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

أ. السيد حامد السيد رجب

 إشراف: أ. د. وليد عبود

إشراف مشترك: د. فتحي مجدال**

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 والأفريقية.

وتدرج الدراسة الحالية تحت الدراسات الوصفية، وتعتمد على النهج الوصفي الكمي باستخدام تحليل البيانات من المستوى الثاني، كما تعمد على التحليل الكيفي لرصد الموضوعات والملاحات البحثية التي تناولتها الدراسات العلمية، وأيضاً الأطر النظرية والمنهجية، والأهداف التي سعت إليها، بهدف تقديم رؤية تأدية مقارنة بين الدراسات العربية وال莫جنة بدراسةها المختلفة، للوصول إلى رؤية مستقبلية تطوير بحوث الإعلام الرقمي ودوره في تنمية الوعي البيئي.

وتوصلت الدراسة إلى أن الدراسات التي تناولت دور الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي البيئي لدي الجمهور كانت الأكثر بروزا بنسبة 59.6%، فيما حل ثانيا الدراسات التي تناولت الآثار العرقية والجوانبية والسلوكية لاستخدام الإعلام الرقمي في المجال البيئي بنسبة 22.8%، واجه 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 والإجابات، والاعتماد على وسائل الإعلام، وتحليل الأطر.

** الباحث دكتوراه بقسم العلاقات العامة والإعلام - كلية الإعلام - جامعة القاهرة.

*** المستشار بقسم العلاقات العامة والإعلام - كلية 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 أدورا هامة في حياة الأفراد والمجتمعات، إذ صارت من أسس الحياة المعاصرة، ووسيلة لا يمكن الاستغناء عنها لربط الإنسان بالواقع المعايد من حوله، وصارت من القوى الفاعلة التي تؤدي دورًا 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 الإعلام الرقمي دورة بالغ الأهمية مع نسب الإقبال المرتفعة على استخدامه، خاصة من أجل المراهقين والشباب. وسبب الإقبال عليه، تزايد توظيف الإعلام الرقمي في كافة المجالات ومنها المجال البيئي، فلما لا يتمتع من خصائص مثل الرغبة في المعرفة التفاعلية بين المرسل والمتلقي، مما يساعد على التعرف الفوري لرصد الفعل تجاه الرسائل البيئية، ثم استغلال تطوير الرسالة ليكن أكثر فاعلية.

وعلى هذا، تبرز أهمية الإعلام الرقمي في بلدان العالم عامة ومصر خاصة، نظرًا لوجود العديد من التحديات في مجال التوازن البيئي ومنها: الثقوب بمختلف مصادره، وعدم تدريج المخلفات البلاستيكية والأخلاص منها في الترع والمساحات الخضراء، والإسراف في استخدام الأسمدة الكيماوية، وتراجع الرقعة الزراعية وقطع الأشجار، وغيرها من مسببات اختلال التوازن البيئي.

بالنسبة للاختلاس الحراري، والذي يعد أحد مظاهر الاحتباس الحراري، فقد أظهر النيل واحدة من بين أكثر ثلاث مناطق في العالم معرضاً بشكل قوي لتأثيرات التغيرات المناخية، والتي تهدد أيضاً المواقع الأثرية بخطر الاحتباس تحت مياه البحر، أو التأثير على بنيتها نتيجة ارتفاع درجات الحرارة والأمواج (1).

وتؤثر الأكاسيس البيئية على التوازن البيئي، طبقاً لمبادرة "الخضير للأخضر"، والتي أطلقتها وزارة البيئة في عام 2020، تستهلك مصر قرابة 14 مليار كيلو غرام سنوياً، لا يتم إعادة تدوير إلا 1% فقط، فيما تجد النسبة الباقية طريقتها إلى الترع والنيل والأراضي والأزقة (2).

واستناداً على ما سبق، يستهدف هذا البحث عرضاً 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 الضروريتين التي لا يمكن الاستغناء عنها، حيث يعد الإعلام الرقمي الجديد أفضل منتجات العصر الحديث، مما يعد نعم من التفاعلية، والإنترنت، والعالمية، وانخفاض تكاليف الحصول على التقنيات، علاوة على سهولة استخدامها.
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، وتقييم موضوعاتها، ومراجعتها مراجعة علمية ومنهجية ونقدية، بما يساعد الباحثين على إجراء دراسات حديثة في مجال الإعلام الرقمي ودوره في دعم قضايا البيئية بشكل عام والتوازن البيئي خاصة.

وعلى هذا يُتم تمكّن 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، فقضايا البيئية لم تعد على هامش الحياة للأفراد والحكومات، مع ظهور تداعيات الاتصال الحاري على نواحي حياة الكوكب، وأهمية استعادة التوازن البيئي بين عناصر البيئة، وتمثل الأهمية فيما يأتي:

- الاتصال المحلي والإقليمي والدولي بقضايا البيئة والتوازن البيئي، وقد مؤتمرات وندوات ومعاهدات لتشخيص مسببات الأزمات وتحديد العلاج المناسب لاستعادة التوازن البيئي واستعادة التوازن بين الإنسان والكوكب.

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

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

أهداف الدراسة التحليلية:

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


- رصد الأطر النظرية والمنهجية للدراسات العلمية عينة التحليل.

- تقديم رؤية تقديرية مقارنة بين المدارس المصرية والعربية والأوروبية والآسيوية الأمريكية 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.
الاتجاهات الحديثة في بحوث الإعلام الرقمي ودورها في تشكيل وعي واتجاهات الجمهور نحو قضايا التوازن البيئي. 

دراسة تحليلية من المستوى الثاني 

نتائج الدراسة:

في ضوء قضية الدراسة وأهدافها وإطارها المعرفى يمكن تحديد النتائج التي تسعى إلى الإجابة عليها، 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 والاطر النظرية التي انتشرت 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 قضايا البيئية وقضايا التوازن البيئي؟

الإطار المعرفي للدراسة:

تبين أهمية وسائل الإعلام في تحقيق الوعي البيئي الصحيح من خلال دورها في تزويد الأفراد بالمعلومات الصادقة والمعرفة الكاملة، حتى يمكنهم من تشكيل نظرة إيجابية نحو قضايا البيئة والتحديات التي تواجهها، وأسباب هذه التحديات وكيفية التعامل معها، بما يساعد على بنى سلوكيات إيجابية تساهم في الحفاظ على البيئة، والإعلام يحرص على تحقيق التكافل بين مسؤوليات وواجبات القوى الاجتماعية على المستوى الحكومي والاجتماعي والفردي، بهدف إعادة التوازن البيئي.

وتوازن البيئي هو هذا التوازن الذي يحقق من خلال التفاعل المستمر بين مكونات البيئة، ويستمر ويشكل نتيجة الظروف البيئية كالحرارة والأمطار، أو نتيجة لتغير الظروف البيئية، أو نتيجة لتدخل الإنسان المباشر في تغيير ظروف البيئة، أي أنشطة الإنسان التي تؤدي إلى التلوث.

ويمكن تعريف التوازن البيئي إجرائيا بأنه ترشيد السلوكيات الإنسانية التي تؤدي إلى احتلال التوازن بين عناصر الطبيعية من ناحية السواء وتحفيز الحب للبيئة والغابات وقين الشعوب المرجانية، ومتطلبات الإنسان، ودعم الحفاظ على التنوع البيئي والحيوي، والعلاقات بين تكيف التنمية وعناصر ومؤثرات البيئة.

ومع تشكيل ثورة الإسائل وانتشار الإعلام الرقمي كان لإعلام البيئي نفسه من هذه الثورة التقنية، وبرز مصطلح الإعلام البيئي الإلكتروني أو الإعلام الأخضر، والذي يعتمد على التكنولوجيا الحديثة وخدمات الإنترنت والتطبيقات، والمناطق الرقمية، والمناطق الاجتماعية. يُركز بالمحتوى الرقمية الإعلامية: الوسائط والوسائل التي تشكل نتيجة التطور التكنولوجي في مجال الاتصال خلال السنوات القليلة الماضية، وتتنوع أشكالها بشكل كبير.

المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلام - العدد الثامن والعشرين (2) إبريل / يونيو 2024
الاتجاهات الحديثة في بحوث الإعلام الرقمي ودورها في تشكيل وعي واتجاهات الجمهور نحو قضايا التوانين البيئي.

دراسة تحليلية من المستوى الثاني

ما بين المواقع الإلكترونية للمؤسسات الصحفية، ومواقع التواصل الاجتماعي، ومنصات البث التلفزيوني.

1. مواقع التواصل الاجتماعي، على اختلاف أنواعها وأدائها، مثل المواقع الشخصية مثل فيس بوك وآكس (تويتر)، والمواقع المرتبطة بالعمل مثل linked in، صارت وسائل التواصل الاجتماعي جزءاً من الحياة اليومية بشكل متزايد لعدد كبير من سكان العالم، مما يحفز على الاستفادة منها في تعزيز السلوك المؤدي للبيئة.

2. المنصات الرقمية الصحفية: وتباين أسباب إقبال المؤسسات الصحفية على إنشاء منصات رقمية على الإنترنت، وتضاريسها دافع معايير التطور والتقدم التكنولوجي، مما أجر

3. المنصات التقليدية إلى دخول العالم الرقمي، ومسيرة التغيير السريع في تفضيلات القراء.

4. المنصات الرقمية الأذاعية: استفادت الأذاعة من ثورة التكنولوجيا، وهجرت بنفسها مكاناً على شبكة الإنترنت، سواء كانت إذاعة تقليدية تبث مودياً على الشبكة العنكبوتية، أو إذاعة رقمية تبث على الإنترنت دون أن يكون لها محطة تلفزيونية.

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

- توفير مساحة أمام الجامعيين والمبدعين لإنشاء قنوات على شبكات التواصل الاجتماعي

- يحصلون منها إلى الجمهور دون اشتراك العمل في مؤسسات إعلامية تقليدية، وهو ما ساهم في توسيع أفكار الإذاعة، وأتاح لقناة جديدة إمكانية ممارسة دورها في شؤون الوعي البيئي ولت الانتباه إلى القضايا البيئية.

- تساهم المنصات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي على توجيه الاهتمام نحو قضايا بيئية قد تتعلق من اهتمام وسائل الإعلام التقليدية.

- 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 احترازي في وسائل الإعلام الرقمي، وهو ما يعد تكاملاً بين الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي.

- أدى 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 وعيًا بالبيئة. وييري بعض الباحثون أن الثقافة الخضراء مصطلح قريب من الثقافة البيئية، ويعرونها بأنها ممارسات...
الاتجاهات الحديثة في بحوث الإعلان الرقمي ودورها في تشكيل وعي واتجاهات الجمهور نحو قضايا التوازن البيئي.

دراسة تحليلية من المستوى الثاني

يشيرية يكون لها تأثير على البيئة.13 وأثبتت دراسات أن الشركات التي تسوق منتجات تحافظ على البيئة تملك خصائص تنافسية على الشركات لا تراعي البيئة.14

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

- فاعلية المنصات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي: بفضل ما تتضمن من خصائص تفاعلية، بما يساعد على إشراك الجمهور من خلال الحوار التفاعلي في مناقشة الموضوعات البيئية. وانتقاد النظارات الرسمية لبعض وسائل الإعلام.15

- تسمح وسائل التواصل الاجتماعي في سد الفجوة وتحقيق التقارب بين القيم المجتمعية التي تسعى التنمية المستدامة إلى ترسخها، وبين القيم المجتمعية والسياسات الإدارية الخاطئة المتصلة في المجتمعات الإدارية.16

نوع ومنهج الدراسة:

تنتمي الدراسة إلى بحوث تحليل المستوى الثاني، والتي تهدف إلى تقديم Meta-Analysis مراجعة، منهجية تحليلية للبحث العلمي التي تم نشرها حول موضوع محدد، لخروج بنتائج تمكن الباحث من رصد ما توصلت إليه وما اقتفي أو اختطفي عليه من نتائج، وقد طبقت الدراسة على البحوث العربية والأجنبية في مجال الإعلان الرقمي ودورها في تشكيك وعي واتجاهات الجمهور نحو قضايا التوازن البيئي في الفترة من 2015 إلى 2023.

واعتمدت الدراسة على التحليل الكيفي للدراسات السابقة لتقديم نظرة عامة على الموضوعات واليات البحث التي تناولتها، مع رصد الأطر النظرية والمنهجية التي استندت إليها، من أجل تقديم نظرة تقديرية مقارنة بين الدراسات العربية والأجنبية وصولاً لتحقيق رؤية مستقبلية تطور بحوث الإعلان 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 البيئي، وتصنيف المحتوى والأدوات المستخدمة، وتصنيف الدول مصدر الإنتاج العلمي للدراسات. وتهدف الدراسة إلى تقديم نظرة أكثر شمولية وعمقًا استنادًا على أسلوب التحليل الكيفي، بما يمكن من إعادة قراءة المعلومات والنتائج التي توصلت إليها الدراسات، وصولاً إلى تقديم رؤية مستقبلية تساهم في تطور بحوث الإعلان الرقمي في المجال البيئي.

مجتمع الدروس والعينة

يتمثل مجتمع الدراسة في الإنتاج العلمي المنتشر في الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت بحوث الإعلان الرقمي في تشكيك وعي واتجاهات الجمهور نحو قضايا التوازن البيئي.

المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان – العدد الثامن والعشرين (ج2) إبريل/يونيو 2024

255

راجع قواعد المراجع التي اعتمدت عليها الدراسات موضوع التحليل، بهدف رصد الدراسات ذات الصلة بموضوع الدراسة.

بلغ إجمالى عدد الدراسات المختارة والخاضعة للتحليل 38 دراسة باللغة العربية، و19 دراسة باللغة الإنجليزية، يمكن تحليل حسب كهذه على النحو التالي:

<table>
<thead>
<tr>
<th>اللغة</th>
<th>دراسات باللغة العربية</th>
<th>دراسات باللغة الإنجليزية</th>
<th>الإجمالي</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td>38</td>
<td>19</td>
<td>57</td>
</tr>
<tr>
<td>%</td>
<td>66.7</td>
<td>33.3</td>
<td>100</td>
</tr>
</tbody>
</table>

ينشأ تحليل التوجهات البحثية الحديثة لدراسات الإعلام الرقمي ودوره في تشكيل وعي وأيات التوجه نحو قضايا التوازن البيئي:

وقد تتنوع 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:
الاتجاهات الحديثة في بحوث الإعلام الرقمي ودورها في تشكيل وعي التفاعلات الجمهور نحو قضايا التوازن الاعتيادي.

دراسة تحليلية من المستوى الثاني

- دراسات تناولت مدى استخدام الجمهور لوسائل الإعلام الرقمي في تشكيل وعي التفاعلات الاعتيادية.
- دراسات تناولت الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية لوسائل الإعلام الرقمي في تشكيل وعي التفاعلات الاعتيادية.

أولاً: موجود دراسات التي تناولت مدى استخدام الجمهور لوسائل الإعلام الرقمي في تشكيل وعي التفاعلات الاعتيادية:

- اهتمت سامح فوزى (2023)((17)) بقياس معدل تعرض الجمهور المصري لوسائل الإعلام الرقمي في ضوء اتفاعات التغيرات المناخية، ووصفت الدراسة إلى تشكيل وعي التفاعلات الاعتيادية من المواقع المطلقة المصرية، ووضعت "المواقع الإخبارية المصرية" في مقدمة المواقع الإخبارية، وقامت "المواقع الإخبارية الخاصة المصرية"، ثم "المواقع الإخبارية العربية"، ثم "المواقع الإخبارية الأجنبية" في المركز الأخير. واتفق علماء في الهدف: أحمد عكفر، آلاء محمد (2023)((18))، إذ أشارت الدراسة إلى أن المواقع يمكن أن تؤدي إلى ارتفاع وعي التفاعلات الاعتيادية لحماية البيئة، وتوصل إلى أن المواقع يمكن أن تؤدي إلى ارتفاع وعي التفاعلات الاعتيادية لحماية البيئة، وتوصل إلى أن المواقع يمكن أن تؤدي إلى ارتفاع وعي التفاعلات الاعتيادية لحماية البيئة.

واهتمت دراسة جهان عبد الحميد (2022)((19)) بدراسة المواقع المطلقة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي والصحافة والمجموعات الاعتيادية على مواقع وسائل التواصل الاجتماعي، ووضعت "المواقع الإخبارية المصرية" في مقدمة المواقع المطلقة المصرية، ووضعت "المواقع الإخبارية الخاصة المصرية"، ثم "المواقع الإخبارية العربية"، ثم "المواقع الإخبارية الأجنبية" في المركز الأخير

واهتمت دراسة رفيفة شابي (2020)((20)) بالتعريف على كيفية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والصحافة والمجموعات الاعتيادية على مواقع وسائل التواصل الاجتماعي، ووضعت "المواقع الإخبارية المصرية" في مقدمة المواقع المطلقة المصرية، ووضعت "المواقع الإخبارية الخاصة المصرية"، ثم "المواقع الإخبارية العربية"، ثم "المواقع الإخبارية الأجنبية" في المركز الأخير

وهدفت دراسة ريم الشريف (2022)((21)) إلى قياس معدلات استخدام الجمهور المصري للمعلوماتية في تشكيل وعي التفاعلات الاعتيادية، ودربة اهتمامه على مواقع التواصل الاجتماعي، ودرسة تلقته فيها. وكتفت الدراسة أن نسبة الأكبر تبتزم والتغيرات المناخية تعود تحديماً بمجموعة مصادر، ووضعت "المواقع الاعتيادية" في مقدمة المواقع المطلقة المصرية، ووضعت "المواقع الاعتيادية" في مركز الدراسة، وتوجت علاقة ارتباطية عالية إحساساً بين مستوى الوعي بقضايا البيئة والممارسات المعلوماتية حول التغيرات المناخية من مواقع التواصل الاجتماعي، وهي النتيجة ذاتها التي توصلت إليها دراسة دون عسير (2021)((22))، والتي اهتمت بالتعرف و belongings.
الاتهاجات الحديثة في بحوث الإعلام الرقمي ودورها في تشكيل وتعالوجيات الجمهور نحو قضايا التوازن البيئي.

دراسة تحليلية من المستوى الثاني

على العلاقة بين الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي وإدراك المخاطر والأثر الناتجة عن التغيرات المناخية، وتواصلت إلى أن غالبية أفراد العينة يتمتعون على شبكات التواصل الاجتماعي كمسند رئيسي للتعرف على مخاطر التغيرات المناخية.

ومن خلال المقارنة بين الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي في متابعة القضايا البيئية، توصلت دراسة (Matei, Sorin Adam 2021) إلى أن سكان كاليفورنيا استخدموا تويتر في القناع الأول، وقد حفزت عمليات البحث على "جوجل" الصحافة وتوزير على الاهتمام بقضايا الجفاف.

وتختلف معهم في النتائج دراسة Mati, Sorin Adam (2017) إذ توصلت إلى أن الإعلام التقليدي أكثر مصداقية من مواقع التواصل الاجتماعي، إذ يُقدم تغطية شاملة وأكثر مهنية.

وأظهرت دراسة Falkenberg (2022) أن الإعلام السياسي تحوّل من فاعلة مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي البيئي، حيث رصد الانتقادات الأيديولوجية بسُمية مشاركة الينين المتطرف في نقاش حول قضية التغير المناخي.


ثماني محور الدراسات التي تناولت دور الإعلام الرقمي في التوعية بقضايا البيئية:

دراسة لمياء عرابي مجد (2023)، تهدف التعرف على دور الإعلام الإلكتروني في نشر وتنمية الوعي البيئي، ومعرفة العوامل المؤثرة في العملية الإعلامية للأزمات البيئية، وتواصلت إلى اهتمام العينة بناية الأزمات والقضايا البيئية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي والموارد الإلكترونية، وأنها تساهم في رفع مستوى الوعي بالأزمات البيئية والتحولات المناخية.

دراسة سارة عبد الفتاح السيد (2023)، تهدف التعرف على فعالية الحملات الإعلامية الرقمية لوزارة البيئة المصرية لإعادة تدوير الأخلاق، وتواصلت إلى أن معظم الاستثمار استخدمت استراتيجيات الإعلام واستراتيجية بناء الإجماع، وتدرك استخدم استراتيجيات الحوار في التواصل مع الجمهور. وأن أغلب حالات الدراسة ركزت على استخدام الاستماعات المختلفة (العاطفية والمنطقية معًا).

دراسة هاجر حميحي (2023)، تهدف التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل وعي الشباب المصري واتجاهاتهم نحو قضايا الجرائم البيئية وتغيير المناخ، وتوصلت إلى وجود علاقة ارتباطية بين مواقع التواصل الاجتماعي والوعي بجرائم البيئية وتغيرات المناخ.
الاتجاهات الحديثة في بحوث الإعلام الرقمي ودورها في تشكيل وعي واتجاهات الجمهور نحو قضايا التوازن البيئي.

دراسة تحليلية من المستوى الثاني

واحتت دراسة مصطفى عبد الحي (2022) بالتعريف على حجم اهتمام المواقع الصحفية المصرية بتغطية قضية التغيرات المناخية، وألوان الأطر التي تتوافر. وأظهرت النتائج اهتمام المواقع الصحفية عينة الدراسة بتغطية قضية التغيرات المناخية. واعتمدت عينة الدراسة على إطار المحدد بنسبة 74.8% مقابل إطار العام بنسبة 25.2%.

دراسة توف عبد الطيف (2022) هدف 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، ووجد تأثير مرتفع لمواقع التواصل في نشر الوعي البيئي. وأن التأثير الوجداني يعد أكثر أنواع التأثير فاعلاً، فيما كان التأثير السلوكي الأقل حدثاً.

وهدفت دراسة اسمهان مريعي (2022) إلى التعرف على العلاقة بين الإعلام البيئي الإلكتروني والتنمية المستدامة، وتوصلت إلى أن الصحفات البيئية تعتم على خلق الاهتمام والوعي بشؤون البيئة، وتوهجة المواطنين بأخطار الملوثات البيئية.

وهدفت دراسة أسماء عبادي، زيده عبد الله (2020) إلى إبراز دور التسويق الاجتماعي للقضايا البيئية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتوصلت الدراسة إلى أن الإعلام الرقمي صار منestrورية الحياة، وزيادة الاهتمام بالتسويق الاجتماعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي للتوعية بالقضايا البيئية والابتعاد عن العادات والسلوكيات الضارة بالبيئة.

دراسة سهام شفيروة (2020) الهدف نشر الوعي بيئي على مواقع فيسبوك في نشر الوعي بقضايا البيئة، ووطن على القضايا التي تطرأ، وتوصلت إلى ارتفاع الاهتمام بقضايا البيئة. وقد تحدت مضامين القضية البيئية وقامت على رأسها قضية التغير المناخي والتصحر وحرائق الغابات.

وافقت دراسة بالي استري (2020) بتفوق ذباح (2020) تم تحقيق التمثيل المتعلق بقضايا الإعلام البيئي عبر وسائل الإعلام الرقمي، بالتطبيق على صفحة "الوكالة الوطنية للأنفاض" على موقع
الاتجاهات الحديثة في بحوث الإعلام الرقمي ودورها في تشكيل وتغيير التوجهات نحو قضايا التوابل البيئية

دراسة تحليلية من المستوى الثاني

فيسبوك، وتوصلت إلى اعتماد الصفحة بشكل كبير على الصور التي تدعم بها النص المكتوب، بلها نسبة أكبر للرسومات والإعلانات والتسجيلات المصورة.

ووجهت دراسة مني فؤاد (2020) إلى التعرف على دور الصحفة الإلكترونية والبرامج التلفزيونية في نشر الوعي البيئي بين الجمهور المصري، وتوصلت إلى أن قضايا التلوث البيئي تتم نشرها ونشر قضايا التلوث البيئي، وتلتوث الوضوحيا. وقد علبت على المعالجات الإعلامية المعالجة التفسيرية، تلبي المعالجة النقدية.

واختتمت دراسة أمينة بخش، مریم مخلوف (2020) بتحديد دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي، ومدّي اعتماد الجمهور عليها في الحصول على المعلومات البيئية، وتوصلت إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم بشكل كبير في تشجيع وتوظيف مستخدميها، وأنا تساهم في اتخاذ سلوكيات إيجابية للفحص على البيئة وعدم تلوثها.

دراسة ولد حدادي (2020) للتعريف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين قيم المواطنة البيئية لدى الشباب الجامعي، وتوصلت إلى أن نسبة كبيرة تستخدم موقع فيسبوك في إيماءات أفكارها وآرائها حول الموضوعات البيئية.

وهوت دراستة Balarabe and Hamza (2020) إلى التعرف على تأثير التغطية الإعلامية لقضايا التغيرات المناخية على آراء واتجاهات وسلوكيات الجمهور في ولاية "كنو" بنيجيريا، وخلصت الدراسة إلى ارتفاع الوعي بنضجية التغيرات المناخية، وأن الطريق التي تغطيها وسائل الإعلام قضية التغيرات المناخية تؤدي بشكل إيجابي على شؤون دعم جمهورية قضية التغيرات المناخية، وأن وسائل التواصل الاجتماعي تعد المصدر الرئيسي.

واحتت دراسة Blomberg and el (2020) بالتعرف على كيفية استخدام منظمات المجتمع المدني لوسائل التواصل الاجتماعي في مناقشة قضايا التغيرات المناخية وتوصلت إلى أن وسائل المنظمات غير الحكومية تركز على تأثيرات التغير المناخي في الوقت الحاضر، وأن منظمات المجتمع المدني في دول الشمال تتشارك في تشكيل التغيير المناخي أكثر من نظيراتها في دول الجنوب.

واحتت دراسة مرور صحي (2020) بتحليل الاتصالات الإلكترونية لعبارة "التحضر للأخطر" على مواقع التواصل الاجتماعي. أظهرت نتائج الدراسة التحليلية ارتفاع حجم مناقشة قضايا "التحضر للأخطر"، وجاء التدوير في مقدمة الموضوعات التي ركز عليها الصفحة، ثم التنوع البيولوجي، ثم الحفاظ على المواد البيئية.

وهفت دراسة ياس خضر الرياضي (2019) إلى التعرف على دور الإعلام البيئي في توعية الجمهور بتقافة البيئة، وتوجيه بمحتواها الاجتماعية والصحية، وتوصلت إلى أن الحروب التي مر بها العراق من الأسباب الرئيسية في زيادة حدة التلوث البيئي، مما أدى إلى ظهور أعراض اجتماعية ونفسية وجسدية.
الاتجاهات الحديثة في بحوث الإعلام الرقمي ودورها في تشكيل وعي واتجاهات الجمهور نحو قضايا التوازن البيئي.

دراسة حديثة (2019) "Jie Xiong, Haohuan Fu"، بهدف تسليط الضوء على دور الأطر العاطفية والإدراكية في تأثير القضايا البيئية، وتحاول أن توضح كيف يمكن أن تؤثر القضايا تغيير المناخ أكثر بروزا من خلال إشراك الجمهور في المناقشة أو إثارة اهتمامه على المدى الطويل، وأن الإطار المعرفي هو الأقل فاعلية في إثارة التقلق العام بشأن التغيير المناخي.


دراسة ريم فتحي قديري (2019) بالتعرف على مستوى الوعي البيئي لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، واتجاهاتهم وسلوكياتهم البيئية، وتوصيتة إلى أن مستوى الوعي البيئي المستخدمي موقع التواصل الاجتماعي يتأثر من المستوى العلوي المتوسط، يتميز باتجاهاتهم نحو البيئة بالإيجابية، وأن قضايا التلوث ب مختلف أشكالها، والمحافظة على الغابات تعد الأهم بالنسبة لمستخدمي مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، ودرجة أقل قضايا النفايات البشرية والصلبة، وثقب الأوزون.

واعتمت دراسة علال ولد، بأي عادل (2019) بمعرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية البيئي ونشر الوعي البيئي لدى التلاميذ، وتوصيتة إلى أن موقع فيسبوك يعتبر من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخدامًا لدى عينة الدراسة، وأنه يساهم وبنسبة 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.

واعتمت دراسة دلية شنتان، خبرة صلوبى (2019) بمعرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي البيئي، ومدي مساهمة موقع فوك في التعريف بقضايا البيئة ومشكلاتها، وتوصيتة إلى أن معظم المبحوثين يستخدمون موقع فيسبوك بصورة دائمة، وحرص أكثر من نصف طلبة العينة أنهم لا يتابعون المواضيع البيئية، وأن الموقع يساهم في التعريف بقضايا البيئة ومشكلاتها، ويساهم في توجيه سلوكياتهم نحو البيئة.

وهذه دراسة خلود عبد الله ملياني (2019) إلى تحليل أساليب الإعلام البيئي الرقمي في مجالات التنمية المستدامة، ونشر ثقافة التنمية المستدامة، وتوصيتة إلى اعتماد الإعلام البيئي على شبكات التواصل الاجتماعي كوسائل إعلامية، وأن مواقع القضايا البيئية تركز على قضايا التلوث والاحتباس الحراري والطاقة والتنمية المستدامة مع ضعف الاهتمام بقضايا التصحر والتنوع البيولوجي.

المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان - العدد الثامن والعشرين (ج2) 2024

261
النتاجات الحديثة في بحوث الإعلام الرقمي والدورها في تشكيل وعي وآداب الجمهور نحو قضايا التوازن الذهني.

دراسة تحقيقية على مستوى الثاني

وشهدت دراسة قديرة كماً (2018) (52) إلى دراسة كيفية استخدام منصة يوتوب لمشاركة المقاطع المصورة لنشر الوعي حول هدر الموارد في الحياة اليومية، وتوصلت إلى نجاح المواقف العادي في إنشاء قوات عالمية على موقع اليوتيوب أظهرتهم في إصدار الأفراد بالمعلومات العلمية البدنية، ونلتقيت في تغيير أسلوبياتهم المتعلقة بترشيد الاستهلاك والحد من النفايات، كما وفرت ساحة للحوار والتعلم والتواصل بشأن الحفاظ على البيئة.


وشهدت دراسة فاطمة بروشي (2017) (55) إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي البيئي، وتوصلت إلى ارتفاع نسبة الوعي البيئي لدى أفراد العينة، وارتفاع تقبلهم في المعلومات فيس بوك، وتمثل أبرز مظاهر الوعي البيئي في وحدة اهتمام بقضايا البيئية.

وشهدت دراسة طهير جلول، مبوج وفاء (2017) (56) 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 استخدامًا لدى المحبوسين، وأنه يساهم في نشر الوعي البيئي المستدام.

وشهدت دراسة نصر الدين عثمان (2017) (57) إلى التعرف على مدى توظيف الإعلام الرقمي في نشر الوعي البيئي والتنمية المستدامة، وتوصلت إلى أن غالبيتهم المراهقين (64%) يرون أن الإعلام الرقمي لم يوظف في مجال البيئة، وأنه مقتصر في نشر الوعي بالأشكال البيئية (47%），ووفق غالبية المحبوسين (79%) على أن ما ينشر في الإعلام العربي عن البيئة لا يناسب وأهميتها.

وشهدت دراسة مهري شفيقة (2016) (58) 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 منتصفي الصفحات عينة الدراسة. وتعتبر الصفحات البيئية عينة الدراسة مواد تنمية البيئية وحملات التشجيع والنظافة والطاقة المتجددة النظيفة واستخدامات الطاقة البديلة.
الاتجاهات الحديثة في بحوث الإعلام الرقمي ودورها في تشكل وعي واتجاهات الجمهور نحو قضايا التواصل.

دراسة تحليلية من المستوى الثاني

وهدفت دراسة Jalaladeen Rahim (2016) إلى معرفة دور وسائل التواصل الاجتماعي في زيادة الوعي الاجتماعي لدى طلاب جامعة سلامية 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 الاجتماعي.

وهدفت دراسة Cardelon et al (2015) إلى التعرف على الأطر التي تستخدمها المنصات الإلكترونية الناطقة بالإسبانية في أمريكا اللاتينية في تغطية أخبار قضايا التغيرات المناخية. كشفت نتائج الدراسة أن نصف الأحرف (47%) جاء من وسائل الأنباء، وقد تم نشرها بدون تحرير، وأن 20% من الأحرف التي تُعرضها الوكالات لا تقدم حلولاً قضية التغيرات المناخية.

واهتمت دراسة مريم بالخضر (2015) بمعرفة الدور الذي يؤديه موقع فيسبوك لخدمة أعراض الإرشاد البيئي، وتحليل دوره وفعاليته في توصيل رسالته الإعلامية، وتوصلت الدراسة إلى أن الطلاب يساهمون في نشر المعلومات والأحرف في موقع فيسبوك بنسبة 68.3%، ويساهمون في نشر المواضيع الإعلامية ومشاركتها وتبادلها عبر الموقع بنسبة 46.7%.

ثالث: دور هذه الدراسات في تناول الأثار المعرفية والوجدانية والسلوكية لاستخدام الإعلام الرقمي في قضايا التواصل الاجتماعي:

دراسة رحاب نور (2023) بهدف الرصد والقياس شبه التجربين 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 للمؤسسة الجامعية، وأن كل إطار مبني على اطار هذه الصور له تأثير مختلف، حيث تبين وجود فروق ذات دالات بين المبحوثين في بعض التأثيرات الوجدانية، أما في حالة التأثيرات السلوكية فبين النتائج وجود فروق ذات دالات.

وهدفت دراسة إيناس رضوان عبد الحميد (2023) إلى التعرف على كيفية معالجة "النفاذية الرسمية لوزارة البيئة المصرية" على "فيسبوك" قضايا التغيرات المناخية ومحترازها، وتوصلت إلى ارتفاع معدلات الثقة في الصفحة الرسمية لوزارة البيئة، وجود علاقة ارتباطية دالة إحساساً بين معدلات المبحوثين على الصفحة لمتابعة التغيرات المناخية ودرجة ثقتهما فيها.

وتفوق منها في النتائج دراسة Jian Xu and Ruixia Han (2019) والتي درست العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والسلوك المؤدي للبيئة، وتوصلت إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي أكثر فاعلية في التركيز على السلوك البيئي عن وسائل الإعلام.

المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان – العدد الثامن والعشرين (2) إبريل / يونيو 2024
الإيجابية، وأن موقع فيسبوك يأتي الأكثر تأثيراً في التوعية بموضوعات البيئة، والأكثر تأثيراً على السلوك البيئي.

وتوصلت إلى النتيجة ذاتها بوجود علاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي والسلوك البيئي الإيجابي في دراسة (2020) Salem, S. & Alanadoly, (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 والتآثر على الأفراد لتبني السلوك البيئي الصحيح.

وقد اتفقت نتائج الدراسة السابقة مع دراسة Chwialkowska (2019) (66)، والتي رصدت فاعلية مواقف التواصل الاجتماعي في التنظيف والتعليم البيئي، ووصلت إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي لها دوراً كبيراً في غرس السلوك البيئي، من خلال بناء الوعي بالمنتجات الضارة بالبيئة.


وحدثت دراسة Gupta, M., & Syed (2021) (70)، لمعرفة تأثير أنظمة التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي على تسويق المنتجات الخضراء الصادقة البيئية، ووصلت إلى أن الموقع الإيجابي لدي المشاركين كان له تأثيره الكبير والإيجابي على رغبتهم في شراء المنتجات الصادقة للبيئة.

وحدثت دراسة أحمد معيد (2022) (71) إلى التعرف على مواقع الحوار الجمهور السعودي تجاه النظام الإخباري من منصات التواصل الاجتماعي ومشروع البرد المحلي (الاستمرار) لمواجهة شح النفايات في السعودية، ووصلت إلى أن غالبية الشباب السعودي (67%) يتابع مشروع الاستمرار، وقد حلت منصة "تويتر" على رأس أبرز مواقع التواصل الاجتماعي التي يتبعها من خلالها مشروع الاستمرار.

وامتدت دراسة (Ogunjinnmi and Adekoya (2016) (72)، بتحديد تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على المعرفة بقضايا التغير المناخي، أظهرت نتائج الدراسة أن 98.3% من المبحوثين عرفوا بقضايا التغير المناخي من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، وأن موقع فيسبوك جا في المرتبة الأولى من وسائل نشر معلومات عن التغير المناخي.
الاتجاهات الحديثة في بحوث الإعلام الرقمي ودورها في تشكيل وعي وتوجهات الجمهور نحو قضايا التوازن البيئي.

دراسة تحليلية من المستوى الثاني

وشهدت دراسة محمود سلمان (2015) (17) في التعرف على مدى اعتماد طلبة الجامعات في محافظات غزة على المواقع الإلكترونية في تشكيل معارفهم حول قضايا البيئة، والآثار المعرفية والسلوكية الناتجة، ووصلت إلى اعتماد غالبية المبحوثين على المواقع الإلكترونية لتشكيل معارفهم نحو قضايا البيئة.

التحليل النقدي للدراسات السابقة:

- تتنوع مجالات الدراسات التي تتناولت دور الإعلام الرقمي، ما بين دراسات المواقع الإلكترونية للمؤسسات الصحية، ودراسة منصات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتر وتويتر.

- على مستوى الاهتمام البحثي كان المحور الخاص بدارسة دور وسائل الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي البيئي لدى الجمهور هو الأكثر بروزاً، بنسبة 59.6٪، فيما حل ثانيا الدراسات التي تناولت الأثار المعرفية والوجدانية والسلوكية استخدام الإعلام الرقمي في المجال البيئي بنسبة 22.8٪، ووجه في الترتيب الثالث مجموع الدراسات التي تناولت مدى استخدام الجمهور لوسائل الإعلام الرقمي في متابعة القضايا البيئية بنسبة 17.54٪.

- على مستوى النتائج، أكدت دراسات أنه رغم اعتماد الجمهور على تواصل المعلومات بشأن القضايا البيئية من مواقع التواصل الاجتماعي، إلا أن الجمهور لا يقف فيما قدمه 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 لا يكون دليلاً بأي حال عن الإعلام التقليدي، ولا بد من إحداث تكامل بين الاثنين. كذلك من الضروري تأهيل القائمين على الصحف البيئية المتخصصة من أجل إقناة لغة الكتابة الإعلامية وتيسير المعلومات البيئية التقنية لتوصيلها إلى القارئ العادي.

وتبحث 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 الوعي الرقمي متذر في نشر الوعي بالمشكلات البيئية، وأنه لم يوظف بشكل جيد في مجال التوعية البيئية. وأيضا، أكدت دراسات نجاح الإعلام الرقمي في زيادة الوعي البيئي وخطورة الإخلال بالتوازن البيئي، إلا أنها اختفت في حدود التأثير على السلك البيئي الإيجابي.


المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان – العدد الثامن والعشرين (ج2) إبريل/يونيو 2024

265
الإيجابيات الحديثة في بحوث الإعلام الرقمي ودورها في تشكيل وعي واتجاهات الجمهور نحو قضايا التواليز البيئي.

دراسة تحليلية من المستوى الثاني


- على مستوى الدول، اتسع نطاق الجغرافيا لدراسات الإعلام الرقمي، بين عدد من بلدان العالم، المتقدمة والنامية على السواء، بما يعكس إثرًا إيجابيًا وخطوة الإخلاص بالتواليز البيئية، فقد جاءت دراسات في بلدان عربية مثل مصر والجزائر والسعودية والعراق، وبلدان آسيوية بباكستان والصين و الهند، وبلدان أوروبية، وأفريقية وأمريكية أفريقية، والجنوبية. وكانت الجزائر هي الأكثر برودًا من بين جميع البلدان التي تناولتها الدراسات عينة البحث.

- على مستوى المدارس العلمية بين الجدول توزيع الدراسات عينة التحليل على المدرسة العلمية المختلفة:

<table>
<thead>
<tr>
<th>المدرسة العربية</th>
<th>%</th>
<th>لك</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td>30</td>
<td>23</td>
</tr>
<tr>
<td>المدرسة المصرية</td>
<td>28.07</td>
<td>16</td>
</tr>
<tr>
<td>المدرسة الأوروبية</td>
<td>15.79</td>
<td>9</td>
</tr>
<tr>
<td>المدرسة الأفريقية</td>
<td>5.26</td>
<td>3</td>
</tr>
<tr>
<td>المدرسة الأمريكية</td>
<td>5.26</td>
<td>3</td>
</tr>
<tr>
<td>المدرسة الأسيوية</td>
<td>5.26</td>
<td>3</td>
</tr>
<tr>
<td>الإجمالي</td>
<td>100%</td>
<td>57</td>
</tr>
</tbody>
</table>

من الجدول السابق يتضح أن المدرسة العربية كانت الأكثر اهتمامًا ببحث الإعلام الرقمي، بنسبة 40.35%، تليها المدرسة المصرية. وعلى مستوى المدارس الأجنبية جاءت المدرسة الأوروبية في المرتبة الأولى بنسبة 15.79%.
الاتجاهات الحديثة في بحوث الإعلام الرقمي ودورها في تشكيل وعي واتجاهات الجمهور نحو قضايا التوازن البيئي: 
دراسة تحليلية من المستوى الثاني

- على مستوى أدوات جمع البيانات المستخدمة في دراسات وبحوث الإعلام الرقمي

البيئي، أظهر التحليل ما يلي:


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 الفارق لا بد أن تكون واضحة لدى الجمهور، من أجل كسب ثقة الجمهور في المحتوى الإعلامي البيئي.
- الاهتمام بالدراسات التي تتناول مدى استخدام الجمهور للإعلام الرقمي في الحصول على المعلومات البيئية، مقترنة بالإعلام التقليدي والوسائل التقنية، إذ أظهر التحليل أن ظهرت في عينة الدراسة بنسبة 17.5%.
الاتجاهات الحديثة في بحوث الإعلام الرقمي ودورها في تشكيل عي واتجاهات الجمهور نحو قضايا التوازن البيئي:
دراسة تحليلية من المستوى الثاني

أهمية توجيه مزيد من الاهتمام للدراسات التي تتناول الأثار المعرفية والوجدانية والسلوكية لاستخدام الإعلام الرقمي البيئي، حيث ظهرت في التحليل بنسبة 22.8%، مع التركيز على المعوقات التي تمنع تشكيل وعي بيئي سليم ومتقدم، ومدى تطور هذا الوعي إلى اتجاه إيجابي ثم سلوك إيجابي، والتركيز على السلوكات التي يمكن أن يقوم بها الجمهور لاستعادة التوازن البيئي.

التعريف على المتغيرات الثقافية والاجتماعية والتي تؤثر وتنداخل 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 كافية في مجال الإعلام الرقمي البيئي، حيث جاءت أغلب البحوث العربية معتمدة على البحوث الوصفية، والتي تستخدم الأسلوب الكمي، وهو ما يجعلها تكتفي بالبعد الوصفي، وتتفقق إلى البدء التفسيري والتحليلي.

ومن ناحية أدوات جمع البيانات، الاهتمام بدأة المقابلات المتصلة مع أفراد الجمهور، إلى جانب أدوات الاستبيانات وتحليل المضمون.

من ناحية الجمهور، يجب تنوع مستويات العمرية التي تجري عليها الدراسات المستقبلية، وتوجيه مزيد من الاهتمام بفئة المراهقين.

المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والاعلان – العدد الثامن والعشرين (ج2) إبريل/ يونيو 2024
المراجع:


2. S. A. Shukri, A. M. Soliman (2022), The impact of social media on tourist behavior, and in turn, the development of tourism, Journal of the Faculty of Tourism and Hotels-University of Sadat City, Vol. 5, Issue (1/2), P: 66.

3. ع. عبد الله، م. عيسي (2021)، التأثيرات البيئية واستراتيجياتها في ظل التنمية المستدامة، المجلة المصرية لبحوث العلاقات العامة والاعلان، العدد 66، ص 678.

4. أ. هاشم (2021)، الإعلام الإلكتروني وقضايا البيئة والتنمية، أخبار البيئة، بلدية دبي، مركز البيئة، عدد 90، ص 90.

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

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


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

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


الاتجاهات الحديثة في بحوث الإعلام الرقمي ودورها في تشكيل وعي واتجاهات الجمهور نحو قضايا التوازن البيئي

دراسة تحليلية من المستوى الثاني


(28) لمياء عراحه محمد (2023, أكتوبر), الإعلام الرقمي والتوعية بالأزمات البيئية, دراسة ميدانية, مجلة البحوث الإعلامية, المجلة 68, العدد 2, ص 1387 – 1419.

(29) سارة عبد الفتاح السيد (يوليو 2023), فاعلية الحملات الإعلامية الرقمية في تشغيل الاستراتيجيات البيئية للحكومة المصرية: دراسة تحليلية على حملات إعادة تدوير مخلفات صفحة, مجلة البحوث الإعلامية, العدد 26, الجزء الثاني, ص 315 – 351.

(30) هاجر حلمي بيش (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 – 460.

(31) مصطفى عبد الحليم عبد العليم (إبريل 2022), أثر التغطية الصحفية لقضايا التغيرات المناخية في مواقع الصحافة المصرية, دراسة تحليلية, كلية الإعلام, جامعة الأزهر, مجلة البحوث الإعلامية, العدد 61, ص 1537 – 1576.

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

(33) أسامة مرزوقي (يونيو 2022), دور الإعلام البيئي الإلكتروني وتحدياته في تحقق التنمية المستدامة: واقع ورواي, مجلة علم الإنسان والمجتمع, جامعة خيبر بسكرة, كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية, مجلة الإجابة, العدد 41, ص 747 – 776.


(35) رمضاء عبادي, زينب عبد الله (2020), التسويق الاجتماعي لقضايا البيئية عبر مواقع التواصل الاجتماعي, دراسة سنوية بالولاية الوادى, رسالة ماجستير غير منشورة, كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية, جامعة الشهيد محمد هلال, العدين, الجزائر.


DOI: 10.3390/su12052122.
الاتجاهات الحديثة في بحوث الإعلام الرقمي، ودورها في تشكيل وعى واتجاهات الجمهور نحو قضايا التوزان البيئي 
دراسة تحليلية من المستوى الثاني

(50) دليلة شتاوان، خيرة صلبوي (2019)، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتشكيل الوعي البيئي: فيس بوك نموذج رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عبد الصديق بن بختي، حيفا، كلية الإعلام والاجتماعية، قسم الإعلام والاتصال.
(51) خالد عبد الله مليبى (يناير 2019)، الإعلام البيئي الرقمي غير شبكات التواصل الاجتماعي ودوره في تحقيق التنمية المستدامة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 66، ص 671 – 705.
(53) راشد الدوسري (2018)، فاعلية الإعلام الجديد في تبني الوعي البيئي: دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشرة، كلية الإعلام، جامعة نايف للعلوم الأهلية.
(54) محمود حسن إسماعيل، مراد حكيم بايوي، جهان عطا أرسلانوس (2018)، المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة في بعض المواقع الإلكترونية للمؤسسات الصحفية وتأثيرها على تنمية المسؤولية البيئية لدى الجمهور، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس، معهد الدراسات وبحث الوباء.
(55) فاطمة بروشى، زيبيت صديقي، (2017)، دور مواقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" في تنمية الوعي البيئي لدى طلبة الإعلام الإنسانية – جامعة أدرار نموذج، رساله ماجستير غير منشورة، جامعة أحمد بن باك.
(56) قرودي جدول صويرة، مبدع وفاء (2017)، دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي للمستند "لهدى العلماء"، موقع الفيسبوك نموذج، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الجيلالي بوهام، شعبة العلوم الإنسانية، كلية الإعلام الإنسانية، جامعة عين شمس، قسم الاتصالات والمعلومات.
(57) نسر الدين عبد القادر عثمان (يونيو 2017)، توظيف الإعلام الجديد في نشر الوعي بيئياً تنموياً: دراسة ميدانية، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرقي الأوسط، ص 195 - 196.
(58) هنري شفيق، (ديسمبر 2016)، الإعلام البيئي الإلكتروني عبر موقع الفيسبوك ودوره في تحقيق التنمية المستدامة، مجلة العلاقات العامة، جامعة حيدر لين، عدد 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.
(61) مريم بلخضر (2015)، دور الفيسبوك في نشر الوعي البيئي: دراسة لعينة من طلبة كلية الإعلام الإنسانية والاجتماعية، رساله ماجستير غير منشورة، جامعة فلسطين قصدير مريان. 
(62) ألحاب عبد نوري (أكتوبر 2023)، التأثيرات الوبائية والسلوكية على تصرف الشباب تصور أزمة تغير المناخ العالمية وعلاقتها بسلطتهم الشخصية، دراسة شبه تجريبية، مجلة البحث الإعلامي، المجلد 68، العدد 1، الصفحة 3 – 110.

المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان – العدد الثامن والعشرون (٢) ابريل / يونيو ٢٠٢٤ ٢٧٣
الاتجاهات الحديثة في بحوث الإعلام الرقمي ودورها في تشكيل وعي واتجاهات الجمهور نحو قضايا التوازن البيئي: دراسة تحليلية من المستوى الثاني

63 ياس定点 عند الحماد (июль 2023)، أثر المحتوى الرقمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي في توجيه الشباب المصري بالتحديات المكشوفة 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.


67 سارة شوقي المقدم، (يونيو/سبتمبر 2022)، تأثير مبادرة مصممة للأ luật على القيادة السلوكية المستخدمة في البوست الأعلامي: دراسة شبه تجريبية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 80، الجزء الثاني، ص 785 – 811.


71 أحمد عبد الحليم، (2022)، اتجاهات الجمهور نحو التغطية الإخبارية لمواقع التواصل الاجتماعي للمشاريع البيئية في السعودية: الاعتقاد الأدبي. دراسة مقدمة على جمهور مدينة الرياض، مجلة البحوث الإعلامية، ج1، ج7، ص 1433 – 1484.


73 محمود سالم بريص، (2015)، اعتماد طلبة الجامعات في محافظات غزة على مواقع التواصل الإلكترونية الفلسطينية في تشكيل معارفهم نحو قضايا البيئة: دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية – غزة.

المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان – العدد الثامن والعشرين (ج) أبريل/يونيو 2024