

دور الإعلام البيئي الرقمي في تنمية الوعي بقضايا التغير المناخي لدى الصم وضعاف السمع

ريهام أحمد محمد زكى*

ملخص الدراسة:

يهدف هذا البحث إلى التعرف على الوضع الراهن لتعامل الإعلام البيئي الرقمي مع القضايا البيئية، والتعرف على دوره في تغيير معارف واتجاهات وسلوكيات الصم وضعاف السمع، واستخلاص رؤية مستقبلية لتطوير الإعلام البيئي الرقمي.

تم الاعتماد على منهج المسح والجمع بين اثنين من الأدوات الكيفية، وهما المقابلة المتعمقة ومجموعة النقاش المركزة، وتم إجراء المقابلات مع عينة عمدية قوامها خمسة عشر من خبراء الإعلام المهتمين بالشأن البيئي والخبراء العاملين بالمؤسسات المعنية بالبيئة في كلية الإعلام جامعة القاهرة، ووزارة البيئة، والمركز القومي للبحوث، ومنظمة الفاو، بالإضافة إلى عينة مجموعة النقاش المركزة التي شملت مجموعة من الصم وضعاف السمع، وبلغ عددهم ثمانية مبحوثين من الذكور والإناث من طلاب كلية التربية النوعية جامعة القاهرة.

خلصت الدراسة إلى عدة نتائج منها: جاء اليوتيوب في مقدمة المواقع التي تعرضت من خلالها مجموعة النقاش المستهدفة لقضايا التغيرات المناخية، يليه الفيس بوك ثم التويتر والانستجرام، كما أشار الخبراء إلى ضرورة التركيز في الإعلام في المقام الأول على السلوك البيئي للفرد وترسيخ المسؤولية البيئية لديه، وتبين أن توفير مترجم إشارة أولى التحديات التي يجب أن يوفرها الإعلام البيئي الرقمي في توعية الصم وضعاف السمع.

الكلمات المفتاحية: الإعلام البيئي الرقمي - تنمية الوعي - قضايا التغير المناخي - الصم وضعاف السمع

* مدرس بقسم الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية - جامعة القاهرة

“The role of digital environmental media in developing awareness of climate change issues for the deaf and hard of hearing”.

Abstract:

This Research Aims to Evaluate the Current Situation in How Digital Environmental Media Deals with Environmental Issues, Identify the Role of Digital Environmental Media in Changing the Knowledge, Attitudes and Behaviors of the Deaf and Hard of Hearing, and Draw a Future Vision for the Development of Digital Environmental Media.

The Survey Approach Was Relied Upon and Two Qualitative Tools Were Combined, Namely the In-Depth Interview and The Focus Group Discussion. Interviews Were Conducted with a Deliberate Sample of Fifteen Media Experts Interested in Environmental Affairs and Experts Working in Institutions Concerned with the Environment at the Faculty of Information, Cairo University, the Ministry of the Environment, and the National Center. For Research, and the FAO, in Addition to the Sample of the Focus Group Discussion, Which Included a Group of Deaf and Hard of Hearing People, and Their Number Reached Eight Male and Female Respondents from the Faculty of Specific Education, Cairo University.

The study concluded with several results, including:

YouTube Came at the Forefront of the Sites Through Which the Targeted Discussion Group Presented Issues of Climate Change, Followed by Facebook, Then Twitter and Instagram. Experts Also Pointed Out the Necessity of Focusing the Media Primarily on the Individual’s Environmental Behavior and Consolidating His Environmental Responsibility. It Turns Out That Providing a Sign Interpreter is the First Challenge That Digital Environmental Media must Provide in Raising Awareness of the Deaf and Hard of Hearing.

Keywords: Digital environmental media - developing awareness - Climate change issues - deaf and hard of hearing

مقدمة:

يعتبر تغير المناخ ظاهرة عالمية تؤثر نتائجها على المجتمعات حول العالم، ومع ذلك ركزت الدراسات حول التناول الإعلامي لتغير المناخ في الغالب على المجتمعات الغربية، وتبين أن اهتمام وسائل الإعلام مرتفع بشكل خاص في البلدان المعتمدة على الكربون والتي لديها التزامات بموجب بروتوكول كيوتو^(١).

ومن الملاحظ أن البيئة والتغيرات المناخية احتلت مكانة متقدمة في قائمة الاهتمامات الإعلامية محلياً ودولياً، وأصبحت القضايا البيئية من بين أبرز اهتمامات الجمهور العام، فضلاً عن الاهتمام المتزايد من جانب الإعلام بالشق التوعوي الذي صاحبه اهتمام متزايد بذوى القدرات الخاصة وحقوقهم بما في ذلك حقهم في المعرفة بمجريات القضايا والأحداث الجارية والتي تترتب على رأسها قضايا التغيرات المناخية مما يتوجب توعيتهم بها إكفاً لحقوقهم مثل باقي أعضاء وفئات المجتمع.

والإعلام البيئي الرقمي يتناول القضايا والمشكلات البيئية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي المتعددة وخاصة اليوتيوب والفيس بوك والتويتر وغيرها من المواقع والمنصات التي يركز من خلالها على نشر الوعي والثقافة البيئية عبر استراتيجية بيئية من أجل الوصول لأكبر عدد من الجمهور للحفاظ على البيئة ومواجهة التغيرات المناخية.

وقد تبين أن وسائل التواصل الاجتماعي أداة شائعة بين الأشخاص ذوى القدرات الخاصة في التواصل مع ذويهم وأصدقائهم، ومعرفة المعلومات وتبادلها فيما بينهم^(٢).

فتغير المناخ أحد أكبر التحديات المعاصرة للبشرية، ولكن في الوقت ذاته غالباً ما ينظر إليه عامة الناس على أنه موضوع معقد، ويحصل العديد من الأفراد على معلومات حول هذا الموضوع بشكل أساسي من الإعلام، فتقارير وسائل الإعلام بدورها تشكل التصورات العامة لتغير المناخ، فالأفراد يلعبون دوراً في مكافحة تغير المناخ، وفي هذا الإطار يظهر الدور المهم لوسائل الإعلام في تشكيل وعي الأفراد حول التغيرات المناخية فمعظم الأفراد يكتسبوا معلوماتهم حول التغيرات المناخية من وسائل الاعلام لاسيما مع تطور الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، فالمضامين الإعلامية لها تأثير ملحوظ على محو الأمية لعامة الناس وبالتالي الوصول بالجمهور من مرحلة الفهم إلى الإدراك ثم المشاركة^(٣).

وقد حظيت قضية تغير المناخ في العقود الماضية باهتمام كبير على مستوى العالم، وكانت هناك محاولات عالمية ومحلية مختلفة للتصالح مع هذه القضية وتوعية الناس بها، ومن الضروري أن تتمتع كافة فئات المجتمع بالمعرفة الكافية حول التغيرات المناخية، ومن ثم تنطلق الدراسة الحالية من منظور مدى وعي الصم وضعاف السمع بقضايا التغيرات المناخية من خلال تعرضهم للإعلام البيئي الرقمي، ودوره في سبيل توعيتهم.

مشكلة الدراسة:

أصبحت التغيرات المناخية من أكبر التحديات التي تواجه العالم حالياً، فأهم ما يميز قضايا التغيرات المناخية أنها عالمية تشكل خطراً كبيراً على العالم، وفي ظل ذلك يظهر جلياً دور الإعلام الرقمي في التوعية البيئية وتحسين أسلوب الحياة وتعديل الاتجاهات ونشر السلوكيات الداعمة للاستدامة البيئية في كل المجتمعات لكافة فئات المجتمع لاسيما الصم وضعاف السمع فهم جزء مهم في المجتمع المصرى إذ يبلغ عددهم ثمانية مليون نسمة بما يمثل ٤.٢% من مجموع سكان مصر، وهو عدد كبير من حقهم الحصول على القدر الكافى من المعرفة والتوعية بالقضايا المحيطة بهم خاصة قضايا التغيرات المناخية، وأيضاً يجب الاستفادة من إمكانياتهم في هذا المجال، خاصة في ظل الاهتمام المتزايد الذى تشهده مصر في الآونة الأخيرة بدعم وتمكين ذوى الهمم، فهم شركاء الوطن.

وقد لاحظت الباحثة من خلال متابعة وسائل الإعلام الرقمي اهتمام من جانب الوزارات والمؤسسات الحكومية وغير الحكومية برفع الوعى بقضايا التغيرات المناخية وكيفية مواجهتها والتقليل من مخاطرها، من هنا تبلورت مشكلة الدراسة في:

التعرف على دور الإعلام البيئي الرقمي في تنمية الوعى بقضايا التغير المناخى لدى الصم وضعاف السمع، من خلال عقد نقاشات مركزة مع الصم وضعاف السمع، وإجراء مقابلات متعمقة مع خبراء الإعلام والبيئة.

أهمية الدراسة:

- ١- يشكل الإعلام الرقمي جزء مهم لا يمكن الاستغناء عنه فى العصر الحالى خاصة فى الشأن البيئى، مما يجعل الدراسة الحالية مواكبة للاتجاهات العالمية فى دراسات البيئة.
- ٢- ندرة البحوث الإعلامية المصرية التى تناولت الربط بين الإعلام البيئى وذوى الهمم؛ فالدراسة الحالية تعد من أوائل الدراسات التى تبحث حجم تأثير الإعلام البيئى الرقمي على الصم وضعاف السمع، ويأتى هذا متماشياً ومواكباً للاهتمام البحثى العالمى.
- ٣- أهمية الكشف عن تقييم واتجاهات الصم وضعاف السمع، وخبراء الإعلام والبيئة نحو الإعلام البيئى الرقمي، وبالتالي تقدم توصيف ورؤية مستقبلية لواقع تأثر هذه الفئة من ذوى الهمم بالإعلام البيئى الرقمي.
- ٤- يعد هذا البحث نقطة انطلاق فى دراسات تربط بين ذوى الهمم والإعلام البيئى الرقمي بما يفتح مجالاً لدراسات تهدف إلى تطوير استراتيجيات مختلفة فى تعزيز الوعى البيئى فى ضوء التحديات المعاصرة.
- ٥- يواكب موضوع الدراسة الحالية الاهتمامات العالمية بتسليط الضوء على قضايا التغير المناخى والاتجاهات الحديثة المتنامية للبحوث والدراسات الإعلامية التى تسعى لاستكشاف تأثيرات الإعلام الجديد.

أهداف الدراسة:

أولاً: أهداف المقابلات المتعمقة:

تستهدف الدراسة التعرف على ما يلي:

- ١- تقييم الوضع الراهن لتعامل الإعلام البيئي الرقمي مع قضايا التغير المناخي.
- ٢- أشكال الإعلام البيئي الرقمي الأكثر فعالية بالنسبة للجمهور من وجهة نظر الخبراء.
- ٣- أهم قضايا التغير المناخي التي يجب أن يركز عليها الإعلام البيئي الرقمي في مضمونه.
- ٤- التحديات والصعوبات التي تواجه الإعلام البيئي الرقمي في تنمية الوعي البيئي للصم وضعاف السمع.
- ٥- الجهود المبذولة من جانب المؤسسات المعنية بالبيئة نحو تطوير الإعلام البيئي الرقمي لها.
- ٦- الرؤية المستقبلية لآليات تفعيل الإعلام البيئي الرقمي في تنمية الوعي البيئي للصم وضعاف السمع.

ثانياً: أهداف مجموعة النقاش المركزة:

تستهدف الدراسة التعرف على ما يلي:

- ١- اتجاه وتقييم المبحوثين نحو تناول الإعلام البيئي الرقمي لقضايا التغير المناخي.
- ٢- دور الإعلام البيئي الرقمي في تشكيل معارف واتجاهات وسلوكيات المبحوثين نحو قضايا التغير المناخي.
- ٣- أشكال وقوالب الإعلام البيئي الرقمي الأكثر فعالية بالنسبة للصم وضعاف السمع.
- ٤- الرؤية المستقبلية لآليات تفعيل الإعلام البيئي الرقمي في تنمية الوعي البيئي للصم وضعاف السمع.

الدراسات السابقة:

قسمت الباحثة الدراسات السابقة إلى ثلاث محاور رئيسية:

أولاً: تنمية الوعي البيئي للصم وضعاف السمع.

ثانياً: الإعلام وتنمية الوعي البيئي للجمهور العام.

ثالثاً: الإعلام وقضايا التغير المناخي.

أولاً: دراسات تناولت تنمية الوعي البيئي للصم وضعاف السمع:

- ١- دراسة منى محمد الزناتي، آيات أنور عبد المبدى (٢٠٢٢)^(٤) هدفت إلى قياس أثر اختلاف نمطى الموشن جرافيك على تنمية سلوكيات ومفاهيم ترشيد الاستهلاك في ظل التنمية المستدامة في محاور (المياه - الغذاء - الطاقة) لذوى الإعاقة السمعية، وطبقت على ٦٨ طالبة من ذوى الإعاقة السمعية بكلية التربية النوعية جامعة عين شمس، بالاعتماد على اختبار تحصيلي، وتوصلت الدراسة إلى نتائج عدة منها: تبين وجود علاقة دالة

- احصائياً فى سلوكيات ترشيد الاستهلاك فى ضوء التنمية المستدامة وفقاً لمتغيرات الفرقة الدراسية، ولم يتبين وجود فروق وفقاً لعمل الأب والأم.
- ٢- دراسة هالة فاروق جلال الديب، هالة محمد عبد السميع الغلبان (٢٠١٤)^(٥) هدفت إلى إعداد برنامج متعدد الوسائط لتنمية سلوكيات الوعى البيئى للأطفال المعاقين سمعياً والكشف عن فعالية البرنامج، وطبقت على ٢٠ طفلة من الإناث المعاقين سمعياً بالمرحلة الابتدائية، بالاعتماد على مقياس الوعى البيئى المصور الإلكتروني، وتوصلت الدراسة إلى نتائج عدة أهمها: فعالية البرنامج متعدد الوسائط فى تنمية سلوكيات الوعى البيئى للأطفال المعاقين سمعياً.
- ٣- دراسة هدية نظر فرج الله مرسل (٢٠٠٧)^(٦) هدفت إلى تصميم برنامج أنشطة مدرسية لتنمية الوعى البيئى للصم طبقت على عينة قوامها ٥٦ تلميذ وتلميذة فى مدارس الأمل للتربية السمعية بمحافظة القاهرة وهم "مدرسة الأمل بالعباسية، وشبرا، والسيدة زينب، بالاعتماد على برنامج الأنشطة المدرسية ومقياس الوعى البيئى المصور، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها: نجاح برنامج الأنشطة المدرسية فى تنمية الوعى البيئى للتلاميذ الصم.
- ٤- دراسة عبادة أحمد عبادة الخولى (٢٠٠٥)^(٧) هدفت إلى التعرف على فعالية البرنامج التعليمى المقترح فى تنمية الوعى البيئى لدى تلاميذ المدارس الثانوية الفنية من ضعاف السمع، وطبقت على عينة عمدية بلغت ٣٠ طالب من طلاب الصف الثانى الثانوى المهنى تخصص كهرباء من ضعاف السمع، بالاعتماد على أدوات (اختبار تحصيل المفاهيم العلمية - اختبار الثقافة العلمية - مقياس الوعى البيئى)، وتوصلت الدراسة إلى نتائج عدة منها: فعالية البرنامج فى تحصيل المفاهيم العلمية وتنمية كلاً من الثقافة العلمية والوعى البيئى للمبجوثين.
- ٥- دراسة عمرو رفعت عمر (٢٠٠١)^(٨) هدفت إلى التعرف على مدى فعالية برنامج إرشادى فى تعديل بعض الاتجاهات السلبية نحو البيئة، وطبقت على عينة قوامها ٤٠ مفردة من الطلبة والطالبات الصم بالمرحلة الثانوية المهنية فئة الصم الكلى، وتوصلت الدراسة إلى نتائج عدة منها: تبين أن البرامج الإرشادية ذات أهمية كبيرة فى تعديل الجوانب السلبية فى شخصية الأصم بوجه عام، وتبين سرعة استجابة الصم لتعديل مفاهيم البيئة السلبية لديهم.
- ثانياً: دراسات تناولت الإعلام وتنمية الوعى البيئى للجمهور العام:**
- ٦- دراسة اسمهان مريبعى، نسيمه مقبل (٢٠٢٢)^(٩) هدفت إلى التعرف على دور الإعلام البيئى الإلكتروني فى نشر الوعى البيئى، وطبقت على عينة عمدية مكونة من ثمانى صفحات بيئية لوصف المضمون الإعلامى البيئى الإلكتروني بها، بالاعتماد على تحليل المضمون، وتوصلت الدراسة إلى نتائج عدة منها: تبين أن الموضوعات البيئية التى

- تركز عليها الصفحات تدوير النفايات، والتغيرات المناخية والاحتباس الحرارى، والتلوث والجفاف خاصة في ظل جائحة كورونا.
- ٧- دراسة نوف عبد اللطيف الحزامى (٢٠٢٢)^(١٠) هدفت الدراسة إلى التعرف على دور وسائل التواصل الاجتماعي في نشر الوعي للشباب، واعتمدت على منهج المسح وطبقت على عينة عشوائية بسيطة من طلاب جامعة الملك سعود من الذكور والإناث قوامها ٤٠٢ مفردة بالاعتماد على الاستبيان، ومن أهم نتائج الدراسة: تبين التأثير المرتفع لمواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي.
- ٨- دراسة شروق محمد محمد غريب (٢٠٢١)^(١١) هدفت إلى التعرف على دور حملات التسويق الأخضر من خلال الإنترنت في تنمية الوعي البيئي للمراهقين، وطبقت على عينة عشوائية قوامها ٤٠٠ مفردة من الذكور والإناث من المراهقين في المجتمع المصري، بالاعتماد على استمارة استبيان الكترونية ومقياس للوعي البيئي، وتوصلت الدراسة إلى نتائج متعددة أهمها: تبين أن مقياس الوعي البيئي للمراهقين والاتجاه نحو السلوكيات البيئية جاء مرتفع، وجاء الدور التوعوي لحملات التسويق الأخضر في مقدمة الأدوار لدى العينة.
- ٩- دراسة Kevin K.W. Ho, Dickson K.W. Chiu, Chi-Hung Chung, Cheuk Hang Au (2020)^(١٢) هدفت الدراسة إلى استكشاف كيف تساعد وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز التعليم البيئي والسلوكيات المؤيدة للبيئة من خلال تحليل كيفية وصول الشباب إلى وسائل التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام التقليدية للحصول على المعلومات البيئية بشكل مختلف، وكيف يتم نشر الأفكار البيئية من خلال وسائل التواصل الاجتماعي وكيف يدرك الناس البيئة، وطبقت الدراسة بالاعتماد على المقابلات شبه المنتظمة مع المبحوثين، وتوصلت للعديد من النتائج أهمها: الشباب يوافقون ويقبلون أن أنماط الحياة الصديقة للبيئة هي هدف مهم، وأنه على الرغم من حصولهم على معلومات بيئية من وسائل التواصل الاجتماعي، إلا أنهم نادراً ما يشاركون أو يتفاعلون مع منشورات وسائل التواصل الاجتماعي.
- ١٠- دراسة راشد بن هادي راشد الدوسري (٢٠١٨)^(١٣) هدفت إلى معرفة دور الإعلام الجديد في توعية الشباب بقضايا البيئة، والتعرف على معوقات تنمية الوعي البيئي عبر الإعلام الجديد، بالاعتماد على منهج المسح، وطبقت الدراسة على عينة من الشباب السعودي بجامعة سطاتم بن عبد العزيز قوامها ٢٢٠ مفردة، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج من أبرزها: افتقار بعض الوسائل للحيادية والموضوعية هي أولى معوقات الحد من فعالية الإعلام الجديد في تنمية الوعي البيئي، عدم تقديم حلول فعالة لقضايا البيئة المعروضة بالمواقع.

- ١١- دراسة Fatima Zahra Drim ٢٠١٧^(١٤) هدفت إلى رصد ثقافات وسلوكيات مستخدمى وسائل التواصل الاجتماعى الجزائريين، ودورهم فى تنمية الوعي البيئى والتربية البيئية من خلال استخدامهم لوسائل الإعلام الجديدة، وطبقت على عينة قوامها 400 مفردة مستخدمى الفيس بوك، بالاعتماد على المنهج الإثنوغرافي حيث تم تناول المستويين الكمي والنوعي للمنشورات والتعليقات، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها: احتلت الصور ومقاطع الفيديو النسبة الأكبر من منشورات المبحوثين لرفع الوعي البيئى، واللغة العربية هى السائدة فى معظم المنشورات وأحياناً الفرنسية.
- ١٢- دراسة Ijab, M.T., Sulaiman, H., Md. Anwar, R. and Hamid, S., Norman, A.A. (2017)^(١٥) هدفت إلى التعرف على دور وسائل التواصل الاجتماعى فى جذب اهتمام الطلاب والموظفين لقضايا الاستدامة البيئية، وطبقت على عينة من الطلاب والموظفين بالتعليم العالى، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها: يحتاج التعليم العالى إلى الاستفادة الكاملة من انتشار وسائل التواصل الاجتماعى لتوسيع نطاق رؤية الطلاب والموظفين للاستدامة البيئية.
- ١٣- دراسة حنان محمد إسماعيل حسنين (٢٠١٥)^(١٦) هدفت إلى التعرف على مدى وجود علاقة بين اعتماد المبحوثين على وسائل الإعلام والاهتمام البيئى لديهم، وتم التطبيق على عينة عمدية مكونة من ٤٠٠ مفردة من متابعى قضايا وموضوعات البيئة فى وسائل الإعلام فى محافظتى القاهرة والجيزة، بالاعتماد على عدة مقاييس كمقياس الاتصال البيئى الاتجاه البيئى، ومن أهم النتائج التى توصلت إليها الدراسة: أن هناك ارتباط دال احصائياً بين دوافع الاعتماد على وسائل الإعلام والاهتمام البيئى.
- ١٤- دراسة عبد الله عبد الله محمد الوزان (٢٠١٥)^(١٧) هدفت إلى التعرف على استخدامات الطلاب لوسائل الإعلام الجديدة "تويتر" والإشباع المتحققة منه فى رفع الوعي البيئى لديهم، وطبقت على عينة عمدية من طلاب الجامعة السعوديين قوامها ٣٠٠ مفردة من الذكور والإناث، بالاعتماد على الاستبيان، وتوصلت الدراسة إلى نتائج متعددة أهمها: تبين أن ٨٥.٦% من المبحوثين ينشر الأخبار البيئية عبر تويتر، وأن تويتر ساهم فى زيادة معلومات الوعي البيئى لدى أفراد العينة.

ثالثاً: دراسات تناولت الإعلام وقضايا التغير المناخى:

- ١٥- دراسة jagadish Thaker a, Lucy M. Richardson b, David C. Holmes (2023)^(١٨) هدفت الدراسة التعرف على دور وسائل الإعلام فى تشكيل اتجاهات الأفراد نحو المخاطر الصحية المرتبطة بالتغيرات المناخية، وطبقت الدراسة على عينة قوامها ١٠٢٦ مفردة من الأستراليين البالغين "١٨ سنة فأكثر"، وتوصلت للعديد من النتائج أهمها: وسائل الإعلام لها دور كبير فى تعزيز الوعي والمعلومات المتعلقة بالمخاطر الصحية المرتبطة بالتغيرات المناخية، وقد يكون ذلك بشكل مباشر

أو غير مباشر من خلال توفير فرص الخبرة غير المباشرة والمعلومات التي يبحث عنها الأستراليون في وسائل الإعلام حول تغير المناخ.

١٦- دراسة Mian Ahmad Noshina Saleem, Mudassar Hussain,

Hanan, Rab Nawaz Lodhi (2023)^(١٩) هدفت إلى سد الفجوة من خلال البحث في الآثار المباشرة لوسائل الإعلام والخصائص الشخصية على المشاركة عبر الإنترنت في تغير المناخ، والآثار غير المباشرة عند التوسط من خلال التواصل بين الأشخاص والخصائص الشخصية كمتنبيين للاتصالات الإعلامية كمصادر للمعلومات حول تغير المناخ، بالاعتماد على الاستبيان، وتوصلت لعدة نتائج من أهمها: توجد آثار مباشرة فيما يتعلق بالصحف الإلكترونية واليوتيوب والأخبار التليفزيونية، وتأثيرات غير مباشرة للواتس اب على المشاركة عبر الانترنت فيما يتعلق بالمشاركة المناخية للأفراد عبر الانترنت.

١٧- دراسة جيهان عبد الحميد عبد العزيز حنفى (2022)^(٢٠) هدفت إلى التعرف

على مقدار الاهتمام الذي تقدمه المؤسسات فيما يتعلق بمخاطر التغيرات المناخية والتوعية بها ورصد أهم الموضوعات وكيفية معالجتها، وطبقت الداسة على عينة شملت كل مقاطع الفيديو على اليوتيوب باستخدام كلمتين بحث هما (التغيرات المناخية – التغيرات المناخية في مصر) بواقع ٢٣٠ مقطع فيديو في الفترة من مارس ٢٠٢١ وحتى مارس ٢٠٢٢ بالاعتماد على تحليل المضمون، وتوصلت الدراسة لنتائج عدة أهمها: جاءت المقاطع القصيرة الأقل من خمس دقائق في المرتبة الأولى في تناولها للتغيرات المناخية، وكان أبرز مضمون الفيديوهات مخاطر التغيرات المناخية على العالم.

١٨- دراسة مصطفى عبد الحى عبد العليم ((2022)^(٢١) هدفت إلى التعرف على

مدى اهتمام المواقع "عينة الدراسة" بتغطية قضية التغيرات المناخية، وطبقت الداسة على عينة من المواقع الصحفية المصرية وهي (اليوم السابع – المصرى اليوم – الشرق)، وتوصلت الدراسة لنتائج عدة أهمها: جاء التقرير الصحفى في مقدمة الأشكال الصحفية التي تناولت تغطية التغيرات المناخية، وجاءت أهم الموضوعات التي يتم التركيز عليها قلة الموارد الطبيعية يليها الكوارث الطبيعية ثم التلوث وأخيراً الاحتباس الحرارى.

١٩- دراسة Emmanuel Frank Elia (2019)^(٢٢) هدفت إلى التعرف على

الموضوعات التي تغطيها وسائل الإعلام فى تنزانيا فيما يتعلق بتغير المناخ، وطبقت الدراسة على ٨٥ صحفى من ٥ وسائل إعلامية محلية، وتوصلت الدراسة إلى نتائج عدة منها: ٤٩.٣% من المعلومات المقدمة كانت عن تأثير المناخ والتكيف معه، تليها حالة الطقس والمناخ، وجاء فى مرتبة متأخرة موضوعات الطاقة المتجددة بنسبة ١.٤%.

٢٠- دراسة Paulina Kuranchie Timothy Quashigah, Modestus Fosu (2019)^(٢٣) هدفت إلى التعرف على آثار تهديد التغير المناخي على الحياة وردود الفعل من خلال المناقشات في الأوساط الأكاديمية وغير الأكاديمية، واعتمدت الدراسة على المنظور النقدي المتمثل في وجود القليل من المعرفة حول مدى توعية الأفارقة عامة، والغانيين خاصة بأفة تغير المناخ وأثارها، وركزت على تحليل الخطاب العالمي للتعرف على كيفية تأثير وسائل الإعلام الغانية على الجمهور فيما يتعلق بتغير المناخ وأثاره، من خلال المقابلات المتعمقة مع الحكومة والمسؤولين الرئيسيين، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها: الوصول إلى العديد من الطرق الحاسمة لمواجهة التغيير المناخي الإقليمي والعالمي.

٢١- دراسة Heather Akin (2015)^(٢٤) هدفت الدراسة التعرف على مدى تأثير القيم والمعتقدات والعوامل الثقافية على إدراك الجمهور للتغيرات المناخية، وطبقت الدراسة على عدة دول يبرز لديها الخطاب السياسي الدولي بشأن التغيرات المناخية وهي "ألمانيا - أمريكا - الصين"، وطبقت الدراسة الميدانية على عينة من البالغين في تلك الدول، وتوصلت للعديد من النتائج أهمها: أن المبحوثين في أمريكا أكثر اهتماماً بالتغيرات المناخية من الصين وألمانيا، وتبين أن الصينيين أقل قلقاً بشأن التغيرات المناخية من الألمان.

٢٢- دراسة صفاء صبح محمد (2014)^(٢٥) هدفت إلى التعرف على مدى وعي الشباب بآثار التغيرات المناخية، وأبرز المصادر التي تؤثر في معارفهم وطبقت على عينة من الشباب السعودي، وتوصلت الدراسة لنتائج عدة أهمها: انخفاض الوعي البيئي لدى الشباب السعوديين فيما يتعلق بالأخطار المترتبة على التغيرات المناخية، وعدم الوعي بالقوانين الخاصة بالبيئة والمناخ، وتبين أنه كلما كان المستوى التعليمي للأسرة مرتفع كلما زاد الوعي بآثار التطور التكنولوجي على المناخ.

٢٣- دراسة Upadhyaya Deepak (2014)^(٢٦) هدفت الدراسة التعرف على دور وسائل الإعلام في توعية طلاب الدراسات العليا بجامعة Tripura بالهند بالتغيرات المناخية، وطبقت الدراسة على عينة من طلاب مقررات الدراسات العليا بالجامعة، وتوصلت للعديد من النتائج أهمها: تبين أن وسائل الإعلام تشكل المصدر الأساسي للمعلومات التوعوية بالتغيرات المناخية حيث شكلت نسبة ٥٦.١%، وتبين أن ٧٠% من الطلاب يعتمدون في امدادهم بمعلومات موثقة عن تغير المناخ على قنوات التلفزيون الحكومي.

التعليق على الدراسات السابقة وأوجه الاستفادة منها:

١- لم تتطرق أي من دراسات المحور الأول إلى التغيرات المناخية، وكان تركيزها منصب على تنمية الوعي البيئي للصم وضعاف السمع بوجه عام بالاعتماد على مقياس

الوعي البيئي، أو تصميم برامج تعليمية، ولم يتطرق أي منها لدور الإعلام البيئي الرقمي في تنمية الوعي البيئي لهم "موضوع الدراسة الحالية".

٢- ركزت معظم الدراسات العربية على المراهقين والطلاب الجامعيين وطلاب الثانوى المهني، في حين ركزت قلة من الدراسات على فئة الصم وضعاف السمع، وجاء تركيز الدراسات الأجنبية على مستخدمى الفيس بوك وطلاب وموظفين التعليم العالى وطلاب الدراسات العليا والأفارقة.

٣- تناولت دراسات المحور الثانى الإعلام وقضايا التغير المناخى فيما يتعلق بالإعلام الرقمى بالتركيز على مقاطع الفيديو عبر اليوتيوب، والمواقع الصحفية، ووسائل التواصل الاجتماعى.

٤- يزخر التراث البحثى بدراسات إعلامية متعددة عن قضايا التغير المناخى بالتطبيق على الجمهور العام، وتوجد ندرة في الدراسات المطبقة على الصم وضعاف السمع، ومن هنا تتضح أهمية تطبيق الدراسة الحالية.

٥-تنوعت المراحل العمرية التى تم التطبيق عليها فى الدراسات السابقة، بين الأطفال والمراهقين والشباب والبالغين، بينما ركزت الدراسة الحالية على الشباب في المرحلة الجامعية.

٦- تنوعت الموضوعات التى تناولتها دراسات الإعلام وقضايا التغير المناخى بين المخاطر الصحية للتغيرات المناخية، وتعزيز التعليم البيئي والسلوكيات المؤيدة للبيئة، وأثر تهديد التغير المناخى على الحياة بوجه عام، وتأثير القيم والمعتقدات على التغيرات المناخية، بالتطبيق على جمهور الإعلام فقط، بينما تجمع الدراسة الحالية بين فئة الصم وضعاف السمع وخبراء البيئة والإعلاميين المهتمين بالشأن البيئى مما يعطى هذه الدراسة مزيداً من الأهمية العلمية والعملية، خاصة وأنها من أولى الدراسات فى هذا المجال.

الإطار النظرى للدراسة:

الإعلام الرقمى والبيئة:

لقد فرض الاعلام الرقمى نفسه بقوة في حياتنا نتيجة تزايد عدد جمهور ومستخدمى مواقع التواصل الاجتماعى بشكل يومى، بالإضافة لتوفيرها العديد من الخدمات التي لا حصر لها مما يسهل التواصل الاجتماعى والعمل والاعلان والتسويق والاعلام، فالاعلام الرقمى هو نوع جديد من الاعلام يشترك فى المفهوم والمبادئ العامة والأهداف مع الإعلام التقليدي، بينما يتميز بالاعتماد على وسائل الإعلام الحديثة من أجل توصيل المضمون بأشكال متميزة ومؤثرة.

ومن المهم في عصرنا الرقمية معرفة أفضل الطرق للوصول إلى الجمهور المستهدف، وتعد تعزيز الاستراتيجية التسويقية إحدى الطرق لتحقيق ذلك عبر الإعلام الرقمية، ومن أهم وسائل الإعلام الرقمية:

الشبكات الاجتماعية: التي تقدم عدة خدمات للمستخدمين مثل البريد الإلكتروني والمحادثات الفورية والرسائل الخاصة والفيديو، ومن أشهر الشبكات الاجتماعية "فيس بوك - تويتر" مواقع مشاركة الفيديوهات والصور: وهي تلك المواقع التي تتيح مشاركة صورك الخاصة بك أو مع أصدقائك ومن أشهر تلك المواقع "يوتيوب - جوجل" (٢٧).

الإعلام والصم وضعاف السمع:

يعرف قانون ١٠ لعام ٢٠١٨ الإعاقة السمعية بأنها فقدان حاسة السمع كلياً بما يؤثر في قدرة الشخص على سماع الأصوات المختلفة والتواصل والتعلم، ويؤثر بشكل عام على أدائه لأنشطة الحياة اليومية بعد استخدام الوسائل المعينة المناسبة، ويطلق على الأشخاص أصحاب هذه الإعاقة "أشخاص ذوي إعاقة سمعية" من الصم وضعاف السمع، ويبلغ عدد الأشخاص ذوي الإعاقة السمعية "الصم وضعاف السمع" طبقاً لإحصائية الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء حوالي ٤.٦% من إجمالي عدد المواطنين في مصر.

أسباب الإعاقة السمعية:

يمكن أن تكون أسباباً خلقية ولد بها الطفل، أو أن تكون مكتسبة، وفيما يلي أهم أسباب الإعاقة السمعية:

أولاً: أسباب الإعاقة السمعية الخلقية:

- أسباب ترجع لعوامل وراثية

- أسباب ترجع لعوامل غير وراثية:

بسبب بعض المضاعفات أثناء الحمل والولادة، وقد تكون إصابة الأم الحامل أثناء الحمل بالحصبة الألمانية، أو بعض أنواع العدوى الأخرى، أو نقص وزن الطفل عند الولادة، أو نقص الأكسجين عند الولادة بسبب حدوث اختناق عند الولادة، أو اليرقان وهو إصفرار حاد بالجلد وبياض العين لدى الطفل حديث الولادة.

ثانياً: أسباب الإعاقة السمعية المكتسبة:

وقد تحدث في أي سن وتشمل: الكثير من الأمراض المعدية مثل الحصبة، الحمى الشوكية، والتهابات الأذن المزمنة، وتجمع السوائل في الأذن أو إلتهاب الأذن الوسطى. ومن مسبباتها أيضاً الضوضاء المفرطة بما في ذلك الضوضاء الناتجة عن الآلات أو الانفجارات، والشيخوخة حيث قد تفقد الخلايا الحسية قدرتها الوظيفية لدى كبار السن.

لغة الإشارة:

هي اللغة الأم في التواصل عند الصم، وتشمل لغة الجسد واللغة الأيقونية، ويمثلان ما يزيد عن ٥٥% من الإرسال والاستقبال.

أ- لغة الجسد: تتكون من التواصل بالعين، حركة اليد، حركة الرأس، تعبيرات الوجه، وحركة الجسد.

ب- اللغة الأيقونية: هي اللغة غير اللفظية التي تستخدم الرموز لضمان التواصل، تعمل الرموز كمفردات وطريقة الجمع بين تلك الرموز تعادل القواعد، والغالبية العظمى من الأشخاص فاقد السمع " الصم " يستخدمون لغة تواصل مشتركة فيما بينهم، وأيضاً بينهم وبين السامعين وهي عبارة عن مزيج من لغة الجسد واللغة الأيقونية الرمزية لتتم عملية نقل المعلومات والمعاني والأفكار من شخص إلى آخرين بصورة تحقق الأهداف المنشودة من أي نشاط إجتماعي أو تعليمي أو تدريبي أو تأهيلي^(٢٨).

وقد تضمن الإعلان العالمي لحقوق الإنسان الصادر عن الأمم المتحدة مواد تؤكد حق أي فرد في المجتمع في الاتصال، فكل فرد من حقه أن يعرف ويعلم كل شيء يدور من حوله وبذلك أرسى الحق في الاتصال دعائم جديدة تسيّر عليها وسائل الاعلام وتحتم عليها عدم استبعاد أي فئة من دائرة اهتمامها، فيجب على وسائل الاعلام القيام بالتزاماتها تجاه الفئات الخاصة في إطار المسؤولية الاجتماعية وزيادة الاهتمام بالفئات الخاصة كعضو مهم في المجتمع.

وعلى الرغم من التأكيد على الدور المهم لوسائل الاعلام تجاه نوى الاحتياجات الخاصة، إلا أن الدراسات بينت عدم قيام وسائل الاعلام بمسئوليتها تجاه تلك الفئات فممارسة وسائل الاعلام تجاه نوى الاحتياجات الخاصة لم تكن متساوية مع ممارستها تجاه بقية فئات المجتمع.

فدوى الاحتياجات الخاصة جزء لا يتجزأ من المجتمع، وعلاقة الإعلام بالاعاقة علاقة تفاعلية ومسؤولية متبادلة ولذلك يجب استثمار وسائل الاعلام في التوعية الشاملة لجميع أفراد المجتمع وضرورة دمج فئة المعاقين مجتمعياً، فقد تزايد الاهتمام التوعوي بهذه الشريحة بعد تطور القوانين الدولية التي تدعو إلى حماية نوى الهمم^(٢٩).

فوسائل الإعلام تسهم في رفع الوعي لدى الراشدين بوجه عام والراشدين الصم خاصة، وبالتأكيد يتم ذلك بالاعتماد على لغة الإشارة التي تعتمد اعتماداً أساسياً على البصر، وتعتمد على التناسق بين العين وقدرات الجسم على الحركة وتتشكل الحركات الإشارية بواسطة اليد وشكلها، والذراع وتعابير الوجه، وموقع أو مكان اليد واتجاهها، والحركات الأخرى والمتمثلة في حركة الكتفين والأيامات وحركة الشفاه وهز الرأس، وتستخدم لغة الإشارة في العديد من الدول ولكن لكل دولة نظام إشارة خاص بها^(٣٠).

ويشهد العالم مؤخراً الكثير من مظاهر التحول البيئي في الكثير من بقاع الأرض، بما يمثل احتجاجاً ورفض الطبيعة ضد عمليات التغيير التي يقوم بها الإنسان دون وعي، لذلك يجب نشر التربية البيئية والتوعية من خلال الإعلام البيئي في سبيل مكافحة التلوث والتدهور البيئي، ولعل أهم أهداف التوعية البيئية الجماهيرية للإعلام البيئي مواجهة الاستخدام غير الرشيد للطاقة واستنزاف الموارد الطبيعية، وتلوث البيئة البحرية والاستخدام الغير مناسب للمبيدات، والضغوط النفسية التي يواجهها الإنسان بسبب التغيير المناخي، فمن الطبيعي أن يتم الاستعانة بالإعلام البيئي بكل وسائله وقنواته في التوعية حتى يتخذ الجميع التدابير الوقائية لترشيد الاستهلاك، والتوقف عن نشر التلوث أو التغيير في خواص البيئة مثل المياه والطاقة وتلوث الهواء وتجريف التربة^(٣١).

فمن أهم أهداف الإعلام البيئي استخدام وسائل الإعلام جميعها لتوعية الإنسان، وإمداده بكل المعلومات التي من شأنها أن تعمل على ترشيد سلوكه وترتقي به إلى مستوى المسؤولية للمحافظة التلقائية على البيئة والعمل على تنمية قدراتها^(٣٢).

ولكي ينجح الإعلام البيئي في توفير المعلومة البيئية والتأثير على الجمهور المستهدف طبقاً للأهداف الموضوعية لحماية البيئة، وبما يتلائم مع الأوضاع والظروف المحيطة ينبغي أن يتم التنسيق والتعاون بين مختلف وسائل الإعلام للعمل في اتجاه واحد ومن خلال خطة إعلامية متكاملة، ومن أهم متطلبات ذلك مستوى ونوع الوعي البيئي لدى القيادات الإعلامية الذي يحدد بدوره مدى شعور تلك القيادات بالمخاطر البيئية حيث تعتبر القضايا البيئية موضوعات موسمية^(٣٣).

قضايا التغيرات المناخية:

بينما تسعى المخلوقات الأخرى للعيش من خلال التكيف مع الفرص التي توفرها الطبيعة، قام البشر بتغيير الظروف البيئية مع التطورات العلمية والتكنولوجية والصناعية في محاولة للسيطرة على هذه الظروف، وأثناء قيامهم بذلك استخدموا الموارد الطبيعية دون وعي ودمروا التوازن البيئي، وتدمير التوازن البيئي ومحاولة الإنسان للسيطرة على الطبيعة تسبب في تدمير انسجامه مع الطبيعة وظهور العديد من المشكلات البيئية^(٣٤).

فتغير المناخ وفقاً لما جاءت به الأمم المتحدة هو تغير المناخ الذي يعزى بشكل مباشر أو غير مباشر إلى النشاط البشري الذي يغير تكوين الغلاف الجوي العالمي والذي يضاف إلى التقلبات المناخية الطبيعية الملحوظة خلال فترات زمنية مماثلة.

وأصبحت حوادث الفيضانات المدمرة والجفاف والجوع والحرارة والأمراض المرتبطة بالمناخ وغيرها من التحديات الناجمة عن المناخ أكثر شيوعاً في جميع أنحاء العالم مع مرور السنين، لذلك شهدت محاولات إدارة التغيرات في المناخ في معظم البلدان إصدار أو تنفيذ لوائح وأطر سياسات وحملات في محاولة لحماية الأرض أو التحكم في معدل تدهور البيئة، كمساهمة في إيجاد طرق للتغلب على التهديد العالمي، وتم أيضاً القيام بالعديد من الأعمال

الأكاديمية حول مخاطر تغير المناخ بقصد توعية العالم بالتهديد الذي يشكله تغير المناخ على الحياة والتحريض على اتخاذ إجراءات علاجية^(٣٥). هذا بالإضافة إلى تحول حالات إلى أزمات بيئية في العالم مثل الاحتباس الحراري واستنزاف الأوزون وتدمير الغابات والأمطار الحمضية وانتشار محطات الطاقة النووية، والتي ظهرت نتيجة الأنشطة الصناعية المكثفة خاصة بعد النصف الثاني من القرن العشرين.

وقد جمع المنتدى الاقتصادي العالمي ٢٠٢٠ المخاطر العالمية طويلة المدى تحت موضوع البيئة، وبناءً على ذلك، يُشار إلى أن "الظواهر الجوية الزائدة"، و"الفسل في مكافحة تغير المناخ والتكيف معه"، و"الكوارث الطبيعية"، و"فقدان التنوع البيولوجي وتدمير النظام البيئي"، و"الأضرار والكوارث البيئية الناجمة عن الإنسان" هي العوامل الخمسة التي من المرجح أن تحدث في السنوات العشر القادمة.

ومن هنا يمكن القول إن المخاطر البيئية قد مارست تأثيرها على العالم أجمع، وسوف تستمر المشاكل البيئية الإقليمية والعالمية في التزايد في السنوات القادمة، وسوف تجلب هذه المشاكل مشاكل سلبية أكبر، وفي هذا السياق تزداد أهمية أنشطة التنقيف البيئي بسبب تزايد المشاكل البيئية ومساحات المعيشة التي تتضاءل مع الزمن^(٣٦).

يعد تغير المناخ أولوية رئيسية للتنمية الدولية ومن المرجح أن يكون لها تأثير محسوس ومباشر في الدول النامية نتيجة محدودية البنية التحتية للتقليل من مخاطر التغيرات المناخية لدى تلك الدول، فمن المرجح أن تؤدي زيادة حالات الجفاف والفيضانات والظواهر الجوية القاسية، فضلاً عن التغير البيئي المتزايد من خلال عمليات مثل الغمر والتصحر والملوحة؛ إلى تفاقم المشاكل القائمة المتعلقة بالإنتاج الزراعي والأمراض المعدية وتيارات الهجرة والفقر والصراعات^(٣٧).

لقد تبنت الحكومة المصرية نهجاً تشاركياً يشمل جميع أصحاب المصلحة المعنيين بما في ذلك المجتمع المدني والقطاع الخاص والوسائط الأكاديمية والبحثية، وأيضاً شركاء التنمية الإقليميين والعالميين، وتم وضع كافة السياسات التي تسهل انتقال استثمارات القطاع الحكومي والخاص نحو الاقتصاد الأخضر، كما قامت بتحديث استراتيجيات التنمية المستدامة (رؤية مصر ٢٠٣٠) للاستجابة للتحديات المستجدة، ويشمل ذلك تغير المناخ والنمو السكاني وندرة المياه، وتعد مصر أول دولة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا تطلق سندات خضراء بقيمة ٧٥٠ مليون دولار لتمويل المشروعات الخضراء خاصة فيما يتعلق بالنقل النظيف.

فمصر لها العديد من الجهود في قضايا التغيرات المناخية، حيث ساندت مصر مصالح الدول الإفريقية ودفعت بها للتكيف مع تغير المناخ، وأيضاً في سبيل رصد التمويلات اللازمة للحد من الآثار الضارة للمناخ في إفريقيا، ومنحها النصيب العادل من التمويلات

التي تقدر بحوالي ١٠٠ مليار دولار، هذا بالإضافة إلى جهود مصر بتنفيذ العديد من المشروعات البيئية والمناخية في قارة أفريقيا ما بين مشروعات الهيدروجين الأخضر ومحطات الطاقة لتوليد الكهرباء من الطاقة الشمسية وطاقة الرياح⁽³⁸⁾. فتغير المناخ يمثل تحدياً دولياً بحجم لم نواجهه من قبل، ومن الممكن أن تؤدي تأثيراتها إلى تفاقم التوترات القائمة وخلق توترات جديدة، مما سيكون له بدوره انعكاسات على الاستقرار والأمن على المستوى المحلي والدولي، وبالتالي فإن الاستجابة الفعالة لتغير المناخ وما يرتبط بها من آثار فيزيائية حيوية واجتماعية واقتصادية يجب أن تكون متعددة الأوجه. وهناك بالفعل بعض الفرص للتبادل والدعم بين المؤسسات في جميع أنحاء العالم، والتي يمكن أن تساعد في نقل المهارات والتكنولوجيا وتنمية القدرات، ومن تلك الأمثلة مبادرات مثل برنامج DEIPHE للتعليم العالي التابع لوزارة التنمية الدولية البريطانية، ومشروع "تعميم البيئة والاستدامة" التابع لبرنامج الأمم المتحدة للبيئة في الجامعات الأفريقية، بالإضافة إلى الجهود طويلة الأجل في التبادل المهني الدولي والمهارات المشتركة بين الجامعات الأفريقية والمنظمات غير الحكومية مثل الخدمة التطوعية في الخارج (VSO)⁽³⁹⁾.

الإطار المنهجي للدراسة:

تساؤلات المقابلات المتعمقة:

- ١- ما تقييم الإعلاميين وخبراء البيئة للوضع الراهن لتعامل الإعلام البيئي الرقمي مع قضايا التغير المناخي؟
- ٢- ما أشكال الإعلام البيئي الرقمي الأكثر فعالية بالنسبة للجمهور من وجهة نظر الخبراء؟
- ٣- ما أهم قضايا التغير المناخي التي يجب أن يركز عليها الإعلام البيئي الرقمي في مضمونه؟
- ٤- ما التحديات والصعوبات التي تواجه الإعلام البيئي الرقمي في تنمية الوعي البيئي للصم وضعاف السمع؟
- ٥- ما الجهود المبذولة من جانب المؤسسات المعنية بالبيئة نحو تطوير الإعلام البيئي الرقمي لها؟
- ٦- ما الرؤية المستقبلية لآليات تفعيل الإعلام البيئي الرقمي في تنمية الوعي البيئي للصم وضعاف السمع؟

التعريفات الإجرائية:

الإعلام البيئي الرقمي:

إعلام جديد يعتمد على شبكة الإنترنت كوسيط اتصالي، ويتسم بتنوع أشكاله وسرعة الوصول للجمهور والتفاعلية، ويهدف إلى تسليط الضوء على قضايا التغيرات المناخية، من خلال نشر

المعلومات والحقائق العلمية والاتجاهات والسلوكيات الإيجابية بما يسهم في تنمية الوعي البيئي وحماية البيئة.

تنمية الوعي:

إدراك الفرد للمعارف المتعلقة بالبيئة وتهديب سلوكه نحوها، وإكسابه الطرق والأساليب التي تمكنه من المحافظة على البيئة والتعامل السليم معها؛ لحمايتها وحماية نفسه من المشكلات والمخاطر البيئية التي تعترئها بسبب التغير المناخي.

قضايا التغير المناخي:

كل الظواهر والمشكلات التي تنتج عن التحولات طويلة الأجل في حالة الطقس، من حالة الرياح وتساقط الأمطار ودرجات الحرارة وارتفاع مستوى سطح البحر، والسبب الرئيسي لها أنشطة الإنسان المضررة بالبيئة والتي أدت إلى زيادة نسبة الغازات الدفينة وبالتالي زيادة الاحتباس الحرارى، ومن هذه الأنشطة قطع الأشجار وإحراق الوقود والعمليات الكيميائية والصناعية وغيرها، مما يؤدي إلى آثار واسعة النطاق وغير مسبوقه على العالم.

الصم وضعاف السمع:

الأشخاص الذين ليس لديهم قدرة على السمع والكلام، وقد يكون الصمم كلى أو جزئى، وقد يولد الشخص به أو مكتسب لأى سبب بعد الولادة في طفولته قبل اكتساب اللغة والكلام.

نوع البحث ومنهجه:

تعد الدراسة الحالية من الدراسات الكيفية التفسيرية التي تهدف إلى وصف وتحليل الظاهرة واختبار المتغيرات والعوامل المؤثرة؛ وذلك بهدف تفسير نتائجها واستخراج المؤشرات التي تتضمنها، وتم استخدام منهج المسح بالعينة باعتباره جهداً علمياً يساعد على التوصل إلى بيانات ومعلومات عن الظاهرة موضوع الدراسة^(٤٠).

مجتمع الدراسة:

أ- مجتمع المقابلات المتعمقة:

يتمثل فى كل خبراء الإعلام المهتمين بالشأن البيئى والخبراء العاملين بالمؤسسات المعنية بالبيئة، وفى إطار هذا المجتمع تم سحب عينة الدراسة.

ب- مجتمع مجموعات النقاش:

يتمثل فى الصم وضعاف السمع الذين يستخدمون الإعلام الرقمة بكافة أشكاله، وفى إطار هذا المجتمع تم سحب عينة من الصم وضعاف السمع من الفرق الأربعة بكلية التربية النوعية جامعة القاهرة.

عينة الدراسة:

أ- عينة المقابلات المتعمقة In – Depth Interviews:

شملت ستة عشر من خبراء الإعلام المهتمين بالشأن البيئي والخبراء العاملين بالمؤسسات المعنية بالبيئة فى كلية الإعلام جامعة القاهرة، ووزارة البيئة، والمركز القومى للبحوث، ومنظمة الفاو*، ويوضح الجدول التالى خصائص عينة الدراسة:

جدول رقم (١)

خصائص عينة الدراسة

المتغير	ك	%
النوع	ذكور	٣٧.٥
	إناث	٦٢.٥
	الإجمالى	١٠٠
عدد سنوات الخبرة	من ٥ سنوات لأقل من ١٠ سنوات	١٨.٨
	من ١٠ إلى ٢٠ سنة	٢٥
	أكثر من ٢٠ سنة	٥٦.٢
	الإجمالى	١٠٠

ب- عينة مجموعات النقاش المركزة:

شملت مجموعة من الصم وضعاف السمع، وبلغ عددهم ثمانية مبحوثين من الذكور والإناث من طلاب كلية التربية النوعية جامعة القاهرة.

أدوات جمع البيانات:

وجدت الباحثة أن البحث يتطلب الجمع بين أكثر من أداة كيفية للتعرف على المزيد من المعلومات التفصيلية؛ مما يؤدي لتكامل البناء المنهجي فى تناولها، ولذلك تم الاعتماد على أداتين للدراسة وهما:

أ- المقابلة المتعمقة:

اعتمدت الباحثة على هذه الأداة لرصد رؤى وتصورات خبراء الإعلام المهتمين بالشأن البيئي والخبراء العاملين بالمؤسسات المعنية بالبيئة، بهدف تعميق نتائج الدراسة، وطبقها الباحثة عبر مجموعة من الخطوات المنهجية، وهى:

- تحديد الأهداف الرئيسية للمقابلة التى تتركز فى استخلاص رؤى وتصورات خبراء الإعلام المهتمين بالشأن البيئي وخبراء البيئة بشأن تنمية الوعى البيئي لذوى الهمم بقضايا التغير المناخى، وتقييم الوضع الراهن لتعامل الإعلام البيئي الرقوى مع قضايا التغير المناخى، والوقوف على أهم المشكلات البيئية التى يجب التركيز عليها، والتحديات والصعوبات التى تواجه الإعلام الرقوى فى هذا الشأن، إلى جانب الرؤى المستقبلية لآليات تفعيل دور الإعلام البيئي الرقوى فى رفع الوعى البيئي لدى الصم وضعاف السمع.

- تلا ذلك تصميم دليل المقابلة المتضمن للمحاور السابقة، وتضمن كل محور مجموعة من الأسئلة ذات الصلة بالهدف الرئيسي للدراسة.
- اختيار عينة المقابلات من خبراء الإعلام المهتمين بالشأن البيئي وخبراء البيئة.
- تنفيذ المقابلات وقد استغرقت كل مقابلة من ٣٠:٤٥ دقيقة.
- تفرغ وتحليل البيانات.
- كتابة النتائج العامة للمقابلات.

ب- مجموعة النقاش المركزة Focus – Group Discussions:

استخدمت الباحثة هذه الأداة الكيفية للوصول لمعلومات تفصيلية ودقيقة من خلال المناقشة المتعمقة لموضوع الدراسة مع أفراد المجموعة، وهذه الأداة تساعد في رصد وتحليل وتقييم المبحوثين عبر استخدام الأسئلة المتعمقة الموجهة لهم، وقامت الباحثة بإدارة وتنسيق جلسة النقاش وإعطاء جميع المشاركين فرص متساوية للحديث والتعليق والتفسير، وحرصت على الالتزام بموضوع الدراسة وتسجيلها وتدوينها حتى تتوفر المعلومات التي يتم تحليلها، وقد أعدت استمارة منهجية لمجموعة النقاش تضمنت أربع محاور رئيسية، وفيما يلي نستعرض المحاور الخمسة:

- اتجاه وتقييم المبحوثين نحو تناول الإعلام البيئي الرقمي لقضايا التغير المناخي.
- دور الإعلام البيئي الرقمي في تشكيل معارف واتجاهات وسلوكيات المبحوثين نحو قضايا التغير المناخي.
- أشكال وقوالب الإعلام البيئي الرقمي الأكثر فعالية بالنسبة للصم وضعاف السمع.
- الرؤية المستقبلية لآليات تفعيل الإعلام البيئي الرقمي في تنمية الوعي البيئي للصم وضعاف السمع.

وطبقت وفقاً للخطوات المنهجية السبع التالية لإعداد وتنفيذ النقاشات:

- ١- تعريف المشكلة وتحديدها بدقة للتعرف على معارف وآراء واتجاهات المبحوثين، وعوامل تأثرهم بها ومفاهيمهم الخاصة وسلوكياتهم نحوها.
- ٢- اختيار العينة المتضمنة أفراد ذات صلة بالمشكلة من الجمهور المستهدف.
- ٣- تحديد عدد مجموعات النقاش لعرض المشكلة بشكل متكامل، وقد اشتملت الدراسة الحالية على مجموعتين.
- ٤- تحديد أسلوب إدارة المناقشة وآليات التطبيق الفعلي.
- ٥- إعداد أدوات تطبيق المناقشة وكيفية تسجيلها ومكان انعقادها.
- ٦- إدارة المناقشة وجمع البيانات وترتيبها.
- ٧- تحليل البيانات وإعداد تقرير بها، وبالنتائج التي توصلت إليها الباحثة وتجميع آراء المشاركين^(٤١).

اختبارى الصدق والثبات:

تم قياس صدق الاستمارة من خلال عرضها على مجموعة من المحكمين*، وفى ضوء ملاحظاتهم تم تعديلها، حتى وصلت إلى شكلها النهائى الصالح للتطبيق.

الإطار الزمنى للدراسة:

تم عقد النقاش لمجموعة النقاش المركزة من الصم وضعاف السمع من طلاب قسم التربية الفنية بكلية التربية النوعية جامعة القاهرة يوم الأربعاء الموافق ١٧ مايو ٢٠٢٣، وتم عقد المقابلات المتعمقة مع خبراء الإعلام المهتمين بالشأن البيئى وخبراء البيئة بالمؤسسات المعنية بالبيئة فى الفترة من ٣ وحتى ٣١ مايو ٢٠٢٣.

نتائج الدراسة:

أولاً: نتائج المقابلات المتعمقة:

أسفرت المقابلات المتعمقة مع خبراء الإعلام المهتمين بالبيئة وخبراء البيئة عن عدة

نتائج كما يلى:

أولاً: تقييم الوضع الراهن لتعامل الإعلام البيئى الرقمى مع قضايا التغير المناخى:

أشار المبحوثون إلى أن حاجة الإعلام إلى إضافة رسائل أكثر واقعية للمواطن البسيط وبما يلفت انتباه المتابعين إلى أهمية القضايا البيئية، ومدى مسؤوليته كفرد في المساهمة في حل المشكلات البيئية انطلاقاً من مبدأ (أبدأ بنفسك).

ورأى البعض أن هناك ثغرة في الإعلام ويجب أن يتم تدريب الإعلاميين على أيدى متخصصين في البيئة حتى يتسنى للإعلام التوعية بقضايا البيئية وبالتالي التعامل مع الأزمة بشكل سليم، وأن يتم التركيز في الطرح الإعلامى على الحلول أكثر من سرد المشكلات.

في حين رأى البعض الآخر أنه يوجد اهتمام على مستوى الإعلام الرقمى لوزارة البيئة على كافة المنصات خاصة الفيس بوك واليوتيوب، ولكن ينقص هذا الاهتمام والتناول البيئى الجيد عنصر الانتشار والمشاركة من جانب الجماهير وما زال الأمر يقتصر على تعرض الجمهور المهتم بالقضية فقط؛ لذلك يجب تركيز الاهتمام على تسويق المنصات المهمة بقضايا التغير المناخى مما يدفع الجمهور العام وذوى الهمم خاصة الصم وضعاف السمع لمتابعتها، فالإعلام دوره مهم جداً وخاصة الإعلام الرقمى في الوقت الحالى بما لديه من قدرة على الوصول لجماهير عريضة والانتشار الواسع، وقد أظهرت نتائج دراسة Aimiuwu أن مواقع التواصل الاجتماعى بإمكانها الوصول للملايين وتثقيفهم وتوعيتهم بفوائد التقنيات الخضراء المتعددة التي تستخدم للحياة بأسلوب صديق للبيئة^(٤٢).

ثانياً: أشكال الإعلام الرقمي الأكثر فعالية بالنسبة للجمهور:

أجمع معظم المبحوثون على أن اليوتيوب وقدرته على الوصول ل جماهير عريضة وتعرض الغالبية له، وأكد البعض الآخر على الفيس بوك وأهمية التركيز على عرض الصورة المعبرة وبالتالي سهولة وصول الفكرة للأصم، جاء بعد ذلك تفضيلهم لتويتر، وفيما يتعلق بالصورة وقضايا التغييرات المناخية نجد أن الرسوم الكاريكاتورية لها دور كبير في رفع مستوى الوعي بقضايا حماية البيئة، فهي آلية توعية مثمرة وقوية لتعبئة شرائح مختلفة من الشعب لصالح حماية البيئة^(٤٣)، كما أكدت نتائج دراسة توفيق ذباح اعتماد الصفحة الرسمية للوكالة الوطنية للنفائات بشكل كبير على الصور مما يؤكد أهميتها في وصول الرسالة، ومن أهم القيم على الصفحة "الحث على النظافة - المحافظة على البيئة - نظافة الشواطئ"^(٤٤).

بينما أشارت نتائج إحدى الدراسات أن تويتر وسيلة جيدة لزيادة المعرفة بالاستدامة البيئية، وأن الطاقة المتجددة وترشيد الاستهلاك واستخدام الطاقة النظيفة من أهم الموضوعات التي تم تناولها^(٤٥)، وقد بينت نتائج دراسة خلود عبد الله مليوني ٢٠١٩ اهتمام الناشطين البيئيين بموضوعات البيئة مقابل ضآلة اهتمام المختصين البيئيين والجمعيات البيئية عبر تويتر^(٤٦).

ثالثاً: أهم قضايا التغير المناخي التي يجب أن يركز عليها الإعلام البيئي الرقمي في مضمونه:

أجمع المبحوثون على أن البداية تنبع من أهمية التركيز في تناول القضايا والمشكلات على السلوك البيئي للفرد، وترسيخ المسؤولية البيئية لديه نحو بيئته ونظافتها والحفاظ عليها؛ حينئذ من السهل التعامل مع أي مشكلات بيئية تطرأ بشكل أكثر فعالية، فمعظم مسببات التلوث البيئي ناتجة عن سلوكيات الناس.

وأشاروا إلى أن أهمية التركيز في الرسالة الإعلامية على إعادة التدوير وترشيد الاستهلاك والطاقة المتجددة وكيفية مكافحة التلوث بكافة أشكاله، في حين أشار البعض الآخر على أهمية التركيز في تناول المشكلات البيئية على منظور آخر وهو جودة البيئة سواء مياه أو هواء أو تربة، وأنه يجب التركيز على التخلص الآمن من النفائات الضارة والأجهزة الكهربائية والبطاريات المستهلكة.

وقد أوضح المبحوثين بمنظمة الفاو أن أحد المشاريع البيئية التي ركزت عليها المؤسسة وتم تغطيتها على كافة منصات الإعلام الرقمي للمنظمة هي "منظومة تحسين النظم الزراعية الأيكولوجية" وكان ذلك في الوادي الجديد حيث تم إنشاء مدرسة خاصة بفئة المزارعين الصم وضعاف السمع مع توفير مترجم للغة الإشارة.

وقد أشاروا إلى أن أحد أكثر المشكلات البيئية التي يجب التركيز عليها لفئة المزارعين وذلك بالطبع بحكم تخصص المنظمة في الزراعة والأمن الغذائي، هو تصميم حملات توعية للمزارعين مثل "كيفية التخلص من المخلفات الزراعية بشكل سليم وآمن"، لأنهم وجدوا أنهم

يتخلصوا منها بشكل مؤذى للبيئة بما يؤثر تأثيراً سلبياً على المناخ، ويكون ذلك عن طريق توعيتهم بإعادة تدوير واستخدام مخلفات النخيل بدلاً من حرقها، وتحويل مخلفات الزراعة إلى علف للماشية أو سماد طبيعي للأرض، وأيضاً مشكلة "تأثير الارتفاع والانخفاض المفاجئ في درجات الحرارة على المحاصيل وانتشار الأمراض والأوبئة" والتوعية بكيفية مواجهة ذلك الخطر الذى قد يمتد إلى انقراض محاصيل بعينها، وكذلك مشكلة "مواجهة الملوحة الشديدة في منطقة الدلتا نتيجة ارتفاع سطح البحر"، "وكيفية مواجهة فترات الجفاف الطويلة والغير متوقعة".

رابعاً: التحديات والصعوبات التى تواجه الإعلام البيئى الرقمى فى تنمية الوعى البيئى للصم وضعاف السمع:

أشار بعض المبحوثين إلى أن أولى الصعوبات هي الوصول إليهم لأن بعضهم لا يتعرض للإعلام الرقمى؛ وذلك يرجع إلى عدم حرص القائم بالاتصال على توافر ترجمة المحتوى بلغة الإشارة حتى يتسنى للأصم فهم الرسالة الموجهة وبالتالي تتحقق الأهداف المرجوة للمرسل، وكذلك أهمية استخدام القوالب والاستمالات الملانمة لطبيعة المضامين والفئة المستهدفة.

وركز بعض المبحوثين على أن اهتمام القيادة السياسية بذوى الهمم من العوامل المساعدة على مواجهة التحديات والصعوبات فهى بمثابة حافز لتركيز اهتمام الإعلام على توعيتهم بقضايا البيئة والتغيرات المناخية فهم جزء من المجتمع وحتى تتكامل المنظومة يجب عدم إغفالهم فهم قطاع أساسى وكبير من الجمهور.

واجمع المبحوثون على أن الخطوة المهمة هي تغيير السلوكيات، ووصولاً لذلك يجب التركيز من البداية على تغيير منظومة المعرفة لديهم، فتغيير المعارف وتصحيح المعلومات يقودنا إلى تغيير الآراء والاتجاهات وبالتالي إلى تغيير السلوكيات، ومن أهم الأدوات التي يجب أن يركز عليها الإعلام الرقمى "عرض النماذج" مثلاً أماكن خالية من تلوث الهواء نتيجة اتباع سلوكيات بيئية سليمة، وعرض المدن والمؤسسات الخضراء والمواصلات صديقة البيئة.

خامساً: الجهود المبذولة من جانب المؤسسات المعنية بالبيئة نحو تطوير الإعلام البيئى الرقمى لها:

أشار مبحوثين الإدارة المركزية للإعلام والتوعية البيئية بجهاز شئون البيئة إلى حرصهم على بث رسائل وإعلانات وحملات توعية بشكل دورى على منصات التواصل الاجتماعى واليوتيوب، فعلى سبيل المثال في الترويج لإحدى حملات التوعية البيئية تم الاستعانة بإحدى الفرق الموسيقية التي تستخدم الآلات موسيقية مصنوعة من إعادة التدوير وعرض ذلك على كافة المنصات الرقميه لجهاز شئون البيئة.

وأكد مبحثين وزارة البيئة على التحديث الدورى لموقع الوزارة، والتواجد الدائم عبر مواقع التواصل الاجتماعى، في حين أشار مسؤولى الإعلام الرقوى بمنظمة الفاو "مكتب مصر" على أهمية تويتز في المرتبة الأولى بالنسبة لمكاتب المنظمة في مصر وكل الدول، بالإضافة إلى الصفحات العامة للمنظمة على الفيس بوك والانستجرام و linked in والتي يتم إدارتها عبر المكتب الرئيسى في روما.

وقد أظهرت نتائج إحدى الدراسات أنه من خلال تحليل المواقع الإلكترونية الثلاثين لمنظمات المستهلكين تبين أن التوجه البيئى لمنظمات المستهلكين يتركز على تسليط الضوء على المعلومات التي يحتاجها المجتمع لفهم تأثير قرارات المستهلك على البيئة وقضايا التغييرات المناخية^(٤٧).

كما أشارت نتائج دراسة Kaur&Chahal أن من أهم العوامل التي ترفع من الوعى البيئى للجماهير القدرة على الإقناع، والثقة المدركة.

وبينت نتائج دراسة أخرى أن محور الأمية المناخية هو عنصر حيوي للأشخاص الذين يتعاملون مع تغير المناخ وواحد من الأساليب القليلة ولكن الأكثر عملية وفعالية؛ لما لها آثار موضوعية ويمكن اعتبارها مزيجاً من العلم والتعليم والسياسة^(٤٨)، كما أظهرت نتائج دراسة Arlt, Dorothee, Imke Hoppe and Jens Wolling أن الانترنت له تأثير أساسى على من لديهم وعى أكبر بمشكلات المناخ^(٤٩).

سادساً: رؤية مستقبلية لآليات تفعيل الإعلام البيئى الرقوى فى تنمية الوعى البيئى للصم وضعاف السمع:

أكد المبحثون على أهمية إعداد الرسائل بشكل يتناسب مع المتلقين من الصم وضعاف السمع، وتحديث الرسائل بشكل دورى وفقاً للأحداث الجارية وإثرائها بالمعلومات الموثقة المدعمة بالصور والفيديوهات، وأننا في حاجة إلى مواقع وصفحات وقنوات إعلامية متخصصة لهم فضلاً عن نشر هذا المضمون في الوسائل العامة، والحرص على تحديث الرسالة التوعوية بشكل دورى بما يتواءم مع التطور الرقوى والتكنولوجى.

وفى هذا الصدد أقترح بعض المبحثون أن يستعين الإعلام الرقوى بشخصيات مؤثرة من الصم تتولى توصيل الرسالة إلى أقرانها من الصم وضعاف السمع، من خلال مقاطع فيديو قصيرة تنشر على كافة منصات التواصل الاجتماعى والإعلام الرقوى وبدون الحاجة إلى مترجم إشارة وهذا يكون تأثيره أسرع وأكثر فعالية.

وفى هذا الصدد أوضحت نتائج دراسة Oldensjö, Emelie نجاح المواطن العادي في إنشاء قنوات علمية على موقع اليوتيوب أسهمت في إمداد الأفراد بالمعلومات العلمية البيئية، ونجحت في تغيير اتجاهاتهم وسلوكياتهم المتعلقة بترشيد الاستهلاك والحد من النفايات، كما وفرت ساحة للحوار والتعلم والتواصل بشأن الحفاظ على البيئة^(٥٠).

التركيز على توعية الإعلاميين على أهمية دور الإعلام الرقمي في الوصول لجماهير عديدة في وقت قصير، مما يتوجب عليهم بناء رسائل مركزة صادقة تحقق الهدف منها. وأشار معظم المبحوثين على ضرورة إزالة الفجوة بين الدراسات والأبحاث العلمية والإعلاميين الممارسين للعمل الإعلامي بما يسهم في التقارب بين الإعلام الممارس والأكاديمي، فقد أن الأوان أن تجد دراسات البيئة والإعلام البيئي صداها في وسائل الإعلام، بالإضافة إلى إعادة تأهيل القائمين بالاتصال للتعامل مع أزمة تغيير المناخ وفئة الصم وضعاف السمع الذين يمتلكون قدرات قد تفوق الإنسان العادي في كثير من الأحيان وبالتالي يجب استثمارها وفتح أبواب المشاركة المجتمعية لهم في معرفة الوضع الراهن لقضايا البيئة والتغيرات المناخية وكيفية التعامل معها، فالتناول الإعلامي الجيد يسهم في الفهم الصحيح للجمهور وبالتالي مع التكرار والاستمرارية تحدث النتائج الإيجابية المرجوة.

فضلاً عن أهمية تدريب الإعلاميين على أيادي متخصصين في البيئة حتى يتسنى للإعلاميين توصيل المعلومة السليمة للجماهير وخاصة الصم وضعاف السمع، وفي هذا الإطار نشير إلى ما توصلت إليه نتائج دراسة Emmanuel Frank Elia ٢٠١٩ بان ٥٠% من الصحفيين لم يتلقوا تدريباً بشأن تغير المناخ مما يؤدي إلى تغطية منخفضة الجودة^(٥١)، وأنه يجب عدم إغفال الجانب البحثي فمن الضروري إجراء بحوث مستقبلية حول اهتمامات ذوى الهمم البيئية والمضامين والقوالب والأساليب الفنية الأكثر جذباً لهم.

ثانياً: نتائج الدراسة الكيفية لمجموعة النقاش المركزة:

المحور الأول: اتجاه وتقييم المبحوثين نحو تناول الإعلام البيئي الرقمي لقضايا التغير المناخي:

تبين أن أكثر المواقع التي تعرض من خلالها المبحوثون لقضايا التغيرات المناخية هي اليوتيوب يليه الفيس بوك وجاء التويتر والانستجرام في مرتبة متأخرة، وقد جاءت نتائج دراسة صربينة قويدر، ووفاء مبدوع أن الفيس بوك ينافس بنسبة كبيرة في نشر الوعي البيئي المستدام^(٥٢).

كما أشار المبحوثين إلى أن أهم أسباب متابعتهم للمضمون التوعوي على هذه المواقع يرجع إلى الأسلوب الجذاب في تصميم الحملة، وأكد المبحوثين من الصم وضعاف السمع أنهم لا يستوعبوا المضمون الخاص بتلك الحملات إلا بمساعدة أحد المتكلمين نتيجة عدم وجود ترجمة إشارة في تلك الحملات، كما أشاروا إلى أن الحملات التي يسهل فهمها من خلال الصور والفيديوهات والأخرى التي ساعدهم ذويهم في فهمها ساعدت في اكتساب معلومات بيئية جديدة وبالتالي تغيير سلوكياتهم، وتبين أن بعضهم قام بنشر المعلومات التي توصلوا إليها على زملائهم من الصم وضعاف السمع، وتشجيعهم على ترشيد الاستهلاك حيث أشاروا إلى أن أكثر الحملات التي لفتت انتباههم "حملات ترشيد الكهرباء والمياه"، وفي هذا النطاق أشارت نتائج دراسة Amandeep Kaura and Harpreet Chahal أن عينة

الدراسة كانت لديهم الرغبة لتقديم مساهمات للحفاظ على الموارد الطبيعية للأجيال القادمة^(٥٣).

المحور الثاني: دور الإعلام البيئي الرقمي في تشكيل معارف واتجاهات وسلوكيات المبحوثين نحو قضايا التغير المناخي:

فقد اتضح من خلال النقاش معهم أن أكثر نسبة مخلفات يتم انتاجها في المنزل كانت البلاستيك في المرتبة الأولى يليها مخلفات الأطعمة والمشروبات، وفي ضوء ما تعرض له بعض أفراد مجموعة النقاش عبر الإعلام الرقمي تبين أنهم بدأوا في استخدام أكياس قماش قابلة لإعادة الاستخدام عند التسوق، وتقليل استخدام الأكياس البلاستيك، وأكدت مجموعة النقاش أنهم لم يتخلوا عن استخدام البلاستيك نهائياً خاصة وأن معظم الباعة والتجار يستخدمون الأكياس البلاستيك، وأشاروا إلى أن أهم مكتسبات تعرضهم لحملات التوعية الخاصة بوزارة البيئة أنهم تجنبوا استخدام المياه الجارية في فك تجميد الأطعمة، وايضاً فتح الصنبور عند الحاجة فقط، والاعتماد على الضوء الطبيعي وقت النهار وغلق الأنوار في الأماكن التي لا احتاجها.

فالتعرض للمضمون الرقمي له تأثير قوى على الجمهور كما أظهرت ذلك نتائج دراسة Gupta&Syed أن الاتجاه الإيجابي للمستهلكين نحو شراء المنتجات الخضراء تشكل من خلال تعرضهم لوسائل التواصل الاجتماعي^(٥٤).

وقد أظهرت نتائج دراسة Ferlal Ors إلى أن وسائل الإعلام فعالة في لفت الانتباه إلى المشاكل البيئية

التي يخلقها التلوث، فعرضها وتوعية الجمهور بها وتنقيفهم مهم لخلق ضغط عام لفعل شيء حيالها^(٥٥).

وأشارت أيضاً مجموعة النقاش إلى أن هناك الكثير من المخلفات في المنزل والجامعة، وأنهم بحكم دراستهم للتربية الفنية بكلية التربية النوعية لديهم قدرة على الإبداع وإعادة التدوير، وبالفعل قاموا بالعديد من الأنشطة تحت مظلة إعادة التدوير خاصة فيما يتعلق بالزجاجات البلاستيك، وأيضاً الورق والكراتون حيث يقوموا بعجنه وإعادة استخدامه في منتجات فنية مثل كروت المعايدات، وأشار البعض الآخر إلى أنهم أعادوا تدوير بعض الأطعمة المتبقية لديهم في أكلات بدلاً من التخلص منها وإهدارها.

وقد أشارت نتائج دراسة Ijab, M.T., Sulaiman, H., Md. Anwar, Hamid, S., R. and Norman, A.A. إلى أن إعادة التدوير وتقليل استخدام الكهرباء والماء وتقليل استخدام الورق في الجامعات يسهم في تحقيق الاستدامة والوصول إلى جامعات خضراء^(٥٦)، كما بينت دراسة Heather Akin أن القيم الشخصية والمعتقدات وعادات استخدام وسائل الإعلام تؤثر على انطباعات الأفراد حول تغير المناخ^(٥٧).

المحور الثالث: أشكال وقوالب الإعلام البيئي الرقمي الأكثر فعالية بالنسبة للصم وضعاف السمع:

تصدرت الفيديوهات القصيرة المعبرة بدون الاحتياج لترجمة لغة إشارة قائمة الأشكال الإعلامية المفضلة لدى مجموعة النقاش، وكان أكثر أسباب التفضيل التي اجتمعوا عليها سرعة وسهولة وصول المعلومات لديهم بدون إشارة، وأكد البعض أن الصور والملصقات المعبرة تؤدي نفس النتيجة.

وقد أوضحت نتائج دراسة جيهان عبد الحميد عبد العزيز أنه من خلال تحليل مقاطع الفيديوهات على اليوتيوب تبين أن تناول الفيديوهات لأسباب التغييرات المناخية وكيفية مواجهتها جاء في المرتبة الخامسة^(٥٨).

وأظهرت نتائج دراسة نوف عبد اللطيف الحزامي أن من أهم عوامل تفاعل المبحوثين مع قضايا البيئة في مواقع التواصل الاجتماعي "استخدام الصور قبل وبعد للمقارنة، ومقاطع الفيديو، والرسوم التوضيحية كالأنفوجراف^(٥٩).

في حين أشارت دراسة توفيق ذباح إلى أن الفيس بوك هو أحد أنشط الصفحات الإعلامية الجزائرية في نشر الوعي البيئي^(٦٠)، كما أوضحت نتائج دراسة عادل عبيد المغيري أن الطلاب الصم وضعاف السمع "عينة الدراسة" موافقون بنسبة كبيرة على أهمية دور شبكات التواصل الاجتماعي في اكسابهم المفاهيم العلمية، وجاء في المرتبة الأولى موقع الفيسبوك بين مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضلونها^(٦١).

المحور الرابع: رؤية مستقبلية لآليات تفعيل الإعلام البيئي الرقمي في تنمية الوعي البيئي للصم وضعاف السمع:

أشار عدد من مجموعة النقاش إلى ضرورة وجود أعضاء فاعلين من الصم وضعاف السمع داخل المؤسسات الإعلامية والبيئية من منطلق إشراكهم في توصيل رسالة التوعية البيئية، وقد أظهرت نتائج دراسة مروة صبحي أهمية اشتراك الجمهور في الاتصال البيئي في تدعيم اتجاهاتهم نحو الاستدامة البيئية^(٦٢).

كما بينت نتائج دراسة Ijab, M.T., Sulaiman, H., Md. Anwar, R. Hamid, S. and Norman, A.A. إلى أن المهمة الرئيسية لوسائل الإعلام فيما يتعلق بالبيئة في ظل التغييرات المناخية هو رفع مستوى الوعي البيئي والتثقيف البيئي بالمخلفات التي يسببها التلوث وذلك يسهم بدوره في تغيير سلوكيات الناس^(٦٣).

وترى الباحثة أنه يجب تغيير الصورة السائدة عن وسائل الإعلام الرقمي حيث أن معظم المستخدمين يقتصر استخدامهم لها للتواصل فقط عبر منصات التواصل الاجتماعي، فإن زيادة مستوى الوعي البيئي عبر الإعلام الرقمي بما يمتلكه من إمكانيات من شأنه أن يزيد من السلوك البيئي الجيد للصم وضعاف السمع بشأن الاستدامة البيئية.

خاصة وأن وسائل الإعلام الاجتماعية تمتلك من الأدوات ما يسهم في زيادة الوعي البيئي لدى المستخدمين، فهي تمتلك القدرة الإقناعية، سهولة الوصول، الثقة المدركة، وسرعة النشاط والتفاعل^(٦٤).

فوسائل التواصل الاجتماعي أكثر فاعلية في التأثير على السلوك البيئي عن وسائل الإعلام التقليدية، وذلك لتمييزها ببعض خصائص الاتصال الشخصي مثل "الحوار التفاعلي ورجع الصدي، ويأتي الفيسبوك في مقدمة وسائل التواصل الاجتماعي الأكثر تأثيراً في الوعي بموضوعات البيئة، والأكثر فاعلية في التأثير على السلوك البيئي نتيجة إتاحتها للاتصال الحواري^(٦٥).

وقد أشارت نتائج دراسة خلود عبد الله ملياني إلى قلة اهتمام المستخدمين من الأفراد بالتوعية البيئية عبر مواقع التواصل الاجتماعي نظراً لاستخدامها بشكل كبير لأغراض العلاقات الاجتماعية والتواصل العام بين الأفراد^(٦٦).

وأوضحت نتائج دراسة راشد بن هادي الدوسري أن منصات الإعلام الجديد ذات رسائل توعية بيئية جيدة ولكنها لا تقدم حلول فعالة لمعظم القضايا البيئية المعروضة بها^(٦٧).

ثالثاً: خلاصة الدراسة وأهم النتائج:

- ١- أشارت نتائج المقابلات المتعمقة ومجموعة النقاش المركزة إلى وجود اتفاق بين نتائج الدراستين على أهمية الإعلام الرقمي في التوعية البيئية للصم وضعاف السمع.
- ٢- أكد خبراء الإعلام والبيئة على ضرورة إضافة رسائل تناسب المواطن البسيط، وتدريب الإعلاميين على أيدي خبراء البيئة.
- ٣- رأى معظم الخبراء تصدر الفيس بوك واليوتيوب منصات الإعلام الرقمي المهمة برفع الوعي البيئي.
- ٤- كما تبين وجود اتفاق بين الدراستين في تصدر اليوتيوب والفيديوهات القصيرة فئة الشكل والقوالب الأكثر فعالية للصم وضعاف السمع.
- ٥- أشار الخبراء إلى ضرورة التركيز في الإعلام في المقام الأول على السلوك البيئي للفرد وترسيخ المسؤولية البيئية لديه.
- ٦- تصدر توفير مترجم إشارة أولى التحديات التي يجب أن يوفرها الإعلام البيئي الرقمي في توعية الصم وضعاف السمع، واستخدام قوالب واستمالات ملائمة لطبيعة الفئة، والتركيز في البداية على منظومة المعرفة، مع أهمية عرض النماذج.
- ٧- جاء اقتراح الاعتماد على شخصيات مؤثرة من الصم في توصيل الرسالة لذويهم في مقدمة الاقتراحات.

- ٨- توصلت الدراستين إلى اتفاق على أهمية تمثيل الصم وضعاف السمع في المؤسسات الإعلامية من منطلق إشراكهم في توصيل الرسالة التوعوية ولضمان تأثيرها على ذويهم.
- ٩- جاء اليوتيوب في مقدمة المواقع التي تعرضت من خلالها مجموعة النقاش المستهدفة لقضايا التغييرات المناخية، يليه الفيس بوك ثم التويتر والانستجرام.
- ١٠- أوضحت مجموعة النقاش أن أسلوب العرض الجذاب جاء في مقدمة أسباب إعجابهم بحملات التوعية، خاصة الحملات التي اعتمدت على الصور والفيديوهات المعبرة مما يسر فهمهم لها في ظل عدم وجود مترجم إشارة.
- ١١- احتل البلاستيك أولى المخلفات التي ينتجها أعضاء مجموعة النقاش من الصم وضعاف السمع، يليه الأطعمة والمشروبات.
- ١٢- أشارت مجموعة النقاش أن الورق والكرتون والزجاجات البلاستيك أكثر المخلفات التي قاموا بإعادة تدويرها في منتجات فنية، يليها إعادة تدوير الأطعمة المتبقية في وصفات جديدة بدلاً من التخلص منها.

مقترحات وتوصيات الدراسة:

فى ضوء ما خلصت إليه الدراسة من نتائج توصلنا إلى المقترحات والتوصيات التالية:

- ضرورة إزالة الفجوة بين الأبحاث والدراسات العلمية الإعلامية والبيئية من جهة والإعلاميين من جهة أخرى، بما يتيح أقصى استفادة من البحث العلمى في الواقع العملى.
- عقد بروتوكولات تعاون بين مؤسسات رعاية الصم وضعاف السمع والكيانات الإعلامية، بما يركز على الاستعانة بالشخصيات المؤثرة من الصم في تقديم المحتوى التوعوى المخصص لفئة الصم وضعاف السمع بالإعلام الرقمة.
- التركيز على إقامة ورش العمل والتدريبات المستمرة للقائمين بالاتصال في الإعلام الرقمة على أيدي خبراء البيئة؛ تحقيقاً لفكرة تكامل التخصصات وسعياً لتوصيل معلومة صادقة للصم وضعاف السمع.
- تسليط الضوء على الفيديوهات والقصص المصورة في تناول المضمون البيئي في الإعلام الرقمة، وبما يتماشى مع قدرات الصم وضعاف السمع فى ضوء حواسهم المتبقية.
- الاهتمام بتضمين المحتوى البيئي الرقمة المرئى العام ترجمة اشارة للصم وضعاف السمع.

- عقد بروتوكولات تعاون بين مؤسسات الإعلام الرقمي وجمعيات مترجمي لغة الإشارة، للإستعانة بهم في ترجمة المضمون التوعوي البيئي العام.
- ضرورة توجيه محتوى إعلامي وإعلاني توعوي يلائم فئات ذوى الهمم من الصم وضعاف السمع، والمكفوفين، وأصحاب القدرات العقلية، فى اطار تكاتف كافة الجهود لحل المشكلات البيئية فى مصر ومواجهة قضايا التغير المناخى، وتحقيقاً لمبدأ المساوة وتكافؤ الفرص وعدم التمييز.

مراجع الدراسة:

- (¹) Andreas Schmidt, Ana Ivanova, Mike S. Schäfer, "Media attention for climate change around the world: A comparative analysis of newspaper coverage in 27 countries", **Global Environmental Change** (Vol. 23, Issue 5, October 2013), P. 1240.
- (²) Bart IV, E.H., Boland, A., Shelton, S. & Del Rosso, T., "An Exploration of How Deaf Creators Use TikTok", *The Emerald Handbook of Computer-Mediated Communication and Social Media*, (Bingley ,٢٠٢٢), P. ٣٥٠.
- (³) Ferlal Ors, "Environmental education and the role of media in environmental education in Turkey", **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, (No: 46, 2012), p.1340.
- (⁴) منى محمد الزناتي، آيات أنور عبد المبدى، "أثر اختلاف نمطى الموشن جرافيك "المسطح - السبورة البيضاء" على تنمية مفاهيم وسلوكيات ترشيد الاستهلاك فى ضوء التنمية المستدامة لذوى الإعاقة السمعية"، **مجلة بحوث عربية فى مجالات التربية النوعية**، العدد السادس والعشرون، (جامعة عين شمس: كلية التربية النوعية، أبريل ٢٠٢٢)، ص ص ١٩٥ : ٢٤٧.
- (⁵) هالة فاروق جلال الديب، هالة محمد عبد السميع الغلبان، "فعالية برنامج كومبيوترى متعدد الوسائط لتنمية بعض سلوكيات الوعى البيئى لدى الأطفال المعاقين سمعياً بالمرحلة الابتدائية بمحافظة عنيزة"، **مجلة التربية**، العدد مائة وثمانية وخمسون، الجزء الأول (جامعة الأزهر: كلية التربية، أبريل ٢٠١٤)، ص ص ٢٧٧ : ٣١٦.
- (⁶) هدية نظر فرج الله مرسل، "برنامج أنشطة مدرسية مقترح لتنمية الوعى البيئى للصم فى المرحلة الابتدائية"، **رسالة ماجستير**، غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات والبحوث البيئية، ٢٠٠٧).
- (^٧) عبادة أحمد عبادة الخولى، "فعالية برنامج قائم على التفاعل بين العلم والتكنولوجيا والمجتمع فى تنمية الثقافة العلمية والوعى البيئى لطلاب المدارس الثانوية الفنية ضعاف السمع"، **مجلة كلية التربية**، المجلد الواحد والعشرون، العدد الأول، (جامعة أسيوط: كلية التربية، يناير ٢٠٠٥)، ص ص ٢١٣ : ٢٥٥.
- (^٨) عمرو رفعت عمر، عبد الصبور منصور أحمد، "فاعلية برنامج إرشادى فى تعديل بعض الاتجاهات السالبة نحو البيئة لدى عينة من الصم فى المرحلة الثانوية"، **مجلة عالم التربية**، العدد الرابع، (القاهرة: المؤسسة العربية للاستشارات العلمية وتنمية الموارد البشرية، مايو ٢٠٠١)، ص ص ١٩٥ : ٢٤٧.
- (^٩) اسمهان مريبعى، نسيمه مقل، "دور الإعلام البيئى الإلكتروني وتحدياته فى تحقيق التنمية المستدامة: واقع وروى"، **مجلة علوم الإنسان والمجتمع**، المجلد الحادى عشر، العدد الثانى، (جامعة محمد خيضر بسكرة: كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، يونيو ٢٠٢٢)، ص ص ٧٤٧ : ٧٧٦.
- (^{١٠}) نواف عبد اللطيف الحزامى، "دور مواقع التواصل الاجتماعى فى نشر الوعى البيئى والثقافة الخضراء: دراسة مسحية على عينة من طلاب وطالبات جامعة الملك سعود"، **مجلة البحوث الإعلامية**، العدد الثالث والستون، الجزء الأول (جامعة الأزهر: كلية الأعلام، أكتوبر ٢٠٢٢)، ص ص ٦٩ : ١٠٠.
- (^{١١}) شروق محمد محمد غريب، "حملات التسويق الأخضر عبر الإنترنت وعلاقتها بالوعى البيئى لدى المراهقين"، **مجلة دراسات الطفولة**، المجلد الرابع والعشرون، العدد الثانى والتسعون، (جامعة عين شمس: كلية الدراسات العليا للطفولة، سبتمبر ٢٠٢١)، ص ص ٢٠٤ : ٢٦٣.
- (¹²) Chi-Hung Chung, Dickson K.W. Chiu, Kevin K.W. Ho, Cheuk Hang Au, "Applying social media to environmental education: is it more impactful than traditional media?" **Information Discovery and Delivery**, (Vol. 48 No. 4, 2020) pp. 255-266.

- (13) راشد بن هادي راشد الدوسري، فعالية الإعلام الجديد في تنمية الوعي البيئي: دراسة ميدانية، رسالة ماجستير، غير منشورة، (جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية: كلية العلوم الاجتماعية، ٢٠١٨).
- (14) Fatima Zahra Drim, "The Role of Social Media in Achieving Environmental Awareness: An Ethnographic Study on a Sample of Face Book Users " **International Journal of Social Communication**, (Vol. 4, No. 4, 2017), pp 63: 77.
- (15) Hamid, S., Ijab, M.T., Sulaiman, H., Md. Anwar, R. and Norman, , A.A. "Social media for environmental sustainability awareness in higher education", **International Journal of Sustainability in Higher Education**, (Vol. 18 No. 4, 2017), pp. 474- 491
- (16) حنان محمد إسماعيل حسنين، "دور وسائل الإعلام في تنمية الاهتمام البيئي لدى الجمهور المصري: دراسة في إطار نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام"، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، المجلد الرابع عشر، العدد الثاني، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، يونيو ٢٠١٥)، ص ص ١٣ : ٤١٦.
- (17) عبد الله عبد الله محمد الوزان، "استخدامات طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الجديد (تويتر) والإشباع المتحققة في زيادة الوعي البيئي: دراسة ميدانية على طلاب بعض الكليات بجامعة الحدود الشمالية - المملكة العربية السعودية"، **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط**، العدد التاسع، (جامعة عين شمس: كلية الدراسات العليا للطفولة، ديسمبر ٢٠١٥)، ص ص ٦٤ : ١٠١.
- (18) jagadish Thaker a, Lucy M. Richardson b, David C. Holmes, "Australians' perceptions about health risks associated with climate chang: Exploring the role of media in a comprehensive climate change risk perception model", **Journal of Environmental Psychology** (No.89, August 2023) pp. 255-266.
- (19) Mudassar Hussain, Noshina Saleem, Mian Ahmad Hanan, Rab Nawaz Lodhi, "Media, interpersonal communication, personal characteristics and online participation for climate change: structural equation modelling to determine digital discourse in Pakistan", " **Global Knowledge, Memory and Communication** (Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print, 2023).
- (20) جيهان عبد الحميد عبد العزيز حنفي، "معالجة الإعلام الرقمي لمخاطر التغيرات المناخية: دراسة تحليلية للمحتوى الرقمي عبر اليوتيوب، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**"، العدد الثمانون، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، مايو ٢٠٢٢)، ص ص ٥٣١ : ٥٧٨.
- (21) مصطفى عبد الحي عبد العليم، "أطر التغطية الصحفية لقضية التغيرات المناخية في المواقع الصحفية المصرية: دراسة تحليلية"، **المؤتمر العلمي الدولي الثالث: الإعلام العربي والمبادرات الوطنية في ضوء أهداف التنمية المستدامة**، (جامعة الأزهر: كلية الإعلام، ٢٠٢٢).
- (22) Emmanuel Frank Elia, "Media coverage of climate change information in Tanzania", **Global Knowledge, Memory and Communication** (Vol. 68 No. 4/5, 2019), pp. 258-274.
- (23) Modestus Fosu, Timothy Quashigah, Paulina Kuranchie, "Broaching Agenda for Climate Change in Africa: A Perspective on Media Engagement with Climatic Issues in Ghana", **Emerald Publishing Limited**, (Bingley, October, 2019), pp. 93-111.
- (24) Heather Akin, "The role of values, norms, and media use in public perceptions of climate change: A cross-cultural and U.S. analysis", **PHD**, (University of Wisconsin-Madison, 2015).

(٢٥) صفاء صبح محمد، "مدى وعي الطلبة في جامعة حائل بالتغيرات المناخية والعوامل المؤثرة في ذلك"، رسالة الخليج العربي، ع ١٣٣، (مكتب التربية العربية لدول الخليج، ٢٠١٤)، ص ٤٩ : ٧٤.
(٢٦) Deepak Upadhyaya, "A Study on Postgraduate Students' Perception of Mass Media

in Creating Awareness of Climate Change in Agartala, capital city of Tripura in India", **International Research Journal of Environment Science**, (Vol. 3, 2014), pp. 73-78

(٢٧) فتحى حسين عامر، الميتافيرس.. ثورة الإعلام الرقمي، ط ١ (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، ٢٠٢٢)، ص ١٢، ٢٠.

(٢٨) https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---africa/---ro-abidjan/---sro-cairo/documents/publication/wcms_856433.pdf, The American University in Cairo,

pp. 24:26. دليل الإتاحة الإلكترونية للأشخاص ذوى الإعاقة

(٢٩) هالة عطية شاهين، "اتجاهات نوى الاحتياجات الخاصة لمتابعة وسائل الإعلام واشباع احتياجاتهم: دراسة ميدانية على عينة من المكفوفين والعم في منطقة جازان"، المجلة العربية لعلوم الإعاقة والموهبة، ع ٨٤، (جامعة جازان: عمادة خدمة المجتمع والتعليم المستمر، يوليو، ٢٠١٩)، ص ١٥٤ : ١٥٥.

(٣٠) بسمة موسى العويبي، "مستوى الوعي الاعلامي بين الراشدين العم باختلاف الجنس والعمر بنادى الأمير على بن الحسين للعم"، رسالة ماجستير، غير منشور، (جامعة عمان، كلية العلوم التربوية والنفسية، ٢٠٠٤)، ص ١١٥، ١١٦.

(٣١) شاكر الحاج مخلف، الاعلام البيئي، ط ١ (عمان: دار دجلة، ٢٠١٦)، ص ٩٢، ٩٣.

(٣٢) مجاني باديس، "دور الاعلام في نشر الوعي البيئي"، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد ٣٠ (جامعة الحاج لخضر باتنة ١ الجزائر، ٢٠١٧)، ص ٣٧٠.

(٣٣) محمد منير حجاب، التلوث وحماية البيئة، ط ٣ (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٢)، ص ٧٨.

(٣٤) Mutlu, Fatma, Nacaroglu, Oguzhan, Dogan, Mustafa, "Awareness of the Gifted Students and Their Normally Developing Peers about Environmental Education Concept", **Acta Didactica Napocensia**, (Vol.14, No.1, 2021), p. 10.

(٣٥) Modestus Fosu, Timothy Quashigah, Paulina Kuranchie, Op. cit, p. ٩٥,99.

(٣٦) Mutlu, Fatma, Nacaroglu, Oguzhan, Dogan, Mustafa, **Op. cit p. 11**.

(٣٧) Rajib Shaw, Phong Tran, "Chapter 15 Education: Climate Change Issues in Education Sectors: An environmental entry point of risk reduction", **Emerald Publishing**, (January 2012), p. 290.

(٣٨) عبد المعطي أبو زيد، وآخرون، مصر.. وقضايا التغيرات المناخية، القاهرة، الهيئة العامة للاستعلامات، ٢٠٢٢، ص ٦٥، ١٢٩.

(٣٩) Rajib Shaw, Phong Tran, Op. cit, p. ٣٠٢.

(٤٠) سمير محمد حسين، تطبيقات في مناهج البحث العلمي، ط ١ (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٢)، ص ٨٧.

* قامت الباحثة بعرض استمارتي المقابلة المتعمقة، ومجموعة النقاش المركزة على السادة المحكمين الأتي أسماؤهم وفقاً للترتيب الأبجدي:

أ.د. السيد بهنسى أستاذ الإعلام بكلية الآداب جامعة عين شمس ووكيل كلية الإعلام بالجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
أ.د. ماجدة مراد أستاذ الإعلام بكلية التربية النوعية جامعة القاهرة.
أ.د. سهير صالح إبراهيم أستاذ الإعلام بكلية التربية النوعية جامعة القاهرة وعميد المعهد العالي للإعلام بالشروق.
أ.د. محمد رضا أحمد أستاذ الإعلام المتفرغ بكلية التربية النوعية جامعة المنصورة.

(41) Roger D. Wimmer & Joseph R. Dominick, Mass Media Research: an Introduction 9ed, (New York: Wads Worth, 2011) p.290.

* أجرت الباحثة المقابلات المتعمقة مع كلاً من الأتي أسماؤهم وفقاً للترتيب الأبجدي:

أ.م.د/ ابتهاج الطوحي	أستاذ مساعد بالمركز القومي للبحوث ورئيس لجنة الإعلام بنادي أعضاء هيئة البحوث.
أ.د. داليا محمد عبد الله	رئيس قسم العلاقات العامة والإعلان كلية الإعلام جامعة القاهرة.
د. راوية الدابي	مسؤول التواصل التنموي في منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة "الفاو" مكتب مصر.
د. رحاب يوسف محمد	مدير عام الثقافة والتوعية بوزارة البيئة المصرية.
أ. عماد نبيل الشريف	أخصائي توعية والرئيس السابق لوحدة الركن الأخضر بالإدارة المركزية للإعلام والتوعية البيئية بجهز شؤون البيئة.
د. فاطمة الزهراء أبو زيد	استشاري تغير المناخ والاستدامة في منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة "الفاو" مكتب مصر.
د. فجر عبد الجواد	نائب مدير مركز التميز للدراسات البحثية والتطبيقية للتغيرات المناخية والتنمية المستدامة بالمركز القومي للبحوث.
أ.م.د/ كريمان محمد فريد	أستاذ مساعد بقسم العلاقات العامة والإعلان – كلية الإعلام جامعة القاهرة
أ/ سها فرج	مدير وحدة الركن الأخضر بوزارة البيئة المصرية
د. ليديا محمد كامل	مدير عام بحوث تكنولوجيا تغير المناخ ونقطة الاتصال الوطنية لدى اتفاقية الأمم المتحدة لتغير المناخ لتمكين العمل المناخي ACE – UNFCCC
د. مصطفى الناظر	المسؤول الإعلامي لوحدة تغير المناخ بالمركز القومي للبحوث، وأحد مستشاري مكتب وزير البيئة.
أ.م.د. محمد عتران	مدير وكالة كلية الإعلام للحملات الإعلامية والتسويقية بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
أ.د. محمد منصور	المستشار الإعلامي لجامعة القاهرة، ومستشار رئيس تحرير جريدة الأهرام.
أ. محمد على موسى	خبير التواصل الرقمي في منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة "الفاو" مكتب مصر.
أ.د. ممدوح إبراهيم	رئيس قسم تلوث الهواء بالمركز القومي للبحوث.
أ. نادية عبد الله	رئيس مجلس الأمناء بالمؤسسة المصرية لحقوق الصم و مترجمي لغة الإشارة، ومسؤول الحماية القانونية بالمجلس القومي للأشخاص ذوي الإعاقة

(42) Aimiwu, E. "Efficacy of Social media to Promote Green Technology Use", **Phd**, (Walden University, 2017.) p.160.

(43) Pinto, J., Gutsche, R.E. and Prado, P. (Ed.), "Raising Awareness on Environmental Protection Issues Through Cartooning: A Semiotic Analysis of Eco-cartoons Published in the Nigerian Media", **Climate Change, Media & Culture: Critical Issues in Global Environmental Communication**, **Emerald Publishing Limited, Bingley**, 2019, p.12٠.

(44) توفيق ذباح، "المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة عبر وسائل الإعلام الجديد -دراسة وصفية تحليلية لصفحة الوكالة الوطنية للنفايات على الفيسبوك نموذجاً"، **مجلة الدراسات الإعلامية**، العدد العاشر، (المركز العربي الديمقراطي، مارس ٢٠٢٠)، ص ٧٥٧.

(45) Maria Teresa Ballestar, Miguel CuerdoMir, "The Concept of Sustainability on social media:

A Social Listening Approach", **Sustainability**, (Vol.12, No. 5, 2020), p. 10.

(٤٦) خلود عبد الله ملياني، "الإعلام البيئي عبر شبكات التواصل الاجتماعي ودوره في تحقيق التنمية المستدامة"، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، ع ٦٦، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، يناير ٢٠١٩)، ص ص ٦٧١ :٧٠٥.

(47) Amandeep Kaura and Harpreet Chahal, "Role of social media in increasing Environmental issue awareness", **Journal of Arts, Science & Commerce**, (Vol. IX, No. 1, 2018), p. 20.

(48) Wu-Lin Pan, Ruguo Fan , Wei Pan , Xiny Ma , Cheng Hu , Piao Fu , Jingyi Su, "The role of climate literacy in individual response to climate change: evidence from China, **Journal of Cleaner Production** (Vol. 405, June 2023).

(49) Arlt, Dorothee, Imke Hoppe and Jens Wolling, "Climate change and media usage: Effects on problem awareness and behavioural intentions", **The International Communication Gazette** (Vol. 73, Issue 1-2, February 2011) p. 50.

(50) Oldensjö, Emelie, "The practice of influencing: How Zero Waste YouTubers try to influence the reduction of waste through online communities", **Master's thesis** (Swedish University of Agricultural Sciences: Faculty of Natural Resources and Agricultural Sciences, 2018), p.178.

(51) Emmanuel Frank Elia, ipid p. 263.

(52) صربينة قويدر وفاء مبدوع، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي المستدام لدى الطلبة الجامعيين - موقع فيس بوك نموذجاً- دراسة ميدانية لعينة من طلبة الإعلام والاتصال بجامعة الجبلالي بونعامة بخميس مليانة"، رسالة ماجستير، غير منشورة، (جامعة الجبلالي بونعامة بخميس مليانة: قسم الإعلام والاتصال، ٢٠١٧)، ص ١١٠.

(53) Amandeep Kaura and Harpreet Chahal, Op. cit, p. 20.

(54) Gupta, M., & Syed, A. A, "Impact of online social media activities on marketing of green products", **International Journal of Organizational Analysis**, 2021, p. 25.

(55) Ferlail Ors, Op. cit p.1340

(56) Hamid, S., Ijab, M.T., Sulaiman, H., Md. Anwar, R. and Norman, Op. cit, p. 48

(57) Heather Akin, "The role of values, norms, and media use in public perceptions of climate change: A cross-cultural and U.S. analysis", **PHD**, (University of Wisconsin, Madison, 2015), p. 490.

(58) جيهان عبد الحميد عبد العزيز حنفي، مرجع سابق ص ٥٦٠.

(59) نوف عبد اللطيف الحزامي، مرجع سابق، ص ٩٥.

(60) توفيق ذباح، مرجع سابق، ص ٧٥٧.

(61) عادل عبيد المغيري، "وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في اكساب التلاميذ الصم وضعاف السمع المفاهيم العلمية"، **مجلة التربية الخاصة والتأهيل**، المجلد السادس، العدد الواحد والعشرون، الجزء الثاني، (جامعة الملك سعود: مؤسسة التربية الخاصة والتأهيل، ٢٠١٧)، ص ١٦٣.

(62) مروة صبحي، "دور الصفحات الرسمية المصرية على وسائل التواصل الاجتماعي في دعم التنمية البيئية المستدامة بالتطبيق على صفحة "اتحضر للأخضر"، **مجلة البحوث الإعلامية**، ع ٥٥، (جامعة الأزهر: كلية الإعلام، أكتوبر ٢٠٢٠)، ص ص ١٦٨١: ١٧٦٣.

- (63) Hamid, S., Ijab, M.T., Sulaiman, H., Md. Anwar, R. and Norman, ipid, p. 482.
(64) Amandeep Kaura and Harpreet Chahal, Op. cit, p. 20.
(65) Jian Xu and Ruixia Han, "The Influence of Place Attachment on Pro-Environmental Behaviors: The Moderating Effect of social media", **International Health**, (Vol. 16, 2019), p.703. **Journal of Environmental Research and Public**

(٦٦) خلود عبد الله ملياني، مرجع سابق، ص ٦٨٧.

(٦٧) راشد بن هادي الدوسري، "فاعلية الإعلام الجديد في تنمية الوعي البيئي: دراسة ميدانية"، رسالة ماجستير، غير منشورة، (جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية: كلية العلوم الاجتماعية، ٢٠١٨)، ص ٢١٠.