

## الاتجاهات الحديثة في بحوث الإعلام الرقمي ودورها في تشكيل وعي واتجاهات الجمهور نحو قضايا التوازن البيئي.. دراسة تحليلية من المستوى الثاني

أ. السيد حامد السيد رجب\*

إشراف : أ.د.حنان جنيد\*\*

إشراف مشارك: د.تغريد مجدى\*\*\*

### ملخص الدراسة:

تهدف الدراسة الحالية إلى رصد الدراسات العلمية التي تناولت الإعلام الرقمي ودوره في تنمية الوعي بقضايا التوازن البيئي، وذلك خلال المدة من 2015 إلى 2023، في المدراس العلمية العربية والأوروبية والأمريكية والآسيوية والإفريقية.

وتتدرج الدراسة الحالية تحت الدراسات الوصفية، وتعتمد على المنهج الوصفي الكمي باستخدام تحليل البيانات من المستوى الثاني second Analysis، كما تعتمد على التحليل الكيفي لرصد الموضوعات والمجالات البحثية التي تناولتها الدراسات العلمية، وأيضاً الأطر النظرية والمنهجية، والأهداف التي سعت إليها، بهدف تقديم رؤية نقدية مقارنة بين الدراسات العربية والأجنبية بمدارسها المختلفة، للوصول إلى رؤية مستقبلية لتطوير بحوث الإعلام الرقمي ودوره في تنمية الوعي البيئي.

وتوصلت الدراسة إلى أن الدراسات التي تناولت دور الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي البيئي لدي الجماهير كانت الأكثر بروزاً بنسبة 59.6%، فيما حل ثانياً الدراسات التي تناولت الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية لاستخدام الإعلام الرقمي في المجال البيئي بنسبة 22.8%، وجاء في الترتيب الثالث محور الدراسات التي تناولت مدى استخدام الجمهور للإعلام الرقمي في متابعة القضايا البيئية بنسبة 17.54%، وأن غالبية الدراسات اعتمدت على نظريات الاستخدامات والإشباع، والاعتماد على وسائل الإعلام، وتحليل الأطر.

\* باحث دكتوراه بقسم العلاقات العامة والإعلان – كلية الإعلام – جامعة القاهرة .

\*\* الأستاذ بقسم العلاقات العامة وإعلان بكلية الإعلام – جامعة القاهرة .

\*\*\* المدرس بقسم العلاقات العامة وإعلان بكلية الإعلام – جامعة القاهرة .

## **Recent trends in digital media research and their role in shaping public awareness and attitudes towards issues of environmental balance.. second-level analytical study**

**Mr. El-Sayed Hamed El-Sayed Ragab\***

### **Abstract**

The current study aims to monitor scientific studies that dealt with digital media and its role in developing awareness of environmental balance issues, during the period from 2015 to 2023, in Arab, European, American, Asian, and African scientific schools.

The current study falls under descriptive studies, and relies on the quantitative descriptive approach using second-level data analysis. It also depends on qualitative analysis to monitor the topics and research fields covered by scientific studies, as well as the theoretical and methodological frameworks, and the goals they sought, with the aim of providing a critical, comparative vision between Arab and foreign studies in their various schools, to reach a future vision for developing digital media research and its role in developing environmental awareness.

The study concluded that the studies that dealt with the role of digital media in shaping environmental awareness among the public were the most prominent with a rate of 59.6%, while the studies that dealt with the cognitive, emotional and behavioral effects of using digital media in the environmental field came in second place with a rate of 22.8%, and the focus of the studies that It addressed the extent to which the public uses digital media to follow up on environmental issues at a rate of 17.54%, and that the majority of studies relied on theories of Uses and gratifications, Media dependency theory, and Analysis of frameworks.

---

\* PHD Researcher in the department of public relation and advertising at the faculty of mass communication, Cairo University

## مقدمة:

تؤدي وسائل الإعلام سواء التقليدية أو الرقمي أدوارا هامة في حياة الأفراد والمجتمعات، إذ صارت من أسس الحياة المعاصرة، ووسيلة لا يمكن الاستغناء عنها لربط الإنسان بالواقع المعاش من حوله، وصارت من القوى الفاعلة التي تؤدي دورا بالغ الأهمية في تشكيل وعي الأفراد، وبالتالي اتجاهاتهم تجاه القضايا المختلفة، وصولا إلى السلوك. وإذا كان للإعلام بشكل عام دوره الهام في التعريف وتشكيل وعي واتجاهات الجمهور تجاه قضايا البيئة عامة والتوازن البيئي خاصة، فإن للإعلام الرقمي دوره بالغ الأهمية مع نسب الإقبال المرتفعة على استخدامه، خاصة من أجيال المراهقين والشباب. وبسبب الإقبال عليه، تزايدت توظيف الإعلام الرقمي في كافة المجالات ومنها المجال البيئي، نظرا لما يتمتع من خصائص، مثل العرض الجذاب للمعلومات، والتفاعلية بين المرسل والمتلقي، مما يساعد على التعرف الفوري لرصد الفعل تجاه الرسائل البيئية، ثم استغلال لتطويع الرسالة لتكون أكثر فاعلية.

وعلى هذا، تبرز أهمية الإعلام الرقمي البيئي في بلدان العالم عامة ومصر خاصة، نظراً لوجود عديد من التحديات في مجال التوازن البيئي ومنها: التلوث بمختلف مصادره، وعدم تدوير المخلفات البلاستيكية والتخلص منها في الترع والمصارف والشوارع، والإسراف في استخدام الأسمدة الكيماوية، وتراجع الرقعة الزراعية وقطع الأشجار، وغيرها من مسببات اختلال التوازن البيئي.

بالنسبة للاحتباس الحراري، والذي يعد أحد مظاهر الاختلال البيئي، تعد دلتا النيل واحدة من بين أكثر ثلاث مناطق في العالم معرضة بشكل قوي لتأثيرات التغيرات المناخية، والتي تهدد أيضا المواقع الأثرية بخطر الاختفاء تحت مياه البحر، أو التأثير على بنيتها نتيجة ارتفاع درجات الحرارة والرطوبة<sup>(1)</sup>.

وتؤثر الأكياس البلاستيكية على التوازن البيئي. طبقا لمبادرة "اتحضر للأخضر"، والتي أطلقتها وزارة البيئة عام 2020، تستهلك مصر قرابة 14 مليار كيس بلاستيك سنوياً، لا يتم إعادة تدوير إلا 1% فقط، فيما تجد النسبة الباقية طريقها إلى الترع والنيل والبحر والترية<sup>(2)</sup>. واستنادا على ما سبق، يستهدف هذا البحث عرض التوجهات البحثية الحديثة في مجال الإعلام الرقمي ودوره في تشكيل وعي واتجاهات الجمهور نحو قضايا التوازن البيئي.

## مشكلة الدراسة:

يعد استثمار الإعلام الرقمي في قضايا البيئة من الضروريات التي لا يمكن الاستغناء عنها، حيث يُعد الإعلام الرقمي الجديد أفضل منجزات العصر الحديث، لما يتمتع به من التفاعلية، والأنية، والعالمية، وانخفاض تكاليف الحصول على التقنيه، علاوة على سهولة استخدامه.

الاتجاهات الحديثة في بحوث الإعلام الرقمي ودورها في تشكيل وعي واتجاهات الجمهور نحو قضايا التوازن البيئي..  
دراسة تحليلية من المستوى الثاني

ومن هنا تبدو أهمية رصد وتحليل البحوث العلمية التي تناولت دور الإعلام الرقمي – سواء مواقع التواصل الاجتماعي أو المواقع الإلكترونية في تناول قضايا التوازن البيئي، وتصنيف موضوعاتها، ومراجعتها مراجعة علمية ومنهجية ونقدية، بما يساعد الباحثين على إجراء دراسات جديدة في مجال الإعلام الرقمي ودوره في دعم قضايا البيئة بشكل عام والتوازن البيئي خاصة.

وعلى هذا تتحدد مشكلة الدراسة الحالية في رصد الاتجاهات الحديثة في بحوث الإعلام الرقمي ودورها في تشكيل وعي واتجاهات الجمهور نحو قضايا التوازن البيئي.

#### أهمية الدراسة:

تبدو أهمية الدراسة من طبيعة الموضوع الذي تتناوله، فالقضايا البيئية لم تعد على هامش الحياة للأفراد والحكومات، مع ظهور تداعيات الاحتباس الحراري على نواحي حياة الكوكب، وأهمية استعادة التوازن البيئي بين عناصر البيئة، وتتمثل الأهمية فيما يأتي:

– الاهتمام المحلي والإقليمي والدولي بقضايا البيئة والتوازن البيئي، وعقد مؤتمرات وندوات ومبادرات لتشخيص مسببات الأمراض وتحديد العلاج المناسب لاستعادة التوازن البيئي واستعادة التوازن بين الإنسان والكوكب.

– أهمية الإعلام الرقمي ضمن المزيج الإعلامي، حيث تحظى بمكانة كبيرة لدى الشباب خاصة، والجمهور عامة، ولها دورها الهام في تشكيل الوعي والاتجاهات نحو قضايا التوازن البيئي.

– الحاجة إلى مزيد من البحوث والدراسات العلمية التي تتناول دور الإعلام الرقمي سواء صفحات ومواقع التواصل الاجتماعي أو المواقع الإلكترونية الصحفية في دعم الوعي وتشكيل اتجاهات إيجابية نحو استعادة التوازن البيئي.

#### أهداف العرض التحليلي:

– رصد وتحليل الدراسات العلمية التي تناولت دور الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي البيئي وقضايا التوازن البيئي، خلال المدة من 2015 – 2023، في المدارس العلمية المصرية والعربية والأوروبية والآسيوية والأمريكية والإفريقية.

– التعرف على الموضوعات والمجالات البحثية التي تناولتها الدراسات العربية والأجنبية بين أعوام 2015 – 2023.

– رصد الأطر النظرية والمنهجية للدراسات العلمية عينة التحليل.

– تقديم رؤية نقدية مقارنة بين المدارس المصرية والعربية والأوروبية والآسيوية والأمريكية والإفريقية فيما يتعلق بالأطر النظرية والمنهجية لبحوث الإعلام الرقمي في قضايا التوازن البيئي.

– تقديم رؤية مستقبلية لتطوير بحوث الإعلام الرقمي في تناول القضايا البيئية والتوازن البيئي.

### تساؤلات الدراسة:

في ضوء قضية الدراسة وأهدافها وإطارها المعرفي يمكن تحديد التساؤلات التي تسعى إلى الإجابة إليها، على النحو التالي:

- ما أهم القضايا الرئيسية التي تناولتها دراسات الإعلام الرقمي في تشكيل وعي واتجاهات الجمهور نحو قضايا التوازن البيئي؟
- ما أهم المداخل الفكرية والأطر النظرية التي انطلقت منها دراسات الإعلام الرقمي البيئية؟
- ما أهم المناهج البحثية وأدوات جمع البيانات التي استخدمتها دراسات الإعلام الرقمي البيئية؟
- ما أهم النتائج التي توصلت إليها دراسات الإعلام الرقمي في تشكيل وعي اتجاهات الجمهور نحو القضايا البيئية وقضايا التوازن البيئي؟

### الإطار المعرفي للدراسة:

تبرز أهمية وسائل الإعلام في تحقيق الوعي البيئي الصحيح من خلال دورها الهام في تزويد الأفراد بالمعلومات الصادقة والمعارف الكاملة، حتى يتمكنوا من تشكيل اتجاهات إيجابية نحو قضايا البيئة والتحديات التي تواجهها، وأسباب هذه التحديات وكيفية التصدي لها، بما يساعدهم على تبني سلوكيات إيجابية تسهم في الحفاظ على البيئة<sup>(3)</sup>، والإعلام الهادف يحرص على تحقيق التكامل بين مسؤوليات وواجبات القوي الاجتماعية على المستوى الحكومي والاجتماعي والفردى، بهدف استعادة التوازن البيئي.

والتوازن البيئي هو هذا التوازن الذي يتحقق من خلال التفاعل المستمر بين مكونات البيئة، ويستمر ما لم ينشأ اختلال نتيجة الظروف الطبيعية كالحرارة والأمطار، أو نتيجة لتغير الظروف الحيوية، أو نتيجة لتدخل الإنسان المباشر في تغيير ظروف البيئة، أي أنشطة الإنسان التي تؤدي إلى التلوث<sup>4</sup>.

ويمكن تعريف التوازن البيئي إجرائياً بأنه ترشيد السلوكيات الإنسانية التي تؤدي إلى اختلال التوازن بين عناصر الطبيعة من بناء السدود وتجفيف البحيرات واقتلاع الأشجار والغابات وقتل الشعاب المرجانية، ومخلفات الإنسان، وعدم الحفاظ على التنوع النباتي والحيواني، والاختلال بين تحقيق التنمية وعناصر وموارد البيئة.

ومع تشكل ثورة الاتصال وانتشار الإعلام الرقمي كان للإعلام البيئي نصيبه من هذه الثورة التقنية، وبرز مصطلح الإعلام البيئي الإلكتروني أو الإعلام الأخضر، والذي يعتمد على التقنيات الحديثة، وخدمات الويب، والتطبيقات، والمنصات الرقمية، والمواقع الاجتماعية<sup>5</sup>.

ويُقصد بالمنصات الرقمية الإعلامية: الوسائط أو الوسائل التي نشأت نتيجة التطور التكنولوجي في مجال الاتصال خلال السنوات القليلة الماضية، وتتنوع أشكالها بشكل كبير،

ما بين المواقع الإلكترونية للمؤسسات الصحفية، ومواقع التواصل الاجتماعي، ومنصات البث التلفزيوني. ويمكن تقسيم المنصات الرقمية إلى عدة أنواع رئيسية، ومنها:

1. **مواقع التواصل الاجتماعي**، على اختلاف أنواعها وأهدافها، مثل المواقع الشخصية مثل فيس بوك وأكس (تويتر)، والمواقع المرتبطة بالعمل مثل **linked in**، والمواقع الثقافية التي تجمع المهتمين بموضوع أو علم معين مثل **Library Thing** <sup>6</sup>، صارت وسائل التواصل الاجتماعي جزءاً من الحياة اليومية بشكل متزايد لعدد كبير من سكان العالم، مما يحفز على الاستفادة منها في تعزيز السلوك المؤيد للبيئة <sup>7</sup>.

2. **المنصات الرقمية الصحفية**: وتتباين أسباب إقبال المؤسسات الصحفية على إنشاء منصات رقمية على الإنترنت، يتصدرها دافع مواكبة التطور والتقدم التكنولوجي، مما أجبر المؤسسات التقليدية إلى دخول العالم الرقمي، ومسايرة التغير السريع في تفضيلات القراء <sup>8</sup>.

3. **المنصات الرقمية الإذاعية**: استفادت الإذاعة من ثورة الاتصال، وحجرت لنفسها مكاناً على شبكة الإنترنت، سواء كانت إذاعة تقليدية تبث موادها على الشبكة العنكبوتية، أو إذاعة رقمية تبث على الإنترنت دون أن يكون لها محطة تقليدية.

4. **المنصات الرقمية التلفزيونية**: ظهرت حديثاً خدمات البث التلفزيوني عبر الإنترنت عبر منصات رقمية، وهي مواقع أو تطبيقات يمكن مشاهدتها من خلال الإنترنت دون الحاجة إلى تحميل ما يتم مشاهدته.

وتوصلت دراسات إلى فاعلية توظيف المنصات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي في التوعية والتوجيه البيئي، وذلك بسبب عدة عوامل، منها:

- توفير مساحة أمام الجادين والمبدعين لإنشاء قنوات على شبكات التواصل الاجتماعي **Social Media** يصلون منها إلى الجماهير دون اشتراط العمل في مؤسسات إعلامية تقليدية، وهو ما ساهم في توسيع آفاق الاتصال، وأتاح لفئات جديدة إمكانية ممارسة دورها في نشر الوعي البيئي ولفت الانتباه إلى القضايا البيئية <sup>9</sup>.

- تساعد المنصات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي على توجيه الاهتمام نحو قضايا بيئية قد تسقط من اهتمام وسائل الإعلام التقليدية <sup>10</sup>.

- فاعلية المنصات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي في توجيه اهتمام الجمهور نحو **موضوعات بعينها**، وهو ما قد يدفع الأفراد إلى البحث عن مزيد من المعلومات التي يتم نشرها بشكل احترافي في وسائل الإعلام الرقمي <sup>11</sup>، وهو ما يعد تكاملاً بين الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي.

- أدي الإعلام الرقمي دوراً مهماً في دفع الشركات إلى الاتجاه نحو ما يعرف **بالاقتصاد الأخضر**، أي إنتاج مصنوعات أكثر صداقة للبيئة، وقد ساهمت وسائل التواصل الاجتماعي في هذا الاتجاه، حيث شكلت مواقف المستهلكين نحو سلوك أكثر وعياً بالبيئة <sup>12</sup>. ويرى بعض الباحثون أن الثقافة الخضراء مصطلح قريب من الثقافة البيئية، ويعرفونها بأنها ممارسات

الاتجاهات الحديثة في بحوث الإعلام الرقمي ودورها في تشكيل وعي واتجاهات الجمهور نحو قضايا التوازن البيئي..  
دراسة تحليلية من المستوى الثاني

بشرية يكون لها تأثير على البيئة<sup>13</sup>. وأثبتت دراسات أن الشركات التي تسوق منتجات تحافظ على البيئة تملك خصائص تنافسية على الشركات لا تراعي البيئة<sup>14</sup>.

- **الإطار الجغرافي** للمنصات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي غير محدود، بما يساعد على تداول الرسائل البيئية على نطاق واسع.

- **فاعلية المنصات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي**؛ بسبب ما تتسم من خصائص تفاعلية، بما يساعد على إشراك الجمهور من خلال الحوار والتفاعلية في مناقشة الموضوعات البيئية، وانتقاد التغطيات الرسمية لبعض وسائل الإعلام<sup>15</sup>.

- تسهم وسائل التواصل الاجتماعي في **سد الفجوة وتحقيق التقارب** بين القيم المجتمعية التي تسعى التنمية المستدامة إلى ترسيخها، وبين القيم المجتمعية والسلوكيات الإنسانية الخاطئة المترسخة في المجتمعات الإنسانية<sup>16</sup>.

### نوع ومنهج الدراسة:

تنتمي الدراسة إلى بحوث تحليل المستوى الثاني Meta-Analysis والتي تهدف إلى تقديم مراجعة منهجية تحليلية للبحوث العلمية التي تم نشرها حول موضوع محدد، للخروج بنتائج تمكن الباحث من رصد ما توصلت إليه وما اتفقت أو اختلفت عليه من نتائج، وقد طبقت الدراسة على البحوث العربية والأجنبية في مجال الإعلام الرقمي ودورها في تشكيل وعي واتجاهات الجمهور نحو قضايا التوازن البيئي في المدة من 2015 إلى 2023. واعتمدت الدراسة على التحليل الكيفي للدراسات السابقة للوقوف على الموضوعات والمجالات البحثية التي تناولتها، مع رصد الأطر النظرية والمنهجية التي استندت إليها، من أجل تقديم رؤية نقدية مقارنة بين الدراسات العربية والأجنبية وصولاً لطرح رؤية مستقبلية لتطوير بحوث الإعلام الرقمي في المجال البيئي.

### أدوات جمع البيانات:

اعتمدت الدراسة على أداة تحليل المضمون في رصد المادة العلمية للدراسة، حيث تم إعدادها وفقاً لمتغيرات الدراسة وما اشتملت عليه من فئات تتعلق بمجالات الاهتمام البحثي، وتصنيف المناهج والأدوات المستخدمة، وتصنيف الدول مصدر الإنتاج العلمي للدراسات. وتوظف الدراسة أسلوب التحليل الثاني، والذي يقوم على إعادة تفسير النتائج لتقديم نظرة أكثر شمولاً وعمقاً استناداً على أسلوب التحليل الكيفي، بما يمكن من إعادة قراءة المعلومات والنتائج التي توصلت إليها الدراسات، وصولاً إلى تقديم رؤى مستقبلية تساهم في تطوير بحوث الإعلام الرقمي في المجال البيئي.

### مجتمع الدراسة والعينة

يتمثل مجتمع الدراسة في الإنتاج العلمي المنشور في الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت بحوث الإعلام الرقمي في تشكيل وعي واتجاهات الجمهور نحو قضايا التوازن

الاتجاهات الحديثة في بحوث الإعلام الرقمي ودورها في تشكيل وعي واتجاهات الجمهور نحو قضايا التوازن البيئي..  
دراسة تحليلية من المستوى الثاني

البيئي، وذلك خلال المدة من 2015 إلى 2023، والتي نُشرت في دوريات ومجلات علمية،  
أو الرسائل الأكاديمية للماجستير والدكتوراه.

واعتمدت الدراسة على أسلوب العينة العمدية في اختيار البحوث الخاضعة للتحليل وفق  
متغيري موضوع البحث وسنة النشر، وفق الخطوات التالية:

■ تحديد الإطار الزمني للدراسة في المدة من 2015 إلى 2023، بهدف التعرف على أحدث  
التوجهات البحثية في مجال الإعلام الرقمي ودوره في تشكيل وعي واتجاهات الجمهور نحو  
قضايا التوازن البيئي.

■ البحث في قواعد البيانات الرقمية عن الدراسات المنشورة في الدوريات العلمية  
المتخصصة باللغتين العربية والإنجليزية عن البحوث المعنية بالقضية موضع التحليل، وكان  
منها أهم هذا القواعد: دار المنظومة، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان،  
المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مجلة بحوث الرأي العام، مجلة البحوث الإعلامية،  
موقع المكتبات المصرية، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، ومن القواعد الأجنبية:

Journal of Energy Google Scholar, Springer, Science Direct,  
Research and Reviews, International Journal of Organizational  
International Journal of Environmental Research and Public Analysis,  
Health, Journal of Arts, Science & Commerce, Science  
Communication.

■ مراجعة قوائم المراجع التي اعتمدت عليها الدراسات موضع التحليل، بهدف رصد  
الدراسات ذات الصلة بموضوع الدراسة.

■ بلغ إجمالي حجم عينة الدراسات المختارة والخاضعة للتحليل 38 دراسة باللغة العربية،  
و19 دراسة باللغة الإنجليزية، يمكن تحليل خصائصها على النحو التالي:

| اللغة                    | ك  | %     |
|--------------------------|----|-------|
| دراسات باللغة العربية    | 38 | 66.7% |
| دراسات باللغة الإنجليزية | 19 | 33.3% |
| الإجمالي                 | 57 | 100%  |

يشير الجدول السابق على تفوق الدراسات التي نشرت باللغة العربية في مجال الإعلام  
الرقمي البيئي، على الدراسات الإنجليزية خلال مدة التحليل.

نتائج تحليل التوجهات البحثية الحديثة لدراسات الإعلام الرقمي ودوره في تشكيل وعي  
واتجاهات الجمهور نحو قضايا التوازن البيئي:

وقد تنوعت التوجهات البحثية التي تناولت الإعلام الرقمي البيئي، وتم تقسيم الدراسات التي  
تناولت دور وسائل الإعلام الرقمي في القضايا البيئية إلى عدة محاور فرعية على النحو  
التالي:



- دراسات تناولت مدى استخدام الجمهور للإعلام الجديد في متابعة القضايا البيئية.
  - دراسات تناولت دور الإعلام الرقمي في التوعية بالقضايا البيئية.
  - دراسات تناولت الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية للإعلام الجديد في قضايا البيئة.
- أولاً: محور الدراسات التي تناولت مدى استخدام الجمهور للإعلام الرقمي في متابعة القضايا البيئية:

اهتمت **سامح فوزي (2023)**<sup>(17)</sup> بقياس معدل تعرض الجمهور المصري لمواقع الأخبار في متابعة قضايا التغيرات المناخية، وتوصلت الدراسة إلى متابعة النسبة الأكبر من المبحوثين للمواقع الإخبارية، وجاءت "المواقع الإخبارية الحكومية المصرية" في مقدمة المواقع الإخبارية، تليها "المواقع الإخبارية الخاصة المصرية"، ثم "المواقع الإخبارية العربية"، ثم "المواقع الإخبارية الأجنبية" في المركز الأخير. **واتفقت معها في الهدف دراسة أحمد عارف، آلاء محمد (2023)**<sup>(18)</sup>، إذ اهتمت بقياس معدل تعرض الجمهور المصري لحملة "رجع الطبيعة لطبيعتها"، وتوصلت إلى أن المبحوثين يعتمدون على الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي لمتابعة الحملة بنسبة 85.75%، وتصدّرت قضية تغير المناخ وارتفاع درجة الحرارة القضايا التي يتعرض لها الجمهور بنسبة 92%.

واهتمت **دراسة جيهان عبد الحميد (2022)**<sup>(19)</sup> بدراسة المقاطع المصورة على موقع يوتيوب والتي تتناول التغيرات المناخية، وتمثلت أبرز أطروحات المقاطع المصورة في توضيح مخاطر التغيرات المناخية، تليها تغطية قمة جلاسكو، ثم حقيقة غرق مدينة الاسكندرية، ثم الاحتباس الحراري.

واهتمت **دراسة رقيقة شابي (2020)**<sup>(20)</sup>، بالتعرف على كيفية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والصفحات والمجموعات البيئية على موقع فيسبوك. وتوصلت إلى أن متابعي الموقع يفضلون متابعة المنشورات البيئية، وهو ما توصلت من قبل **دراسة Amandeep Kaur (2018)**<sup>(21)</sup> لاستكشاف العوامل المحفزة في وسائل التواصل الاجتماعي والتي تشجع المستخدمين على تبني سلوك صديق للبيئة، وتوصلت إلى أن المستخدمين يستخدمون وسائل الإعلام الرقمية لتلبية رغبتهم في الحصول على معلومات حول مواضيع مختلفة ومشاركة تجاربهم مع الآخرين.

وهدفت **دراسة ريم الشريف (2022)**<sup>(22)</sup> إلى قياس معدلات التماس الجمهور المصري للمعلومات نحو التغيرات البيئية، ومدى اعتماده على مواقع التواصل الاجتماعي، ودرجة ثقته فيها. وكشفت الدراسة أن النسبة الأكبر تهتم بالتغيرات المناخية لشعورهم بحجم مخاطرها، وجاءت مواقع التواصل الاجتماعي في مقدمة المصادر التي يعتمدون عليها في الحصول على المعلومات، وتوجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مستوي الوعي بقضايا البيئة والتماس المعلومات حول التغيرات المناخية من مواقع التواصل الاجتماعي. وهي النتيجة ذاتها التي توصلت إليها **دراسة روان عسكر (2021)**<sup>(23)</sup>، والتي اهتمت بالتعرف

على العلاقة بين الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي وإدراك المخاطر والآثار الناتجة عن التغيرات المناخية، وتوصلت إلى أن غالبية أفراد العينة يعتمدون على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر رئيسي للتعرف على مخاطر التغيرات المناخية. ومن خلال المقارنة بين الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي في متابعة القضايا البيئية، توصلت دراسة Matei, Sorin Adam (2021)<sup>(24)</sup> وتوصلت إلى أن سكان كاليفورنيا استخدموا تويتر في المقام الأول، وقد حفزت عمليات البحث على "جوجل" الصحف وتويتر على الاهتمام بقضية الجفاف.

وتختلف معهم في النتيجة دراسة ربيعة بو زيدي (2017)<sup>(25)</sup>، إذ توصلت إلى أن الإعلام التقليدي أكثر مصداقية من مواقع التواصل الاجتماعي، إذ يقدم تغطية شاملة وأكثر مهنية. وأظهرت دراسة Falkenberg وآخرون (2022)<sup>(26)</sup> أن العوامل السياسية تحد من فاعلية مواقع التواصل في الاجتماعي في تشكيل الوعي البيئي، حيث زاد الاستقطاب الأيديولوجي خلال مؤتمر Cop26 بسبب مشاركة اليمين المتطرف في النقاش حول قضية التغير المناخي.

واهتمت دراسة Hopke, J. E., & Paris, L. (2019)<sup>(27)</sup> بالتعرف على كيفية استخدام النشطاء البيئيين لوسائل التواصل الاجتماعي لتوصيل مطالبهم إلى صناع القرار. وتوصلت إلى أن أبحاث وسائل التواصل الاجتماعي توفر رؤى مهمة حول أصول وانتشار الحركات البيئية.

**ثانياً: محور الدراسات التي تناولت دور الإعلام الرقمي في التوعية بالقضايا البيئية:**

دراسة لمياء عرابي محمد (2023)<sup>(28)</sup>، بهدف التعرف على دور الإعلام الإلكتروني في نشر وتنمية الوعي البيئي، ومعرفة العوامل المؤثرة في المعالجة الإعلامية للأزمات البيئية، وتوصلت إلى اهتمام العينة بمتابعة الأزمات والقضايا البيئية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية، وأنها تساهم في رفع مستوى الوعي بالأزمات البيئية والتغيرات المناخية.

دراسة سارة عبد الفتاح السيد (2023)<sup>(29)</sup>، بهدف التعرف على فعالية الحملات الإعلامية الرقمية لوزارة البيئة المصرية لإعادة تدوير المخلفات، وتوصلت إلى أن معظم المنشورات استخدمت استراتيجية الإعلام واستراتيجية بناء الإجماع، وندر استخدام استراتيجية الحوار في التواصل مع الجمهور. وأن أغلب حملات الدراسة ركزت على استخدام الاستمالات المختلطة (العاطفية والمنطقية معاً).

دراسة هاجر حلمي حبيش (2023)<sup>(30)</sup> بهدف التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل وعي الشباب المصري واتجاهاته نحو قضايا الجرائم البيئية وتغير المناخ، وتوصلت إلى وجود علاقة ارتباطية بين مواقع التواصل الاجتماعي والتوعية بجرائم البيئية وتغيرات المناخ.

واهتمت دراسة **مصطفى عبد الحي (2022)**<sup>(31)</sup> بالتعرف على حجم اهتمام المواقع الصحفية المصرية بتغطية قضية التغيرات المناخية، وأنواع الأطر التي توظفها. وأظهرت النتائج اهتمام المواقع الصحفية عينة الدراسة بتغطية قضية التغيرات المناخية. واعتمدت عينة الدراسة على الإطار المحدد بنسبة 74.8% مقابل الإطار العام بنسبة 25.2%.

دراسة **نوف عبد اللطيف (2022)**<sup>(32)</sup> بهدف التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في إيجاد وعي بقضايا البيئة، وقياس التأثير الذي تتركه في الجمهور من الناحية المعرفية والوجدانية والسلوكية، وتوصلت الدراسة إلى ارتفاع مستوى الوعي البيئي، ووجود تأثير مرتفع لمواقع التواصل في نشر الوعي البيئي، وأن التأثير الوجداني يعد أكثر أنواع التأثير فاعلية، فيما كان التأثير السلوكي الأقل حدوثاً.

وهدفت دراسة **اسمهان مربيعة (2022)**<sup>(33)</sup> إلى التعرف على العلاقة بين الإعلام البيئي الإلكتروني والتنمية المستدامة، وتوصلت إلى أن الصفحات البيئية تعمل على خلق الاهتمام والوعي بشؤون البيئة، وتوعية المواطنين بأخطار الملوثات البيئية.

وهدفت دراسة **Ervi، Negredo، León (2022)**<sup>(34)</sup> إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في عرض قضايا التغيرات المناخية، وتحديد المبادئ التي يمكن استخدامها لتحقيق تواصل مرئي فعال في عرض قضايا التغيرات المناخية، وتوصلت الدراسة إلى أن الصور المستخدمة على مواقع التواصل الاجتماعي تشبه نسبياً الصور المستخدمة في وسائل الإعلام التقليدية.

وهدفت دراسة **رميصاء عبادي، زينب بو عبد الله (2020)**<sup>(35)</sup> إلى إبراز دور التسويق الاجتماعي للقضايا البيئية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتوصلت الدراسة إلى أن الإعلام الرقمي صار من ضروريات الحياة، وزيادة الاهتمام بالتسويق الاجتماعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي للتوعية بالقضايا البيئية والابتعاد عن العادات والسلوكيات الضارة بالبيئة.

دراسة **سهام شفرور (2020)**<sup>(36)</sup> للتعرف على دور صفحات الجمعيات البيئية بالجزائر على موقع فيسبوك في نشر الوعي بقضايا البيئة، والوقوف على القضايا التي تطرحها، وتوصلت إلى ارتفاع الاهتمام بقضايا البيئة، وقد تعددت مضامين القضايا البيئية وجاءت على رأسها قضية النفايات المنزلية والتصحر وحرائق الغابات.

واهتمت دراسة **Ballestar (2020)**<sup>(37)</sup> بالتعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي بالقضايا البيئية والتنمية المستدامة، وتوصلت الدراسة إلى أن "تويتر" يعد وسيلة جيدة لنشر المعلومات البيئية وزيادة المعرفة بالاستدامة البيئية، حيث استخدم رواد الموقع مفهوم الاستدامة بطريقة إيجابية أو محايدة بنسبة 84.6%.

وهدفت دراسة **توفيق ذباح (2020)**<sup>(38)</sup> إلى تحليل المضمون المتعلق بقضايا الإعلام البيئي عبر وسائل الإعلام الرقمي، بالتطبيق على صفحة "الوكالة الوطنية للنفايات" على موقع

فيسبوك، وتوصلت إلى اعتماد الصفحة بشكل كبير على الصور التي تدعم بها النص المكتوب، يليها بنسبة أقل الرسومات والإعلانات والتسجيلات المصورة.

وهدفت دراسة مني فؤاد (2020) (39) إلى التعرف على دور الصحافة الإلكترونية والبرامج التليفزيونية في نشر الوعي البيئي بين الجمهور المصري، وتوصلت إلى أن قضايا التلوث البيئي تصدرت قائمة قضايا تلوث البيئة، تليها قضية التلوث البصري، ثم التلوث الضوئي. وقد غلبت على المعالجات الإعلامية المعالجة التفسيرية، تليها المعالجة النقدية.

واهتمت دراسة أمينة يخلف، مريم مخلوف (2020) (40) بتحديد دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي، ومدى اعتماد الجمهور عليها في الحصول على المعلومات البيئية، وتوصلت إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم بشكل كبير في ترشيد وتوعية مستخدميها، وأنها تلبي احتياجاتهم البيئية، وأنها تساهم في اتخاذ سلوكيات إيجابية للحفاظ على البيئة وعدم تلويثها.

دارسة وليد حدادي (2020) (41) للتعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين قيم المواطنة البيئية لدى الشباب الجامعي، وتوصلت إلى أن نسبة كبيرة تستخدم موقع فيسبوك في إيصال أفكارها وآرائها حول الموضوعات البيئية.

وهدفت دراسة Balarabe and Hamza (2020) (42) إلى التعرف على تأثير التغطية الإعلامية لقضية التغيرات المناخية على آراء واتجاهات وسلوكيات الجمهور في ولاية "كانو" Kano بنيجيريا، وخلصت الدراسة إلى ارتفاع الوعي بقضية التغيرات المناخية، وأن الطريقة التي تغطي بها وسائل الإعلام قضية التغيرات المناخية تؤثر بشكل إيجابي على فهم وإدراك الجمهور للقضية، وأن وسائل التواصل الاجتماعي تعد المصدر الرئيسي.

واهتمت دراسة Blomberg and el (2020) (43) بالتعرف على كيفية استخدام منظمات المجتمع المدني لوسائل التواصل الاجتماعي في مناقشة قضايا التغيرات المناخية وتوصلت إلى أن رسائل المنظمات غير الحكومية تركز على تأثيرات التغير المناخي في الوقت الحاضر، وأن منظمات المجتمع المدني في دول الشمال تناقش قضايا التغير المناخي أكثر من نظيرتها في دول الجنوب.

واهتمت دراسة مروة صبحي (2020) (44) بتحليل الاتصالات الإلكترونية لمبادرة "اتحضر للأخضر" على مواقع التواصل الاجتماعي. أظهرت نتائج الدراسة التحليلية ارتفاع حجم متابعة صفحة "اتحضر للأخضر"، وجاء التدوير في مقدمة الموضوعات التي ركزت عليها الصفحة، ثم التنوع البيولوجي، ثم الحفاظ على الموارد الطبيعية.

وهدفت دراسة ياس خضير البياتي (2019) (45) إلى التعرف على دور الإعلام البيئي في توعية الجمهور بثقافة البيئة، والتوعية بمخاطرها الاجتماعية والصحية، وتوصلت إلى أن الحروب التي مر بها العراق من الأسباب الرئيسية في زيادة حدة التلوث البيئي، مما أدى إلى ظهور أمراض اجتماعية ونفسية وجسدية.

دراسة (2019) Jie Xiong, Haohuan Fu<sup>(46)</sup>، بهدف تسليط الضوء على دور الأطر العاطفية والإدراكية في إبراز القضايا البيئية، وتوصلت إلى أن الإطار السردى قد يجعل قضايا تغير المناخ أكثر بروزاً من خلال إشراك الجمهور في المناقشة أو إثارة اهتمامه على المدى الطويل، وأن الإطار المعرفي هو الأقل فاعلية في إثارة القلق العام بشأن التغير المناخي.

واهتمت دراسة ندى بوجاجة (2019)<sup>(47)</sup> بالتعرف على دور موقع فيسبوك في نشر الوعي البيئي وتحقيق التنمية المستدامة ومدى تأثيره على السلوكيات البيئية، وتوصلت إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تعتبر من أهم وسائل التوعية البيئية خاصة موقع فيسبوك، وأن الموقع يساهم بشكل فعال في التوعية البيئية وتحقيق التنمية المستدامة.

دراسة ريم فتحي قدوري (2019)<sup>(48)</sup> للتعرف على مستوى الوعي البيئي لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، واتجاهاتهم وسلوكياتهم البيئية، وتوصلت إلى أن مستوى الوعي البيئي لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي يتراوح بين المستوى العالي والمتوسط، وتميزت اتجاهاتهم نحو البيئية بالإيجابية، وأن قضايا التلوث بمختلف أشكالها، والمحافظة على الغابات تعد الأهم بالنسبة لمستخدمي مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، وبدرجة أقل قضايا النفايات البشرية والصلبة، وثقب الأوزون.

واهتمت دراسة علال وليد، باي عادل (2019)<sup>(49)</sup> بمعرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية البيئية ونشر الوعي البيئي لدى التلاميذ، وتوصلت إلى أن موقع فيسبوك يعتبر من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً لدى عينة الدراسة، وأنه يساهم بنسبة كبيرة في نشر الوعي البيئي بينهم، حيث أصبح وسيلة مهمة للاطلاع على الأخبار والمعلومات في شتى المجالات، وأن أغلب عينة الدراسة يستخدمون موقع فيسبوك في معرفة الأوضاع البيئية الراهنة ومشكلاتها وطرق معالجتها.

واهتمت دراسة دليلة شتوان، خيرة صلوبي (2019)<sup>(50)</sup> بمعرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي البيئي، ومدى مساهمة موقع فيس بوك في التعريف بقضايا البيئة ومشكلاتها، وتوصلت إلى أن معظم المبحوثين يستخدمون موقع فيس بوك بصفة دائمة، وصرح أكثر من نصف طلبة العينة أنهم لا يتابعون المواضيع البيئية، وأن الموقع يساهم في التعريف بقضايا البيئة ومشكلاتها، ويساهم في توجيه سلوكياتهم نحو البيئة.

وهدفت دراسة خلود عبد الله ملياني (2019)<sup>(51)</sup> إلى تحليل أساليب الإعلام البيئي الرقمي في مجالات التنمية المستدامة، ونشر ثقافة التنمية المستدامة. وتوصلت إلى اعتماد الإعلام البيئي على شبكات التواصل الاجتماعي كمنصات اتصالية، وأن مواضيع القضايا البيئية تركز على قضايا التلوث والاحتباس الحراري والطاقة والتنمية المستدامة مع ضعف الاهتمام بقضايا التصحر والتنوع البيولوجي.

وهدفت دراسة Emelie Oldensjö (2018)<sup>(52)</sup> إلى دراسة كيفية استخدام منصة يوتيوب لمشاركة المقاطع المصورة لنشر الوعي حول هدر الموارد في الحياة اليومية، وتوصلت إلى نجاح المواطن العادي في إنشاء قنوات علمية على موقع اليوتيوب أسهمت في إمداد الأفراد بالمعلومات العلمية البيئية، ونجحت في تغيير اتجاهاتهم وسلوكياتهم المتعلقة بترشيد الاستهلاك والحد من النفايات، كما وفرت ساحة للحوار والتعلم والتواصل بشأن الحفاظ على البيئة.

وهدفت دراسة راشد الدوسري (2018)<sup>(53)</sup> إلى التعرف على دور الإعلام الرقمي في توعية الشباب بقضايا البيئة، والمعوقات التي تحد من فاعلية الإعلام الرقمي في تنمية الوعي البيئي. وأكدت نتائج الدراسة أهمية الإعلام الرقمي في توعية الشباب بالقضايا البيئية.

واهتمت دراسة محمود حسن إسماعيل وآخرين (2018)<sup>(54)</sup> بالتعرف على واقع المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة في بعض المواقع الإلكترونية للمؤسسات الصحفية وأثرها على تنمية المسؤولية البيئية لدى الجمهور. وتوصلت إلى أن النمط الغالب في التداول هو الأسلوب الخبري، يليه التقرير، فيما لم يُستخدم نمط الحوار. وقد اتسمت المعالجة الخبرية بالموسمية.

وهدفت دراسة فاطمة بربوشي (2017)<sup>(55)</sup> إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي البيئي، وتوصلت إلى ارتفاع نسبة الوعي البيئي لدى أفراد العينة، وارتفاع ثقتهم في معلومات فيس بوك، وتتمثل أبرز مظاهر الوعي البيئي في وجود اهتمام بالقضايا البيئية.

واهتمت دراسة قويدر جلول، مبدوع وفاء (2017)<sup>(56)</sup> بالتعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي المستدام لدى الطلبة الجامعيين، وتوصلت إلى أن موقع فيس بوك يعد من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً لدى المبحوثين، وأنه يساهم في نشر الوعي البيئي المستدام.

وهدفت دراسة نصر الدين عثمان (2017)<sup>(57)</sup> إلى التعرف على مدى توظيف الإعلام الرقمي في نشر الوعي البيئي والتنمية المستدامة، وتوصلت إلى أن غالبية المبحوثين (64%) يرون أن الإعلام الرقمي لم يوظف في مجال البيئة، وأنه مقصر في نشر الوعي بالمشكلات البيئية (47%)، ووافق غالبية المبحوثين (79%) على أن ما يُنشر في الإعلام العربي عن البيئة لا يتناسب وأهميتها.

واهتمت دراسة مهري شفيقة (2016)<sup>(58)</sup> بالتعرف على دور الإعلام البيئي الإلكتروني عبر موقع فيس بوك في إحداث عملية التنمية المستدامة ونشر الوعي البيئي، وتوصلت إلى وجود اهتمام ملحوظ من الناشطين البيئيين بالتنمية المستدامة، لكن هناك تفاوت في نسبة الاهتمامات بين متصفح الصفحات عينة الدراسة. وتتناول الصفحات البيئية عينة الدراسة مواضيع التنمية البيئية وحملات التشجير والنظافة والطاقة المتجددة النظيفة واستخدامات الطاقة البديلة.

الاتجاهات الحديثة في بحوث الإعلام الرقمي ودورها في تشكيل وعي واتجاهات الجمهور نحو قضايا التوازن البيئي..  
دراسة تحليلية من المستوى الثاني

وهدفت دراسة **Rahim، Jalaladeen (2016)**<sup>(59)</sup>، إلى معرفة دور وسائل التواصل الاجتماعي في زيادة الوعي البيئي لدى طلاب جامعة السليمانية بالعراق، وتوصلت إلى أن معظم الطلاب عينة الدراسة (63.5%) يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي بشكل مستمر، للحصول على الأخبار والمعلومات وزيادة معرفتهم ورفع مستوى الوعي حول العلوم والتعليم وزيادة الوعي البيئي.

وهدفت دراسة **Cardelon et al (2015)**<sup>(60)</sup> إلى التعرف على الأطر التي تستخدمها المنصات الإلكترونية الناطقة بالإسبانية في أمريكا اللاتينية في تغطية أخبار قضايا التغيرات المناخية. كشفت نتائج الدراسة أن نصف الأخبار (47%) جاءت من وكالات الأنباء، وقد تم نشرها بدون تحرير، وأن 20% من الأخبار التي تعرضها الوكالات لا تقدم حلولاً لقضية التغيرات المناخية.

واهتمت دراسة **مريم بلخضر (2015)**<sup>(61)</sup> بمعرفة الدور الذي يؤديه موقع فيسبوك لخدمة أغراض الإرشاد البيئي، وتحليل دوره وفعاليته في توصيل رسالته الإعلامية، وتوصلت الدراسة إلى أن الطلاب يساهمون في نشر المعلومات والأخبار في موقع فيسبوك بنسبة 68.3%، ويساهمون في نشر المواضيع الإعلامية ومشاركتها وتبادلها عبر الموقع بنسبة 46.7%.

**ثالثاً: محور الدراسات التي تناولت الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية لاستخدام الإعلام الرقمي في قضايا التوازن البيئي:**

دراسة **رحاب محمد أنور (2023)**<sup>(62)</sup>، بهدف الرصد والقياس شبه التجريبي للتأثيرات الوجدانية والسلوكية الناتجة عن تعرض الشباب الجامعي لصور أزمة تغير المناخ؛ وتوصلت إلى أن التعرض لصور أزمة تغير المناخ يؤثر في الاستجابات الوجدانية والسلوكية لطلبة الجامعة، وأن كل إطار مرئي من أطر هذه الصور له تأثير مختلف، حيث تبين وجود فروق ذات دلالة بين المبحوثين في بعض التأثيرات الوجدانية، أما في حالة التأثيرات السلوكية فبينت النتائج وجود فروق ذات دلالة.

وهدفت دراسة **إيناس رضوان عبد الحميد (2023)**<sup>(63)</sup> إلى التعرف على كيفية معالجة "الصفحة الرسمية لوزارة البيئة المصرية" على "فيسبوك" لقضية التغيرات المناخية ومخاطرها، وتوصلت إلى ارتفاع معدلات الثقة في الصفحة الرسمية لوزارة البيئة، ووجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل اعتماد المبحوثين على الصفحة لمتابعة التغيرات المناخية ودرجة ثقتهم فيها.

**وتتفق معها في النتائج دراسة Jian Xu and Ruixia Han (2019)**<sup>(64)</sup>، والتي درست العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والسلوك المؤيد للبيئة، وتوصلت إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي أكثر فاعلية في التأثير على السلوك البيئي عن وسائل الإعلام



التقليدية، وأن موقع فيسبوك يأتي الأكثر تأثيراً في التوعية بموضوعات البيئة، والأكثر فاعلية في التأثير على السلوك البيئي.

وتوصلت إلى النتيجة ذاتها بوجود علاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي والسلوك البيئي الإيجابي دراسة **Salem, S.& Alanadoly, A. (2020)** (65)، بأن الاستخدام النشط لوسائل التواصل الاجتماعي له تأثير إيجابي على تحسين سلوك المستخدمين نحو البيئة وزيادة المخاوف بشأن الإخلال بها، وأهمية الاتصال الشفهي الإلكتروني في نشر الوعي بالاستدامة البيئية والتأثير على الأفراد لتبني السلوك البيئي الصحيح.

وقد اتفقت نتائج الدراسة السابقة مع دراسة **Chwialkowska (2019)** (66)، والتي رصدت فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في التنقيف والتعليم البيئي، وتوصلت إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي لها دورا كبيرا في غرس السلوك البيئي، من خلال بناء الوعي بالمنتجات الضارة بالبيئة.

وتختلف معها في النتيجة دراسة سارة المقدم (2022) (67)، إذ توصلت إلى عدم وجود دليل على ارتباط ارتفاع الوعي بالقضايا البيئية بالاتجاه الإيجابي نحو منشورات تقليل استخدام الأكياس البلاستيكية أو نية عينة الدراسة في تغيير سلوكياتهم للحفاظ على البيئة. وتتفق معها دراسة **Chi-Hung Chung et al (2020)** (68)، حيث توصلت إلى أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على معلومات عن القضايا البيئية، ورغم ذلك فإن عينة الدراسة نادرا ما تشارك أو تتفاعل مع منشورات القضايا البيئية. أما دراسة **Scherman & el (2022)** (69)، فقد توصلت إلى أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يرتبط إيجابياً بالمشاركة في القضايا البيئية، لكن هذه العلاقة تضعف بشكل تدريجي مع مرور الوقت.

وهدفت دراسة **Gupta, M., & Syed (2021)** (70)، لمعرفة تأثير أنشطة التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي على تسويق المنتجات الخضراء الصديقة للبيئة، وتوصلت إلى أن الموقف الإيجابي لدى المشاركين كان له تأثيره الكبير والإيجابي على رغبتهم في شراء المنتجات الصديقة للبيئة.

وهدفت دراسة **أحمد معيدي (2022)** (71) إلى التعرف على مواقف الجمهور السعودي تجاه التغطية الإخبارية لمنصات التواصل الاجتماعي لمشروع البذر السحابي (الاستمطار) لمواجهة شح المياه في السعودية، وتوصلت إلى أن غالبية الشعب السعودي (67%) يتابع مشروع الاستمطار، وقد حلت منصة "تويتر" على رأس أبرز مواقع التواصل الاجتماعي التي يتابع من خلالها مشروع الاستمطار.

واهتمت دراسة **Ogunjinmi and Adekoya (2016)** (72)، بتحديد تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على المعرفة بقضايا التغير المناخي، أظهرت نتائج الدراسة أن 98.3% من الباحثين عرفوا بقضية التغير المناخي من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، وأن موقع فيسبوك جاء في المرتبة الأولى من وسائل نشر معلومات عن التغير المناخي.



وهدفت دراسة محمود سلمان (2015)<sup>(73)</sup> إلى التعرف على مدى اعتماد طلبة الجامعات في محافظات غزة على المواقع الإلكترونية في تشكيل معارفهم حول قضايا البيئة، والآثار المعرفية والسلوكية الناتجة، وتوصلت إلى اعتماد غالبية الباحثين على المواقع الإلكترونية لتشكيل معارفهم نحو قضايا البيئة.

#### التحليل النقدي للدراسات السابقة:

أ- تنوعت مجالات الدراسات التي تناولت دور الإعلام الرقمي، ما بين دراسة المواقع الإلكترونية للمؤسسات الصحفية، ودراسة منصات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتر ويوتيوب.

ب- على مستوى كثافة الاهتمام البحثي كان المحور الخاص بدراسة دور وسائل الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي البيئي لدى الجماهير هو الأكثر بروزاً، بنسبة 59.6%، فيما حل ثانياً الدراسات التي تناولت الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية لاستخدام الإعلام الرقمي في المجال البيئي بنسبة 22.8%، وجاء في الترتيب الثالث محور الدراسات التي تناولت مدى استخدام الجمهور للإعلام الرقمي في متابعة القضايا البيئية بنسبة 17.54%.

ت- على مستوى النتائج، أكدت دراسات أنه رغم اعتماد الجمهور على التماس المعلومات بشأن القضايا البيئية من مواقع التواصل الاجتماعي، إلا أن الجمهور لا يثق فيما تقدمه من معلومات، وذلك راجع إلى طبيعتها، وهو ما يبين أهمية توظيف صفحات المؤسسات الإعلامية في نشر المعلومات الصحيحة والصادقة عن القضايا المجتمعية عامة والبيئية خاصة، فالإعلام الرقمي لن يكون بديلاً بأي حال عن الإعلام التقليدي، ولا بد من إحداث تكامل بين الاثنين. كذلك من الضروري تأهيل القائمين على الصفحات البيئية المتخصصة من أجل اتقان لغة الكتابة الإعلامية وتبسيط المعلومات البيئية التقنية لتوصيلها إلى القارئ العادي.

وتباينت نتائج الدراسات في تقييم دور الإعلام الرقمي في التنمية البيئية، إذ أكد بعضها على أهميتها في نشر الوعي البيئي، فيما أشار البعض الآخر إلى أن الإعلام الرقمي مقصر في نشر الوعي بالمشكلات البيئية، وأنه لم يُوظف بشكل جيد في مجال التوعية البيئية. وبينما أكدت دراسات نجاح الإعلام الرقمي في زيادة الوعي البيئي وخطورة الإخلال بالتوازن البيئي، إلا أنها اختلفت في حدود التأثير على السلوك البيئي الإيجابي.

ث- على مستوى الأطر النظرية: استخدمت دراسة سامح فوزي (2023) نظرية التماس المعلومات، ودراسة ريم الشريف (2022)، فيما اعتمدت دراسة جيهان عبد الحميد (2022) على نظرية الأطر الإعلامية، ودراسة مصطفى عبد الحي (2022)، ودراسة مني فؤاد (2020)، ودراسة Jie Xiong, Haohuan Fu (2019)، ودراسة Cardelon et al (2015)، ودراسة محمود حسن إسماعيل وآخرين (2018).

الاتجاهات الحديثة في بحوث الإعلام الرقمي ودورها في تشكيل وعي واتجاهات الجمهور نحو قضايا التوازن البيئي..  
دراسة تحليلية من المستوى الثاني

واعتمدت دراسة رقيقة شابي (2020) على نظرية الاستخدامات والإشباع، ودراسة أمينة يخلف، مريم مخلوف (2020)، ودراسة ياس خضير البياتي (2019)، ودراسة دليلة شتوان، خيرة صلوبي (2019)، ودراسة قويدر جلول، مبدوع وفاء (2017)، ودراسة مريم بلخضر (2015)، ودراسة دراسة Gupta, M., & Syed (2021) واستخدمت نظرية الاعتماد دراسة هاجر حلمي حبيش (2023)، ودراسة نوف عبد اللطيف (2022)، ودراسة أمينة يخلف، مريم مخلوف (2020)، ودراسة محمود حسن إسماعيل وآخرين (2018)، ودراسة محمود سلمان (2015)، ودراسة رحاب محمد أنور (2023)، ودراسة إيناس رضوان عبد الحميد (2023). فيما استخدمت نظرية ثراء الوسيلة دراسة توفيق ذباح، (2020)، ودراسة خلود عبد الله ملياني (2019). واعتمدت على نظرية تغيير السلوك دراسة مروة صبحي محمد (2020)، واعتمدت دراسة سارة المقدم (2022) على نظرية السلوك المخطط. واستخدمت نظرية التعليم الاجتماعي وتأثير الأقلية دراسة Chwialkowska (2019). واعتمدت دراسة لمياء عرابي محمد (2023) على نظرية الغرس الثقافي، واستخدمت دراسة سارة عبد الفتاح السيد (2023) نموذج رولر لاستراتيجيات الاتصال الموقفية. واستخدمت دراسة Matei, Sorin Adam (2021) نظرية ترتيب الأولويات.

ج- **على مستوى الدول**، اتسع النطاق الجغرافي لدراسات الإعلام الرقمي البيئي، بين عديد من بلدان العالم، المتقدم والنامي على السواء، بما يعكس إدراك أهميتها وخطورة الإخلال بالتوازن البيئي، فقد جاءت دراسات في بلدان عربية مثل مصر والجزائر والسعودية والعراق، وبلدان آسيوية باكستان والصين والهند، وبلدان أوروبية، وإفريقية وأمريكية شمالية وجنوبية. وكانت الجزائر هي الأكثر بروزا من بين جميع البلدان التي تناولتها الدراسات عينة البحث.

ح- **على مستوى المدارس العلمية** يبين الجدول توزيع الدراسات عينة التحليل على المدارس العلمية المختلفة:

| المدرسة العلمية   | ك  | %      |
|-------------------|----|--------|
| المدرسة العربية   | 23 | 40.35% |
| المدرسة المصرية   | 16 | 28.07% |
| المدرسة الأوروبية | 9  | 15.79% |
| المدرسة الإفريقية | 3  | 5.26%  |
| المدرسة الأمريكية | 3  | 5.26%  |
| المدرسة الآسيوية  | 3  | 5.26%  |
| الإجمالي          | 57 | 100%   |

من الجدول السابق يتبين أن المدرسة العربية كانت الأكثر اهتماما ببحوث الإعلام الرقمي البيئي، وبنسبة 40.35%، تليها المدرسة المصرية. وعلى مستوى المدارس الأجنبية جاءت المدرسة الأوروبية في المرتبة الأولى بنسبة 15.79%.

خ- على مستوى أدوات جمع البيانات المستخدمة في دراسات وبحوث الإعلام الرقمي البيئي، أظهر التحليل ما يلي:

اعتمدت دراسات على استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات مثل دراسة سامح فوزي (2023)، ودراسة أحمد عارف، آلاء محمد (2023)، ودراسة ريم الشريف (2022)، ودراسة روان عسكر (2021)، ودراسة رقيقة شابي (2020)، ودراسة Hopke, J. E., & Paris, L. (2019)، ودراسة ربيعة بو زيدي (2017)، ودراسة هاجر حلمي حبيش (2023)، ودراسة نوف عبد اللطيف (2022)، ودراسة أجرتها اسمهان مربيعي (2022)، ودراسة Balarabe and Hamza (2020).

واعتمدت دراسات على تحليل المضمون مثل دراسة Falkenberg وآخرون (2022)، ودراسة جيهان عبد الحميد (2022)، ودراسة Matei, Sorin Adam (2021)، ودراسة مصطفى عبد الحي (2022)، ودراسة Ballestar (2020).

واستخدمت المقابلة كأداة لجمع البيانات مثل دراسة خلود عبد الله ملياني (2019)، ودراسة فاطمة بربوشي (2017)، ودراسة نصر الدين عثمان (2017)، ودراسة Chi (2020) (Hung Chung et al).

د- أما عن العينات التي اعتمدت عليها الدراسات الخاضعة للتحليل، فقد تنوعت، ما بين عشوائية احتمالية وغير احتمالية. وقد تنوعت العينات الاحتمالية، إذ اعتمدت دراسة ياس خضير البياتي (2019) على عينة عشوائية طبقية ومعها دراسة محمود سلمان (2015)، واستخدمت دراسة ريم فتحي قدوري (2019) عينة عشوائية حصصية، فيما اعتمدت دراسة Scherman & el (2022) على عينة عشوائية طبقية وعشوائية متعددة المراحل، واستخدمت دراسة Ogunjinmi and Adekoya (2016) عينة عشوائية متعددة المراحل. وفي الدراسات التي استخدمت عينات غير احتمالية، كانت العينة العمدية الأكثر بروزاً، بعدد 17 دراسة.

الرؤية المستقبلية لبحوث الإعلام الرقمي في تشكيل وعي واتجاهات الجمهور نحو قضايا التوازن البيئي:

■ ضرورة الاهتمام بالدراسات التي تبين الفارق بين الصفحات والحسابات الشخصية على المنصات الرقمية وصفحات وحسابات المؤسسات الإعلامية على المنصات ذاتها، فهذه التفرقة لا بد أن تكون واضحة لدى الجماهير، من أجل كسب ثقة الجمهور في المحتوى الإعلامي البيئي.

■ الاهتمام بالدراسات التي تتناول مدى استخدام الجمهور للإعلام الرقمي في الحصول على المعلومات البيئية، مقارنة بالإعلام التقليدي والوسائل التقليدية، إذ أظهر التحليل أن ظهرت في عينة الدراسة بنسبة 17.54%.

الاتجاهات الحديثة في بحوث الإعلام الرقمي ودورها في تشكيل وعي واتجاهات الجمهور نحو قضايا التوازن البيئي..  
دراسة تحليلية من المستوى الثاني

- أهمية توجيه مزيد من الاهتمام للدراسات التي تتناول الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية لاستخدام الإعلام الرقمي البيئي، حيث ظهرت في التحليل بنسبة 22.8%، مع التركيز على المعوقات التي تمنع تشكيل وعي بيئي سليم ومتكامل، ومدى تطور هذا الوعي إلى اتجاه إيجابي ثم سلوك إيجابي، والتركيز على السلوكيات التي يمكن أن يقوم بها الجمهور لاستعادة التوازن البيئي.
- التعرف على المتغيرات الثقافية والاجتماعية والتي تؤثر وتتداخل مع دور وسائل الإعلام الرقمي في تشكيل وعي واتجاهات الجمهور نحو قضايا التوازن البيئي، من أجل إحداث تكامل بين المؤسسات الاجتماعية والمؤسسات الإعلامية للحصول على وعي سليم وسلوك إيجابي.
- إجراء دراسات كيفية في مجال الإعلام الرقمي البيئي، حيث جاءت أغلب البحوث العربية معتمدة على البحوث الوصفية، والتي تستخدم الأسلوب الكمي، وهو ما جعلها تكتفى بالبعد الوصفي، وتفتقد إلى البعد التفسيري والتحليلي.
- ومن ناحية أدوات جمع البيانات، الاهتمام بأداة المقابلات المتعمقة مع أفراد الجمهور، إلى جانب أدوات الاستبيان وتحليل المضمون.
- من ناحية الجمهور، يجب تنويع المستويات العمرية التي تُجرى عليها الدراسات المستقبلية، وتوجيه مزيد من الاهتمام بفئة المراهقين.

- (1) Islam Kamal (2021), Climate Change Mitigation and Adaptation Strategies and Policies for Cultural Heritage in Egypt, *Journal of the Faculty of Tourism and Hotels-University of Sadat City*, Vol. 5, Issue (1/2), P: 21.
- (2) سارة شوقي المقدم، (2022)، تأثير مبادرة اتحضر للأخضر على النية السلوكية لمستخدمي الفيسبوك للاهتمام بالبيئة: دراسة شبة تجريبية، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، العدد 80، ص 790.
- <sup>3</sup> خلود عبد الله محمد ملياني، (2019)، الإعلام البيئي الرقمي عبر شبكات التواصل الاجتماعي ودوره في تحقيق التنمية المستدامة، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، العدد 66، ص 678.
- <sup>4</sup> وليد رفيق العياصرة، (2012)، التربية البيئية واستراتيجيتها تدريسيها، (الأردن، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع) ص 90.
- <sup>5</sup> زاهر هاشم، (2019)، الإعلام الإلكتروني وقضايا البيئة والتنمية، أخبار البيئة، بلدية دبي، مركز البيئة للمدن العربية.
- Johannes Bhanye and Maureen Maisiri, Environmental Communication (EC) and the New Media: An African Context Perspective, R. Baikady et al. (eds.), *The Palgrave Handbook of Global Social Change*, [https://doi.org/10.1007/978-3-030-87624-1\\_397-1](https://doi.org/10.1007/978-3-030-87624-1_397-1)
- <sup>6</sup> دليلة شتوان، خيرة صلوبى (2019)، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتشكيل الوعي البيئي: فيس بوك نموذجا، *رسالة ماجستير غير منشورة*، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم الإعلام والاتصال، ص 47 – 48.
- <sup>7</sup> Matthew T. Ballew, Allen M. Omoto and Patricia L. Winter, (2015), Using Web 2.0 and Social Media Technologies to Foster Proenvironmental Action, *Sustainability*, 7(8), 10620-10648; <https://doi.org/10.3390/su70810620>
- <sup>8</sup> فيروز عبد الحميد جابر، (2021)، إستراتيجيات المؤسسات الصحفية المصرية في توظيف منصاتها الرقمية على مواقع التواصل الاجتماعي في مواجهة منصات التنظيمات الإرهابية، *مجلة البحوث الإعلامية*، العدد 58، الجزء الرابع، ص 1904.
- <sup>9</sup> Desirée Schmuck. (28 Dec 2021), *Social Media Influencers and Environmental Communication from: The Handbook of International Trends in Environmental Communication* Routledge.
- <sup>10</sup> Petrus Imam Prawoto Jati1, Dian Bestari Santi Rahayu, 2020, Media Agenda Setting to Strengthen Environmental Awareness and Concern Among Youth, *Education and Humanities Research*, volume 389, DOI: <https://doi.org/10.2991/icstcsd-19.2020.6>
- <sup>11</sup> Jie Ren, Hang Dong, Ales Popovic, Gaurav Sabnis & Jeffrey Nickerson, (2022) Digital platforms in the news industry: how social media platforms impact traditional media news viewership, *European Journal of Information Systems*, Published online: <https://doi.org/10.1080/0960085X.2022.2103046>
- <sup>12</sup> Pop, R. A., Săplăcan, Z., & Alt, M. A. (2020). Social media goes green—The impact of social media on green cosmetics purchase motivation and intention. *Information*, 11(9), 447.
- <sup>13</sup> Wehr, K. (Ed.) (2011). *Green culture: An A-to-Z guide* (Vol. 11). Sage.

<sup>14</sup> Claudia A. Rademaker, (2013), Green Media: Exploring Green Media Selection and its Impact on Communication Effectiveness, SSE and Claudia A. Rademaker, p: 3.

- Osama Wagdi, Amal Seddik Afify and Atef Fathi, (2022), The Impact of Social Media Marketing Activities on Green Consumption Intention: Evidence from Emerging Countries. *Entrepreneurship and Sustainability*, Volume 10, Number 1. [http://doi.org/10.9770/jesi.2022.10.1\(8\)](http://doi.org/10.9770/jesi.2022.10.1(8)), Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=4215867>.

<sup>15</sup> Newig, J. & Schulz, D. & Fischer, D. & Hetze, K. & Laws, N. & Luedecke, G. & Rieckmann, M. (2013).” Communication Regarding Sustainability: Conceptual Perspectives and Exploration of Societal Subsystems”. *Sustainability*. Vol.5. pp:2976-2990. 10.3390/su5072976.

<sup>16</sup> Matthews, R. (2011d). Social media marketing and environmental sustainability. *The Green Market Oracle*, February 28.

<sup>17</sup> سامح فوزي السيد الشحري، (يناير 2023)، تأثير التعرض للمواقع الإخبارية على الوعي بمخاطر التغيرات المناخية لدى الجمهور المصري، *المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري*، كلية الإعلام، جامعة بني سويف، المجلد 7، العدد 1، ص 493 – 555.

DOI: [10.21608/mebp.2022.179270.1050](https://doi.org/10.21608/mebp.2022.179270.1050)

<sup>18</sup> أحمد عارف، آلاء محمد ممدوح جبر، (2023)، فعالية حملات التسويق الاجتماعي في توعية الجمهور بمخاطر التغيرات المناخية- دراسة ميدانية، *مجلة البحوث الإعلامية*، المجلد 64، العدد 2، ص 651 – 700. <sup>19</sup> جيهان عبد الحميد عبد العزيز حنفي، (يوليو 2022)، معالجة الإعلام الرقمي لمخاطر التغيرات المناخية: دراسة تحليلية للمحتوى الرقمي عبر اليوتيوب، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، ع 80، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ص 531 – 578.

<sup>20</sup> رقيقة شابي، يمنية زموش، (2020)، فعالية شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة البيئية: دراسة مسحية على عينة من متابعي صفحة جمعية حماية البيئة ونظافة المحيط، *رسالة ماجستير غير منشورة*، جامعة محمد خيضر بسكرة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم العلوم الإنسانية.

<sup>21</sup> Amandeep Kaura and Harpreet Chahal,(2018), “Role of Social Media in increasing

Environmental issue awareness”, *Journal of Arts, Science & Commerce*, Vol. IX, No. 1, pp. 19-27.

<sup>22</sup> ريم الشريف، (يوليو/ سبتمبر 2022)، التماس الجمهور المصري للمعلومات حول التغيرات المناخية في مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاته نحو قمة المناخ 2022، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، عدد 80، الجزء الأول، ص 565 – 615.

<sup>23</sup> روان عسكر، (أغسطس 2021)، الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بإدراك مستخدمي هذه الشبكات مخاطر التغيرات المناخية في مصر، *مجلة كلية الآداب*، جامعة المنصورة، المجلد 69، العدد 69.

<sup>24</sup> Matei SA, Kulzick R, Sinclair-Chapman V, Potts L (2021) Setting the agenda in environmental crisis: Relationships between tweets, Google search trends, and newspaper coverage during the California drought. *PLoS ONE* 16(12): e0259494. DOI: [10.1371/journal.pone.0259494](https://doi.org/10.1371/journal.pone.0259494)

(25) ربيعة بو زيدي، (2017)، الإعلام الإلكتروني والمواطنة البيئية: دراسة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي - موقع الفيس بوك Facebook أنموذجا، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3.

(26) Max Falkenberg, Alessandro Galeazzi, Maddalena Torricelli, Niccol'o Di Marco, Francesca Larosa, Madalina Sas, Amin Mekacher, Warren Pearce, Fabiana Zollo, Walter Quattrociochi, and Andrea Baronchelli, (2022) "Growing polarisation around climate change on social media", Working Paper: 211-230. DOI:10.1108/MD-05-2020-0679.

(27) Hopke, J. E., & Paris, L. (2022). Environmental Social Movements and social media. In B. Takahashi, J. Metag, J. Thaker, & S. Evans Comfort, *The Handbook of International Trends in Environmental Communication* (pp. 357-372). Oxford: Routledge.

28 لمياء عرابي محمد (2023، أكتوبر)، الإعلام الرقمي والتوعية بالأزمات البيئية- دراسة ميدانية، مجلة البحوث الإعلامية، المجلد 68، العدد 2، ص 1387 – 1419.

29 سارة عبد الفتاح السيد (يوليو 2023)، فاعلية الحملات الإعلامية الرقمية لتسويق الاستراتيجيات البيئية للحكومة المصرية: دراسة تحليلية على حملات إعادة تدوير المخلفات، *المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان*، المجلد 2023، العدد 26، الجزء الثاني، ص 315 – 351.

(30) هاجر حلمي حبيش، (يناير 2023)، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل وعي الشباب المصري واتجاهاته نحو قضايا الجرائم البيئية وتغير المناخ، *مجلة البحوث الإعلامية*، العدد 64، الجزء الأول، ص 398 – 640.

(31) مصطفى عبد الحي عبد العليم، (إبريل 2022)، أطر التغطية الصحفية لقضية التغيرات المناخية في المواقع الصحفية المصرية: دراسة تحليلية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، *مجلة البحوث الإعلامية*، ع 61، ج 3، ص 1537 – 1576.

(32) نوف عبد اللطيف الحزامي، (2022)، دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي والثقافة الخضراء: دراسة مسحية على عينة من طلاب وطالبات جامعة الملك سعود، *مجلة البحوث الإعلامية*، العدد 63، الجزء الأول، ص 69 – 100.

(33) اسمهان مربيبي، (يونيو 2022)، دور الإعلام البيئي الإلكتروني وتحدياته في تحقيق التنمية المستدامة: واقع ورؤى، *مجلة علوم الإنسان والمجتمع*، جامعة خيضر بسكرة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، مج 11، ع 2، ص 747 – 776.

(34) Bienvenido León, Samuel Negredo, María Carmen Erviti, (Sep 2022) Social Engagement with climate change: principles for effective visual representation on social media, *Journal Article*, London Vol. 22, Iss. 8, PP: 976-992. <https://doi.org/10.1080/14693062.2022.2077292>

(35) ريمياء عبادي، زينب بو عبد الله (2020)، التسويق الاجتماعي للقضايا البيئية عبر مواقع التواصل الاجتماعي- دراسة مسحية بولاية الوادي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الشهيد حمه لخضر- الوادي، الجزائر.

(36) سهام شفرور، (2020)، الوعي البيئي عبر الإعلام الجديد: دراسة تحليلية لعينة من صفحات الجمعيات البيئية الجزائرية على فيس بوك، *مجلة العلوم الإنسانية*، جامعة العربي بن مهيدي - أم البواقي، مج 7، ع 2، ص 248 – 262.



(37) Ballestar, M. & Cuerdo-Mir, M. & Freire, T. (2020).” The Concept of Sustainability on social media: A Social Listening Approach”. Sustainability. Vol.12. 2122.pp:1-19.

10.3390/su12052122.

(38) توفيق ذباح، (فبراير 2020)، المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة عبر وسائل الإعلام الجديد: دراسة وصفية تحليلية لصفحة الوكالة الوطنية للنفايات على الفايسبوك أنموذجاً، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، برلين – ألمانيا، العدد 10. (39) مني فؤاد موافي، (2020)، دور الصحافة الإلكترونية والبرامج التليفزيونية في نشر الوعي البيئي لدى الجمهور المصري: دراسة تطبيقية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة المنصورة.

(40) أمينة بخلف، مريم مخلوف (2020)، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم الإعلام والاتصال.

(41) وليد حدادي، (2020)، تكوين قيم المواطنة البيئية لدى الشباب الجامعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة في الدور والتأثيرات، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، مج11، ع1.

(42) Balarabe, Usman B., and Yakubu Gmabo Hamza. (2020). “Climate Change: Media Coverage and Perspectives of Climate Change in Kano, Nigeria.” *Journal of Energy Research and Reviews* 6(2): 11-19. DOI: [10.9734/jenrr/2020/v6i230163](https://doi.org/10.9734/jenrr/2020/v6i230163).

(43) Vu, H. T., Blomberg, M., Seo, H., Liu, Y., Shayesteh, F., & Do, H. V. (2020). Social Media and Environmental Activism: Framing Climate Change of Facebook by Global NGOs. *Science Communication*, 1-25. <https://doi.org/10.1177/1075547020971>.

(44) مروة صبحي محمد، (أكتوبر 2020)، دور الصفحات الرسمية المصرية على وسائل التواصل الاجتماعي في دعم التنمية البيئية المستدامة بالتطبيق على صفحة "تحضر للأخضر"، مجلة البحوث الإعلامية، العدد 55، الجزء الثالث، ص 1682 – 1764.

(45) ياس خضير البياتي (2019)، دور الإعلام البيئي في تعميق الوعي الاجتماعي لمواجهة التلوث البيئي: دراسة ميدانية، المجلة الجزائرية لبحوث الرأي العام والإعلام، مج2، ع2، ص 39 – 69.

(46) Jie Xiong, Haohuan Fu (2019), What Framework Promotes Saliency of Climate Change Issues on Online Public Agenda: A Quantitative Study of Online Knowledge Community Quora, *ESSCA School of Management, Tsinghua University March 2019 Sustainability* 11(6):1619. <https://doi.org/10.3390/su11061619>

(47) ندي بوجاجة، (2019)، وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التوعية البيئية وتحقيق التنمية المستدامة: موقع فيس بوك نموذجا، المجلة العربية للأرشيف والتوثيق والمعلومات، ورقة بحثية، ع46.

(48) ريم فتحي قدوري، (مايو 2019)، الوعي البيئي لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي: دراسة استطلاعية لعينة من مستخدمي موقع فيس بوك، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، العدد 7.

(49) علال وليد، (2019)، دور مواقع التواصل الاجتماعي فيس بوك في التوعية البيئية لدى تلاميذ المرحلة الثانوية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشهيد حمد لخضر – البادي، كلية العلوم الاجتماعية والإعلام.



(50) دليلة شتوان، خيرة صلوبي (2019)، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتشكيل الوعي البيئي: فيس بوك نموذجاً، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم الإعلام والاتصال.

(51) خلود عبد الله ملياني، (يناير 2019)، الإعلام البيئي الرقمي عبر شبكات التواصل الاجتماعي ودوره في تحقيق التنمية المستدامة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 66، ص 671 – 705.

(52) Emelie Oldensjö, 2018, "The practice of influencing: How Zero Waste YouTubers try to influence the reduction of waste through online communities." Master's thesis, Swedish University of Agricultural Sciences: Faculty of Natural Resources and Agricultural Sciences. Available at: <http://stud.epsilon.slu.se>.

(53) راشد الدوسري، (2018)، فاعلية الإعلام الجديد في تنمية الوعي البيئي: دراسة ميدانية، رسالة ماجستير

غير منشورة، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة نايف للعلوم الأمنية.

(54) محمود حسن إسماعيل، مراد حكيم بباوي، جيهان عطا أرسانيوس، (2018)، المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة في بعض المواقع الإلكترونية للمؤسسات الصحفية وأثرها على تنمية المسؤولية البيئية لدى الجمهور، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس، معهد الدراسات والبحوث البيئية.

(55) فاطمة بربوشي، زينب صديقي، (2017)، دور مواقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك" في تنمية الوعي البيئي لدى طلبة العلوم الإنسانية – جامعة أدرار نموذجاً، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أحمد دراية، أدرار، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية والعلوم الإسلامية، قسم العلوم الإنسانية.

(56) قويدر جلول صديري، ميدوع وفاء، (2017)، دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي المستدام لدى الطلبة الجامعيين، موقع الفيسبوك نموذجاً، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الجبالي بونعامة بخميس مليانة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم العلوم الإنسانية، شعبة علوم الإعلام والاتصال.

(57) نصر الدين عبد القادر عثمان، (يونيو 2017)، توظيف الإعلام الجديد في نشر الوعي بقضايا التنمية المستدامة – الوعي البيئي أنموذجاً: دراسة ميدانية، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، مج5، ع15، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، ص 15- 196.

(58) مهري شفيقة، (ديسمبر 2016)، الإعلام البيئي الإلكتروني عبر موقع الفيس بوك ودوره في تحقيق التنمية المستدامة، مجلة العلوم الاجتماعية، جامعة محمد لمين دباغين سطيف 2، العدد 23.

(59) Mariwan Rahim, Jwan Jalaladeen, (2016), The Role of social media on Environmental Awareness of Undergraduate Students in University of Suleimani in Iraq, *Journal of Arts, Literature, Humanities and Social Sciences*, ISSN: 2414 – 3383, PP: 218: 231 .

(60) Calderon, Carlos A., Pinuel J. Luis., Maite Mercado, and M, and Elias D. Sucre. 2015. "Media Coverage of Climate Change in Spanish-Speaking Online Media." *Convergencia Revista de Ciencias Sociales*, Vol 68: 71- 95. DOI: 10.29101/crcs.v0i68.2952.

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

(62) رحاب محمد أنور (أكتوبر 2023)، التأثيرات الوجدانية والسلوكية لتعرض الشباب لصور أزمة تغير المناخ العالمية وعلاقتها بسماتهم الشخصية- دراسة شبه تجريبية، مجلة البحوث الإعلامية، المجلد 68، العدد 1، الصفحة 3 – 110.

<sup>63</sup> إيناس رضوان عبد الحميد (يوليو 2023)، أثر المحتوى الرقمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي في توعية الشباب المصري بالتغيرات المناخية بالتطبيق على الصفحة الرسمية لوزارة البيئة المصرية عبر موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك"، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، العدد 84، الجزء الثاني، المجلد الثالث، ص 1475-1526.

<sup>(64)</sup> Jian Xu and Ruixia Han, "The Influence of Place Attachment on Pro-Environmental Behaviors: The Moderating Effect of social media, *International Journal of Environmental Research and Public Health*, Vol. 16, 2019, DOI: <https://doi.org/10.3390/ijerph16245100>

<sup>(65)</sup> Salem, S.& Alanadoly, A. (2020). "Personality traits and social media as drivers of word-of-mouth towards sustainable fashion", *Journal of Fashion Marketing and Management*, Vol. 25 No. 1, pp. 24-44. <https://doi.org/10.1108/JFMM-08-2019-0162>

<sup>(66)</sup> Chwialkowska A. (2019)."How Sustainability Influencers Drive Green Lifestyle Adoption on Social Media: The Process of Green Lifestyle Adoption Explained through the Lenses of the Minority Influence Model and Social Learning," *Management of Sustainable Development*, vol. 11(1), pp: 33-42.

<sup>(67)</sup> سارة شوقي المقدم، (يوليو/ سبتمبر 2022)، تأثير مبادرة احضر للأخضر على النية السلوكية لمستخدمي فيس بوك للاهتمام بالبيئة: دراسة شبه تجريبية، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، العدد 80، الجزء الثاني، ص 785 – 811.

<sup>(68)</sup> Chung, C.-H., Chiu, D.K.W., Ho, K.K.W. and Au, C.H. (2020), "Applying social media to environmental education: is it more impactful than traditional media?", *Information Discovery and Delivery*, Vol. 48 No. 4, pp. 255-266. <https://doi.org/10.1108/IDD-04-2020-0047>

<sup>(69)</sup> Andrés Scherman, Sebastián Valenzuela & Sebastián Rivera (2022) Youth environmental activism in the age of social media: the case of Chile (2009-2019), *Journal of Youth Studies*, 25:6, 751-770, <https://doi.org/10.1080/13676261.2021.2010691>

<sup>(70)</sup> Gupta, M., & Syed, A. A. (2021). Impact of online social media activities on marketing of green products. *International Journal of Organizational Analysis*, April 2021. DOI: 10.1108/IJOA-02-2020-2037.

<sup>(71)</sup> أحمد معيدي، (2022)، اتجاهات الجمهور نحو التغطية الإخبارية لمواقع التواصل الاجتماعي للمشاركة البيئية في السعودية: الاستمطار أنموذجاً- دراسة مسحية على جمهور مدينة الرياض، *مجلة البحوث الإعلامية*، مج63، ع3، ص 1433 – 1484.

<sup>(72)</sup> Ogunjinmi, Adeknule A., Oluwatosin Adekoya and Kedinde Ogunjinmi. 2016. "Influence of Social Media on Climate Change Knowledge and Concerns." *Nigerian Journal of Agriculture, Food and Environment*, 12(4): 23-30.

<sup>(73)</sup> محمود سلمان بريص، (2015)، اعتماد طلبة الجامعات في محافظات غزة على المواقع الإلكترونية الفلسطينية في تشكيل معارفهم نحو قضايا البيئة: دراسة ميدانية، *رسالة ماجستير غير منشورة*، الجامعة الإسلامية – غزة.