تعرض الشباب الجامعي للمنصات الاعلامية المتعددة وعلاقته بمستوى معرفتهم بالتغيرات المناخية

أ.د / علياء عبد الفتاح رمضان
أستاذ الإعلام التربوي ورئيس قسم الإعلام سابقًا
كلية التربية النوعية ـ جامعة طنطا

د/ هالة بسيوني كتاكت
مدرس بقسم الإعلام التربوي
كلية التربية النوعية ـ جامعة طنطا

هدير عبد المجيد عبد العزيز عبد الجليل
باحثة ماجستير قسم الصحافة
كلية التربية النوعية ـ جامعة طنطا

المستخلص:

يستهدف البحث الحالي التعرف على تعرض الشباب الجامعي للمنصات الاعلامية المتعددة وعلاقته بمستوى معرفتهم بقضايا التغيرات المناخية، والكشف عن أنماط وعادات الشباب الجامعي في متابعة قضايا التغيرات المناخية المنشورة على المنصات الاعلامية،رصد أهم المنصات الاعلامية التي يستخدمها الشباب الجامعي لمتابعة قضايا التغيرات المناخية، ومعرفة القضايا التي يحرصون على متابعتها، والكشف عن أسباب متابعتهم لقضايا التغيرات المناخية المنشورة على تلك المنصات الاعلامية، معرفة المشكلات التي تواجههم أثناء المتابعة، وتم ذلك من خلال تصميم استمارة استبيان وتطبيقها على عينة من الشباب الجامعي التابع لجامعات طنطا والقاهرة والمنصورة، وبلغ قوامها ٢٠٠ مفردة كأداة لجمع البيانات.

وتوصلت الدراسة إلى أن النسبة الأكبر من الشباب الجامعي يتابعون قضايا التغيرات المناخية المنشورة على منصات الاعلامية لليوم السابع بنسبة ٧٨%، وأنهم يتابعونها من خلال منصات الاعلامية على الفيسبوك وذلك بنسبة ٧٩%، وأن من أهم القضايا التي يحرصون على متابعتها قضايا التلوث البيئي وذلك بنسبة

٦٦%، وأن من أهم أسباب متابعتهم لقضايا التغيرات المناخية على المنصات الاعلامية أنها تقوم بمساعدتهم في فهم ما يحدث حولهم وجاء ذلك بنسبة ٧٦%، وبالإضافة إلى تسليط الضوء عليها من قبل المنصات الاعلامية المختلفة وجاء ذلك بنسبة ٤٤,٥%، إلى جانب أهمية مؤتمر قمة المناخ المنعقد في مدينة شرم الشيخ وجاء ذلك بنسبة ٤٢%،كما أنهم يتابعونها من أجل التثقيف والمعرفة وجاء ذلك بنسبة ٣٩%.

الكلمات المفتاحية:(الشباب الجامعي – التحول الرقمي – المنصات الإعلامية المتعددة – التغيرات المناخية)

Exposure of University Youth to Multiple Media Platforms and Its Relationship to Their Level of Knowledge of Climate Change

Abstract:

The current research aims to identify the exposure of university youth to multiple media platforms and its relationship to their level of knowledge of climate change issues, to reveal the patterns and habits of university youth in following up on climate change issues published on media platforms, to monitor the most important media platforms used by university youth to follow up on climate change issues, and to know the issues that They are keen to follow it, and to reveal the reasons for their follow-up on climate change issues published on these media platforms, to know the problems they face during follow-up, and this was done by designing a questionnaire form and applying it to a sample of university youth affiliated with the universities of Tanta, Cairo and Mansoura, and it reached a strength of 200 items as a tool for data collection.

The study concluded that the largest percentage of university youth follow climate change issues published on media platforms for the seventh day by 78%, and they follow them through media platforms on Facebook by 79%, and that one of the most important issues they are keen to follow up is environmental pollution issues by 66%. %, and that one of the most important reasons for their follow-up on climate change issues on media platforms is that it helps them understand what is happening around them, and this came by 76%, in addition to highlighting it by various media platforms, and that came by 44.5%, in addition to the importance of the climate summit held In the city of Sharm El-Sheikh, this came at a rate of 42%, and they follow it for the sake of education and knowledge, and this came at a rate of 39%.

Keywords: (University Youth - Digital Transformation - Multiple Media Platforms - Climate Change)

مقدمة البحث :

إن المشكلات البيئية المعاصرة تنجم عن تفاعل الإنسان وثقافته مع البيئة المحيطة، حيث أدى ذلك التفاعل السلبي والغير رشيد وخاصة من الناحية الصناعية إلى حدوث تغييرات جذرية في المناخ، ويشير خبراء البيئة والتنمية إلى وجود العديد من المشكلات البيئة الخطيرة التى باتت تهدد حياة ملايين البشر في مجتمعنا المعاصر، وتعد مشكلة التغير المناخي من أخطر المشكلات التي أخذت تتفاقم وتتوالى مخاطرها في الآونة الأخيرة على المستوى العالمي؛ وذلك بسبب خطورته وتأثيراته الكبيرة والهائلة على المدى البعيد على الأنظمة الطبيعية الحيوية.(١)

وتظهر ملامح تلك التغيرات المناخية التي يشهدها العالم في السنوات الأخيرة في عدة أشكال لعل من أبرزها التقلبات المناخية والنقص الحاد في موارد الغذائية والمياه وانتشار الأمراض الوبائية وتعرض العديد من سواحلها للغرق وأطلق عليها خبراء المناخ بالكارثة الزاحفة(٢)، فالتغيرات المناخية قضية تهدد النمو السكاني وتضرب النمو الاقتصادي وتزيد من معدلات الفقر، ولقد عاصر العالم تقلبات مناخية كبرى خلال الخمس سنوات الأخيرة التي كانت ولا تزال إشكالاً للعديد من الدراسات والأطروحات العلمية بسبب حدتها واستمرارها، فبعد أن كان العالم يواجه تغيرات البيئية الطبيعية أصبح يواجه التغيرات البيئية الناجمة عن السلوكي البشري السلبي الذى أطاح باستقرارية العالم وزعزعت اقتصاده وتسبب في حدوث كوارث مدمرة.(٣)

إن الاهتمام الاعلامي بقضايا البيئة عامةً والتغيرات المناخية على الأخص أمراً حديثاً نسبياً، حيث لم يتم تسليط الضوء عليه بكثرة إلا مؤخراً؛ بسبب تأثيراتها السلبية على الدولة بل العالم بأكمله، مما أوجد اهتماماً متزايداً بها في الوسائل الاعلامية عبر منصاتها الاعلامية المتعددة التي لاقت إقبالا شديداً من قبل القراء ومستخدمي المواقع الالكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي كمحاولة منها في مساندة الدولة وتدعميها في نشر ثقافة التعريف بقضايا التغيرات المناخية، والتوعية بقضايا التغيرات المناخية ومخاطرها على الفرد والمجتمع.(٤)

وتعطي الدولة الاهتمام الكبير بقضايا التغيرات المناخية وعقدت العديد من المؤتمرات، وقد استعدت مصر لاستضافة قمة المناخ العالمية في دورتها ٢٧ من نوفمبر ٢٠٢٢ المنعقد في مدينة شرم الشيخ، وفي كل محاولة أو اتفاقية تبذلها الدولة لمواجهة التغيرات المناخية والحد من مخاطرها؛ وهنا يبرز دور المنصات

الاعلامية المتعددة كأداة هامة ومؤثرة في المجتمع للقيام بعملية التغطية الاعلامية لتلك الجهود الدولية ومساندة الدولة في التوعية ونشر ثقافة التعريف بقضايا التغيرات المناخية ومخاطرها على الفرد والمجتمع لجمهور القراءعبر المنصات الاعلامية المتعددة.[٥]

وفي ضوء تلك التحديات التي تواجهها الدولة المصرية تجاه قضايا التغيرات المناخي، والدور الاعلامي الكبير لوسائل الاعلام في مساندة الدولة وتوعية الجمهور، لم يكن الشباب يعيش بمعزل عن تلك الأحداث الهامة والتغطيات الاعلامية المنشورة في المنصات المتعددة، بل كان الشباب من المقبلون على تلك البيئة الجديدة لحبه الشديد لاكتشاف الجديد من الوسائل الاتصالية والتقنيات الاعلامية الجديدة ، ومن ناحية أخرى ما وفرته تلك المنصات الاعلامية (مثل المنصات الالكترونية المنتشرة على مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك وتويتر واليوتيوب وانستجرام وتليجرام وتيك توك ومنصة صحافة الفيديو ومنصة صحافة الهاتف المحمول والمنصات الخاصة بالمواقع الاخبارية) من خدمات تقدمها لهم وتلبي رغباتهم في اشباع احتياجاتهم من الأخبار والمعلومات واهتمامات بمعرفة آخر التطورات على الصعيد العالمي[٦] والتي من بينها قضايا التغيرات المناخية.

وعلى الجانب الآخر يرى البعض أن الوسائل الاعلامية لم تقم بدوراً كافياً في تغطيتها الاعلامية عن قضايا البيئية وأن تغطيتها غالباً ما تكون موسمية وتتسم بالسطحية والنمطية، كما تتهم المنظمات الدولية العاملة في مجال حماية البيئة بقصور دورها في مواجهة التغيرات المناخية من خلال تجاهل التركيزعلى مخاطرها.[٧]

ومن هذا المنطلق تعد مشكلة التغييرات المناخية والمحافظة علي البيئة من التلوث من أهم القضايا التي تشغل المجتمع العالمي عامةً الدولة المصرية على الأخص، حيث إن إدراك الإنسان ووعيه عما ينتجه سلوكه البشري السلبي الذى جعل منه الدور الأساسي والهام للحفاظ علي البيئة بعدًا استراتيجياً للإدارة الرشيدة للموارد الطبيعية لأنها شرط أساسي لتحقيق التنمية المستدامة وللحفاظ علي حياة الإنسان، وهنا يتصاعد الدور الاعلامي الذي تقوم به المنصات الاعلامية المتعددة في نشر ثقافة التعريف بالتغيرات المناخية وتوعية الشباب الجامعي بقضاياها وأسبابها ومخاطرها وتحديات الدولة في مواجتها.

مشكلة البحث :

في ضوء ما تعانيه مصر من مخاطر بيئية ناجمة عن التلوث البيئي واستنزاف للموارد الطبيعية والسلوك البشري الغير رشيد؛ والذى نتج عنه تزايد في الانبعاثات المضرة مثل غاز ثاني أكسيد الكربون وانخفاض نصيب الفرد من المياه وضعف المستوى الاقتصادي والاجتماعي في المجتمع [٨] ويشير ذلك إلى قصور

شديد في الوعي الجماهيري بثقافة التغيرات المناخية ومخاطرها على المجتمع، ومن هذا المنطلق تتبلور مشكلة البحثية في التساؤل التالي:

ما علاقة تعرض الشباب الجامعي للمنصات الإعلامية المتعددة بمستوى معرفتهم بالتغيرات المناخية؟

أهمية البحث :

١. أنه يتناول مشكلة خطيرة تهدد الحياة البشرية.
٢. تصاعد الاهتمام بقضايا التغيرات المناخية عالمياً وعلى الرغم من ذلك إلا أن هناك قصور في الوعي الجماهيري بمخاطر التغيرات المناخية الناجمة عن السلوك البشري الغير رشيد.
٣. الاستعدات التي تقوم بها الدولة المصرية من أجل مواجهة الآثار السلبية للتغيرات المناخية.
٤. الحاجة الماسة إلى توعية الشباب الجامعي بقضايا التغيرات المناخية وتأثيراتها على المجتمع.
٥. أهمية المنصات الاعلامية في توعية الشباب الجامعي بقضايا التغيرات المناخية وخطورتها.
٦. قصور الدور الاعلامي من وجهة نظر البعض في توعية القراء بقضايا التغيرات المناخية.

أهداف البحث :

يسعى البحث الحالي إلى تحقيق هدف رئيسي وهو رصد تعرض الشباب الجامعي للمنصات الاعلامية المتعددة وعلاقته بمستوى معرفتهم بالتغيرات المناخية، ويندرج منه عدة أهداف فرعية متمثلة فيما يلي:

١. معرفة عادات وأنماط تعرض الشباب الجامعي لقضايا التغيرات المناخية المنشورة في المنصات الاعلامية المتعددة.
٢. معرفة المنصات الإعلامية المتعددة التى يستخدمها الشباب الجامعي لمتابعة قضايا التغيرات المناخية.
٣. معرفة أشكال المنصات الاعلامية المتعددة التي يفضلها عند متابعة قضايا التغيرات المناخية.
٤. معرفة القضايا البيئية التي يتابعها في المنصات الاعلامية المتعددة.
٥. معرفة المشكلات التي تواجهه أثناء متابعة قضايا التغيرات المناخية .

مصطلحات البحث:

الشباب الجامعي:

إصطلاحاً: هم الأشخاص في الفئة العمرية من (١٥-٢٤) سنة، ويمرون بعدة تغييرات وتحولات نفسية وجسدية وعاطفية وإجتماعية تحدد دور كل منهم في المجتمع.(٩)

إجرائياً: هى المرحلة العمرية من (١٨ . ٢٤) سنة التى تجمع بين النمو البيولوجى من ناحية وثقافة المجتمع من ناحية أُخرى ابتداءً من سن البلوغ وصولًا إلى الرشد والنضج بحيث تكتمل لديه عملية التطبيع الاجتماعي.

المنصات الإعلامية المتعددة:

إصطلاحاً : فهي الوسائط أو المنابر التى يعرض من خلالها المحتوى الصحفي، وقد يكون أكثر من وسيط إعلامي مثل قناة تليفزيونية والراديو والمواقع الالكترونية، وجود بث حي مباشر على الانترنت للراديو والتليفزيون على مواقع التواصل الاجتماعى الفيسبوك وتويتر واليوتيوب والانستجرام بالإضافة إلى خدمات الإخبارية عبر الهاتف المحمول.(١٠)

إجرائياً: المنصات التى تستخدمها المؤسسات الاعلامية لتوظيفها من أجل الوصول إلى الجمهور، حيث أصبح لدى المؤسسة الواحدة أكثر من منصة إعلامية التى تبث عن طريقها رسائل إلى الجمهور متخطيةً الحدود الزمانية والمكانية مثل المنصات الإعلامية على مواقع التواصل الاجتماعى الفيسبوك وتويتر واليوتيوب والانستجرام والتليجرام والتيك توك بالإضافة إلى خدمات الاخبارية عبر الهاتف المحمول والرسائل القصيرة مدفوعة الأجر والتطبيق.

التغيرات المناخية:

إصطلاحاً: هي تلك التغيرات التي تعزى بصورة مباشرة أو غير مباشرة إلى النشاط البشري الذي يؤدي إلى حدوث تغيرات في تكوين الغلاف الجوي للأرض.(١١)

إجرائياً: هي التغيرات في تكوين الغلاف الجوي للأرض نتيجة السلوك البشري غير الرشيد واستنزاف للموارد الطبيعية والتي نتج عنها تزايد في الانبعاثات المضرة مثل غاز ثاني أكسيد الكربون وانخفاض منسوب المياه وارتفاع درجة حرارة الجو وحدوث فيضانات وذوبان الجليد.

الإطار النظري للبحث :

نظرية التحول الرقمي:

يعتمد البحث الحالي على نظرية التحول الرقمي نظراً لطبيعة الاتصال المعقد والمتداخل الذى يقوم على الاندماج والتناسق والتناغم، فنظرية التحول الرقمي تشرح العلاقة بين وسائل الاعلام القديمة ووسائل الاعلام الحديثة.(١٢)

طور هذه النظرية روجر فيدلر في كتابه وأطلق عليها مدخل فيدلر لفهم الاعلام الجديد، ويقول فيدلر أن الأفكار الجديدة تأخذ حوالى ثلاثة عقود حتي تتسرب إلى ثقافة المجتمع والأفراد، حيث أن عملية التغيير والتحول الجذري تتم للوسائل القائمة يطلق عليها تعبير Media Morphosis للدلالة على التحول الكامل الذى يجرى لوسائل الاتصال الذى فرضته التفاعلات المعقدة للحاجات الأساسية والابتكارات التكنولوجية، ويقول فيدلر أن وسائل الاعلام لم تنشأ فجأة ولكنها تطورت بشكل تدريجي.(١٣)

وتعتبر نظرية التحول الرقمي أن التقارب بين وسائل الاعلام هو تزاوج ينتج من تحول كل وسيلة على حدة، وإنشاء وسيلة جديدة، لذلك حدثت حالة من الاندماج التى سعت إليه الصحف مع الوسائل الالكترونية المختلفة بعدم الاكتفاء بنسختها الورقية، بل ظهرت بنسختها الالكترونية والمواقع الالكترونية، وحاولت الاستفادة من تلك البيئة الرقمية في الوصول إلى القراء عبر منصات متعددة وتوزيع محتواها دون الحاجة إلى التوزيع التقليدي.(١٤)

حاولت المؤسسات الصحفية أن تندمج مع الوسائل الالكترونية فظهرت لنا الصحافة الالكترونية كشكل جديد للصحافة يطلق عليها صحافة المنصات المتعددة، وهذا ما أكد عليه فيدلر بقوله: تتجه كل وسيلة وبطريقة عفوية إلى إعادة تنظيم نفسها لتكون مواكبة للمبتكرات، حيث تستجيب كل وسائل الاعلام للضغوط الخارجية فإنها تطور من نفسها لتزيد من فرصة بقائها.(١٥)

ويستمد فيدلر مبدأ التحول الرقمي لوسائل الاعلام من عدة مفاهيم :

١. التطور المشترك والتعايش: وتعني تعايش وتطور مشترك للأشكال الاعلامية من القديمة إلى الجديدة.
٢. التحول: وهو عبارة عن تغيير جذري متدرج للأشكال الاعلامية من القديمة إلى الجديدة .
٣. الانتشار: ويقصد به انتشار السمات السائدة في الأشكال الاعلامية المختلفة بين بعضها لبعض.
٤. البقاء على قيد الحياة : وتعني بقاء أشكال إعلامية ومؤسسات في بيئات متغيرة.

٥. الفرصة والحاجة : ظهور الاستحقاقات والحاجات الموضوعية لتبني أجهزة الاعلام الجديدة.
٦. التبني : وتعنى حالة التأخر في تبني المفهوم ثم التبني الواسع لأجهزة الاعلام الجديدة .[١٦]

وتفترض هذه النظرية أن وسائل الاعلام القائمة تتطور عندما تظهر وسيلة إعلامية جديدة، حيث تعمل كل وسيلة بطريقة أقرب إلى عمل العناصر المشكلة لنظام حيوي ونظرًا لتقارب وسائل الاعلام التقليدية مع وسائل الإعلام الجديدة تحولت إلى منصات للنشر على شكل أوسع، فأصبح للمؤسسات الصحفية نسخ إلكترونية ومواقع تفاعلية متعددة الوسائط على الويب، وعلى مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك وتوتير والانستجرام والواتس أب واليوتيوب وتيك توك وتطبيقات الهواتف المحمولة والأجهزة الذكية.[١٧]

مدى استفادة البحث الحالي من هذه النظرية:

ويستند البحث الحالي على تلك النظرية في تفسير تعرض الشباب الجامعي للمنصات الاعلامية المتعددة التي تم إنشاؤها على البيئة الرقمية الجديدة، نظراً لما يتسم به الشباب الجامعي من حب الاستكشاف والمغامرة والتعرف على كل ما هو جديد والتفاعل مع الوسائل الالكترونية الجديدة وعلاقة ذلك بمستوى معرفتهم بقضايا التغيرات المناخية المنشورة على تلك المنصات الاعلامية وفقاً لفروض النظرية التي تفترض وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تعرض الشباب الجامعي للمنصات الاعلامية ومستوى معرفتهم بقضايا التغيرات المناخي.

فكلما زاد تعرض الشباب الجامعي للمنصات الاعلامية كلما زاد مستوى معرفتهم بقضايا التغيرات المناخية، كما اعتمد البحث الحالي على نظرية التحول الرقمي في تفسير والكشف عن دور المنصات الاعلامية في توعية الشباب الجامعي بقضايا التغيرات المناخية من خلال تفاعله مع تلك المنصات في البيئة الرقمية الجديدة.

نظرية ثراء المعلومات:

قام كل من ريتشارد دافت وروبرت لينجل بوضع هذه النظرية من أجل استخدامها لتصنيف وتقييم وسائل اتصالية معينة، ويعرف ثراء الوسيلة بأنه قدرة المعلومات على تغيير الفهم تجاه قضية ما في وقت محدد.[١٨]

تستخدم نظرية ثراء المعلومات لدراسة معايير الاختيار بين الوسائل الاعلامية التكنولوجية وفقا لدرجة ثرائها المعلوماتي وتؤكد النظرية على أن فاعلية الاتصال تعتمد على القدر الذي تستخدم به الوسيلة، وتؤكد النظرية

على الأشكال التفاعلية للاتصال في اتجاهين بين القاء من الاتصال والجمهور المستقبل للرسالة وفقا لنظرية ثراء وسائل الاعلام حيث أن الوسائل الاعلامية التي توفر رجع الصدى تكون أكثر ثراءً.[١٩]

فروض النظرية: [٢٠]

الفرض الأول: تفترض النظرية أن وسائل الإعلامية التكنولوجية تمتلك قدرا كبيرا من المعلومات والبيانات وتحتوي على مضامين متنوعة، وبالتالي تستطيع هذه الوسائل التغلب على الغموض والشك الذي قد ينتاب الكثير من المستخدمين عند التعرض لها.

الفرض الثاني: تفترض النظرية وجود أربعه معايير أساسية لترتيب ثراء الوسيلة الاعلامية مرتبة من الأعلى إلى الأقل من حيث درجة الثراء الاعلامي وهي سرعة رد الفعل، وقدرتها على نقل الإشارات من خلال تقنيات تكنولوجيا حديثة مثل الوسائط المتعددة، والتركيز الشخصي على الوسيلة، واستخدام اللغة الطبيعية.

وتساهم هذه النظرية في قياس التفاعلية حيث تركز بشكل أكبر على الأشكال التفاعلية للاتصال في اتجاهات بين القائم بالاتصال والجمهور المستقبل للرسالة، وهذا ما يسعى إليه البحث الحالي من خلال الكشف عن كيفية تفاعل الشباب الجامعي مع قضايا التغيرات المناخية المنشورة على المنصات الاعلامية المتعددة، ومعرفة مدى تفاعله مع المضامين المنشورة، ونوعية القضايا التي يقبل على متابعتها في تلك المنصات.

الفرض الثالث: أن هناك مجموعة من الأهداف الرئيسية لأي منظمة والتي منها تقليل غموض الرسالة عن طريق اختيار الرسائل التي تحقق درجة من التفاعل مع القراء وهذا ما تذهب إليه نظرية ثراء الوسيلة التي تفرق بين وسائل الاتصال على أساس درجة ثرائها المعلوماتي في تحقيق أكبر قدر من التفاعل بين الوسيلة والقراء.

الفرض الرابع: وتفترض أن التسلسل الهرمي لمعلومات الوسيلة الاعلامية تعتمد على ثرائ المعلومات باستخدام أربعة عوامل مميزة وهي ما يلي:

قدرة رجع الصدى بالوسيلة، عدد القنوات المستخدمة مثل الصوت والصورة والفيديو، مصدر المعلومات سواء كان شخصي أو غير شخصي، تنوع اللغة مثل اللغة اللفظية والغير اللفظية. [٢١]

الفرض الخامس: تفترض أن اكتساب المعلومات يتأثر بالتوافق بين قدرات الوسيلة والمحتوى المقدم من خلالها.

مدى استفادة البحث من هذه النظرية:

ويستند البحث الحالي على تلك النظرية حيث تعتبر المنصات الاعلامية المتعددة وسائل اتصال ثرية تمتلك قدراً كبيراً من المعلومات فضلاً عن تنوع المضامين المقدمة من خلالها، ومن ثم تستطيع هذه المنصات بامتلاكها الوسائط المتعددة التغلب على الغموض والشك الذي قد ينتاب الكثير من القراء عند التعرض لقضايا التغيرات المناخية المنشورة عبر المنصات الاعلامية المتعددة، بالإضافة إلى قدرة هذه المنصات على معرفة رجع الصدى من قبل القراء، كما أنها تتناسب مع الاستخدامات الشخصية الخاصة بالقراء عند تعرضهم للمنصات الاعلامية المتعددة.

الإطار المعرفي للبحث:

أولاً: استخدام الشباب الجامعي للمنصات الاعلامية المتعددة:

ـ الشباب الجامعي:

تعد مرحلة الشباب من أهم مراحل حياة الإنسان ولهم دور كبير فهم نبض الحاضر وحكمة المستقبل ، وبناءًا عليه يتوجب علينا إلقاء الضوء على مرحلة الشباب وخصائصه واحتياجاته وإعطاؤه المزيد من الرعاية، حيث لا تمثل مرحلة الشباب شريحة في المجتمع لها سماتها الاجتماعية أو النفسية أو البيولوجية فقط، فهى كل ذلك وبالنظر إلى مفهوم الشباب نجد أنه مفهوم واسع يحمل الكثير من المعانى ويختلف باختلاف العلماء الذين يتطرقون إلى تعريفه(٢٢).

خصائص مرحلة الشباب : (٢٣)

. تتسم بالحماس والجرأة والاستقلالية، فهو لا يقبل بالضعف والقهر والضغط والاندفاع الشديد والتمرد، ولديه حب للمغامرة وتجريب كل ما هو جديد وغريب، بالإضافة إلى التفكير والنقد لما يحدث في المجتمع من موضوعات وقضايا ومشكلات، ويدفعه ذلك إلى المشاركة في الحياة السياسية والتعبير عن آراءه وأفكاره، كما تتسم بالرغبة في التجديد والتغيير والتطوير لأنه يكون أكثر حيوية ونشاط وقوة .

حاجات الشباب :

. الحاجات النفسية : تتمثل الحاجات النفسيه في تأكيد الذات والاستقلال والحصول الاستقلال عن الوالدين، والحاجه إلى المشاركة المجتمعيه والشعور بالأمن والتفاعل في المجتمع مع الآخرين وضبط الذات.

. الحاجات الاجتماعية : تتمثل الحاجات الاجتماعيه في تكوين علاقات مع أفراد المجتمع بما يضمن له مكانة اجتماعية ، والحاجة إلى الشعور بالانتماء للأسره والمجتمع، وأنه مقبول لدى الاخرين والحاجة إلى الشعور بالمسئولية ، والحاجه إلى إتاحة الفرصة له لتحمل المسؤوليه والتدريب عليها.

. الحاجات العقلية : تتمثل الحاجات العقلية في الحاجه الى إكتساب المعرفة والثقافة والخبرات التعليمية، والحاجه إلى توفير برامج اكتساب الثقافة من مصادرها المختلفه ، والحاجه إلى إتاحة الفرصة له للتعبير عن آرائه ومناقشة الموضوعات والقضايا الخاصة والعامة وتبادل الاراء مع الاخرين. [٢٤]

. الحاجات الدينية: تتمثل الحاجات الدينية في تكوين الشعور ديني قوي يحق للشباب الشعور بالأمن والأمان والاستقرار والحاجة إلى فهم المعايير والمبادئ الدينية والأخلاقية التي تنظم العلاقات بين الناس.[٢٥]

ـ المنصات الاعلامية المتعددة:

أحدثت التطورات التكنولوجية تغييرًا جذريًا على الصعيد الإعلامى أسفر عنه ظهور ما يسمى بالبيئة الإعلامية الجديدة التى تميزت بقدرتها على تحقيق الاستفادة القصوى من البيئة الرقمية، مما دفع بالمؤسسات الإعلامية إلى غزو تلك البيئة الرقمية لمواكبة التقدم التكنولوجى ومسايرة التغييرات السلوكية التى تطرأ على القراء نتيجة تلك التطورات .

وتنافست المؤسسات الإعلامية لإنشاء منصات إعلامية لها على تلك البيئة الرقمية بهدف الوصول إلى القراء وتحقيق أهدافها الصحفية وسيادة دورها التى تقوم به، فقامت بإنشاء منصات اعلامية على مواقع التواصل الاجتماعى فيسبوك وتوتير ويوتيوب وانستجرام وتليجرام .

ومن هذا المنطلق سوف يتم التطرق إلى تلك المنصات الإعلامية المتعددة للتعرف عليها ولمعرفة أنواعها ولمعرفة كيف استفادت المؤسسات الصحفية من توظيف تلك المنصات لتدعيم عملها الصحفي ولتحقيق أهدافها المنشودة.

مميزات المنصات الاعلامية :[٢٦]

١. تقديم الأخبار بأشكال مختلفة ومتكاملة ،حيث تمكن الصحيفة من إدراج الصوت والصورة والفيديو مع المحتوى النصي المكتوب .
٢. وجود راوبط ومصادر مختلفة تلبي احتياجات القراء في الحصول على مزيد من المعلومات حول الحدث.
٣. يمكن أن تربط محركات البحث بين المطلوب الذى يبحث عنه القارئ مع الموضوعات المشابه له .

٤. لا تقتصر موضوعاتها عن الموضوعات السياسية بين تتنوع الموضوعات التى تقدمها بالإضافة إلى فتح ساحات للحوار والنقاش بين القراء وبعضهم أو بين القراء والمحررين .
٥. السرعة في نقل الأخبار العاجلة أولًا بأول لما تتميز به تلك المنصات من مساحات واسعة لنشر كافة الأخبار لحظة الحصول عليها من مصادرها .
٦. وجود أنواع وأشكال مختلفة لتقديم وعرض المحتوى من حيث الشكل الاخراجى الصحفي والقالب المستخدم لنشر المعلومات والأخبار إلى القراء.
٧. وجود أرشيف إلكترونى يسهل الرجوع إليه في أى وقت.
٨. إعطاء الفرصة لتقديم الأخبار والمعلومات باستخدام تقنية البث المباشر.

أنواع المنصات الإعلامية : هناك العديد من المنصات الإعلامية التابعة للصحف الالكترونية ومنها :

١. **منصات إعلامية على شبكة الانترنت** كموقع إلكترونى رسمي خاص بالصحيفة وتعرفها الباحثة بأنها المنصات الإعلامية التى قامت الصحف الالكترونية بإنشاءها على موقع الويب، ويستطيع جميع القراء تصفحها والاطلاع على محتواها دون الحاجة إلى التسجيل في موقع معين أو إنشاء بريد إلكترونى بكل سهولة ويسر وبشكل مجانى شريطة الاتصال بشبكة الانترنت .

٢. **منصات الإعلام البديل** وهى منصات على الفيسبوك وتويتر ويوتيوب وإنستجرام وتليجرام وتيك توك وفيما يلي سيتم شرح منصات الإعلام البديل.

. **منصات إعلامية على الفيسبوك** : وتُعرفها الباحثة على أنها المنصات الإعلامية التى قامت المؤسسات الصحفية بإنشاءها على موقع الفيسبوك .

. **منصات إعلامية على اليوتيوب (منصات تليفزيون الانترنت)**:هي المنصات التى تستخدم البث التليفزيونى عبر الانترنت بواسطة تكنولوجيا التدفق المتزامن للاشارات الصوتية والمرئية، وتظهر على شكل بث حى.[٢٧]

. **منصات إعلامية على تويتر** : وتُعرفها الباحثة بأنها المنصات التى أنشأتها الصحف الالكترونية على موقع تويتر ؛ لتقدم من خلالها الأخبار إلى القراء مستخدمى تويتر.

. **منصات إعلامية على انستجرام** : وتُعرفها الباحثة بأنها المنصات التى أنشأتها الصحف الالكترونية على الانستجرام ؛ لتقوم ببث ونقل الأخبار إلى القراء مستخدمى الانستجرام .

. منصات إعلامية على تليجرام : وتُعرفها الباحثة بأنها المنصات التابعة للصحيفة الالكترونية على تليجرام ، لنشر الأخبار إلى القراء مستخدمى تليجرام.

. منصات إعلامية على تيك توك:وتُعرف الباحثة بأنها المنصات التابعة للصحف الالكترونية على تيك توك.

٣. منصة راديو الانترنت :هي المنصات التى تنشأها الجهات الحكومية أو غير حكومية أو أفراد أو شركات من أجل البث عبر الانترنت من خلال استخدام تكنولوجيا الصوت المتدفق عبر شبكة الانترنت ؛ لبث برامجها على الهواء مباشرةً أو برامج مخزنة في الأرشيف.(٢٨)

٤ . منصات الأجهزة المحمولة (التطبيق) : هي المنصات التى تستخدمها المؤسسات الاعلامية والأفراد القائمين بالاتصال كوسيلة في صناعة الأخبار وتبادلها ، وتستخدم من قبل القائمين بالاتصال كوسيلة سريعة في جمع المعلومات وتحريرها والتقاط الصور ومقاطع الفيديو ونشرها على المواقع الالكترونية.(٢٩)

ـ اعتماد الشباب الجامعى على المنصات الإعلامية :

إن منصات الإعلام الجديد أداة ووسيلة قوية للتأثير على الشباب الجامعي، ولم يقتصر دورها في التأثيرات المعرفية فقط بل امتدت إلى التأثير القيمى والأخلاقي على الشباب، حيث أشارت (نجلاء فهمي) إلى التأثيرات المختلفة الناتجة عن استخدام الشباب لمنصات الاعلام الجديد إلى قدرة تلك المنصات على التأثير الإيجابى والسلبي على الشباب فقد تمثلت التأثيرات الاجتماعية في الترتيب الأول يليها التأثيرات الدينية يليها التأثيرات النفسية ثم التأثيرات الاقتصادية، وقد بلغت نسبة التأثير القيمى على الشباب ٧٤%.(٣٠)

وأكدت نتائج إحدى الدراسات عن اعتماد الشباب الجامعى على مواقع التواصل الاجتماعى كمصدر للحصول على الأخبار على أن نسبة كبيرة من الشباب يتابعون الصفحات التى تنشر وتشارك مضامين إخبارية وذلك بنسبة ٧٣,٣% مثل صفحات الشخصيات العامة – إعلاميون – مؤسسات رسمية – مشاهير الفنانين – نشطاء سياسيون ، وأوضحت بعض الدراسات الخاصة بمعرفة مدى اعتماد الشباب الجامعى على مواقع التواصل الاجتماعى في الحصول على الأخبار ورصد مدى اهتمام الشباب بالمضامين المنشورة على تلك المواقع ، فكانت النسبة الأكبر للشباب الجامعى الذين يهتمون بمتابعة الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعى وذلك بنسبة ٨٧,٥% ، وكان من أسباب متابعتهم الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعى أنها تجعله جزءًا من الحدث وليس منفصلًا عنه ، ومن خلالها يعرف القضايا التى تشغل الرأى العام ومعرفة وجهات النظر المختلفة ، إلى جانب انفرادها بنشر أخبار لا تنشر عبر الوسائل الإعلامية الأخرى.(٣١)

وتشير إحدى الدراسات إلى أن أهم الإشباعات التي حققتها مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك وتويتر للشباب الجامعي متمثلة في معرفة الأحداث الجارية في المرتبة الأولى بنسبة ٩٤,٦%، واستخدام هذه المنصات من أجل الإلمام بالتكنولوجيا الحديثة في المرتبة الثانية بنسبة ٨٤,٢% ، وأن البعض يستخدمون هذه المواقع من أجل قضاء وقت الفراغ بشكل جيد بنسبة ٧٧,٨%، وجاءت الموضوعات السياسية في المرتبة الأولى من حيث تفضيل الشباب الجامعي لمتابعتها من خلال منصات التواصل الإجتماعي فيسبوك وتويتر بنسبة ٥٦,٥% يليها الموضوعات الرياضية في المرتبة الثانية بنسبة ٣٥,٨% ثم الموضوعات الترفيهية في المرتبة الثالثة بنسبة ٣٣,٣% وتأتي في المرتبة الأخيرة الموضوعات العلمية والتكنولوجية بنسبة ٣٢,٣%.[٣٢]

إيجابيات استخدام الشباب الجامعى للمنصات الإعلامية :

. من الناحية السياسية :

قامت هذه المنصات بتنمية الوعي السياسي للشباب الجامعي ، وعملت على توفير المعلومات والأخبار التى تساعده على فهم الأحداث السياسية وساعدته على المشاركة في الحياة السياسية وتكوين آراء ووجهات نظر تجاه القضايا والأحداث السياسية، بالإضافة إلى إتاحة الفرص لمناقشة أهم القضايا السياسية والتعليق عليها من خلال غرف الدردشة والمنتديات الحوارية وكتابة التعليقات المختلفة عبر المنصات الاعلامية ، ولقد اعتمد الشباب الجامعى على منصات الاعلام الجديد في الحصول على البيانات والأخبار حول مختلف الموضوعات التى تساعدهم في تنمية معارفهم وتشكيل اتجاهاتهم، وهذا ما أكدته دراسة محمد سامح صبري عن تصفح الشباب الجامعى للصحف الالكترونية، فنجد أن الشباب الذين قاموا بالاعتماد على الصحف الالكترونية في حصولهم على الأخباربنسبة ٦٧,٥%، وأنهم يتصفحونها لمتابعة القضايا السياسية بنسبة ٦٧,٩%.[٣٣]

. من الناحية المعرفية :

وتشتمل على مجموعة التغيرات في معارف الأفراد ومعلوماتهم، حيث تقوم وسائل الإعلام عامة والمنصات الإعلامية خاصة بعرض الآراء والموضوعات التى تثير القراء وعلى الأخص في أحوال النزاعات، وتعرض المشكلات التى تطرأ على الساحة المجتمعية من أجل التأثير على معتقدات الأفراد.[٣٤]

وأشار (تايلور) في دراسته عن ربط الشباب بالتكنولوجيا والصحافة الالكترونية ودورها في صياغة الرؤى العالمية أن هذه المواقع الصحفية تقوم بتعزيز معرفة الشباب عن قضاياهم العالمية من خلال عرض برامج مكثفة حول الأفلام الوثائقية القصيرة.[٣٥]

ويرى حاتم سليم وآخرون أن الشباب الجامعى يعتمدون على الصحف الالكترونية المتخصصة لأن لديها القدرة على استقطاب الشباب الجامعى بنسبة ٩٢,٢%، حيث جاءت نسبة ١٥,٩% لمن يتعرضون للصحف الالكترونية لأنها تعرض معلومات جديدة عن الموضوع الذى تُكتب فيه ،وجاءت نسبة١٣,٩ % لمن يتعرضون للصحف الالكترونية لأنها تقدم أخبار ومعلومات نادرة ودقيقة، ومن بين النتائج التى توصلت إليها الدراسة أن موقع تربية نيوز يقوم برفع مستوى المعرفة لدى الشباب في القضايا التعليمية من خلال نشره كمًا كبيرًا من المعلومات التى لاقت إقبالًا من قبل الشباب. (٣٦)

. من ناحية النسق القيمى والأخلاقي :

هناك من يري أن منصات الاعلام الجديد لها تأثير كبير على النسق القيمى والأخلاقي للشباب الجامعى ، وقد ساهم في نشر أنماط جديدة وقيمًا جديدة تغلب عليها الطابع الغربي متخطيًا حدود القيم الأخلاقية لبلده من خلال انتشار ثقافة الصورة أو ما يعرف بالثقافة المتلفزة (٣٧)، وتشير إحدى الدراسات إلى أن تنظيم البيئة الإعلامية أصبح ضرورة ملحة وعاجلة ، حيث إن استخدام الانترنت فتح مجال للفوضي وخلق جوًا من الفجوة القانونية ؛ لأن الإعلام الجديد يصعب ممارسة الرقابة عليه والتحكم فيه وخصوصًا في ظل تأخر التشريعات التى تضبط البيئة الإعلامية الرقمية.(٣٨)

. من الناحية التفاعلية والاجتماعية :

وقد أشارت دراسة (العياشي) إلى قيام منصات الاعلام الجديد برفع مستوي الوعى الاجتماعى لدى الشباب السعودى وذلك بنسبة ٦٢,١% (٣٩)، بالإضافة إلى قيامه بتعزيز ثقة الشباب بأنفسهم وقدرته على جعل الأفراد أكثر اهتمامًا بأنفسهم في المجتمع ، كما أوضحت دراسة (العدوى) تتيح لهم الفرصة للتعبير عن آرائهم وأفكارهم والتعليق على الأخبار المنشورة عليها والمشاركة والتفاعل مع الآخرين ومناقشة القضايا المختلفة.(٤٠)

. من الناحية النفسية :

تقوم وسائل الاعلام عامةً والمنصات الاعلامية خاصةً برفع الروح المعنوية لدى المستخدمين ؛ نتيجة التوحد والاندماج مع المضامين والرسائل الاعلامية المقدمة. (٤١)

سلبيات استخدام الشباب الجامعى للمنصات الإعلامية : [٤٢]

. من الناحية المعرفية :

كما توجد بعض المنصات الاعلامية التى لا تلتزم بأخلاقيات المهنية للصحافة بسبب التنافس حول تحقيق السبق الصحفي مما قد يتسبب في نشر أخبار زائفة دون التأكد من مصداقيتها وغياب النزاهة الإعلامية فتسبب التشويش والفجوة المعرفية لدى الشباب ، كما تتعلق سلبيات صحافة المواطن بغياب معايير الصدق والثقة في الأخبار المنشورة فيمكن لأى شخص أى يصل إليها ويكتب وينشر عليها [٤٣]، وقد تتسبب في نشر الشائعات والأخبار دون التأكد من مصداقيتها من أجل تحقيق السبق الصحفي وزيادة نسب المشاهدة بين القراء مما يعمل على عدم ثقة الشباب في مصداقيتها. [٤٤]

. من الناحية الأخلاقية والسلوكية :

قد تقدم هذه المنصات مضامين غير أخلاقية للقراء غير هادفة وهدامة للقيم الإجتماعية والأخلاقية المنشورة على المنتديات والمدونات الإعلامية مثل أخبار الجرائم والقتل والسرقة والانتحار والمثيرة للغرائز الغير أخلاقية، وقد تحدث زعزة للقيم الدينية والشريعة الإسلامية من خلال الأفكار العلمانية المنشورة، وتعويد الشباب على عدم غض البصر من خلال الصور والفيديوهات الغير أخلاقية، بالإضافة إلى التأكيد على القيم النفعية والفردية، والعمل على زيادة السلوك العدوانى تجاه الأهل والآخرين، وأنها عملت على انتشار ثقافة الاستهلاك نتيجة الانفتاح والهجرة. [٤٥]

. من الناحية الإجتماعية والتفاعلية :

تعمل هذه المنصات الإعلامية على إهدار الوقت وإضاعته، حيث إن مشاهدة تلك المضامين قد يبعدهم عن ممارسة الأنشطة المجتمعية الأخرى، كما قد تبعدهم عن التفاعل مع الأهل والأقارب والأصدقاء وقد تسبب العزلة الإجتماعية لبعض الشباب، وغرس ثقافة الغربية والتفاعل مع أفكارهم ومعتقداتهم التى قد تتعارض مع قيم وعادات المجتمع .

. من الناحية الصحية :

قد يسبب استخدام الشباب المفرط لتلك المنصات الإعلامية مشاكل صحية منها إنحناء الظهر وضعف البصر وقد تعوق قدرته على التفاعل الاجتماعي والاندماج مع الآخرين، وتسبب له السمنة والتعود على الكسل وعدم الحركة والنشاط .

ثانياً: تناول المنصات الإعلامية لقضايا التغيرات المناخية:

ـ التغيرات المناخية:

قضية التغيرات المناخية تعتبر ظاهرة التغيرات المناخية ظاهرة عالمية ومن أهم القضايا المطروحة على المستوى العالمي بسبب ما يترتب عليها من تغيرات خطيرة تهدد مستقبل الإنسان وحياته، وأثارت إحدى الدراسات الصادرة عن المنظمة الدولية أنه من المحتمل أن يؤدي هذا الارتفاع السريع إلى تهديد استقرار العالم من خلال تعطيل الإمدادات الغذاء والماء في أجزاء كثيرة من العالم خاصة في قاره أفريقيا.(٤٦)

أسباب التغيرات المناخية:

توجد أسباب عديدة أدت إلى تطور ظاهرة التغيرات المناخية وظهور ما يعرف بالاحتباس الحراري الناتج عن سلوكيات سلبية للبشر، حيث يشكل النشاط البشري السبب الرئيسي وراء إحداث التغيرات المناخية بفعل انبعاثات الغازات المسببة للاحتباس الحراري في الغلاف الجوي وخصوصاً وجود غاز ثاني أكسيد الكربون الذي أدى إلى زيادة الحرارة بطريقة غير طبيعية، وبالتالي إحداث التغيرات في نظام المناخ، ومن العوامل المؤثرة على مناخ الكرة الأرضية إفراط الإنسان في استخدام الوقود الحفري، فمن المعروف أن احتراق الوقود الفحمي والبترولي أدى إلى انبعاث مركبات الكبريت والكربون وهذه المركبات أدت إلى تلويث الهواء وأثرت بالسلب على صحة الإنسان والكائنات الحية الأخرى.(٤٧)

تأثيرات التغيرات المناخية:

ـ يعد التغير المناخي من أكبر المشكلات البيئية المعاصرة وله تأثيرات سلبية في كافة المجالات الحياتية وتتفاوت انتشار الكوارث المرتبطة به في كل نطاقات العالم، حيث تعتبر الدول النامية والفقيرة هي الأكثر عرضة لمخاطر التغير المناخي، وتحتاج للتغلب على آثاره السلبية حوالي ٥% من ناتجها المحلي، كما تعاني من تراجع إنتاجها للمحاصيل الزراعية نتيجة المناخ المتطرف وما يحدثه من انتشار للأمراض وتهديد حياة الملايين من السكان.

ـ كما أعلنت جمعية الحفاظ على الحياة البرية في أمريكا عن وجود ١٢ مرضا يصيب الإنسان وزاد انتشاره بسبب التغيرات المناخية، ومن بين هذه الأمراض فيروس انفلونزا الطيور والحمى الصفراء وفيروس إيبولا الملاريا وبكتيريا الكوليرا.. وغيرها.(٤٨)

ـ كما يؤثر التغير المناخي على الزراعة ويحدث تقلص الموارد الغذائية نظرا لتدهورها وعجزها عن تلبية احتياجات السكان في ظل زيادة سكان العالم وعند ارتفاع درجة الحرارة تصبح مناطق كثيرة غير صالحة للزراعة، مما يؤدي إلى انخفاض معدل الإنتاج الغذائي بها وانتشار الفقر.

ـ وتحدث التغيرات المناخية تأثيرا كبيرا على الموارد المائية في معدلات سقوط الأمطار واضطراب توزيعها يحدث تحدث تغيرات في الدورات الهيدرولوجية وحدوث زيادة معدلات تبخر المياه من اليابسة، بما يؤدي الى وصول كميات قليلة من الأمطار إلى المسطحات المائية، وبالتالي حدوث انخفاض في منسوبها وقد تكون التغيرات مصحوبة بأعاصير وفيضانات، وكل ذلك يؤثر على الثروة السمكية والشباب المرجانية والكائنات البحرية.(٤٩)

ـ بينما يسبب الارتفاع الشديد في درجات الحرارة إلى ذوبان الثلوج في القطبين الشمالي والجنوبي بكميات كبيرة وعدم انتظام الموارد المائية لدى المناطق التي تعتمد على الثلوج بحيث تعيش فترات جفاف أحيانا وفيضانات أحيانا، وساعدت على زيادة نسبة التصحر واستفحالها.(٥٠)

ـ وقد تؤثر التغيرات المناخية على السياحة نتيجة التقلبات المناخية بسبب زيادة معدلات سقوط الأمطار والتأثير على البنية التحتية للمدن وشبكات المباني والطرق والصرف الصحي، حيث يعتمد قطاع السياحة والخدمات المرتبطة به على مرافق البنية التحتية مثل قطاعات النقل من موانى ومطارات وطرق مما ينتج عنه تقلص للنشاط السياحي والترفيهي.(٥١)

ـ كما تؤثر التغيرات المناخية فى ارتفاع درجات الحرارة فيما يعرف بالاحتباس الحراري ويؤدي ذلك إلى ارتفاع منسوب مستوى سطح البحر وإحداث تأثيراً سلبياً على الموارد المائية، إما بالنقصان أو بالزيادة.(٤٩)

ـ وتؤثر التغيرات المناخية على الأمن الإنساني واستقراره فقد تدفعه في بعض الأحيان إلى الهجرة الداخلية عبر الحدود هربا من آثارها السلبية وحدوث قلق متزايد حول امكانية الحصول على المياه أو الخوف من مشكلة ندرة المياه نتيجة حدوث الجفاف.(٥٢)

جهود الدولة لمواجهة التغيرات المناخية:

وبالنظر إلى مشكلة التغيرات المناخية نجد أن السلوك البشري السلبي أدى إلى تفاقم المشكلة، فانعكس ذلك على جهود الدولة في مواجهة هذه المشكلات، وعملت على عقد المؤتمرات الدولية الخاصة بالبيئة، كمؤتمر ستوكهولهم ١٩٧٢، ومؤتمر ريو بالبرازيل 1993، والتي ألقت فيه الدولة الالتزامات القانونية الدولية لحماية البيئة، ووضعت العديد من التشريعات والقوانين لحماية البيئة ورعايتها مثل قانون حماية البيئة رقم أربعه لسنة

1994وقانون المياه وقانون الآثار وغيرها من القوانين التي بينت المعايير والمستويات الفنية المتعلقة بتلوث المياه والهواء، ووضعت الضوابط لها والأساليب التي تؤدي إلى تقليل حدة مشكلة التغيرات المناخية، كما سنت القوانين على العقوبة الجنائية التي تراها مناسبة لتوقعيها على مرتكبي الجرائم البيئية.(٥٣)

تقوم الدولة بعمل حملات توعية عن تأثير التغيرات المناخية على الإنسان والمجتمع؛ لرفع الوعي البيئي لدى الرأي العام وتشجيع الجماهير على المشاركة في حماية البيئة واتباع أساليب صحيحة عند التعامل مع الموارد الطبيعية والبيئية، والعمل على تعزيز تكنولوجيا الفحم النظيف، وتشجيع التكنولوجيا الجديدة مثل تجميع الكربون وتخزينه، والاعتماد على مصادر طاقة متجددة مثل الطاقة الشمسية وطاقة الرياح، والاعتماد على آلات صديقة للبيئة، والتقليل من استخدام المصادر الملوثة للبيئة.(٥٤)

وتقوم الدولة بعقد اتفاقات دولية تتكون من أحكام ولوائح تم تطويرها وتبنيها بمشاركة الدول، فهي اتفاقات صريحة بين شخصين أو مجموعة أشخاص من أشخاص القانون الدولي؛ لتنظيم العلاقات بينهم والقيام بإنشاء وتعديل الالتزامات المختلفة بينهم وفقاً للقانون الدولي بشأن التغيرات المناخية.(٥٥)

وتشارك الدولة المصرية على مدى تاريخها في الاتفاقيات الدولية المتعلقة بالتغيرات المناخية، وتنظم مصر العديد من المؤتمرات الدولية بقيادة الرئيس عبد الفتاح السيسي بدءا من قمة المناخ في باريس ٢٠١٦، وعقد الاجتماعات مع رؤساء الدول والحكومات حول المناخ على هامش أعمال الدورة ٧٦ للجمعية العامة للأمم المتحدة في شهر سبتمبر ٢٠٢١، كما ترأس المائدة المستديرة ضمن فعاليات القمة الأوروبية لتغيرات المناخ والذي عقد في بروكسل في شهر فبراير ٢٠٢٢، كما شارك سيادة الرئيس المصري في حوار بطرسبرج للمناخ الذي عقد في ألمانيا في شهر يوليو ٢٠٢٢ بمشاركة زعماء ٤٠ دولة، كما شاركت الدولة المصرية دول العالم في إطلاق المنصة الرقمية للتاني للأخضر " مبادرة اتحضر للأخضر " ،كما تولت مصر رئاسة مؤتمر وزارة البيئة الأفارقة ولجنة دول وحكومات أفريقيا للتغيرات المناخية، وتواصل مصر مسيرتها في التحدي للتغيرات المناخية بعقد مؤتمر قمة المناخ في مدينة شرم الشيخ في شهر نوفمبر ٢٠٢٢، وذلك بعد أن أعلنت الأمانة العامة UNFCC في نوفمبر العام الماضي اختيار مصر ممثلا عن دولة أفريقيا لإستضافة فعاليات الدورة السابعة والعشرين لمؤتمر الأطراف COP27 في نوفمبر ٢٠٢٢ وذلك تقديرا لمكانتها.(٥٦)

وتحرص مصر على إنتاج الهيدروجين الأخضر كاستراتيجية أولية على اعتبار أنه وقود المستقبل للحفاظ على البيئة، فمنذ بداية عام ٢٠٢٢ تضع وزارة الكهرباء ووزارة الطاقة المتجدة مشروعات لاستخراج

الهيدروجين الأخضروتحديث استراتيجية الطاقة ٢٠٣٥ لتشتمل عليه كجزء أساسي منها " وقود المستقبل "، وذلك من خلال إعداد برنامج يمكنها من إنشاء محطات طاقة متجددة بقدرات تصل إلى ٩٠ ألف ميجا وات، بحيث يمكن استغلالها في إنتاج الهيدروجين الأخضر الذي يحتوي على ما يقرب من ثلاثة أضعاف الطاقة التي يحتويها الوقود الأحفوري، ويمكن اعتباره مضاعف للكهرباء حيث يتم توليد المزيد من الكهرباء أو الحرارة من خلال القليل من الماء والقليل من الكهرباء. [٥٧]

الدراسات السابقة: تنقسم الدراسات السابقة إلى محورين هما:

المحور الأول: تعرض الشباب الجامعي للمنصات الاعلامية المتعددة.

المحور الثاني: تناول المنصات الاعلامية لقضايا التغيرات المناخية.

المحور الأول: تعرض الشباب الجامعي للمنصات الاعلامية المتعددة:

(١) **دراسة محمد صلاح يوسف، (٢٠٢١)** [٥٨] التي هدفت إلى معرفة مدى تعرض الشباب الجامعى لمنصات المشاهدة التليفزيونية عبر الانترنت والاشباعات المتحققة منها ، وتوصلت هذه الدراسة إلى أن غالبية المبحوثين يفضلون الخدمات المجانية في منصات المشاهدة التليفزيونية عبر الانترنت بنسبة ٤٧,٩% تليها الخدمات المدفوعة والمجانية معًا بنسبة ٤٥,٣% ثم الخدمات المدفوعة فقط ، وتصدرت منصة المشاهدة التليفزيونية " نيت فليكس " منصات المشاهدة التليفزيونية لدى المبحوثين بنسبة ٤٢,٢ % تليها منصة " شاهد نت بنسبة ٢٤,٨% وأخيرًا منصة " وتش ايت " بنسبة ٢٣,٤ %.

(٢) **دراسة خمائل زيدان خلف، (٢٠٢٠)** [٥٩] فقد اهتمت بمعرفة دوافع استخدام الشباب الجامعي لتطبيقات الهاتف المحمول ، والتعرف على أسباب تعرضهم لصحافة الهاتف المحمول ، وتوصلت الدراسة إلى أن نسبة ٤٥% من الشباب الجامعي يستخدمون الهاتف المحمول منذ ٤ سنوات إلى ٦ سنوات ، وأن أكثر تطبيقات الهاتف المحمول استخدامًا من قيل الشباب الجامعى هو تطبيق الفيس بوك بنسبة ٤٧,٥ % ، وفي المرتبة الثانية اليوتيوب بنسبة ٢٣,٣ % ، ويليه تطبيق انستجرام بنسبة ١٣,٨% ، وكان من أسباب تعرض الشباب الجامعى لصحافة الهاتف المحمول هو البحث عن المعلومات بنسبة ٩١% ، وتبادل الأفكار بنسبة ٨٨,٧% ، وتبادل مقاطع الفيديو بنسبة ٨٨,٥%.

(٣) **دراسة أميمة أحمد رمضان، (٢٠١٨)** [٦٠] التى سعت إلى معرفة مدى تعرض عينة الدراسة على الرسومات الساخرة عبر صفحات الفيسبوك وعلاقة هذا التعرض على رؤيتهم للأحداث الجارية وذلك، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائيا بين تعرض المبحوثين للرسومات الساخرة

على صفحات الفيسبوك وتشكيل اتجاهاتهم نحو الأحداث الجارية، بينما ثبت وجود فروق غير دالة إحصائيا بين الإناث والذكور في مستوى تعرض المبحوثين للرسومات الساخرة عبر صفحات الفيسبوك.

(٤) **دراسة حسام فايز عبد الحي، (٢٠١٧)** [٦١] استهدفت هذه الدراسة إلى معرفة العلاقة بين متابعة الشباب الجامعي للأحداث والموضوعات الجارية في الصحف الالكترونية ، والرضا عن الحياة لديهم ، واستخدمت الدراسة عينة عشوائية من طلاب جامعتي القاهرة والمنيا ، وتوصلت الدراسة إلى أن نسبة (٩١,٤%) من إجمالي أفراد العينة يتابعون الأحداث الجارية في الصحف الإلكترونية محل الدراسة وتصدرت صحيفة "اليوم السابع" الإلكترونية قائمة الصحف التي يتابع من خلالها أفراد العينة الأحداث بنسبة (٧٨,٦%)، تليها صحيفة المصري اليوم، ثم الأهرام.

(٥) **دراسة سائد سعيد محمد رضوان، (٢٠١٦)** [٦٢] اهتمت بمعرفة مدي اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار في الأوقات العادية وأوقات الأزمات، والكشف عن أنواع صحافة الموبايل التى يتابعوها ، وتوصلت الدراسة إلى اعتماد المبحوثين على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للمعلومات والأخبار بنسبة ٥٣,٨%، وأكثر أنواع صحافة الهاتف المحمول متابعة لدى المبحوثين هى تطبيقات التواصل الاجتماعي وبدرجة عالية وخاصةً الفيسبوك يليه تويتر يليه الواتس آب.

المحور الثاني: تناول المنصات الاعلامية المتعددة لقضايا التغيرات المناخية:

(٦)**دراسة محمود رمضان عبد العليم،(٢٠٢٢)**[٦٣]استهدفت الدراسة التعرف على مفهوم ثقافة التنمية المستدامة وأبعادها في ضوء رؤية مصر ٢٠٣٠ م، والتعرف على مدى توفر ثقافة التنمية المستدامة لدى طلاب الجامعات المصرية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس واستخدمت منهج الوصفي المسحي والمقابلة لجمع البيانات والمعلومات، وتوصلت الدراسة إلى توفر مؤشرات لثقافة التنمية المستدامة لدى طلاب الجامعات بدرجة كبيرة في المجال التكنولوجي وبدرجة متوسطة في المجال البيئي والاجتماعي والاقتصادي.

(٧) **دراسة ريم الشريف، (٢٠٢٢)** [٦٤] استهدفت الدراسة الكشف عن العلاقة بين التماس الجمهور المصري للمعلومات حول التغيرات المناخية من مواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى التعرف على مدى إدراكهم لخطورة تلك التغيرات المناخية ومعرفة اتجاهاتهم نحو استضافة مصر لمؤتمر قمة المناخ COP27 في نوفمبر ٢٠٢٢، وتوصلت الدراسة إلى أن تصدر موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك في المقدمة حيث يعتبر المصدر الأول لهم خلال التماسهم للمعلومات حول التغيرات المناخية وذلك بسبب بسرعته في نشر

الأخبار والمعلومات ولضعف وسائل الاعلام التقليدية في تغطية الأخبار الخاصة بالتغيرات المناخية ، يليها شعور المبحوثين بالمخاطر التي يمكن أن تسببها التغيرات المناخية.

(٨) **دراسة نظيمة عبد السلام عثمان،(٢٠٢٢)** [٦٥] سعت إلى التعرف على طبيعة دور وسائل الاعلام في تشكيل الوعي البيئي لدى المجتمع اليمني والتعرف على عادات وأنماط استخدامات الجمهور لهذه الوسائل والاشباعات المتحققة منها وتقييم دور الاعلام في تكوين الوعي البيئي، وتوصلت الدراسة إلى وجود قصور في دور الاعلام اليمني بمختلف وسائله في جهود التوعية البيئية و التي نتج عنها ضعف الوعي البيئي لدى الجمهور حيث جاءت نسبة الاهتمام التغطية الاعلامية بالقضايا البيئية أقل بكثير عند مقارنته بالقضايا السياسية.

(٩) **دراسة مصطفى عبد الحي،(٢٠٢٢)** [٦٦] التي استهدفت التعرف على حجم اهتمام المواقع الصحفية المصرية بتغطية قضية التغيرات المناخية خلال الفترة من ٢٠٢١/١١/١ حتى ٢٠٢٢/١/٣٠، وتوصلت الدراسة إلى اهتمام المواقع الصحفية الثلاثة بتخطيط قضية التغيرات المناخية، حيث جاء يوم السابع في المرتبة الأولى في التغطية الإخبارية لقضاء التغيرات المناخية بنسبة ٤٢,93% بينما جاء موقع المصري اليوم في المرتبة الثانية بنسبة ٠٧,٣٢% وجاء في المرتبة الأخيرة موقع الشروق بنسبة ٢٥%، بينما استحوذ التقرير الصحفي على المرتبة الأولى من بين الفنون الصحفية الواردة في المواقع المعنية بالدراسة عند القيام بتغطية قضايا التغيرات المناخية، فكانت النسبة ٤٩,53% لليوم السابع ، وبنسبة16 ,٦٠% في المصري اليوم ، ونسبة ٦٠,46% في الشروق.

(١٠) **دراسة أمل أحمد حسن العزب وآخرون، (٢٠٢١)** [٦٧] استهدفت التعرف على كيفية معالجة الصحف المصرية والبريطانية لقضايا التغيرات المناخية وذلك من خلال عرضها للاتفاقيات الدولية بالإضافة إلى التعرف على أوجه الاختلاف و الاتفاق بينهما في معالجة هذه القضية وعرض قضايا التغيرات المناخية والاتفاقيات الدولية بها من خلال المعالجة الخبرية، وتوصلت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في المعالجة الخبرية لقضية التغيرات المناخية لصالح جريدة التايمز.

(١١) **دراسة Iqbal,Khan and Hussain,2022** [٦٨] التي استهدفت التعرف على آراء الصحفيين حول التغطية الاعلامية لأزمة تغير المناخ في وسائل الاعلام الباكستانية من خلال إجراء مقابلات متعمقة مع ٢٦ صحفيا مسؤولا عن الأخبار المرتبطة بالمناخ وتوصلت الدراسة إلى ان معظم أخبار المناخ تفتقر

إلى الدراما والإثارة والعواقب السياسية وبالتالي فإنها لم تستوف قضايا المناخ معايير اختيار الأخبار بل تم تجاهلها.

(١٢) دراسة ٢٠٢١ **Florian Klopfer Rene Westerholt and Dietwald Gruehn,** [٦٩] التي استهدفت التعرف على الأطر المفاهيمية التي تم تطبيقها لتقييم آثار تغير المناخ في المناطق الحضرية، وانتهت الدراسة إلى أن المناطق الحضرية هي من بين أكثر المناطق تضرراً من آثار تغير المناخ في الحاضر والمستقبل.

(١٣) دراسة **Manzor and Ali , 2021** [٧٠] التي تستهدف الكشف عن وجهات نظر الصحفيين حول تغير المناخ أولوياتهم أثناء تحديد أهم أخبار المناخ في غرف الأخبار وتوصلت الدراسة إلى أن قضية تغير المناخ وارتفاع درجات الحرارة يجب أن يكون له أهمية أكبر في الإعلام الباكستاني مقارنة بالقضايا الأخرى وأن معظم الصحفيين ليس لديهم سوى القليل من المعرفة المتعلقة بتلك الظواهر والتغيرات البيئية وأنهم يقومون بتلك التغطيات دون تدريب مسبق.

(١٤) دراسة **Sinead Boylan and others ,2018** [٧١] التي سعت إلى وضع إطار مفاهيمي لتأثيرات التغير المناخي على الصحة والرفاهية في أستراليا وتوصلت الدراسة إلى أن تغير المناخ يؤثر على الصحة من خلال أحداث تغيير وانتشار وتوزيع الآثار الصحية البيئية الحالية حيث تسببت أحداث موجات الحر الشديد والجفاف وحرائق الغابات والفيضانات والعواصف في أستراليا أعدادا كبيرة من الأمراض والإصابات.

الإطار المنهجي والإجرائي :

متغيرات البحث:

ـ المتغيرالمستقل: ويتمثل في تعرض الشباب الجامعي للمنصات الاعلامية المتعددة، بالتطبيق على الشباب الجامعي التابع لجامعة طنطا وجامعة القاهرة وجامعة المنصورة.

ـ المتغيرات الوسيطة: وتتمثل في:

* النوع (ذكور / إناث) * نوع التعليم (حكومي / خاص)

* نوع الدراسة(نظرية / عملية) * السكن (قرية / مدينة)

ـ المتغير التابع: ويتمثل في مستوى معرفة الشباب الجامعي بقضايا التغيرات المناخية المنشورة في المنصات الاعلامية المتعددة.

تساؤلات البحث:

١. ما عادات وأنماط تعرض الشباب الجامعي لقضايا التغيرات المناخية المنشورة في المنصات الاعلامية المتعددة ؟
٢. ما المنصات الاعلامية التي يستخدمها الشباب الجامعي لمتابعة قضايا التغيرات المناخية ؟
٣. ما أشكال المنصات الاعلامية المتعددة التي يستخدمها للحصول على أخبار عن قضايا التغيرات المناخية؟
٤. ما دوافع تعرض الشباب الجامعي لقضايا التغيرات المناخية المنشورة في المنصات الاعلامية المتعددة ؟
٥. ما طرق تفاعل الشباب الجامعي مع أخبار قضايا التغيرات المناخية المنشورة في المنصات الاعلامية المتعددة ؟
٦. ما القضايا البيئية التي يتابعها الشباب الجامعي في المنصات الاعلامية المتعددة ؟
٧. ما المشكلات التي تواجههم أثناء متابعة قضايا التغيرات المناخية المنشورة في المنصات الاعلامية المتعددة ؟
٨. ما مقترحاتهم لتفعيل دور المنصات الاعلامية في توعية الشباب الجامعي بقضايا التغيرات المناخية ؟

فروض البحث:

الفرض الأول: توجد علاقة دالة إحصائياً بين تعرض الشباب الجامعي للمنصات الاعلامية المتعددة ومستوى معرفتهم بالتغيرات المناخية وفقاً لمتغير كل من (النوع ـ نوع الدراسة).

الفرض الثاني: توجد علاقة دالة إحصائياً بين دوافع تعرض الشباب الجامعي لقضايا التغيرات المناخية المنشورة في المنصات الاعلامية المتعددة ومستوى معرفتهم بتلك القضايا.

الفرض الثالث: توجد علاقة دالة إحصائياً بين تعرض الشباب الجامعي للمنصات الاعلامية ومدى ثقته في تلك المنصات كمصدر للمعلومات.

الفرض الرابع: توجد علاقة دالة إحصائياً بين المشكلات التي تواجه الشباب الجامعي أثناء متابعة قضايا التغيرات المناخية ومستوى معرفتهم بتلك القضايا.

نوع ومنهج البحث:

تعد هذه الدراسة إحدى الدراسات الوصفية التي تسعى إلى تتبع ظاهرة معينة، بغرض وصفها وتحليلها ومعرفة الأسباب التي تقف وراءها، كما تنتمي إلى الدراسات الكشفية نظراً لتزامنها مع مؤتمر قمة المناخ المنعقد في مصر بشرم الشيخ ولتفاقم التأثرات الخاصة بقضايا التغيرات المناخية في الآونة الأخيرة واهتمام العالم بأكلمه بدراسة كيفية مواجهه التغيرات المناخية الناجمة عن السلوك البشري الغير رشيد بسبب القصور في الوعي الجماهيري بخطورة المشكلة والتحديات التي تتعرض لها الدول نظير التغيرات المناخية، ولذا يتم دراسة تعرض الشباب الجامعي للمنصات الاعلامية المتعددة وعلاقته بمستوى معرفتهم بتلك التغيرات، وتعتمد الدراسة على منهج المسح الإعلامي.

مجتمع البحث:

يشمل البحث على الشباب الجامعي بالجامعات المصرية كمجتمعاً للبحث، لما يتمتع به الشباب الجامعي من خصائص وسمات تجعله الأنسب لتطبيق هذا البحث.

مبررات اختيار الشباب الجامعى كعينة للدراسة الحالية لعدة أسباب وهى:

. الشباب الجامعى هم الفئة الأكثر نشاط وحيوية بالإضافة إلى رغبتهم في معرفة كل ما هو جديد والتفاعل معه وسعيه الدائم إلى تجربة كل ما هو مستحدث وجديد .

. يسعى الشباب الجامعى دائمًا إلى إشباع مجموعة من الحاجات التى تعد أساسية بالنسبة لهم سواء كانت حاجات نفسية أو اجتماعية أو ثقافة أو ترفيهية وغيرها .

. يحرص الشباب الجامعى على المشاركة والتفاعل في المجتمع والوقوف على مجريات الأمور ومتابعة الأحداث الداخلية والخارجية .

. قدرة الشباب الجامعى على التعامل مع التطبيقات الحديثة والتطورات التكنولوجية الحديثة .

عينة البحث:

تم سحب عينة عشوائية قوامها ٢٠٠ مفردة من الشباب الجامعي من ثلاث جامعات مصرية، وهى جامعة طنطا، وجامعة القاهرة، وجامعة المنصورة، وتم مراعاة أن تكون العينة ممثلة لمتغيرات البحث من حيث النوع(ذكور / إناث)، ونوع التعليم(حكومي/خاص)، والكلية(نظرية/عملية)، السكن(قرية/مدينة).

الإجراءات المنهجية للدراسة:

إجراءات تطبيق الاستبيان:

١- قامت الباحثة بتحديد أهداف الدراسة الميدانية في ضوء مشكلة الدراسة وفروضها، وتحديد العينة التي سيتم التطبيق عليها، ومراعاة سماتهم الديموغرافية من حيث (السن والنوع ومحل الإقامة ونوع الكلية) لصياغة الأسئلة التي تتناسب معهم.

٢- إعداد الاستمارة بشكل مبدئي في شكل أسئلة لقياس كل متغيرات الدراسة، مع مراعاة صدق المحتوى من خلال صياغة عبارات تغطي أبعاد المشكلة ومراعاة التسلسل المنطقي للأسئلة.

٣- الاختبار القبلي لاستمارة الاستبيان من خلال تطبيقها على عينة من الشباب ٣٠ مفردة (١٠%) للتعرف على:

- مدى فهم المبحوثين لعبارات الاستمارة.
- معرفة الأسئلة الصعبة لإعادة صياغتها وتعديلها.
- غلق الأسئلة المفتوحة وحذف الأخرى.
- تعديل الاستمارة وفقا للدراسة الاستطلاعية المبدئية ومراجعتها.

٤- عرض الاستمارة على السادة المحكمين لإبداء آرائهم وملاحظاتهم فيها سواء بالتعديل أو الحذف أو الإضافة.

٥- صياغة الاستمارة في صورتها النهائية بعد إجراء التعديلات والملاحظات الخاصة بالسادة المحكمين.

اختبار الصدق والثبات:

يقصد به اختبار صدق أداة جمع البيانات والمعلومات لمعرفة مدى قدرتها على قياس ما تسعى الدراسة إلى قياسه، ولتحقيق درجة الصدق قامت الباحثة بإجراء اختبار الصدق الظاهري لفقرات الاستبيان من خلال عرضها بصورتها النهائية على مجموعة من الأساتذة المحكمين المتخصصين في الإعلام، لإبداء آرائهم وملاحظاتهم فيها، وهو ما يعرف بصدق الظاهري " صدق المحكمين "[١] والتزمت الباحثة بمراعاة ملاحظاتهم وإجراء التعديلات، إلى أن وصلت الإستمارة إلى صورتها النهائية لتكون قابلة للتطبيق على عينة الدراسة.

---

(١) أ.د/ عبد الحكم أبو حطب أستاذ الصحافة المتفرغ .كلية التربية النوعية . جامعة طنطا

الإختبار القبلي:

بعد انتهاء الباحثة من إعداد الإستمارة في صورتها النهائية، قامت بإجراء اختبار قبلي لمعرفة مدى وضوح ودقة الأسئلة التطبيق النهائي على عينة الدراسة، حيث قامت بالتطبيق على عينة عشوائية من الشباب الجامعي بلغت ٣٠ مفردة بواقع ١٠% من إجمالي عينة الدراسة، وتم مراعاة إعادة صياغة بعض الفقرات، وتوضيح بعض النقاط المبهمة وغلق الأسئلة المفتوحة وإضافة بعض البدائل؛ لتلائم مدى قدرة المبحوث على فهمها.

ثبات الاستبيان:

استخدمت الباحثة أسلوب إعادة الاختبار (Test-Retest) على عينة عشوائية مقدارها ١٠% من إجمالي حجم العينة الأصلية بواقع ٣٠ مفردة، وبلغت قيمة معامل الثبات ٠,٩٧ وهي قيمة عالية تشير إلى ثبات المقياس ودقته.

تطبيق إستمارة الاستبيان:

بعد إنتهاء الباحثة من إعداد إستمارة الإستبيان في صورتها النهائية، وإجراء التعديلات المطلوبة التي اقترحتها الأساتذة المحكمين، فضلاً عن إجراء اختبارات الصدق والثبات، قامت الباحثة بالتطبيق على المبحوثين من الشباب الجامعي، حيث تم تصميم استمارة استبيان إلكترونية من خلال موقع Google Drive وارسالها إلى المبحوثين من خلال رابط الاستمارة الإلكتروني عبر الفيسبوك والواتس آب.

أسلوب جمع البيانات:

تم تصميم استمارة استبيان تتضمن متغيرات الدراسة القابلة للقياس، وهي المتغيرات المستقلة والوسيطة والتابعة التي تدور حول تعرض الشباب الجامعي للمنصات الاعلامية المتعددة وعلاقته بمستوى معرفتهم بالتغيرات المناخية وأخيراً تضمنت الاستمارة البيانات الشخصية وتشمل النوع ونوع الدراسة ونوع التعليم والسكن.

أ.د/ عبد الهادي النجار أستاذ الإعلام . كلية الآداب . جامعة المنصورة
أ.د/ محمد معوض أستاذ الإعلام . كلية الدراسات العليا . جامعة عين شمس
أ.م.د/ عبد الرحمن أمين أستاذ المناهج وطرق التدريس المساعد . كلية التربية . جامعة طنطا
أ.م.د/ محمد عبود أستاذ الإعلام التربوي المساعد . كلية التربية النوعية . جامعة بنها

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلي الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج " الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS " Statistical Package for the Social Science

وتم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:

-التكرارات البسيطة والنسب المئوية.

-المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

-اختبار كا٢ (Chi Square Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal)

-اختبار (T- Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين في احد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio)

-معامل ارتباط بيرسون.

نتائج البحث:

جدول(١): توصيف عينة المبحوثين

النوع					
ذكر		أنثى		الاجمالى	النسبة%
ك	%	ك	%		
٨٣	٤١,٥	١١٧	٥٨,٥	٢٠٠	١٠٠
نوع التعليم					
حكومي		خاص		الاجمالى	النسبة%
ك	%	ك	%		
١٨٢	٩١	١٨	٩		
نوع الكلية					
نظرية		عملية		الاجمالى	النسبة%
ك	%	ك	%		
١٠٧	٥٣,٥	٩٣	٤٦,٥	٢٠٠	١٠٠

يتضح لنا من الجدول (١) والخاص بتوصيف عينة الدراسة أن الشباب الجامعي من الذكور يبلغون نسبة ٤١,٥% ، أما الشباب الجامعي من الإناث يبلغون نسبة ٥٨,٥، ويشير ذلك إلي أن متغير النوع يؤثر في

تعرض الشباب الجامعي للمنصات الاعلامية المتعددة وبالتالي يؤثر على مستوى معرفته بقضايا التغيرات المناخية، فنجد أن الإناث أكثر تعرضاً للمنصات الاعلامية وبالتالى يزيد مستوى معرفتهم بقضايا التغيرات المناخية، **وتفسر الباحثة ذلك** بسبب اهتمام غالبية الإناث باستخدام مواقع السوشيال ميديا ومنصاتها المختلفة أكثر من الذكور نظراً لانشغال بعض الذكور بالقيام ببعض الأعمال بجانب دراستهم الجامعية.

وتختلف هذه النتيجة مع نتيجة دراسة **(محمود حسن اسماعيل ٢٠١٤)**[٧٢] التي توصلت إلى ارتفاع نسبة الذكور عن نسبة الإناث في متابعتهم للصفحات الاخبارية بالفيس بوك للتعرف على معلومات عن الأحداث الجارية.

أما عن متغير نوع التعليم فيبلغ نسبة الشباب الجامعي الملتحقين بالتعليم الحكومي ٩١%، بينما يبلغ نسبة الشباب الجامعي الملتحقين بالتعليم الخاص ٩%، ويشير ذلك إلى أن نسبة تعرض الشباب الجامعي الملتحقين بالتعليم الحكومي أكثر من نسبة تعرض الشباب الجامعي الملتحقين بالخاص وبالتالي فإن يزيد مستوى معرفة الشباب الجامعي الملتحقين بالحكومي بقضايا التغيرات المناخية عن مستوى معرفة الشباب الجامعي الملتحقين بالتعليم الخاص.

وتفسر الباحثة ذلك بسبب تنوع طبيعة الدراسة في الجامعات الحكومية ما بين دراسات نظرية وأخرى عملية على عكس نظيرتها الخاصة التي تغلب عليها الدراسة العملية بالجامعات الخاصة، التي تحتاج إلى التدريب العملي وإجراء التجارب العملية داخل المعامل، وعدم تفرغهم الكثير للاطلاع على السوشيال ميديا.

أما عن متغير نوع الكلية فيبلغ نسبة الشباب الجامعي الملتحقين بالكليات النظرية ٥٣,٥%، بينما نسبة الشباب الجامعي الملتحقين بالكليات العملية ٤٦,٥%، ويشير ذلك إلى أن تعرض الشباب الجامعي الملتحقين بالكليات النظرية للمنصات الاعلامية أكبر من تعرض الشباب الجامعي الملتحقين بالكليات العملية، وبالتالي فإن الشباب الجامعي الملتحقين بالكليات النظرية يزداد معرفتهم بقضايا التغيرات المناخية عن الشباب المتلحقين بالكليات العملية.

وتفسر الباحثة ذلك بسبب طبيعة الدراسة النظرية التي تحتاج إلى القراءة المستمرة والاطلاع على المقالات والأخبار ومعرفة الأحداث الجارية، على عكس نظيرتها العملية التي تحتاج إجراء التجارب العملية والتدريب العملي الدائم، ولقصر وقت الفراغ المتاح أمام الشباب الجامعي بالكليات العملية، ولكثرة المواد العملية لديهم.

الإجابة على تساؤلات البحث:

١ـ ما المنصات الاعلامية المتعددة المستخدمة عند متابعة قضايا التغيرات المناخية؟

جدول (٢): المنصات الاعلامية المتعددة التي تستخدمها عن متابعة قضايا التغيرات المناخية

ر/م	المنصات الاعلامية المتعددة المستخدمة عند متابعة قضايا التغيرات المناخية	التكرار ك	النسبة%
١	منصات الأهرام	٥٤	٢٧
٢	منصات اليوم السابع	١٥٦	٧٨
٣	منصات البوابة نيوز	٤٦	٢٣
٤	منصات المصري اليوم	٦٠	٣٠
٥	منصات أخبار اليوم	٦٣	٣١,٥
٦	منصات الوطن	٣٧	١٨,٥

ملحوظة: المبحوث يختار أكثر من بديل

فيما يتعلق بالمنصات الاعلامية المتعددة المستخدمة عند متابعة قضايا التغيرات المناخية يشير الجدول (٢) إلى أن المبحوثين يعتمدون على منصات اليوم السابع في المرتبة الأولى وذلك بنسبة ٧٨%، ومنصات أخبار اليوم بنسبة ٣١,٥%، ومنصات المصري اليوم بنسبة ٣٠%، ومنصات الأهرام بنسبة ٢٧%، ومنصات البوابة نيوز بنسبة ٢٣%، منصات الوطن بنسبة ١٨,٥.

وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة**(حسام فايز عبد الحي ٢٠١٧)** [٧٣] التي أكدت على تصدر منصات اليوم السابع قائمة المنصات التي يتابع من خلالها الشباب الجامعي للأحداث الجارية، تليها منصات المصري اليوم، ثم منصات الأهرام.

وتفسر الباحثة ارتفاع نسبة الشباب الجامعي المتابعين لقضايا التغيرات المناخية على منصات اليوم السابع بسبب اهتمامها بتغطية قضايا التغيرات المناخية **وهو ما أكدت عليه** دراسة **(مصطفى عبد الحي ٢٠٢٢)**[٧٤] التي توصلت إلى اهتمام المنصات الإعلامية بقضايا التغيرات المناخية، حيث جاء اليوم السابع في المرتبة الأولى يليه المصري اليوم.

٢ـ ما مدى متابعة قضايا التغيرات المنشورة في المنصات الاعلامية المتعددة؟

جدول (٣): مدى متابعة قضايا التغيرات المناخية المنشورة في المنصات الاعلامية المتعددة

دائماً		أحياناً		نادراً	
ك	%	ك	%	ك	%
٣٧	١٨,٥	١٣٢	٦٦	٣١	١٥,٥

فيما يتعلق بمدى متابعة المبحوثين لقضايا التغيرات المناخية تشير بيانات الجدول (٣) إلى أن الشباب الجامعي يتابعونها دائما بنسبة ١٨,٥% ،وأحياناً بنسبة ٦٦% ، ونادراً بنسبة ١٥,٥%، ويعبر ذلك عن متابعة الشباب الجامعي لقضايا التغيرات المناخية أحياناً.

وتختلف هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (**ريم الشريف ٢٠٢٢**)[٧٥] في عينة الدراسة التي اشتملت على الجمهور المصري، **وتتفق** معها في مدى متابعة المبحوثين المعنيين في كل دراسة بقضايا التغيرات المناخية، حيث كانت النسبة الأكبر تتابع أحياناً ودائماً.

وتفسر الباحثة ذلك بإدراك الشباب الجامعي بقضايا التغيرات المناخية وحرصهم على متابعة التطورات المرتبطة، نظراً لانخفاض نسبة الشباب الجامعي المتابعين نادراً.

٣ـ ما معدل دخول المبحوث على المنصات الاعلامية المتعددة لمتابعة قضايا التغيرات المناخية المنشورة؟

جدول (٤): معدل دخول المبحوث على المنصات الاعلامية المتعددة لمتابعة قضايا التغيرات المناخية

معدل ساعات دخول المبحوثين على المنصات الاعلامية لمتابعة قضايا التغيرات المناخية		
مدة الاستخدام	ك	%
أقل من ساعة	١٦٥	٨٢,٥
من ساعة إلى ساعتين	٢٦	١٣
من ساعتين فأكثر	٩	٤,٥
المجموع	٢٠٠	١٠٠
معدل أيام دخول المبحوثين على المنصات الاعلامية المتعددة لمتابعة قضايا التغيرات المناخية		
معدل الأيام	ك	%
يومياً	٤٩	٢٤,٥
يومان	٥٧	٢٨,٥
ثلاثة أيام	٥٣	٢٦,٥
خمسة أيام	٤١	٢٠,٥
المجموع	٢٠٠	١٠٠

فيما يتعلق بمعدل دخول المبحوثين على المنصات الاعلامية لمتابعة قضايا التغيرات المناخية فيشير بيانات الجدول (٤) إلى متابعة المبحوثين أقل من ساعة بنسبة ٨٢,٥%، تليها متابعتهم من ساعة إلى ساعتين بنسبة ١٣%، وتليها متابعتهم من ساعتين فأكثر بنسبة ٤,٥%.

وفيما يتعلق بمعدل دخول المبحوث في الأسبوع فجاءت نتائج أن المبحوثين يتعابونها يومان في الأسبوع بنسبة ٢٨,٥%، يليها متابعتهم ثلاثة أيام في الأسبوع بنسبة ٢٦,٥%، يليها متابعتهم يومياً بنسبة ٢٤,٥%.

وتفسر الباحثة ذلك بوجود ادراك بقضايا التغيرات المناخية ومتابعة الشباب الجامعي لها وذلك خلال أقل من ساعة، ويشير ذلك إلى حرصهم على معرفة آخر التطورات والقرارات المتعلقة بها.

٤ـ ما شكل المنصات الاعلامية المتعددة المستخدمة عند متابعة المبحوث لقضايا التغيرات المناخية؟

جدول (٥): شكل المنصات الاعلامية المتعددة المستخدمة عند متابعة المبحوث قضايا التغيرات المناخية

ر/م	شكل المنصات الاعلامية المستخدمة عند متابعة المبحوث لقضايا التغيرات المناخية	ك	%
١	المواقع الالكترونية الرسمية	٩١	٤٥,٥
٢	المنصات الاعلامية على الفيسبوك	١٥٨	٧٩
٣	المنصات الاعلامية على تويتر	٦١	٣٠,٥
٤	المنصات الاعلامية انستجرام	٥٥	٢٧,٥
٥	المنصات الاعلامية على تليجرام	٢٤	١٢
٦	المنصات الاعلامية على التيك توك	٣٣	١٦,٥
٧	منصات تليفزيون الانترنت " اليوتيوب"	٥٧	٢٨,٥
٨	منصات راديو الأهرام	٢٠	١٠
٩	رسائل قصيرة مدفوعة الأجر SMS	١٤	٧
١٠	تطبيق	١٨	٩

ملحوظة: المبحوث يختار أكثر من بديل

فيما يتعلق بشكل المنصات المستخدمة أثناء متابعتهم لقضايا التغيرات المناخية فيشير بيانات الجدول (٥) إلى أن المبحوثين يتابعون المنصات الاعلامية كالتالي جاءت منصات الاعلامية على الفيسبوك في المرتبة الأولى وذلك بنسبة ٧٩%، وجاء في المرتبة الثانية من حيث المتابعة منصات المواقع الالكترونية الرسمية وذلك بنسبة ٤٥,٥%، وفي المرتبة الثالثة منصات الاعلامية على تويتر وذلك بنسبة ٣٠,٥%، وفي المرتبة الرابعة منصات الاعلامية على اليوتيوب وذلك بنسبة ٢٨,٥%، وفي المرتبة الخامسة منصات الاعلامية على انستجرام وذلك بنسبة ٢٧,٥%.

وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة **(محمود حسن اسماعيل ٢٠١٤)**[٧٦] التي توصلت إلى أن منصات الفيسبوك لليوم السابع تأتي في مقدمة المنصات الاعلامية التي يتابعها الشباب الجامعي أثناء متابعة الأحداث الجارية، كما **يتفق** مع نتيجة دراسة **(سائد سعيد محمد خوان ٢٠١٦)** [٧٧] التي توصلت إلي احتلال الفيسبوك في المقدمة يليه تويتر كمصدراً للمعلومات والأخبار بالنسبة للشباب الجامعي.

وتختلف هذه النتيجة مع نتيجة دراسة **(خمائل زيدان خلف ٢٠٢٠)**[٧٨] التي توصلت إلى أن الفيسبوك يأتي في المقدمة، يليه اليوتيوب ويليه انستجرام.

وتفسر الباحثة ذلك بسبب استحواذ الفيسبوك على اهتمام الشباب الجامعي وشعبيته الشديدة بينهم، فالغالبية لديهم حساب شخصي عليه، بالإضافة إلى تصفحهم اليومي للفيسبوك ومتابعتهم الدائمة للأخبار المنشورة عليه، وتبادلهم الأخبار والدخول في مناقشات حوارية مع بعضهم البعض ومع الآخرين.

٥ـ ما أسباب متابعة المبحوث لقضايا التغيرات المناخية المنشورة في المنصات الاعلامية المتعددة؟

جدول (٦): أسباب متابعة المبحوث لقضايا التغيرات المناخية المنشورة في المنصات الاعلامية المتعددة

ر/م	أسباب متابعة المبحوث لقضايا التغيرات المناخية على المنصات الاعلامية	ك	%
١	لسرعتها في النشر	١١٦	٥٨
٢	لموضوعيتها وصدقها	٤٩	٢٤,٥
٣	لسهولة تصفحها والوصول إليها	١١٥	٥٧,٥
٤	لاستخامها ألفاظ سهلة وبسيطة	٧٦	٣٨
٥	لتنوع المضامين المنشورة فيها	٤٣	٢١,٥
٦	لتنوع الفنون الصحفية المستخدمة	٣٣	١٦,٥
٧	لسهولة تحميلها والاطلاع عليها	٦٨	٣٤
٨	لالتزامها بالمعايير الاخلاقية والمهنية	٢٩	١٤,٥
٩	لوجود مقاطع الفيديو التى أفضلها	٥٤	٢٧
١٠	لوجود الرسوم البيانية والانفوجراف	٤١	٢٠,٥
١١	لوجود الصور الفوتوغرافية	٤٢	٢١
١٢	لوجود مقاطع الفيديو والمقاطع الصوتية	٤٣	٢١,٥
١٣	لوجود مقاطع الفيديوجراف الجذاب	٢٢	١١
١٤	لوجود البث الحي والمباشر	٣٤	١٧

ملحوظة: المبحوث يختار أكثرمن بديل

فيما يتعلق بأسباب متابعة المبحوثين لقضايا التغيرات المناخية المنشورة على المنصات الاعلامية فتشير نتئج الجدول (٦) إلى عدة أسباب فجاءت في المرتبة الأولى سرعتها في النشر بنسبة ٥٨%، وفي المرتبة الثانية لسهولة تصفحها والوصول إليها بنسبة ٥٧,٥%، وفي المرتبة الثالثة لاستخدامها ألفاظ سهلة وبسيطة بنسبة ٣٨%، وفي المرتبة الرابعة لسهولة تحميلها والاطلاع عليها بنسبة ٣٤%.

٦ـ ما أهم القضايا البيئية المرتبطة بالتغيرات المناخية التي يتابعها المبحوث على المنصات الاعلامية ؟

جدول (٧): أهم القضايا البيئية المرتبطة بالتغيرات المناخية التي يتابعها المبحوث على المنصات الاعلامية

ر/م	أهم القضايا البيئية المرتبطة بالتغيرات المناخية التي يتابعها المبحوث على المنصات الاعلامية	ك	%
١	قضايا التلوث البيئي	١٣٢	٦٦
٢	قضايا الاحتباس الحراري	١٠٢	٥١
٣	التقلبات الجوية	٩٩	٤٩,٥
٤	ارتفاع منسوب سطح البحر	٥٦	٢٨
٥	انتشار الأمراض والأوبئة	٨٧	٤٣,٥
٦	ذوبان الجليد في القطبين	٤٦	٢٣
٧	استنزاف الثروات الطبيعية	٦٤	٣٢
٨	اختلال الثروة السمكية	٣٩	١٩,٥
٩	اختلال الثروة الحيوانية	٤٣	٢١,٥
١٠	تجريف التربة الزراعية	٣٩	١٩,٥
١١	التصحر	٣١	١٥,٥

ملحوظة: المبحوث يختار أكثرمن بديل

فيما يتعلق بأهم قضايا التغيرات المناخية التي يتابعها المبحوثين على المنصات فتشير بيانات الجدول (٧) إلى أن قضايا التلوث البيئي جاءت في المرتبة الأولى بنسبة ٦٦%، يليها في المرتبة الثانية قضايا الاحتباس

الحراري بنسبة ٥١%، يليها في المرتبة ثالثة قضايا التقلبات الجوية بنسبة ٤٩,٥%، يليها في المرتبة الرابعة قضايا انتشار الأمراض والأوبئة بنسبة ٤٣,٥%.

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (**مصطفى عبد الحي ٢٠٢٢**)[٧٩] التي توصلت إلى اهتمام المواقع الصحفية المصرية " اليوم السابع والمصري اليوم" بموضوعات مرتبطة بالتغيرات المناخية فجاء في الترتيب الأول قلة الموارد الطبيعية، يليها في الترتيب الثاني الكوارث الطبيعية، يليها في الترتيب الثالث التلوث، أخيراً الاحتباس الحراري.

٧ـ ما الفنون الصحفية التي يتفاعل معها المبحوث أثناء متابعة قضايا التغيرات المناخية؟

جدول(٨): الفنون الصحفية التي يتفاعل معها المبحوث أثناء متابعة قضايا التغيرات المناخية

ر/م	الفنـون الصحـفية	ك	%
١	الخبر الصحفي	١٣٧	٦٨,٥
٢	الحديث الصحفي	٥١	٢٥,٥
٣	التقرير الصحفي	٥٢	٢٦
٤	المقال الصحفي	٤٨	٢٤
٥	التحقيق الصحفي	٣٦	١٨
٦	القصة الخبرية	٣٤	١٧

ملحوظة: المبحوث يختار أكثر من بديل

فيما يتعلق بالفنون الصحفية التي يتفاعل معها المبحوث أثناء متابعة قضايا التغيرات المناخية فتشير نتائج الجدول (٨) إلى احتل الخبر الصحفي المرتبة الأولى بنسبة ٦٨,٥% ، يليه في المرتبة الثانية التقرير الصحفي بنسبة ٢٦%، يليه في المرتبة الثالثة الحديث الصحفي بنسبة ٢٤,٥%.

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (**مصطفى عبد الحي ٢٠٢٢**)[٨٠] التي أكدت على استحواذ التقرير الصحفي على الترتيب الأول من بين الفنون الصحفية الواردة في منصات اليوم السابع والمصري اليوم.

٨ـ ما نوعية التقنيات التي يتعرض لها المبحوث أثناء متابعة قضايا التغيرات المناخية المنشورة على المنصات الاعلامية المتعددة؟

جدول (٩): نوعية التقنيات التي تتعرض لها المبحوث أثناء متابعة قضايا التغيرات المناخية المنشورة على المنصات الاعلامية المتعددة

ر/م	نوعية التقنيات التي تتعرض لها المبحوث أثناء متابعة قضايا التغيرات المناخية	ك	%
١	النص الفائق من خلال قراءة العناوين فقط	٧٤	٣٧
٢	النص الفائق من خلال العناوين وبعض التفاصيل	٩٤	٤٧
٣	النص الفائق من خلال استخدام الروابط المرفقة للاطلاع على مزيد من التفاصيل	٤٠	٢٠
٤	الوسائط المتعددة من خلال مشاهدة الصور والرسوم والفيديو والانفوجراف	٥٢	٢٦
٥	مشاهدة مقاطع الفيديو	٩٠	٤٥
٦	الاطلاع على المقاطع الصوتية " البودكاست"	٢٩	١٤,٥
٧	الاطلاع على رسوم الانفوجراف	٤٧	٢٣,٥
٨	مشاهدة مقاطع الفيديوجراف	٤٠	٢٠

ملحوظة: المبحوث يختار أكثرمن بديل

فيما يتعلق بالتقنيات التي يتعرض لها المبحوثين أثناء متابعة قضايا التغيرات المناخية فتشير نتائج الجدول (٩) إلى أنهم يقومون باستخدام النص القائق لقراءة العناوين وبعض التفاصيل بنسبة ٤٧%، يليها الاطلاع على مقاطع الفيديو بنسبة ٤٥%، يليها استخدام النص الفائق في قراءة العناوين فقط بنسبة ٣٧%، يليها الوسائط المتعددة من خلال مشاهدة الصور والرسوم والفيديو والانفوجراف بنسبة ٢٦%، يليها الاطلاع على رسوم الانفوجراف بنسبة ٢٣,٥%، وأخيراً الاطلاع على مقاطع الصوتية بنسبة ١٤,٥%.

وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (**ريم الشريف ٢٠٢٢**)[٨١] التي توصلت إلى قيام المبحوثين بقراءة الموضوعات قراءة سريعة في الترتيب الأول، وفي الترتيب الثاني قيامهم بالاطلاع على الصور ومقاطع الفيديو، **وتختلف** معها في قيام المبحوثين بقراءة العناوين فقط حيث جاء في الترتيب الأخير، **وتختلف** هذه النتيجة أيضاً مع نتيجة دراسة (**Chi-Hung Chung et al., 2020**)[٨٢] التى توصلت إلى تفضيل الشباب الجامعي في الترتيب الأول المنشورات البيئية القصيرة التي تحتوي على مقاطع الفيديوجرافيك، يليها في الترتيب الثاني الصور، وأخيراً المنشورات النصية.

٩ـ ما طريقة تفاعل المبحوث مع قضايا التغيرات المناخية المنشورة في المنصات الاعلامية المتعددة؟

جدول (١٠): طريقة تفاعل المبحوث مع قضايا التغيرات المناخية المنشورة في المنصات الاعلامية المتعددة

ر/م	طريقة تفاعل المبحوث مع قضايا التغيرات المناخية	ك	%
١	إبداء إعجاب	١١١	٥٥,٥
٢	كتابة تعليق	٤٢	٢١
٣	مشاركة على صفحة الشخصية	٢٨	١٤
٤	مشاركة على صفحات الآخرين	١٧	٨,٥
٥	مشاركة على مواقع أخرى	١٥	٧,٥
٦	أكتفي بالقراءة فقط	١١٨	٥٩

ملحوظة: المبحوث يختار أكثرمن بديل

فيما يتعلق بطريقة تفاعل المبحوثين مع قضايا التغيرات المناخية فتشير نتائج الجدول (١٠) إلى احتل أكتفي بالقراءة فقط بنسبة ٥٩% ، يليها إبداء إعجاب بنسبة ٥٥,٥%، يليها كتابة تعليق بنسبة ٢١%، يليها مشاركة على صفحة الشخصية بنسبة ١٤%.

وتختلف هذه النتيجة مع نتيجة دراسة **(سهام شفوروآخرون ٢٠٢٠)** [٨٣] التي توصلت إلى تفاعل الجمهور مع صفحات الفيسبوك للجمعيات البيئية بالجزائر من خلال الإعجاب وكتابة التعليقات بشكل كبير.

١٠ـ ما مدى ثقتك في موضوعات وقضايا التغيرات المناخية المنشورة على المنصات الاعلامية المتعددة؟

جدول(١١): مدى ثقتك في موضوعات وقضايا التغيرات المناخية المنشورة على المنصات الاعلامية المتعددة

أثق بشدة		أثق إلى حد ما		لا أثق	
ك	%	ك	%	ك	%
٣٦	١٨	١٥٧	٧٨,٥	٧	٣,٥

فيما يتعلق بمدى ثقة المبحوثين في موضوعات وقضايا التغيرات المناخية المنشورة على المنصات الاعلامية فتشير بيانات الجدول (١١) إلى أنهم يثقون إلى حد ما بنسبة ٧٨,٥%، ويثقون بشدة بنسبة ١٨%، ولا يثقون بنسبة ٣,٥%.

١١ـ ما الطرق التي يتبعها المبحوث للحصول على أخبار عن قضايا التغيرات المناخية؟

جدول (١٢): الطرق التي يتبعها المبحوث للحصول على أخبار عن قضايا التغيرات المناخية

ر/م	الطرق التي يتبعها المبحوث للحصول على أخبار قضايا التغيرات المناخية	ك	%
١	أقوم بالاطلاع على محركات البحث التي تظهر أمامي	١٢٣	٦١,٥
٢	أقوم بالبحث عن المنصات الاعلامية التي أفضل متابعتها	٦٦	٣٣
٣	أقوم بتصفح المنصات الاعلامية بشكل عشوائي	٧٠	٣٥
٤	أقوم بالبحث عن صفحات رسمية	٦٤	٣٢
٥	أقوم بالبحث عن صفحات علماء البيئة	٢٣	١١,٥

ملحوظة: المبحوث يختار أكثر من بديل

فيما يتعلق بالطرق التي يتبعها المبحوث للحصول على أخبار عن قضايا التغيرات المناخية فتشير نتائج الجدول(١٢) إلى أن المبحوثين يقومون بالاطلاع على محركات البحث التي تظهر أمامهم بنسبة ٦١,٥%، يليه أن المبحوثين يقومون بتصفح المنصات الاعلامية بشكل عشوائي بنسبة ٣٥%، يليه أن المبحوثين يقومون بالبحث عن المنصات الاعلامية التي يفضلونها بنسبة ٣٣%.

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (**ريم الشريف ٢٠٢٢**)[٨٤] التي توصلت إلى اعتماد الجمهور المصري فجاء الترتيب الأول استخدام محركات البحث للتعرف على أكثر الصفحات تخصصاً ودقةً وليس التي تظهر أمامهم، وجاء في الترتيب الثاني اعتمادهم على المواقع الاجتماعية التي تهتم بالتغيرات المناخية ، وأخيراً محركات البحث التي تظهر أمامهم.

١٢ـ ما المصادر التي تحصل من خلالها المبحوث على معلومات عن قضايا التغيرات المناخية؟

جدول (١٣): المصادر التي تحصل من خلالها المبحوث على معلومات عن قضايا التغيرات المناخية

ر/م	المصادر التي تحصل من خلالها المبحوث على معلومات عن التغيرات المناخية	ك	%
١	صفحات الأصدقاء	٦٥	٣٢,٥
٢	الصفحات الرسمية	١٦٠	٨٠
٣	الصفحات الغير رسمية	٢٣	١١,٥
٤	صفحات علماء البيئة خارج مصر	٣٤	١٧
٥	صفحات علماء البيئة في مصر	٥٩	٢٩,٥

ملحوظة: المبحوث يختار أكثر من بديل

فيما يتعلق بالمصادر التي يحصل من خلالها المبحوثين على معلومات عن قضايا التغيرات المناخية فتشير بيانات الجدول(١٣) إلى أن المبحوثين يحصلون على الأخبار من الصفحات الرسمية بنسبة ٨٠%، يليها صفحات الأصدقاء بنسبة ٣٢,٥%، يليها صفحات علماء البيئة في مصر بنسبة ٢٩,٥%.

١٣ـ ما أسباب قارئية المبحوث لقضايا التغيرات المناخية المنشورة في المنصات الاعلامية المتعددة؟

جدول (١٤): أسباب قارئية المبحوث لقضايا التغيرات المناخية المنشورة في المنصات الاعلامية المتعددة

ر/م	أسباب قارئية المبحوث لقضايا التغيرات المناخية المنشورة في المنصات الاعلامية	ك	%
١	تسليط الضوء عليها من قبل المنصات الاعلامية	٨٩	٤٤,٥
٢	أهمية مؤتمر التغير المناخي المنعقد بمدينة شرم الشيخ	٨٤	٤٢
٣	لأتعرف من خلالها على كيفية التعامل الإيجابي مع البيئة	٧٢	٣٦
٤	للالمام بالقرارات الحكومية الجديدة تجاهها	٤١	٢٠,٥
٥	أتابعها بسبب اهتمام الدولة المصرية بها	٤٠	٢٠
٦	أجد فيها موضوعات أتحدث فيها مع الآخرين	٢٩	١٤,٥
٧	تساعدني على التفاعل مع الآخرين داخل المنصات الاعلامية	٣٢	١٦
٨	أتابعها بسبب تحدث الجميع حولي عنها	٣٨	١٩
٩	أتابعها لشعوري بأهمية مخاطرها	٦٥	٣٢,٥
١٠	أتابعها لسهولة تحميلها وقراءتها في أي مكان	٢٥	١٢,٥
١١	أتابعها لقضاء وقت الفراغ والتسلية	٣٤	١٧
١٢	أتابعها من أجل التثقيف والمعرفة	٧٨	٣٩
١٣	أتابعها لعرضها محتويات هادفة ومفيدة	١٩	٣٨
١٤	تساعدني في فهم ما يحدث حولي	٣٨	٧٦
١٥	تساعدني في تكوين آراء واتجاهات تجاه قضايا التغيرات المناخية	٤٩	٢٤,٥

ملحوظة: المبحوث يختار أكثر من بديل

فيما يتعلق بأسباب قارئية المبحوثين لقضايا التغيرات المناخية المنشورة في المنصات الاعلامية المتعددة فتشير بيانات الجدول (١٤) إلى عدة أسباب فجاء في المرتبة الأولي أنها تساعدهم في فهم ما يحدث حولهم بنسبة ٧٦%، يليها في المرتبة الثانية تسليط الضوء عليها من قبل المنصات الاعلامية بنسبة ٤٤,٥%،

يليها في المرتبة الثالثة أهمية مؤتمر قمة المناخ المنعقد في مدينة شرم الشيخ بنسبة ٤٢%، يليها في المرتبة الرابعة متابعتها من أجل التثقيف والمعرفة بنسبة ٣٩%.

وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (**راشد الدوسري** ٢٠١٨)[٨٥] التى توصلت إلى أن الشباب الجامعي السعودي يعتبرون أن منصات الاعلام الجديد تقوم بعملية توعية بيئية جيدة لهم.

١٤ـ ما المشكلات التي تواجه المبحوث أثناء متابعة قضايا التغيرات المناخية المنشورة في المنصات ؟

جدول(١٥): المشكلات التي تواجه المبحوث أثناء متابعة قضايا التغيرات المناخية في المنصات

فيما يتعلق بالمشكلات التي تواجه المبحوث أثناء متابعة قضايا التغيرات المناخية المنشورة في المنصات الاعلامية المتعددة فجاء في المرتبة الأولى عدم وجود بث الحي أو المباشر عن قضايا التغيرات المناخية

المشكلات التي تواجه المبحوث أثناء متابعة قضايا التغيرات المناخية	موافق		محايد		معارض	
	ك	%	ك	%	ك	%
صعوبة التنقل بين العناوين داخل المنصات	٥٢	٢٦	٩٧	٤٨,٥	٥١	٢٥,٥
عدم وضوح الصور الفيتوغرافية المستخدمة	٤٥	٢٢,٥	٨١	٤٠,٥	٧٤	٣٧
عدم وضوح الصوت المستخدم في التغطية	٤١	٢٠,٥	٨٦	٤٣	٧٣	٣٦,٥
عدم وجود مقاطع الفيديومنشورة عنها	٤٧	٢٣,٥	٩٨	٤٩	٥٥	٢٧,٥
صعوبة تحميل الفيديوهات المنشورة عنها	٦٣	٣١,٥	٩٤	٤٧	٤٣	٢١,٥
عدم وضوح الرسوم البيانية المعبرة عنها	٦٨	٣٤	٧٨	٣٩	٥٤	٢٧
عدم وجود بث الحي والمباشر للتغيرات المناخية	٨٠	٤٠	٧٩	٣٩,٥	٤١	٢٠,٥
عدم وضوح رسوم الانفوجراف المعبر عنها	٥٣	٢٦,٥	١٠١	٥٠,٥	٤٦	٢٣
عدم تنوع الموضوعات والقضايا المعبرة عنها	٧٠	٣٥	٩١	٤٥,٥	٣٩	١٩,٥

بنسبة ٨٠%، وجاء في المرتبة الثانية عدم تنوع الموضوعات والقضايا المعبرة عنها بنسبة ٧٠%،بينما جاء في المرتبة الثالثة عدم وضوح الرسوم البيانية المعبرة عن قضايا التغيرات المناخية بنسبة ٦٨%، وجاء في المرتبة الرابعة صعوبة تحميل الفيديوهات المنشورة عنها بنسبة ٦٣%، وجاء في المرتبة الخامسة عد وضوح رسوم الانفوجراف المعبر عنها بنسبة ٥٣%،وجاء في المرتبة الاخيرة عدم وجود مقاطع الفيدو المنشورة عنها بنسبة ٤٧%.

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (**راشد الدوسري٢٠١٨**)[٨٦] التي توصلت إلى أن الشباب الجامعي السعودي يعتبرون أن منصات الإعلام الجديد تفتقر بعض الموضوعية والحيادية أثناء مناقشة قضايا التغيرات البيئية، وأن غالبيتها لا تقدم حلول فعالة، **وتختلف** أيضاً مع دراسة (**خلود عبد الله ملياني ٢٠١٩**) [٨٧]التي توصلت عند رصد الصفحات والمنصات البيئية السعوية إلى أن غالبية المضامين تندرج في إطار أهداف إعلامية بيئية بنقل الأخبار وغياب الرؤية التحليلية لها.

١٥ـ ما السلوكيات التي يتبعها المبحوث تجاه قضايا التغيرات المناخية المنشورة في المنصات الاعلامية؟

جدول(١٦): السلوكيات التي يتبعها المبحوث تجاه قضايا التغيرات المناخية المنشورة في المنصات الاعلامية

السلوكيات التي يتبعها المبحوث تجاه قضايا التغيرات المناخية المنشورة في المنصات	موافق		محايد		معارض	
	ك	%	ك	%	ك	%
أحرص على قراءة كل ما هو جديد عن التغيرات المناخية المنشورة في المنصات الاعلامية.	١٠٢	٥١	٧٨	٣٩	٢٠	١٠
أتحقق من كل المعلومات والأخبار التي أتصفحها عن قضايا التغيرات المناخية	٨١	٤٠,٥	٩٢	٤٦	٢٧	١٣,٥
أتناقش مع الآخرين قضايا التغيرات المناخية	٩٢	٤٦	٧٠	٣٥	٣٨	١٩
أقوم بنشر المعلومات التي أتصفحها عن قضايا التغيرات المناخية على المواقع المختلفة	٦٠	٣٠	٨٠	٤٠	٦٠	٣٠
أحرص على نشر ثقافة التعريف بالتغيرات المناخية بين زملائي	٧٦	٣٨	٨٨	٤٤	٣٦	١٨
أحرص على التعامل الإيجابى مع البيئة	١١٤	٥٧	٧٨	٣٩	٨	٤
أحرص على اتباع القوانين والقواعد والتعليمات الخاصة بالتعامل مع البيئة	١٢٨	٦٤	٦٢	٣١	١٠	٥

فيما يتعلق بالسلوكيات التي يتبعها المبحوثين تجاه قضايا التغيرات المناخية المنشورة في المنصات الاعلامية فتشير نتائج الجدول (١٦) إلى حرص المبحوثين على اتباع القوانين والقواعد والتعليمات الخاصة بالبيئة وذلك بنسبة ٦٤%، يليها حرصهم على التعامل الإيجابي مع البيئة وذلك بنسبة ٥٧%، ويليها حرصهم على قراءة كل ما هو جديد عن التغيرات المناخية المنشورة عبر المنصات الاعلامية المتعددة وذلك بنسبة ٥١%، يليها مناقشة المبحوثين قضايا التغيرات المناخية مع الآخرين وذلك بنسبة ٤٦%.

١٦ـ ما المقترحات الخاصة بالمبحوثين لتفعيل دورالمنصات الاعلامية في توعيتهم بالتغيرات المناخية؟

جدول (١٧): المقترحات الخاصة بالمبحوثين لتفعيل دورالمنصات الاعلامية في توعيتهم بالتغيرات المناخية

فيما يتعلق بمقترحات المبحوثين لتفعيل دور المنصات الاعلامية في توعيتهم بقضايا التغيرات المناخية فيشير الجدول (١٧) إلى ضرورة اهتمام المنصات الاعلامية بالموضوعات المشوقة والجذابة وذلك بنسبة

ما المقترحات لتفعيل دور المنصات الاعلامية	موافق		محايد		معارض	
	ك	%	ك	%	ك	%
الاهتمام بزيادة عدد المنصات الاعلامية	١٣٣	٦٦,٥	٥٩	٢٩,٥	٨	٤
الاهتمام بزيادة عدد الفيديوهات المعبرة عنها	١٣٨	٦٩	٥١	٢٥,٥	١١	٥,٥
الاهتمام بزيادة عدد المقاطع والتسجيلات الصوتية	١٤٤	٧٢	٤٩	٢٤,٥	٧	٣,٥
الاهتمام بزيادة عدد الرسوم البيانية والاحصاءات	١١٧	٥٨,٥	٦٧	٣٣,٥	١٦	٨
الاهتمام بزيادة عدد التسجيلات الحية والبث المباشر	١٣٦	٦٨	٥٢	٢٦	١٢	٦
الاهتمام بزيادة عدد مقاطع الفيديوجراف	١٢٧	٦٣,٥	٦١	٣٠,٥	١٢	٦
الاستعانة بالخبرات والكوادر المهنية في مجال البيئة	١٣٢	٦٦	٦١	٣٠,٥	٧	٣,٥
التركيز على دعم دور الشباب الجامعي في التوعية بها	١٣٨	٦٩	٥٥	٢٧,٥	٧	٣,٥
التنوع في الأشكال الصحفية المستخدمة	١٣٢	٦٦	٥٨	٢٨,٥	١١	٥,٥
التنوع في المضامين والقضايا المعبرة عنها	١٣٤	٦٧	٥٧	٢٨	٩	٤,٥
تحسين جودة الصوت والصورة والفيديو المعبرة عنها	١٤٧	٧٣,٥	٤٧	٢٣,٥	٦	٣
تحسين جودة التحميل والتنزيل والتصفح والاهتمام بتفاعلات القراء	١٤٧	٧٣,٥	٤٦	٢٣	٧	٣,٥
الاهتمام بالموضوعات المشوقة والجذابة	١٥١	٧٥,٥	٤٦	٢٣	٣	١,٥

٧٥,٥%، مع تحسين جودة التحميل والتنزيل والتصفح والاهتمام بتفاعلات القراء مع تحسين جودة الصوت والصورة والفيديو الخاص بقضايا التغيرات المناخية وذلك بنسبة ٧٣,٥%، يليها الاهتمام بزيادة عدد مقاطع التسجيلات الصوتية وذلك بنسبة ٧٢%، يليها الاهتمام بزيادة عدد مقاطع الفيديوهات المعبرة عنها بالإضافة إلى التركيز على دعم دور الشباب الجامعي في التوعية بقضايا التغيرات المناخية وذلك بنسبة ٦٩%،يليها الاهتمام بزيادة التسجيلات الصوتية والبث المباشر وذلك بنسبة ٦٨%، يليها الاهتمام بالتنوع في المضامين الصحفية وذلك بنسبة ٦٧%، يليها الاهتمام بالتنوع في الأشكال الصحفية المستخدمة وذلك بنسبة ٦٦%، يليها الاهتمام بزيادة عدد المنصات الاعلامية المتعددة وذلك بنسبة ٦٦,٥%، يليها الاستعانة بالخبرات والكوادر المهنية في مجال البيئة وذلك بنسبة ٦٦%، يليها الاهتمام بزيادة عدد مقاطع الفيديوجراف وذلك بنسبة ٦٣,٥%، يليها الاهتمام بزيادة عدد الرسوم البيانية والإحصاءات وذلك بنسبة ٥٨,٥%.

اختبار فروض الدراسة :

١- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض الشباب الجامعي للمنصات الاعلامية المتعددة ومستوى معرفتهم بالتغيرات المناخية .

جدول (١٨) يوضح العلاقة بين كثافة تعرض الشباب الجامعي للمنصات الاعلامية المتعددة ومستوى معرفتهم بالتغيرات المناخية

المتغير	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى الدلالة
تعرض الشباب الجامعي للمنصات الاعلامية المتعددة	٩,٥٩	٢,٢٣٣	**٠,٢٢٨	طردي	ضعيف	٠,٠١
مستوى المعرفة بالتغيرات المناخية	٣,٧٠١	٢,٧٦٥				

يتضح من الجدول السابق :

- وجود علاقة طردية ضعيفة بين كثافة تعرض الشباب الجامعي للمنصات الاعلامية المتعددة ومستوى معرفتهم بالتغيرات المناخية, حيث كانت (ر<٠,٣) وهي دالة عند مستوى ٠,٠١, أي انه كلما زاد معدل تعرض الشباب الجامعي للمنصات الاعلامية المتعددة ارتفع مستوى معرفتهم بالتغيرات المناخية.

ومما سبق يتضح تحقق الفرض الاول كليا.

٢-توجد فروق ذات دلالة إحصائية في ات كثافة تعرض الشباب الجامعي للمنصات الاعلامية المتعددة وفقا للمتغيرات الديمغرافية (النوع- السن- محل الإقامة – الوظيفة- مستوى التعليم) .

٢(أ)-توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في كثافة تعرض الشباب الجامعي للمنصات الاعلامية المتعددة.

جدول (١٩) يوضح قيمة (ت)لدلالة الفروق بين متوسطي درجات الذكور والإناث في كثافة تعرض الشباب الجامعي للمنصات الاعلامية المتعددة

الجنس / المتغير	ذكور(ن=٨٣)		إناث(ن=١١٧)		ت	مستوى الدلالة د.ح١٩٨
	م	ع	م	ع		
كثافة تعرض الشباب الجامعي للمنصات الاعلامية المتعددة	٩,٧٣	٢,٣٢٧	٩,٤٨	٢,١٦٨	٠,٧٩٩	٠,٤٢٥ غير دالة

يتضح من الجدول السابق :

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور والإناث في كثافة تعرض الشباب الجامعي للمنصات الاعلامية المتعددة، حيث كانت قيم (ت) غير دالة عند مستوى ٠,٠٥.

٢(ب)-توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الكليات النظرية والكليات العملية في كثافة تعرض الشباب الجامعي للمنصات الاعلامية المتعددة.

جدول (٢٠) يوضح قيمة (ت)لدلالة الفروق بين متوسطي درجات الكليات النظرية والكليات العملية في كثافة تعرض الشباب الجامعي للمنصات الاعلامية المتعددة

الدراسة / المتغير	نظرية(ن=١٠٧)		عملية(ن=٩٣)		ت	مستوى الدلالة د.ح١٩٨
	م	ع	م	ع		
كثافة تعرض الشباب الجامعي للمنصات الاعلامية المتعددة	٩,٦٢	٢,٣٤٩	٩,٥٥	٢,١٠٣	٠,٢١٦	٠,٨٢٩ غير دالة

يتضح من الجدول السابق :

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الكليات النظرية والكليات العملية في كثافة تعرض الشباب الجامعي للمنصات الاعلامية المتعددة، حيث كانت قيم (ت) غير دالة عند مستوى ٠,٠٥.

٢(ج)-توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المقيمين بالقرية والمقيمين بالمدينة في كثافة تعرض الشباب الجامعي للمنصات الاعلامية المتعددة.

جدول (٢١) يوضح قيمة (ت)لدلالة الفروق بين متوسطي درجات المقيمين بالقرية والمقيمين بالمدينة في كثافة تعرض الشباب الجامعي للمنصات الاعلامية المتعددة

الاقامة / المتغير	قرية(ن=٩٠)		مدينة(ن=١١٠)		ت	مستوى الدلالة د.ح١٩٨
	م	ع	م	ع		
كثافة تعرض الشباب الجامعي للمنصات الاعلامية المتعددة	٩,٤٧	٢,٠٩٤	٩,٦٨	٢,٣٤٦	٠,٦٧٧-	٠,٤٩٩ غير دالة

يتضح من الجدول السابق :

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات المقيمين بالقرية والمقيمين بالمدينة في كثافة تعرض الشباب الجامعي للمنصات الاعلامية المتعددة ، حيث كانت قيم (ت) غير دالة عند مستوى ٠,٠٥.

مما سبق يتضح عدم تحقق الفرض الثاني كليا.

٣- توجد علاقة دالة إحصائياً بين دوافع تعرض الشباب الجامعي لقضايا التغيرات المناخية المنشورة في المنصات الاعلامية المتعددة ومستوى معرفتهم بتلك القضايا.

جدول (٢٢) يوضح العلاقة بين دوافع تعرض الشباب الجامعي لقضايا التغيرات المناخية المنشورة في المنصات الاعلامية المتعددة ومستوى معرفتهم بتلك القضايا

المتغير	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى الدلالة
دوافع تعرض الشباب الجامعي لقضايا التغيرات المناخية المنشورة في المنصات الاعلامية المتعددة	٤,٠١	٣,٠٢٣	**٠,٥٤٨	طردي	متوسط	٠,٠١
مستوى المعرفة بقضايا التغيرات المناخية	٣,٧١	٢,٧٦٥				

يتضح من الجدول السابق:

- وجود علاقة طردية متوسطة بين دوافع تعرض الشباب الجامعي لقضايا التغيرات المناخية المنشورة في المنصات الاعلامية المتعددة ومستوى معرفتهم بتلك القضايا، حيث كانت (٠,٣< ر< ٠,٧) وهي دالة عند مستوى ٠,٠١، أي انه كلما زادت دوافع تعرض الشباب الجامعي لقضايا التغيرات المناخية المنشورة في

المنصات الاعلامية المتعددة ارتفع مستوى معرفتهم بتلك القضايا.

ومما سبق يتضح تحقق الفرض الثالث كليا.

٤- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تعرض الشباب الجامعي للمنصات الاعلامية ومدى ثقته في تلك المنصات كمصدر للمعلومات.

جدول (٢٣) يوضح العلاقة بين تعرض الشباب الجامعي للمنصات الاعلامية ومدى ثقته في تلك المنصات كمصدر للمعلومات

المتغير	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى الدلالة
تعرض الشباب الجامعي للمنصات الاعلامية	٩,٥٨	٢,٢٣٣	**٠,١٩٩	طردي	ضعيف	٠,٠١
مدى ثقته في تلك المنصات كمصدر للمعلومات	٢,١٥	٠,٤٤٢				

يتضح من الجدول السابق :

- وجود علاقة طردية ضعيفة بين تعرض الشباب الجامعي للمنصات الاعلامية ومدى ثقته في تلك المنصات كمصدر للمعلومات حيث كانت (ر< ٠,٣) وهي دالة عند مستوى ٠,٠١, أي انه كلما زاد تعرض الشباب الجامعي للمنصات الاعلامية ارتفعت ثقته في تلك المنصات كمصدر للمعلومات.

ومما سبق يتضح تحقق الفرض الرابع كليا.

٥- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المشكلات التي تواجه الشباب الجامعي أثناء متابعة قضايا التغيرات المناخية ومستوى معرفتهم بتلك القضايا.

جدول (٢٤) يوضح العلاقة بين المشكلات التي تواجه الشباب الجامعي أثناء متابعة قضايا التغيرات المناخية ومستوى معرفتهم بتلك القضايا

المتغير	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى الدلالة
المشكلات التي تواجه الشباب الجامعي أثناء متابعة قضايا التغيرات المناخية	١٨,٢٢	٤,٢٤٧	٠,٠٧٣	لا توجد علاقة		
مستوى معرفتهم بتلك القضايا	٣,٧١	٢,٧٦٥				

يتضح من الجدول السابق :

– عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المشكلات التي تواجه الشباب الجامعي أثناء متابعة قضايا التغيرات المناخية ومستوى معرفتهم بتلك القضايا حيث كانت (ر) غير دالة عند مستوى ٠,٠٥.

ومما سبق يتضح عدم تحقق الفرض الخامس كليا.

٦–توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى المعرفة بقضايا التغيرات المناخية وفقا للمتغيرات الديمغرافية (النوع– نوع الدراسة– محل الإقامة) .

٦(أ)–توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في مستوى المعرفة بقضايا التغيرات المناخية.

جدول (٢٥) يوضح قيمة (ت)لدلالة الفروق بين متوسطي درجات الذكور والإناث في مستوى المعرفة بقضايا التغيرات المناخية

الجنس / المتغير	ذكور(ن=٨٣)		إناث(ن=١١٧)		ت	مستوى الدلالة د.ح١٩٨
	م	ع	م	ع		
مستوى المعرفة بقضايا التغيرات المناخية	٣,٥٧	٢,٦٣٣	٣,٨٠	٢,٨٦٢	٠,٥٩٧–	٠,٥٥١ غير دالة

يتضح من الجدول السابق :

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور والإناث في مستوى المعرفة بقضايا التغيرات المناخية ، حيث كانت قيم (ت) غير دالة عند مستوى ٠,٠٥.

٦(ب)-توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الكليات النظرية والكليات العملية في مستوى المعرفة بقضايا التغيرات المناخية.

جدول (٢٦) يوضح قيمة (ت)لدلالة الفروق بين متوسطي درجات الكليات النظرية والكليات العملية في مستوى المعرفة بقضايا التغيرات المناخية

الدراسة / المتغير	نظرية(ن=١٠٧)		عملية(ن=٩٣)		ت	مستوى الدلالة د.ح١٩٨
	م	ع	م	ع		
مستوى المعرفة بقضايا التغيرات المناخية	٣,٥٢	٢,٦٣٦	٣,٩١	٢,٩٠٧	-٠,٩٩٦	٠,٣٢٠ غير دالة

يتضح من الجدول السابق :

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الكليات النظرية والكليات العملية في مستوى المعرفة بقضايا التغيرات المناخية ، حيث كانت قيم (ت) غير دالة عند مستوى ٠,٠٥.

٢(ج)-توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المقيمين بالقرية والمقيمين بالمدينة في مستوى المعرفة بقضايا التغيرات المناخية.

جدول (٢٧) يوضح قيمة (ت)لدلالة الفروق بين متوسطي درجات المقيمين بالقرية والمقيمين بالمدينة في مستوى المعرفة بقضايا التغيرات المناخية

الاقامة / المتغير	قرية(ن=٩٠)		مدينة(ن=١١٠)		ت	مستوى الدلالة د.ح١٩٨
	م	ع	م	ع		
مستوى المعرفة بقضايا التغيرات المناخية	٣,٩١	٢,٩٤٨	٣,٥٤	٢,٦٠٨	٠,٨٥٣	٠,٣٤٢ غير دالة

يتضح من الجدول السابق :

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات المقيمين بالقرية والمقيمين بالمدينة في مستوى المعرفة بقضايا التغيرات المناخية ، حيث كانت قيم (ت) غير دالة عند مستوى ٠,٠٥.

مما سبق يتضح عدم تحقق الفرض السادس كليا.

خاتمة البحث:

تكشف هذه الدراسة عن تعرض الشباب الجامعي للمنصات الاعلامية المتعددة وعلاقته بمستوى معرفتهم بقضايا التغيرات المناخية، وأثبتت أن المنصات الاعلامية المتعددة لها دور كبير في توعية الشباب الجامعي بقضايا التغيرات المناخية، التي عملت على تزويدهم بالمعلومات والأخبار المختلفة المرتبطة بالتغيرات المناخية.

سعت هذه الدراسة إلى معرفة تأثير تعرض الشباب الجامعي للمنصات الاعلامية المتعددة على مستوى معرفتهم بقضايا التغيرات المناخية، وذلك من خلال عدة أهداف منها التعرف على مدى متابعة الشباب الجامعى لقضايا التغيرات المناخية، والتعرف على أهم المنصات الاعلامية التي يقومون بمتابعتها للحصول على أخبار عن قضايا التغيرات المناخية، والتعرف على أشكال المنصات الاعلامية التي يفضلون متابعتها، والتعرف على أسباب تفضيلهم لتلك المنصات الاعلامية، والتعرف على القضايا البيئية التي يتابعونها في المنصات الاعلامية، والتعرف على المشكلات التي تواجههم أثناء متابعة قضايا التغيرات المناخية، وتم ذلك من خلال تصميم استمارة استبيان وتطبيقها علي عينة من الشباب الجامعي قوامها ٢٠٠ مفردة، وتم مراعاة أن تكون عينة ممثلة وشملت الشباب الجامعي التابع لجامعة طنطا وجامعة المنصورة وجامعة القاهرة.

وقد انتهت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها :

١ـ توجد تأثير لتعرض الشباب الجامعي لمنصات الاعلامية المتعددة ومستوى معرفتهم بقضايا التغيرات المناخية، حيث توصلت الدراسة إلى أن النسبة الأكبر من الشباب الجامعي يتابعون قضايا التغيرات المناخية المنشورة على منصات الاعلامية لليوم السابع بنسبة ٧٨%، وأنهم يتابعونها من خلال منصات الاعلامية على الفيسبوك وذلك بنسبة ٧٩%، وأن من أهم القضايا التي يحرصون على متابعتها قضايا التلوث البيئي وذلك بنسبة ٦٦%.

٢ ـ توجد تأثير لدوافع تعرض الشباب الجامعي لقضايا التغيرات المناخية المنشورة في المنصات الاعلامية ومستوى معرفتهم بتلك القضايا، حيث تقوم بمساعدتهم في فهم ما يحدث حولهم وجاء ذلك بنسبة ٧٦%، وبالإضافة إلى تسليط الضوء عليها من قبل المنصات الاعلامية المختلفة وجاء ذلك بنسبة ٤٤,٥%، إلى جانب أهمية مؤتمر قمة المناخ المنعقد في مدينة شرم الشيخ وجاء ذلك بنسبة ٤٢%،كما أنهم يتابعونها من أجل التثقيف والمعرفة وجاء ذلك بنسبة ٣٩%.

٣ ـ توجد تأثيرلتعرض الشباب الجامعي للمنصات الاعلامية ومدى ثقته فيها كمصدر للمعلومات، حيث تبين أنهم يثقون إلى حد ما فيما تقدمه من معلومات وجاء ذلك بنسبة ٧٨,٥%.

٤ ـ يوجد تأثير للمشكلات التي يواجهها الشباب الجامعي أثناء متابعة قضايا التغيرات المناخية ومستوى معرفتهم بها، فتبين أن عدم وجود بث المباشر للتغيرات المناخية مع صعوبة تحميل الفيديوهات ويؤثر ذلك على متابعتهم لقضايا التغيرات المناخية ومستوى معرفتهم بها.

توصيات البحث :

١ـ ضرورة الاهتمام بزيادة عدد الفيديوهات المعبرة عن قضايا التغيرات المناخية داخل المنصات الاعلامية

٢ـ ضرورة الاستعانة بالخبرات والكوادر المهنية في مجال البيئة في المنصات الاعلامية .

٣ـ التركيز على دعم دور الشباب الجامعي في التوعية بمخاطر التغيرات المناخية.

٤ـ تشجيع المبادرات وإقامة الندوات التثقيفية للتوعية بمخاطر التغيرات المناخية داخل الجامعات المصرية.

٥- ضرورة استخدام تقنيات الواقع الافتراضي والواقع المعزز والذكاء الاصطناعي داخل المنصات الإعلامية.

مراجع البحث:

(١) شيماء حسن ربيع: "دور المنظمات غير الحكومية في تحقيق الاستدامة البيئية دراسة مطبقة على جمعيات تنمية المجتمع" ، **مجلة الخدمة الاجتماعية**، العدد ٥٧، ٢٠١٧، ص٣.

(٢) موج فهد علي: " قواعد القانون الدولي لحماية البيئة في ضوء اتفاقية باريس للمناخ ٢٠١٥: دراسة تحليلية" ، **رسالة ماجستير غير منشورة**، كلية الحقوق، جامعة الشرق الأوسط ،الأردن، ٢٠١٧.

(٣) حنان كمال أبو سكين، مقاربات تحقيق العدالة المناخية، جامعة القاهرة، **مجلة كلية السياسة والاقتصاد**، العدد٨، ٢٠٢٠.

(٤) مجاني باديس: " دور الاعلام في نشر الوعي البيئي"، **مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية**، الجزائر :جامعة الحاج لخضر باتنه١، العدد ٣٠، سبتمبر٢٠١٧، ص٣٦٧.

(٥) ريم الشريف: " التماس الجمهور المصري للمعلومات حول التغيرات المناخية في مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاته نحو قمة المناخ ٢٠٢٢" ، **المجلة المصرية لبحوث الاعلام**، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، العدد٨٠، ٢٠٢٢.

(٦) حسين عاشور: " تعرض الشباب لمقالات القراء في الصحف الالكترونية وعلاقته باتجاهاتهم نحو الأحداث الجارية" ، **مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية**،جامعة المنيا، كلية التربية النوعية، العدد١٦، ٢٠١٨.

(٧) ريم الشريف:" التماس الجمهور المصري للمعلومات حول التغيرات المناخية في مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاته نحو قمة المناخ ٢٠٢٢" ، مرجع سابق، ص٥٧٠ .

(٨) حسنى محمد نصر: " اتجاهات البحث والتنظير في وسائل الاعلام الجديدة "، دراسة تحليلية للانتاج العلمي المنشور في دوريات محكمة، **بحث مقدم إلى مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي** : التطبيقات والاشكاليات المنهجية ، كلية الاعلام والاتصال ، جامعة الملك محمد بن سعود الاسلامية ، ٢٠١٥.

(٩) محمد السيد إبراهيم حرحش:" التغيرات الثقافية في ظل العولمة وآثارها في تغير ثقافة واتجاهات الشباب" : دراسة ميدانية في مدينة طنطا، جامعة طنطا: كلية الآداب، ٢٠٠٥، ص٥.

(١٠)علي جمال على خليفة : " السياسة التحريرية للمؤسسات الاعلامية ذات المنصات المتعددة "، **رسالة ماجستير منشورة** ، كلية الآداب ، جامعة المنصورة ،٢٠٢١ ، ص٣٤.

(١١) خالد السيد حسن: **مقال** بعنوان: التنمية المستدامة والتغيرات المناخية، متاح على الرابط التالي:

https://www.al-jazirah.com/2021/20210820/hs1.htm
(١٢) فاطمة الزهراء عبد الفتاح: " أثر التحولات التكنولوجية في إنتاج وتقديم المضمون في الصحافة المصرية في إطار تعدد المنصات الإعلامية : دراسة لاتجاهات التطوير وإشكاليات التحول" ، جامعة القاهرة : كلية الإعلام ،٢٠١٥، ص١٧.
(١٣)عباس مصطفي صادق : "الاعلام الجديد المفاهيم والوسائل التطبيقية "، القاهرة ، **دار الشروق للنشر والتوزيع** ، ٢٠٠٨، ص ١٢.
(١٤) رضا عبد الواجد أمين : "الاعلام الجديد "، القاهرة، **دار الفجر للنشر والتوزيع** ، ٢٠١٤ ، ص ٧٢.
(١٥) أيمن محمد بريك : " توظيف الصحف المصرية لمنصاتها الالكترونية في تناولها لأزمة قطر ٢٠١٧" : دراسة على القائم بالاتصال في إطار مفهوم الصحافة التكاملية ، **مجلة البحوث الاعلامية** ، جامعة الأزهر، كلية الإعلام ، العدد ٢٠١٨،٤٩، ص ١٢.
(١٦) فاطمة الزهراء عبد الفتاح : " أثر التحولات التكنولوجية في إنتاج وتقديم المضمون في الصحافة المصرية في إطار تعدد المنصات الإعلامية : دراسة لاتجاهات التطوير وإشكاليات التحول" ، مرجع سابق، ص١١.
(١٧)عباس مصطفي صادق : " الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل التطبيقية "، مرجع سابق ، ص ١٣.
(١٨) سعد كاظم حسن: **"** أولويات أوجه الثراء الاعلامي لدى مستخدمي الصحف الالكترونية العراقية**"** ، **مجلة الباحث الإعلامي** ، جامعة بغداد ، كلية الاعلام، العدد٣٢ ، ٢٠١٦.
(١٩) حاتم سليم العلاونه: "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين الأردنيين على المشاركة في الحراك الجماهيري:دراسة ميدانية على النقابيين في إربد،" **ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر العلمي السابع عشر** بعنوان (ثقافة التغيير)،كلية الآداب،جامعة فلادلفيا، عمان /الأردن٢٠١٢.
(٢٠) مرفت الطرابيشي وآخرون: " نظريات الاتصال" ، القاهرة، **دار النهضة العربية**، ٢٠٠٦.
(٢١) Jessica M.Badger. Media Richness and Information Acquisition in internet. Journal of Managerial Phycology.Vol.7, No.29.
(٢٢) نهى أحمد الديب : " دور الصحف الالكترونية في تنمية مهارات التربية الإعلامية لدى الشباب الجامعى " ، **رسالة دكتوراه** ، جامعة طنطا : كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوى، ٢٠٢٠، ص ١٤٤.

(٢٣) يزيد عباسي : " مشكلات الشباب الإجتماعية في ضوء التغيرات الإجتماعية الراهنة في الجزائر " ، **رسالة دكتوراه غير منشورة** ، الجزائر: جامعة محمد خيضر . بسكرة ، كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية ، قسم العلوم الإجتماعية ، تخصص علم اجتماع التنمية، ٢٠١٦، ص ١٠٢ . ١٠٥.

(٢٤)عبد المنصف حسن رشوان :"ممارسة الخدمة الاجتماعية في رعاية الشباب وقضاياهم "،جامعة أم القرى أسوان وقنا،٢٠٠٦،ص ١٢.

(٢٥) ماهر أبو المعاطي: "الممارسة العامة للخدمة الاجتماعية في مجال رعاية الشباب " القاهرة ،**مكتبة الشرق** ، ٢٠٠١ ، ص١٨.

(٢٦) سنان محمد على الخفاجى : " الاندماج الاعلامي وأثره على التغطية الإخبارية في القنوات الفضائية " ، **المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتليفزيون**،جامعة القاهرة: كلية الإعلام،٢٠٢١، ص٥٦٢-٥٦٣.

(٢٧) انجى عباس أبو العز : " معالجة القضايا الداخلية في الاذاعات المصرية الخاصة عبر الانترنت " **أطروحة (ماجستير)**، كلية الاعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠١١ ، ص ٨٨.

(٢٨) Temi T Ahoncn August :" Moblie as 7th of the Mass Media Cellphone Cameraphoner,I phone .Ist edition.Futuretext(2008)

(٢٩) إنجي عباس أبو العز : " معالجة القضايا الداخلية في الاذاعات المصرية الخاصة عبر الانترنت " ، مرجع سابق ، ص ٨٧.

(٣٠) نجلاء فهمي: " دور الاعلام الجديد في تغيير المنظومة القيمية لدى الشباب : دراسة تطبيقية على الشباب المصرى" ، **المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان**،جامعة القاهرة ، كلية الإعلام،العدد ٨، ٢٠١٦، ص٢٢٠.

(٣١) منية إسحاق : " إعتماد الشباب الجامعى المصرى على مواقع التواصل الاجتماعى كمصدر للأخبار : دراسة تطبيقية على موقعى"الفيسبوك" و"تويتر" ، **رسالة ماجستير غير منشورة** ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، ٢٠١٦.

(٣٢) نجوى إبراهيم سيد إبراهيم : " نشر محتوى الصحف الالكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك تويتر وعلاقته بالنمط المتابعة الاخبارية لدى الشباب الجامعي، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة حلوان : كلية الآداب ، قسم الإعلام ، ٢٠١٥، ص ٢٤٨.

(٣٣) محمد سامى صبري: " دور الصحف الالكترونية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو قضية الانتخابات الرئاسية لعام ٢٠١٤ "، **مجلة دراسات الطفولة** ،جامعة عين شمس، كلية الدراسات العليا للطفولة، ٢٠١٤.

(٣٤) حاتم سليم علاونة، طارق زياد الناصر : " الصحافة الالكترونية المتخصصة ودورها في تشكيل معارف الشباب الجامعى الأردنى "، **مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية** ، العدد ٢، ٢٠١٦، ص٨٢١.

(٣٥) Taylor, Tatum : (2010) Youth Connected: Technology and Journalism Shape World Views,Youth Media Reporter; (4): 92-95.

(٣٦) حاتم سليم علاونة، طارق زياد الناصر: " الصحافة الالكترونية المتخصصة ودورها في تشكيل معارف الشباب الجامعى الأردنى "، مرجع سابق، ص٨١٥.

(٣٧) Smith-Speck, S., & Roy, A. (2008). The interrelationships between television viewing, values and perceived well-being: A global respective. Journal of International Business Studies, 39(7), 1197-1219.

(٣٨) سامى على مهنى : " البيئة الإعلامية الجديدة في الوطن العربي .. المفاهيم والروابط " ، **مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية** ، العدد ١ ، ٢٠١٩ ، ص ٣٦٠-٣٨٠.

(٣٩) العنود بنت العياشي:"تأثير الاعلام الجديد في رفع الوعي الاجتماعى لدى الشباب السعودى":دراسة عينة من الشباب بمنطقة جازان، **مجلة الأطروحة للعلوم الإنسانية**، العدد٢،٢٠١٩، ص٦١-٩٧.

(٤٠) آية صلاح عبد الفتاح العدوي: "اتجاهات الشباب الجامعي نحو التزام المواقع الصحفية الالكترونية بالمسئولية المهنية"، **مجلة البحوث الاعلامية**، جامعة الأزهر: كلية الإعلام، العدد٢٥، ٢٠٢٠، ص١٠٥٩.

(٤١) حاتم سليم علاونة، طارق زياد الناصر : " الصحافة الالكترونية المتخصصة ودورها في تشكيل معارف الشباب الجامعى الأردنى "، مرجع سابق ، ص٨٢١.

(٤٢) مفيدة بالهامل : " الإعلام الجديد .. مصطلحات ومفاهيم ونماذج " ، **مجلة علوم الإنسان والمجتمع** ، الجزائر : جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة ،العدد ١٢ ، ٢٠١٤ ، ص ٥٠ – ٥١.

(٤٣) Rachelle Goh.(2007) ." Mainstream Media Meets Citizen Journalism : In Search of a New Model " ,MA,(USA: Georgia State University,College of Arts and Sciences)

(٤٤) آية صلاح عبد الفتاح العدوي: "اتجاهات الشباب الجامعي نحو التزام المواقع الصحفية الالكترونية بالمسئولية المهنية"، مرجع سابق، ص ١٠٧٥.

(٤٥) على ليلة : " الثقافة العربية والشباب "، القاهرة : **المصرية اللبنانية**،٢٠٠٣ ، ص ٣١-٣٣.

(٤٦) مصطفى عبد الحي عبد العليم:" أطر التغطية الصحفية لقضية التغيرات المناخية في المواقع الصحفية المصرية دراسة تحليلية"،**مجلة البحوث العالمية**،جامعة الأزهر: كلية الإعلام، العدد٦٢، ٢٠٢٢، ص١٥٤٦.

(٤٧) ندى عاشور عبد الظاهر: " التغيرات المناخية وآثارها على مصر" ، **مجلة أسيوط للدراسات البيئية**، العدد٤١ ،٢٠١٥، ص٥٨.

(٤٨) نجلاء عياد: " إدراك المخاطر البيئية المرتبطة بجودة الحياة والقدرة على التكيف لدى أفراد المجتمعات المهددة في مصر" ، **دكتوراه في علوم البيئة**، قسم الدراسات الإنسانية، جامعة عين شمس،٢٠١٨.

(٤٩) عاصم الشهابي: تأثيرات التغيرات المناخية على صحة الإنسان، متاح على الرابط التالي:
www.Philadelphia.edu.jo/philadreview/issue5/...//22.pdf

(٥٠) عادل على بلال: " التغير المناخي والموارد المائية في محافظة نينوى" ، **مجلة جامعة دمشق للعلوم الهندسية**، العدد ١، ٢٠١٢.

(٥١) محمد نوفل: " اقتصاديات التغير المناخي الآثار والسيارات"،**المعهد العربي للتخطيط**، العدد ٢٤، ٢٠٠٧.

(٥٢) أمل أحمد حسن العزب وآخرون: " المعالجة الخبرية للقضايا والاتفاقات الدولية الخاصة لمواجهة التغيرات المناخية : دراسة تحليلية مقارنة بين الصحافة المصرية والبريطانية" ، **مجلة العلوم البيئية**، جامعة عين شمس، كليه الدراسات العليا والبحوث البيئية، ٢٠٢١، ص٣٦٦.

(٥٣) بلقيس عثمان العشة، رسم خارطة تهديدات تغير المناخ وتأثيرات التنمية الإنسانية في البلدان العربية، **سلسلة أوراق بحثية**، تقرير التنمية الإنسانية العربية، ٢٠١٠.

(٥٤) أمل أحمد حسن العزب وآخرون: " المعالجة الخبرية للقضايا والاتفاقات الدولية الخاصة لمواجهة التغيرات المناخية : دراسة تحليلية مقارنة بين الصحافة المصرية والبريطانية" ، مرجع سابق، ص٣٦٧.

(٥٥) نجلاء عياد: " إدراك المخاطر البيئية المرتبطة بجودة الحياة والقدرة على التكيف لدى أفراد المجتمعات المهددة في مصر" ، مرجع سابق، ص٨٥.

(٥٦) ريم الشريف:" التماس الجمهور المصري للمعلومات حول التغيرات المناخية في مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاته نحو قمة المناخ ٢٠٢٢" ، مرجع سابق،ص٥٦٧ – ٥٦٩.

(٥٧) رحمة رمضان، مقال منشور في صحيفة اليوم السابع، ٢٠٢٢/١١/١١متاح على الرابط التالي, تاريخ الدخول ٢٠٢٢/١١/٢٦ : https://www.youm7.com/story/2022/11/11

(٥٨)محمد صلاح يوسف : " تعرض الشباب الجامعى لمنصات المشاهدة عبر الانترنت والاشباعات المتحققة منها " ، **المجلة العلمية لبحوث الاعلام والاتصال** . العدد٣٣ ابريل / يونيو ٢٠٢١ ، ص ٣٩٨ . ص ٤١١

(٥٩) خمائل زيدان خلف : مرجع سابق ، ص ٢٠٨.

(٦٠) أميمة أحمد رمضان : " تعرض الشباب الجامعى للرسومات الساخرة عبر صفحات الفيسبوك وعلاقته بتشكيل اتجاهاتهم نحو الأحداث الجارية " ، **مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية** ، كلية التربية النوعية . جامعة المنيا ، العدد ١٦، ٢٠١٨ ، ص ٩٨. ١١٧.

(٦١) حسام فايز عبد الحي : "استخدام الشباب الجامعى للصحف الالكترونية في متابعة الأحداث الجارية وعلاقته بالرضا عن الحياة لديهم" ، **مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية**،(المنيا : كلية التربية النوعية . جامعة المنيا،ع ١٢،سبتمبر٢٠١٧، ص ١٠٤ . ١٣٠.

(٦٢) حاتم سليم علاونة ، طارق زياد الناصر: " الصحافة الالكترونية المتخصصة ودورها في تشكيل معارف الشباب الجامعى الأردنى "، مرجع سابق، ص ٨١٥.

(٦٣) محمود رمضان عبد العليم: " استرتيجية مقترحة لتدعيم ثقافة التنمية المستدامة لدى طلاب الجامعات المصرية في ضوء رؤية مصر ٢٠٣٠" ، **المجلة التربوية**، جامعة سوهاج، كلية التربية، العدد٧٦، ٢٠٢٠.

(٦٤) ريم الشريف: " التماس الجمهور المصري للمعلومات حول التغيرات المناخية في مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاته نحو قمة المناخ ٢٠٢٢" ، مرجع سابق.

(٦٥) نظيمة عبد السلام عثمان، دور وسائل الاعلام في تشكيل الوعي البيئي لدى الجمهور اليمني :دراسة ميدانية ، **مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية**، العدد٢٠٢٢،٦، ص ٨١– ١٠٢.

(٦٦) مصطفى عبد الحي عبد العليم: " أطر التغطية الصحفية لقضية التغيرات المناخية في المواقع الصحفية المصرية دراسة تحليلية"، **مجلة البحوث العالمية**، جامعة الازهر: كلية الإعلام،العدد ٦٢ ،٢٠٢٢.

(٦٧) أمل أحمد حسن العزب وآخرون، " المعالجة الخبرية للقضايا والاتفاقات الدولية الخاصة لمواجهة التغيرات المناخية : دراسة تحليلية مقارنة بين الصحافة المصرية والبريطانية" ، مرجع سابق.

(٦٨)Iqbal,Muhammad Z., Asadullah Khan, and Shabir Hussain.''Media Rerorting on Climate Change Crisis Pakistan : Identifying Corrective Strategies .''Information Development ,Sage Journals(2022): 1– 12

(٦٩)Florian Klopfer , Rene Westerholt and Dietwald Gruehn, Conceptual Frameworks for Assessing Climate Change Effects on Urban Areas: A Scoping Review,Department of Spatial Planning , TU Dortmund University. Sustainability 2021,13,10994

(٧٠)Manzor,Sajed., Arshad Ali .''Media and Climate Change in Pakistan : perception of the Journalists in Mainstream Media. ''Annuals of SocialScience and perspective 2(2).(2021),.p.p 145-155

(٧١)Sinead Boylan and others,Aconceptual framework for Climate change,health and wellbeing in NSW,Australia,published 6 December 2018, available at , https://doi.org/10.17061/phrp2841826

(٧٢) محمود حسن اسماعيل: "دور الصفحات الاخبارية بالفيس بوك في إمداد الشباب الجامعى بالمعلومات حول الأحداث الجارية، مرجع سابق، ص٤٧– ٤٨.

(٧٣) حسام فايز عبد الحي : "استخدام الشباب الجامعى للصحف الالكترونية في متابعة الأحداث الجارية وعلاقته بالرضا عن الحياة لديهم" ، مرجع سابق، ص١٠٤–١٠٥.

(٧٤) مصطفى عبد الحي عبد العليم : " استرتيجية مقترحة لتدعيم ثقافة التنمية المستدامة لدى طلاب الجامعات المصرية في ضوء رؤية مصر ٢٠٣٠" ، مرجع سابق، ص١٥٤٦.

(٧٥) ريم الشريف : " التماس الجمهور المصري للمعلومات حول التغيرات المناخية في مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاته نحو قمة المناخ ٢٠٢٢" ، مرجع سابق، ص٥٦٧–٥٦٩.

(٧٦) محمود حسن اسماعيل: "دور الصفحات الاخبارية بالفيس بوك في إمداد الشباب الجامعى بالمعلومات حول الأحداث الجارية"، مرجع سابق، ص ٤٧.

(٧٧) سائد سعيد محمد رضوان : سائد سعيد محمد رضوان :" اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار وقت الأزمات": دراسة ميدانية، **دراسة ماجستير غير منشورة**، غزة– الجامعة الإسلامية : كلية الآداب ، ٢٠١٦.

(٧٨) خمائل زيدان خلف،عبد الأمير مويت الفيصل: " دوافع استخدام الشباب الجامعي العراقي لتطبيقات الهاتف المحمول والاشباعات المتحققة منها " ، مرجع سابق.

(٧٩) مصطفى عبد الحي عبد العليم : " أطر التغطية الصحفية لقضية التغيرات المناخية في المواقع الصحفية المصرية دراسة تحليلية"، مرجع سابق.

(٨٠) مصطفى عبد الحي عبد العليم : نفس المرجع السابق.

(٨١) ريم الشريف : " التماس الجمهور المصري للمعلومات حول التغيرات المناخية في مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاته نحو قمة المناخ ٢٠٢٢" ، مرجع سابق.

(٨٢)Chi-Hung Chung ,Kevin K.W.Ho & Cheuk Hang Au, "Applying social media to environmental education: is it more impactful than traditional media?",Information Discovery and Delivery,2020 ,Available at: DOL:10.1108/IDD-04-2020-0047

(٨٣) سهام شفرور وآخرون : " الوعي البيئي عبر الإعلام الجديد: دراسة تحليلية لعينة من صفحات الجمعيات البيئية الجزائرية على الفايسبوك " ، مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم البواقي، جامعة العربي بم مهيدي بأم البواقي ، ٢٠٢٠، ص ٢٤٧– ٢٦٢.

(٨٤) ريم الشريف : " التماس الجمهور المصري للمعلومات حول التغيرات المناخية في مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاته نحو قمة المناخ ٢٠٢٢" ، مرجع سابق.

(٨٥) 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 ، قسم الإعلام، ٢٠١٨.

(٨٦) راشد الدوسري : نفس المرجع سابق.

(٨٧) خلود عبد الله ملياني :" الإعلام البيئي عبر شبكات التواصل الاجتماعي ودوره في تحقيق التنمية المستدامة"،**المجلة المصرية لبحوث الاعلام**، جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، ٢٠١٩، ص ٦٧١– ص٧٠٥.