# الأُطرُ النَّظريَّة والمنهجيَّة في بحوثِ الإعلامِ البيئي في الدِّولِ العربيَّة: دراسةٌ تحليليَّةٌ من المستوى الثاني

# Theoretical and methodological frameworks in environmental media research in the Arab Countries: Meta-analysis

مارينا نوناي *
marinayonan65@gmail.com
محمد راجح *
mo7amed.rageh@gmail.com
مي عمر *
mayo12726@gmail.com

**الملخص:**

استهدفت الدِّراسةُ رصدَ الدراسات العربية في المكتبة الإعلامية وتحليلَها، والتي اهتمت بموضوعات البيئة وقضاياها مثل التغيرات المُناخيَّة في الفترة من 2014 حتى 2024. تعتبر هذه الدِّراسة من البحوث الوصفيَّة والتي اعتمدت على أسلوب التحليل من المستوى الثاني Meta-analysis لعدد 100 بحث هم جميع البحوث والدراسات العربية المنشورة وغير المنشورة في الدوريات المهتمة بالبيئة وبالإعلام المتاحة من خلال دار المنظومة على موقع بنك المعرفة المصري. أوضحت نتائجُ التحليل الكمي قلة تركيز الباحثين العرب على دراسة قضايا البيئة خاصة لدى باحثي الماجستير والدكتوراه، كما أكدت نتائج التحليل الكيفي النقدي (غياب الدراسات الاستشرافية في هذا المجال). واقترحت الدِّراسة أجندة بحثية تدعو الباحثين إلى تقديم دراسات تستخدم مناهج بحثية جديدة

* باحثة ماجستير، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة المنيا.
* باحث ماجستير، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة المنيا.
* مدرس مساعد بقسم الاعلام، كلية الآداب، جامعة المنيا.

لدراسة الظواهر البيئية وأسبابها عن قرب، كدراسات تحليل البيانات الضخمة لمعرفة اتجاهات ومشاعر الرأي العام تجاه هذه القضايا وأهم ما يشغله من قضايا؛ لتقديم نتائج فاعلة في واقع المجتمعات العربية. كذلك تنطوي الدعوة على التركيز على الدراسات المستقبلية وابتكار أفكار جديدة للقائم بالاتصال العربي كتقديم قضايا البيئة في إطار صحافة الحلول لتحفيز المواطن العربي على المشاركة الفاعلة في حماية البيئة في بلده.

**الكلمات المفتاحية: الإعلام وقضايا البيئة؛ الإعلام والتغيرات المُناخيَّة؛ التحليل من المستوى الثاني؛ الإعلام البيئي؛ الأطر المنهجية والنظرية.**

## Abstract

The study aimed to analyze Arab research on environmental topics, such as pollution and climate change, published between 2014 and 2024. This analytical study employed a meta-analysis methodology, reviewing 10 0published and unpublished Arab theses, dissertations and articles accessed through Dar Al-Mandhumah database on the Egyptian Knowledge Bank website.

The quantitative analysis revealed a lack of focus among Arab researchers, especially master's and doctoral students, on exploring the environmental issues. The critical qualitative analysis highlighted the absence of forward-looking studies in this field.

To address these gaps, the study proposed a research agenda that calls on researchers to submit studies that use new approaches to closely study environmental phenomena and their causes, such as big data analysis studies to determine the trends and sentiments of public opinion towards these issues and their issues agendas, to provide effective results in the reality of Arab societies. The call also includes focusing on future studies and creating new ideas for Arab communicators, such as presenting environmental issues within the framework of solutions journalism to motivate Arab citizens to actively participate in protecting the environment in their countries.

**Keywords:** **Meta-analysis, Environmental media, Media and climate change, Environmental media, Methodological and theoretical frameworks.**

## مقدمة:

حظيت قضايا البيئة باهتمام الباحثين والدارسين من مختلف أنحاء العالم، لا سيما بعد ثبوت اتفاق أغلب خبراء البيئة على حدوث احتباس حراري يؤدي إلى تغيرات مناخية تهدد العالم أجمع، وقد شاهدنا أثر هذه التغيرات في سيول على مناطق صحراوية وبدايات جفاف في بعض الأماكن التي اعتادت المطر طوال السنة، كما اهتمت معظم دول العالم بالقضايا البيئية وأفردت لها العديد من المؤتمرات السنوية مثل مؤتمر COP والذي يتحدد كل عام في دولة من الدول الأعضاء لمناقشة الجديد في قضايا البيئة وكيفية مواجهة التحديات المفروضة على البشرية.

ويعاني الكثيرُ من دول العالم العربي من آثار التَّغيُّرات المُناخيَّة وعدد من القضايا البيئية، فالسيول في ليبيا والسعوديَّة والإمارات العربيَّة مثال واضح على التَّغيُّرات المُناخيَّة في منطقتنا العربيَّة. أيضًا تآكل بعض شواطئ البحر الأبيض المتوسط وارتفاع الماء فيه يهددُ مدنًا تاريخيَّة بالغرق، وتواجه الدولُ العربيَّة مخاطر بيئيَّة متعددة، تشملُ ندرة المياه، والجفاف، وارتفاع منسوب مياه البحر، فضلًا عن الآثار السلبيَّة الأخرى لتغير المناخ، والتي يُتوقع أن تؤثر بشدة على قطاعات الزراعة والسياحة ونُظُم الحياة في المجتمعات الساحلية. ولا تقتصر المخاطر البيئيَّة على قطاع المياه فقط، بل تُضاف إلى قائمتها مخاطرُ أخرى مثل تلوث الهواء، والأخطار الصِّحيَّة النَّاتجة عن استخدام المبيدات، وتأثير الإفراط في استخدام الأسمدة الكيماويَّة والمبيدات، بالإضافة إلى مشكلة المخلَّفات الصَّلبة والنفايات الخطرة، وضعف الوعي البيئي، والتلوث الناتج عن النشاط الصناعي. وتُعدُّ هذه التحديات البيئيَّة بمثابة جرس إنذار يدعو إلى اتخاذ

إجراءات جادة وحاسمة لحماية البيئة في الدِّول العربيَّة، وضمان مستقبل مستدام للأجيال القادمة.

وأكد العديد من المؤتمرات البيئيَّة، مثل مؤتمر تبيليسي، على أهمية دور الإعلام في نشر الوعي البيئي وتنمية الاهتمام بقضايا البيئة والتشجيع على نشر المعارف حول حماية البيئة والمحافظة عليها من خلال مختلف وسائل الإعلام، مثل الصحف والمجلات والإذاعة والتلفزيون. وبناءً على ذلك، سعى العديد من مؤسسات الإعلام إلى تخصيص مِنصَّات لمعالجة مختلف القضايا والمشكلات البيئيَّة، وذلك من خلال دمج الأولويات البيئيَّة ضمن البرامج الإعلاميَّة وتقديم المعلومات العلميَّة بشكل مستمر للجمهور حول مختلف جوانب الظَّواهر البيئيَّة.

واهتمَّ الباحثُ العربيُّ بدراسة الإعلام وقضايا البيئة المختلفة بسبب وعيه بأهمية الدور الذي يمكن أن يقومَ به الإعلامُ كأداة فعالة في تنمية الوعي البيئي لدى المواطنين وترشيد سلوكياتهم في تعاملهم مع البيئة المحيطة بهم والمحافظة على مواردها الطبيعية والإنذار المبكر بأي خلل بيئي يمكن أن يحدث. ومن هنا جاءت الحاجة إلى إجراء دراسة ترصد واقع الدراسات العربيَّة التي اهتمت بقضية أو أكثر من قضايا البيئة وتحللها.

ويهدف البحثُ الرَّاهن إلى تحليل التوجهات البحثيَّة في مجال الإعلام والاتصال وقضايا البيئة في المنطقة العربيَّة وأطرها النَّظريَّة والمنهجيَّة خلال الفترة من 2014 حتى 2024، معتمدًا على البحوث المنشورة في المجلَّات العربيَّة بدار المنظومة، بالإضافة إلى رسائل الدكتوراه والماجستير في تلك الفترة لتحديد واقعها ومكانها خلال الأحداث الحرجة التي يمرُّ بها العالم، وبغيةَ الوصول إلى أفكار ورؤى مستقبلية للبحوث الإعلامية في هذا المجال. ويوظِّف

الباحثون المنهجَ النقديَّ في تحليل تلك الدِّراسات وأسلوب التَّحليل من المستوى الثاني لتحقيق أهداف البحث.

**مشكلة البحث:**

منذ قمة الأرض عام 1992 في ريو دي جانيرو وحكوماتُ العالم تعترفُ بأن هناك أزمةً بيئيَّة عامة تضع الأرضَ بأكملها في خضم سلاسل من الكوارث البيئيَّة التي لا يمكن توقُّع حجم الخسائر الناجمة عنها، هذا الاعتراف تبعته سلسلة من الإجراءات المتشددة إزاء السلوكيات الضارة بالبيئة، وزاد التركيز على ضرورة التزام جميع الدول بتلك الإجراءات عقب قمة المناخ في باريس سنة 2015، وفي ظل تلك الظروف كان لا بد للبحوث العلميَّة في تخصصات متعددة أن تتواكب مع هذا الموضوع والباحثون العرب لم يكونوا بمعزل عن تلك الأحداث والظروف فأنتجوا الكثير من الدِّراسات والبحوث العلميَّة التي تحتاج إلى مراجعة حول الأطر المنهجيَّة والنَّظريَّة والجدوى العلمية لتلك البحوث.

**أهمية البحث:**

- تُسْهِمُ الدِّراساتُ من المستوى الثاني في تحديد التناقضات أو الاتفاقات بين نتائج الدراسات السابقة حول القضايا المختلفة؛ لذا يزعم الباحثون أن البحثَ الرَّاهن سوف يحقق هذه الميزة في مجال دراسات الإعلام والاتصال وقضايا البيئة مما قد يساعد على فَهْمٍ أوضح للظواهر محل الدِّراسة كما أنها تمثِّل بدورها قاعدة بيانات تساعدُ الباحثين المهتمين بالأطر النَّظريَّة والمنهجيَّة في مجال الإعلام وقضايا البيئة.
- توفِّر الدِّراسات من المستوى الثاني فرصةً للوقوف على الواقع برؤية تحليليَّة لمعرفة مَواطِن الضَّعف أو الندرة ومن ثَمَّ الوصولُ إلى الفجوة البحثية من

واقع مشكلات المجتمع ودعوة الباحثين للتركيز على دراسة موضوعات تلك الفجوة مستقبلًا.

- قد يسهم تحليل تلك الدِّراسات في الوصول إلى استنتاجات بشأن مقترحات الحلول لمواجهة الظواهر البيئيَّة السلبيَّة وكيفية التعامل معها لتحقيق مستقبل أكثر أمانًا.

## أهداف البحث:

يسعى البحثُ الراهن إلى رصد وتحليل البحوث العربيَّة المنشورة وغير المنشورة التي تناولت الإعلام والاتصال وقضايا البيئة من حيث الأطر النَّظريَّة والمناهج التي تم توظيفها في تلك البحوث وإجراءاتها المنهجيَّة حول أساليب جمع البيانات وأدواتها ومجتمعات الدراسات والعينات التي تم التطبيق عليها. كما لا يغفلُ البحثُ الأفكار أو الموضوعات البحثية وأهمَّ النتائج التي توصلت إليها تلك الدراسات، للوقوف على واقع البحث العلمي العربي في شأن الإعلام والاتصال وقضايا البيئة.

كما يحاول الباحثون من خلال البحث الراهن وضع رؤية وأجندة مستقبلية لتطوير الأبحاث في هذا المجال في الدول العربيَّة، ويمكن وضع تلك الأهداف في نقاط كما يلي:

- رصد الاتجاهات البحثيَّة للبحوث العربيَّة في مجال الإعلام والاتصال وقضايا البيئة خلال الفترة من 2014 – 2024.
- رصد القضايا البيئيَّة التي اهتمت بها الدِّراسات العربيَّة المتخصصة في مجال الإعلام والاتصال لتحديد مجالات الاهتمام البحثي.

- الوقوف على الفجوة البحثيَّة في البحوث العربيَّة من حيث الموضوعات التي غفل عنها الباحثون والنَّماذج والنَّظريات التي يمكن اختبار فرضياتها لتضيف أفكارًا جديدة للمكتبة العربيَّة.
- تحديد الأطر النَّظريَّة التي وظفها الباحثون، ونقد آليات توظيف تلك الأطر النَّظريَّة في مجال دراسات الإعلام والاتصال وقضايا البيئة.
- رصد وتحليل المناهج البحثية وأدواتها المنهجيَّة وتطبيقاتها في الدِّراسات العربيَّة محل البحث.
- الكشف عن طبيعة المجتمعات البحثية ومدى تغطيتها لفئات المجتمع العربي المختلفة، وكذلك أنواع وأحجام العينات ومدى ملاءمة تمثيلها لمجتمعات الدراسات.
- تحليل نتائج الدراسات محل الدِّراسة للوقوف على مدى اتفاقها أو اختلافها والمبررات المحتملة لذلك.
- اقتراح أجندة بحثية للباحثين المهتمين بالإعلام والاتصال وقضايا البيئة في الوطن العربي.

## تساؤلاتُ البحث:

**يسعى البحثُ الرَّاهن للإجابة عن التساؤلات التالية:**

1. ما الموضوعات التي تناولتها الدِّراساتُ الخاصة بالإعلام والاتصال وقضايا البيئة في المجلات العربيَّة؟
2. ما المناهج البحثيَّة التي استخدمتها الدِّراسات عينة البحث؟
3. كيف تمَّ توظيفُ تلك المناهج في الوصول إلى بيانات حول الظاهرة، من حيث الأدوات وأنواع العيِّنات وأحجامها والأساليب التَّحليلية سواء الكيفية أو الكمية؟

4. ما الأطر النَّظريَّة التي وظَّفتها الدِّراسات عينة البحث؟
5. كيف تمَّ توظيفُ تلك الأطر النَّظريَّة في تحليل تناول الإعلام والأشكال الاتصاليَّة المختلفة لقضايا البيئة؟
6. ما أبرز النَّتائج التي توصَّلت لها الدِّراساتُ عينةُ البحث وكيف انعكست تلك النَّتائجُ على واقع المشكلات البيئيَّة في الدِّول العربيَّة؟
7. ما ملامح الأجندة البحثيَّة المستقبليَّة المقترحة لسد الفجوة البحثية في مجال الإعلام والاتصال وقضايا البيئة أو لتقليلها؟

## منهجُ البحثِ ونوعه:

اعتمد هذا البحثُ على منهج المسح؛ حيث ينصبُّ اهتمام الدِّراسة على مسح التُّراث العلمي للدِّراسات المنشورة وغير المنشورة التي تناولت الإعلامَ البيئي خلال 10 سنوات بهدف تحليل هذه الدِّراسات واستكشاف موضوعاتها الأساسيَّة، والمجالات البحثيَّة التي انتمت إليه، ومن زاوية أخرى يوظِّف البحثُ أساليب المنهج النقدي لتقديم رؤية نقديَّة للبحوث لا سيما فيما يتعلَّق بأطرها النَّظريَّة والمنهجيَّة ومحاولة صياغة أجندة مستقبلية للباحثين المهتمين بهذا المجال. ومن ثَمَّ يمكن تصنيفُ هذا البحث ضمن البحوث الوصفيَّة التحليليَّة كما يمكن اعتباره بحثًا نقديًّا.

## أساليبُ التَّحليل المستخدمة:

اعتمدت هذه الدِّراسةُ على أسلوب التَّحليل من المستوى الثاني Meta analysis؛ حيث اهتمت بعمل مسح للدراسات المهتمة بالإعلام وقضايا البيئة وأزمات المناخ بهدف رصد تلك البحوث نظريًّا ومنهجيًّا وتحليلها، وتقديم روئ نقديَّة بشأن مَواطن القوة والضَّعف في تطبيقاتها المختلفة خلال الفترة الزمنيَّة محل الدِّراسة من 2014 إلى 2024. واعتمدت هذه الدِّراسة في تحليل البيانات

على التحليل الكمي والكيفي لوضع رؤية نقديَّة للواقع وأجندة مستقبلية للباحثين في مجال الإعلام والاتصال البيئي.

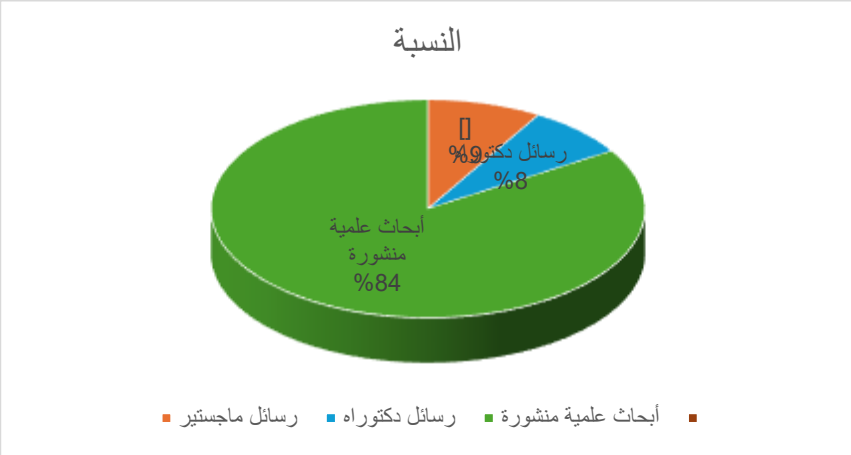
**مجتمع البحث:**

تمثَّل مجتمع البحث في الدِّراسات والبحوث العربيَّة المنشورة وغير المنشورة التي تناولت الإعلام والاتصال وعلاقته بقضايا البيئة سواء من خلال تحليل محتوى وسائل الإعلام أو الاتصالات المؤسسيَّة المبذولة في هذا الشأن، أو تلك التي اهتمت بدراسة تأثُّر الإعلام والاتصال في معارف واتجاهات وسلوكيَّات الأفراد إزاء البيئة، وذلك خلال الفترة من 2014 إلى 2024. واستطاع الباحثون الحصولَ على هذه الدِّراسات من خلال موقع بنك المعرفة المصري وموقع اتحاد المكتبات المصريَّة ودار المنظومة. مع العلم أنه تم استبعاد البحوث والدِّراسات البيئيَّة التي لم تكن ذات صلة بالإعلام والاتصال.

**عيِّنة البحث:**

اعتمد الباحثون في سحب العينة على أسلوب العينة المتاحة والتي استطاع الباحثون الوصولَ لها من خلال المواقع وقواعد البيانات سالفة الذكر باستخدام كلمات مفتاحية وهي: الإعلام والاتصال والبيئة، الإعلام وقضايا البيئة، الإعلام والوعي البيئي، الإعلام والتَّغيُّرات المُناخيَّة، التَّغيُّرات المُناخيَّة ووسائل الإعلام الجديد، التَّغيُّرات المُناخيَّة والسوشيال ميديا. وتمَّ فحصُ جميع النَّتائج التي احتوت عناوينها على جميع الكلمات المفتاحية.

وقد بلغ عددُ هذه الدِّراسات التي حصل عليها الباحثون إلى 100 دراسة منهم (9) دراسات ماجستير بواقع (9%) من إجمالي العينة و(8) رسائل دكتوراه بواقع (8%) من إجمالي العينة و(83) بحثًا علميًّا منشورًا بواقع (83%) من إجمالي العينة. والشَّكل التالي يوضح تقسيم عينة الدِّراسة وفقًا لأسلوب النشر.

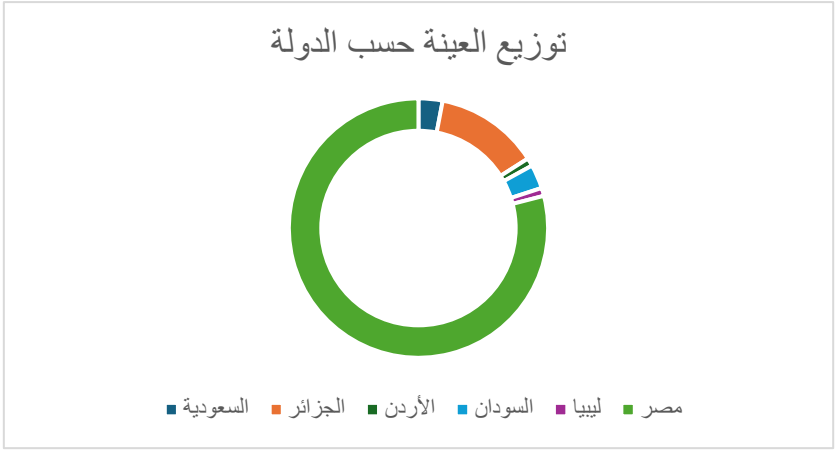



**شكل رقم (1) يوضح تقسيم عينة الدِّراسة وفقًا لأسلوب النشر**

## الإطار الزمني للبحث:

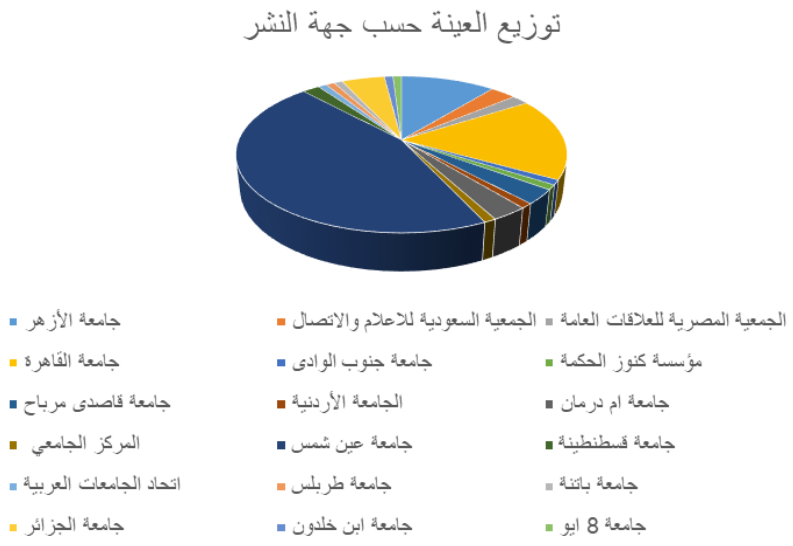
يمتدُّ الإطارُ الزمنيُّ للدِّراسة من 2014-2024 وهي الفترة التي شهدت اهتمامًا كبيرًا بموضوعات البيئة والتَّغيُّرات المُناخيَّة على المستوى الدولي والعربي. ففي عام 2014 أقامت دولة الإمارات العربيَّة المتحدة في أبو ظبي أسبوعًا للاستدامة، كما عقدت الوكالة الدَّوليَّة للطاقة المتجددة مؤتمر العمل الدولي للطاقة المتجددة، وفي 2015 كانت اتفاقيَّة باريس للمناخ، كما اعتمدت الأمم المتحدة خطة التنمية المستدامة لعام 2030. وظل الاهتمام يزيدُ بالموضوعات البيئيَّة حتى أصبح المؤتمر السنوي (COP) حدثًا عالميًّا ينتظره العالم أجمع.

## نتائج البحث:



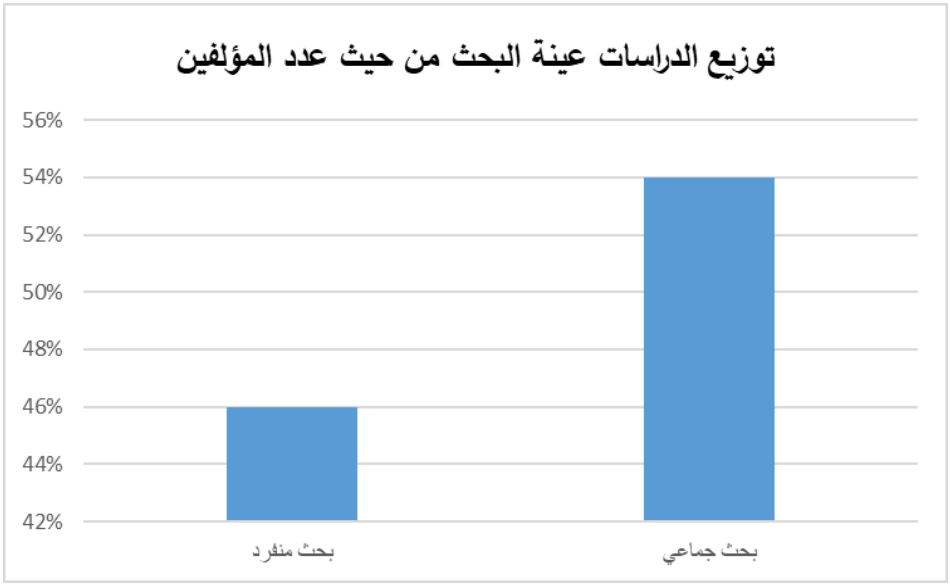

**شكل رقم (2) يوضح توزيع العينة حسب الدولة**

من الشَّكل السَّابق يتضحُ أنَّ مِصْر تحتلُّ المرتبةَ الأولى بين دول الوطن العربي في اهتمامها بالإعلام وقضايا البيئة وذلك في ضوء العينة المتاحة التي توافرت للباحثين، تليها الجزائر في المرتبة الثانية، ثم السودان والسعودية في المرتبة الرابعة، ثم الأردن وليبيا في المرتبة الخامسة. لكن في ضوء نوع العينة كما سبق القول لا يمكن الحكمُ بأنَّ تلك النِّسبَ وذلك الترتيب قد يعنيان شيئًا، والأمر بحاجة إلى مسح شامل لتحديد حجم اهتمام الباحثين العرب بإجراء الدِّراسات حول هذه القضية وأن يكون المسحُ شاملًا للغات أخرى غير العربيَّة التي تستخدمها مجلات علميَّة عربيَّة في نشر البحوث مثل الإنجليزية والفرنسيَّة، فلغة البحث لا تنفي صلته وانتماءه للبيئة العربيَّة. ولهذا يؤكد الباحثون على أنَّ هذه النتيجة والنتائج التالية محدودة بحدود العينة المتاحة التي توافرت بحسب المنهجيَّة المستخدمة في سحب العينة.




**شكل رقم (3) يوضِّح توزيعَ العينة حسب جهة النشر**

احتلت جامعة عين شمس المرتبة الأولى من حيث حجم الاهتمام بالإعلام البيئي بين جهات النَّشر التي توصَّل لها الباحثون، ويرجع ذلك إلى إصدارها لمجلة علمية متخصصة في قضايا البيئة واسمها "مجلة العلوم البيئيَّة" والتي تنشر كثيرًا من الأوراق العلمية والبحوث الخاصة بالإعلام البيئي. تليها جامعة القاهرة التي تصدر أكبر عدد من المجلات العلميَّة المتخصصة في الإعلام والتي تقبلُ نشر بحوث الإعلام والاتصال البيئي. ثم جامعة الأزهر وتليها جامعة الجزائر، ثم جاءت جهات نشر أخرى في مراتب متأخرة بعدد ليس كبيرًا من البحوث بلغ ثلاثة بحوث على أقصى تقدير عن الإعلام البيئي خلال العشر سنوات محل البحث.




**شكل رقم (4) يوضِّح تقسيم العينة من حيث عدد الباحثين**

يوضِّحُ الشكلُ السَّابقُ أن البحوثَ الجماعيَّة تفوَّقت من حيث عددها على البحوث الفرديَّة، وتشيرُ هذه النتيجة إلى تزايد إقبال الباحثين العرب على المشاركة والتعاون في إنتاج أبحاث تتعلق بقضايا البيئة، وربما يرجعُ إلى تشجيع هذا النمط من البحوث كنمط عالمي يمكن أن يسهمَ بشكل بارز في الارتقاء بمواقع الجامعات التي ينتمي إليها الباحثون في التَّصنيفات الدَّوليَّة. وعلى المستوى العلمي تفيدُ البحوث الجماعيَّة في تشارك الرؤى ووجهات النَّظر بين الباحثين مما يجعلُ البحثَ أكثر شمولًا وتمثيلًا لأنماط تفكير مختلفة.

## القضايا التي اهتمت بها الدِّراساتُ محل البحث:

- **قضية التَّغيُّرات المُناخيَّة:**

حظيت قضية التَّغيُّرات المُناخيَّة بنصيب وافر من الدِّراسات التي اهتمت بها ضمن عينة البحث، وربما يرجع لكونها أصبحت القضية المحوريَّة للحديث عن المشكلات البيئيَّة في العالم اليوم، ومن الدراسات التي تناولتها دراسة (ريهام رفعت، 2023)[1] التي حللت دور الإيكوسينما كإعلام جديد في تشكيل وعي الشباب حول قضية التَّغيُّرات المُناخيَّة، وتوصَّلت إلى أن الثراء الإعلامي للسينما له دور كبير في تنمية الوعي بقضية التَّغيُّرات المُناخيَّة وأن الإيكوسينما "السينما البيئيَّة" أبلغ من الخطاب الإعلامي في كثير من الأحيان في تحقيق التوعية البيئيَّة بالقضايا والمشكلات.

وفي الإطار نفسِه، دراسةُ (ريم سامي، 2022)[2] التي سعت لدراسة الجمهور للمعلومات حول قضية التَّغيُّرات المُناخيَّة ومؤتمرات التَّغيُّرات المُناخيَّة عام 2022 من مواقع التواصل الاجتماعي، وتوصَّلت إلى أنَّ مواقع التواصل الاجتماعي وفي مقدمتها Facebook هي المصدر الأول بالنسبة للمبحوثين لالتماس المعلومات حول التَّغيُّرات المُناخيَّة والتي ظهرت أهميتها بشكل واضح من خلال نقلها السريع لكل أحداث مؤتمر التغيُّرات المُناخيَّة. أيضًا حاولت دراسةُ (ولاء إبراهيم، 2023)[3] الكشف عن مدى متابعة النُّخبة الأكاديمية للقنوات الفضائيَّة في تغطية أحداث مؤتمر التَّغيُّرات المُناخيَّة وبث المعلومات عن القضية بصورة دائمة، وتوصلت إلى انخفاض معدلات تعرض النخبة الأكاديمية لفعاليات مؤتمر المناخ على الفضائيات وتفضيلهم لمواقع التواصل الاجتماعي بشكل أكبر.

ونظرًا لأن الصورةَ تعدُّ إحدى العناصر الأكثر بروزًا في المحتوى الإعلامي وخاصة على مواقع التواصل الاجتماعي، سعت دراسة (هدير أحمد، 2023)[4] لدراسة سيميائيَّة الصور التي تمَّ عرضُها في تغطية مؤتمر التَّغيُّرات المُناخيَّة على موقع إنستجرام عبر الحساب الرسمي لوزارة البيئة المصريَّة والتي توصَّلت نتائجها إلى تصدر "أمن الطاقة" مقدمة الموضوعات التي تناولها المحتوى المرئي عينة الدِّراسة، وجاء "نشطاء البيئة" في صدارة أهمِّ الشَّخصيَّات الواردة بالمحتوى، وكانت "الأساليب المنطقيَّة" ضمن الأساليب الإقناعيَّة الأكثر استخدامًا في المحتوى المرئي، كما عكس هذا المحتوى جهود وزارة البيئة لتحقيق الاستدامة البيئيَّة، وأظهرت نتائج التحليل السيميولوجي للمحتوى أن هناك مجموعة من الرَّسائل الضمنيَّة التي سعت وزارة البيئة لإبرازها بعناية منها: التوعية بمخاطر تغيُّر المناخ على حياة البشر، ضرورة الاهتمام بالزراعة واستخدام الطاقة النَّظيفة وصولًا إلى هدف عام ورئيسي وهو تحقيق الاستدامة البيئيَّة.

على المنوال نفسه، جاءت دراسة (مي مصطفى، 2023)[5] التي تناولت أيضًا سيميائيَّة الصورة الصحفية لمؤتمر المناخ (COP 27) في المواقع الإلكترونيَّة العربيَّة والعالميَّة وتوصلت نتائجها إلى أن السيميائية هامة جدًّا في خلق المعاني والرموز داخل الصورة الصَّحفيَّة، جاءت كلُّ الصور الإخبارية في المواقع الإلكترونيَّة العربيَّة والعالمية عبارة عن صور صحفيَّة مصاحبة لخبر صحفي وذلك دلالة على آنية الحدث وأهميته، وظَّفت المواقعُ الإلكترونية العربيَّة والعالمية شعار مؤتمر المناخ (Cop27) في الصور الصحفية، ولكن تفوَّقت الصحف العربيَّة عن العالمية، كلٌّ من المواقع الإلكترونية العالمية والعربيَّة لم تركز على وضع نصوص في الصور إلا نادرًا وتفوَّقت في ذلك المواقع

الإلكترونية العالمية على العربيَّة، كلٌّ من المواقع الإلكترونيَّة العالميَّة والعربيَّة لم تركِّز على الجانب الجمالي للمؤتمر.

- **قضية العدالة البيئيَّة:**

من الدراسات التي اهتمت بهذا الموضوع دراسة (نادية أحمد وآخرون، 2019)[6] التي صنَّفت مؤشرات العدالة البيئيَّة إلى مؤشرات طبيعيَّة، واجتماعيَّة، واقتصاديَّة، وتشريعيَّة، بالإضافة إلى المقارنة بين اتجاهات القيادات الحزبية نحو العدالة البيئيَّة، وتوصَّلت نتائجُ الدِّراسة إلى توحيد رؤى قيادات الأحزاب المختارة على أهمية تناول بعض القضايا في العدالة البيئيَّة مثل: أهمية الدعم للفقراء ومحاربة الغلاء، أن توفِّر الدولة فرص العمل للجميع، والحفاظ على الأراضي المصرية من الإهدار والفناء للأجيال القادمة، محاربة بؤر التلوث والحيلولة دون نشوئها، وأن توزَّع خدماتُ المجتمع بعدالة على كلِّ الفئات، الارتفاع بمستوى التعليم الحكومي وتشجيع البحث العلمي، تفعيل قانون الضرائب التصاعديَّة على الدخل وضرائب التلوث الصناعي، وتحديد حد أدنى وأقصى عادل لكل فئات المجتمع، وأن المساواة أمام القانون عادلة للجميع، والاهتمام بعدالة توزيع الثروة.

كذلك دراسة (منة صلاح وآخرون، 2020)[7] التي سعت لدراسة فاعلية نموذج مقترح لمعالجة أبعاد العدالة المُناخيَّة في الصحف المصريَّة اليوميَّة وهو يعتبر مزيجًا بين تغيُّر المُناخ وحقوق الإنسان وسعت هذه الدِّراسة للكشف عن مدى وعي عينة الدِّراسة بالعدالة المُناخيَّة وأبعادها والتعرُّف على مدى فاعلية النموذج المقترح الذي تم تطويره عن العدالة المُناخيَّة وأبعادها، وتوصلت نتائجُ البحث إلى فاعلية النَّموذج المقترح على عينة الدِّراسة؛ حيث جاءت النتائجُ لصالح المقياس البعدي؛ حيث كان حجم التأثير كبيرًا لإجمالي مقياس الوعي لأبعاد العدالة المُناخيَّة.

- **الأزمات والمشكلات البيئيَّة:**

نظرًا لأهمية الأزمات البيئيَّة وخطورتها، تعددت الدِّراسات التي ركَّزت على تلك الأزمات، وفي هذا الجانب اهتمت دراسة (علا عبد القوي، 2023)[8] بدراسة فاعلية الإعلام الرَّقْمي في معالجة المشكلات البيئيَّة على تطبيق اليوتيوب، وتوصَّلت الدِّراسة إلى ظهور مشكلة (التلوث البيئي، ونقص المياه) في الترتيب الأول للمشكلات البيئيَّة التي ظهرت في عينة الدِّراسة، واعتمدت معالجة تلك المشكلات على أسلوب (التبسيط)، ووضعها في قالب (التقرير)، إضافة إلى اعتماد المعالجة على أسلوب (الترهيب) الذي يتوافق مع طبيعة المشكلات البيئيَّة التي لها العديدُ من الآثار السلبيَّة، وتباينت أساليبُ تفاعل الجمهور سواء بالإعجاب، أو التعليق، أو الاشتراك في القناة طبقًا لمدى اهتمام الجمهور بكلِّ مشكلة من مشكلات البيئة. أيضًا دراسة (لمياء عرابي، 2023)[9] لدراسة دور الإعلام الرقمي في التوعية بالأزمات البيئيَّة وتوعية الجمهور بها، وتوصلت الدِّراسة إلى أن المواقعَ الإلكترونية تعطي اهتمامًا كبيرًا لموضوعات الأزمات والمشكلات البيئيَّة وتهتمُّ برفع مستوى وعي الجمهور بالأزمات البيئيَّة وكيفية التعامل معها؛ لذلك وضعت الباحثة أفكارًا لتطوير المواقع الإلكترونية ودرجة متابعتها للأزمات.

**دراسات وبحوث الإعلام البيئي من حيث الوسائل الإعلاميَّة محل الاهتمام:**

- **دراساتٌ اهتمت بالعلاقة بين السوشيال ميديا وزيادة الوعي البيئي والاتجاه نحو التنمية البيئيَّة:**

في ظل تنامي تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في مناحي الحياة المختلفة، اهتمت دراسة (هاجر حبيش، 2023) بمعرفة دور تلك المواقع في تشكيل وعي الشَّباب المصري واتجاهاته نحو الجرائم البيئيَّة وتغيُّر المُناخ، واستنتجت الدِّراسة وجود علاقة بين وعي المبحوثين بالجرائم البيئيَّة وتغيُّرات المُناخ واتجاهاتهم نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالجرائم البيئيَّة وتغيُّرات المُناخ. كما استنتجت الدِّراسةُ أن درجة ثقة المبحوث في المضامين المعروضة بمواقع التواصل الاجتماعي تؤثِّر في اتجاهاته نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في هذه التوعية. وفي الإطار نفسه، سعت دراسة (الزهراني، 2023) إلى معرفة فاعلية حساب وزارة البيئة والمياه والزراعة السُّعوديَّة على شبكة تويتر في تشكيل الوعي البيئي لدى السعوديين واستنتجت الدِّراسة أن أغلب المبحوثين متفقون على أن صفحة الوزارة على موقع التواصل الاجتماعي (إكس – X) –تويتر سابقًا– تجعلهم يكتسبون معارف حول أخطر المشكلات البيئيَّة المعاصرة.

وبالنَّظر إلى الصَّفحات المتخصصة التي أنشأها كثيرٌ من المؤسسات للتواصل مع المواطنين وحثهم على المشاركات البيئيَّة الجادة والإسهام في مواجهة المشكلات البيئيَّة، اهتمت دراسة (مروة صبحي، 2020) بمعرفة دور صفحة "اتحضر للأخضر" على الفيسبوك في دعم التنمية البيئيَّة المستدامة في مصر بالتطبيق على مستخدمي هذه الصفحة. وأثبتت الدِّراسةُ فاعلية الصفحة في التأثير على وعي المبحوثين البيئي، كما توصَّلت إلى أهمية متغيِّر اشتراك

الجمهور في الاتصال البيئي؛ لأنه يدعم اتجاهاته نحو الاستدامة البيئيَّة. واتفقت نتائجُ دراسة (نواف الحزامي، 2022) التي استهدفت معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي والثقافة الخضراء وطُبقت على عينة من طلاب وطالبات جامعة الملك سعود ووجدت الدِّراسة مع نتائج (مروة صبحي، 2020) في أهمية إشراك الجمهور ودمجه في الاتصال البيئي؛ حيث يتأثَّر تفاعلهم مع القضايا البيئيَّة على السوشيال ميديا وفقًا لعدة عوامل أهمها استخدام الصور المقارنة (قبل/ بعد)، وتوثيق تجربة شخص، ووجود مقطع فيديو، والرُّسوم التوضيحية (إنفوجرافيك)، بينما كان الطرحُ من قِبل شخص مشهور واستخدام الهاشتاج أقل العوامل تأثيرًا، وأوضحت نتائجُ هذه الدِّراسة ارتفاع مستوى الوعي البيئي لدى الطلاب المتابعين لوسائل التواصل الاجتماعي. وفي السِّياق نفسه، وجدت دراسة (ندى بوجاجة، 2019) والتي درست دور فيسبوك في التوعية البيئيَّة وتحقيق التنمية المستدامة، فاعليةَ مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية البيئيَّة وقدرتها على المساهمة في تحقيق التنمية المستدامة من خلال تقديم معلومات حول الحفاظ على البيئة ونشر مواضيع عن التربية البيئيَّة. واتفقت معها دراسة (ريم الشريف، 2022) عند دراستها لالتماس الجمهور المصري للمعلومات حول التغيُّرات المُناخيَّة في مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاته نحو قمة المُناخ 2022؛ حيث وجدت أن فيسبوك هو المصدر الأول للمبحوثين لالتماس المعلومات حول التغيُّرات المُناخيَّة وذلك لسرعتها في نشر المعلومات.

واتفقت الدِّراسات في هذا المحور على أهمية وفاعلية السوشيال ميديا في دعم الوعي بالتنمية البيئيَّة في المجتمعات العربيَّة وأنه كلما زادت العوامل التي تحفز المستخدمين على الانخراط والمشاركة في الصفحات المعنية بالبيئة على مختلف هذه المنصات زاد تأثير هذه الصفحات عليهم.

- **دراسات ركَّزت على علاقة الصُّحف العربيَّة بقضايا البيئة:**

اهتمت دراسةُ (نجوى حامد وآخرون، 2020) برصد وتحليل المعالجة الاستقصائيَّة لقضايا البيئة في الصحف المصريَّة الخاصة (المصري اليوم – الدستور – اليوم السابع – الوطن) منذ نشأتها وحتى نوفمبر 2018، وتقويم هذه المعالجات واكتشفت الدِّراسة أن كلَّ الموضوعات الاستقصائيَّة في هذه الفترة في الأربع صفحات كانت 38 موضوعًا استقصائيًّا فقط. وحدد الصحفيون الصعوبات التي تواجههم عند المعالجة الاستقصائية لقضايا البيئة في عدم إتاحة المعلومات وتهرُّب المصادر المسئولة، ورفض المعامل والمراكز الحكومية التعاونَ في الحصول على العينات وإجراء التحاليل. وهي ما تؤدي إلى ابتعاد الصحفيين عن هذا المجال. واهتمت دراسة (عمر عبد العلي وآخرون، 2020) بمعرفة دور الصورة الصحفيَّة ببعض الصحف في معالجة القضايا البيئيَّة وتنمية الاتجاهات البيئيَّة لدى الجمهور وجاءت النتائج مؤكدة إهمال الصحف إبراز القضايا البيئيَّة بشكل عام على صدر صفحاتها، وكذلك جاء اهتمام صحف الدِّراسة بتضمين صور بيئيَّة مع القضايا البيئيَّة ضعيفًا جدًّا ودون المستوى المطلوب.

واتفقت هذه النتائج مع دراسة (حنان الكسواني، 2017)[10] عن دور الصحافة اليوميَّة في تحديد القضايا البيئيَّة لدى الجمهور الأردني، التي أظهرت أن اتجاهات الجمهور الأردني نحو تغطية صحفهم لقضايا البيئة كان سلبيًّا وذلك بسبب قلة اهتمام الصحف بنشر القضايا البيئيَّة بشكل مستمر، بل ترتفع وتيرة نشر الموضوعات البيئيَّة في حال ظهور الأزمات والكوارث وتتراجع بعد حلها. النتائج نفسها أظهرتها دراسة (ئه خته ر شاكر، 2018)[11] من العراق عن دور الصحافة في تنمية التنوُّر البيئي لدى قطاعات من الجمهور في إقليم كردستان

والتي حللت صحيفتين في الفترة من يناير 2015 وحتى ديسمبر 2015، ووجدت أن الموضوعات البيئيَّة لم تظهر في الصفحات الأولى لصحف الدِّراسة خلال فترة الدِّراسة ولكنها كانت في الصفحات الداخلية أو الصفحات المتخصصة، وكان عدد الموضوعات المنشورة عن قضايا البيئة كلها 123 موضوعًا، بينما ظهرت الصور مع 54 موضوعًا فقط. اتفقت نتائج هذه الدِّراسة أيضًا مع دراسة (أمل العزب وآخرون، 2021) والتي درست المعالجة الخبريَّة للقضايا والاتفاقات الدَّوليَّة الخاصة بمواجهة التغيُّرات المُناخيَّة دراسة تحليليَّة مقارنة بين الصحافة المصريَّة والبريطانية، وجاءت النتائج مؤكدة نتائج أغلب الدِّراسات العربيَّة؛ حيث وجدت أن صحيفة الأهرام المصريَّة تناولت قضية التغيُّرات المُناخيَّة بشكل ضئيل بالمقارنة بجريدة التايمز البريطانيَّة والتي تناولت مختلف القضايا البيئيَّة ومدى تأثُّرها وارتباطها بقضية التغيُّرات المُناخيَّة.

وتشير النتائج إلى ضعف اهتمام الدول العربيَّة بالموضوعات البيئيَّة وضعف اهتمامهم بالصور المصاحبة لها، كما أشارت الدِّراسات إلى أن أغلب الاهتمام يكون في وقت حدث بيئي هام يفرض نفسه على الاجندة الإعلامية وما أن يخفت الحدث يخفت معه الاهتمام بقضايا البيئة مرة أخرى.

- **دراسات اهتمت بالصحافة المسموعة والمرئيَّة**

سعت دراسة (مجاهد محمد، 2016)[12] إلى معرفة الدور الذي يمكن أن تقوم به الإذاعة للتوعية بالمشكلات البيئيَّة ومعرفة حجم اهتمام الإذاعة السودانية بنشر الوعي البيئي من خلال البرامج الإذاعيَّة، وتوصلت النتائج إلى أن الإذاعة السودانيَّة كان لها دور متوسط في تشكيل اتجاهات الجمهور، ولكنها تحتاج إلى تطوير لجذب الجمهور وتحقيق أكبر قدر من خدمة قضايا البيئة.

وعلى المنوال نفسه، جاءت دراسة (نهى صلاح وآخرون، 2021)[13] التي سعت إلى معرفة دور البرامج الزراعية في الإذاعة المحلية في تنمية الوعي البيئي عند المزارعين ومدى استفادتهم منها وأيضًا معرفة الأشكال التي تَعرِض من خلالها الإذاعة المحلية المشاكلَ البيئيَّة للمزارعين، وتوصلت إلى أن المزارعين يحصلون على قدر كافٍ من المعلومات حول قضايا البيئة من البرامج الزراعية الإذاعيَّة، وأنهم يعتمدون عليها بقدر كبير في تشكيل معلوماتهم، كما أنها أثبتت أن تعرُّض المبحوثين للموضوعات الزراعية بالإذاعة المحلية يحقق التأثيرات المعرفيَّة والوجدانيَّة لديهم، بينما لم يحقق أي تأثيرات سلوكية بيئيَّة، وأن من أكثر أشكال البرامج تأثيرًا على الجمهور البرامج إلى تعتمد على الحوار بمختلف أشكاله.

سعت دراسة (ريهام رفعت، 2023)[14] إلى معرفة دور الإيكوسينما كمجال جديد يتم توظيفه في مجال البيئة لإيجاد خطاب غير تقليدي لمعالجة قضايا البيئة وزيادة الوعي بها، وتطرقت لمعرفة دور الأنماط المختلفة من الأفلام في تناول التغيُّرات المُناخيَّة وتنمية وعي الطلاب، وتوصلت الدِّراسة إلى أن الثراء الإعلامي للسينما له دور كبير في تنمية الوعي البيئي ودور في تحقيق الإشباعات للطلاب حول قضية التغيُّرات المُناخيَّة وأن الإيكوسينما "السينما البيئيَّة" أبلغ من الخطاب الإعلامي في كثير من الأحيان في تحقيق التوعية البيئيَّة بالقضايا والمشكلات. وفي نفس الإطار سعت دراسة (الحبيب ودفرور، 2016)[15] إلى معرفة دور القنوات الفضائيَّة في إرشاد الوعي وتنمية المعرفة عند طلبة الإعلام في جامعة قاصدي مرباح تجاه قضايا البيئة، وتوصلت إلى أن المبحوثين يهتمون بمشاهدة قناة ناشيونال جيغرافيك أبو ظبي، وأن القنوات الفضائيَّة على الرغم من أهميتها ومن أنها تخصص حصصًا خاصة بالتوعية

البيئيَّة، بيد أنها دورها ما زال محدودًا في توعية الجمهور بمشاكل البيئة وأن تفاعل الجمهور معها ضئيل مقارنة بالتفاعل مع مواقع التواصل الاجتماعي. وجاءت دراسة (زينب عبد المنعم وآخرون، 2021)[16] لمعرفة دور البرنامج البيئي في القناه الثانية لتنمية الوعي البيئي لدى الجمهور، وأثبتت أن ليس كل القنوات الفضائيَّة لديها القدرة على القيام بالتنوير البيئي للجمهور وأن البرامج البيئيَّة في القناه الثانية لديها قصور بسبب اعتمادها على طريقة النُّصح والسرد والحديث المباشر للمشاهدين وتحتاج إلى تطوير.

درست هبه أحمد رزق (2023) اعتماد الجمهور المصري على الفضائيَّات الإخباريَّة في الحصول على المعلومات عن مؤتمر قمة المُناخ 27 COP وعلاقته بمستوى المعرفة بالتغيُّرات المُناخيَّة. وتوصَّلت الدِّراسة إلى أن أغلب المبحوثين يعتمدون على الفضائيات الإخبارية العربيَّة كمصدر للمعلومات حول مؤتمر قمة المُناخ بدرجة متوسطة، وأن مستويات معرفتهم بالتغيُّرات المُناخيَّة أيضًا متوسط. واهتمت دراسة أميرة جمال الدين (2023)، بالتعرُّف على أهم الأطر التي استخدمتها البرامج الحوارية بالفضائيَّات المصريَّة الخاصة في تغطية مؤتمر 27 COP، وذلك في الفترة من 11/1/ 2022 حتى 22/11/2022، وقد توصلت الدِّراسةُ إلى اهتمام البرامج الحواريَّة محل الدِّراسة بمعالجة قضية التغيُّرات المُناخيَّة في إطار وضع آليَّات الحلول والمواجهة في الترتيب الأول في قنوات الدِّراسة بنسب مرتفعة جدًّا وهو أمر جيِّد ويحتاجه المواطن المصري. وفي الإطار نفسه درست (زينب عبدالعظيم، 2023) معالجة البرامج الحوارية ببعض القنوات الفضائيَّة المصريَّة لقضية التغيُّرات المُناخيَّة (Cop27)، وكشفت الدِّراسةُ عن اهتمام كبير من البرامج بعناصر الإبراز كالتقارير المصوَّرة للمراسلين، وعرض مقاطع فيديو، ومعلومات على الشَّاشة،

واستخدام موسيقى ومؤثرات صوتية، واسكتشات غنائية. وجاءت أسباب الظاهرة وآثارها السلبيَّة والحلول لمواجهتها أهم الموضوعات في البرامج عينة الدِّراسة. وتظهر الدِّراسات السابقة اهتمام التليفزيون بالقضايا البيئيَّة أثناء الأحداث والمؤتمرات البيئيَّة، أما دراسة (عبد الغاني لولو، 2019) حول المعالجة الإعلاميَّة لقضايا البيئة في التليفزيون الجزائري وجدت أن مجموع ما بثه التليفزيون الجزائري هو 19 عددًا من "حصة البيئة والمجتمع" في عام 2010. وتوصَّلت الدِّراسةُ إلى أن الطَّابع الرسميَّ والتعريف بجهود الدولة دون إشراك الجمعيات البيئيَّة والمواطن كان الغالب على المعالجة، كما اتسمت التغطية بقلة التحليل والتركيز على الطَّابع الإخباري. وهو ما يشير إلى الاهتمام الموسمي للتليفزيون العربي بقضايا البيئة، أما إذا لم يكن هناك حدثٌ بيئيٌّ فإن الاهتمام بالموضوعات البيئيَّة يكون ضعيفًا. وعلى خلاف المتوقع كانت الإذاعة أقدر على التواصل مع جمهورها من التليفزيون في تشكيل وعي واتجاهات جمهورها تجاه قضايا البيئة.

- **دراسات اهتمت بالإعلانات وحملات التسويق**

حاولت دراسةُ (نيفين محمد عرابي – 2023) استكشافَ دور الإعلانات التليفزيونيَّة بالقنوات الفضائيَّة المصريَّة في توعية الجمهور المصري بالتغيُّرات المُناخيَّة، وأشارت الدِّراسةُ إلى اعتماد المبحوثين على الإعلانات التليفزيونيَّة كمصدر للمعلومات البيئيَّة، وأن هناك علاقةً ارتباطيةً بين درجة الاعتماد على الإعلانات التليفزيونيَّة بالقنوات الفضائيَّة المصريَّة كمصدر للمعلومات ومستوى الوعي بالتغيُّرات المُناخيَّة. وحددت دراسة (عبده وآلاء محمد – 2023) في قياس معدل تعرُّض الجمهور المصري لحملة "رجع الطبيعة لطبيعتها" المتعلقة بتعريف الجمهور بمخاطر تغيُّر المُناخ. واستنتجت الدِّراسة أن المبحوثين

يعتمدون بشكل كبير على منصات التواصل الاجتماعي لمتابعة الحملة. أما دراسة (إيمان فتحي وسلوى علي، 2018)[17] فقد سعت إلى معرفة المعالجة الإعلاميَّة للقضايا الصحيَّة والبيئيَّة بالحملات الإعلاميَّة المقدَّمة بالقنوات الفضائيَّة المتخصصة لطفل ما قبل المدرسة، وجاءت في مقدمة القضايا البيئيَّة التي ناقشتها الحملات الإعلامية عينة الدِّراسة تلوث مياه الخزانات الخاصَّة بالشرب وكيفية تنظيفها وتعقيمها بمحلول الكلور لكي تصبح خالية من البكتريا والفيروسات المسببة للأمراض الخطيرة بنسبة بلغت (25%)؛ حيث بلغ إجمالي عدد المشاهد التي تناولت هذه القضية (3) مشاهد، وذلك من إجمالي عدد المشاهد المرتبطة بالقضايا البيئيَّة الأخرى التي ناقشتها الحملات الإعلاميَّة عينة الدِّراسة، يليها في الترتيب الثاني قضيتا: سوء استخدام المزارعين للمبيدات الحشرية السامة (بالزيادة أو النقص) للتخلص من الحشرات والآفات التي تضر المحاصيل ومدى تأثيرها على صحة الأطفال المحيطين بالمكان – الحرص على التخلص من عبوات المبيدات عقب استخدامها بطريقة صحيحة وارتداء الملابس المناسبة أثناء الرش، بواقع (2) مشهدين بنسبة (16,7%). وربما لم تكن هذه أنسب القضايا التي توجَّه للأطفال في مثل هذا العمر، فالأولى كان توجيه سلوكهم نحو قضايا البيئة التي يمكنهم أن يكونوا فاعلين ومؤثرين فيها.

- **دراسات اهتمت بالمواقع الإلكترونيَّة**

اهتمت دراسة (سامح فوزى السيد – 2023) بتأثير التعرُّض للمواقع الإخباريَّة على الوعي بمخاطر التغيُّرات المُناخيَّة لدى الجمهور المصري، وتوصَّلت نتائجُ الدِّراسة إلى أن غالبية المصريين يهتمون أحيانًا بمتابعة الموضوعات الخاصَّة بالتغيُّرات المُناخيَّة عبر المواقع الإخباريَّة. وفي الإطار نفسِهِ، سعت دراسة مروة محمد على، 2023 لمعرفة دور مواقع الصحف

المصريَّة في تنمية وعي الشباب المصري بالقضايا المُناخيَّة، وتوصلت الدِّراسة إلى أن اعتماد الشباب المصري على مواقع الصحف المصريَّة في الحصول على المعلومات الخاصة بالتغيُّرات المُناخيَّة يزيد وقت الأزمات البيئيَّة، كما أسهمت مواقع الصحف المصريَّة في توعية الشباب بالقضايا المُناخيَّة. وجاءت دراسة (محمود إسماعيل وآخرون، 2018) حول المعالجة الإعلاميَّة لقضايا البيئة في بعض المواقع الإلكترونيَّة للمؤسسات الصَّحفيَّة وأثرها على تنمية المسئوليَّة البيئيَّة لدى الجمهور بنتائج مشابهة؛ حيث وجدت ضعفًا في استخدام الصور والوسائط المتعددة المصاحبة للموضوعات البيئيَّة، كما اتسمت المعالجة الإخباريَّة في المواقع الإلكترونية الثلاثة (بوابة الأهرام الإلكترونية – موقع اليوم السابع الإلكتروني – بوابة الوفد الإلكترونية (بالتناول الخبري الموسمي، أي أن الحدث الآني هو الذي يفرضُ نفسَه؛ ليتم تناوله بحيث يتمُّ عرض القضايا المثارة في الوقت الراهن ويتم التركيز على عرض القضية البيئيَّة وقت ظهور مشكلة متعلقة بها. وجاءت نتائج دراسة (مصطفى عبدالحي، 2022) مخالفةً لمعظم دراسات الإعلام البيئي؛ حيث اهتم بدراسة أطر التَّغطيّة الصَّحفيَّة لقضية التغيُّرات المُناخيَّة في المواقع الصحفيَّة المصريَّة خلال الفترة من 1 نوفمبر 2021 وحتى 30 يناير 2022، وتوصَّلت الدِّراسة إلى اهتمام المواقع –عينة الدِّراسة– بتغطية قضية التغيُّرات المُناخيَّة واهتمامهم بنشر صور مع الموضوعات البيئيَّة المنشورة، وقد يرجع هذا الاختلاف إلى تطبيق هذه الدِّراسة في وقت مؤتمر COP26 وهو وقت تهتمُّ فيه الصحف بالموضوعات البيئيَّة لأنها تكون الحدث الأبرز.

واختلفت دراسة (أسماء محمد – 2023) عن باقي الدِّراسات في اهتمامها بالاستراتيجيات الخطابيَّة الإقناعيَّة لقضية التغيُّرات المُناخيَّة في المواقع

الإخباريَّة، وتوصَّلت الدِّراسةُ إلى استخدام جميع مواقع الصُّحف المصريَّة محل الدِّراسة الاستمالات بأنواعها المختلفة بنسبة 100%، كما اهتمت مواقعُ الصحف بالاستراتيجية الإخبارية واستراتيجية اشتراك جماعات المصالح أكثر من غيرها، وأهملت استراتيجية خلق الاستجابة إلى حد ما، وظهرت الاستراتيجية الإخبارية في دعمها لمشروعات وأفكار صديقة للبيئة للحد من أضرار المُناخ، كما أشارت الدِّراسةُ إلى الجهود الحكوميَّة المبذولة في التَّعامل مع التغيُّرات المُناخيَّة؛ حيث جاءت في المرتبة الأولى فئة "تكثيف الحملات في موضوعات التغيُّرات المُناخيَّة" وتليها في المرتبة الثانية فئة "عقد المؤتمرات العالمية"، وتلتها في المرتبة الثالثة فئة "الحد من آثار تغيُّر المُناخ السلبي".

## تقسيم الدِّراسات حسب مجتمع الدِّراسة:

- **البحوث والدِّراسات الخاصَّة بالطفل:**

استهدفت دراسة (شيماء خيري وآخرون – 2018)[18] التَّعرُّف على تأثير الإعلانات البيئيَّة الإلكترونيَّة في تنمية المفاهيم البيئيَّة لدى عينة من الأطفال من سن 7 إلى 10 سنوات؛ حيث قامت بتصميم اختبار للمفاهيم البيئيَّة ومقياس للسلوك البيئي المصور كأداة لجمع البيانات في دراسة شبه تجريبيَّة، كانت أبرز نتائج الدِّراسة تشير إلى أن الأطفال يتأثرون بعرض إعلانات كارتونيَّة حول البيئة، غير أنَّ النوع الاجتماعي لا يتدخل كعامل مؤثر؛ حيث أكدت الدِّراسة على أهمية الرُّسوم الكارتونيَّة كعامل مؤثر على الأطفال في إكسابهم للسلوكيَّات البيئيَّة. وفي الإطار نفسه، سعت دراسة (أمل سعيد وآخرون – 2018)[19] في البحث حول تأثير الإعلانات التليفزيونيَّة على التنوُّر البيئي للأطفال؛ حيث اعتمدت أيضًا على دراسة شبه تجريبيَّة على عينة من 200 تلميذ وتلميذة،

وأكدت الدِّراسةُ صحة فرضها حول تأثير الإعلانات التليفزيونيَّة المرتبطة بالعادات السلوكيَّة على التلاميذ.

في حين بحثت دراسة (عبدالمسيح سمعان وآخرون – 2016)[20] حول تنمية برنامج فعال لتنمية وعي الأطفال بأهمِّ المشكلات البيئيَّة التي تواجه دولة الكويت بالتطبيق على 30 تلميذًا من الصف التاسع، ووجدت الدِّراسة أن البرنامجَ كان فعالًا في تنمية الوعي والمهارات البيئيَّة للتلاميذ.

- **البحوث والدِّراسات الخاصة بالنخبة:**

هدفت دراسة (ولاء عقاد – 2023) ودراسة (ولاء إبراهيم – 2023)[21] إلى رصد اتجاهات النخبة الأكاديميَّة نحو تغطية الفضائيَّات المصريَّة لفعاليات مؤتمر الأمم المتحدة للتغيُّرات المُناخيَّة COP27، وقد خلصت الدِّراستان إلى أنَّ هناك انخفاضًا لمعدَّلات تعرُّض النُّخب لفعاليات المؤتمر، ومن جانب آخر فإن أهمَّ المصادر التي يتم الاعتمادُ عليها هي المواقع الإخباريَّة للقنوات على شبكة الإنترنت. وفي السياق نفسه سعت دراسة (شيماء أبو مندور – 2023)[22] للتعرُّف على اتجاهات النخبة الأكاديمية نحو معالجة المواقع الإلكترونية الإخبارية لمؤتمر COP27، وذلك بالتطبيق على عينة قوامها 160 مفردة، وعلى العكس من الدِّراستين السابقتين فإن هذه الدِّراسة وجدت ارتفاعًا لكثافة التعرُّض للمواقع الإلكترونيَّة الإخباريَّة الدوليَّة من قبل النخبة. وهو ما يفيد بأن النُّخبة الأكاديمية تابعت المؤتمر وفعالياته على الفضائيات العالمية بشكل أكبر من متابعته على القنوات المصريَّة.

وفي سياق آخر هدفت دراسة (ريما عبدالرحمن وعبدالكريم الزباني – 2021)[23] التَّعرُّف على دور الصحافة البحرينيَّة في ترتيب أولويات النُّخبة البحرينيَّة تجاه قضايا الطاقة المتجددة، وجدت الدِّراسة أن هناك ارتباطًا بين

اهتمام الصحف المحلية البحرينية وبين دورها في التوعية بقضايا الطاقة المتجددة للنخبة.

- **البحوث والدِّراسات التي اهتمت بطلاب الجامعات:**

اهتمت دراسة (ريهام رفعت – 2023)[24] ببحث دور الإيكوسينما في تشكيل تصوُّرات الشباب الجامعي حول التغيُّرات المُناخيَّة، بالتطبيق على 70 طالبًا وطالبة من طلبة كلية التَّربية بجامعة عين شمس، وجدت الدِّراسة أن الأفلام الخيالية والوثائقية قد أثَّرت على تصورات الطلاب الجامعيين قيد الدِّراسة حول التغيُّرات المُناخيَّة، وأن هناك سلوكياتٍ تشكَّلت بعد مشاهدة أفلام حول التغيُّرات المُناخيَّة. بجانب دراسة (رحاب محمد أنور – 2023)[25] بحثت هذه الدِّراسة عن التأثيرات الوجدانيَّة والسُّلوكيَّة النَّاتجة عن تعرُّض الشباب الجامعي لصور أزمة تغيُّر المُناخ، في إطار ثلاثة من المتغيِّرات الوسيطة وهي: السِّمات الشَّخصيَّة للمبحوثين (الانبساط – العصابية)، وخلفيتهم المعرفيَّة، ومستوى اهتمامهم بالحفاظ على البيئة. استخدمت الدِّراسة المنهجَ التجريبيَّ على 120 طالبًا جامعيًّا، كما طبقت "مجموعات النقاش المركزة" على عينة من 15 طالبًا جامعيًّا.

أشارت أهم نتائج الدِّراسة إلى أنَّ التَّعرُّضَ لأزمة تغيُّر المُناخ باختلاف الأطر المرئيَّة يؤثِّر على الاستجابات الوجدانيَّة والسلوكيَّة لطلبة الجامعة. في حين استهدفت دراسة (نوف عبداللطيف – 2022)[26] بحث 402 من الطلاب الجامعيين بجامعة الملك سعود من حيث تأثير مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في نشر الوعي البيئي والثقافة الخضراء، وأكدت نتائجُ الدِّراسة على الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي، ومن جانب آخر فإن هناك عوامل مختلفة أثَّرت على تفاعل الطلاب الجامعيين مع منشورات

البيئة على مواقع التواصل الاجتماعي مثل وجود صور مقارنة، أو استخدام جرافيك أو عرض تجارب شخصية وغيرها. وكذلك دراسة (سارة شوقي – 2022)[27] التي تعدُّ من الدِّراسات الاستطلاعية والتي تهدف لاستكشاف العلاقة بين اتجاهات الجمهور المصري وسلوكه نحو القضايا البيئيَّة التي تتم مناقشتها عبر فيسبوك. واختارت الباحثة المنهج شبه التجريبي لمعرفة تأثير متغيِّر السن والاستعداد المسبق للحفاظ على البيئة على اتجاهات الجمهور نحو البوستات الخاصة بالقضايا البيئية على فيسبوك ورد فعلهم نحوها، وكذلك النية السلوكيَّة. وتم تنفيذ الدِّراسة على 35 من طالبات كلية الإعلام وخريجيها. وكان من أهم نتائج الدِّراسة عدمُ وجود دليل على ارتباط الاتجاه الإيجابي نحو القضايا البيئيَّة بالاتجاه الإيجابي نحو بوستات تقليل استخدام الأكياس البلاستيكيَّة أو بنية عينة الدِّراسة في تغيُّر سلوكياتهم للحفاظ على البيئة. كما تشير النتائجُ إلى أن مشاركة البوستات الخاصة بالحفاظ على البيئة أو التعليق عليها لا يرتبط بتغيُّر سلوك الفرد لتبني عادات تحافظ على البيئة.

وفي دراسة لـ(محمد معوض وآخرون – 2018)[28] هدفت إلى التَّعرُّف على دور استخدام فيسبوك في تنمية المفاهيم والاتجاهات البيئيَّة لدى عينة من الشَّباب الجامعي، وهي دراسة وصفيَّة تستخدم الاستبيان بعدد 400 مفردة من الشَّباب الجامعي بجامعة عين شمس، وكانت أبرزُ نتائج الدِّراسة قيام فيسبوك بتزويد الجمهور بتنمية المفاهيم لدى الشباب الجامعي. كانت دراسة (منى أحمد – 2017)[29] قد حاولت التَّعرُّف على دور الصحف المصريَّة الورقيَّة في ترتيب أولويات الطلاب الجامعيين حول القضايا والمشكلات البيئيَّة، وجدت الدِّراسة أن هناك علاقة دالة إحصائيًّا بين ترتيب أولويات الصحف للقضايا البيئيَّة وبين ترتيب أولويات القضايا ذاتها لدى الطلاب الجامعيين. كما أن هناك دراسة

(محب محمود وآخرون – 2016)[30] والتي بحثت حول تنمية القيم البيئيَّة لدى الشباب من خلال تطوير بعض برامج العلوم والتكنولوجيا بالتلفزيون المصري وأثره على تنمية القيم البيئيَّة لدى الشباب. وذلك بالتطبيق على 40 مفردة من طلاب وطالبات جامعتي القاهرة وعين شمس، وكانت أبرز نتائج تلك الدِّراسة وجود تأثير لبرامج العلوم والتكنولوجيا على تنمية القيم البيئيَّة لدى الشباب. وبحثت دراسة (مريم بلخضر وسلمى بورنان – 2015)[31] والتي تبحث حول دور الإعلام الجديد ودوره في نشر الوعي والثقافة البيئيَّة بالتطبيق على الطلاب الجامعيين لجامعة قاصدي مرباح، كانت أهم نتائج الدِّراسة أن الطلابَ الجامعيين يساهمون بأنفسهم في نشر الأخبار والمعلومات على موقع فيسبوك بشكل عام، غير أن القضايا البيئيَّة لم تحظَ باهتمامهم لنشر الأخبار والمعلومات، غير أنها ساهمت في التَّعليقات والصور، وكانت النسبة الأكبر من الطلاب غير منخرطين في أنشطة للمحافظة على البيئة.

- **شباب**

كانت دراسة (خالد جمال – 2023)[32] قد سعت للتعرُّف على رصد الأطر الإخباريَّة التي استعانت بها برامج التوك شو المصريَّة في تغطية مؤتمر المُناخ COP27 وتفسيرها وتحليلها، وتأثير ذلك على اتجاهات الشباب المصري فيما يتعلق بقضية التغيُّر المُناخي، لجأت الدِّراسة للمنهج شبه التجريبي، غير أن تأثير الأطر الإخباريَّة لم يؤثِّر على اتجاهات الشباب المبحوثين نحو ضرورة اتخاذ إجراءات لمواجهة التغيُّرات المُناخيَّة. ودراسة (أحمد شلبي وآخرون – 2016)[33] والذي يهدف لتنمية المواطنة البيئيَّة لدى الشباب المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) وذلك باستخدام المنهج شبه التجريبي لعدد 100

مفردة. وأظهرت النتائج مدى فاعلية وسائل الإعلام البديل (فيسبوك) في تنمية المواطنة البيئيَّة لدى الشباب مقارنة بوسائل الإعلام التقليديَّة.

- **جمهور عام**

سعت دراسة (مايسة حمدي – 2023)[34] إلى استهداف الكشف عن طبيعة الهالة البيئيَّة المحيطة بالدَّولة المصريَّة، وتفسير كيفية تأثير تلك الهالة على النوايا السلوكية للمواطنين بشأن التكيُّف مع التغيُّرات المُناخيَّة، تم التطبيق على 657 مفردة من الجمهور المصري العام من خلال استمارة استبيان، وأكدت نتائج الدِّراسة على إيجابيَّة الهالة البيئيَّة المحيطة بالدولة المصريَّة؛ حيث تركت الدولة انطباعًا إيجابيًّا فيما يتعلق بأدائها على المبحوثين، وكان الانطباع الإيجابي بشأن أداء الدولة المصريَّة قد أثر بشكل إيجابي على محددات النوايا السلوكية للمبحوثين بشأن التكيُّف مع التغيُّرات المُناخيَّة. سعت دراسة (نظيمة عبدالسلام – 2022)[35] إلى رصد دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي البيئي لدى المجتمع اليمني، وتوصَّلت الدِّراسة إلى وجود قصور في دور الإعلام اليمني بمختلف وسائله في جهود التوعية البيئيَّة والتي نتج عنها ضعفُ الوعي البيئي لدى الجمهور.

كما استهدفت دراسة (ريم الشريف – 2022)[36] الكشف عن العلاقة بين التماس الجمهور المصري للمعلومات حول تغيُّرات المُناخ على مواقع التواصل الاجتماعي والاستراتيجيات المستخدمة في ذلك، وإدراكهم لخطورة تلك التغيُّرات والتعرف على اتجاهاتهم نحو استضافة مصر لقمة المُناخ 2022. كانت أهم نتائج الدِّراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي وكان في مقدمتها (فيسبوك) المصدر الأول لالتماس المعلومات بسبب سرعتها في نشر المعلومات، ثم

استضافة مصر لقمة المُناخ 2022 من أهم الدوافع التي تدفعهم لمتابعة هذه الأخبار.

وكذلك دراسة (منة الله حسين – 2022)[37] والتي تناولت التأثير الذي يمكن أن تقوم به التغطية الإعلاميَّة لإجراءات ومشروعات المياه المتضمنة في الخطة القومية لإدارة الموارد المائية 2037 بالصفحات الرسمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي على تقييم الجمهور لأداء الحكومة بصفة عامة وتجاه قضية المياه بصفة خاصة، بالتطبيق على عينة من الجمهور المصري 233 مفردة. كانت أبرز نتائج الدِّراسة أن الجمهور المصري فضَّل متابعة الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء المصري، كما أن الاهتمام بقضية المياه من قبل الجمهور المصري يتراوح ما بين متوسط إلى منخفض. في حين اهتمت دراسة (غادة حسام الدين – 2020)[38] إلى قياس فعالية برنامج للتربية الإعلاميَّة في زيادة الوعي البيئي ونشر ثقافة البيئة، وهي دراسة شبه تجريبية بالتطبيق على عمال النظافة العاملين بدار الأوبرا المصريَّة، وإذا ما كانت قد ساهمت في إكسابهم عددًا من المفاهيم البيئيَّة، كانت أبرز هذه الدِّراسة التأكيد على إمكانية الاعتماد على برنامج لتنمية المهارات الإعلاميَّة البيئيَّة واكتساب المفاهيم البيئيَّة. دراسة (عصام نصر – 2017)[39] والتي بحثت قياس مدى قدرة الجهود الاتصالية لتغيُّر معارف الجمهور واتجاهاته وسلوكياته بمحافظة القليوبية بمصر حول قضية نقل مسابك الرصاص من المنطقة المكتظة إلى المنطقة الصناعية، وأكدت الدِّراسةُ على نجاح الجهود الاتصالية في رفع وعي السكان المحليين، وكذلك زيادة دورهم الإيجابي لأنشطة التطهير والمعالجة.

دراسة (حنان حسن – 2017)[40] والتي تناولت دور الصحافة الأردنية في التأثير على اهتمامات الجمهور وتنمية معارفهم حول القضايا البيئيَّة، وجدت

الدِّراسة أن المبحوثين في الأردن اهتموا بالقضايا البيئيَّة كما أنهم وجدوا أن الصحافة الأردنية لا تولي اهتمامًا كبيرًا للقضايا البيئيَّة إلا في حالة الأزمات والكوارث البيئيَّة؛ حيث كانت القضايا البيئيَّة أهمَّ القضايا على الأجندة الإعلاميَّة للصحف. بالإضافة لدراسة (حنان محمد – 2015)[41]؛ حيث سعت الدِّراسة للتعرُّف على مدى اعتماد الجمهور المصري بمتابعة الموضوعات والقضايا البيئيَّة في وسائل الإعلام، وجدت نتائج الدِّراسة أن هناك علاقات ذات دلالة إحصائية بين اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام متمثلة في القنوات التليفزيونية والصحف الورقية واهتمام الجمهور بالقضايا والموضوعات البيئيَّة.

**تقسيم الدِّراسات وفقًا للمنهج المستخدم:**

- **المنهج التجريبي وشبه التجريبي**

اعتمد عدد كبير من الدِّراسات على المنهج التجريبي وشبه التجريبي مثل دراسة (رحاب محمد أنور – 2023)[42] التي بحثت حول التأثيرات الوجدانيَّة والسلوكيَّة الناتجة عن تعرُّض الشباب الجامعي لصور أزمة تغيُّر المُناخ، في إطار ثلاثة من المتغيُّرات الوسيطة وهي: السمات الشخصية للمبحوثين (الانبساط – العصابية)، وخلفيتهم المعرفيَّة، ومستوى اهتمامهم بالحفاظ على البيئة، بإجمالي عينة 120 طالبًا من الشباب الجامعي. دراسة (خالد جمال – 2023)[43] والتي استهدفت الكشفَ عن تأثير استخدام أطر إخباريَّة بعينها في تغطية المؤتمر على مدركات ومعارف واتجاهات الشباب المصري فيما يتعلق بقضية تغيُّر المُناخ بالتطبيق على 140 مفردة. وكذلك دراسة (سارة شوقي – 2022)[44] والتي بحثت حول استكشاف العلاقة بين اتجاهات الجمهور المصري وسلوكه نحو القضايا البيئيَّة التي تتم مناقشتها عبر فيسبوك بالتطبيق على قضية تقليل استخدام الأكياس، وذلك بالتطبيق على 35 طالبة من كلية الإعلام.

وكذلك دراسة (محمد يوسف وآخرون – 2021)[45] والتي هدفت إلى بحث تنمية المسئولية البيئيَّة لدى الشباب من خلال الإعلانات البيئيَّة بالتطبيق على 100 مفردة من سن 18 إلى 35 سنة.

استهدفت دراسة (شيماء خيري وآخرون – 2018)[46] التعرُّف على تأثير الإعلانات البيئيَّة الإلكترونيَّة في تنمية المفاهيم البيئيَّة لدى عينة من الأطفال من سن 7 إلى 10 سنوات. دراسة (أمل سعيد وآخرون – 2018)[47] في البحث حول تأثير الإعلانات التليفزيونيَّة على التنور البيئي للأطفال؛ حيث اعتمدت أيضًا على دراسة شبه تجريبية على عينة من 200 تلميذ وتلميذة. ودراسة (عصام نصر – 2017)[48] والتي بحثت قياس مدى قدرة الجهود الاتصاليَّة لتغيُّر معارف واتجاهات وسلوكيات الجمهور بمحافظة القليوبية بمصر، بعدد 300 مفردة من أفراد المجتمع بمحافظة القليوبية بمصر.

وتعد دراسة (محب محمود وآخرون – 2016)[49] من الدِّراسات شبه التجريبيَّة أيضًا والتي استهدفت الدِّراسة تنمية القيم البيئية لدى الشباب من خلال تطوير بعض برامج العلوم والتكنولوجيا بالتليفزيون المصري وأثره على تنمية القيم البيئية لدى الشباب. من خلال تصميم مقياس القيم البيئية بالتطبيق على 40 مفردة من طالبات وطلاب جامعتي القاهرة وعين شمس. دراسة (أحمد شلبي وآخرون – 2016)[50] والذي يهدف لتنمية المواطنة البيئيَّة لدى الشباب المستخدِم لموقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) وذلك باستخدام المنهج شبه التجريبي لعدد 100 مفردة. في حين بحثت دراسة (عبدالمسيح سمعان وآخرون – 2016)[51] حول تنمية برنامج فعَّال لتنمية وعي الأطفال بأهم المشكلات البيئيَّة التي تواجه دولة الكويت بالتطبيق على 30 تلميذًا من الصف التاسع من خلال إعداد مقياسي أحدهما للوعي البيئي والثاني للمهارات البيئية.

- منهج المسح

أغلب الدِّراسات قد لجأت إلى منهج المسح الإعلامي، مثل دراسة (علاء مكي وعبدالكريم الزناني – 2023)[52] والتي هدفت إلى التعرُّف على أطر التغطية الإخباريَّة لأزمة الطاقة العالمية في نشرات القنوات الفضائيَّة العربيَّة. ودراسة (السيد سعيد عبدالوهاب – 2023)[53] والتي اهتمت برصد وتحليل وتقييم البناء التنظيمي والاستراتيجية الاتصالية لمؤسسات وقطاعات الاتصال البيئي الحكومي بوزارة البيئة والمؤسسات ذات الصلة، ودراسة الأنشطة الاتصاليَّة والمبادرات الخضراء والفعاليات الخاصة بالتغيُّرات المُناخيَّة التى قامت بها الأجهزة الحكومية ذات الصلة خلال الفترة من 2014 – 2022. دراسة (ولاء إبراهيم – 2023)[54] حول التعرُّف على خصائص النخبة الأكاديمية المصريَّة واتجاهاتهم حول التغطية الإخباريَّة الفضائيَّة المقدمة لمؤتمر تغيُّر المُناخ COP27. ودراسة (هدير أحمد – 2023)[55] التي بحثت حول الأبعاد الدِّلاليَّة للمحتوى المرئي المقدم عن قمة المُناخ "COP27" عبر الحساب الرسمي لوزارة البيئة المصريَّة على موقع إنستجرام. دراسة (مي مصطفى – 2023)[56] وقد استهدفت الدِّراسة التحليل السيميائي للصورة الصحفية لمؤتمر المُناخ (COP27) في المواقع الإلكترونية العربيَّة والعالمية.

وكذلك دراسة (منة الله حسين – 2022)[57] والتي تناولت التأثيرَ الذي يمكن أن تقوم به التغطية الإعلاميَّة لإجراءات ومشروعات المياه المتضمنة في الخطة القوميَّة لإدارة الموارد المائية 2037 بالصفحات الرسمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي على تقييم الجمهور لأداء الحكومة بصفة عامة وتجاه قضية المياه بصفة خاصة. ودراسة (ريم الشريف – 2022)[58] التي استهدفت الكشف عن العلاقة بين التماس الجمهور المصري للمعلومات حول تغيُّرات

المُناخ على مواقع التواصل الاجتماعي والاستراتيجيات المستخدمة في ذلك، وإدراكهم لخطورة تلك التغيُّرات والتعرُّف على اتجاهاتهم نحو استضافة مصر لقمة المُناخ 2022.

دراسة (مروة صبحي – 2020)[59] وتهدف هذه الدِّراسة إلى قياس دور الصفحات الرسميَّة المصريَّة على وسائل التواصل الاجتماعي في دعم التنمية البيئيَّة المستدامة، ودراسة (ريما عبدالرحمن وعبدالكريم الزباني – 2021)[60] وهدفت الدِّراسةُ إلى التعرُّف على دور الصحافة البحرينيَّة في ترتيب أولويات النخبة البحرينية تجاه قضايا الطاقة المتجددة. بالإضافة لدراسة (إيمان فتحي وسلوى علي – 2018)[61] والتي سعت لمعالجة إعلاميَّة للقضايا الصحية والبيئيَّة بالحملات الإعلاميَّة المقدمة بالقنوات الفضائية المتخصصة لطفل ما قبل المدرسة.

- **منهج الوصفي**

مثل دراسة (هدى عبدالغفار وآخرون – 2024)[62] حول التعرُّف على مدى اهتمام المواقع الإلكترونية باعتبارها إحدى وسائل الإعلام الرقمي في تضمين القضايا البيئيَّة، بالإضافة إلى تنمية المواطنة البيئيَّة لدى سكان المناطق المستحدثة والمنقولين من العشوائيات. دراسة (منى عبدالمنعم وآخرون – 2024)[63] حول التعرُّف على أهمية التحليل البيئي الاستراتيجي لأثر البرامج البيئيَّة في رفع الوعي البيئي والحد من المخاطر البيئيَّة بالقنوات الفضائيَّة المصريَّة. دراسة (ريهام رفعت – 2023)[64] التي اهتمت ببحث دور الإيكوسينما في تشكيل تصورات الشَّباب الجامعي حول التغيُّرات المُناخيَّة. دراسة (محمد سيد وآخرون – 2022)[65] حول تنمية التنوُّر البيئي لدى جمهور الصعيد، من خلال قياس مدى فاعلية إدارة الإعلام والثقافة البيئيَّة بجهاز شئون البيئة. ودراسة

(شيرين إحسان وآخرون – 2021)[66] والتي بحثت في معالجة الصحف الإلكترونيَّة المصريَّة لقضايا حماية بيئة التراث العمراني وتقييم هذه المعالجة وخاصة قضايا السرقة والتنقيب غير الشرعي والتهريب والتعدي على الأثر والإهمال وسوء الاستخدام والوعي الأثري، دراسة (نادية أحمد – 2020)[67] والتي تسعى لدراسة اتجاهات قيادات الأحزاب السياسيَّة الرئيسيَّة في مِصْرَ نحو العدالة البيئيَّة بمؤشراتها الطبيعية، والاجتماعيَّة، والاقتصاديَّة، والتشريعيَّة، بالإضافة إلى المقارنة بين اتجاهات القيادات الحزبية نحو العدالة البيئيَّة. وقد استخدم الباحثون لتحقيق الأهداف السابقة عددًا من الأدوات وهي استمارة استبيان ومقياس للاتجاهات (من إعداد الباحثين)، والمقابلات الشخصيَّة، والملاحظة، والمعالجات الإحصائية، واعتمدت الدِّراسة على المنهج العلمي من خلال الدِّراسة الوصفية. دراسة (سليم عثمان – 2018)[68] والتي تسعى للتعرف على دور الصحافة السودانيَّة في نشر الوعي البيئي. كذلك دراسة (مجاهد محمد – 2016)[69] حول دور الإذاعة المسموعة في التوعية بقضايا البيئة. ودراسة (عيسى بوكرموش – 2016)[70] حول معالجة إشكاليَّة اتجاهات طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة ورقلة نحو القضايا البيئيَّة في قنوات الفضائية العربيَّة. دراسة (حسن محمد – 2015)[71] حول فاعلية إعلانات التليفزيون السوداني القومي في تنمية السلوك الاجتماعي وصحة البيئة.

- **النَّظريَّات التي اهتمت بها الدِّراسات**

اهتمت دراسات الإعلام البيئي بتطبيق العديد من الأطر النَّظريَّة في دراساتها؛ حيث كانت نظريَّة الأطر من أبرز النَّظريَّات التي اعتمدت عليها الدِّراسات لرصد أهم الأطر الإعلاميَّة في وسائل الإعلام المختلفة فدرست (أميرة البشبيشي – 2023) أطر معالجة مؤتمر التغيُّرات المُناخيَّة (COP27) بالبرامج

الحواريَّة في الفضائيَّات المصريَّة الخاصة، وأشارت النتائج إلى تصدُّر إطار آليَّات الحلول والمواجهة في الترتيب الأول ثم إطار المسئولية ثم إطار الأسباب ثم إطار الصراع ثم الحقائق المجردة. وتتفق دراسة (مروة شبل عجيزة – 2022) والتي اهتمت برصد وتحليل أطر معالجة قضايا البيئة في المواقع الإلكترونية المصريَّة على أن أطر حل القضايا البيئيَّة هي الأبرز في التغطيات البيئيَّة. وتوصَّلت الدِّراسة إلى اتفاق المواقع محل الدِّراسة على التركيز على أربعة أطر في معالجتها للقضايا البيئيَّة هي بالترتيب: طرق حل القضية البيئيَّة، التوعية الإعلاميَّة بالقضايا البيئيَّة، القضية البيئيَّة ذاتها، مظاهر القضية البيئية.

أما دراسة (نجلاء سيد عبدالرحمن – 2021) فدرست المسئولية الاجتماعيَّة للمؤسسات الصَّحفيَّة في تحقيق التنمية المستدامة، وللكشف عن واقع أداء هذه المؤسسات اعتمدت الباحثة على نظرية المسئولية الاجتماعية ومن خلال سؤال العاملين في بعض المؤسسات الصحفية القوميَّة في مصر توصلت الدِّراسة إلى أن أداء المؤسسات الصحفية القوميَّة لا يرقى إلى المستوى المطلوب والمأمول منها من وجهة نظر الصحفيين العاملين بها.

## الأطر النَّظريَّة في دراسات وبحوث الإعلام البيئي العربيَّة:

اهتمت دراسات الإعلام البيئي بتطبيق العديد من الأطر النَّظريَّة في دراساتها؛ حيث كانت نظريَّة الأطر من أبرز النَّظريَّات التي اعتمدت عليها الدِّراسات لرصد أهم الأطر الإعلاميَّة في وسائل الإعلام المختلفة فدرست (أميرة البشبيشي – 2023) أطر معالجة مؤتمر التغيُّرات المُناخيَّة (COP27) بالبرامج الحوارية في الفضائيَّات المصريَّة الخاصة، وأشارت النتائج إلى تصدر إطار آليات الحلول والمواجهة في الترتيب الأول ثم إطار المسئولية ثم إطار الأسباب ثم إطار الصراع ثم الحقائق المجردة. وتتفق دراسة (مروة شبل عجيزة – 2022) والتي اهتمت برصد أطر معالجة قضايا البيئة في المواقع الالكترونية المصريَّة وتحليلها، وركزت على أن أطر حل القضايا البيئيَّة هي الأبرز في التغطيات البيئيَّة. وتوصلت الدِّراسة إلى اتفاق المواقع محل الدِّراسة على التركيز على أربعة أطر في معالجتها للقضايا البيئيَّة هي بالترتيب: طرق حل القضية البيئيَّة، التوعية الإعلاميَّة بالقضايا البيئيَّة، القضية البيئيَّة ذاتها، مظاهر القضية البيئية.

أما دراسة (نجلاء سيد عبد الرحمن – 2021) فدرست المسئولية الاجتماعية للمؤسسات الصحفية في تحقيق التنمية المستدامة وللكشف عن واقع أداء هذه المؤسسات اعتمدت الباحثة على نظرية المسئوليَّة الاجتماعيَّة، ومن خلال سؤال العاملين في بعض المؤسسات الصحفيَّة القوميَّة في مصر توصلت الدِّراسة إلى أن أداء المؤسسات الصحفية القومية لا يرقى إلى المستوى المطلوب والمأمول منها من وجهة نظر الصحفيين العاملين بها. ودرست (منة الله حسين – 2022) أثر التَّغطية الإعلاميَّة للخطة القوميَّة للموارد المائية بالصفحات الرسمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي على تقييم الجمهور لأداء الحكومة المصريَّة من خلال نظرية التهيئة المعرفية، وتوصلت نتائج الدِّراسة إلى ظهور

(الصفحة الرسميَّة لرئاسة مجلس الوزراء المصري) في الترتيب الأول للصفحات الرسميَّة التي يفضل الجمهور –عينة الدِّراسة– متابعتها، كما توصَّلت إلى أن مستوى اهتمام أغلب الجمهور بمتابعة الموضوعات المتعلقة بقضية المياه في الصفحات الرَّسميَّة –عينة الدِّراسة– مرتفع فضلًا عن وجود علاقة ارتباطية ضعيفة بين حجم التعرُّض للصفحات الرسمية عينة الدِّراسة وتقييم أداء الحكومة تجاه قضية المياه.

أما دراسة (ريم الشريف – 2022) فقد اهتمت بتطبيق نظريَّة التماس المعلومات بهدف الكشف عن العلاقة بين التماس الجمهور المصري للمعلومات حول التغيُّرات المُناخيَّة من مواقع التواصل الاجتماعي، والاستراتيجيات المستخدمة في ذلك، ومدى إدراكهم لخطورة تلك التغيُّرات والتعرف على اتجاهاتهم نحو استضافة مصر لقمة المُناخ (COP27) في نوفمبر 2022. وجاءت النتائج مؤكدة أن موقع فيسبوك أصبح هو المصدر الأول الذي يلتمس منه المبحوثون المعلومات المُناخيَّة. واهتمت دراسات الإعلام البيئي بنظرية ترتيب الأولويات كمدخل نظري لها مثل دراسة (منى عمران وآخرون – 2017) والتي درست دور الصحف المصريَّة الورقية في ترتيب أولويات الشباب الجامعي للقضايا البيئيَّة – دراسة تحليلية على صحف الأخبار والوفد والمصري اليوم، ودعمت النتائج فروض النَّظريَّة في قدرة الصحف على وضع أجندة الجمهور المتابع لها، ودراسة (ريما عبدالرحمن وعبدالكريم الزياني – 2021) والتي استهدفت التعرُّف على دور الصحافة البحرينية في ترتيب أولويات النخبة البحرينية تجاه قضايا الطاقة المتجددة، وجاءت النتائج أيضًا مؤكدة فروض النَّظريَّة الرئيسية وقدرة الصحافة البحرينية على التأثير في ترتيب أجندة النخبة في البحرين.

وتعتبر نظرية الغرس الثقافي أيضًا من أبرز النَّظريَّات التي اعتمدت عليها دراسات الإعلام البيئي كدراسة (لمياء عرابي – 2023) حول الإعلام الرَّقْمي والتوعية بالأزمات البيئيَّة، وجاءت نتائج الدِّراسة مؤكدة أن المواقع الإلكترونية تسهم في رفع مستوى الوعي بالأزمات البيئيَّة بدرجة كبيرة.

وبشكل عام فإن أغلب الباحثين لم يلتزموا بمتغيّرات المدخل النظري الذي اعتمدوا عليه، وإنما حملت دراساتهم العديد من المتغيُّرات الأخرى دون توضيح لأسباب هذا الأمر. أيضًا بعض الباحثين لم يستطع تطبيق النَّظريَّة في استمارته فجاءت الدِّراسة تحمل العديد من المتغيُّرات ولكنها لا تمت للمدخل النظري للدراسة بصلة.

## دراسات وبحوث الإعلام البيئي العربيَّة: رؤية مستقبلية

في ظلِّ دخول الإعلام العلمي والبيئي حقبةً جديدة يحدُّها الإلحاحُ والضرورات المعاصرة، وزيادة الاستقطاب السياسي والاجتماعي في جميع أنحاء العالم الذي يؤدي إلى اشتعال مزيد من الحروب وخلافات تهدد بكوارثَ قد لا يمكن السيطرة عليها مستقبلًا. يقف البحث العلمي في هذا الوقت العصيب عند مفترق طرق، فهو من ناحية مُطالَب بتحقيق الكثير من الآمال والطموحات، ومن ناحية أخرى يواجه الكثيرَ من التحديَّات التي تتمثَّل أبرزها في تجاهل النتائج والتوصيات التي يدعو إليها.

لكن بأي حال تفرض التطورات الرَّاهنة مطالبَ متزايدة على الباحثين والمؤسسات البحثية لبذل المزيد من الجهد نحو توجيه عمل مؤسسات الإعلام من جهة لتتحول إلى مؤسسات خضراء تعمل باستهلاك موارد أقل في بيئة إخباريَّة سريعة التطور، ومن جهة أخرى تدعو المجتمعَ إلى المشاركة الإيجابية

والبناء وتطرح على صانعي السياسات ومتخذي القرار حلولًا فعالة لمواجهة المشكلات البيئيَّة.

وبالتوازي مع التحوُّل إلى استهلاك الأخبار عبر الإنترنت، وطغيان البيئة الرَّقْميَّة وتحولات تكنولوجية قد تفوق كل التوقعات إلى حد خيال البعض بأن المستقبل سوف يحكم فيه البشر الآليون الأرضَ، يضطر الباحثون إلى اقتحام ذلك العالم ورصد الظواهر المستحدثة في تلك البيئات الرَّقْمية وبذل مزيد من الجهود في مجال دراسات استشراف مستقبل الأوضاع البيئيَّة من خلال المعالجات الإعلاميَّة المختلفة، وكذلك الجهود الاتصاليَّة التي تبذلها المؤسسات المهتمة بالشئون البيئيَّة والتي لوحظ ندرة الوقوف عليها في الدِّراسات والبحوث السابقة.

لذا يطرح البحث الرَّاهنُ مجموعةً من الأسئلة الرئيسية التي يمكن أن تمثِّل أفكارًا بحثيَّة للعلماء والباحثين من المؤسسات الأكاديميَّة والمهنيَّة في الدول العربيَّة لزيادة إسهام بلداننا العربيَّة في مواجهة ذلك الخطر العالمي المحدق بالجميع، ولعل في مثال ما جرى مؤخرًا في دولتي سلطنة عمان والإمارات خير مثال على ضخامة الأزمة عدم توقع أحجام الخسائر التي قد تترتب عليها.

## مراجع البحث

1) ريهام رفعت محمد عبدالعال: دور الإيكوسينما في تشكيل تصورات طلاب الجامعات حول التغيُّرات المناخية: أفلام الخيال المناخي والوثائقيات والرسوم المتحركة نموذجًا، المجلة العربية للإعلام والاتصال، ع 34، 2023، ص ص 233:294.

2) ريم سامي الشريف: التماس الجمهور المصري للمعلومات حول التغيرات المناخية في مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاته نحو قمة المناخ 2022، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، مج 2، ع 80، 2022، ص ص 563: 610.

3) ولاء إبراهيم عقاد علي: اتجاهات النخبة الأكاديمية نحو تغطية الفضائيات المصرية الخاصة لفعاليات مؤتمر الأمم المتحدة للتغيرات المناخية (COP27): المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مج 2،ع 22، 2023، ص ص 197:234.

4) هدير أحمد طه: سيميائية المحتوى المرئي المقدم عن قمة المناخ "COP27" عبر الحساب الرسمي لوزارة البيئة المصرية على موقع إنستجرام: المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، مج2، ع 25، 2023، ص ص 437:837

5) مي مصطفى عبدالرازق: سيميائية الصورة الصحفية لمؤتمر المناخ (COP 27) فى المواقع الإلكترونيَّة العربيَّة والعالمية، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، مج1،ع 25، 2023، ص ص 1: 70.

6) نادية أحمد وآخرون: اتجاهات قيادات الأحزاب السياسية نحو العدالة البيئية، مجلة العلوم البيئية، مج 48، ع 1، 2016، ص ص 163: 192.

7) منة صلاح وآخرون: فاعلية نموذج مقترح لمعالجة ابعاد العدالة المناخية في الصحف المصرية اليومية، مجلة العلوم البيئية،مج 49،ع6، 2020، ص ص 119: 148.

8) علا عبد القوي: فاعلية الإعلام الرقمى فى معالجة المشكلات البيئية – دراسة تحليلية على موقع اليوتيوب، مجلة البحوث الإعلامية، مج1،ع 65،2023، ص ص 9: 48.

9) لمياء عرابي: الإعلام الرقمي والتوعية بالأزمات البيئية – دراسة ميدانية، مجلة البحوث الإعلامية، مج2، ع98، 2023، ص ص 1387: 1418.

10) حنان الكسواني: دور الصحافة اليوميَّة في تحديد القضايا البيئية لدى الجمهور الأردني: دراسة ميدانية، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، ع9، 2017، ص ص 487: 519.

11) ئه خته ر شاكر: دور الصحافة في تنمية التنوُّر البيئي لدى قطاعات من الجمهور في إقليم كردستان العراق، مجلة العلوم البيئية، مج 44، ع1، 2018، ص ص 425: 454.

12) مجاهد محمد حسب: دور الإذاعة المسموعة في التنمية البيئية: دراسة لاتجاهات المستمعين نحو عينة من البرامج البيئية بالإذاعة السودانية، رسالة ماجستير، جامعة أم درمان الإسلامية، كلية الإعلام، 2016.

13) نهى صلاح وآخرون: دور البرامج الزراعية المقدمة بالإذاعة المحلية في تنمية الوعي البيئي للمزارعين بمحافظة مطروح، مجلة العلوم البيئية، مج6،ع 50، 2021، ص ص 333: 363.

14) ريهام رفعت محمد عبدالعال: دور الإيكوسينما في تشكيل تصورات طلاب الجامعات حول التغيرات المناخية: أفلام الخيال المناخي والوثائقيات والرسوم المتحركة نموذجًا، المجلة العربية للإعلام والاتصال، ع 34، 2023، ص ص 233:294.

15) الحبيب حسام ودفرور: القضايا البيئيَّة في القنوات الفضائيَّة العربية: دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة، رسالة ماجستير، جامعة قاصدي مرباح – ورقلة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، شعبة علوم الإعلام والاتصال، 2016.

16) زينب عبد المنعم وآخرون، فاعلية البرنامج البيئي بالقناة الثانية في تنمية التنور البيئي لدى فئات مختلفة من الجمهور، مجلة العلوم البيئية، مج 51، ع 12، 2021، ص ص 2: 19.

17) إيمان فتحي عبد المحسن وسلوى علي إبراهيم: المعالجة الإعلامية للقضايا الصحية والبيئية بالحملات الإعلامية المقدمة بالقنوات الفضائية المتخصصة لطفل ما قبل

المدرسة، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، ع 19، 2018، ص ص 123:166.

18) شيماء خيري عبد البديع وآخرون: دور الإعلانات البيئية في تنمية المفاهيم والسلوك البيئي لدى عينة من الأطفال. **مجلة العلوم البيئية**، معهد الدراسات والبحوث البيئية، جامعة عين شمس. مج43، ج1. (2018). ص ص 453-482.

19) أمل سعيد عبد الحميد وآخرون: برنامج مقترح للتنور البيئي للأطفال للتعامل مع الإعلان التليفزيوني المرتبط ببعض العادات السلوكية. **مجلة العلوم البيئية**، معهد الدراسات والبحوث البيئية، جامعة عين شمس، مج44، ج2. (2018). ص ص 365-390.

20) عبدالمسيح سمعان عبدالمسيح وآخرون: فاعلية استخدام الاستوديو الافتراضي في تنمية الوعي البيئي والمهارات البيئية لتلاميذ المرحلة المتوسطة في دولة الكويت. **مجلة العلوم البيئية**، معهد الدراسات والبحوث البيئية، جامعة عين شمس. مج35، ج2. (2018). ص ص 453-477.

21) ولاء إبراهيم عقاد: اتجاهات النخبة الأكاديمية نحو تغطية الفضائيات المصرية الخاصة لفعاليات مؤتمر الأمم المتحدة للتغيرات المناخية COP27. **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة. مج22، ع2، ج1. (2023). ص ص 197-234.

22) شيماء أبو مندور: اتجاهات النخب الأكاديمية المصرية نحو معالجة المواقع الإلكترونية الدولية لمؤتمر قمة المناخ العالمي Cop27، 2022: دراسة ميدانية. **المجلة العلمية لبحوث الصحافة**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة. ع25، ج1. (2023). ص ص 241-289.

23) ريما عبدالرحمن إبراهيم وعبدالكريم الزباني: دور الصحافة في ترتيب أولويات النخبة البحرينية تجاه قضايا التنمية المستدامة "الطاقة المتجددة نموذجًا". **المجلة العربية للإعلام والاتصال**، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال. ع26. (2021). ص ص 159-172.

24) ريهام رفعت محمد عبدالعال: دور الإيكوسينما في تشكيل تصورات طلاب الجامعات حول التغيرات المناخية: أفلام الخيال المناخي والوثائقيات والرسوم المتحركة نموذجًا. **المجلة العربية للإعلام والاتصال**، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، ع34. (2023). ص ص 233-294.

25) رحاب محمد أنور (2023): "التأثيرات الوجدانيَّة والسلوكيَّة لتعرُّض الشباب لصور أزمة تغيُّر المناخ العالمية وعلاقتها بسماتهم الشخصية – دراسة شبه تجريبية". مجلة البحوث الإعلامية، مج68، ع1، 3-110.

26) نوف عبد اللطيف الحزامي: دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي والثقافة الخضراء: دراسة مسحية على عينة من طلاب وطالبات جامعة الملك سعود. **مجلة البحوث الإعلامية**، كلية الإعلام، جامعة الأزهر. ع63، ج1. (2022). ص ص 69-100.

27) سارة شوقي المقدم: تأثير مبادرة اتحضر للأخضر على النية السلوكية لمستخدمي الفايسبوك للاهتمام بالبيئة. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة. مج2022، ع80. (2022). ص ص 785-811.

28) محمد معوض وآخرون: استخدام الفيس بوك في تنمية المفاهيم والاتجاهات البيئية لدى عينة من الشباب الجامعي. مجلة العلوم البيئية، معهد الدراسات والبحوث البيئية، جامعة عين شمس. مج41، ع3. (2018). ص ص 363-387.

29) منى أحمد مصطفى: دور الصحف المصريَّة الورقية في ترتيب أولويات الشباب الجامعي للقضايا البيئية – دراسة تحليلية على صحف الأخبار والوفد والمصري اليوم. **مجلة العلوم البيئية**، معهد الدراسات والبحوث البيئية، جامعة عين شمس. مج39، ج3. (2017). ص ص 357-383.

30) محب محمود كامل وآخرون: تطوير بعض برامج العلوم والتكنولوجيا بالتليفزيون المصري وأثره على تنمية القيم البيئية لدى الشباب.. مجلة العلوم البيئية، معهد الدراسات والبحوث البيئية، جامعة عين شمس. مج32، ع1. (2016). ص ص 381-406.

31) مريم بلخضر وسلمى بورنان: دور الفيسبوك في نشر الوعي البيئي دراسة لعينة من طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية – جامعة قاصدي مرباح – ورقلة. **رسالة ماجستير غير منشورة**. كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية. جامعة قاصدي مرباح – ورقلة. (2015).

32) خالد جمال عبده: الأطر الإخباريَّة لتغطية قمة الأمم المتحدة للمناخ COP27 في برامج التوك الشو وتأثيرها على إدارك الشباب لأبعاد قضية التغير المناخي. المؤتمر العلمي الدولي الخامس لكلية الإعلام جامعة الأزهر. **مجلة البحوث الإعلامية**، كلية الإعلام، جامعة الأزهر. ع68، ج2. (2023). ص ص 1013–1082.

33) أحمد شلبي وآخرون: فاعلية استخدام الإعلام البديل في تنمية المواطنة البيئية لدى مجموعة من الشباب. مجلة العلوم البيئية، معهد الدراسات والبحوث البيئية، جامعة عين شمس. مج33، ج2. (2016). 385–412.

34) مايسة حمدي زكي: تأثير الهالة البيئية المحيطة بالدولة المصرية على النوايا السلوكية الخضراء للمواطنين للتكيف مع التغيرات المناخية. المؤتمر العلمي الدولي الخامس لكلية الإعلام جامعة الأزهر. **مجلة البحوث الإعلامية**، كلية الإعلام، جامعة الأزهر. ع68. ج1. (2023). ص ص 701–762.

35) نظيمة عبد السلام عثمان، دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي البيئي لدى الجمهور اليمني: دراسة ميدانية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 6، 2022 ص102:81.

36) ريم الشريف: "التماس الجمهور المصري للمعلومات حول التغيرات المناخية في مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاته نحو قمة المناخ 2022". **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة. مج2022، ع80، (2022)، ص ص 565–615.

37) منة الله حسين محمود: أثر التغطية الإعلاميَّة للخطة القومية للموارد المائية بالصفحات الرسمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي على تقييم الجمهور لأداء الحكومة المصرية.

**المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة. مج3، ع80، ج2. (2022). ص ص 1189-1236.

38) غادة حسام الدين: الأخلاق الخضراء والمسئولية الإعلامية البيئية: فعالية برنامج للتربية الإعلامية في زيادة الوعي البيئي لدى عينةٍ من المهمشين اجتماعيًا. **المجلة العلمية بحوث الإذاعة والتلفيزيون**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة. مج2020، ع19. (2020). ص ص 281-350.

39) عصام نصر سليم: قياس أثر التوعية الإعلامية على معارف واتجاهات وسلوكيات الجمهور في المجال البيئي. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة. مج2017، ع58. (2017). ص ص 1-50.

40) حنان حسن صالح: دور الصحافة اليوميَّة في تحديد القضايا البيئية لدى الجمهور الأردني. **المجلة العلمية لبحوث الصحافة**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة. مج2017، ع9. (2017). ص ص 487-519.

41) حنان محمد إسماعيل: دور وسائل الإعلام في تنمية الاهتمام البيئي لدى الجمهور المصري دراسة فى إطار نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام. **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة. مج14، ع2. (2015). ص ص 413-516.

42) رحاب محمد أنور (2023): "التأثيرات الوجدانيَّة والسلوكيَّة لتعرُّض الشباب لصور أزمة تغيُّر المناخ العالمية وعلاقتها بسماتهم الشخصية – دراسة شبه تجريبية". مجلة البحوث الإعلامية، مج68، ع1، 3-110.

43) خالد جمال عبده: الأطر الإخباريَّة لتغطية قمة الأمم المتحدة للمناخ COP27 في برامج التوك الشو وتأثيرها على إدارك الشباب لأبعاد قضية التغير المناخي. المؤتمر العلمي الدولي الخامس لكلية الإعلام جامعة الأزهر. مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر. ع68، ج2. (2023). ص ص 1013-1082.

44) سارة شوقي المقدم: تأثير مبادرة اتحضر للأخضر على النية السلوكية لمستخدمي الفايسبوك للاهتمام بالبيئة. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة. مج2022، ع80. (2022). ص ص 785-811.

45) محمد يوسف أحمد وآخرون: أثر تصميم إعلانات بيئية مقترحة على تنمية المسئولية البيئية لدى الشباب. مجلة العلوم البيئية، معهد الدراسات والبحوث البيئية، جامعة عين شمس. مج50، ع9، ج2. (2021). ص ص 111-157.

46) شيماء خيري عبد البديع وآخرون. دور الإعلانات البيئية في تنمية المفاهيم والسلوك البيئي لدى عينة من الأطفال. مجلة العلوم البيئية، معهد الدراسات والبحوث البيئية، جامعة عين شمس. مج43، ج1. (2018). ص ص 453-482.

47) أمل سعيد عبد الحميد وآخرون: برنامج مقترح للتنور البيئي للأطفال للتعامل مع الإعلان التليفزيوني المرتبط ببعض العادات السلوكية. **مجلة العلوم البيئية**، معهد الدراسات والبحوث البيئية، جامعة عين شمس، مج44، ج2. (2018). ص ص 365-390.

48) عصام نصر سليم: قياس أثر التوعية الإعلاميَّة على معارف واتجاهات وسلوكيات الجمهور في المجال البيئي. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة. مج2017، ع58. (2017). ص ص 1-50.

49) محب محمود كامل وآخرون: تطوير بعض برامج العلوم والتكنولوجيا بالتليفزيون المصري وأثره على تنمية القيم البيئية لدى الشباب.. مجلة العلوم البيئية، معهد الدراسات والبحوث البيئية، جامعة عين شمس. مج32، ع1. (2016). ص ص 381-406.

50) أحمد شلبي وآخرون: فاعلية استخدام الإعلام البديل في تنمية المواطنة البيئية لدى مجموعة من الشباب. مجلة العلوم البيئية، معهد الدراسات والبحوث البيئية، جامعة عين شمس. مج33، ج2. (2016). 385-412.

51) عبدالمسيح سمعان وآخرون. فاعلية استخدام الاستوديو الافتراضي في تنمية الوعي البيئي والمهارات البيئية لتلاميذ المرحلة المتوسطة في دولة الكويت. **مجلة العلوم**

**البيئية**، معهد الدراسات والبحوث البيئية، جامعة عين شمس. مج35، ج2. (2018). ص ص 453-477.

52) علاء مكي وعبد الكريم الزباني: أطر التغطية الإخبارية لأزمة الطاقة العالمية في القنوات الفضائية العربية: العربية وسكاي نيوز أنموذجًا. المجلة العربية للإعلام والاتصال. الجمعية السعودية للإعلام والاتصال. ع35. (2023). ص ص - 189 234.

53) السيد سعيد عبد الوهاب: البنية التنظيمية والاتصالية لمؤسسات التوعية البيئية الحكومية ودورها في نشر الوعي بمخاطر التغيرات المناخية. المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان. مج 2023، ع26، ج1. (2023). ص ص 103-139.

54) ولاء إبراهيم عقاد: اتجاهات النخبة الأكاديمية نحو تغطية الفضائيات المصريَّة الخاصة لفعاليات مؤتمر الأمم المتحدة للتغيرات المناخية COP27. **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة. مج22، ع2، ج1. (2023). ص ص 197-234.

55) هدير أحمد محمد: سيميائية المحتوى المرئي المقدم عن قمة المناخ "COP27" عبر الحساب الرسمي لوزارة البيئة المصرية على موقع إنستجرام. المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتليفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة. مج 2023، ع25. (2023). ص ص 437-487.

56)مي مصطفى عبد الرازق. سيميائية الصورة الصَّحفية لمؤتمر المناخ (COP 27) فى المواقع الإلكترونية العربية والعالمية. المجلة العلمية لبحوث الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة. مج2023، ع25، ج2. (2023). 1-70.

57) منة الله حسين محمود: أثر التغطية الإعلامية للخطة القومية للموارد المائية بالصفحات الرسمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي على تقييم الجمهور لأداء الحكومة المصرية. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة. مج3، ع80، ج2. (2022). ص ص 1189-1236.

58) ريم الشريف: "التماس الجمهور المصري للمعلومات حول التغيرات المناخية في مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاته نحو قمة المناخ 2022". **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة. مج2022، ع80، (2022)، ص ص 565-615.

59) مروة صبحي محمد: دور الصفحات الرسمية المصريَّة على وسائل التواصل الاجتماعي في دعم التنمية البيئية المستدامة بالتطبيق على صفحة "اتحضر للأخضر". مجلة البحوث الإعلامية. كلية الإعلام. جامعة الأزهر. مج55، ج3. (2020). ص ص 1681-1764.

60) ريما عبد الرحمن إبراهيم وعبد الكريم الزباني: دور الصحافة في ترتيب أولويات النخبة البحرينيَّة تجاه قضايا التنمية المستدامة "الطاقة المتجددة نموذجًا". **المجلة العربية للإعلام والاتصال**، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال. ع26. (2021). ص ص 159-172.

61) إيمان فتحي عبد المحسن وسلوى علي إبراهيم: المعالجة الإعلامية للقضايا الصحية والبيئية بالحملات الإعلامية المقدمة بالقنوات الفضائية المتخصصة لطفل ما قبل المدرسة. مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط. الجمعية المصرية للعلاقات العامة. ع19. (2018). ص ص 123-166.

62) هدى عبد الغفار وآخرون: دور الإعلام الرقمي في تنمية المواطنة البيئية لدى ساكني المناطق المستحدثة المنقولين من العشوائيات. مجلة العلوم البيئية، كلية الدراسات العليا والبحوث البيئية، جامعة عين شمس. مج53، ع1. (2024). ص ص 96-126.

63) منى عبد المنعم وآخرون: التحليل البيئي الاستراتيجي لأثر البرامج البيئية في رفع الوعي والحد من المخاطر البيئية – دراسة تطبيقية على الفضائيات المصرية. مجلة العلوم البيئية، كلية الدراسات العليا والبحوث البيئية، جامعة عين شمس. مج53، ع1. (2024). ص ص 149-175.

64) ريهام رفعت محمد عبدالعال: دور الإيكوسينما في تشكيل تصورات طلاب الجامعات حول التغيرات المناخية: أفلام الخيال المناخي والوثائقيات والرسوم المتحركة نموذجًا.

**المجلـة العربيـة للإعـلام والاتصـال**، الجمعيـة السـعودية للإعـلام والاتصـال، ع34. (2023). ص ص 233-294.

65) محمد سيد وآخرون: دور إدارة الإعلام والتوعية البيئية بجهاز شئون البيئة بأسيوط في تنمية التنور البيئي لدى جمهور الصعيد. مجلة العلوم البيئية، معهد الدراسات والبحوث البيئية، جامعة عين شمس. مج51، ع12. (2022). ص ص 21-39.

66) شيرين إحسان وآخرون. تصور مقترح لمعالجة الصحافة الإلكترونية لقضايا حماية بيئة التراث العمراني – دراسة تحليلية. مجلة العلوم البيئية، معهد الدراسات والبحوث البيئية، جامعة عين شمس. مج50، ع1، ج4. (2021). ص ص 379-403.

67) نادية أحمد الطيب وآخرون: اتجاهات قيادات الأحزاب السياسية نحو العدالة البيئية دراسة ميدانية فى محافظة القاهرة. مجلة العلوم البيئية، معهد الدراسات والبحوث البيئية، جامعة عين شمس. مج48، ع1. (2020). ص ص 163-192.

68) سليم عثمان أحمد: دور الصحافة في نشر الوعي البيئي: دراسة تطبيقية على صحيفة الصحافة السودانية خلال الفترة من يناير 2016 إلى ديسمبر 2016م. رسالة ماجستير غير منشورة. معهد بحوث ودراسات العالم الإسلامي. جامعة أم درمان الإسلامية. (2018).

69) مجاهد محمد حسب الرسول: دور الإذاعة المسموعة في التنمية البيئية: دراسة لاتجاهات المستمعين نحو عينة من البرامج البيئية بالإذاعة السودانيَّة. رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الإعلام. جامعة أم درمان الإسلامية. (2016).

70) عيسى بوكرموش وآخرون: القضايا البيئية في القنوات الفضائية العربية – دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة. رسالة ماجستير غير منشورة. قسم علوم الإعلام والاتصال. كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية. جامعة قاصدي مرباح ورقلة. (2016).

71) حسن محمد (رحمه الله): فاعلية إعلانات تليفزيون السودان القومي في تنمية السلوك الاجتماعي وصحة البيئة: دراسة على عينة من جمهور ولاية الخرطوم أبريل 2013م – مارس 2015م. رسالة دكتوراه غير منشورة. كلية الإعلام. جامعة أم درمان. (2015).