطورة كبيرة على المستويين المحلي والعالمي، وتزامناً مع تنظيم مصر مؤتمر التغيرات المناخية cop27، الذي عقد بمدينة شرم الشيخ المصرية، في الفترة بين 6-18 نوفمبر 2022م، وتنوعت المعالجة الإعلامية لتغطية هذا المؤتمر في وسائل الإعلام المختلفة.

ويرجع سبب التغيرات المناخية إلى حرق الوقود الأحفوري الذي ينتج عنه توليد غاز ثاني أكسيد الكربون وأكسيد النيتروز، وهي غازات قوية تغطي الأرض وتحبس حرارة الشمس على الصعيد العالمي⁽¹⁾، وتعد مصر من أكثر الدول المعرضة للمخاطر الناتجة عن تأثيرات التغيرات المناخية، مع أنها من أقل دول العالم إسهاماً في انبعاث غازات الاحتباس الحراري عالمياً، بنسبة 0.6 % من إجمالي انبعاثات العالم، طبقاً للبيانات الواردة بالإبلاغ الأخير لمصر حول حجم انبعاث الغازات المسببة للاحتباس الحراري، الذي تم في إطار تنفيذ مصر اتفاقية الأمم المتحدة الإطارية لتغير المناخ، التي وقَّعت عليها مصر عام 1994⁽²⁾، ومن هنا تسعى الدراسة لمعرفة أطر تغطية مؤتمر التغيرات المناخية (COP27) بالبرامج الحوارية في الفضائيات المصرية الخاصة.

الدراسات السابقة:

بعد الاطلاع على الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، توصلت الباحثة إلى عدد من الدراسات التي تناولت التغيرات المناخية، ونظراً لقلّة هذه الدراسات في مجال الإعلام عامة، والإذاعة والتلفزيون خاصة، فسوف تُعرض الدراسات التي تناولت معالجة وسائل الإعلام للتغيرات المناخية بصفة عامة، وذلك على النحو الآتي:

أولاً: من حيث هدف الدراسة

من أبرز الدراسات التي تناولت قضية التغيرات المناخية، دراسة مصطفى عبد الحى (2022)⁽³⁾، التي هدفت إلى التعرف على حجم اهتمام المواقع الصحفية المصرية- عينة الدراسة- بتغطية قضية التغيرات المناخية، في الفترة من 2021/11/1 حتى 2022/1/30، بينما هدفت دراسة أمل العزب (2022)⁽⁴⁾ إلى التعرف على كيفية معالجة كل من الصحف المصرية والبريطانية لقضايا التغيرات المناخية بعرضها للاتفاقيات الدولية، والتعرف على أوجه الاتفاق والاختلاف بينهما في المعالجة، إضافة إلى التعرف على الأشكال الصحفية المستخدمة بالمعالجة الخبرية في الصحيفتين، وهدفت دراسة جيهان عبد الحميد (2022)⁽⁵⁾ إلى التعرف على حجم الاهتمام الذي تقدمه مختلف المؤسسات لمناقشة مخاطر التغيرات المناخية والتوعية بها، ورصد أهم الموضوعات التي تناولتها هذه القنوات، وكيفية معالجتها، في حين تناولت دراسة **Jack Neff** (2022)⁽⁶⁾ قياس تأثير وسائل الإعلام على تغير المناخ والانبعاثات الكربونية الناتجة عن الوسائط المتعددة في وسائل الإعلام، وكانت أبرز الشركات **Unilever**, **Google**, **Meta Association of National Advertisers**, **IAB** وغيرها، بينما سعت دراسة **María Carmen** وآخرون (2022)⁽⁷⁾ إلى تحليل الصور المتداولة في وسائل التواصل الاجتماعي وتغريدات المستخدمين المنشورة في تويتر، ودورها في توعية الجماهير بمخاطر التغيرات المناخية، وركّزت دراسة **Donald Trum** (2021)⁽⁸⁾ على دراسة الأطر الخبرية المتعلقة بالتغطية الإعلامية لمؤتمر الأمم المتحدة للتغيرات المناخية (COP25) عام 2019، الذي عُقد في مدريد، وتناولت **روان عسكر** (2021)⁽⁹⁾ علاقة الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي بإدراك مستخدمي هذه الشبكات لمخاطر التغيرات المناخية في مصر، عبر الاطلاع على الأخبار والآراء والنشرات المختلفة

المتعلقة بالتغيرات المناخية في مصر، بينما ركزت دراسة **Wijaya, B S** وآخرون (2020)⁽¹⁰⁾ على المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام في توعية الجماهير بمخاطر التغيرات المناخية، وذلك حينما ضرب الضباب الدخاني إندونيسيا في عام (2015)، واستُخدم التصوير الصحفي في إنقاذ البيئة وزيادة الوعي بتغير المناخ عبر طرق إبداعية ومؤثرة.

ثانياً: من حيث نتائج الدراسة

تنوعت نتائج الدراسات السابقة حسب الوسيلة الإعلامية المستخدمة في كل دراسة، فتوصلت دراسة **مصطفى عبد الحى** (2022)⁽¹¹⁾ إلى اهتمام المواقع الصحفية الثلاثة عينة الدراسة بتغطية قضية التغيرات المناخية، فبلغ إجمالي المواد الصحفية التي حُلت (424) مادة صحفية، وأوضحت الدراسة اعتماد صحف الدراسة على الإطار المحدد للقضية في الترتيب الأول بنسبة (74,76 %). كما تنوعت الأطر التي اعتمدت عليها صحف الدراسة، فجاء إطار العمل والإنجاز في الترتيب الأول بنسبة (32,78 %)، يليه إطار الاهتمامات الإنسانية بنسبة بلغت (27,12 %). كما استحوذ التقرير الصحفي على المرتبة الأولى من بين الأشكال الواردة في المواقع الصحفية- عينة الدراسة- وبينت الدراسة أن الصحف تناولت عدة قضايا متعلقة بقضية التغيرات المناخية، ومنها: قلّة الموارد الطبيعية بنسبة (49,53 %)، ثم الكوارث الطبيعية بنسبة (20,75 %). ثم التلوث بنسبة (17,22 %). كما أوضحت الدراسة أن الصور جاءت في المرتبة الأولى بصحف الدراسة من حيث عناصر الإبراز بنسبة (24,53 %). يليها الألوان بنسبة (22,21 %). ثم العناوين بنسبة (15,56 %). واختلفت هذه النتيجة مع دراسة أمل العزب (2022)⁽¹²⁾، التي توصلت إلى وجود قصور في معالجة قضية التغيرات المناخية بصحف الدراسة، كما بينت الدراسة أن القالب الصحفي الأكثر استخداماً هو "الخبر الصحفي"، وتمثلت أهم عناصر الإبراز في الرسوم التوضيحية، واتفقت معها دراسة **Donald Trum** (2021)⁽¹³⁾ التي أثبتت عبر تحليل الأخبار التي بُثت عن مؤتمر الأمم المتحدة الخامس والعشرون للتغيرات المناخية إنكار عدم وجود أزمة متعلقة بالمناخ وأهميته، ووجود اختلاف جذري في التغطية الإعلامية بين الوسائط ذات التوجه الجمهوري، والوسائط ذات التوجه السياسي، في حين توصلت دراسة روان عسكر

(2021)⁽¹⁴⁾ إلى أن غالبية عينة الدراسة يعتمدون على شبكات التواصل الاجتماعي مصدرًا رئيسيًا للتعرف على مخاطر التغيرات المناخية، وأوضحت الدراسة أن أفراد العينة يركزون في حصولهم على معلومات عن قضية التغير المناخي على معرفة حجم مخاطر التغيرات المناخية في مصر والعالم، بينما توصلت دراسة **Jack Neff** (2022)⁽¹⁵⁾ إلى أن لوسائل الإعلام تأثيراً كبيراً على تقليل الانبعاثات الكربونية والاحتباس الحراري، واتفقت معها دراسة **Wijaya, B S** وآخرون (2020)⁽¹⁶⁾ التي توصلت إلى المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام وللجمهور أيضاً في التوعية بقضية التغيرات المناخية، ودورها في اتخاذ قرارات داعمة لمساعدة الضحايا وإنقاذ البيئة، واتفقت معها أيضاً دراسة **María Carmen** وآخرون (2022)⁽¹⁷⁾ التي بينت المسؤولية الاجتماعية للجمهور في التوعية بالتغيرات المناخية، عبر تحليل أفضل التغريدات على مواقع تويتر، وأثبتت أنها تشجع المواطنين على الاهتمام بالمناخ، وزيادة المشاركة في العمل المناخي.

التعليق على الدراسات السابقة:

بعد استعراض الباحثة أهم الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة الحالية، لاحظت ما يلي:

1- تناولت معظم الدراسات السابقة المعالجة الصحفية لقضية التغيرات المناخية، وركزت معظمها على الأطر الخيرية المتعلقة بالتغيرات المناخية، وركزت بعض آخر على دور وسائل التواصل الاجتماعي والمسؤولية الاجتماعية للجمهور في التوعية بمخاطر التغيرات المناخية، وعلى الجانب الآخر، لم تركز تلك الدراسات على أهم مخاطر التغيرات المناخية والأسباب التي تتعلق بها في المعالجة.

2- يلاحظ من عرض الدراسات السابقة التي تناولت قضية التغيرات المناخية قلة الدراسات العربية أو الأجنبية التي تناولت أطر المعالجة البرمجية لقضية التغيرات المناخية، حيث تناولت معظم الدراسات السابقة أطر المعالجة الخيرية، سواء بالصحف أو المواقع الصحفية الخيرية، وكذلك دور الأخبار ووسائل التواصل الاجتماعي في التوعية بقضية التغيرات المناخية.

أوجه إفادة الباحثة من عرض الدراسات السابقة:

أفادت الباحثة بعرض الدراسات السابقة من الجوانب الآتية:

- 1-تحديد هدف الدراسة، حيث تبين للباحثة بالاطلاع على الدراسات السابقة، قلة الدراسات التي تناولت أطر المعالجة البرمجية لقضية التغيرات المناخية.
 - 2-معرفة أهم المناهج والأساليب البحثية المستخدمة في الدراسات السابقة، فقد اعتمدت معظم هذه الدراسات على منهج المسح الإعلامي، والمنهج المقارن، مما ساعد الباحثة في اختيارها كمنهج مناسب للدراسة الحالية.
 - 3-التعرف على الإطار النظري الملائم للدراسة الحالية، حيث اعتمدت الدراسات السابقة على نظرية الأطر الإعلامية، لذا تعتمد عليها الدراسة الحالية إطاراً نظرياً مناسباً للبحث.
 - 4-الإفادة من الدراسات السابقة في إعداد الجانب المعرفي الخاص بالدراسة الحالية، وتغطية جوانب القضية.
 - 5-من ناحية الأدوات المستخدمة لجمع المعلومات، اعتمدت معظم الدراسات السابقة على أداة تحليل المضمون، سواء على مستوى الصحف، أو المواقع الإلكترونية الصحفية، أو تحليل الأخبار التلفزيونية، أو الصور على مواقع التواصل الاجتماعي، مما أفاد الباحثة في تصميم استمارة تحليل المضمون، واختيار الأداة الملائمة للدراسة.
 - 6-الإفادة من نتائج الدراسات السابقة في تحديد المشكلة البحثية للدراسة الحالية، وكذلك أهداف الدراسة، والتساؤلات، ومقارنة نتائجها بنتائج الدراسة الحالية.
- مشكلة الدراسة:**

أصبح تغير المناخ أحد أكبر التحديات على الصعيد العالمي، وتبذل دول العالم قصارى جهدها لرصد آثار تغير المناخ والتخفيف منها والتكيف معها، والاستجابة لاتفاق باريس بشأن تغير المناخ، وهدف الأمم المتحدة للتنمية المستدامة الثالث عشر، الذي يتوخى اتخاذ إجراءات عاجلة للتصدي لتغير المناخ وآثاره، وانطلاقاً من الدور المهم للإعلام بصفة عامة، والبرامج الحوارية بصفة خاصة، في توعية الجماهير، نظراً لطبيعة العلاقة الوثيقة بين هذه البرامج والموضوعات المثارة حالياً؛ كونها أداة ووسيلة ذات أهمية لكل من

الجمهور والضيوف المشاركين في طرح آرائهم ومواقفهم، كما هي وسيلة للمعرفة والإمام بالقضايا والمشكلات الاجتماعية، والسياسية، من هنا تتحدد مشكلة الدراسة الحالية في: الوقوف على أهم الأطر التي استخدمتها البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية الخاصة في تغطية مؤتمر التغيرات المناخية (COP27)، وكيفية معالجة هذه البرامج لقضية التغيرات المناخية، بواسطة تحليل شكل هذه البرامج ومضمونها.

أهمية الدراسة:

1- الدور الواضح للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية المصرية العامة والخاصة على حد سواء، التي تناقش أهم القضايا والموضوعات المثارة على الساحة، ومنها قضية التغيرات المناخية، ودورها في توعية الجماهير تجاه هذه القضية.
2- أهمية قضية التغيرات المناخية في الفترة الحالية وتداعياتها، تزامناً مع استضافة مصر وتنظيمها لمؤتمر التغيرات المناخية (COP27) لعام 2022م، الذي عُقد بمدينة شرم الشيخ.

3- قلة الدراسات الإعلامية التي تناولت تحليل أطر تغطية ومعالجة البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية الخاصة لقضية التغيرات المناخية وقضايا البيئة بشكل عام.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة الحالية إلى التعرف على أهم الأطر التي استخدمتها البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية الخاصة في معالجة مؤتمر التغيرات المناخية، من حيث الشكل والمضمون، لذا تنقسم أهداف الدراسة إلى:
أهداف خاصة بالشكل، وهي: التعرف على الزمن الكلي للبرنامج، والزمن المخصص لمعالجة القضية، واللغة، والقالب البرمجي المستخدم، إضافة إلى التعرف على العناصر التشويقية المستخدمة في البرامج عينة الدراسة.

أهداف خاصة بالمضمون، وهي:

1- الوقوف على ترتيب عرض القضية، إضافة إلى التعرف على الإطار الجغرافي لتناول القضية، ونوع الأطر الإعلامية المستخدمة في عرض القضية ومعالجتها، ودرجة التعمق في معالجة القضية موضوع الدراسة.

2-رصد أهم الموضوعات المتعلقة بالتغيرات المناخية، وأطر تقديم القضية، واتجاه المعالجة.

3-الكشف عن القوى الفاعلة التي استعانت بها البرامج الحوارية عينة الدراسة في المعالجة، إضافة إلى التعرف على أهم الاستمالات العقلية والعاطفية المستخدمة في معالجة القضية.

تساؤلات الدراسة: تسعى الدراسة الحالية إلى الإجابة عن التساؤلات الآتية:

1-ما زمن البرامج الحوارية عينة الدراسة، والزمن المخصص لتناول قضية التغيرات المناخية؟

2-ما اللغة السائدة في البرامج الحوارية عينة الدراسة؟

3-ما القالب البرامجي المستخدم في البرامج الحوارية عينة الدراسة؟

4-ما العناصر التشويقية السائدة في البرامج الحوارية عينة الدراسة؟

5-ما ترتيب عرض قضية التغيرات المناخية في البرامج الحوارية عينة الدراسة؟

6-ما الإطار الجغرافي لتناول قضية التغيرات المناخية في البرامج الحوارية عينة الدراسة؟

7-ما نوع الأطر الإعلامية المستخدمة في معالجة قضية التغيرات المناخية ببرامج الدراسة؟

8-ما درجة التعمق في معالجة قضية التغيرات المناخية في البرامج الحوارية عينة الدراسة؟

9-ما أهم الموضوعات المتعلقة بقضية التغيرات المناخية في البرامج الحوارية عينة الدراسة؟

10-ما أهم أطر تقديم قضية التغيرات المناخية في البرامج الحوارية عينة الدراسة؟

11-ما اتجاهات معالجة قضية التغيرات المناخية في البرامج الحوارية عينة الدراسة؟

12-ما القوى الفاعلة في معالجة قضية التغيرات المناخية في البرامج الحوارية عينة الدراسة؟

13-ما أبرز الاستمالات العاطفية والمنطقية المستخدمة في معالجة قضية التغيرات المناخية في البرامج الحوارية عينة الدراسة؟

نوع الدراسة ومنهجها:

تتبع الدراسة الحالية إلى الدراسات الوصفية، التي تستهدف جمع الحقائق والبيانات عن ظاهرة أو موقف معين، مع محاولة تفسير هذه الحقائق تفسيراً كافياً⁽¹⁸⁾، وتسعى الدراسة الحالية إلى رصد وتحليل ووصف أطر تغطية البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية الخاصة لمؤتمر التغيرات المناخية، إضافة إلى تصنيف هذه الحقائق وتحليلها، وتعتمد الدراسة على منهج المسح، الذي يعد من أبرز المناهج المستخدمة في الدراسات الإعلامية، وخاصة الدراسات الوصفية⁽¹⁹⁾.

إجراءات الدراسة التحليلية:

أولاً: مجتمع الدراسة التحليلية:

تعد البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية الخاصة مجتمعاً للدراسة الحالية للاعتبارات الآتية:

1- تُعد البرامج الحوارية من أهم وأكثر البرامج ضرورة في صناعة الرأي العام وتشكيله، بحيث تسهم في بناء النقاش والجدال حيال القضايا المطروحة، بغض النظر عن نوع البرنامج الحوارية، لذا، فإن البرامج الحوارية تتميز بسمة التأثير والاستحواذ على الجماهير، التي بدورها تؤدي دوراً في التأثير على الآراء العامة، كما تسهم في خلق ما يسمى بالتأثير الداعم في القطاعات المتنوعة، ومن جميع الفئات المجتمعية، وتسهم في تفسير مجموعة من الظواهر والأحداث التي تكون غامضة وغير واضحة المعالم للمجتمع، ومنها قضية التغيرات المناخية التي تتسم بحداثة التناول الإعلامي في القنوات المصرية الخاصة.

2- الانتشار الواسع للفضائيات المصرية الخاصة والبرامج الحوارية المذاعة بهذه القنوات، حيث تخصص كل قناة برنامجاً حوارياً أو برنامجين للعرض على خريطتها اليومية نظراً لما تتمتع به هذه البرامج من جماهيرية واسعة، لأنها تمس القضايا التي يحرص المشاهدون على متابعتها.

عينة الدراسة التحليلية ومبررات اختيارها:

تتمثل عينة الدراسة التحليلية في برنامج الحكاية المعروض على قناة مصر mbc، وبرنامج كلمة أخيرة المعروض على قناة ON الفضائية المصرية الخاصة، ويرجع سبب اختيار هذين البرنامجين إلى نتائج الدراسة الاستطلاعية التي أجرتها الباحثة على عينة قوامها 40 مفردة، للتعرف على أكثر البرامج الحوارية المعروضة على الفضائيات المصرية الخاصة، وجاء برنامج الحكاية المعروض على قناة mbc مصر في الترتيب الأول بنسبة 55,5 %، بينما جاء برنامج كلمة أخيرة المعروض على قناة ON في الترتيب الثاني بنسبة 44,5 %.

الإطار الزمني للدراسة التحليلية:

تتمثل عينة الدراسة التحليلية للدراسة في عينة من البرامج الحوارية المعروضة على الفضائيات المصرية الخاصة في الفترة من (2022/11/1 حتى 2022/11/30)، نظراً لاستضافة مصر تنظيم مؤتمر التغيرات المناخية (COP27)، الذي عُقد بمدينة شرم الشيخ في الفترة من (6-18 نوفمبر 2022).

أداة جمع بيانات الدراسة التحليلية:

تعتمد الدراسة التحليلية الحالية على استمارة تحليل مضمون، تشتمل على مجموعة من الفئات الرئيسية والفرعية، بهدف الوصول إلى دلالات واستنتاجات صحيحة في حالة إعادة البحث والتحليل، وهو ما يعتمد أساساً على تقدير الباحث، حيث يُقسَّم المحتوى إلى فئات واضحة، وتحدد نتائج التحليل ظهور وحدات التحليل في السياق⁽²⁰⁾.

تحديد وحدات تحليل الدراسة:

استخدمت الباحثة الوحدات الآتية في تحليل البرامج الحوارية عينة الدراسة التحليلية:

- 1- الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية: ويقصد بها هنا وحدة الحلقة للبرامج الحوارية بالفضائيات المصرية الخاصة عينة الدراسة.
- 2- وحدة الموضوع أو الفكرة: وتستخدم هذه الوحدة لمعرفة عدد الفقرات التي تناولت قضية التغيرات المناخية في البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية الخاصة عينة الدراسة.

3-وحدة الزمن: واستخدمت بهدف التعرف على الفترة الزمنية للبرنامج ككل، والفترة الزمنية للفقرات التي تناولت معالجة قضية التغيرات المناخية.

تحديد فئات تحليل المضمون:

يعتمد نجاح تحليل المضمون على دقة اختيار فئات التحليل وتحديدها، حيث إن الإعداد الواضح والجيد لفئات التحليل يؤدي إلى نتائج علمية جيدة، وقد حددت فئات التحليل بحيث تلائم احتياجات الدراسة وتوفر الإجابة عن تساؤلاتها، وتنقسم فئات التحليل إلى نوعين أساسيين:

1- فئات الشكل 2- فئات المضمون

أولاً: فئات الشكل: توجد عديد من فئات الشكل التي استخدمتها الباحثة في إعداد الدراسة، منها:

1-فئة الزمن، وتشمل الزمن الكلي للبرامج عينة الدراسة، والزمن المخصص لمعالجة القضية.

2-فئة اللغة المستخدمة، وتشمل (فصحى مبسطة- عامية- فصحي+ عامية- فصحي مبسطة+ عامية+ مفردات أجنبية- عامية+ مفردات أجنبية).

3-ال قالب البرامجي المستخدم، وتشمل (حوار رأي، وحوار معلومة، وحوار شخصية، وحديث مباشر).

4-عناصر التشويق المستخدمة في البرنامج، وتشمل (لقطات فيديو أرشيفية- صور ثابتة- رسوم توضيحية- كتابة مصدر المعلومة- مشاهد من المؤتمر- كتابة عناوين على الشاشة- تقارير وثائقية- استخدام الموسيقى- إجراء مقابلات مع ضيوف المؤتمر- إبراز الاستعدادات للمؤتمر- إجراء مداخلات مع متخصصين).

ثانياً: فئات المضمون، وتشمل:

1-ترتيب عرض القضية، وتشمل (بداية البرنامج- وسطه- نهايته).

2-الإطار الجغرافي لتناول القضية، وتشمل (على المستوى المحلي- على المستوى القاري- على المستوى الدولي).

3-نوع الأطر المستخدمة في عرض القضية، وتشمل (أطر آليات الحلول والمواجهة، وإطار المسؤولية، وأطر الأسباب، وإطار الصراع، وإطار الاهتمام الدولي، والحقائق المجردة).

- 4- درجة التعمق في المعالجة، وتشمل: (سطحية، ومتوسطة، ومتعمقة).
- 5- الموضوعات المتعلقة بالتغيرات المناخية، وتشمل (الأزمة الاقتصادية العالمية، وأزمة تلوث ونقص المياه، وأزمة نقص الغذاء، ومكافحة الجريمة والمخدرات، والتصحر، والكوارث الطبيعية، والاحتباس الحراري، وعلاقة التكنولوجيا بالقضية، واستضافة مصر للمؤتمر، والمخاطر المتعلقة بالمدن المصرية، والتكيف مع التغيرات المناخية، والوقود الأحفوري، والاقتصاد الأخضر، وكورونا، وتمويل الخسائر والأضرار، وعائدات الاقتصاد المصري، والحرب الروسية الأوكرانية).
- 6- أسلوب تقديم القضية، وتشمل (عرض معلومات فقط، وذكر أسباب القضية، وعرض القضية مع الحلول، وأكثر من طريقة).
- 7- اتجاه معالجة القضية، وتشمل (إيجابي- سلبي).
- 8- القوى الفاعلة في عرض القضية.
- 9- الاستمالات الإقناعية المستخدمة، وتشمل الاستمالات (عاطفية، ومنطقية).
- اختبارا الصدق والثبات لأداة الدراسة:

أولاً: اختبار الصدق: عرضت الباحثة الاستمارة التحليلية على مجموعة من المحكمين⁽²¹⁾، للحكم على صلاحيتها وملاءمتها للدراسة.

ثانياً: اختبار الثبات: ويقصد بالثبات إمكانية تكرار التحليل والحصول على نتائج متشابهة عند التحليل من قبل باحثين مختلفين⁽²²⁾، ولحساب درجة الثبات في الدراسة استعانت الباحثة بباحثين لتحليل عينة قوامها ثلاث حلقات من البرامج الحوارية عينة الدراسة، بنسبة 10 % من مجتمع الدراسة التحليلية، واستخدام معادلة هولستي Holisti لحساب معامل الثبات، وهي كما يلي:

$$\text{معامل الثبات} = \frac{m}{N2 + N1}$$

حيث M = عدد الحالات التي اتفق فيها المرزمان.

ن1 = عدد الحالات التي رمزها المرمز الأول رقم (1).

ن2 = عدد الحالات التي رمزها المرمز الثاني رقم (2).

وبما أن عدد حالات الثبات = $3 \times 2 = 2 \div 2 = 3$ حالات، وإذا رمزنا للمحللين بالرموز أ،

ب، ج تكون حالات الثبات كالتالي: أب، ب ج، أ ج إذاً حالات الثبات هي:

$$\text{ثبات أ ب} = 3/2 = 66,6$$

$$\text{ثبات ب ج} = 3/3 = 1$$

$$\text{ثبات أ ج} = 3/2 = 66,1$$

وبحساب المتوسط الحسابي للقيم الثلاثة $= \frac{66.6+1+66.6}{3} = 89.8\%$ وهي نسبة عالية تدل على صلاحية الأداة للقياس والتطبيق.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية وذلك باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS (Statistical Package for Social Science). واستخدام الاختبارات والمعالجات الإحصائية الآتية:
- التكرارات البسيطة Frequency. والنسب المئوية Percent.
- اختبار كا² (Chi Square Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal).

- معامل التوافق (Contingency Coefficient) لقياس شدة العلاقة في حالة ثبوتها في اختبار كا²، وهو يقيس شدة العلاقة بين متغيرين اسميين في جدول أكثر من 2×2. وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من 0.300، ومتوسطة إذا كانت ما بين 0.300 : 0.600، وقوية إذا كانت أكثر من 0.600.

- معامل فاي (Phi) لقياس شدة العلاقة في حالة ثبوتها في اختبار كا²، وهو يقيس شدة العلاقة بين متغيرين اسميين في جدول 2×2. وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من 0.300، ومتوسطة إذا كانت ما بين 0.300 : 0.600، وقوية إذا كانت أكثر من 0.600.

مستوى الدلالة المعتمد في هذه الدراسة: اعتمدت الباحثة على مستوى دلالة يبلغ 0.05، لاعتبار الفروق ذات دلالة إحصائية من عدمه، وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95% فأكثر، أي عند مستوى معنوية 0.05 فأقل.

الإطار النظري المستخدم (نظرية الأطر الإعلامية):

يعرف الإطار الإعلامي بأنه الفكرة الرئيسية التي تدور حولها المعالجة الإعلامية للقضية، التي يقدمها القائم بالاتصال بانتقائه جانباً من جوانب الأحداث أو القضايا المثارة وإبرازها، عبر تحديده لوصف مظاهر القضية، سواء كانت صراعاً، أو مسؤولية، أو تعاوناً، أو ردود أفعال وطرح تبرير، وتحتوي على الأطر الفرعية التي تؤكد وتدلل على الفكرة أو الإطار الرئيسي⁽²³⁾، وتقوم هذه النظرية على أن أحداث ومضامين وسائل الإعلام لا يكون لها مغزى في حد ذاتها، إلا إذا وضعت في تنظيم وسياق وأطر إعلامية محددة، وهذه الأطر تنظم النصوص والألفاظ والمعاني، وتستخدم الخبرات والقيم الاجتماعية السائدة⁽²⁴⁾، ويعرف (Pan)، (Kosicki) الإطار بأنه: عملية تأثير اجتماعية تربط مستويات الأطر الإعلامية بمستويات الأطر الفردية.

أنواع الأطر الإعلامية:

يعرف كل من "جامسون ومجدالين 1987 Gamson and Modigliani" الإطار الإعلامي بأنه: "الفكرة المحورية التي تعطي معنى للأحداث، فالإطار يقدم الجزء الأساسي في القضية، الذي هو جوهر الحدث، وذلك بشكل ضمني متأثراً بالسياسات الإعلامية الخاصة بكل وسيلة، بوساطة متابعة الفرد لما تعرضه وسائل الإعلام من أطر إعلامية يتأثر بها بشكل ما لإعطاء معانٍ وتفسير لتلك القضية"⁽²⁵⁾.

وحدد كل من (سيمتكو وفالكن بوج Semetko & Valkenburg, 2000) خمسة أطر أكثر استخداماً في التغطية الإعلامية، وهي: إطار الصراع، والاهتمامات الإنسانية، والتأثيرات الاقتصادية، والجوانب الأخلاقية، والمسؤولية⁽²⁶⁾.

1 – إطار المسؤولية Responsibility Frame:

وهو الإطار الذي تهتم فيه الوسيلة الإعلامية بتحميل سبب المشكلة أو حلها لفرد أو جهة ما لإلقاء المسؤولية عليها، وإن كان وضع الخبر في إطار المسؤولية لا يتم بشكل مباشر، وهو ما يؤدي إلى صعوبة قياسه، ففي الغالب تسند المسؤولية بشكل ضمني وليس صريح، وتعتمد أغلب الأخبار التي تدخل في هذا الإطار على وعي الجمهور أكثر من التصريح المباشر بالمسؤول عن الحدث⁽²⁷⁾.

2 – إطار الصراع Conflict Frame:

ويبرز هذا الإطار الاختلاف والنزاع بين الجماعات والقوى السياسية كنوع من أنواع جذب انتباه الجمهور نحو قضية ما، وقد أثبتت عديد من الدراسات الغربية أن إطار

الصراع الأكثر انتشاراً واستخداماً في التغطية الإخبارية للقضايا⁽²⁸⁾، حيث يُعد أحد أهم المعايير والقيم التي تقاس بواسطتها الأحداث التي تصلح أن تكون قصصاً إخبارية مهمة، وتوجد أنواع للصراع: إما صراع عنيف، أو صراع متوسط، أو صراع محدود⁽²⁹⁾.

3- الإطار الإنساني Human Frame:

يضيف الإطار الإنساني الصبغة الإنسانية والعاطفية على القضية التي تطرح بواسطته، وذلك عن طريق الربط بين الحدث أو القضية وعناصر عاطفية وجوانب إنسانية، ويأتي هذا الإطار في المرتبة الثانية من حيث انتشار استخدامه في التغطية الإخبارية للقضايا، ويمكن تفسير ذلك بأنه في ظل التنافس الإعلامي الحاد على جذب انتباه الرأي العام واهتمامه، فإن هذا النوع من الأطر الإعلامية يحقق التأثير بجدارة عبر تشخيصه للحدث أو القضية، وإضفاء الصبغة العاطفية عليها⁽³⁰⁾.

4- إطار النتائج الاقتصادية Economic Consequences Frame:

ويركز هذا الإطار على القضية عبر التأثيرات الاقتصادية، حيث يعنى بوضع الأحداث والقضايا في إطار مفهوم العواقب التي ستحدث اقتصادياً وتؤثر على الأفراد والجماعات والمنظمات والدول⁽³¹⁾.

5- الإطار الأخلاقي Morality Frame:

ويقدم هذا الإطار الحدث أو القضية بواسطة اعتبارات (دينية أو أخلاقية)، وغالباً يعرض هذا الإطار بشكل غير مباشر باستخدامه إطاراً مرجعياً في القضية، وقد أوضحت بعض الدراسات أن هذا الإطار يسيطر بشكل ما على عقول الجمهور عبر تقييمهم للقضايا المعروضة أكثر من استخدامه وعرضه في النص الإخباري، أي أنه بذلك يوجه الأفراد بشكل قوي نحو التفاعل مع الحدث⁽³²⁾.

آليات وضع الإطار الإعلامي:

يركز الإطار الإعلامي على أحد جوانب الحدث أو إغفالها باستخدام بعض الآليات التي توظفها وسائل الإعلام في بناء الأطر الإعلامية، ومن أهم هذه الآليات:

1- آلية الانتقاء: وفيه ينتقي القائم بالاتصال بعض العناصر والمعلومات والصور المرئية، التي يراها جديرة بالذكر من وجهة نظره، والتركيز على بعض الجوانب دون غيرها تأويلاً للحدث.

2- آلية الاستبعاد أو الإغفال: فهي تتطوي على إغفال بعض المعلومات، سواء عن عمد أو جهل، وهي الوجه المقابل لآلية الانتقاء.

3-آلية الإبراز: وهي تعكس قيام وسائل الإعلام بنوع من الاختيار، بانتقاء بعض الجوانب والتركيز عليها بحيث تظل باقية في الأذهان، بالتكرار أو الربط بينها وبين الموز الثقافية، مما يطرح في النهاية قراءة معينة للحدث⁽³³⁾.

4-آلية الاستعارات: والكلمات الدالة، واللغة المجازية، لكي تضيف على الأحداث نوعاً من التهويل والتضخيم، أو التهوين، بخلاف الواقع، ويكمن جوهر التأطير في المبالغة والتهويل لعناصر تصوير الواقع⁽³⁴⁾.

5-التلميحات الاجتماعية: حيث يعتمد تشكيل الأطر الإعلامية للرسائل والنصوص على الرموز والمعاني السائدة والتلميحات الاجتماعية التي تستخدمها وسائل الإعلام لنشر الأفكار المستهدفة⁽³⁵⁾.

6-آليات الشكل: كالصور الثابتة والمتحركة، والعناوين، والتكرار، والكلمات الداعمة، وغيرها⁽³⁶⁾.

توظيف نظرية الإطار الإعلامي في الدراسة الحالية:

وُظِّفَت نظرية الإطار الإعلامي في الدراسة الحالية من ناحية مضمون وشكل الأطر الإعلامية التي استخدمتها البرامج الحوارية عينة الدراسة، وتوظيف هذه الأطر في معالجة قضية التغيرات المناخية، كذلك آليات التأطير التي استعان بها القائم بالاتصال في عرض ومعالجة قضية التغيرات المناخية، وتوظيف الأدوات العاطفية والعقلانية في تشكيل الإطار.

الإطار المعرفي للدراسة: (التغيرات المناخية- الأسباب- المخاطر- طرق المواجهة):

يقصد بتغير المناخ التحولات طويلة الأجل في درجات الحرارة وأنماط الطقس، وقد تكون هذه التحولات طبيعية فتحدث، على سبيل المثال، بالتغيرات في الدورة الشمسية، ولكن، منذ القرن التاسع عشر، أصبحت الأنشطة البشرية المسبب الرئيس لتغير المناخ⁽³⁷⁾، كما يُعرف أيضاً بأنه الطقس المعتاد في مكان ما في فتر زمنية معينة تتراوح بين عدة أشهر وآلاف أو ملايين السنين، وتُعد الفترة التقليدية 30 عاماً، ويشمل أنماط درجة الحرارة، وهطول الأمطار، والرطوبة، والرياح، والمواسم المختلفة، وتؤدي الأنماط المناخية دوراً محورياً في تشكيل الأنظمة الطبيعية، وكذلك الاقتصادات والثقافات البشرية التي تعتمد عليها، ويتمثل التغير المناخي في عدة طرق مختلفة من بينها التغيرات في درجة الحرارة، ومعدلات هطول الأمطار، ومنسوب مياه البحر، فضلاً عن التغير الطبيعي الملاحظ في فترات زمنية مماثلة⁽³⁸⁾.

أسباب التغيرات المناخية:

يوجد شبه إجماع في الدوائر العلمية على عدد من الحقائق المرتبطة بقضية التغيرات المناخية العالمية، من أبرزها: أن متوسط درجة حرارة الأرض أخذ في الارتفاع بمعدل غير مسبوق، وأن الأنشطة البشرية المتمثلة في استخدام الوقود الأحفوري (الفحم- النفط- الغاز الطبيعي) وإزالة الغابات المحرك الرئيس لهذا الاحترار العالمي السريع وتغير المناخ، حيث أدت هذه الأنشطة إلى زيادة كبيرة في كمية الغازات المسببة للاحتباس الحراري، وخاصة ثاني أكسيد الكربون، في الغلاف الجوي، مما تسبب في ارتفاع درجة حرارة الكوكب، ومن المتوقع أن يكون لهذا الاحترار عواقب بيئية كارثية إذا استمرت درجة الحرارة العالمية في الارتفاع بالوتيرة الحالية⁽³⁹⁾.

أثر التغيرات المناخية على الدول النامية:

الدول النامية هي الأكثر عرضة للآثار الضارة للتغيرات المناخية، كالفيضانات، والجفاف، وحرائق الغابات، وسيكون الوفاء باحتياجات هذه الدول نقطة محورية في مفاوضات قمة هذا العالم، وتطلب تلك البلاد من الدول الغنية الوفاء بتعهداتها بتقديم 100 مليار دولار سنوياً لمساعدتها في التأقلم مع التغيرات المناخية، كما تطلب الاعتراف بالأضرار والخسائر التي تعرضت لها⁽⁴⁰⁾.

المخاطر المترتبة على التغيرات المناخية:

هناك عديد من المخاطر الشديدة المترتبة على التغيرات المناخية، منها: موجات الحر الشديد التي تؤدي إلى زيادة الأمراض والوفيات نتيجة ضربات الشمس وغيرها، والجفاف والفيضانات، التي ستؤدي إلى تراجع إنتاجية المحاصيل الزراعية، ومن ثم حدوث نقص في الغذاء، إضافة إلى ذوبان الجليد في القطب الشمالي وارتفاع منسوب مياه البحار، مما سيؤدي إلى غرق كثير من المناطق الساحلية في العقود القادمة، وتغير المحيطات، والقضاء على ما يصل إلى 90% من الشعاب المرجانية، وستصبح المحيطات أكثر حمضية، وانخفاض إنتاجية مصائد الأسماك في العالم، كما سينقرض مزيد من الحشرات والنباتات والفقاريات بفعل التغير المناخي⁽⁴¹⁾.

الاستراتيجيات والخطط الوطنية للتعامل مع التغيرات المناخية:

على المستوى الاستراتيجي، أعدت مصر استراتيجيتها الوطنية الأولى للتكيف مع التغيرات المناخية والحد من مخاطر الكوارث في عام 2011، عبر مركز الحد من الكوارث التابع لمركز دعم واتخاذ القرار بمجلس الوزراء، بالتعاون مع وزارة البيئة وبرنامج

الأمم المتحدة الإنمائي، كما أصدرت مصر استراتيجيتها للتنمية المستدامة (رؤية مصر 2030) عام 2016، وفي عام 2018 أصدرت مصر الاستراتيجية الأولى للتنمية منخفضة الانبعاثات، التي تهدف إلى تحقيق نمو اقتصادي أقل انبعاثاً للكربون (اقتصاد أخضر)، وقد اعتمدت وجرّ تحديثها في ضوء المستجدات الوطنية وزيادة الاهتمام الوطني والدولي بمعايير الاستدامة، والنمو الاقتصادي، واستجابة للعمل الدولي في مجال التغيرات المناخية، أصدرت الدولة عبر وزارة البيئة أول تقرير لتحديد الإسهامات المحددة وطنياً للعمل المناخي في مصر، وتقديمها إلى مؤتمر الأمم المتحدة لتغير المناخ في دورته التي عقدت بباريس عام 2015، وقد انتهت الدولة مؤخراً من إعداد أول استراتيجية وطنية للتغيرات المناخية، وتحديث كل من استراتيجية التنمية منخفضة الانبعاثات، وتقرير الإسهامات الوطنية، وقدمت هذه الدراسات إلى مؤتمر الأمم المتحدة للتغيرات المناخية الذي عُقد بمصر في مدينة شرم الشيخ⁽⁴²⁾.

مصطلحات الدراسة ومفاهيمها:

- 1- **أطر المعالجة البرمجية:** هي الطريقة التي قدمت بها البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية مواداً ومعلومات تتعلق بالتغيرات المناخية.
- 2- **البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية الخاصة:** هي البرامج التي تناقش أهم القضايا الموجودة على الساحة بواسطة أطر معينة، ومنها قضية التغيرات المناخية، وتداع في القنوات التي تمتلكها جهات خاصة غير حكومية، تبث من داخل أرض مصر.
- 3- **التغيرات المناخية:** هي التغيرات التي تؤدي إلى حدوث خلل في تكوين الغلاف الجوي، إضافة إلى التقلب الطبيعي للمناخ، على فترات زمنية متماثلة، بسبب ارتفاع درجات الحرارة، والنشاط البشري.

نتائج الدراسة التحليلية:

1- إجمالي عدد الفقرات التي تناولت قضية التغيرات المناخية بالبرامج الحوارية عينة الدراسة:

جدول (1)

عدد الفقرات التي تناولت قضية التغيرات المناخية بالبرامج الحوارية عينة الدراسة

القناة	ك	%
ON	127	68.3
مصر mbc	59	31.7
الإجمالي	186	100.0

تشير بيانات الجدول السابق إلى: اهتمام البرامج الحوارية عينة الدراسة بمعالجة قضية التغيرات المناخية في فترة عرض مؤتمر التغيرات المناخية (COP27)؛ حيث بلغ إجمالي عدد الفقرات التي حُلَّت (186) فقرة برامجية، وجاءت قناة (ON) في الترتيب الأول بنسبة (68,3 %)، بينما جاءت قناة (مصر mbc) في الترتيب الثاني بنسبة (31,7 %).

وربما يرجع ذلك إلى أهمية قضية التغيرات المناخية كجزء من خطة التنمية المستدامة التي توليها الدولة المصرية اهتماماً كبيراً في الفترة الحالية، تزامناً مع استضافة مصر مؤتمر التغيرات المناخية (COP27) في مدينة شرم الشيخ المصرية، وعلى مستوى برامج الدراسة: فيرجع السبب في ترتيب برنامج كلمة أخيرة على قناة (ON) إلى التغطية المباشرة للبرنامج من شرم الشيخ في الأيام الثلاث الأولى للمؤتمر، واستضافة عديد من ضيوف المؤتمر في فقرات البرنامج.

2- المدة الزمنية للموضوعات المتعلقة بقضية التغيرات المناخية:

جدول (2)

إجمالي المدة الزمنية للموضوعات المتعلقة بقضية التغيرات المناخية

المجموع	القناة				الزمن
	مصر mbc		ON		
%	ك	%	ك	%	ك
35.8 %	719	31.8 %	281	38.9 %	438
64.2 %	1291	68.2 %	604	61.1 %	687
100.0 %	2010	100.0 %	885	100.0 %	1125

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن إجمالي المدة الزمنية للموضوعات المتعلقة بقضية التغيرات المناخية جاءت بنسبة (35,8 %) من إجمالي المدة الزمنية التي حُلَّت بداية من أول نوفمبر إلى 30 من نوفمبر 2022، وهو الشهر الذي استضافت فيه مصر مؤتمر قمة المناخ (COP27) بمدينة شرم الشيخ، وتدل هذه النتيجة على أن قضية التغيرات المناخية لاقت اهتماماً كبيراً في المعالجة البرمجية، وعلى مستوى برامج الدراسة، جاء برنامج قناة (ON) في الترتيب الأول لمعالجة القضية بنسبة (38,9 %)، يليه برنامج قناة (مصر mbc) في الترتيب الثاني بنسبة (31,8 %).

3- اللغة المستخدمة في البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية عينة الدراسة: جدول (3)

اللغة المستخدمة في البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية عينة الدراسة

المجموع	القناة				اللغة المستخدمة	
	مصر mbc		ON			
%	ك	%	ك	%	ك	
25.8 %	48	0.0 %	0	37.8 %	48	فصحى مبسطة
7.5 %	14	15.3 %	9	3.9 %	5	عامية
37.1 %	69	3.4 %	2	52.8 %	67	فصحى مبسطة+ عامية+ مفردات أجنبية
29.6 %	55	81.4 %	48	5.5 %	7	عامية+ مفردات أجنبية
100.0 %	186	100.0 %	59	100.0 %	127	المجموع

كا=133.986 درجات الحرية=3 مستوى الدلالة=0.001 معامل التوافق=0.647
تشير بيانات الجدول السابق إلى: تصدر لغة (فصحى مبسطة+ عامية+ مفردات أجنبية) الترتيب الأول للبرامج الحوارية عينة الدراسة بنسبة (37,1 %)، يليها (عامية+ مفردات أجنبية) في الترتيب الثاني بنسبة (29,6 %)، ثم لغة (فصحى مبسطة) في الترتيب الثالث بنسبة (25,8 %)، بينما جاءت اللغة (العامية) في الترتيب الأخير بنسبة (7,5 %).

ويرجع السبب في ذلك إلى أن الفصحى المبسطة إضافة إلى اللغة العامية، لغة سهلة تناسب جميع فئات المجتمع، مع استخدام بعض المصطلحات الأجنبية القليلة الخاصة

بقضية التغيرات المناخية، أما برامج الدراسة فقد تصدرت اللغة (الفصحى+ العامية+ المفردات الأجنبية) الترتيب الأول في برنامج آخر الكلام على قناة (ON)، ويرجع السبب في ذلك إلى الترجمة الصوتية لكثير من الفقرات التي استضاف فيها البرنامج عدداً من وفود وضيوف البرنامج غير المصريين باللغة الفصحى المبسطة، واستخدام اللغة العامية في التعقيب على اللقاءات، وتوجيه الأسئلة وبقية الفقرات الأخرى، مع بعض المفردات الأجنبية التي كان يتلفظ بها الضيوف والخاصة بالتغيرات المناخية، أما برنامج الحكاية فقد تصدرت اللغة (العامية+ المفردات الأجنبية)، التي جاءت في الترتيب الأول بنسبة (81,4%)، ويرجع السبب في ذلك إلى اعتماد مقدم البرنامج على التعليق على قضية التغيرات المناخية بعرض العناصر التثقيفية للبرنامج، واختلاف المعالجة اللغوية المستخدمة في البرنامج عن البرنامج الأول، وعدم الاعتماد على التنوع في التقديم.

وبإجراء اختبار كا² تبين وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين البرامج الحوارية محل الدراسة واللغة المستخدمة، حيث بلغت قيمة كا² 133.986 عند مستوى معنوية 0,001 وقد بلغت قيمة التوافق 0.647.

4-القالب البرامجي المستخدم في البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية عينة الدراسة: جدول (4)

القالب البرامجي المستخدم في البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية عينة الدراسة

المجموع		القناة				القالب البرامجي
		مصر mbc		ON		
%	ك	%	ك	%	ك	
10.2 %	19	0.0 %	0	15.0 %	19	حوار رأي
40.3 %	75	15.3 %	9	52.0 %	66	حوار معلومة
42.5 %	79	76.3 %	45	26.8 %	34	حديث مباشر
7.0 %	13	8.5 %	5	6.3 %	8	أكثر من شكل
100.0 %	186	100.0 %	59	100.0 %	127	المجموع

كا²=45.806 درجات الحرية=3 مستوى الدلالة=0.001 معامل التوافق=0.445 تشير بيانات الجدول السابق إلى: أن قالب (الحديث المباشر) تصدر ترتيب برامج الدراسة بنسبة (42,5%)، يليه (حوار المعلومة) في الترتيب الثاني بنسبة (40,3%)،

ثم قالب (حوار الرأي) في الترتيب الثالث بنسبة (10,2%)، بينما جاء (أكثر من شكل) في الترتيب الرابع والأخير بنسبة (7,0%).

ويرجع السبب في ذلك إلى أن الحديث المباشر يتيح مجالاً للمتحدث لتناول قضية التغيرات المناخية من نواحٍ متعددة، وعدم ارتباطه وتحديدته بشكل معين.

وبالنسبة لبرامج الدراسة، تصدر (حوار المعلومة) على قناة (ON) الترتيب الأول بنسبة (52,0%)، بينما جاء قالب (الحديث المباشر) في الترتيب الأول على قناة (مصر mbc) بنسبة (76,3%). وربما يعود ذلك إلى ملاءمة قالب حوار المعلومة لطبيعة قضية الدراسة، التي تعد قضية حديثة نسبياً على مسامع الشعب المصري؛ تحتاج إلى مزيد من الشرح والتفسير لأبعاد القضية، وبيان أسبابها ومخاطرها لتوعية الجماهير بالسلوكيات الصحيحة التي تحميهم من أضرار التغيرات المناخية، حيث اعتمدت قناة (ON) في المعالجة الإعلامية على استضافة كثير من المتخصصين من ضيوف المؤتمر، سواء المصريين أو غيرهم لأخذ آرائهم حول قضية التغيرات المناخية من مختلف النواحي، بينما اعتمدت قناة (مصر mbc) على التغطية الإعلامية للمؤتمر من داخل الاستوديو، والتعليق على أحداث المؤتمر من داخل استوديو القناة.

وبإجراء اختبار كا² تبين وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين البرامج الحوارية محل الدراسة، والقالب البرامجي المستخدم في معالجة قضية التغيرات المناخية، حيث بلغت قيمة كا² 45.806 عند مستوى معنوية 0,001 وقد بلغت قيمة التوافق 0.445.

5-العناصر الترويجية المستخدمة في البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية عينة الدراسة:

جدول (5)

العناصر الترويجية المستخدمة في البرامج الحوارية عينة الدراسة

معامل فاي	مستوى المعنوية	درجة الحرية	كا 2	المجموع	القناة		عناصر الترويج
					مصر mbc	ON	
.237	.001	1	10.411	166	59	107	ك
				89.2 %	% 100.0	84.3 %	%
.629	.001	1	73.546	38	34	4	ك
				20.4 %	% 57.6	% 3.1	%
.331	.001	1	20.358	9	9	0	ك
				% 4.8	% 15.3	% 0.0	%
.510	.001	1	48.430	137	24	113	ك
				73.7 %	% 40.7	89.0 %	%
.472	.001	1	41.510	103	53	50	ك
				55.4 %	% 89.8	39.4 %	%
.202	.006	1	7.579	122	47	75	ك
				65.6 %	% 79.7	% 59.1	%
-	.111	1	2.547	15	2	13	ك
				% 8.1	% 3.4	% 10.2	%
.144	.049	1	3.884	8	0	8	ك
				% 4.3	% 0.0	% 6.3	%
.250	.001	1	11.592	22	0	22	ك
				% 11.8	% 0.0	% 17.3	%

معامل فاي	مستوى المعنوية	درجة الحرية	كا2	المجموع	القناة		عناصر التشويق	
					مصر mbc	ON		
.323	.001	1	19.463	24 % 12.9	17 % 28.8	7 % 5.5	ك	إبراز الاستعدادات للمؤتمر
-	.156	1	2.011	25 % 13.4	11 % 18.6	14 % 11.0	ك	
-	.494	1	.467	1 % 0.5	0 % 0.0	1 % 0.8	ك	مداخلات مع متخصصين
.350	.001	1	22.743	15 % 8.1	13 % 22.0	2 % 1.6	ك	مداخلات مراسلي القناة
				186	59	127	ن	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلى: تصدر (لقطات الفيديو الأرشيفية) في الترتيب الأول لبرامج الدراسة ضمن العناصر التشويقية المستخدمة لجذب الجمهور بنسبة (2,89%)، وربما يرجع ذلك إلى طبيعية الوسيلة الإعلامية عينة الدراسة، التي تعتمد على الصوت والصورة لجذب الجماهير والتأثير فيها، إضافة إلى أنها تؤدي إلى التنوع في التناول والمعالجة، وكان من أبرز الفيديوهات التي استعانت بها برامج الدراسة، تلك التي كانت تعبر عن أجزاء مسجلة من المؤتمر، سواء للخطاب الذي ألقاه رئيس الجمهورية، أو غيره من ممثلي وفود المؤتمر الرسميين وغير الرسميين، بينما جاء (كتابة مصدر المعلومة على الشاشة) في الترتيب الثاني لبرامج الدراسة بنسبة (73.7%)، وربما يعود ذلك إلى شد انتباه المشاهد إلى أهمية ضيف البرنامج وعلاقته بالتغيرات المناخية، مما يحفزه إلى الاهتمام والتركيز مع كلام الضيف، بينما جاءت (كتابة عناوين على الشاشة) في الترتيب الثالث لبرامج الدراسة بنسبة (65,6%)، وذلك نظراً لأهمية تلخيص النقاط المهمة والعناصر التي تشير إليها القوى الفاعلة عند التحدث عن قضية التغيرات المناخية في شد انتباه الجمهور لأهمية الموضوع، وكان من أبرز العناوين التي جاءت على قناة (ON) في حلقة 20 نوفمبر 2022:

-مؤتمر المناخ (COP27) يدعو الدول للحفاظ على درجة حرارة الأرض عند 1,5 درجة.
 -122 من قادة وزعماء العالم، 66 ألف شاركوا في قمة المناخ (COP27).
 -أمين عام الأمم المتحدة: كوكبنا لا يزال في قسم الطوارئ ونحتاج لخفض ضروري
 للانبعاثات.
 وكان من أهم عناوين قناة (مصر mbc) بمؤتمر التغيرات المناخية في حلقة 11/4 /
 2022:

- 40 ألف شخص متوقع مشاركتهم في قمة المناخ بشرم الشيخ.
 -قمة المناخ يحضرها سنوياً 197 دولة تقريباً.

بينما جاءت (مشاهد من المؤتمر) في الترتيب الرابع لبرامج الدراسة بنسبة (55,4%)،
 يليها (الصور الثابتة) بنسبة (20,4%)، ثم (المدخلات التليفونية) بنسبة (13,4%)،
 ثم (إبراز الاستعدادات للمؤتمر) بنسبة (12,9%)، ثم (إجراء مقابلات مع ضيوف
 البرنامج) بنسبة (11,8%)، بينما جاءت المدخلات مع المتخصصين عبر (zoom) في
 الترتيب الأخير بنسبة (0,5%) للبرامج الحوارية عينة الدراسة.
 وفي برامج الدراسة، تصدرت لقطات فيديو أرشيفية الترتيب الأول لبرنامجي الدراسة
 بنسبة (100%) لبرنامج الحكاية على قناة (مصر mbc)، بنسبة (84,3%) لبرنامج
 كلمة أخيرة على قناة (ON) المصرية.

وبإجراء التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق، تبين وجود علاقة دالة إحصائياً بين
 برنامجي الدراسة، من حيث عناصر التشويق المستخدمة في الفقرات البرمجية التي
 تناولت قضية التغيرات المناخية، وهي: (لقطات فيديو أرشيفية، وصور ثابتة، ورسوم
 توضيحية وبيانية، وكتابة مصدر المعلومة، ومشاهد من المؤتمر، وكتابة عناوين على
 الشاشة، واستخدام الموسيقى والمؤثرات الصوتية، وإجراء مقابلات مع ضيوف المؤتمر،
 وإبراز الاستعدادات للمؤتمر، ومدخلات مراسلي القناة)، بينما لا توجد علاقة دالة
 إحصائياً بين برنامجي الدراسة وكل من: (تقارير وثائقية، وإجراء مدخلات مع
 متخصصين عبر التليفون أو zoom).

6-ترتيب عرض قضية التغيرات المناخية بالبرامج الحوارية عينة الدراسة:
جدول (6)

ترتيب عرض قضية التغيرات المناخية بالبرامج الحوارية عينة الدراسة

المجموع		القناة				ترتيب عرض القضية
		مصر mbc		ON		
%	ك	%	ك	%	ك	
38.2 %	71	83.1 %	49	17.3 %	22	أول البرنامج
7.0 %	13	8.5 %	5	6.3 %	8	وسطه
2.7 %	5	8.5 %	5	0.0 %	0	نهايته
52.2 %	97	0.0 %	0	76.4 %	97	كل الحلقة
100.0 %	186	100.0 %	59	100.0 %	127	المجموع

كا=2 101.691 درجات الحرية=3 مستوى الدلالة=0.001 معامل التوافق=0.595

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن قضية التغيرات المناخية، من حيث ترتيب عرضها في برامج الدراسة، جاءت (كل الحلقة) في الترتيب الأول بنسبة (52,2 %)، ثم عرض القضية أول البرنامج في الترتيب الثاني بنسبة (38,2 %)، ثم عرض القضية في (وسط البرنامج) في الترتيب الثالث بنسبة (7,0 %)، بينما جاء عرض القضية في (نهاية البرنامج) في الترتيب الأخير بنسبة (2,7 %)، وتعد هذه النتيجة دليلاً على اهتمام البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية بمعالجة قضية التغيرات المناخية، نظراً لما تمثله من اهتمام دولي، ولما لها من مخاطر في المستقبل على حياة البشرية أجمع.

أما برامج الدراسة، فقد تصدر عرض قضية التغيرات المناخية في برنامج كلمة أخيرة على قناة (ON) (كل الحلقة) الترتيب الأول بنسبة (76,4 %)، حيث أقامت لميس الحديدي، مقدمة البرنامج، ثلاث ليالٍ في مدينة شرم الشيخ لتغطية المؤتمر، مما نتج عنه تنوع الفقرات والمعالجة الإعلامية، بينما تصدر عرض القضية (أول البرنامج) في برنامج الحكاية المعروف على قناة (مصر mbc) بنسبة (83,1 %)، وهذا يدل أيضاً على أهمية القضية، ليس على المستوى المحلي؛ بل على المستوى الدولي أيضاً.

وبإجراء اختبار كا² تبين وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين البرامج الحوارية محل الدراسة وترتيب عرض قضية التغيرات المناخية بالبرامج عينة الدراسة، حيث بلغت قيمة كا² 101.691 عند مستوى معنوية 0,001 وقد بلغت قيمة التوافق 0.595.

7- الإطار الجغرافي المستخدم في تناول القضية:

جدول (7)

الإطار الجغرافي المستخدم في تناول القضية

المجموع	القناة					الإطار الجغرافي للقضية
	مصر mbc		ON			
%	ك	%	ك	%	ك	
27.9 %	52	32.2 %	19	25,9 %	33	على المستوى المحلي
5.9 %	11	0.0 %	0	8.7 %	11	على المستوى القاري
66.1 %	123	67.8 %	40	65.4 %	83	على المستوى العالمي
100.0 %	186	100.0 %	59	100.0 %	127	المجموع

كا²=6.332 درجات الحرية=3 مستوى الدلالة=0.097 غير دالة

تشير بيانات الجدول السابق إلى تنوع الأطر الإعلامية المستخدمة في معالجة قضية التغيرات المناخية، حيث تصدر إطار (المستوى العالمي) في الترتيب الأول لبرامج الدراسة من حيث الإطار الجغرافي المستخدم لعرض القضية بنسبة (66,1 %)، يليه إطار (المستوى المحلي) في الترتيب الثاني بنسبة (27,9 %)، بينما جاء إطار التناول على (المستوى القاري) في الترتيب الثالث والأخير بنسبة (5,9 %)، ولعل ذلك يرجع إلى أن قضية التغيرات المناخية تمس اهتمامات دول العالم، كما أن مخاطرها تلاحق كل دول العالم، على الرغم من وجود دول أقل تأثيراً في التغيرات المناخية، مثل الدول الإفريقية؛ إلا أنها تتأثر بمخاطر التغيرات المناخية، فهي قضية عالمية بالمستوى الأول.

وفي برامج الدراسة، تصدر الإطار الجغرافي (على المستوى العالمي) الترتيب الأول بنسبة (65,4 %) بقناة (ON)، وبنسبة (67,8 %) بقناة مصر mbc، وتؤكد هذه النتيجة نتيجة الجدول السابق، التي أثبتت تناول القضية على مدار حلقة البرنامج، وفي أول الحلقة، مما يؤكد أهمية القضية على المستوى العالمي.

وبإجراء اختبار كا² تبين عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين البرامج الحوارية محل الدراسة والإطار الجغرافي المستخدم في معالجة قضية التغيرات المناخية، حيث بلغت قيمة كا² 6.332 عند مستوى معنوية 0,097، وهي غير دالة.

8-نوع الأطر الإعلامية المستخدمة في معالجة قضية التغيرات المناخية:

جدول (8)

أنواع الأطر الإعلامية المستخدمة في معالجة قضية التغيرات المناخية

معامل فاي	مستوى المعنوية	درجة الحرية	كا ²	المجموع	القناة		الأطر المستخدمة
					مصر mbc	ON	
-	.069	1	3.296	161 % 86.6	55 % 93.2	106 % 83.5	ك %
-	.244	1	11.110	134 % 72.0	52 % 88.1	82 % 64.6	ك %
-	.156	1	2.011	93 % 50.0	34 % 57.6	59 % 46.5	ك %
-	.312	1	1.021	7 % 3.8	1 % 1.7	6 % 4.7	ك %
-	.202	1	7.626	6 % 3.2	5 % 8.5	1 % 0.8	ك %
-	.066	1	3.379	7 % 3.8	0 % 0.0	7 % 5.5	ك %
				186	59	127	ن

تشير بيانات الجدول السابق إلى تصدر إطار (آليات الحلول والمواجهة) في الترتيب الأول لبرامج الدراسة بنسبة (86,6%)، يليه إطار (المسؤولية) في الترتيب الثاني بنسبة (72,0%)، ثم (أطر الأسباب) في الترتيب الثالث بنسبة (50,0%)، بينما جاء إطارا (الصراع)، و(الحقائق المجردة) معاً في الترتيب الرابع بنسبة (3,8%)، في حين جاء (إطار الاهتمام الدولي) في الترتيب الأخير بنسبة (3,2%).

وربما يرجع السبب في ذلك إلى أن الهدف من انعقاد هذا المؤتمر هو البحث عن آليات للحلول لمواجهة قضية التغيرات المناخية، وقد أطلق على هذا المؤتمر "مؤتمر التنفيذ"،

حيث ركزت معظم فقرات البرنامج على تناول القضية من هذا الإطار، وإبراز دور الجهات المعنية لمواجهة قضية التغيرات المناخية.

وعلى مستوى برامج الدراسة، تصدر إطار (آليات الحلول والمواجهة) الترتيب الأول في برنامجي الدراسة، بنسبة (83,5 %) بقناة (ON)، وبنسبة (93,2 %) بقناة (مصر mbc).

ومن أبرز الأمثلة على ذلك، ما جاء في قناة (ON) في حلقة 6 نوفمبر 2022م بقاء مع د/ عمر العريني، الرئيس التنفيذي المؤسس لصندوق الأمم المتحدة لحماية طبقة الأوزون، وعضو مجلس إدارة صندوق المناخ الأخضر:

"في مصر، بدأنا بالفعل محطة بانبان في أسوان، وهي أكبر محطات توليد الكهرباء بالطاقة الشمسية، لدينا التقنية، والتكنولوجيا ليست معدات فقط، بل لدينا كوادر مدربة تدريباً جيداً على المستوى اللائق لتنفيذ هذه المحطات، وفي الخطة المصرية 2030 حوالي 40 % من الكهرباء ستكون من مصادر غير تقليدية".

وفي حلقة 20 نوفمبر 2022، كلمة وزير الخارجية سامح شكري في نهاية الجلسة الختامية للمؤتمر:

"ما حققه هذا المؤتمر هو التأكيد الحي بما أطلق أن مؤتمر شرم الشيخ مؤتمر التنفيذ، وتجسد ذلك في النجاح بعد مشاورات مطولة ودقيقة، بأن يضع على جدول الأعمال قضية الخسائر والأضرار لمواجهة التحديات الضخمة، وتعرض عديد من دول العالم، خاصة الدول النامية، للتبعات السلبية المرتبطة بقضية التغيرات المناخية".

وفي حلقة 11 نوفمبر على قناة مصر mbc، مداخلة د/ هاني سويلم، وزير الموارد المالية:

"تقوم الدولة المصرية بعمل مشروعات كثيرة على طول شاطئ الإسكندرية، وهناك حماية غاطسة وحواجر خرسانية للتكيف مع التغيرات المائية، وهناك مشروعات أيضاً لتأهيل الترع للمحافظة على كل قطرة ماء لمواجهة التغيرات المناخية والزيادة السكانية".

ومما جاء في إطار المسؤولية على قناة (ON) في حلقة 19 نوفمبر 2022:

"التعامل مع التغيرات المناخية يرتبط بالمسؤولية التاريخية للدول الصناعية الكبرى، فهي المسؤولة عن التمويل ومساعدة الدول النامية، ومواجهة التغيرات المناخية، وتوفير التكنولوجيا المطلوبة لتحقيق عملية التحول التقني والتكنولوجي".

وبإجراء اختبار كا² تبين وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين البرامج الحوارية محل الدراسة وأنواع الأطر الإعلامية المستخدمة في معالجة قضية التغيرات المناخية، من حيث (إطار المسؤولية- إطار الاهتمام الإنسانية)، كما تبين عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين البرامج الحوارية محل الدراسة وأنواع الأطر الإعلامية المستخدمة وكل من (أطر آليات الحلول والمواجهة- أطر الأسباب- إطار الصراع- أطر الحقائق المجردة)، فهي غير دالة.

9- التعمق في معالجة قضية التغيرات المناخية:

جدول (9)

التعمق في معالجة قضية التغيرات المناخية بالبرامج الحوارية محل الدراسة

المجموع	القناة				درجة التعمق	
	مصر mbc		ON			
%	ك	%	ك	%	ك	
57.0 %	106	57.6 %	34	56.7 %	72	سطحية
41.4 %	77	42.4 %	25	40.9 %	52	متوسطة
1.6 %	3	0.0 %	0	2.4 %	3	متعمقة
100.0 %	186	100.0 %	59	100.0 %	127	المجموع

كا²=1.420 درجات الحرية=2 مستوى الدلالة=0.492 غير دالة

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن درجة التعمق السطحية جاءت في الترتيب الأول بالبرامج الحوارية في الفضائيات المصرية عينة الدراسة بنسبة (57,0 %)، يليها درجة التعمق (المتوسطة) بنسبة (41,1 %)، ثم الدرجة (المتعمقة) في الترتيب الثالث والأخير بنسبة (1,6 %).

وربما يعود السبب في ذلك إلى أن معظم فقرات البرامج الحوارية عينة الدراسة ركزت على الحلول المتعلقة بقضية التغيرات المناخية، ولم تتطرق للأسباب والحلول والمخاطر

معاً بشكل كبير، حيث ذُكر أن المؤتمرات السابقة كانت عبارة عن هتافات ولم يدخل أي منها حيز التنفيذ، ولكن هذا المؤتمر ركّز على تمويل صندوق النقد الدولي والاتحاد الأوروبي للدول التي ستقدم بمشروعات صديقة البيئة للتكيف وتقليل التغيرات المناخية. أما عينة الدراسة، فقد تصدرت درجة التعمق (السطحية) في البرنامجين عينة الدراسة بنسبة (56,7%)، و(57,6%) على التوالي، وتتفق هذه النتيجة مع النتيجة العامة للدراسة من حيث تركيز البرامج الحوارية على تأكيد الحلول التي وضعتها دول العالم بمختلف أنواعها للتكيف مع التغيرات المناخية، وتتفق أيضاً مع نتيجة الجدول السابق، التي أبرزت تصدر إطار آليات الحلول والمواجهة الترتيب الأول من حيث نوع الأطر المستخدمة في عرض ومعالجة قضية التغيرات المناخية.

وبإجراء اختبار كاي² تبين عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين البرامج الحوارية محل الدراسة ودرجة التعمق في عرض قضية التغيرات المناخية، من حيث (السطحية- المتوسطة-المتعمقة)، حيث بلغت قيمة كاي² 1,420 عند مستوى دلالة 0,492، وهي غير دالة.

10-الموضوعات المتعلقة بقضية التغيرات المناخية:

جدول (10)

الموضوعات المتعلقة بقضية التغيرات المناخية الواردة بالبرامج الحوارية عينة الدراسة

معاملي فاي	مستوي المعنوية	درجة الحرية	كا ²	المجموع	القناة		الموضوعات
					مصر mbc	ON	
.179	.015	1	5.959	12	0	12	ك
				% 6.5	% 0.0	% 9.4	%
.172	.019	1	5.530	5	4	1	ك
				% 2.7	% 6.8	% 0.8	%
-	.234	1	1.417	3	0	3	ك
				% 1.6	% 0.0	% 2.4	%
-	.234	1	1.417	3	0	3	ك
				% 1.6	% 0.0	% 2.4	%
-	.952	1	.004	3	1	2	ك
				% 1.6	% 1.7	% 1.6	%

معامل فاي	مستوى المعنوية	درجة الحرية	كا2	المجموع	القناة		الموضوعات
					مصر mbc	ON	
-	.563	1	.334	10	4	6	ك
				% 5.4	% 6.8	% 4.7	%
-	.146	1	2.112	22	4	18	ك
				11.8 %	% 6.8	% 14.2	%
-	.568	1	.326	5	1	4	ك
				% 2.7	% 1.7	% 3.1	%
.248	.001	1	11.459	20	13	7	ك
				10.8 %	% 22.0	% 5.5	%
-	.060	1	3.535	4	3	1	ك
				% 2.2	% 5.1	% 0.8	%
-	.855	1	.033	7	2	5	ك
				% 3.8	% 3.4	% 3.9	%
-	.421	1	.649	6	1	5	ك
				% 3.2	% 1.7	% 3.9	%
-	.633	1	.228	22	6	16	ك
				11.8 %	% 10.2	% 12.6	%
-	.952	1	.004	3	1	2	ك
				% 1.6	% 1.7	% 1.6	%
-	.618	1	.248	42	12	30	ك
				22.6 %	% 20.3	% 23.6	%
-	.168	1	1.899	4	0	4	ك
				% 2.2	% 0.0	% 3.1	%
-	.519	1	.417	7	3	4	ك
				% 3.8	% 5.1	% 3.1	%
-	.332	1	.939	2	0	2	ك
				% 1.1	% 0.0	% 1.6	%
				186	59	127	ن

تشير بيانات الجدول السابق إلى تصدر (قضية تمويل الخسائر والأضرار) في الترتيب الأول للبرامج الحوارية عينة الدراسة بنسبة (22,6%)، يليها (الاحتباس الحراري)، و(الاقتصاد الأخضر) في الترتيب الثاني بنسبة (11,8%) لكل منهما، ثم (استضافة مصر للمؤتمر) في الترتيب الثالث بنسبة (10,8%)، بينما جاءت (الأزمة الاقتصادية العالمية) في الترتيب الرابع بنسبة (6,5%)، يليها (الكوارث الطبيعية) بنسبة (5,4%)، بينما جاء كل من (أزمة نقص الغذاء-مكافحة الجريمة والمخدرات- التصحر-كورونا- أخرى) في المرتبة الأخيرة بنسبة (1,6%) لكل منها.

وقد تمثلت فئة أخرى بنسبة (1,6%) في عرض فقرتين، عبارة عن فيلمين وثائقين عن علاقة التغيرات المناخية بالمرأة والعنف ضدها بوصفها الحلقة الأضعف، وعلاقة مخاطر التغيرات المناخية بالأمراض التي ستتبع عن تغير المناخ، وأن 90% من الأمراض الناتجة عن التغيرات المناخية عرضة لأن يصاب بها الأطفال دون سن الخامسة.

وربما يرجع السبب في ذلك إلى أن الدول النامية والدول الإفريقية طالبت الدول المتقدمة بتمويلها مقابل الخسائر والأضرار التي تلحق بها إثر تبعات التغيرات المناخية، بينما تلك الدول تؤثر بنسبة لا تذكر في التغيرات المناخية، وتلحق بها أضرار التغيرات، فهذه هي المرة الأولى في مؤتمرات قمة المناخ التي تدرج فيها قضية تمويل الخسائر والأضرار، وبذلك، كان التركيز في المعالجة البرمجية على هذه القضية.

وعلى مستوى برامج الدراسة، فقد اتفقت البرامج الحوارية عينة الدراسة مع النتيجة العامة لتصدر قضية (تمويل الخسائر والأضرار) في الترتيب الأول بقناة (ON) بنسبة (23,6%)، وبنسبة (20,3%) بقناة مصر mbc، مما يؤكد أهمية هذا الموضوع وأنه كان يمثل نقطة محورية في مؤتمر التغيرات المناخية.

ومن أبرز الأمثلة التي جاءت في برنامج كلمة أخيرة على قناة (ON) في حلقة 2022/11/9، في حوار لميس الحديدي مع مياموتلي رئيسة وزراء باربادوس:

"يجب ألا نقلل من وضع قضية الخسائر والأضرار على جدول الأعمال، لأننا نحاول منذ سنوات وسيبقى ذلك دائماً في التاريخ، وأخيراً نجحت في وضعها على جدول الأعمال،

والآن ستُجرى المناقشات الحقيقية، وأعتقد أننا عززنا موقفنا في التصميم على هذه القضية التي يجب حلها".

وحلقة 2022/11/7، في حوار مع د/ مجدي علام، الخبير الدولي في مجال البيئة: "كانت هذه القضية كل مرة على رأس المطالب في كل COP، وهذه أول مرة تتم الموافقة عليها، وهي ذات طرفين: الأول من المتسبب في الأضرار، وما حجم هذه الأضرار والتمويل المطلوب، وهي مسؤولية واحدة وأدوار مختلفة؛ فالدول الصناعية الكبرى التي استفادت من الثورة الصناعية الكبرى على مدار 500 سنة تسببت في ظاهرة الانبعاثات غير المسبوقة، وقارة إفريقيا والدول العربية لم تسهم في هذه الملوثات، ولا أكاسيد الكربون، لأن انبعاثاتها كلها 4 %، لذلك نبحث عن التمويل الذي يأتي من الدول المتقدمة التي استفادت من الثورة الصناعية".

ومما قيل عن قضية الاقتصاد الأخضر على قناة (ON) في الحلقة ذاتها، كلمة الرئيس عبد الفتاح السيسي عن الهيدروجين الأخضر:

"يأتي الهيدروجين الأخضر كأحد أبرز الحلول على صعيد التوجه نحو الاقتصاد الأخضر خلال السنوات القادمة، بما يمثله من فرصة حقيقية للتنمية الاقتصادية المتوافقة مع جهود تغير المناخ وأهداف اتفاق باريس، وقد كانت مصر من أولى هذه الدول التي أدركت مبكراً الفرص المتاحة في هذا المجال استناداً إلى إمكاناتها الهائلة في إنتاج الطاقة النظيفة، التي ستحولها إلى مركز عالمي لإنتاج الهيدروجين الأخضر".

ومما قيل عن قضية نقص المياه على قناة مصر mbc في حلقة 2022/11/11، في كلمة د/ هاني سويلم، وزير الموارد المائية:

"هناك من يقول إن التغيرات المناخية لا علاقة لها بنقص المطر وزيادته، وأن مصر لا تعتمد على المطر بشكل كبير، ولن تتأثر بالتغيرات المناخية، ولكننا نحاول تغيير هذا الرأي، لأن 97 % من مياه مصر من دول حوض النيل، وبذلك، فمياه مصر من خارج حوضها، والآن يوجد جفاف في حوض النيل، فلا بد أن نعرف أسبابه، وأن نجهز أنفسنا لأي تغيير، وأن نهتم بالتنبؤات لزيادة المطر ونقصانه، ولذلك، فالتغيرات المناخية تؤثر علينا بشكل كبير".

وبإجراء اختبار كا² تبين وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين البرامج الحوارية عينة الدراسة وكل من: (الأزمة الاقتصادية العالمية- أزمة تلوث ونقص المياه- استضافة مصر للمؤتمر)، كما تبين عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين البرامج الحوارية عينة الدراسة وكل من: (أزمة نقص الغذاء- مكافحة الجريمة والمخدرات- التصحر- الكوارث الطبيعية- الاحتباس الحراري- علاقة التكنولوجيا- مخاطر المدن المصرية- التكيف- الوقود الأحفوري- الاقتصاد الأخضر- كورونا- تمويل الخسائر والأضرار- عائدات الاقتصاد المصري- الحروب الروسية الأوكرانية)، فهي غير دالة إحصائياً.

11- أسلوب تقديم قضية التغيرات المناخية:

جدول (11)

أسلوب تقديم قضية التغيرات المناخية في البرامج الحوارية عينة الدراسة

المجموع	القناة				أسلوب تقديم القضية	
	مصر mbc		ON			
%	ك	%	ك	%	ك	
58.1 %	108	72.9 %	43	51.2 %	65	عرض القضية مع تقديم حلول
32.8 %	61	27.1 %	16	35.4 %	45	ذكر أسباب القضية
8.1 %	15	0.0 %	0	11.8 %	15	عرض معلومات فقط
1.1 %	2	0.0 %	0	1.6 %	2	أكثر من طريقة
100.0 %	186	100.0 %	59	100.0 %	127	المجموع

كما $2=12.014$ درجات الحرية $=3$ مستوى الدلالة $=0.007$ معامل التوافق $=0.246$ تشير بيانات الجدول السابق إلى أن طريقة (عرض القضية مع تقديم حلول) جاءت في الترتيب الأول لطرق تقديم القضية، يليها (ذكر أسباب القضية) في الترتيب الثاني بنسبة (8,32 %)، ثم (عرض معلومات فقط) في الترتيب الثالث بنسبة (1,8 %)، ثم (أكثر من طريقة) في الترتيب الأخير بنسبة (1,1 %).

ويرجع السبب في ذلك إلى أن هذا المؤتمر أطلق عليه مؤتمر التنفيذ، كما تم التركيز في معالجة هذه القضية على إبراز الحلول المختلفة لهذه القضية، نظراً للمخاطر المتعلقة بهذه القضية، وما يمكن أن يحدث للدول من كوارث جراء هذه التغيرات المناخية، حيث

تناولت البرامج دور التمويل والقروض الميسرة وتبادل الديون، وتناول استخدام الطاقة المتجددة والنظيفة فيما يطلق عليه المستقبل الأخضر، مما يؤدي إلى التقليل من الانبعاثات الكربونية، وغيرها من الحلول.

وبالمقارنة بين برنامجي الدراسة: نجد اتفاقاً بين برنامجي الدراسة في أسلوب تقديم قضية التغيرات المناخية، حيث تصدر (عرض القضية مع تقديم حلول) في الترتيب الأول بقناة (ON) بنسبة (51,2%)، وبنسبة (72,9%) بقناة مصر mbc، فيما جاء ذكر الأسباب في الترتيب الثاني في البرنامجين أيضاً.

وبإجراء اختبار كا² تبين وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين البرامج الحوارية عينة الدراسة وأسلوب تقديم قضية التغيرات المناخية، حيث بلغت قيمة كا² 12,014 عند مستوى دلالة 0,007 وقد بلغ معامل التوافق 0,246.

12- اتجاه معالجة القضية:

جدول (12)

اتجاه البرامج الحوارية محل الدراسة في معالجة القضية

المجموع	القناة				اتجاه معالجة القضية	
	مصر mbc		ON			
%	ك	%	ك	%	ك	
100.0 %	186	100.0 %	59	100.0 %	127	إيجابي
100.0 %	186	100.0 %	59	100.0 %	127	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن اتجاه البرامج الحوارية محل الدراسة كان إيجابياً بنسبة 100 % نحو معالجة القضية، وهو ما عبرت عنه المعالجة البرمجية لقضية التغيرات المناخية، حيث اعتمدت القنوات على شرح القضية وتحليلها، وطرح مختلف الآراء، ومناقشة الحلول المقترحة للتخفيف من حدة التغيرات المناخية، إضافة إلى تناول كثير من القضايا المتعلقة بهذه القضية، عبر استضافة عديد من ضيوف وممثلي الدول المختلفة.

13- القوى الفاعلة في تقديم القضية:

جدول (13)

القوى الفاعلة في تقديم قضية التغيرات المناخية

معامل فاي	مستوى المعنوية	درجة الحرية	كا	المجموع	القناة		القوى الفاعلة	
					مصر mbc	ON		
-	.676	1	.174	8 % 4.3	2 % 3.4	6 4.7 %	ك %	الرئيس المصري
-	.332	1	.939	2 % 1.1	0 % 0.0	2 % 1.6	ك %	رئيس الوزراء
-	.332	1	.939	2 % 1.1	0 % 0.0	2 % 1.6	ك %	وزير الخارجية المصري
-	.622	1	.243	28 15.1 %	10 % 16.9	18 14.2 %	ك %	مسؤولون من الحكومة المصرية
.144	.049	1	3.884	8 % 4.3	0 % 0.0	8 6.3 %	ك %	مسؤولون من جهات تمويل الدول
-	.332	1	.939	2 % 1.1	0 % 0.0	2 % 1.6	ك %	متخصصون في منظمات التغيرات المناخية
.305	.001	1	17.282	31 16.7 %	0 % 0.0	31 24.4 %	ك %	ممثلو الدول الوافدة الرسميون
-	.090	1	2.880	6 % 3.2	0 % 0.0	6 4.7 %	ك %	ممثلو الدول الوافدة غير الرسميين
-	.332	1	.939	2 % 1.1	0 % 0.0	2 % 1.6	ك %	ممثلون من البرامج الإنمائية الدولية
-	.122	1	2.387	5 2.7 %	0 % 0.0	5 3.9 %	ك %	رؤساء الدول الوافدة
.202	.006	1	7.626	6	5	1	ك	محللون سياسيون

معامل فاي	مستوى المعنوية	درجة الحرية	كا2	المجموع	القناة		القوى الفاعلة
					مصر mbc	ON	
				3.2 %	8.5 %	0.8 %	%
.171	.020	1	5.431	11	0	11	ك
				5.9 %	0.0 %	8.7 %	%
-	.494	1	.467	1	0	1	ك
				0.5 %	0.0 %	0.8 %	%
-	.122	1	2.387	5	0	5	ك
				2.7 %	0.0 %	3.9 %	%
-	.090	1	2.880	6	0	6	ك
				3.2 %	0.0 %	4.7 %	%
-	.494	1	.467	1	0	1	ك
				0.5 %	0.0 %	0.8 %	%
				186	59	127	ن

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن فئة (ممثلو الدول الوافدة الرسميون) جاءت في الترتيب الأول ببرنامجي الدراسة من حيث القوى الفاعلة المستخدمة في معالجة القضية بنسبة (7,16 %)، يليها فئة (مسؤولون من الحكومة المصرية) في الترتيب الثاني بنسبة (1,15 %)، بينما جاءت (خبراء في البيئة والمناخ) في الترتيب الثالث بنسبة (9,5 %)، في حين جاء فئتا (الرئيس المصري، ومسؤولون من جهات تمويل الدول) في الترتيب الرابع بنسبة (3,4 %)، وفي المرتبة الأخيرة جاء ممثلون من شركات COP بنسبة (5,0 %). ويرجع السبب في ذلك إلى: اعتماد البرامج الحوارية في إجراء حوارات مع ممثلي الدول الوافدة الرسميين لشرح القضية، وتحليلها، ومعرفة أبعادها، والفرق بين هذا المؤتمر ومؤتمرات المناخ السابقة، وهذا يعد دليلاً على نجاح المعالجة البرامجية لهذا المؤتمر نظراً لاستضافة شخصيات مهمة من حضور المؤتمر والحصول على المعلومات من

مصادرها الرسمية، وقد تمثل ممثلو الدول الوافدة الرسميين في عدد من الوزراء وكبار الدول، ومندوبين من صندوق النقد الدولي، والاتحاد الأوروبي، والبنك الدولي، وخبراء البيئة، وممثلي الشركات المصرية صديقة البيئة، وأشخاص لهم علاقة بمؤتمرات المناخ السابقة، مثل ألك شارما رئيس وزراء (COP26) السابق.

وقد تمثلت فئة أخرى في برنامج مصر mbc بمداخلة تليفونية لصحفي سعودي، للحديث عن مبادرة الشرق الأوسط السعودي التي تقودها المملكة العربية السعودية.

أما برنامجا الدراسة: فيوجد اختلافات كبيرة بين البرنامجين محل الدراسة في القوى الفاعلة التي اعتمدا عليها في المعالجة لقضية التغيرات المناخية، ففي قناة (ON) تصدر (ممثلو الدول الوافدة الرسميون) في الترتيب الأول بنسبة (24,4%)، وتمثلت كل فئات القوى الفاعلة في هذا البرنامج، بينما برنامج قناة مصر mbc تصدر مسؤولون من الحكومة المصرية في الترتيب الأول بنسبة (16,9%)، في حين لم تمثل فيه فئات كثيرة من القوى الفاعلة الواردة بنتائج الدراسة، ويعود السبب في ذلك إلى أن المعالجة البرمجية لقناة (ON) كانت في معظم الحلقات من داخل المؤتمر، وأجريت كثير من الحوارات مع عدد من الشخصيات الكبيرة وحضور المؤتمر، بينما كانت المعالجة الإعلامية لقناة مصر mbc من داخل الاستوديو في قالب الحديث المباشر لمقدم البرنامج، وبعض المداخلات لمراسلي القناة من داخل المؤتمر، دون إجراء حوارات مع شخصيات من حضور المؤتمر، والاعتماد على بعض المداخلات التليفونية القليلة.

وبإجراء اختبار كا² تبين وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين برنامجي الدراسة من حيث القوى الفاعلة في معالجة القضية وكل من: (مسؤولين من جهات تمويل الدول- ممثلي الدول الوافدة الرسميين- محللين سياسيين- خبراء في البيئة والمناخ)، في حين لم تثبت علاقة بين برنامجي الدراسة من حيث القوى الفاعلة في معالجة القضية وكل من: (الرئيس المصري- رئيس الوزراء- وزير الخارجية- مسؤولين من الحكومة المصرية- ممثلي الدول الوافدة غير الرسميين- ممثلين من البرامج الإنمائية- رؤساء الدول الوافدة- ممثلين من شركات COP- ممثلين من الشركات المصرية الكبرى- أشخاص لهم علاقة بمؤتمرات المناخ)، فهي غير دالة.

14- الاستمالات المستخدمة في معالجة القضية:

جدول (14)

الاستمالات العاطفية والعقلية المستخدمة في معالجة القضية

معامل فاي	مستوي المعنوية	درجة الحرية	كا	المجموع	القناة		الاستمالات	
					مصر mbc	ON		
-	.905	1	.014	40	13	27	التخويف	ك
				21.5 %	22.0 %	21.3 %		%
.215	.003	1	8.630	22	13	9	مخاطبة العواطف	ك
				11.8 %	22.0 %	7.1 %		%
.174	.018	1	5.607	20	11	9	المبالغة والتهويل	ك
				10.8 %	18.6 %	7.1 %		%
-	.915	1	.011	9	3	6	ضرب الأمثال	ك
				4.8 %	5.1 %	4.7 %		%
-	.062	1	3.495	149	52	97	أرقام وإحصائيات	ك
				80.1 %	88.1 %	76.4 %		%
-	.494	1	.467	1	0	1	آيات قرآنية وأحاديث نبوية	ك
				0.5 %	0.0 %	0.8 %		%
-	.889	1	.020	15	5	10	نتائج أبحاث وتقارير	ك
				8.1 %	8.5 %	7.9 %		%
.279	.001	1	14.508	61	8	53	تصريحات رسمية	ك
				32.8 %	13.6 %	41.7 %		%
.226	.002	1	9.460	53	8	45	التأكيد	ك
				28.5 %	13.6 %	35.4 %		%

معامل فاي	مستوى المعنوية	درجة الحرية	كا2	المجموع	القناة		الاستمالات	
					مصر mbc	ON		
-	.141	1	2.164	1	1	0	ك	أخرى
				% 0.5	1.7 %	0.0 %	%	
				186	59	127	ن	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن (التخويف) جاء في الترتيب الأول من حيث نوع الاستمالات العاطفية المستخدمة في معالجة قضية التغيرات المناخية بالبرامج الحوارية عينة الدراسة بنسبة (21,5 %)، يليها (مخاطبة العواطف) في الترتيب الثاني بنسبة (11,8 %)، بينما جاءت (المبالغة والتحويل) في الترتيب الثالث بنسبة (10,8 %)، وفي المرتبة الأخيرة كانت (ضرب الأمثال) بنسبة (4,8 %).

ويرجع السبب في ذلك إلى أن طبيعة قضية التغيرات المناخية والمخاطر المترتبة عليها على الأمدين القريب والبعيد تستدعي استخدام استمالات التخويف لحثّ الدول والجماهير أيضاً على اتباع السلوكيات الصحيحة التي تقلل من خطر تبعات التغيرات المناخية، مثل تدوير المخلفات، واستخدام الوقود النظيف، وعد إلقاء المخلفات في مياه الأنهار، والبحار، والمحيطات، وغير ذلك من طرق تقليل مخاطر التغيرات المناخية.

وعلى مستوى برامج الدراسة: اتفقت برامج الدراسة مع النتيجة العامة، في تصدر (التخويف) في الترتيب الأول لبرنامج الدراسة بنسبة (21,3 %) بقناة (ON)، أما قناة مصر mbc فقد تصدر (التخويف- مخاطبة العواطف) في الترتيب الأول معاً بنسبة (22 %)، وهي نتيجة طبيعية لارتباط التخويف بمخاطبة عواطف ومشاعر الجماهير لتوعيتهم بمخاطر التغيرات المناخية.

ومن أبرز استمالات التخويف التي جاءت في عينة الدراسة في حلقة 2022/11/6 في قناة (ON) في حوار لميس الحديدي مع "كريستالينا جورجيفا"، مدير عام صندوق النقد الدولي:

"إذا لم نأخذ بالتزاماتنا على محمل الجد نحو أطفالنا وللأجيال القادمة، فإن العالم بأسره سيواجه أزمات حقيقية".

وفي حلقة 2022/11/20 في مداخلة الأمين العام للأمم المتحدة:

"ماذا إذا أدت أزمة المناخ إلى اختفاء جزيرة مقام عليها دولة من على الخريطة، أو تتسبب تلك الأزمة في تحول دولة إفريقية إلى صحراء؟".

وفي قناة مصر mbc جاء في حلقة 2022/11/4 بمدخلة مع د/ رامي عاشور، أستاذ العلوم السياسية والأمن القومي:

"التغيرات المناخية مرتبطة بوجود الإنسان وبقائه، لأن آخر تقرير نشرته الأمم المتحدة أن أكثر من مليون شخص في شرق إفريقيا سيحدث عندهم انعدام الأمن الغذائي، بسبب التغيرات المناخية فقط".

أما الاستمالات المنطقية، فقد تصدرت استمالة (أرقام وإحصائيات) في الترتيب الأول ببرنامجي الدراسة بنسبة (80,1%)، يليها (تصريحات رسمية) في الترتيب الثاني بنسبة (32,8%)، ثم (التأكيد) في الترتيب الثالث بنسبة (28,5%)، بينما جاءت (نتائج أبحاث وتقارير) في الترتيب الرابع بنسبة (8,1%)، في حين جاءت (آيات قرآنية وأحاديث نبوية) في الترتيب الخامس والأخير مع فئة أخرى بنسبة (0,5%)، وقد تمثلت في استخدام ألفاظ غير لائقة بقناة مصر mbc.

ويرجع السبب في ذلك إلى أهمية الأرقام والإحصائيات في دعم قضية التغيرات المناخية، حيث إن تدعيم المعلومة بالأرقام والإحصائية يؤكدها في ذهن المشاهد، ويزيد من إقناعه بهذه المعلومة، وترتبط هذه النتيجة بالنتيجة السابقة، وهي تصدر التخويف الترتيب الأول ضمن الاستمالات العاطفية، فاقتران التخويف بدعمه بأرقام تؤكد المخاطر التي تترتب على التغيرات المناخية، يدعم المعلومة ويؤكدها، كما ترجع هذه النتيجة إلى اعتماد البرامج الحوارية محل الدراسة على إجراء حوارات مختلفة مع عدد من ضيوف المؤتمر، من ممثلي الدول الرسميين وغير الرسميين، إضافة إلى شخصيات لها علاقة بالبيئة والمناخ بوجه عام، فمن الطبيعي أن يتحدث هؤلاء الأشخاص وفقاً لأرقام وإحصائيات رسمية تدعم حوارهم.

ومن أهم أمثلة الأرقام والإحصائيات في عينة الدراسة ما جاء بقناة (ON) في حلقة 2022/11/9، في حوار مع وزيرة البيئة الباكستانية "شيرى رحمن" في حديثها عن الفيضانات التي شهدتها بلادها باكستان:

"تحقق لدينا خسائر تقدر بـ30 مليار دولار من هذا الفيضان، نحن نخسر على أي حال 1,9 مليار دولار كل عام، لذا ندعو إلى التكيف وتفعيل التعويضات وجعلها حقيقة".
وما جاء بقناة مصر mbc في حلقة 2022/11/11 في مداخلة مع د/ هاني سويلم، وزير الموارد المائية:

"كل طفل يولد في مصر نحتاج له 100 متر مكعب في السنة، والزيادة السكانية تتطلب منا التفكير في سد عجز المياه، عندما بُني السد العالي كنا 20 مليون مواطن نعيش بحصة 55 % مليار متر مكعب، اليوم نحن 104 ملايين نسمة ونعيش بالكمية نفسها، وهي ضعف العدد 4 مرات".

وبإجراء اختبار كا2 تبين وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين برنامجي الدراسة والاستمالات العاطفية في كل من: (مخاطبة العواطف- المبالغة والتهويل)، بينما لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين برنامجي الدراسة والاستمالات العاطفية وكل من: (التخويف- ضرب الأمثال).

كما تبين وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين برنامجي الدراسة والاستمالات المنطقية في كل من: (تصريحات رسمية- التأكيد)، بينما لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين برنامجي الدراسة والاستمالات المنطقية وكل من: (نتائج أبحاث وتقارير- أرقام وإحصائيات- آيات قرآنية وأحاديث نبوية).

مناقشة النتائج العامة للدراسة:

1- أشارت النتائج إلى اهتمام البرامج الحوارية عينة الدراسة بمعالجة قضية التغيرات المناخية في فترة انعقاد مؤتمر التغيرات المناخية (COP27)؛ حيث بلغ إجمالي عدد الفقرات التي حللت (186) فقرة برامجية، وجاءت قناة (ON) في الترتيب الأول بنسبة (68,3%)، بينما جاءت قناة (مصر mbc) في الترتيب الثاني بنسبة (31,7%)، وتتفق

هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة مصطفى عبد الحى 2022، وأمل العزب وآخرون 2021، فقد أشارتا إلى اهتمام الصحف بمعالجة قضية التغيرات المناخية.

2- تصدرت لغة المزج بين (فصحى مبسطة + عامية + مفردات أجنبية) في الترتيب الأول بالبرامج الحوارية عينة الدراسة بنسبة (37,1 %)، يليها (عامية + مفردات أجنبية) في الترتيب الثاني بنسبة (29,6 %)، ثم لغة (فصحى مبسطة) في الترتيب الثالث بنسبة (25,8 %)، بينما جاءت اللغة (العامية) في الترتيب الأخير بنسبة (7,5 %). وتختلف هذه النتيجة مع دراسة جيهان عبد الحميد، التي أثبتت أن اللغة الفصحى المبسطة جاءت في الترتيب الأول بفيديوهات الدراسة.

3- جاء قالب (الحديث المباشر) في الترتيب الأول ببرامج الدراسة بنسبة (42,5 %)، يليه (حوار المعلومة) في الترتيب الثاني بنسبة (40,3 %)، ثم قالب (حوار الرأي) في الترتيب الثالث بنسبة (10,2 %)، بينما جاء (أكثر من شكل) في الترتيب الثالث والأخير بنسبة (7,0 %)، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة جيهان عبد الحميد، التي أثبتت أن قالب الحوار باختلاف أنواعه جاء في الترتيب الأول للقوالب البرمجية في فيديوهات الدراسة.

4- تصدر استخدام (لقطات الفيديو الأرشيفية) في الترتيب الأول ببرامج الدراسة؛ ضمن العناصر الترويجية المستخدمة لجذب الجمهور بنسبة (89,2 %)، بينما جاء (كتابة مصدر المعلومة على الشاشة) في الترتيب الثاني ببرامج الدراسة بنسبة (73,7 %). في حين جاء (كتابة عناوين على الشاشة) في الترتيب الثالث ببرامج الدراسة بنسبة (65,6 %)، بينما جاء عنصر (مشاهد من المؤتمر) في الترتيب الرابع ببرامج الدراسة بنسبة (55,4 %)، بينما جاءت المداخلات مع المتخصصين عبر (Zoom) في الترتيب الأخير بنسبة (0,5 %). بالبرامج الحوارية عينة الدراسة.

5- جاءت قضية التغيرات المناخية من حيث ترتيب عرضها في برامج الدراسة (كل الحلقة) في الترتيب الأول بنسبة (52,2 %)، يليها عرض القضية أول البرنامج في الترتيب الثاني بنسبة (38,2 %)، ثم عرض القضية في (وسط البرنامج) في الترتيب

الثالث بنسبة (7,0%)، بينما جاء عرض القضية في (نهاية البرنامج) في الترتيب الأخير بنسبة (2,7%).

6- تصدر إطار (المستوى العالمي) في الترتيب الأول ببرامج الدراسة، من حيث الإطار الجغرافي المستخدم لعرض القضية بنسبة (66,1%)، يليه إطار (المستوى المحلي) في الترتيب الثاني بنسبة (27,9%)، بينما جاء إطار التناول على (المستوى القاري) في الترتيب الثالث والأخير بنسبة (5,9%)، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة جيهان عبد الحميد، التي جاء بها المستوى العالمي في الترتيب الأول للنطاق الجغرافي في مقاطع الفيديو.

7- تصدر إطار (آليات الحلول والمواجهة) في الترتيب الأول ببرامج الدراسة بنسبة (86,6%)، يليه إطار (المسؤولية) في الترتيب الثاني بنسبة (72,0%)، ثم (أطر الأسباب) في الترتيب الثالث بنسبة (50,0%)، بينما جاء إطارا (الصراع)، و(الحقائق المجردة) معاً في الترتيب الرابع بنسبة (3,8%)، في حين جاء (إطار الاهتمام الدولي) في الترتيب الأخير بنسبة (3,2%)، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة مصطفى عبد الحي، بينما تختلف مع دراسة جيهان عبد الحميد، التي أثبتت تصدر إطار الاهتمام الدولي في الترتيب الأول لأطر معالجة القضية.

8- جاءت درجة التعمق المتوسطة في الترتيب الأول بالبرامج الحوارية بالفضائيات المصرية عينة الدراسة بنسبة (57,0%)، يليها درجة التعمق (المتوسطة) بنسبة (41,1%)، ثم الدرجة (المتعمقة) في الترتيب الثالث والأخير بنسبة (1,6%).

9- تصدرت (قضية تمويل الخسائر والأضرار) في الترتيب الأول بالبرامج الحوارية عينة الدراسة بنسبة (22,6%)، يليها (الاحتباس الحراري)، و(الاقتصاد الأخضر) معاً في الترتيب الثاني بنسبة (11,8%)، ثم (استضافة مصر للمؤتمر) في الترتيب الثالث بنسبة (10,8%)، بينما جاءت (الأزمة الاقتصادية العالمية) في الترتيب الرابع بنسبة (6,5%)، يليها (الكوارث الطبيعية) بنسبة (5,4%)، بينما جاء كل من: (أزمة نقص الغذاء- مكافحة الجريمة والمخدرات- التصحر-كورونا) معاً في المرتبة الأخيرة بنسبة (1,6%).

10- جاءت طريقة (عرض القضية مع تقديم حلول) في الترتيب الأول لطرق تقديم القضية، يليها (ذكر أسباب القضية) في الترتيب الثاني بنسبة (32,8 %)، ثم (عرض معلومات فقط) في الترتيب الثالث بنسبة (8,1 %)، ثم (أكثر من طريقة) في الترتيب الأخير بنسبة (1,1 %).

11- كان اتجاه البرامج الحوارية محل الدراسة إيجابياً بنسبة 100 % نحو معالجة القضية، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة مصطفى عبد الحي، بينما تختلف مع دراسة جيهان عبد الحميد التي أثبتت تصدر الاتجاه السلبي في الترتيب الأول للفيديوهات عينة الدراسة.

12- تصدر (ممثلو الدول الوافدة الرسميون) في الترتيب الأول ببرنامجي الدراسة من حيث القوى الفاعلة المستخدمة في معالجة القضية بنسبة (16,7 %)، يليها فئة (مسؤولون من الحكومة المصرية) في الترتيب الثاني بنسبة (15,1 %)، بينما جاء (خبراء في البيئة والمناخ) في الترتيب الثالث بنسبة (5,9 %)، في حين جاءت فئتا (الرئيس المصري، ومسؤولون من جهات تمويل الدول) في الترتيب الرابع بنسبة (4,3 %)، وفي المرتبة الأخيرة جاء ممثلون من شركات COP بنسبة (0,5 %). وتتفق هذه النتيجة مع دراسة جيهان عبد الحميد التي أثبتت أن فئة المسؤولين الرسميين جاءت في الترتيب الأول للفيديوهات الدراسة.

13- جاءت استمالة (التخويف) في الترتيب الأول ببرنامجي الدراسة من حيث نوع الاستمالات العاطفية المستخدمة في معالجة قضية التغيرات المناخية بالبرامج الحوارية عينة الدراسة بنسبة (21,5 %)، يليها (مخاطبة العواطف) في الترتيب الثاني بنسبة (11,8 %)، بينما جاءت المبالغة والتحويل في الترتيب الثالث بنسبة (10,8 %). وفي المرتبة الأخيرة (ضرب الأمثال) بنسبة (4,8 %).

14- ومن حيث الاستمالات المنطقية، جاءت (أرقام وإحصائيات) في الترتيب الأول ببرنامجي الدراسة بنسبة (80,1 %)، يليها (تصريحات رسمية) في الترتيب الثاني بنسبة (32,8 %)، ثم (التأكيد) في الترتيب الثالث بنسبة (28,5 %). بينما جاءت

(نتائج أبحاث وتقارير) في الترتيب الرابع بنسبة (8,1%)، في حين جاءت (آيات قرآنية وأحاديث نبوية) في الترتيب الخامس والأخير بنسبة (0,5%).

خلاصة الدراسة وأهم توصياتها:

يعد الحديث عن قضية التغيرات المناخية حديثاً نسبياً على الساحة الإعلامية، لا سيما بعد ظهور مخاطر التغيرات المناخية على المستويين المحلي والعالمي، مما يقتضي ضرورة تضافر الجهود الإعلامية لتوعية الشعوب المختلفة من مخاطر التغيرات المناخية، وقد تزامن إجراء هذا البحث مع استضافة جمهورية مصر العربية لمؤتمر قمة المناخ (COP27) بمدينة شرم الشيخ المصرية، الذي كان تحدياً كبيراً للدولة المصرية في نجاحها بتنظيم هذا المؤتمر، وقد أشاد حضور المؤتمر بنجاح الدولة المصرية في تنظيم وعقد المؤتمر، بل على العكس، استطاعت الدول النامية بفضل مصر أن تضع قضية من القضايا المهمة التي طالما حاولت جاهدة أن تضعها على طاولة المناقشات في مؤتمرات (COP) السابقة، ألا وهي قضية تمويل الخسائر والأضرار، حيث تعاني الدول الإفريقية والدول النامية من ويلات وتبعات التغيرات المناخية، مع أنها تسهم بنسبة لا تذكر في هذه التغيرات، وتدفع ثمن استفادة الدول الكبرى من الثورة الصناعية والتكنولوجية ورفاهية شعوبها، فكان لا بد من وضع هذه القضية ضمن أولويات أجندة مؤتمر التغيرات المناخية (COP27)، إضافة إلى إطلاق اسم مؤتمر التنفيذ على هذا المؤتمر، وتنفيذ مصر لمنصة نوّية لجعل الوعود والمواثيق حقيقة على أرض الواقع، وقد اتضح في الدراسة اهتمام البرامج الحوارية بمناقشة قضية التغيرات المناخية، فأخذت قسطاً لا بأس به من المساحة البرمجية بالبرامج عيمة الدراسة، وأشارت الدراسة إلى أهمية دور تلك البرامج في توعية الجماهير بمخاطر التغيرات المناخية، وأثبتت حرص البرامج على إجراء حوارات مع كثير من ضيوف المؤتمر الرسميين وغير الرسميين، لشرح القضية وتفسيرها بشكل كبير على المستويين الدولي والمحلي، كما تناولت البرامج الحديث عن كثير من القضايا والموضوعات المتعلقة بالتغيرات المناخية وأخذ المعلومات من مصادرها الموثوقة، واختلفت المعالجة الإعلامية بقنوات الدراسة بين حضور المؤتمر والتغطية البرمجية من شرم الشيخ، والمعالجة والتغطية من داخل الاستوديو، ومن هنا كان لا بد من الإشارة إلى

مجموعة من المقترحات التي يمكن أن تسهم في تعزيز وتقوية الدور التوعوي لوسائل الإعلام لتلافي مخاطر هذه القضية.

أهم مقترحات الدراسة:

1- توصي الدراسة بعدم قصور المعالجة الإعلامية لقضية التغيرات المناخية بعد نهاية مؤتمر قمة المناخ، والاستمرار في المعالجة الإعلامية لهذه القضية نظراً لخطورتها على المدى البعيد، وأهميتها لحياة الأفراد والمجتمعات.

2- إجراء مزيد من الحملات الإعلامية التي تحفز الجماهير على تبني السلوكيات السليمة، وتوعيتهم بمخاطر التغيرات المناخية، وأهم أسبابها، والسلوكيات المرتبطة بها.

3- إجراء مزيد من البحوث المتعلقة بقضية التغيرات المناخية، وربطها بجهات التنفيذ، لجعل نتائج هذه الدراسات ملموسة واقعيًا.

4- عقد شراكات دولية بين وسائل الإعلام المحلية والدولية لتغطية الأنشطة المختلفة في الدول عن قضية التغيرات المناخية، وربطها في أذهان الجماهير للاستفادة من تكرار الرسالة الإعلامية.

5- توظيف منصات الإعلام الرقمي بمختلف أشكالها، وربطها بالصفحات الرسمية لجهات البيئة والمناخ، لعرض أهم المستجدات التي تقوم بها الدولة المصرية تجاه قضية التغيرات المناخية؛ لترسيخ هذه القضية ورفع الوعي بها.

قائمة المراجع

- ¹ موقع الأمم المتحدة، العمل المناخي، تقرير متاح على: <https://www.un.org/ar/climatechange/what-is-climate-change> تاريخ الدخول 2-1-2023م.
- ² الهيئة العامة للاستعلامات، تقرير متاح على الإنترنت : [/https://www.sis.gov.eg/Story/41146](https://www.sis.gov.eg/Story/41146) تاريخ الدخول 2-1-2023م.
- ³ مصطفى عبد الحي عبد العليم (2022)، أطر التغطية الصحفية لقضية التغيرات المناخية في المواقع الصحفية المصرية - دراسة تحليلية، مجلة البحوث الإعلامية، ع 31، ج3، (جامعة الأهر: كلية الإعلام بنين)، ص1570-1571.
- ⁴ أمل أحمد العزب (2022)، المعالجة الخبرية للقضايا والاتفاقات الدولية الخاصة لمواجهة التغيرات المناخية- دراسة تحليلية مقارنة بين الصحافة المصرية والبريطانية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد البيئة، قسم العلوم التربوية والإعلام البيئي)، ص 5.
- ⁵ جيهان عبد الحميد حنفي (2022)، معالجة الإعلام الرقمي لمخاطر التغيرات المناخية - دراسة تحليلية للمحتوى الرقمي عبر اليوتيوب، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع80، ج2، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام)، ص531-578.
- ⁶ jack Neff (2022), Reckitt exec will lead global effort to measure media's carbon impact: Ad Net Zero takes on standardizing measurement of how media affects climate change, **Trade Journal, Crain Communication, Incorporated**, (United States; Chicago), Vol. 93, Iss. 14p.p 1-20.
- ⁷ León, Bienvenido Negredo, Samuel Erviti, María Carmen(2022), Social Engagement with climate change: principles for effective visual representation on social media, **Scholarly Journal**, (United Kingdom), Vol. 22, Iss. 8, pp 976-992.
- ⁸) Donald Trump(2021), Public Opinion about Climate Change in United States, Partisan View and Media Coverage of the 2019 United Nations Climate Change Conference (COP 25) in Madrid, **Scholarly Journal**, (United States--US; China.) ,Vol. 13,Iss. 7.
- ⁹ روان أحمد عسكر (2021)، الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بإدراك مستخدمي هذه الشبكات لمخاطر التغيرات المناخية في مصر، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة المنصورة، كلية الآداب قسم الإعلام)، ص ص 123-130.
- ¹⁰(Wijaya, B S; Eddyono A S; Kania, D; Kurnia, A; Suharyanti(2020), Haze, climate change, and media brand responsibility: how Republika calls for public action in saving the environment through smoggy photojournalism, **Scholarly Journal**, (United Kingdom: Bristol) Vol. 423, Iss.1.
- ¹¹ مصطفى عبد الحي عبد العليم (2022)، مرجع سابق.
- ¹² أمل أحمد العزب (2022)، مرجع سابق.
- ¹³ Donald Trump(2021)، مرجع سابق.
- ¹⁴ روان أحمد عسكر(2021)، مرجع سابق.
- ¹⁵ jack Neff(2022)، مرجع سابق.

- ، مرجع سابق. (Wijaya, B S; Eddyono A S; Kania, D; Kurnia, A; Suharyanti(2020)¹⁶
- ، مرجع سابق. León, Bienvenido Negredo, Samuel Erviti, María Carmen(2022)¹⁷
- (18) عبد الباسط محمد حسن (1998)، **أصول البحث الاجتماعي**، ط2، (القاهرة: مكتبة وهبة)، ص213.
- (19) سمير محمد حسين (1999)، **دراسات في مناهج البحث العلمي**، ط2، (القاهرة: مكتبة عالم الكتب)، ص147.
- (20) عاطف العبد، نهى عاطف العبد (2008)، **بحوث الإعلام والرأي العام- تصميمها وتنفيذها**، ط5، (القاهرة: دار الفكر العربي)، ص47.
- (21) **أسماء السادة المحكمين:**
- أ.د اعتماد معبد: أستاذ الإعلام بقسم الإعلام وثقافة الطفل - كلية الدراسات العليا للطفولة - جامعة عين شمس.
- أ.د محمد معوض: أستاذ الإعلام بقسم الإعلام وثقافة الطفل- كلية الدراسات العليا للطفولة- جامعة عين شمس.
- أ.د جيهان يحيى: أستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون- كلية الدراسات الإسلامية والعربية- جامعة الأزهر.
- أ.د.م ولاء العقاد: أستاذ مساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون- كلية الدراسات الإسلامية والعربية- جامعة الأزهر.
- أ.د.م ريهام مرزوق: أستاذ مساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون- كلية الدراسات الإسلامية والعربية- جامعة الأزهر.
- (22) - شيماء رفعت: مدرس بقسم الإذاعة والتلفزيون- كلية الدراسات الإسلامية والعربية بنات- القاهرة.
- هبة أحمد رزق: مدرس بقسم الإذاعة والتلفزيون- كلية الدراسات الإسلامية والعربية بنات- القاهرة
- (23) محمد عبد الحميد (2015)، **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**، ط4، (القاهرة: عالم الكتب)، ص403.
- (24) عبد الرازق محمد الدليمي (2016)، **نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين**، (عمان: الأردن، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع)، ص202.
- (25) المرجع السابق، ص 32.
- (26) Semetko, H. A. & Valkenburg, P. M (2000), Framing European Politics : A content analysis of press and television news, **Journal of Communication**, Vol 50 ,No 21,2000 , pp. 93-110 .
- (27) Rebecca Annelid & Colleen (2002), “The Framing of Feminists and Feminism in news and public affairs programs in US Electronic Media“, **Journal of Communication**, Vol. 52, No1,2002,p.211.
- (28) رانيا محمد حيدر، مرجع سابق، ص 82.
- (29) عبد الناصر عبد العاطي سعيد، مرجع سابق، ص 34.
- (30) Lance Bennett. W (2011), **News: The politics of illusion**, (New York: Longman), p 45.
- (31) دعاء أحمد محمد البنا (2015)، **معالجة أخبار وقضايا إسرائيل في القنوات الفضائية الإخبارية واتجاهات النخبة نحوها، رسالة دكتوراة غير منشورة**، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام)، ص 112.
- (32) Semetko, H. A. & Valkenburg (2000), **Op. Cit**, P97.
- (33) أمال كمال (2008)، **أطر معالجة الاحتجاجات الاجتماعية في الخطاب الصحفي- دراسة تحليلية مقارنة لعينة من الصحف المصرية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، ع 30، أكتوبر، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام)، ص 208-207.

³⁴⁾ Lliana P Rucker (2012), Obamas presidential mixed race: Framing and ideological analysis of blogs and news, **PH. D.**, (The University of New Mexico, Communication debt), p 60.

³⁵⁾ محمد عبد الحميد (2015)، مرجع سابق، ص 402.

³⁶⁾ مجاشع محمد التميمي (2015)، تناول برامج التلفزيون لقضايا الفساد بالعراق وعلاقتها بتشكيل معارف الجمهور تجاهها، رسالة دكتوراة غير منشورة، (جامعة عين شمس: كلية الآداب، قسم علوم الاتصال والإعلام)، ص 109.

³⁷⁾ الأمم المتحدة- العمل المناخي، تقرير متاح على:

https://www.un.org/ar/climatechange/what-is-climate-change تاريخ الدخول 2-12-2-2022م.

³⁸⁾ شيخة أحمد الحوسني (2017)، التغير المناخي، تقرير حالة البيئة في إمارة أبو ظبي، (الإمارات العربية المتحدة: أبو ظبي، هيئة البيئة)، ص 109.

³⁹⁾ الملف المصري، الإعداد لمؤتمر شرم الشيخ للمناخ "COP27" الأهداف والتحديات (2022)، ع 92، (القاهرة: مركز الأهرام للدراسات السياسية والاستراتيجية)، ص 10.

⁴⁰⁾ مؤتمر المناخ 2022: ماذا ينبغي أن تعرف عن قمة شرم الشيخ للمناخ؟، تقرير متاح على:

bbc.com/Arabic/middleeast-63089960 تاريخ الدخول 2022/11/2م.

⁴¹⁾ الملف المصري، الإعداد لمؤتمر شرم الشيخ للمناخ "COP27" الأهداف والتحديات (2022)، مرجع سابق، ص 10.

⁴²⁾ المرجع السابق نفسه، ص 21.

References:

<https://www.un.org/ar/climatechange/what-is-climate-change>

<https://www.sis.gov.eg/Story/41146/>

-Abd Alealim, M. (2022), 'utur altaghtiat alsahufiat liqadiat altaghayurat almunakhiat fi almawaqie alsahufiat almisriat - dirasat tahliliatun, majalat albuḥuth al'ielamiati, e 31, ja3, (jamieat Alazhar: kuliyyat al'ielam), 31(4). 1570-1571.

-Aleazb, A. (2022), almuealajat alkhbariat lilqadaya walaitifaqat alduwaliat alḥasat limuajahat altaghayurat almunakhiati- dirasat tahliliatan muqaranatan bayn alsahafat almisriat walbritaniati, risalat majistir ḡayr manshuratin, (jamieat Ain shams: maḥad Albiyati, qism aleulum altarbawiat wal'ielam albiyyi),.

-Hanafi, J. (2022), muealajat al'ielam alraqmii limakhatir altaghayurat almunakhiat - dirasat tahliliat lilmuhtawaa alraqmii eabr alyutyub, almajalat almisriat libuḥuth al'ielami, (jamieat Alqahira: kuliyyat al'ielami), 80(2). 531-578.

jack Neff (2022), Reckitt exec will lead global effort to measure media's carbon impact: Ad Net Zero takes on standardizing measurement of how media affects climate change, **Trade Journal, Crain Communication, Incorporated**, (United States; Chicago), Vol. 93, Iss. 14p.p 1-20.

León, Bienvenido Negro, Samuel Erviti, María Carmen(2022), Social Engagement with climate change: principles for effective visual representation on social media, **Scholarly Journal**, (United Kingdom), Vol. 22, Iss. 8, pp 976-992.

Donald Trump(2021), Public Opinion about Climate Change in United States, Partisan View and Media Coverage of the 2019 United Nations Climate Change Conference (COP 25) in Madrid, **Scholarly Journal**, (United States--US; China.) ,Vol. 13,Iss. 7.

Wijaya, B S; Eddyono A S; Kania, D; Kurnia, A; Suharyanti(2020), Haze, climate change, and media brand responsibility: how Republika calls for public action in saving the environment through smoggy photojournalism, **Scholarly Journal**, (United Kingdom: Bristol) Vol. 423, Iss.1.

-Askar, R. (2021), alaietamad ealaa shabakat altawasul alaijtimaeei waealaqatih bi'idrak mustakhdimi hadhih alshabakat limakhatir altaghayurat almunakhiat fi masri, risalat majistir ḡayr manshuratin, (jamieat Almansura, kuliyyat aladab qism Al'ielam).

-Hassan, A. (1998), 'usul albaḥth aliajtimaeei, ta2, (Alqahira: maktabat wahbata).

-Hussein, S. (1999), dirasat fi manahij albaḥth alealmii, ta2, (Alqahira: maktabat Aalam Alkutab).

- Al-Abd, A. (2008), buhuth al'ielam walraay aleami- tasmimuha watanfidhaha, ta5, (Alqahira: dar Alfikr Alearabii).
- Abd Alhumid, M. (2015), nazariaat al'ielam watijahat altaathiri, ta4, (Alqahira: Aalim alkitab).
- Aldilimi, A. (2016), nazariaat aliatisal fi alqarn alhadi waleishrina, (Amman: Al'urdun, dar Albazurii aleilmiat ilnashr waltawzie).
- Semetko, H. A. & Valkenburg, P. M (2000), Framing European Politics : A content analysis of press and television news, **Journal of Communication**, Vol 50 ,No 21,2000 , pp. 93-110 .
- Rebecca Annelid & Colleen (2002), “The Framing of Feminists and Feminism in news and public affairs programs in US Electronic Media“, **Journal of Communication**, Vol. 52, No1,2002,p.211.
- Lance Bennett. W (2011), **News: The politics of illusion**, (New York: Longman), p 45.
- Albanaa, D. (2015), muealajat 'akhbar waqadaya 'iisrayiyl fi alqanawat alfadayiyat al'iikhbariat waitijahat alnukhbat nahwaha, risalat dukturat ghayr manshuratin, (jamieat Alqahira: kuliyyat Al'ielam).
- Kamal, A. (2008), 'atar muealajat alaihtijajat alaijtimaeiat fi alkhitab alsahafii-dirasatan tahliliatan muqaranatan laeayinatan min alsuhuf almisriati, almajalat almisriat libuhuth al'ielami, (jamieat Alqahira: kuliyyat al'ielami), 30(2). 207-208.
- Lliana P Rucker (2012), Obamas presidential mixed race: Framing and ideological analysis of blogs and news, **PH. D**, (The University of New Mexico, Communication debt), p 60.
- Altamimi, M. (2015), tanawal baramij altilifizyun liqadaya alfasad bialeiraq waealaqatiha bitashkil maearif aljumphur tujahaha, risalat dukturat ghayr manshuratin, (jamieat Ain shams: kuliyyat aladab, qism eulum alaitisal wal'ielami).
- <https://www.un.org/ar/climatechange/what-is-climate-change>
- Alhawsani, S. (2017), altaghayur almunakhi, taqrir halat albiyat fi 'Eimarat 'abu Zabi, (Al'iimarat alearabiat almutahidati: 'abu Zabi, hayyat albiyati). bbc.com/Arabic/middleeast-63089960.

Journal of Mass Communication Research «J M C R»

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

Chairman: Prof. Salama Daoud

President of Al-Azhar University

Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin

Dean of Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Assistants Editor in Chief:

Prof. Mahmoud Abdelaty

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

Prof. Fahd Al-Askar

- Media professor at Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University
(Kingdom of Saudi Arabia)

Prof. Abdullah Al-Kindi

- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

Prof. Jalaluddin Sheikh Ziyada

- Media professor at Islamic University of Omdurman (Sudan)

Managing Editor: Prof. Arafa Amer

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

Editorial Secretaries:

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

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

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

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

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

Correspondences

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

- Our website: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- E-mail: mediajournal2020@azhar.edu.eg

● Issue 64 January 2023 - part 3

● Deposit - registration number at Darelkotob almasrya /6555

● International Standard Book Number "Electronic Edition" 2682- 292X

● International Standard Book Number «Paper Edition» 9297- 1110

Rules of Publishing

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

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