تأثير متابعة الجمهور المصري للتغيرات المناخية في ضوء معتقداتهم على السلوك البيئي

إعـــــداد

د/ نيرمين عبدالغفار الصابر
مدرس الصحافة كلية الإعلام - جامعة القاهرة
Email: nalsapir@cu.edu.eg

د/ ســحر محمــد غــراب
مدرس الأنثروبولوجيا الثقافية
كلية الدراسات الأفريقية العليا - جامعة القاهرة
Email: sahar.mohamed@cu.edu.eg

DOI: 10.21608/aakj.2025.373035.2017

تاريخ الاستلام: ٥/ ٤/ ٢٠٢٥م

تاريخ القبول: ٤/ ٥/ ٢٠٢٥م

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى الإجابة عن تساؤل: كيف أثرت متابعة الجمهور المصري لموضوعات التغيرات المناخية على السلوك البيئي لديهم في ضوء معتقداتهم الخاصة بالبيئة؟ فلقد ازدادت أهمية موضوع التغيرات المناخية في الوقت الراهن وقد برزت في وسائل الإعلام في الفترة الأخيرة نظرًا لتأثيرها على ليس فقط الحياة اليومية للأفراد وإنما أيضًا على مستقبل التجمعات البشرية. واستخدمت الدراسة منهج المسح الاجتماعي ومنهج الأنثروبولوجي، وأدوات الاستبيان ومجموعات النقاش المركزة. وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج: وجود علاقة بين مستوى تعرض الجمهور لموضوعات التغيرات المناخية في وسائل الإعلام وتبنيهم لسلوكيات إيجابية نحو البيئة، وعدم وجود علاقة بين التعرض لمضمون التغيرات المناخية في وسائل الإعلام وبين وجود معتقدات بيئية لدى الجمهور، ووجود علاقة بين وجود معتقدات بيئية لدى الجمهور وبين اتباعهم لسلوكيات إيجابية نحو البيئة. وجاءت أغلب السلوكيات البيئية الإيجابية لعينة الدراسة سلوكيات فردية لا تحمل أية أعباء اقتصادية، وكان المعتقد الديني ظاهرًا بقوة في سلوكيات الجمهور نحو التغيرات المناخية.

الكلمات المفتاحية: التغيرات المناخية، الجمهور المصري، المعتقدات، السلوك البيئي الإعلام والبيئة، الإعلام والتغيرات المناخية، المعتقدات الدينية.

Abstract:

This study aims to answer the question: How the Egyptian public's exposure to climate change topics in media, affected their environmental behavior considering their environmental beliefs? Climate change has become increasingly important and highlighted in the media. The study used social survey and anthropological approache, along with questionnaires and focus group discussions. The study reached that: There is a relationship between both audiance exposure to climate change topics in media and environmental beliefs, and their adoption of positive environmental behaviors. But there is no relationship between the exposure to climate change content in media and the public's environmental beliefs. Most of the positive environmental behaviors were individual behaviors that did not carry economic burdens. And religious beliefs were strongly evident in affecting the public's behavior toward climate change.

Keywords: Climate change, Egyptian Audience, Beliefs, Environmental Behavior, Media and Climate change, Media and environment, Religious beliefs.

أولًا: مقدمة:

أصبحت التغيرات المناخية في العقد الأخير من القرن العشرين موضوعًا مهمًا، وأصبحت تأثيرات التغيرات المناخية أكثر وضوحًا على حياة الأفراد في السنوات القليلة الماضية مما دعا وسائل الإعلام التقليدية وكذلك وسائل الإعلام الاجتماعية إلى الاهتمام بها، وهو ما رصدته العديد من الدراسات في مجال الإعلام. وتشير الدراسات الأنثروبولوجي إلى تأثير المعتقدات بمفهومها الواسع على السلوك البيئي للمواطنين في مناطق مختلفة من العالم.

لظاهرة تغير المناخ أربعة أبعاد رئيسية وهي ارتفاع درجات الحرارة وذوبان الأنهار الجليدية وارتفاع مستوى سطح البحر وموجات جفاف متسارعة. وكل من هذه الأبعاد له آثاره وتداعياته الخطرة على كوكب الأرض وساكنيه، وعلى جميع أشكال الحياة الكائنة عليه. (الشعراوي، ٢٠٢٤م: ص٩). لذلك يعد تغير المناخ تهديدًا كبيرًا للدول النامية وأنظمتها البيئية واستقرارها السياسي، لأنه يعزز الصراعات والنزاعات بشكل مباشر أو غير مباشر كما أنه يمثل عقبة كبرى أمام تحقيق أهداف التنمية المستدامة، في ظل عدم قدرة الاتفاقيات الدولية للحد من ظاهرة الاحتباس الحراري على إلزام الدول المتقدمة بدفع تعويضات للدول النامية. (أبو سكين،٢٠٢٢م)

ويشير البعض إلى أن مفهوم العدالة المناخية هو "مفهوم متنازع عليه بطبيعته" ما بين الدول الصناعية الكبرى والدول النامية وأيضًا بين الدول المنتجة للنفط وتلك التي تنادي بالانتقال للطاقة المتجددة والاقتصاد العالمي الأخضر، وبين الدول ذات المسئولية التاريخية عن الانبعاثات الحرارية وتلك التي تساهم بنسبة كبيرة من الانبعاثات في الوقت الحالي.

تنادي الغالبية العظمى من الدول الأعضاء في الجماعة الدولية بضرورة تحمل المسئولية الدولية عن التدهور البيئي الحادث من جهة، وتقاسم الأعباء بشأن مواجهة

ظاهرة تغير المناخ من جهة أخرى، وذلك عبر آليات مختلفة من بينها السعي نحو خفض انبعاثات الغازات المسببة لهذه الظاهرة، والدعوة إلى استبدال الطاقة غير النظيفة بأنواع أخرى من الطاقة، ومنها طاقة الشمس وطاقة الرياح، وكذلك الطاقة التي تنتج عن مساقط المياه، والتحول نحو تبني سياسات الاقتصاد الأخضر. ويشير المبدأ الثالث من إعلان ستوكلهولم حول البيئة الإنسانية لعام ١٩٧٢م إلى أنه: "على الإنسان واجب مقدس في حماية وتحسين البيئة للأجيال الحاضرة والمقبلة وأنه يتحمل كامل المسئولية في سبيل تحقيقه لهذا الواجب". (الرشيدي، ٢٠٢٤م، موقع الهيئة العامة للاستعلامات)

وهناك العديد من وجهات النظر فيما يخص المسئولية الفردية عن حماية البيئة، فيرى البعض أنها عبارة عن واجب تجاه الأجيال القادمة وهو ما يطرح تساؤل حول جدوى ذلك في مواجهة الجمود السياسي في مواجهة أزمة المناخ الوشيكة. (الشعراوي، ٢٠٢٤م: ص٣١)

وتلعب العديد من المؤسسات المجتمعية دورًا في ترسيخ القيم البيئية في المجتمع وتتمثل هذه المؤسسات في: الأسرة، المدرسة، المسجد، تنظيمات المجتمع المدني، ووسائل الإعلام. وتعد السلوكيات التي يكتسبها الفرد من هذه المؤسسات تترسخ بالاستمرارية والتكرار لتصبح سلوكيات اعتيادية ومع مرور الوقت تصبح أعرافًا ومظهر ثقافي دال على الشخصية الاجتماعية. ويرتبط تأثير هذه المؤسسات بمدى وعيها بالمشكلات البيئية ومسؤوليتها تجاهها، وكذلك مدى مشاركتها في صناعة القرار البيئي. (أقاري، ٢٠١٩م)، ويشير الباحثون إلى أن المتشككين والرافضين لتغير المناخ – المعتقدين بحدوثه لأسباب طبيعية– يمكن أن يدعموا التدابير الخاصة بالحفاظ على البيئة إذا ما رأوا الفوائد العملية لهذه التدابير. (Dutcher, P. 2015) وهو ما يعني أهمية دور وسائل الإعلام دعم الاتجاهات الايجابية نحو تغير المناخ. وهو ما دعا الباحثتان إلى الاهتمام بدراسة تأثير متابعة الجمهور بالتغيرات المناخية على السلوك البيئي في ضوء المعتقداتهم لدى الجمهور المصري.

ثانيًا: الدراسات السابقة:

قسمت الباحثتان الدراسات السابقة إلى عدة محاور، تتمثل في:

- المحور الأول: دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي البيئي.
- المحور الثاني: دور وسائل الإعلام في التأثير على الاتجاهات والسلوك البيئي.
- المحور الثالث: العلاقة بين البيئة والمعتقدات.

المحور الأول: دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي البيئي:

- اهتمت دراسة محمد، منية إسحاق إبراهيم (٢٠٢٤م) بالتعرف على دور مؤثري الاستدامة على موقع انستجرام في التوعية بالقضايا البيئية. من خلال تحليل مضمون المنشورات التي ينشرها المؤثرين المهتمين بالاستدامة على الموقع. بالإضافة إلى أداة المقابلة المتعمقة مع مؤثري الاستدامة. وباستخدام نظرية التعلم الاجتماعي توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: وجود عدد من الأبعاد البيئية في المحتوى الذي يقدمه مؤثري الاستدامة محل الدراسة منها: إعادة التدوير، الزراعة المنزلية، الوصول على عدم وجود نفايات zero waste، والاعتماد على المنتجات الطبيعية البعيدة عن المواد المصنعة الضارة، والاعتماد على الموضة المستدامة والابتعاد عن الموضة السريعة.

- ركزت دراسة عبدالحميد، غادة (٢٠٢٤م) على تناول مسؤولية القائم بالاتصال في التليفزيون المصري نحو التوعية بقضايا التنمية المستدامة في إطار رؤية مصر ٢٠٣٠م. من خلال إجراء مقابلات مع القائم بالاتصال في التليفزيون المصري ومجموعات نقاش مركزة وتحليل مضمون البرامج المذاعة على القناة الفضائية المصرية. وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج كان أهمها: أن موضوعات (تحقيق النمو الاقتصادي المستدام) (المحافظة على البيئة والكائنات الحية)

و(ضمان الاستدامة البيئية) كانت من أهم الموضوعات المرتبطة بأهداف التنميةِ المُسْتِدَامةِ. وتمثلت أبعاد المَسْؤُولِيَّة الاجتماعية من حيث الوظائف في وظائف (الشرح والتفسير) و(الإعلام والأخبار) و(التوعية والإرشاد).

- واختبرت دراسة عبدالحكيم، عادل رفعت وتوفيق، ياسمين (٢٠٢٤م) أثر الإعلانات الخضراء على التنافر المعرفي لدى الشباب حول قضايا البيئة. وتوصل البحث إلى أنه عندما يتعرض الشباب للإعلانات الخضراء، فإن ذلك يزيد من وعيهم ومعرفتهم بالقضايا البيئية. وهذا الوعي المتزايد أدى إلى تحولات جزئية في مواقفهم تجاه البيئة، وسلوكياتهم المتوقعة، ومن ثمّ فإن مشاهدة الإعلانات الخضراء أسهمت في إزالة التنافر المعرفي النسبي الذي تمّ رصده لدى مجموعات الشباب عينة البحث. وعلى هذا يمكن الحكم بأن الشباب الجامعي المصري لديه دافعية لتقليل التنافر بشأن قضايا البيئة مما يعكس إدراكًا معقولاً بأهمية دور كل فرد في الإسهام في حماية البيئة.

- اهتمت دراسة الشبيني، حنان (٢٠٢٤م) بالتعرف على دور مؤثري شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز الاستجابة لقضايا التغير المناخي بمصر من خلال تعيين حجم هذا الدور وسماته وتقصي الأثر الذي يحدثه في الجمهور المستهدف. واستخدمت الدراسة أداة تحليل المضمون لما قدمه خمسة من المؤثرين المصريين الذين تناولوا قضايا التغيرات المناخية خلال الفترة من ٢٠٢٢م حتى يناير ٢٠٢٤م، بالإضافة إلى استخدام أداة الاستبيان على ١٠٠ من المتفاعلين مع منشورات هؤلاء المؤثرين الاجتماعيين حول التغيرات المناخية. وتوصلت الدراسة إلى ضعف تناول المؤثرين لموضوعات التغيرات المناخية وارتباطها إما بارتفاع درجات الحرارة أو مؤتمر المناخ.

- ركزت دراسة عمر، محمد أحمد (٢٠٢٤م) على دور الأشكال المعلوماتية والجرافيك المتعلقة بمعالجة قضايا الطاقة المتجددة على شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي البيئي لدى الجمهور. وهي دراسة وصفية استخدمت نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ومنهج المسح. وطبقت أداة الاستبيان على عينة من الجمهور. وتوصلت الدراسة إلى انقسام المعالجة من وجهة نظر الجمهور إلى معالجة إيجابية جاء في مقدمتها كون المعالجة تعزز ثقة الجمهور بمسئولية الحكومة تجاه قضايا الطاقة المتجددة والوعي البيئي. ومعالجة أخرى سلبية جاء في مقدمتها افتقار المعالجة الإعلامية لقضية الطاقة المتجددة والوعي البيئي.
- اهتمت دراسة أحمد، رنا مجدي (٢٠٢٤م) بالتعرف على كيفية مساهمة استراتيجية السرد القصصي في زيادة الوعي لدى الجمهور بالاستدامة البيئية. من خلال دراسة وصفية باستخدام منهج المسح الميداني وأداة الاستبيان. وتوصلت الدراسة إلى: ارتفاع معدل تعرض الجمهور المصري عينة الدراسة إلى المنشورات التي تحتوي على قصص مرتبطة بمشكلات بيئية. وتوصلت الدراسة إلى أن قضية (المحافظة على البيئة وصحة الانسان) في المرتبة الأولى لأهم القضايا التي تحرص عينة الدراسة على متابعتها في إعلانات القصة التي تتناول حماية البيئة وتغير المناخ. كشفت نتائج الدراسة عن أن دافع (تعديل السلوكيات السلبية بما يحقق التنمية المستدامة في مجال البيئة) جاء في المرتبة الأولى لدوافع متابعة عينة الدراسة للقصة في موضوعات التوعية البيئية.
- وركزت دراسة شعلان، ريهان (٢٠٢٤م) على علاقة حملات التسويق الأخضر الرقمي الموجهة للمرأة بمستوى الوعي البيئي لديها. حيث درست مدة تقبل المرأة لهذه الحملات كمصدر للمعلومات البيئية لديها، والطرق والتكتيكات التي يتم توظيفها عبر تلك الحملات للتأثير في اتجاهات المرأة نحو إتحضر للأخضر. وذلك بالتطبيق على مبادرة صاحبة اليد الذهبية. واعتمدت الدراسة على منهج

المسح واستمارة الاستبيان الإلكترونية وبينت الدراسة مدى النية السلوكية للمبحوثات عينة الدراسة بعد التعرض للرسائل الإعلامية لحملة صاحبة اليد الذهبية من خلال (مساعدة المرأة على التمكين الاقتصادي).

- دراسة حبيش، هاجر حلمي دسوقي (٢٠٢٣م) التي سعت إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل وعي الشباب المصري واتجاهاته نحو قضايا الجرائم البيئية وتغير المناخ. واستخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي وأداة الاستبيان. ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام. وتوصلت الدراسة إلى: وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين وعي المبحوثين بالجرائم البيئية وتغيرات المناخ واتجاهاتهم نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بجرائم البيئة وتغيرات المناخ. ووجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد المبحوثين على مضامين جرائم البيئة وتغيرات المناخ على مواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن ذلك الاعتماد.

- دراسة كوندة، سلمى (٢٠٢٢م)، حول التوعية البيئية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر من خلال استخدام المنهج الوصفي وأداة تحليل المضمون لصفحة "الغابات الجزائرية" على الفيسبوك طوال شهر يوليو ٢٠٢٢م. وتوصلت الدراسة إلى أن الصفحة هي صفحة بيئية إعلامية تثقيفية توعوية هادفة تهتم بالقضايا والمشكلات البيئية وتعمل على خلق الاهتمام والوعي البيئي الجماهيري لحماية البيئة والحفاظ عليها. كما تستخدم كثيرًا المنشورات باللغة العربية وتعتمد على سهولة العرض وبساطته.

- دراسة إبراهيم، بهاء الدين محمد وآخرون (٢٠٢٢م)، بهدف معرفة كيفية توظيف الأفلام التسجيلية للتوعية بقضايا البيئة في السودان من خلال دراسة تحليلية سيميولوجية لفيلم المملكة المنهوبة. واستخدمت الدراسة منهج تحليلي كيفي سيميولوجي معتمد على التحليل النصي للفيلم. وتوصلت إلى عدد من النتائج

أهمها: أن الفيلم محل الدراسة يعد من أفلام حماية البيئة التي تدعو إلى تطوير الوعي البيئي وإنتاج المعرفة والثقافة البيئية من أجل الوصول إلى سلوك بيئي إيجابي مستمر. وأن الأفلام التسجيلية بإمكانها التأثير على المشاهدين حيث تجمع بين خاصيتي البصر والسمع ويمكن توظيفها لخدمة تغير السلوكيات الضارة بالبيئة في مجتمعاتنا.

- دراسة الغامدي، حسان علي صالح (٢٠٢٢م)، والتي سعت لمعرفة درجة تعرض جمهور الشباب في المملكة العربية السعودية لموضوعات البيئة، بما في ذلك الحملات التوعوية الخاصة بها في المنصات الرقمية وذلك في ضوء نظريات التسويق الاجتماعي والغرس الثقافي والاستخدامات والإشباعات. واستخدمت الدراسة المنهجين الكيفي والكمي وأداتي الملاحظة والاستبيان. وتوصلت الدراسة إلى: ارتفاع نسبة الطلاب ذوي التخصصات العلمية المتعرضين للموضوعات البيئية بنسبة ٥٦% تقريبًا. وكان متوسط أصحاب التعرض السلبي الذين لا يحرصون على المتابعة للموضوعات البيئية أكبر من متوسط أصحاب التعرض النشط.

- دراسة عثمان، نظيمة عبدالسلام (٢٠٢٢م)، والتي سعت إلى التعرف على دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي البيئي لدى المجتمع اليمني. باستخدام استمارة الاستبيان على عينة عمدية من سكان محافظة صنعاء. ونظرية الاستخدامات والإشباعات. وتوصلت الدراسة إلى وجود قصور بنسبة ٥٥% في دور الإعلام اليمني بمختلف وسائله في جهود التوعية البيئية ترتب عليه ضعف الوعي البيئي لدى الجمهور اليمني المتعلق بحماية البيئة. ونسبة الاهتمام في التغطية الإعلامية للقضايا البيئية كانت ١٦,٥% مقارنة بـ ٦٩% للقضايا السياسية. توصلت الدراسة إلى أن معرفة الناس بالبيئة جاءت قاصرة، لأن الأولويات الإعلامية والصحافية اليمنية ليست قضايا البيئة بل السياسة.

- دراسة الحزامي، نوف عبداللطيف (٢٠٢٢م)، حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي والثقافة الخضراء. واستخدمت الدراسة منهج المسح بالتطبيق على عدد ٤٠٢ مبحوث من طلاب وطالبات جامعة الملك سعود. وتوصلت الدراسة إلى: ارتفاع مستوى الوعي البيئي لدى أفراد العينة، ووجود تأثير مرتفع لمواقع التواصل الاجتماعي في ذلك. ووجود العديد من العوامل المؤثرة في تفاعل أفراد العينة مع قضايا البيئة في مواقع التواصل وفي مقدمتها استخدام الصور المقارنة (قبل/ وبعد) وتوثيق التجربة الشخصية، وغيرها. بينما جاء طرح الموضوع من قبل شخص مشهور واستخدام الهاشتاج أقل العوامل تأثيرًا.

- دراسة بن عربية، لحبيب (٢٠٢١م)، حول دور الفيس بوك في نشر الوعي البيئي. وهي دراسة وصفية استهدفت معرفة طرق استخدام عادات وأنماط استخدام وسيلة الفيسبوك وتأثيره على نشر الوعي البيئي. واستخدمت الدراسة أداة الاستبيان التي تم تطبيقها على عينة من طلاب جامعة تلمسان. وتوصلت الدراسة إلى: ان موقع الفيس بوك يمثل واحدًا من أهم وسائل الإعلام الجديد وله دور كبير في نشر الثقافة البيئية وترويجها بين مختلف الشرائح في المجتمع وخاصة بين طلبة الجامعة الذين يستخدمون الإعلام الجديد بشكل كبير وما يقدمه هذا الأخير من إسهامات في مجال التوعية البيئية.

- دراسة غريب، شروق محمد محمد، وآخرون (٢٠٢١م)، حول دور حملات التسويق الأخضر عبر الإنترنت وعلاقتها بالوعي البيئي لدى المراهقين. ومن خلال تطبيق الاستبيان الإلكتروني ومقياس للوعي البيئي واستخدام أسلوب التحليل الإحصائي، توصلت الدراسة إلى أن موقع الفيس بوك هو أهم المواقع التي يحرص على متابعتها معظم مفردات العينة، وجاء مقياس الوعي البيئي لدى المراهقين عينة الدراسة بالنسبة للمعلومات البيئية والاتجاه نحو البيئة والسلوكيات البيئية مرتفعًا. كما توصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اهتمام

المراهقين بمضمون حملات التسويق الأخضر الإعلانية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وبين مستوى الوعي البيئي لديهم.

- دراسة النجار، ياسر السيد إبراهيم (٢٠٢١م)، للتعرف على مستوى وعي الطلاب بمخاطر التلوث البيئي في جامعة طنطا والتعرف على دور الجامعة تجاه البيئة ومصادر الوعي البيئي للطلاب واتجاهاتهم وسلوكياتهم تجاه البيئة. واعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة، ونظرية المخاطر العالمي. وتوصلت الدراسة إلى ارتفاع مستوى الوعي البيئي لدى الطلاب بينما انخفض وعيهم بدور الجامعة البيئي، ويعد الإنترنت ووسائل الإعلام أهم مصادرهم البيئية، وكانت اتجاهاتهم وسلوكياتهم البيئية سلبية.

- دراسة Mayfield-Smith, K. (2021) والتي توصلت إلى أن موضوعات تغير المناخ من الموضوعات الأكثر شيوعًا على وسائل التواصل الاجتماعي. وركزت الدراسة على التعرف على المواقف العامة تجاه تغير المناخ والمعرفة المناخية الواقعية وعادات الاتصال بالإنترنت ، للتعرف بشكل أفضل على من أين يحصل المستخدمون على معلوماتهم المناخية وكيف يمكن للعلماء استخدام المؤثرين لتوصيل المعلومات للجمهور.

- دراسة العاسمي، عاهد عايش (٢٠٢٠م)، التي سعى من خلالها إلى دراسة الدور الإعلامي للتليفزيون السوري في نشر الوعي البيئي. واستخدم الباحث منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي لتحليل مضمون برنامج "البيئة والإنسان" من خلال استخدام أداة تحليل المضمون. وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها أن المدة الزمنية للبرنامج غير كافية وموعد بثه غير كاف، كما أنه يغيب عنه المتحدثين من أصحاب القرار، وتدني اهتمام البرنامج بقضايا تلوث الهواء والمياه والمبيدات الزراعية وقطع الأشجار وغيرها.

- دراسة صندوقة، أسماء محمد عبدالقادر (٢٠٢٠م)، حول دور البرامج الإذاعية في التوعية البيئية من وجهة نظر الشباب الأردني. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي وأداة الاستبيان والمقابلة وتحليل المضمون. وتوصلت الدراسة إلى وجود ارتباط بين وسائل الإعلام والتوعية البيئية، وأن هناك فروق إحصائية في مستوى المعلومات البيئية ترجع إلى العمر والجنس والعمل، بالإضافة إلى وجود فروق إحصائية تشير إلى أن هناك علاقة إيجابية ضعيفة بين امتلاك الشباب للمعلومات البيئية واتجاهاتهم نحو البيئة.

- دراسة السلواني، راية فريد إبراهيم (٢٠٢٠م) حول دور وزارة البيئة في تعريف المواطن الأردني بقضايا البيئة من خلال الإعلام البيئي. واستخدمت الدراسة منهج المسح الاجتماعي وأداة الاستبيان. وتوصلت إلى أن دور وزارة البيئة في التوعية العامة بقضايا البيئة كان متوسطًا وإيجابياً. ووجود مستوى مرتفع من المعرفة لدى المواطن الأردني بالثقافة البيئية والسلوك العام. وإن فعالية وسائل الإعلام المستخدمة لنشر الوعي البيئي كان متوسطًا وجاءت المجلات كأكثر الوسائل الإعلامية فعالية يليها الفيسبوك ثم الملصقات.

- دراسة محمد، مروة صبحي، (٢٠٢٠م)، حول دور الصفحات الرسمية على وسائل التواصل الاجتماعي في دعم التنمية البيئية المستدامة بالتطبيق على صفحة "إتحضر للأخضر". استخدمت الدراسة منهج المسح وأداتي تحليل المضمون والاستبيان. وتوصلت إلى: فاعلية الصفحة في اشراك الجمهور المصري في الاتصالات البيئية من خلال تحفيز التفاعل بين المتابعين. وفاعلية الصفحة في التأثير على وعي المبحوثين البيئي. وأهمية متغير اشتراك الجمهور في الاتصال البيئي في تدعيم اتجاهاتهم نحو الاستدامة البيئية.

- دراسة السيد، أحمد سيد حمودة (٢٠١٩م)، حول فاعلية استخدام الرسوم المتحركة في التوعية والإرشاد البيئي. من خلال قيام الباحث بتصميم ثلاثة إعلانات رسوم متحركة مختلفة تناقش قضايا ومشكلات بيئية معاصرة وهي تلوث الهواء والتلوث بالمخلفات الصلبة وسلوكيات الأفراد في الشارع المصري. وتوصلت الدراسة إلى نجاح الرسوم المتحركة كوسيلة إعلانية توعوية في تحقيق أهداف التوعية والإرشاد البيئي وانتشارها مجتمعيًا يعتبر مؤشرًا لإمكانيه استخدامها في مجال إعلانات التوعية البيئية.

المحور الثاني: دور وسائل الإعلام في التأثير على الاتجاهات والسلوك البيئي:

- دراسة بطرس، ماريان مراد أنيس (٢٠٢٤م) والتي ركزت على دراسة دور مواقع التواصل الاجتماعي في توعية المواطنين بالتغيرات المناخية، ومدى تبنيهم للسلوك المستدام في المنزل أو العمل أو الطريق أو كمستهلكين. استخدمت الدراسة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ومنهج المسح وأداة الاستبيان الإلكترونية. وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة بين المتغيرات الديموغرافية والوعي في المكون الوجداني. ووجود علاقة بين متغيرات النوع والحالة الاجتماعية والوعي في المكون السلوكي.

- تناولت دراسة الألفي، هالة فوزي والبلاط، بسمه عبدالحي (٢٠٢٤م) علاقة الإعلام البيئي الرقمي بتشكيل الاتجاهات نحو التغيرات المناخية لدى الجمهور المصري. من خلال إجراء دراسة تحليلية لعينة من التغريدات على موقع تويتر، ودراسة ميدانية على عينة من الشباب المصري. وتوصلت الدراسة إلى وجود ارتفاع ملحوظ في عدد التغريدات الخاصة بالبيئة خلال عام ٢٠٢٣م، وكانت أغلبها تغريدات إيجابية. وتوصلت أيضًا إلى ارتفاع مستوى الثقة بالمعلومات المُقدَّمة عن المناخ عبر تويتر، ووجود ارتباط ذي دلالة إحصائية بين الدوافع الوظيفية والطقوسية والاتجاه السلوكي عند متابعة التغريدات الخاصة بقضايا المناخ.

- دراسة محمود، أحمد عبده محمد، وجبر، آلاء محمد (٢٠٢٣م) والتي هدفت إلى قياس معدل تعرض الجمهور المصري لحملة "رجع الطبيعة لطبيعتها" التي تنظمها وزارة البيئة المصرية. ومن خلال الاستقصاء توصلت الدراسة إلى أن المبحوثين يعتمدون على الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة أولى لمتابعة الحملة، ويفضلون الفيديوهات كوسيلة للتعرض للحملة. وكانت أهم الاستراتيجيات تأثيرًا على اتجاهات وسلوك الجمهور "المسئولية الاجتماعية"، وفي المرتبة الثانية جاء استخدام التخويف.

- دراسة أبو مندور، شيماء (٢٠٢٣م) والتي سعت إلى التعرف على اتجاهات النخبة الأكاديمية المصرية نحو معالجة المواقع الإخبارية الإلكترونية الدولية لمؤتمر قمة المناخ العالمي COP 27. وجاءت الدراسة كدراسة وصفية استخدمت منهج المسح، ونظرية الأزمات الموقفية، وطبقت على عينة عشوائية من النخبة الأكاديمية بكليات العلوم. وباستخدام أداة الاستبيان توصلت الدراسة إلى أن أغلبية النخبة المصرية عينة الدراسة يتابعون تغطية المواقع الإخبارية للقنوات الدولية بشكل دائم لمؤتمر قمة المناخ العالمي. وأن أهم الأسباب التي دفعتهم للمتابعة هو التعرف على الإجراءات الاحترازية التي يتبعها العالم للحد من التغيرات المناخية.

- دراسة المقدم، سارة شوقي (٢٠٢٢م)، وجاءت كدراسة استطلاعية بهدف استكشاف العلاقة بين اتجاهات الجمهور المصري وسلوكه نحو القضايا البيئية التي تتم مناقشتها عبر الفيس بوك. اختارت الباحثة المنهج شبه التجريبي لمعرفة تأثير متغير السن والاستعداد المسبق للحفاظ على البيئة على اتجاهات الجمهور نحو المنشورات الخاصة بقضايا البيئة على الفيس بوك ورد فعلهم نحوها. وباستخدام نظرية السلوك المخطط Behavior Planned of Theory. توصلت الدراسة إلى عدم وجود دليل على ارتباط الاتجاه الإيجابي نحو القضايا البيئية بالاتجاه الإيجابي نحو منشورات تقليل استخدام الأكياس البلاستيكية أو بنية عينة الدراسة في تغير

سلوكياتهم للحفاظ على البيئة. كما تشير النتائج إلى أن مشاركة المنشورات الخاصة بالحفاظ على البيئة أو التعليق عليها لا يرتبط بتغير سلوك الفرد لتبني عادات تحافظ على البيئة.

- دراسة عز، إسلام سعد عبدالله عبدالرحمن (٢٠٢٠م)، حول دور مؤسسات الدولة والمجتمع المدني في تشكيل معارف واتجاهات وسلوكيات الجمهور حول مخاطر التغيرات المناخية. استخدمت الدراسة نظريات التأثير الانتقائي ونظرية التعلم الاجتماعي. وتم تطبيق الدراسة على القائم بالاتصال في مشروع بناء مرونة نظم الأمن الغذائي (التغيرات المناخية) بصعيد مصر، والجمعيات الأهلية الشريكة في تنفيذ الآليات والممارسات الموجهة من المشروع. وكذلك مع الجمهور المنتفع بالمشروع. وذلك من خلال عمل مقابلات متعمقة في محافظتي الأقصر وأسوان. وتوصلت الدراسة إلى وجود حاجة ملحة لتوفير معلومات كافية وفي الوقت المناسب عن تغير المناخ للجمهور حتى يتم السماح لهم ببناء القدرة على التكيف مع آثار الظاهرة أو التخفيف من حدتها. كما توصلت الدراسة إلى أن مراعاة اختلاف درجة الوعي البيئي من مجتمع إلى آخر ومن منطقة إلى أخرى داخل المجتمع الواحد يزيد من معدل الاستجابة للقضايا المجتمعية.

- دراسة Morris, M. (2020) سعت هذه الدراسة إلى فهم ما إذا كانت وسائل التواصل الاجتماعي قد أثرت وربما مكنت الجيل Z من العمل على القضايا الاجتماعية، وخاصة تغير المناخ العالمي. استخدمت الدراسة أداة المقابلة وتوصلت إلى أن جيل Z – وهم من يبلغون من العمر ما بين ١٨ و ٢٣ عامًا– لديهم نضوج وقدرة بارعة في التعامل مع التكنولوجيا. وأظهرت نتائج الدراسة أن لديهم قلق بشأن مستقبلهم ولديهم مخاوف تتعلق بتغير المناخ على مستوى العالم.

المحور الثالث: العلاقة بين البيئة والمعتقدات:

- وسعت دراسة Kim, Soo Yum (2022) إلى فهم المواقف المتطرفة تجاه تغير المناخ والأسباب التي تدعو الناس لتبني هذه المواقف المتطرفة. وتم تطبيق الدراسة من خلال استبيان إلكتروني تم تطبيقه في خمسة دول هي الولايات المتحدة الأمريكية وتشيلي وهونج كونج والصين وكوريا الجنوبية. وتوصلت الدراسة إلى وجود عدد من المتغيرات تؤثر على تبني هذه المواقف المتطرفة، كالعمر (كبار السن) والجنس (الذكور) والتطرف الأيدولوجي والتعرض لوسائل الإعلام الحزبية وعدم تجانس شبكة المناقشة والتعرض المفاجئ لمعلومات تغير المناخ. وجدت هذه الدراسة أن الأشخاص الذين يعانون من التطرف الأيديولوجي والوعي البيئي العالي هم أكثر عرضة لتعريف أنفسهم بالقرب من منكري تغير المناخ أو المؤمنين بيوم القيامة.

- وبحثت دراسة Li, Xi ,Yu, Runzhe and Su, Xinwei (2021) في تأثير حضور المعارض البيئية على تكوين معتقدات مؤيدة للبيئة. وتم تطبيق الدراسة على المشاركون في معرض التعاون البيئي الدولي في ماكاو في الصين. وبتطبيق أداة الاستبيان على حضور المعرض توصلت الدراسة إلى أن المعتقدات البيئية للجمهور لها تأثير كبير على ارتباطهم بالمعارض ذات الطابع البيئي بالإضافة إلى نواياهم السلوكية تجاه البيئة. كما يمكن أن يلعب الارتباط بهذه المعارض دورًا وسيطًا في النوايا البيئية للانخراط في السلوك المؤيد للبيئة.

- واستهدفت دراسة Tyagi, A. (2021) إلى التعرف على التحديات التي تواجه تناول موضوع التغيرات المناخية عبر وسائل الإعلام الاجتماعية، من خلال تحليل المناقشات على تويتر بين مجموعات المعتقدات المتنافسة. حيث تم تقسيمهم إلى مستخدمين مؤمنين بالسبب البشري لتغير المناخ والمستخدمين الذين لا يؤمنون بذلك. وتوصلت الدراسة إلى أن كلا من الفريقين يتحدثون داخل مجموعاتهم أكثر

من حديثهم مع المجموعات الأخرى. واتسم غير المؤمنين بالسبب البشري بكونهم أكثر عدائية. كما توصلت الدراسة إلى أن المقالات الإخبارية المتعلقة بتغير المناخ يتم تأطيرها في الغالب على أنها مرتبطة بقضايا سياسية في سياق العادات أو التقاليد والقيم الخاصة بالمجموعة الاجتماعية. وتوصلت الدراسة أيضًا إلى أن من لا يؤمنون بالسبب البشري لتغير المناخ مسئولون عن مشاركة الرسائل التي تحتوي على كلمات رئيسية تتعلق بنظريات المؤامرة.

- دراسة Bieniek- Tobasco, A. (2019) ركزت على تقييم تأثير التعرض للأفلام الوثائقية على المواقف والمعتقدات والعواطف المتعلقة بتغير المناخ لدى الجمهور. استخدمت الدراسة تحليل السرد في الفيلم. والمقابلات الفردية المتعمقة لتقييم العلاقة بين تأثير المحتوى السردي المقدم في الفيلم على ردود أفعال المشاهدين. وتوصلت الدراسة إلى أن وجود معتقدات ضعيفة أدت إلى الحد من النوايا لإحداث تغيير سلوكي ملموس. كما توصلت إلى أن وجود صور وروابط محلية وتصوير أشخاص عاديين في الأفلام الوثائقية الخاصة بالبيئة بالإضافة إلى وجود قيمة إنتاج عالية، يؤدي إلى إنشاء المشاركة والحفاظ عليها. بينما كانت الصور المثيرة للخوف وصور المشاهير من الأسباب الأساسية لوجود جدل مضاد ونشط ضد الرسالة الخاصة بالبيئة. وتوصلت الدراسة إلى أنه يمكن للتليفزيون الوثائقي لتغير المناخ التأثير على فاعلية ونية العمل لمكافحة تغير المناخ.

- دراسة الحضيف، فهد بن صالح (٢٠١٩م) حول القيم البيئية لدى طلاب التربية البدنية وعلوم الحركة بجامعة القصيم وعلاقتها بمستوى التدين. يهدف البحث إلى قياس العلاقة بين التزام طلاب التربية البدنية وعلوم الحركة بجامعة القصيم بالقيم البيئية ومستوى تدينهم. واستخدم الباحث المنهج الوصفي الارتباطي وأداة الاستبيان. وتوصل البحث إلى تحقق التزام طلاب التربية البدنية وعلوم الحركة بالقيم البيئية بدرجة كبيرة وأن مستوى تدينهم كان كبيرًا أيضاً، ووجود علاقة

ارتباطية طردية قوية بشكل عام بين مستوى التدين والقيم البيئية المقاسة لدى الطلاب. بينما توصل البحث إلى عدم وجود علاقة ارتباطية طردية بين مستوى التدين وقيمتي حماية البيئة وتنمية الموارد البيئية لدى طلاب التربية البدنية وعلوم الحركة.

- دراسة Patricia Dutcher (2015) حول أعباء وفوائد حلول تغير المناخ من خلال دراسة حالة اثنوجرافية للمتشككين والمنكرين لتغير المناخ في ولاية نيفادا الريفية، بهدف فهم تصوراتهم لاستخدام المياه والطاقة المتجددة في ظل تغير المناخ. استخدمت الدراسة أسلوب المقابلات شبه المقننة والملاحظة الميدانية لعينة من سكان نيفادا بمقاطعة تشرشل. وتوصلت الدراسة إلى تشكك عينة الدراسة في حدوث تغير للمناخ نتيجة للنشاط البشري. وقد رأى المبحوثين أن التغير المناخي هو عملية طبيعية غير بشرية وغير مهددة، وبالتالي فأنهم كانوا يخططون فقط للتخفيف من آثار الجفاف على المدى القصير. ورأت الباحثة أن سبب ذلك هو خشيتهم من فقد حقوقهم وامداداتهم المائية الحالية إذا ما قاموا بتنفيذ ممارسات الحفاظ على الماء. كما توصلت الباحثة إلى أنهم يدعمون الطاقة المتجددة من حيث المبدأ ولكن ليس من حيث الممارسة، وذلك بسبب أنهم لا يرون حوافز من الحكومة ودعم منها للصناعة. وتوصلت الدراسة إلى أن المتشككين والرافضين لمسألة تغير المناخ يمكن أن يدعموا التدابير الخاصة بالحفاظ على البيئة إذا ما رأوا الفوائد العملية لهذه التدابير.

- دراسة Huiping Huang (2015) وتستهدف دراسة العلاقة بين المتغيرات النفسية والتعرض لوسائل الإعلام وتأثيرها على الاتجاهات المؤيدة للبيئة. واستخدمت الدراسة النموذج الاصطناعي. وتوصلت إلى أن السلوك البيئي هو نتاج متغيرات: المجال الشخصي (الاتجاهات والقدرات) والسياق (من خلال أنماط استخدام مختلفة لوسائل الإعلام). وقسمت الدراسة السلوك البيئي إلى ثلاثة أنواع:

السلوك التكيفي والترويجي والاستباقي. ولا تقصر الدراسة التأثير على السلوك البيئي بأنواعه على التأثير القوي لوسائل الإعلام وإنما أيضًا للمعتقدات البيئية والقدرات الذاتية دور في تشكيل هذا السلوك. ووجدت الدراسة أنه ربما كان التأثير القوي لاستخدام وسائل الإعلام على السلوك المؤيد للبيئة يرجع إلى رسائل الاحتباس الحراري في وسائل الإعلام والتي تميل إلى وصف العواقب الخطيرة للظاهرة. وانتهت الدراسة إلى أنه يمكن للحكومات والمنظمات استخدام وسائل الإعلام كأدوات ترويجية فعالة للسياسات والجهود من خلال القنوات الإعلامية المختلفة لحث الأفراد على اتخاذ المزيد من الإجراءات البيئية.

- بينما ركزت دراسة Dutcher, P. (2015) على دراسة مواقف المتشككين والرافضين في ظاهرة تغير المناخ، حيث فرقت الدراسة بين المشككين – وهم الاشخاص الذين لديهم مواقف متشككة تجاه تغير المناخ البشري المنشأ، والرافضين– وهم من ينكرون حدوث أي تغيير. من خلال إجراء مقابلات مع سكان مقاطعة تشرشل بولاية نيفادا. وركز التحليل على ثلاثة موضوعات وهي الاستعداد لتنفيذ ممارسات الحفاظ على المياه؛، دعم تطورات الطاقة المتجددة والسياسات التي تشجع هذا التطور، ومصادر المعلومات المستخدمة لفهم حلول تغير المناخ. وتوصلت الدراسة إلى أن المبحوثين كانوا يرون أن تغير المناخ هو عملية طبيعية وغير بشرية وغير مهددة، وبالتالي يخططون فقط للتخفيف من الجفاف على المدى القصير. وكانوا يخشون من فقدان حقوقهم الحالية في المياه إذا ما قاموا بممارسة الحفاظ على المياه. وكانوا يدعمون الطاقة المتجددة من حيث المبدأ ولكن ليس من حيث الناحية العملية. وأنه يمكن للمشككين والرافضين دعم التدابير المفيدة للمناخ إذا ما رأوا فوائد عملية لذلك رغم اختلافهم على إن تغير المناخ يمثل مشكلة.

- دراسة Thaker, J. (2012)، ركزت على دور الفعالية الجماعية أي المعتقدات المشتركة للناس حول قدرات مجموعتهم على إنجاز المهام الجماعية، في التأثير على قدرة الهنود على التكيف مع ندرة امدادات مياه الشرب، وهو ما يحتمل أن يتفاقم في المستقبل بسبب التغيرات المناخية. استخدمت الدراسة نظرية باندورا المعرفية الاجتماعية، والمقابلات مع عينة من الهنود تم اختيارهم عشوائيًا. وباستخدام التحليل الارتباطي ونماذج الفعالية الجماعة توصلت الدراسة إلى أن المعتقدات المشتركة مرتبطة بشكل إيجابي بقدرة الأفراد والمجتمعات على التكيف بنجاح مع تغير المناخ.

التعليق على دراسات المحور الأول: دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي البيئي.

- اهتمت دراسات المحور الأول بدور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي البيئي لدى الجمهور.
- فأعطى بعضها اهتمامًا للمؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي من خلال دراسة دورهم في التوعية بالقضايا البيئية (محمد، منية ٢٠٢٤م) وتعزيز الاستجابة لقضايا التغير المناخي (الشبيني، حنان ٢٠٢٤م).
- واهتمت دراسات أخرى بالتعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل وعي الشباب المصري واتجاهاته نحو قضايا الجرائم البيئية وتغير المناخ (حبيش، هاجر ٢٠٢٣م) ودراسة التوعية البيئية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر (كوندة، سلمى ٢٠٢٢م)، ومعرفة درجة تعرض الشباب للحملات البيئية التوعوية على منصات الإعلام الرقمي (الغامدي، حسان ٢٠٢٢م)، ودور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي والثقافة الخضراء (الحزامي، نوف ٢٠٢٢م) ودور الفيس بوك في نشر الوعي البيئي (بن عربية، لحبيب ٢٠٢١م) والتعرف على دور الصفحات الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي في دعم التنمية المستدامة وتأثيرها على الوعي (محمد، مروة ٢٠٢٠م).

- اهتمت بعض الدراسات السابقة بالتعرف على تأثير طريقة تقديم المحتوى في الإعلام الرقمي على تشكيل الوعي، فاهتمت بالتعرف على تأثير الأشكال المعلوماتية والجرافيك الخاصة بقضايا الطاقة المتجددة على شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي البيئي لدى الجمهور (عمر، محمد ٢٠٢٤م). والتعرف على كيفية مساهمة السرد القصصي في زيادة وعي الجمهور بالاستدامة البيئية. (أحمد، رنا ٢٠٢٤م)
- واهتمت دراسات أخرى بمسئولية القائم بالاتصال في التليفزيون المصري نحو التوعية بقضايا التنمية المستدامة في إطار رؤية مصر ٢٠٣٠م (عبدالحميد، غادة ٢٠٢٤م)، وأثر الإعلانات الخضراء على التنافر المعرفي لدى الشباب حول قضايا البيئة (عبدالحكيم، عادل وتوفيق، ياسمين ٢٠٢٤م) بينما اهتمت دراسة واحدة بالتعرف على كيفية توظيف الأفلام التسجيلية للتوعية بقضايا البيئة في السودان (إبراهيم، بهاء الدين وآخرون ٢٠٢٢م) ودور التليفزيون السوري في نشر الوعي البيئي (العاسمي، عاهد ٢٠٢٠م)، ودور البرامج الإذاعية في التوعية البيئية من وجهة نظر الشباب الأردني. (صندوقة، أسماء ٢٠٢٠م)
- واهتمت دراسات أخرى بالتعرف على دور وسائل الإعلام عمومًا في تشكيل الوعي البيئي لدى المجتمعات المختلفة، كالمجتمع اليمني (عثمان، نظيمة ٢٠٢٢م)
- والتعرف على مدى فاعلية وسائل الإعلام التي تستخدمها وزارة البيئة الأردنية في نشر الوعي البيئي لدى المواطن الأردني (السلواني، راية ٢٠٢٠م)
- واهتمت دراسة واحدة بالتعرف على مصادر الوعي البيئي لطلاب الجامعة (النجار، ياسر ٢٠٢١م)
- واهتمت بعض الدراسات السابقة بعلاقة حملات التسويق الأخضر الرقمي بمستوى الوعي البيئي لدى المرأة وعلاقة ذلك بالنية السلوكية للمرأة (شعلان، ريهان

٢٠٢٤م)، وكذلك علاقتها بالوعي لدى المراهقين (غريب، شروق ٢٠٢١م) واختبرت دراسة واحدة فاعلية استخدام الرسوم المتحركة في التوعية والارشاد البيئي. (السيد، أحمد ٢٠١٩م)

- اعتمدت دراسات هذا المحور على المناهج: الوصفي، المسحي، التجريبي، والمقارن. وجاءت معظم دراسات هذا المحور كدراسات وصفية تحليلية.
- استخدمت أدوات: تحليل المضمون، والمقابلات، ومجموعات النقاش المركزة، الاستبيان، أداة التحليل السيميولوجي، والملاحظة.
- واستخدمت الدراسات في هذا المحور عدد من النظريات هي: الاعتماد على وسائل الإعلام، الاستخدامات والإشباعات، نظرية التعلم الاجتماعي، التنافر المعرفي، التسويق الاجتماعي، الغرس الثقافي، تقبل التكنولوجيا، المخاطر العالمية.

وتوصلت دراسات هذا المحور إلى عدد من النتائج كان أهمها:

- تركيز المؤثرين على إبراز المنافع الشخصية التي تعود على الفرد من الاستدامة والاعتماد على الاستمالات العقلية والمنطقية (محمد، منية ٢٠٢٤م). بينما توصلت دراسات أخرى إلى ضعف تناول المؤثرين لموضوعات التغيرات المناخية وارتباطها إما بارتفاع درجات الحرارة أو مؤتمر المناخ مع عدم الاهتمام والتركيز على المعلومات البيئية. (الشبيني، حنان ٢٠٢٤م)
- وجود علاقة بين وعي الجمهور بالجرائم البيئية وتغيرات المناخ واتجاهاتهم نحو دور مواقع التواصل في التوعية بهذه الجرائم وتأثير ذلك على سلوكهم، وارتباط الوعي بدرجة الثقة في المضامين المقدمة. (حبيش، هاجر ٢٠٢٣م) واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي للغة سهلة للوصول إلى المستخدم واعتمادها على سهولة العرض وتبسيطه للوصول إلى فئات مختلفة من المستخدمين لتوعيتهم بالأخطار البيئية. (كوندة، سلمى ٢٠٢٢م).

- تحديد المسئولية الاجتماعية للقائم بالاتصال في الإعلام المرئي المصري للتوعية بقضايا البيئة والتنمية المستدامة في وظائف الشرح والتفسير والإعلام والأخبار. (عبدالحميد، غادة ٢٠٢٤م)
- ضعف المادة الخاصة بالبيئة المقدمة في التليفزيون السوري. (العاسمي، عاهد ٢٠٢٠م)
- أن التعرض للإعلانات الخضراء يزيد من وعي الشباب بالقضايا البيئية وهو ما يؤدي إلى تحولات جزئية في مواقفهم تجاه البيئة. (عبدالحكيم، عادل وتوفيق، ياسمين ٢٠٢٤م)
- الأفلام التسجيلية بإمكانها التأثير على المشاهدين حيث تجمع بين خاصتي البصر والسمع ويمكن توظيفها لخدمة تغير السلوكيات الضارة بالبيئة في مجتمعاتنا. (إبراهيم، بهاء الدين وآخرون ٢٠٢٢م)
- ارتفاع نسبة الطلاب ذوي التخصصات العلمية الذين يحرصون على متابعة الموضوعات البيئية، وتأثير التعرض على البعد المعرفي والوجداني أكثر من البعد السلوكي. (الغامدي، حسان ٢٠٢٢م)
- ضعف وعي الجمهور بالقضايا البيئية نتيجة لضعف تناول وسائل الإعلام لقضايا البيئة وموضوعاتها في اليمن بسبب إعطاء الأولوية للحرب. (عثمان، نظيمة ٢٠٢٢م)
- ارتفاع مستوى الوعي البيئي لدى طلاب جامعة الملك سعود ووجود تأثير مرتفع لمواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي (الحزامي، نوف ٢٠٢٢م) وارتفاع مستوى الوعي البيئي لدى المراهقين. (غريب، شروق ٢٠٢١م)
- أهمية الإنترنت كمصدر للمعلومات البيئية لدى طلاب الجامعات (النجار، ياسر ٢٠٢١م) وأهمية موقع الفيس بوك في مجال التوعية البيئية خاصة بين طلاب الجامعات (بن عربية، لحبيب ٢٠٢١م) والمراهقين. (غريب، شروق ٢٠٢١م)

- أهمية البرامج الإذاعية في نشر الوعي البيئي لدى طلاب الجامعات بالأردن. (صندوقة، أسماء ٢٠٢٠م)
- فعالية وسائل الإعلام المستخدمة من قبل وزارة البيئة الأردنية لنشر الوعي البيئي كانت فعالية متوسطة وجاءت المجلات ثم الفيس بوك ثم الملصقات هي الأكثر تأثيرًا في الأردن. (السلواني، راية ٢٠٢٠م).
- فعالية صفحة إتحضر للأخضر كصفحة رسمية في التأثير على وعي المبحوثين البيئي وأهمية اشراك الجمهور في الاتصال البيئي في تدعيم الاتجاهات نحو الاستدامة البيئية. (محمد، مروة ٢٠٢٠م)
- نجاح استخدام الرسوم المتحركة كوسيلة إعلانية توعوية في تحقيق أهداف التوعية والإرشاد البيئي. (السيد، أحمد ٢٠١٩م)
- انقسام معالجة قضايا البيئة على مواقع التواصل الاجتماعي إلى معالجة إيجابية تعزز الثقة في مسئولية الحكومة تجاه قضايا الطاقة المتجددة ومعالجة سلبية لافتقار المعالجة الإعلامية للتعرض لقضية الطاقة المتجددة. (عمر، محمد ٢٠٢٤م)
- جاء دافع تعديل السلوكيات السلبية بما يحقق التنمية المستدامة في مجال البيئة في مقدمة الدوافع لدى الجمهور للتعرض لموضوعات الخاصة بالتوعية البيئية. (أحمد، رنا ٢٠٢٤م)
- تعرض الجمهور للرسائل الإعلامية يبين النية السلوكية لديهم تجاه البيئة بعد التعرض لحملات ذات صلة بالبيئة (شعلان، ريهان ٢٠٢٤م)
- ارتباط وعي المراهقين البيئي باهتمامهم بحملات التسويق الأخضر عبر مواقع التواصل الاجتماعي. (غريب، شروق ٢٠٢١م)

التعليق على دراسات المحور الثاني: دور وسائل الإعلام في التأثير على الاتجاهات والسلوك البيئي:

انقسمت دراسات هذا المحور إلى دراسات بحثت في تأثير وسائل الإعلام على الاتجاهات نحو البيئة ودراسات أخرى ركزت على السلوك البيئي.

فعلى **مستوى السلوك:** ركزت على دور مواقع التواصل الاجتماعي في توعية المواطنين بالتغيرات المناخية وفي تبنيهم للسلوك المستدام (بطرس، ماريان ٢٠٢٤م)، واستكشاف العلاقة بين اتجاهات الجمهور المصري وسلوكه نحو القضايا البيئية التي تتم مناقشتها عبر الفيس بوك، من خلال اختبار متغيري السن والاستعداد المسبق للحفاظ على البيئة (المقدم، سارة شوقي ٢٠٢٢م). والتعرف على دور مؤسسات الدولة والمجتمع المدني في تشكيل معارف واتجاهات وسلوكيات الجمهور حول مخاطر التغيرات المناخية (عز، إسلام ٢٠٢٠م)

وعلى **مستوى الاتجاهات:** اهتمت بعضها بعلاقة الإعلام البيئي الرقمي بتشكيل الاتجاهات نحو التغيرات المناخية لدى الجمهور المصري (الألفي، هالة ٢٠٢٤م)، واتجاهات النخبة الأكاديمية المصرية نحو معالجة المواقع الإخبارية الإلكترونية الدولية لمؤتمر قمة المناخ COP 27 (أبو مندور، شيماء ٢٠٢٣م) وفهم ما إذا كانت وسائل التواصل الاجتماعي قد مكنت جيل Z من العمل على القضايا المجتمعية كقضية تغير المناخ. (M. Morris 2020)

واستخدمت هذه الدراسات **نظريات:** الاعتماد على وسائل الإعلام، التهيئة المعرفية، الأزمات الموقفية، السلوك المخطط، نظريات التأثير الانتقائي ونظرية التعلم الاجتماعي.

واستخدمت منهجي: المسح، والمنهج شبه التجريبي. وطبقت **أدوات:** الاستبيان الإلكتروني، تحليل المضمون، المقابلات المتعمقة مع القائم بالاتصال والجمهور، المقابلة.

وتوصلت إلى: وجود علاقة بين المتغيرات الديموغرافية والوعي في المستوى الوجداني والسلوكي وكذلك بين الوقت الذي يقضيه المبحوث على مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك المستدام في العمل (بطرس، ماريان ٢٠٢٤م). وتوصلت دراسة أخرى إلى عدم ارتباط الاتجاه الإيجابي نحو قضايا البيئة بالاتجاه الإيجابي نحو منشورات تقليل استخدام الأكياس البلاستيكية أو بنية تغيير السلوك للحفاظ على البيئة. كما أن مشاركة هذه المنشورات لا يرتبط بتغيير سلوك الفرد لتبني عادات تحافظ على البيئة. (المقدم، سارة شوقي ٢٠٢٢م). وأهمية توفير معلومات كافية وفي الوقت المناسب عن تغيرات المناخ للجمهور في مجال ندرة الغذاء حتى يتمكنوا من بناء قدرتهم على التكيف مع آثار الظاهرة أو التخفيف من حدتها. وضرورة مراعاة اختلاف درجة الوعي البيئي لتأثيره على معدل الاستجابة للقضايا المجتمعية (عز، إسلام ٢٠٢٠م)

ارتفاع مستوى الثقة في المعلومات المقدمة عن المناخ عبر تويتر وغلبة الاتجاهات الإيجابية على التغريدات الخاصة بالبيئة على الموقع (الألفي، هالة ٢٠٢٤م)، وارتفاع معدلات الرضا لدى الأساتذة المتفرغين – كبار السن– عن أداء المواقع الإخبارية الإلكترونية في تناولها لقمة المناخ مقارنة بغيرهم من الفئات العمرية. وأن أغلبية النخبة المصرية من أساتذة الجامعات يتابعون أخبار التغيرات المناخية بهدف التعرف على الإجراءات الاحترازية التي يتبعها العالم للحد من التغيرات المناخية (أبو مندور، شيماء ٢٠٢٣م). لدى جيل Z قلق بشأن مستقبلهم ولديهم مخاوف تتعلق بتغير المناخ على مستوى العالم. (M. Morris 2020)

التعليق على دراسات المحور الثالث: العلاقة بين البيئة والمعتقدات:

سعت دراسات هذا المحور إلى الربط بين البيئة والمعتقدات، وذلك من خلال: دراسة مواقف المتشككين والرافضين في ظاهرة تغير المناخ (Dutcher, P. 2015). وفهم المواقف المتطرفة من تغير المناخ والاسباب التي تدعو الناس إلى تبني هذه

المواقف المتطرفة (Kim, Soo Yum 2022). والتعرف على التحديات التي تواجه تناول موضوع التغيرات المناخية عبر وسائل الإعلام الاجتماعية للمستخدمين ذوي المعتقدات المختلفة (Tyagi, A. 2021). والعلاقة بين المتغيرات النفسية والتعرض لوسائل الإعلام وتأثيرها على الاتجاهات المؤيدة للبيئة وعلاقة ذلك بالمعتقدات (Huiping Huang 2015). والتعرف على القيم البيئية لدي طلاب التربية البدنية وعلوم الحركة وعلاقتها بمستوى التدين لديهم (الحضيف، فهد بن صالح ٢٠١٩م). وتناولت الدراسات السابقة دور المعتقدات المشتركة للجمهور حول قدرتهم على إنجاز المهام الجماعية في التأثير على قدرة الهنود على التكيف مع ندرة امدادات مياه الشرب (Thaker, J. 2012). والعمل على فهم تصورات المشككين والمنكرين لتغير المناخ لاستخدام المياه والطاقة المتجددة في ظل تغير المناخ (Patricia Dutcher 2015). والبحث في تأثير حضور المعارض البيئية على تكوين معتقدات مؤيدة للبيئة لديهم (S., X.&L., X. ,Y., R. 2021). وتأثير التعرض للأفلام الوثائقية على المواقف والمعتقدات والعواطف المتعلقة بتغيير المناخ لدى الجمهور. (Bieniek- Tobasco, A. 2019)

واستخدمت دراسات هذا **منهج** دراسة الحالة الاثنوجرافية، منهج المسح، المنهج الوصفي. **وأدوات:** المقابلات، الاستبيان الإلكتروني، التحليل الإحصائي للبيانات، تحليل السرد، الملاحظة الميدانية.

وتم تطبيق دراسات هذا المحور في مناطق مختلفة من العالم: الولايات المتحدة الأمريكية وتشيلي وهونج كونج والصين وكوريا الجنوبية، ماكاو بالصين، الهند، القصيم، مقاطعة تشرشل بولاية نيفادا.

واستخدمت دراسات هذا المحور **نظريات:** باندورا المعرفية الاجتماعية، نموذج Defect Model of Literacy، النموذج الاصطناعي، وبعضها لم يشر إلى استخدام نظرية أو نموذج نظري محدد.

وتوصلت الدراسات في هذا المحور إلى: أن المشككون والرافضون لتغير المناخ يرون أن تغير المناخ عملية طبيعية وغير بشرية وغير مهددة، وبالتالي كانوا يعملون على التخفيف من آثارها على المدى القصير وكانوا يخشون فقدان حقوقهم الحالية في المياه إذا ما قاموا بممارسة الحفاظ على المياه (Dutcher, P. 2015). وتأثير متغيرات العمر والجنس والتطرف الأيدولوجي والتعرض لوسائل الإعلام الحزبية وعدم تجانس شبكات المناقشة والتعرض المفاجئ لمعلومات التغيرات المناخية، تأثير كل ذلك على تبني مواقف متطرفة تجاه تغير المناخ. وظهر التحيز المنهجي في تقدير نسبة الآخرين الذين لديهم نفس وجهات النظر بين منكري التغير المناخي ولم يظهر لدى المؤمنين بيوم القيامة (Kim, Soo Yum 2022). وأن المعتقدات المشتركة للناس مرتبطة بشكل إيجابي بقدرة المجتمعات والأفراد على التكيف بنجاح مع تغير المناخ (Thaker, J. 2012). وقوة العلاقة بين مستوى التدين بشكل عام والقيم البيئية لدى طلاب التربية البدنية وعلوم الحركة (الحضيف، فهد بن صالح ٢٠١٩م). وتشكك الأشخاص في حدوث تغير المناخ لأسباب بشرية، ورغم ذلك فإن المتشككين والرافضين لتغير المناخ يمكن أن يدعموا التدابير الخاصة بالحفاظ على البيئة إذا رأوا الفوائد العملية لهذه التدابير (2015) Patricia Dutcher. وأن مستخدمي تويتر المؤمنين بالسبب البشري لتغير المناخ والمستخدمون الذين لا يؤمنون بذلك كل منهم محصور في المناقشات داخل مجموعته نفسها، وكان غير المؤمنين بالسبب البشري أكثر عدائية ويشاركون الرسائل التي تحتوي على كلمات تتعلق بنظرية المؤامرة Tyagi, A. (2021). ارتباط المعتقدات البيئية للجمهور بحضورهم المعارض ذات الطابع البيئي ونواياهم السلوكية تجاه البيئة (2021).S., X.&L., X. ,Y., R. وجود معتقدات ضعيفة أدت للحد من النوايا لإحداث تغيير سلوكي ملموس فيما يخص البيئة Bieniek- Tobasco, A. (2019). وجود تأثير للمعتقدات البيئية على السلوك

المؤيد للبيئة وأن السلوك البيئي هو نتيجة للمتغيرات الشخصية ونمط استخدام وسائل الإعلام، كما أن للمعتقدات البيئية والقدرات الذاتية دور في تشكيل هذا السلوك، ووجدت الدراسة أنه ربما كان التأثير القوي لاستخدام وسائل الإعلام على السلوك المؤيد للبيئة يرجع إلى رسائل الاحتباس الحراري في وسائل الإعلام والتي تميل إلى وصف العواقب الخطيرة للظاهرة. (Huiping Huang 2015)

التعليق العام على الدراسات السابقة وأوجه الاستفادة منها:

- اهتمت الدراسات العربية بتحليل محتوى وسائل الإعلام الذي يتناول قضايا البيئة كما ركز عدد كبير من الدراسات على العلاقة بين وسائل الإعلام وتكوين الوعي البيئي، بينما اهتم عدد قليل من الدراسات العربية بالسلوك البيئي، في حين كانت هناك ندرة في الدراسات العربية التي تناولت العلاقة بين المعتقدات والبيئة. على عكس الدراسات الأجنبية التي ربطت بين المعتقدات والبيئة.
- جاءت الدراسات السابقة في أغلبها كدراسات وصفية، والقليل منها جاء كدراسات استطلاعية.
- لوحظ ازدياد اهتمام الدراسات العربية بدراسة تناول وسائل الإعلام لقضايا البيئة وأيضًا بدور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي البيئي، بينما ازداد اهتمام الدراسات الأجنبية بتأثير المعتقدات على الاتجاهات والسلوك نحو البيئة.
- كانت أكثر الأدوات التي استخدمتها الدراسات السابقة هي أداة الاستبيان تلاها أداة تحليل المضمون ثم المقابلات. كما استخدمت بعضها أدوات التحليل السميويوجي والملاحظة. وقد استخدمت العديد من الدراسات أكثر من أداة لجمع المعلومات.
- اعتمدت الدراسات السابقة على عدد من النظريات منها: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، الاستخدامات والإشباعات، التعلم الاجتماعي، التنافر المعرفي، التسويق الاجتماعي، الغرس الثقافي، تقبل التكنولوجيا، المخاطر العالمية، التهيئة

المعرفية، الأزمات الموقفية، السلوك المخطط، التأثير الانتقائي، باندورا المعرفية، نموذج Defect Model of Literacy. وبعض الدراسات لم تحتوي على نظرية.

- جاء الاهتمام ضعيفًا في الدراسات العربية بدراسة المعتقدات البيئية وتأثيرها على السلوك البيئي وغاب قياس العلاقة بين وسائل الإعلام والمعتقدات البيئية والسلوك البيئي.
- استفادت الباحثتان من الدراسات السابقة في البناء المنهجي والنظري للدراسة كدراسة في مجال العلوم الاجتماعية.

ثالثا: المشكلة البحثية:

تشير الدراسات السابقة إلى أهمية دور وسائل الاعلام المختلفة سواء التقليدية أو الجديدة في نشر الوعي البيئي، وتؤكد على أهمية الرسائل الاعلامية في التأثير على اتجاهات الجمهور نحو البيئة وعلى تبنيهم لسلوكيات ايجابية نحوها. أما فيما يخص المعتقدات المرتبطة بالتغيرات المناخية والسلوك البيئي هناك ندرة في تناول هذه القضية.

يشير مسح التراث العلمي إلى عدم تناول العلاقة بين المعتقدات والسلوك البيئى تجاه التغيرات المناخية ودور وسائل الاعلام في تشكيل هذا السلوك في الدراسات العربية، وهو ما دعا الباحثتان إلى دراسة العلاقة بين هذه المتغيرات (متابعة وسائل الأعلام– السلوك البيئي– المعتقدات)، ومن هنا تتحد مشكلة الدراسة الراهنة في محاولة الربط وتفسير العلاقة بين هذه المتغيرات في ضوء متابعة الجمهور المصري لقضية التغيرات المناخية من خلال الإجابة على التساؤل التالي: كيف أثرت متابعة الجمهور المصري لموضوعات التغيرات المناخية على السلوك البيئي لديهم في ضوء معتقداتهم الخاصة بالبيئة؟

رابعًا : أهداف الدراسة:

- التعرف على مصادر معرفة الجمهور المصري بالتغيرات المناخية.
- التعرف على طرق متابعة الجمهور المصري للتغيرات المناخية.
- التعرف على رؤى ومعتقدات الجمهور حول التغيرات المناخية.
- التعرف على سمات السلوك البيئي لدى الجمهور المصري.
- قياس مدى تأثير متابعة الجمهور للتغيرات المناخية على السلوك البيئي لهم.
- قياس مدى تأثير معتقدات الجمهور حول التغيرات المناخية على السلوك البيئي لهم.

خامسًا: فروض الدراسة:

- **الفرض الأول:** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى تعرض الجمهور لموضوعات التغيرات المناخية في وسائل الإعلام وبين تبنيهم لسلوكيات إيجابية نحو البيئة.
- **الفرض الثاني:** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تعرض الجمهور لموضوعات التغيرات المناخية في وسائل الإعلام وبين وجود معتقدات عن البيئة.
- **الفرض الثالث:** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين وجود معتقدات بيئية لدى الجمهور وبين إتباعهم لسلوكيات إيجابية نحو البيئة.

التغيرات المناخية:

تُعرف اللجنة الدولية التغيرات المناخية: أي تغير في المناخ على المدى الطويل، سواء كان بسبب التقلبات الطبيعية أو نتيجة للنشاط البشري. حيث يعتبر تغير المناخ جزءًا طبيعيًا من التقلبات الطبيعية للأرض، والتي ترتبط بالتفاعلات بين الغلاف الجوي والمحيط والأرض، فضلًا عن التغيرات في كمية الإشعاع الشمسي الذي يصل إلى الأرض.

أما التغير الناجم عن الإنسان فالمقصد بها هو الغازات مثل ثاني أكسيد الكربون (CO2) وبخار الماء (H2O)، وحرق الوقود الأحفوري، مثل النفط والفحم والغاز الطبيعي المسببة للانحباس الحراري، فالمستوى الحالي هو الأعلى منذ ٦٥٠ ألف عام. ويخلص تقرير التقييم الرابع الصادر عن الهيئة الحكومية الدولية المعنية بتغير المناخ إلى أن "معظم الزيادة الملحوظة في متوسط درجات الحرارة العالمية منذ منتصف القرن العشرين ترجع على الأرجح إلى الزيادة الملحوظة في تركيزات الغازات المسببة للانحباس الحراري الناجمة عن أنشطة بشرية." (climate change,2011:2)

وتعرف اتفاقية الأمم المتحدة الإطارية بشأن تغير المناخ (UNFCC) تغير المناخ بأنه تغير يُعزي بشكل مباشر أو غير مباشر إلى النشاط البشري الذي يغير تكوين الغلاف الجوي العالمي ويزيد من تقلب المناخ الطبيعي الملحوظ على مدى فترات زمنية قابلة للمقارنة. وإن سبب تغير المناخ هو زيادة انبعاث ثاني أكسيد الكربون وغيره من الغازات المسببة للاحتباس الحراري والتي تحبس الطاقة في الغلاف الجوي مما يسبب "الاحتباس الحراري" الذى يؤدي إلى ارتفاع درجة حرارة الأرض مما يتسبب في أنماط الطقس المتطرفة، وتهديد الأمن الغذائي، وزيادة الأمراض والوفيات. وتشير الأدلة إلى أن الأنشطة المختلفة التي يسببها البشر بشكل مباشر أو غير مباشر أدت إلى إطلاق كميات كبيرة من ثاني أكسيد الكربون وغيره من الغازات المسببة للانحباس الحراري في الغلاف الجوي مما يسبب تغير المناخ والاحتباس الحراري العالمي. تأتي غالبية هذه الغازات من حرق الوقود الأحفوري لإنتاج الطاقة، مع إزالة الغابات والعمليات الصناعية والعمليات الزراعية لقد أحدثت آثار تغير المناخ تأثيرًا كبيرًا على الإنسان.

https://www.un.org/en/climatechange/what-is-climate-change

فسر العلماء ظاهرة "تغير المناخ" بأنه تغير في المناخ المتوسط أو تقلب المناخ الذي يستمر لفترة طويلة. لقد تغير مناخ الأرض دائمًا، واعتبر العلماء أن التغيرات في مدار الأرض، ومخرجات الطاقة من الشمس، والنشاط البركاني، والتوزيع الجغرافي لكتل اليابسة على الأرض وغيرها من العمليات الداخلية التي تؤثر على المناخ ويطلق على هذا النوع من التغير أسم "تغير المناخ الطبيعي، ونتيجة لتغير المناخ الطبيعي، شهدت الأرض فترات باردة منتظمة (أو عصور جليدية) في الماضي، عندما غطت الأنهار الجليدية أجزاء كبيرة من سطح الأرض. كما شهدت الأرض فترات أكثر دفئًا عندما كانت مستويات سطح البحر أعلى بكثير مما هي عليه الآن.

ورغم ذلك، تشير الملاحظات والنماذج العلمية إلى أن مناخ الأرض يتغير الآن بسبب النشاط البشري، وهذا ما يسمى "تغير المناخ الناتج عن أنشطة بشرية (anthropogenic climate change)"، مثل حرق الوقود الأحفوري (الفحم والنفط والغاز الطبيعي) لإنتاج الكهرباء وتشغيل المركبات، وإزالة الغابات لبناء المزارع والمدن، وتربية الماشية، تطلق "غازات الدفيئة" في الغلاف الجوي. والغازات الدفيئة الرئيسية هي ثاني أكسيد الكربون والميثان والهالوكربونات وأكسيد النيتروز، وتتراكم هذه الغازات في الغلاف الجوي وتسمح للإشعاع من الشمس بالمرور ولكنها تحبس بعض الحرارة التي تشعها الأرض مرة أخرى، وهذا ما يسمى "تأثير الدفيئة (greenhouse effect)"، حيث يسمح السقف الزجاجي بدخول ضوء الشمس ولكنه يحبس الحرارة ولا يسمح بخروجها. ويؤدي تأثير الدفيئة المتزايد مع مرور الوقت إلى الاحتباس الحراري. (Riedy,2016:1,2)

واتفق الغالبية العظمى من العلماء في جميع أنحاء العالم على أن النشاط البشري قد أدى عن غير قصد إلى رفع درجة حرارة الأرض. إن إطلاق كميات كبيرة من تلوث الكربون يجعل كوكبنا أكثر دفئًا مما يؤدي إلى زيادة متوسط درجات الحرارة العالمية للهواء والمحيطات، وذوبان الجليد والثلوج على نطاق واسع، وارتفاع مستويات

سطح البحر العالمية. كما يؤثر على أنماط هطول الأمطار والرياح. ومن التأثيرات الخطيرة الأخرى المترتبة على زيادة تلوث الكربون تحمض المحيطات.

الاحتباس الحراري هو أحد أنواع تغير المناخ ويؤدي إلى تغيرات أخرى في المناخ، مثل التغيرات في أنماط هطول الأمطار وتواتر وتوزيع الأحداث الجوية مثل الجفاف والعواصف والفيضانات وموجات الحر. وعلى الرغم من أن مصطلحي تغير المناخ والاحتباس الحراري يستخدمان غالبًا بالتبادل، فإن تغير المناخ هو مصطلح أوسع يشمل كل من الاحتباس الحراري والتغيرات الأخرى الملحوظة في المناخ. ويزعم العديد من العلماء أن تأثيرات تغير المناخ ستكون مدمرة للأنظمة الطبيعية والبشرية وأن تغير المناخ يشكل تهديدًا وجوديًا للحضارة الإنسانية.

التعريف الإجرائي لمفهوم " تغير المناخ":

هي التغيرات التي تحدث في المناخ بشكل سريع جدًا وشهدناها على مدى السنوات الخمسين الماضية في ارتفاع متوسط درجات الحرارة – زيادة وتغير مواسم هطول الأمطار– زيادة الفيضانات– الجفاف في بعض المناطق– ندرة المياه– ارتفاع مستوى سطح البحر– زيادة شدة العواصف ومداها– السيول– الحرائق وغيرها، والتي لها أثر كبير على البيئة الطبيعية وعلى الإنسان فهي تهدد الوجود بشكل عام.

المعتقد:

استخدم مصطلح "معتقد" إلى جانب مصطلح "نسق الاعتقاد" على نطاق واسع في الأنثروبولوجيا الدينية، والمعتقد في المقام الأول هو ظاهرة نفسية وفردية ثم تصبح ظاهرة مجتمعية عند اشتراك الأفراد في الاعتقاد بشيء ما. (موسوعة علم الإنسان، ١٩٩٨م: ٦٣٨)

إن المعتقدات تشكل عنصرًا أساسيًا في المجتمع، ولكنها تظل في كثير من النواحي غير مدروسة بشكل كافٍ. إن مفهوم المعتقدات يحمل العديد من الدلالات، بعضها يتعلق بالإيمان والعواطف. وكثيرًا ما يكون من الصعب فهم معتقدات الآخرين،

وخاصة عندما تكون غريبة عنا. بل إن من الأصعب تحديد ما إذا كانت المعتقدات قوية حيث تتحكم في تحديد وتوجيه سلوك البشر. إن السؤال الذي بدأ به سميث وبرونر ووايت كتابهم الكلاسيكي "الآراء والشخصية" قبل خمسين عامًا لا يزال مناسبًا اليوم، "ما فائدة آراء الإنسان؟ يتبنى الناس الآراء ليس فقط لفهم العالم، بل وأيضًا لتلبية الاحتياجات النفسية والاجتماعية والثقافية للعيش مع أنفسهم والآخرين. (**Jervis,2006: 641**)

تشير المعتقدات أولًا إلى: الحالات الداخلية والحقائق الخارجية. غالبًا ما نفسر مشاعرنا ونسعى إلى فهم ما نؤمن به بالضبط. ثانيًا: يمكن أن تكون المعتقدات والتصريحات حول المعتقدات حثية بمعنى حث الآخرين – وأنفسنا – على الاعتقاد ثالثًا: وربما الأكثر أهمية هي أن العديد من المعتقدات تنطوي على عنصر قوي وهو الالتزام والإيمان، حتى عندما لا يكون الدين مشاركًا. يقول العلماء إنهم يؤمنون بنظرياتهم أو نتائجهم كذلك القيادات السياسية التي تعتقد في أفكار معينة وتحرص على أقناع الأخرين بها ونشرها.

تعريف المعتقد في قاموس أكسفورد: حالة ذهنية، ذات طابع تمثيلي، تأخذ قضية (سواء كانت صحيحة أو خاطئة) كمحتوى لها، وتشارك، مع العوامل التحفيزية، في توجيه السلوك الطوعي والتحكم فيه. فالاعتقاد عبارة عن اقتراح يقبله شخص أو مجموعة على أنه صحيح. وحالة ذهنية ذاتية تتعلق بالحقيقة، لا تصل إلى مستوى المعرفة المؤكدة. https://www.oxfordreference.com/display/10.1093/oi/authority.20110803095456806

أما الموسوعة البريطانية فلقد عرفت المعتقد بأنه " مفهوم يعبر عن قبول الأفراد لأفكار أو موضوع معين، وهناك نوعين من المعتقدات، النوع الأول: الاعتقاد المعقول وهو الذى لديه دليل واضح وله مؤشرات وحقائق واضحة، أما النوع الثاني: فهو الاعتقاد غير المعقول وهو الذى ليس له دليل أو حقائق تؤيده.

https://www.britannica.com/dictionary/make%E2%80%93believe

هناك بعض العلماء أتجه إلى تعريف المعتقد في إطار ثلاثي، فالمعتقد من وجهة نظرهم هو "تنظيم أو نسق يتكون من ثلاث جوانب: معرفية ووجدانية وسلوكية، فالجانب المعرفي يشمل المعلومات والأفكار التي تتعلق بموضوع معين، وهذه المعارف تكون مصاحبة بمشاعر سواء كانت مشاعر سلبية أو إيجابية، وهنا يتكون الجانب الوجداني، وهذه المشاعر هي التي تحدد استجابات الفرد وسلوكه تجاه مواقف وقضايا مختلفة في المجتمع، وبالتالي يمكننا القول بأن معتقدات الأفراد هي دافع قوي وداعم أساسي لسلوكيات وقرارات الأفراد. (محمد علي، غادة: ٢٣٥)

التعريف الإجرائي لمفهوم المعتقد:

هو مفهوم يعبر عن الأفكار والتصورات والآراء التي يؤمن أو يعتقد بها شعب من الشعوب تجاه موضوعات وقضايا مختلفة وهذه الأفكار والتصورات والآراء سواء كانت سلبية أو إيجابية تكون سبب في تحرك الناس واتباع سلوكيات وأفعال معينة تجاه المواقف المختلفة في الحياة، وقد تكون ثقافية وسياسية واقتصادية واجتماعية ونفسية ودينية وبيئية وغيبية.

السلوك البيئي Environmental behavior:

تستخدم كلمة السلوك للإشارة إلى السلوك العام أو سلسلة من الأنشطة التي يقوم بها الأفراد أو هو كل نشاط ملحوظ للفرد يوضح العلاقة بين الإنسان وبيئته. لقد تعددت تعريفات لمفهوم السلوك في المؤلفات العلمية والأطر النظرية فعلى سبيل المثال وليس الحصر يعرف بأنه: "أي شيء يقوم به الكائن الحي" أو "ما يفعله الكائن الحي"؛ أو أنه أي نشاط يقوم به الكائن الحي. فالسلوك لا يحدث من فراغ، بل يجب أن يحدث في بيئة معينة وفي زمن معين، ومن هنا ظهر مصطلح السلوك البيئي. (Lazzeri,2014:69)

ويوجد العديد من المسميات التي استخدمت للإشارة إلى مصطلح السلوك البيئي في الأدبيات والدراسات الأكاديمية منها "السلوك البيئي المؤيد أو الإيجابي pro- environmental behavior – السلوك الإيكولوجي Ecological behavior – السلوك المستدام Sustainable behavior – السلوك الأخضر Green behavior" ولا يوجد خلاف أو نقاش واضح بين العلماء حول تعريف السلوك البيئي ومسمياته المختلفة حيث أجمعوا على أن تعرف السلوك البيئي هو "أي فعل أو تصرف فردي أو جماعي موجه مباشرة لعلاج أو حل القضايا والمشكلات البيئية". (Tian, H.; Liu, X.,2022:2)

والسلوك البيئي بالمعنى الضيق، ذلك السلوك الذي له تأثير كبير على البيئة. وقد يكون السلوك البيئي للفرد غير مقصود وغير منعكس؛ وفي هذه الحالة لا يدرك الشخص تأثير سلوكه على البيئة، ولذلك ظهر مصطلح "السلوك المدمر للبيئة Environment-destructive behavior" فالسلوك البيئي أما أن يكون سلوك إيجابي أو سلوك سلبي تجاه البيئة. (Krajhanzl, Jan. 2010: 252)

وبشكل عام نستطيع أن نميز بين نمطين من السلوك: النمط الأول وهو السلوك الإيجابي الذى يشمل كافة التصرفات والأفعال التي يتبعها الفرد لحماية البيئة وترشيد مواردها والوصول إلى حل للمشكلات التي ترتبط بها، أما النمط الثاني وهو السلوك السلبي والذي يشمل كل الأفعال والتصرفات السلبية سواء بقصد أو بدون قصد من الفرد تؤثر وتعمل على تخريب البيئة وزيادة مشكلاتها. (العيتق وأخرون، ٢٠١٦م: ١٧٥)

ينظر إلى الإنسان باعتباره ابن بيئته يؤثر فيها ويتأثر بها، ولذا فإن حل أي مشكله تتعلق بالبيئة ترتبط بسلوك وعادات ومعتقدات وثقافة وقيم وشخصية الإنسان بشكل أساسي، فالسلوك البيئي هو عبارة عن تفاعل نشط ومتبادل بين الفرد وبيئته في زمن معين.

التعريف الإجرائي لمفهوم السلوك البيئي:

هو كل فعل أو تصرف أو عمل أو نشاط يقوم به الفرد تجاه بيئته سواء كان إيجابي أو سلبي (بقصد أو بدون قصد) وينتج عنه مظاهر وسلوكيات إيجابية لحماية البيئة أو مظاهر وسلوكيات سلبية تؤثر على البيئة.

سابعًا: التوجه النظري للدراسة:

- الإيكولوجية الثقافية CULTURAL ECOLOGY:

تهتم نظرية الإيكولوجيا الثقافية بالبحث في طبيعة استجابة الإنسان للتحديات الطبيعية وذلك من خلال محاولة تطويع قوى الطبيعة بحيث لا تصبح مصدر تهديد دائم لبقاء الإنسان، وبالتالي مثل هذه الاستجابة تعمل على تغيير شكل البيئة الطبيعية التي اعتاد الإنسان أن يعيش فيها حيث تظهر بيئة جديدة لها سماتها الخاصة والتي تفرض على الإنسان سلوك جديد وبالتالي تتغير استجابته لتغير البيئة وهكذا تستمر العلاقة بين الإنسان والبيئة إلى ما لانهاية.

ولقد بلور العالم الأنثروبولوجي الأمريكي جوليان ستيوارد Julian H.Steward والذي يعتبر من علماء النظرية التطورية الجديدة، العلاقة بين استغلال البيئة وثقافة المجتمع وبنائه الاجتماعي ككل في نظرية اصبحت تعرف باسم "الإيكولوجيا الثقافية، وقدم ستيوارد ثلاث خطوات أساسية للتحليل الإيكولوجي الثقافي وهي كالتالي:

١- تحليل العلاقات المتبادلة بين البيئة والتكنولوجية الثقافية التي تستخدمها الإنسان في المجتمع ويلاحظ بشكل عام أن أي مجتمع لا يستطيع أن يستغل كل معالم البيئة المتاحة عنده، ويرى ستيورد أن الثقافات البسيطة تتأثر مباشرة بالبيئة الطبيعية على عكس الثقافات المعقدة.

٢- تحليل نمط السلوك المرتبط بمعتقدات الأفراد وثقافتهم والتكنولوجية الحديثة.

٣- تقرير العلاقة بين هذا النمط السلوكي وبقية جوانب النسق الثقافي بمعنى أخر هو دراسة كيفية ارتباط سلوكياتهم من أجل البقاء على أنشطتهم الاجتماعية وتنظيماتهم السياسية والرقابية وغيرها. (السخاوى،٢٠٠٩م: ٣٧)

عرف ستيورد الإيكولوجيا الثقافية "بأنها دراسة العمليات التي يتكيف بها المجتمع مع بيئته". وحدد المشكلة الرئيسية في إنها ما إذا كانت هذه التكيفات تؤدي إلى تحولات اجتماعية وثقافية داخلية أو إلى تغير تطوري عالمي ومع تحلل هذه التكيفات في ضوء العوامل والتغيرات الأخرى المرتبطة بنواحي الحياة للفرد داخل مجتمعه.

تركز الإيكولوجيا الثقافية على دراسة النسق المتفاعل الذي يتكون من جزئيين هما كالتالي:

- **الجزء الأول:** يتمثل في الموارد الطبيعية والحياة النباتية والحيوانية والمناخ والأمراض المحلية واتجاهات حدوثها وغيرها من مظاهر تغير عناصر البيئة.
- **الجزء الثاني:** يتمثل في الثقافة والمعتقدات وخاصًا استغلال التكنولوجيا والتكيف الثقافي والاجتماعي مع ارتباطه بملامح تغير البيئة. (McGee & Warms, 2013:143)

وأخيرًا قدم ستيورد أربعة اتجاهات أساسية لدراسة المجتمعات من المنظور الإيكولوجي وهم كالتالي:

١- دراسة الثقافة من خلال البيئة التي تحيط به.

٢- دراسة العلاقة بين الثقافة والبيئة بوصفها عملية وليست علاقة فقط.

٣- دراسة البيئات صغيرة الحجم بدلا من التركيز على دراسة المناطق الثقافية.

٤- ربط البيئة بالتطورات الثقافية التي تحدث في المنطقة. (Sutton & Anderson, 2010:22)

ومن خلال هذه الاتجاهات الأربعة السابقة يستطيع إي باحث التوصل إلى فهم عمليات التفاعل التي تحدث وتتطور بين ثقافة المجتمع والبيئة التي تحيط بها.

الدراسة الراهنة في ضوء التوجه النظري:

يتشكل التوجه النظري للدراسة في ضوء رؤية ستيوارد لخطوات التحليل الإيكولوجي الثقافي وتتمثل في:

الخطوة الأولى: دراسة العلاقة المتبادلة بين البيئة والتكنولوجيا التي يعتمد عليها الإنسان من خلال تحليل العلاقة المتبادلة بين تأثير متابعة الجمهور لوسائل الإعلام المصري للتغيرات المناخية على السلوك البيئي، أما **الخطوة الثانية:** تتمثل في دراسة تحليل العلاقة بين السلوك البيئي المرتبط بالمعتقدات لدى الجمهور المصري، **والخطوة الثالثة:** لرؤية ستيوارد تتشكل في دراسة وتحليل العلاقة بين السلوك البيئي وكيفية تكيفهم مع التغيرات المناخية في حياتهم اليومية. فهذه الخطوات الثلاثة سوف تساعد الباحثتين في تفسير التغيرات المناخية والمعتقدات المرتبطة بها ومدى تأثيرها على السلوك البيئي من خلال عينة من الجمهور المصري المتابع لوسائل الإعلام المختلفة.

ثامنًا: منهجية الدراسة:

١- أسلوب الدراسة:

تعد من الدراسات الوصفية التحليلية، واعتمدت على الأسلوب الكمي والكيفي وهي دراسة مسحية ميدانية يتم تطبيقها على الجمهور المصري.

٢- منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على منهجي المسح الاجتماعي ومنهج الأنثروبولوجيا، واستغرقت فترة الدراسة عام كامل قسمت على النحو التالي:

- **الجزء النظري:** تم تجميع الجزء النظري من الأدبيات والدراسات السابقة الخاصة بموضوع البحث.

- **الجزء الميداني:** استغرقت الفترة (من اكتوبر ٢٠٢٤م إلى مارس ٢٠٢٥م) لإجراء الدراسة الميدانية والتي تمثلت في تصميم الاستبيان وتحكيمه واختباره ثم تطبيقه على عينة الدراسة، وتطبيق دليل المقابلات البؤرية **Focus group discussions** ولكتابة وتحليل النتائج وتفسيرها.

٣- **أدوات جمع المادة:**

أ. **استمارة الاستبيان***

تم تصميم استمارة الاستبيان وقسمت إلى عدد من المحاور:

- المحور الأول: متابعة موضوعات التغيرات المناخية في وسائل الإعلام.
- المحور الثاني: المعتقدات البيئية.
- المحور الثالث: السلوك البيئي.
- المحور الرابع: البيانات الشخصية.

ب. المقابلات البؤرية Focus group discussions:

تم إجراء المقابلات البؤرية على عينة عشوائية مكونة من ٢٠ مفردة، تكونت من ١٦ إناث و٤ من الذكور وتراوحت فئات السن من ٣٠ إلى ٥٠، يتميزون بأنهم جميعًا حاصلين على الدراسات العليا، واستغرق تطبيق الدليل على إجراء مقابلتين: المقابلة الأولى استغرقت حوالى ٤ ساعات متصلة، أما المقابلة الثانية فاستغرقت ٣ ساعات متصلة، استعانت الباحثتان بمحور الثالث من الاستبيان (المعتقدات والسلوك

* تم تحكيم استمارة الاستبيان من قبل عدد من المتخصصين، كالتالي:
- أ.د. نجوى كامل استاذ الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
- أ.م.د. سماح الشهاوي الاستاذ المساعد بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
- د. ماريان مراد المدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
- د. ماري منصور المدرس بقسم الصحافة كلية الإعلام جامعة القاهرة.

البيئي) لإجراء المقابلات البؤرية حيث تم التركيز على بعض النقاط التي ترصد العلاقة بين المعتقد والسلوك البيئي والمعتقد والتغيرات المناخية.

٤- **أساليب التحليل والمعالجة الإحصائية للدراسة:**

تم الاعتماد على برنامج التحليل الإحصائي (SPSS) وذلك لتحليل بيانات الدراسة الميدانية، ويتمثل مستوى الدلالة المعتمدة في الدراسة الحالية في كافة اختبارات الفروض والعلاقات الارتباطية في قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة ٩٥% فأكثر، أي عند مستوى معنوية ٠,٠٥ فأقل، وتمثلت الأساليب **الإحصائية المستخدمة في الدراسة:**

- **أولًا:** المقاييس الوصفية: التي تمثلت في التكرارات البسيطة والنسب المئوية، والمتوسط الحسابي، والانحراف المعياري.
- **ثانيًا:** الاختبارات الإحصائية: والتي تمثلت في اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent-Samples T-Test)، وكذلك تحليل التباين ذو البعد الواحد (Oneway Analysis of Variance) المعروف اختصارًا باسم ANOVA.
- **ثالثًا:** معاملات الارتباط Correlation والتي تمثلت في معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient).

اختبار الصدق والثبات: تم اختبار صلاحية استمارة الاستبيان في جمع البيانات بإجراء اختباري الثبات والصدق لها، وذلك على النحو التالي:

- **اختبار الصدق (Validity):** الصدق الظاهري: يعني صدق المقياس المستخدم ودقته في قياس المتغير النظري أو المفهوم المراد قياسه، وللتحقق من صدق المقياس المستخدم في البحث حيث تم عرض أداة جمع البيانات (صحف الاستقصاء) على مجموعة من المتخصصين والخبراء في مناهج البحث والإعلام والاجتماع والبيئة والتكنولوجيا.

- **اختبار الثبات (Reliability):** يقصد به الوصول إلى اتفاق متوازن في النتائج بين الباحثين في حالة استخدامهم لنفس الأسس والأساليب على نفس المادة الإعلامية، أي محاولة تخفيض نسب التباين لأقل حد ممكن من خلال السيطرة على العوامل التي تؤدي لظهوره في كل مرحلة من مراحل البحث، وتم تطبيق اختبار الثبات في الدراسة الميدانية على عينة تمثل ١٠% من العينة الأصلية بعد تحكيم صحيفة الاستقصاء ثم إعادة تطبيق الاختبار مرة ثانية على عينة ٥% من المبحوثين بعد أسبوعين من الاختبار الأول، كما تم التحقق من مؤشرات ثبات أسئلة أداة الدراسة من خلال تطبيق معامل ألفا كرونباخ والذي جاءت قيمته (٠,٨٤) وهي قيمة تشير إلى أن الدراسة حققت درجة جيدة من الثبات، وجاءت نتائج معامل الثبات كما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (١)

قيم معاملات ثبات "ألفا" لمحاور صحيفة الاستبيان والدرجة الكلية لها

المحـــــور	معامل ألفا (معامل الثبات)
السلوكيات البيئية التالية تناسبك وتقوم باتباعها	٠,٨٣٧
السلوكيات البيئية التالية تساعدك في مواجهة ارتفاع درجات الحرارة	٠,٨٣٠
صحيفة الاستبيان كاملة	%٨٤,١

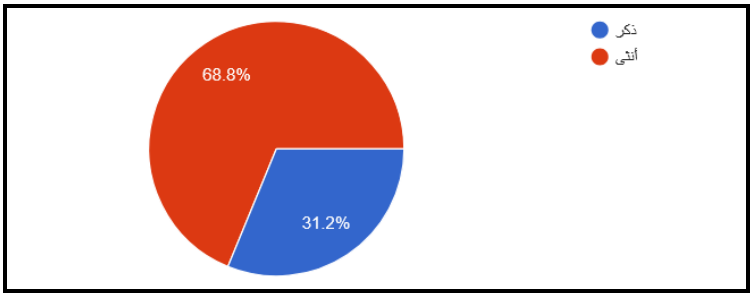
يكشف الجدول السابق عن ارتفاع قيم معامل ألفا (الثبات) لمقاييس الدراسة التي جميعها تستهدف توصيف تأثير متابعة الجمهور المصري للتغيرات المناخية على السلوك البيئي، واتسمت كافة المقاييس الدراسة بارتفاع قيم الثبات بين عبارتها في قياس الهدف منها، حيث جاء ثبات الاستمارة بكافة مقاييسها بقيمة (٨٤,١%)، وجاءت قيم الثبات للمقاييس مرتبة من الأعلى قيمة فالأقل وذلك على النحو التالي:

- جاء قيمة معامل الثبات لمقياس السلوكيات البيئية التي تناسبهم وتقوم باتباعها بـ (٠,٨٣٧).

- جاء قيمة معامل الثبات لمقياس السلوكيات البيئية التالية تساعدهم في مواجهة ارتفاع درجات الحرارة بـ (٠,٨٣).

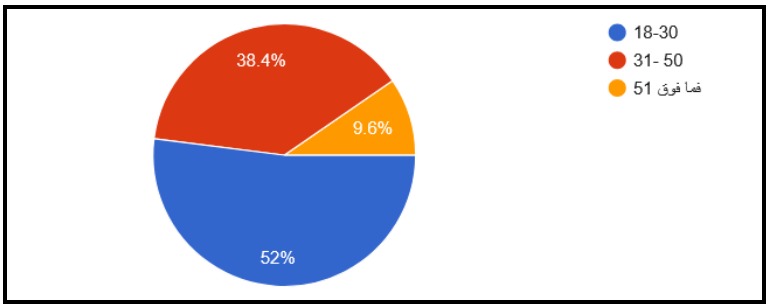
٤- عينة الدراسة:

بلغ إجمالي عينة الدراسة ٢٧٠ مفردة عينة عشوائية قسمت إلى ٢٥٠ مفردة تم تطبيق عليها استمارة الاستبيان الإلكتروني، ٢٠ مفردة تم تطبيق المقابلات البؤرية، وتشكلت خصائص عينة الدراسة التي تم الاعتماد عليها في تطبيق الاستبيان كالتالي:



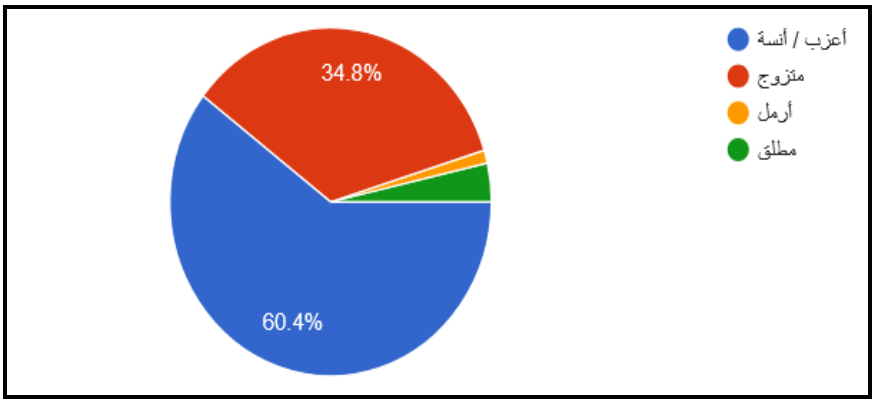
شكل رقم ١ (النوع)

يوضح الشكل السابق أن هناك نسبة ٦٨,٨% من العينة من الإناث، بينما يشكل الذكور نسبة ٣١,٢%.



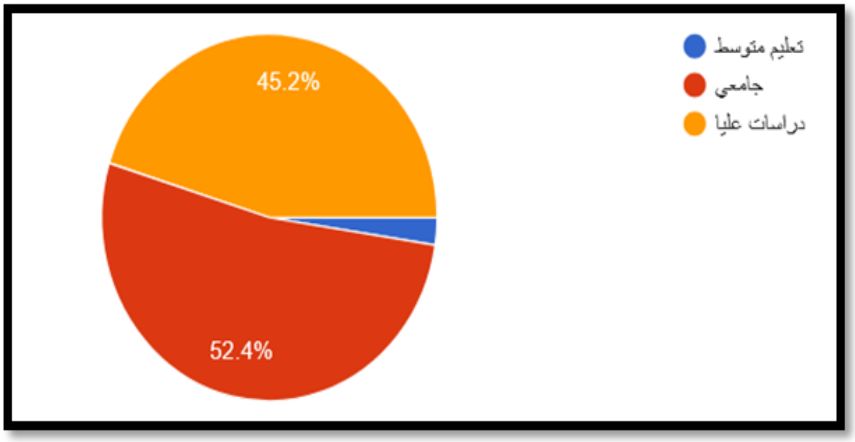
شكل رقم ٢ (السن)

أن الفئة العمرية ١٨-٣٠ سنة هي الأكثر تمثيلًا بنسبة ٥٢% من العينة، تليها الفئة ٣١-٥٠ سنة بنسبة ٣٨,٤%، في حين أن نسبة الأفراد فوق سن ٥١ سنة هي أقل، حيث تشكل ٩,٦% فقط من العينة.



شكل رقم ٣ (الحالة الاجتماعية)

يبين الشكل السابق أن نسبة ٦٠,٤% من العينة غير متزوجين أو في مرحلة العزوبية، بينما نسبة ٣٤,٨% متزوجون، ونسبة ٤,٨% من حالات الدراسة أرمل أو مطلق.



شكل رقم ٤ (الحالة التعليمية)

نسبة ٥٢,٤% من الأفراد حاصلون على تعليم جامعي، بينما نسبة ٤٥,٢% حاصلون على دراسات عليا، ونسبة ٢,٤% فقط لديهم تعليم متوسط.

جدول رقم (٢) الحالة الاقتصادية

متوسط الدخل للأسرة	أقل من ١٠ الاف جنيه شهريًا	٩٣	٣٧,٢
	أكثر من ١٠ الاف إلى ٢٠ آلاف شهريًا	١٠٩	٤٣,٦
	أكثر من ٢٠ الف إلى ٥٠ ألف شهريًا	٤١	١٦,٤
	أكثر من ٥٠ ألف شهريًا	٧	٢,٨
	الإجمالي	٢٥٠	١٠٠
المستوى الاقتصادي	منخفض	٧٥	٣٠,٠
	متوسط	١١٣	٤٥,٢
	مرتفع	٦٢	٢٤,٨
	الإجمالي	٢٥٠	١٠٠

يكشف الجدول السابق أن الغالبية تنتمي إلى الفئة المتوسطة، حيث شكلت نسبة ٤٥,٢% من إجمالي العينة بنسبة ٦٣,٦% من الأفراد لا يمتلكون سيارة، بينما نسبة ٦٧,٦% من العينة يمتلكون جهاز تبريد (تكييف) أما الفئة المرتفعة فقد شكلت ٢٤,٨% من العينة، في حين جاء نسبة ٣٠% من العينة في المستوى الاقتصادي المنخفض.

تاسعًا: نتائج الدراسة:

توصلت الدراسة الميدانية إلى عدد من النتائج، كان أهمها:

المحور الأول: متابعة أخبار التغيرات المناخية في وسائل الإعلام:

تتابع أغلبية عينة الدراسة أخبار التغيرات المناخية في وسائل الإعلام بنسبة ٧٦,٨%، بينما كانت ٢٣,٢% لا يتابعونها، وذلك لعدة أسباب كان أبرزها: عدم اهتمامهم بموضوع التغيرات المناخية (٤٨,٣%) وعدم تصادف تعرضهم لها أثناء تصفح الإنترنت (٤٨,٣%)، تلا ذلك سبب عدم اعتقادهم بأنه يمكنهم تغيير شيء (٢٤,١%)، ثم سبب عدم الاستفادة منها في شيء (١٣,٨%)، تلاها عدم الثقة في الأخبار المقدمة عن التغيرات المناخية في وسائل الإعلام (٨,٦%)، ثم أن وسائل الإعلام تبالغ في عرض موضوع التغيرات المناخية وتأثيره (٦,٩%)، ثم كون المعلومات الخاصة بتغير المناخ صعبة على الفهم (٥,٢%)، وأخيرًا عدم الاعتقاد في التغيرات المناخية (٣,٤%).

تعتمد عينة الدراسة على الشبكات الاجتماعية ومواقع الإنترنت في المرتبة الأولى كمصادر للحصول على المعلومات حول التغيرات المناخية (بوزن نسبي ١٠,٨%)، مما يعكس أهمية الوسائل التكنولوجية في توصيل المعلومات حول التغيرات المناخية نظرًا لتزايد اعتماد الجمهور عليها اليوم. وفي المرتبة التالية جاء التليفزيون (بوزن نسبي للتليفزيون ٩,٨%) والذي لازال يمثل مصدر معلومات لشريحة عريضة من الجمهور ويتمتع بمكانة متفوقة بين وسائل الإعلام التقليدية. وفي المرتبة التالية جاءت الخبرة الشخصية بفارق بسيط بينهما وبين التليفزيون (٩,٥%)، ولعل تقدم الخبرة الشخصية إلى المرتبة الرابعة يشير إلى زيادة إحساس الأفراد بالتغيرات المناخية وكونها أصبحت ذات تأثير ملموس على حياتهم اليومية. ثم المدرسة أو الجامعة والأصدقاء بوزن نسبي (٩,١%)، وتساوت الأسرة والصحفي في المرتبة السابعة، ثم الندوات والمؤتمرات، ثم زملاء العمل والراديو.

جدول رقم (٣)

متابعة أخبار التغيرات المناخية في وسائل الإعلام

المصادر	الوزن المرجح		الترتيب
	الوزن	النسبة	
– الشبكات الاجتماعية	622	10.8	1
– مواقع الإنترنت	615	10.7	2
– التليفزيون	562	9.8	3
– الخبرة الشخصية	544	9.5	4
– المدرسة/ الجامعة	520	9.1	5
– الأصدقاء	514	9.0	6
– الأسرة	502	8.7	7
– الصحف	497	8.7	7
– ندوة أو مؤتمر	471	8.2	8
– الزملاء في العمل	445	7.8	9
– الراديو	448	7.8	10

وتوصلت الدراسة إلى أن معدل متابعة عينة الدراسة لموضوعات التغيرات المناخية في وسائل الإعلام يزداد كلما كانت هناك أحداثًا مهمة لدى ٥٤,٢% من عينة الدراسة، بينما كان من يتابعونها بشكل منتظم نسبتهم ٢٠,٨% من عينة الدراسة، وكان (١٩,٣%) يتعرضون لها أحيانًا كلما ظهرت أمامهم في وسائل الإعلام. وهو ما يشير إلى أن متابعة موضوعات التغيرات المناخية هي متابعة موسمية مرتبطة بالأحداث لدى النسبة الأكبر من الجمهور محل الدراسة. كما يوضح الجدول الآتي:

جدول رقم (٤)

معدل متابعة موضوعات التغيرات المناخية في وسائل الإعلام

معدل متابعة عينة الدراسة لموضوعات التغيرات المناخية في وسائل الإعلام	ك	%
– نادرًا ما أتابعها	11	5.7
– أتابعها عند وجود أحداث مهمة	104	54.2
– أتابعها بشكل منتظم	40	20.8
– أتعرض لها أحيانًا كلما ظهرت أمامي في وسائل الإعلام	37	19.3
الإجمالي	192	100

وكانت أكثر الموضوعات التي تابعتها عينة الدراسة حول الأحداث البيئية هي الزلازل في تركيا والتي وقعت في أكتوبر ٢٠٢٤م، ثم الأمطار والعواصف في فصل الصيف نظرًا لوقوع هذه الأحداث بشكل متزايد وتسليط الإعلام الضوء عليها في صيف ٢٠٢٤م قبيل وفي بداية فترة تطبيق الدراسة الميدانية، جاء بعدهما حرائق الغابات، ثم إغلاق الشواطئ في بورسعيد والإسكندرية في يوليو ٢٠٢٤م، ثم الفيضانات في السودان في أغسطس ٢٠٢٤م، ثم الأعاصير في ليبيا سبتمبر ٢٠٢٤م، تلاها السيول في الخليج والتي وقعت في أوقات متفرقة من عام ٢٠٢٤م، وبعدها جاء موضوع ارتفاع درجات حرارة البحر الأبيض المتوسط، وكان أقل الموضوعات متابعة هو موضوع الجفاف في أوروبا. ولعل معدلات المتابعة تتفق مع ما أشار إليه المبحوثين من أن ٥٤,٢% منهم يتابعون أحداث التغيرات المناخية في حالة وجود أحداث هامة تسلط وسائل الإعلام الضوء عليها.

وتشير نتائج الدراسة إلى تصدر وسائل الإعلام الرقمية ممثلة في مواقع الصحف الإلكترونية، مصادر المعلومات في الموضوعات ذات الصلة بالأحداث البيئية المختلفة حيث تراوحت نسب متابعتها ما بين ٣٤,٤% إلى ٤٦,٤%. ويمكن تفسير ذلك بما توفره مواقع الصحف الإلكترونية من تحديثات مستمرة للمعلومات الخاصة بالأحداث الطارئة وهو ما ميز الأحداث الخاصة بالبيئة التي تم اختبار متابعة الجهور لها في استمارة الاستبيان الخاصة بالدراسة.

وفي المرتبة الثانية جاءت وسائل التواصل الاجتماعي ممثلة في الفيس بوك بنسب تتراوح ما بين ٤١,١% و٢٠,٣%، وهو ما يؤكد تزايد اعتماد الجمهور على وسائل التواصل الاجتماعي كمصادر للمعرفة حول الموضوعات المختلفة، وهو ما يتفق مع نتائج دراسة (غريب، شروق ٢٠٢١م) حول كون الفيس بوك هو أهم المواقع التي يحرص الجمهور على متابعتها. ودراسة (الحزامي، نوف ٢٠٢٢م) والتي توصلت إلى وجود تأثير مرتفع لمواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي.

وجاء التليفزيون في المرتبة الثالثة بنسب تتراوح بين ٣٧,٥% و١٩,٨%، وهو ما يعني أن التليفزيون لازال يتمتع بمكانه هامة بين وسائل الإعلام التقليدية في نقل الأحداث لشريحة عريضة من الجمهور. يليه اليوتيوب بنسب تتراوح بين ١٩,٨% و٩,٩%، ثم منصة إكس (تويتر سابقًا) بنسب تتراوح بين ٩,٩% و٤,٢%. وكانت الإذاعة ومنصتي انستجرام وتيك توك هي الأقل متابعة من جانب عينة الدراسة فكانت نسبهم تتراوح من ١١% إلى ٣% فقط، ويمكن تفسير ذلك بما أشارت إليه دراسة (صندوقة، أسماء ٢٠٢٠م) من ضعف البرامج البيئية المتخصصة التي تبث عبر الإذاعة. كما يرجع ذلك أيضًا إلى أن منصة التيك توك

جدول رقم (٥)

متابعة الجمهور للأحداث البيئية الطارئة في وسائل الإعلام المختلفة

وسائل الإعلام	الفيضانات في السودان		ارتفاع درجة حرارة البحر الأبيض المتوسط		إغلاق الشواطئ في بورسعيد والإسكندرية		الأمطار والعواصف في فصل الصيف		حرائق الغابات		الجفاف في أوروبا		الزلازل في تركيا		الأعاصير في ليبيا		السيول في الخليج	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
مواقع الصحف على الإنترنت	89	46.4	73	38.0	79	41.1	76	39.6	80	41.7	66	34.4	83	43.2	69	35.9	67	34.9
الفيس بوك	63	32.8	44	22.9	75	39.1	79	41.1	60	31.3	39	20.3	75	39.1	67	34.9	68	35.4
التليفزيون	53	27.6	38	19.8	54	28.1	51	26.6	58	30.2	41	21.4	72	37.5	67	34.9	53	27.6
اليوتيوب	25	13.0	21	10.9	22	11.5	19	9.9	27	14.1	15	7.8	38	19.8	30	15.6	25	13.0
منصة إكس (تويتر سابقًا)	15	7.8	8	4.2	11	5.7	8	4.2	14	7.3	12	6.3	17	8.9	19	9.9	18	9.4
انستجرام	12	6.3	7	3.6	10	5.2	8	4.2	13	6.8	9	4.7	22	11.5	15	7.8	14	7.3
الإذاعة	10	5.2	10	5.2	7	3.6	12	6.3	6	3.1	6	3.1	13	6.8	9	4.7	6	3.1
تيك توك	8	4.2	4	2.1	8	4.2	8	4.2	12	6.3	5	2.6	14	7.3	14	7.3	11	5.7
لم أتابعها	29	15.1	46	24.0	25	13.0	15	7.8	24	12.5	58	30.2	13	6.8	32	16.7	34	17.7

ويوضح الجدول التالي إلى ارتفاع نسب متابعة عينة الدراسة للصفحة الرسمية لهيئة الأرصاد الجوية على الفيس بوك، حيث بلغت ٥٥,٧% من عينة الدراسة يتابعونها "كلما كانت هناك أحداثًا مهمة مرتبطة بالمناخ". تلاها نسبة من يتابعونها نادرًا بنسبة ١٥,٦%، وبفارق بسيط عمن يتابعونها بشكل دائم حيث بلغت نسبتهم ١٥,١%، بينما كان ١٣,٥% من العينة لا يتابعون الصفحة الرسمية للأرصاد الجوية إطلاقًا. وهو ما يشير إلى ضرورة العناية بمحتوى الصفحة الرسمية للأرصاد الجوية لتقدم ليس فقط المعلومات اليومية الخاصة بالطقس وإنما أيضًا لتقدم موضوعات تثقيفية للمساهمة في رفع الوعي البيئي للجمهور.

كما يوضح الجدول التالي:

جدول رقم (٦)

متابعة الصفحة الرسمية لهيئة الأرصاد الجوية على الفيس بوك

متابعة عينة الدراسة للصفحة الرسمية لهيئة الأرصاد الجوية على الفيس بوك	ك	%
ـ دائمًا	29	15.1
ـ كلما كانت هناك أحداثًا مهمة مرتبطة بالمناخ	107	55.7
ـ نادرًا	30	15.6
ـ إطلاقًا	26	13.5
الإجمالي	192	100.0

توصلت الدراسة إلى أن أغلبية عينة الدراسة (٧٠,٨%) لا تتابع صفحات المؤثرين المهتمين بالبيئة على الشبكات الاجتماعية، بينما كانت نسبة المهتمين بمتابعة صفحات المؤثرين المهتمين بالبيئة حوالي ٢٩,٢% من عينة الدراسة فقط. وهو ما يمكن تفسيره بما توصلت إليه الدراسات السابقة من ضعف تناول المؤثرين لموضوعات التغيرات المناخية وارتباط ما تناولوه بموضوعات محددة كارتفاع درجات الحرارة ومؤتمر المناخ، وعدم اهتمامهم بتبسيط المعلومات البيئية وعرضها في شكل جذاب للجمهور

(الشبيني، حنان ٢٠٢٤م). ويوضح الجدول التالي نسب متابعة وعدم متابعة الجمهور عينة الدراسة لصفحات المؤثرين المهتمين بالبيئة على الشبكات الاجتماعية:

جدول رقم (٧)

متابعة الجمهور لصفحات المؤثرين المهتمين بالبيئة

متابعة الجمهور عينة الدراسة لصفحات المؤثرين المهتمين بالبيئة	ك	%
- نعم	56	29.2
- لا	136	70.8
الإجمالي	192	100.0

وتنوعت الصفحات والمواقع التي تتعرض لها عينة الدراسة الميدانية للحصول على معلومات حول التغيرات المناخية، كما يتضح من الجدول الآتي:

جدول رقم (٨)

مواقع وتطبيقات الإنترنت

تطبيقات الإنترنت التي يعتمد عليها الجمهور لمعرفة أخبار التغيرات المناخية	التكرار	النسبة
– صفحات وسائل الإعلام على الإنترنت	٢٥	%٣٢,٩
– صفحات متخصصة في مجال البيئة والتغيرات المناخية	٢١	%٢٧,٦
– صفحات الجهات الرسمية	١١	%١٤,٥
– صفحات مؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي	٥	%٦,٦
– تقارير وأبحاث علمية	٥	%٦,٦
– صفحات المنظمات الدولية والمتخصصة	٤	%٥,٣
– أفراد	٣	%٣,٩
– لا أتذكر	٢	%٢,٦
المجموع	٧٦	%١٠٠

حيث جاء في مقدمة الصفحات والمواقع التي يستمد منها المبحوثين معلوماتهم حول التغيرات المناخية، هي صفحات وسائل الإعلام المختلفة على الإنترنت، بنسبة (٣٢,٩%)، وجاء في مقدمتها صفحة اليوم السابع، ثم صفحة قناة BBC، تلاها

صفحات: CBC، والمصري اليوم، الجزيرة مباشر، الجزيرة جيوغرافي، قسم البيئة في صحيفة الجارديان، National Geographic، CNN، إكسترا نيوز، The New Yorker، New York Times، العربية. وفي المرتبة الثانية جاءت الصفحات المتخصصة في مجال البيئة والتغيرات المناخية بنسبة (٢٧,٦%) وكان أغلبها لمنظمات دولية تهتم بمجال البيئة نظرًا لما تتسم به قضية التغيرات المناخية من طابع عالمي، وتمثلت في صفحات صفحة Green Peace[١] وصفحة منظمة WRI[٢] وصفحة منظمة CRP[٣] وصفحة منظمة 350.org[٤]، صفحة منظمة Union of concerned scientist[٥] وشبكة العمل المناخي. بالإضافة إلى صفحات: العلوم بالعربي، الطقسجي، Environment by Impact، وSunmary، و Climate Change، وEco America، وBIT، وصفحة قناة بكل بساطة على اليوتيوب. بينما كان بعض هذه الصفحات يتسم بالمحلية مثل صفحات: رصد طقس مصر والطقس في مصر وأجواء مصر. وصفحات لمبادرات مصرية ذات طابع عالمي مثل مبادرة مدرسة المناخ.

وفي المرتبة الثالثة جاءت صفحات الجهات الرسمية (بنسبة ١٤,٥%) وفي مقدمتها الصفحة الرسمية للهيئة العامة للأرصاد الجوية، ثم الهيئة العامة للاستعلامات.

وفي المرتبة الرابعة تساوى الاعتماد على صفحات المؤثرين على السوشيال ميديا والتقارير والأبحاث العلمية، بنسبة (٦,٦%) لكل منهما: وتمثلت صفحات

---

[١] منظمة بيئية تركز على قضايا التغير المناخي وحماية البيئة.

[٢] World Resources Institute هي منظمة غير ربحية تركز على قضايا البيئة.

[٣] Climate Reality Project هي منظمة تروج للوعي حول التغير المناخي وتقدم مواد تعليمية.

[٤] هي منظمة عالمية تهدف إلى خفض مستوى ثاني أكسيد الكربون في الغلاف الجوي تقدم معلومات حول الحركات المناخية.

[٥] منظمة علمية غير ربحية تقدم أبحاث حول التغير المناخي وتأثيراته.

المؤثرين في صفحات: محمد عادل سويلم، صفحة د. عباس الشراقي، الدحيح، الكتاب الصحفيين المتخصصين في البيئة والمناخ على الفيس بوك.

كما أشارت بعض مفردات العينة إلى اعتمادهم على التقارير والأبحاث العلمية لارتباط موضوع التغيرات المناخية بمجال عملهم أو دراستهم، وكان من مصادر هذه التقارير: الأمم المتحدة UN، برنامج الأمم المتحدة للبيئة، قسم التغير المناخي في وكالة ناسا NASA Climate Change، والتقارير الدورية للهيئة الحكومية الدولية المعنية بتغير المناخ IPCC[1]، ومنظمة الصحة العالمية.

تلاها اعتماد مفردات العينة على مواقع المنظمات الدولية كالأمم المتحدة ومنظمة الصحة العالمية بنسبة (٥,٣%) وظهر أيضًا اعتماد بعض مفردات العينة (٣,٩%) على مجموعات الأصدقاء المهتمين بنشر أخبار التغيرات الجوية عبر تطبيق الواتس اب، وأيضًا من خلال متابعة ما ينشره أشخاص عاديون عن تجاربهم في مواجهة الأحداث المناخية الطارئة على منصات التواصل الاجتماعي المختلفة.

وتوصلت الدراسة الميدانية إلى أن أغلبية عينة الدراسة تهتم بمتابعة الموضوعات التي تعطي نصائح للتعامل مع التغيرات المناخية أحيانًا بنسبة ٥٢,١% من مفردات العينة. بينما كانت نسبة من يتابعونها في حالة وجود أحداث مناخية كبيرة يبلغ ٣١,٢% فقط وهو ما يشير إلى وجود درجة من الوعي لدى المبحوثين بأن قضية البيئة والتغيرات المناخية هي مسألة مستمرة ولا ترتبط فقط بأحداث طارئة. وتلاها من يهتمون بمتابعة هذه الموضوعات دائمًا بنسبة ١٠,٩%. وكانت النسبة الأقل لمن نادرًا ما يتابعونها وأقل منها من لا يتابعون مطلقًا. كما يوضح الجدول التالي:

(1) Intergovernmental Panel on Climate Change.

جدول (٩)

متابعة عينة الدراسة للموضوعات التي تعطي نصائح للتعامل مع التغيرات المناخية

معدل متابعة الموضوعات التي تعطي نصائح للتعامل مع التغيرات المناخية	ك	%
ـ دائمًا	21	10.9
ـ أحيانًا	100	%52.1
ـ نادرًا	10	5.2
ـ إطلاقًا	1	0.5
كلما كانت هناك أحداثًا مناخية كبيرة	60	%31.3
الإجمالي	192	100.0

وعلى الرغم من أن أغلبية عينة الدراسة أشارت إلى أنها تتابع الموضوعات التي تعطي نصائح للتعامل مع التغيرات المناخية أحيانًا ولم تربطها بوقوع أحداث مناخية كبيرة أو مفاجئة، إلا أن أغلبية إجابات المبحوثين على الاستبيان أشارت إلى أنهم يقومون بتطبيق هذه النصائح عند وقوع أحداث مناخية كبيرة بنسبة ٥٥,٢%، تلاها من يقومون بتطبيق هذه النصائح بشكل دائم بنسبة ٢٥%، ثم من يقومون بتطبيقها نادرًا، وكانت النسبة الأقل ٠,٥% لمن لا يقومون إطلاقًا بتطبيقها وهو ما ظهر لدى مبحوث واحد فقط من عينة الدراسة. والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول (١٠)

قيام عينة الدراسة بتطبيق هذه النصائح للتعامل مع التغيرات المناخية

قيام عينة الدراسة بتطبيق هذه النصائح للتعامل مع التغيرات المناخية	ك	%
ـ دائمًا	48	25.0
ـ نادرًا	37	19.3
ـ إطلاقا	1	0.5
ـ في حالة وقوع أحداث مناخية كبيرة	106	55.2
الإجمالي	192	100.0

وكانت أغلبية النصائح التي تهتم عينة الدراسة بتطبيقها من واقع متابعتها للموضوعات المتعلقة بالتغيرات المناخية هو النصائح المتعلقة بحماية الصحة الجسدية بنسبة ٦٨,٢%، وتبدو هذه النتيجة منطقية إذ أن الحفاظ على الصحة يقع في مقدمة أولويات الإنسان، وهو ما يجعل معدلات النشر وأيضًا معدلات متابعة الموضوعات الخاصة بالصحة أعلى من غيرها من الموضوعات العلمية. تلاها الموضوعات المتعلقة بترشيد استهلاك المياه بنسبة ٥٧,٨%، ثم الموضوعات الخاصة بتوفير الطاقة بنسبة ٥٧,٣%، ويمكن تفسير زيادة اهتمام الجمهور عينة الدراسة بالنصائح الخاصة بترشيد استهلاك المياه وتوفير الطاقة بأسباب اقتصادية ناتجة عن ارتفاع أسعار الكهرباء والطاقة وكذلك المياه والاتجاه في الفترة الأخير إلى استبدال عدادات المياه والكهرباء آجلة الدفع بالعدادات مسبقة الدفع مما دفع الكثير من المواطنين إلى الاتجاه نحو ترشيد استهلاك الطاقة والمياه.

وفي المرتبة الرابعة يأتي تطبيق النصائح الخاصة بإعادة التدوير بنسبة ٣٩,٦% وهو ما قد يشير نجاح حملات إعادة التدوير في نشر الوعي بين المواطنين، وزيادة انتشار المنتجات القابلة لإعادة التدوير وحرص الشركات المختلفة على وضع علامة تشير إلى قابلية النتج لإعادة التدوير، وأيضًا استخدام الصفحات الدعائية لهذه المنتجات في تقديم أفكار لإعادة تدوير منتجاتها. إلا أن هذه النتيجة أيضًا يمكن تفسيرها بأن تدهور الأوضاع الاقتصادية الناتجة عن تراجع قيمة الجنيه المصري في مقابل الدولار قد أدت بالمواطنين إلى السعي إلى محاولة استغلال كل الموارد المتاحة والاستفادة منها، ويدخل موضوع إعادة التدوير في هذا الإطار.

وفي المرتبة الخامسة تأتي النصائح الخاصة بتقليل استخدام البلاستيك بنسبة ٣٣,٣%، وربما يرجع قلة اهتمام الجمهور عينة الدراسة بمسألة تقليل استخدام البلاستيك إلى حداثة الجهود الرسمية المبذولة في هذا الشأن في مصر، حيث تم

إطلاق الاستراتيجية الوطنية للحد من استخدام الأكياس البلاستيكية أحادية الاستخدام عام ٢٠٢٢م عن مجلس الوزراء، كما أن البدائل لا زالت تعتبر ذات تكلفة عالية بالنسبة للمواطن المصري.

وفي المرتبة السادسة تأتي النصائح الخاصة باستخدام الطاقة النظيفة بنسبة ٢٨,١%، ويمكن تفسير ذلك بارتفاع بعدم انتشار المنتجات التي تعتمد على الطاقة النظيفة في مصر بشكل كافي كالسيارات الكهربائية، وارتفاع تكلفة التحول إلى استخدام مصادر الطاقة النظيفة كالخلايا الشمسية على سبيل المثال.

ويوضح الجدول التالي توزيع أنواع النصائح التي اهتمت عينة الدراسة بتطبيقها:

جدول (١١)

نوعية النصائح التي تطبقها عينة الدراسة من واقع متابعة الموضوعات المتعلقة بالتغيرات المناخية

	ك	%
- النصائح الخاصة بحماية صحتي الجسدية	**131**	**68.2**
- النصائح الخاصة بترشيد استهلاك المياه	**111**	**57.8**
- النصائح الخاصة بتوفير الطاقة	**110**	**57.3**
- النصائح الخاصة بإعادة التدوير	**76**	**39.6**
- النصائح الخاصة بتقليل استخدام البلاستيك	**64**	**33.3**
- النصائح الخاصة باستخدام الطاقة النظيفة	**54**	**28.1**
الإجمالي	**192**	

المحور الثاني: المعتقدات الخاصة بالتغيرات المناخية:

توصلت نتائج تطبيق استمارة الاستبيان إلى أن التغيرات المناخية تؤثر بدرجة كبيرة على الحياة الشخصية لأغلبية مفردات العينة بنسبة ٥١,٦%. بفارق متوسط عمن تتأثر حياتهم بدرجة متوسطة بالتغيرات المناخية والذين بلغت نسبتهم ٣٩,٢%، بينما كانت النسب لمن يرون أن التغيرات المناخية تؤثر على حياتهم بدرجة بسيطة ٦,٤% وكانت أقل نسبة لمن يرون أنها لا تؤثر على حياتهم ٢,٨%. كما يوضح الجدول التالي:

جدول رقم (١٢)

اعتقاد عينة الدراسة بأن التغيرات المناخية تؤثر على حياتهم الشخصية

	ك	%
– تؤثر بدرجة كبيرة	١٢٩	٥١,٦
– تؤثر بدرجة متوسطة	٩٨	٣٩,٢
– تؤثر بدرجة بسيطة	١٦	٦,٤
– لا تؤثر	٧	٢,٨
الإجمالي	٢٥٠	١٠٠

وجاء في مقدمة الأحداث التي أثرت على عينة الدراسة ارتفاع درجة الحرارة بنسبة ٣٣,٢%، تلا ذلك ظاهرة الاحتباس الحرارى بنسبة ١٦,٤%. وهذا يشير إلى أن الظواهر البيئية المحسوسة للإنسان هي التي تؤثر عليه في حياته الشخصية، فتغير فصول السنة ونزول الأمطار في غير مواسمهما وزيادة البرودة في فصل الشتاء وزيادة درجة الحرارة في الصيف كلها عوامل أثرت على حياته اليومية حيث أدت إلى تغير الكثير من العادات اليومية، كما ذكرت عينة استمارة الاستبيان: **" لم تعد رياضة المشي سهلة كالسابق بسبب ارتفاع حرارة الجو– أصبحت أتجه في خروجاتي للأماكن المغلقة وأتجنب الأماكن المفتوحة– لم أعد أجلس في الشرفة بسبب الحرارة الشديدة– ازداد استهلاكي للكهرباء– ظللت في المنزل أسبوع ومارست عملي أونلاين**

وحدث نقص في بعض المواد الغذائية بسبب صعوبات في وسائل النقل لارتفاع منسوب المياه في بعض المناطق" ، وتغير نمط الملابس ونوعه " **أصبحت أفضل الملابس الخفيفة على الأناقة"** ، وأثر أيضًا على الصحة فظهرت أمراض وفيروسات ساعدت ارتفاع درجة الحرارة على انتشارها واستمرارها مثل انتشار أمراض الحساسية– أمراض الجهاز التنفسي، وكذلك الأمراض النفسية مثل الإصابة بالاكتئاب، بالإضافة إلى الإصابة بضربة شمس– الضغط العالي وغيرها.

أما التأثير الاقتصادي فأشار البعض إلى أن هناك تأثيرات اقتصادية نتجت عن التغيرات المناخية منها على سبيل المثال (ارتفاع استهلاك الكهرباء– ارتفاع تكلفة الطاقة– ارتفاع الخسائر في الزراعة بسبب احتراق بعض المحاصيل وفسادها– ارتفاع أسعار الخضروات والفاكهة– تآكل الأراضي الزراعية).

وقد اتفقت نتائج كلًا من الاستبيان والمقابلات البؤرية حول تأثير التغيرات المناخية في تغيير العادات اليومية، وجاء بعدها التأثير على الحالة الصحية ثم التأثيرات الاقتصادية والبيئية. بمعنى أن التأثيرات الأقوى والتي يشعر بها الإنسان والتي لها تأثير على المدى القريب هي التأثيرات الشخصية المرتبطة بعاداته اليومية وبحالته الصحية، أما التأثيرات الاقتصادية والبيئية فهي تأثيرات على المدى البعيد، لا يشعر بها الإنسان في وقتها وبالتالي تراجعت مكانتها في إجابات المبحوثين.

أما بالنسبة **لترتيب الأسباب التي أدت لوقوع التغيرات المناخية** من وجهة نظر المبحوثين، فقد توصلت الدراسة إلى أن العامل البشرى (الإنسان) هو المسؤول الأول عن حدوث التغيرات المناخية بوزن نسبي ٢٣,٣% وبنسبة ١٠٠% المقابلات البؤرية، فالإنسان هو الذي أحدث خلل في التوازن البيئي من خلال القيام بالثورة الصناعية وإنشاء الكثير من المصانع التي تنتج الغازات والوقود الأحفوري المسؤول عن الاحتباس الحرارى وبالتالي ظهور التغيرات المناخية.

ويأتي الله سبحانه وتعالى في الترتيب الثاني بوزن نسبي ٢٢,١% للاعتقاد في أن الله سبحانه وتعالى ذكر ذلك في القرآن الكريم وأن هذه التغيرات المناخية هي تحدث تمهيدًا ومقدمة لنهاية الحياة على الكرة الأرضية، كما أن الله سبحانه وتعالى ذكر في القرآن الكريم أن الإنسان هو المسؤول عن هذه الأحداث كما ذكر في المقابلات البؤرية بسم الله الرحمن الرحيم ﴿ ظَهَرَ الْفَسَادُ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ بِمَا كَسَبَتْ أَيْدِي النَّاسِ لِيُذِيقَهُم بَعْضَ الَّذِي عَمِلُوا لَعَلَّهُمْ يَرْجِعُونَ﴾ صدق الله العظيم. (سورة الروم آية ٤١)

وتأتى الطبيعة في الترتيب الثالث بوزن نسبي ٢٠,٤% وأما الأسباب الاقتصادية جاءت في الترتيب الرابع ١٨,٢% والأسباب السياسية تأتى في الترتيب الأخير بوزن نسبي ١٦%. ويشير هذا الترتيب إلى مدى أدراك ووعي عينة الدراسة بالأسباب الحقيقية وراء حدوث التغيرات المناخية، وبالتالي القدرة على التوصل للحلول للحد منها وهو ما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (١٣)

الأسباب وراء حدوث التغيرات المناخية

الأسباب	الوزن المرجح		الترتيب
	الوزن	النسبة	
– العامل البشري	٧٤٨	٢٣,٣	١
– الله سبحانه وتعالى	٧١١	٢٢,١	٢
– أسباب من الطبيعية	٦٥٦	٢٠,٤	٣
– أسباب اقتصادية	٥٨٣	١٨,٢	٤
– أسباب سياسية	٥١٢	١٦,٠	٥
جملة الأوزان المرجحة	٣٢١٠	١٠٠	

توصلت الدراسة إلى أن التغيرات المناخية لا تحدث بسبب غضب من الله على البشر أو أن الله سبحانه وتعالى يعاقب البشر على انتشار الفساد في الأرض،

فنسبة ٦٢,٤% من عينة الاستبيان رفضت هذا الاعتقاد وبنسبة ١٠٠% من عينة المقابلات البؤرية رفضت أيضًا هذا الاعتقاد. وذلك على الرغم من أن ٢٢,١% رأوا أن الله سبحانه وتعالى هو السبب في حدوث التغيرات المناخية وهو السبب الثاني في الترتيب بفارق بسيط عن السبب الأول وهو العامل البشري. إلا أنه لا يوجد تناقض بينهما، حيث أشار المبحوثين في المقابلات البؤرية إلى أن هناك تغيرات مناخية حدثت قبل ظهور الإنسان على الكرة الأرضية، ولكن هذه التغيرات قام بها الله سبحانه وتعالى تمهيدًا لظهور الإنسان على الأرض، على عكس ما يحدث الأن من تغيرات مناخية سببها الإنسان وعمل على حدوث خلل في التوازن البيئي.

كما أن المصريين يتميزون بقوة الوازع الديني عمومًا، حيث تؤكد نتائج المقابلات البؤرية أن هناك بعض العبادات مثل "صلاة المطر وصلاة الكسوف" ترتبط بالظواهر البيئية ويلجأ الإنسان إليها دائمًا عندما يحدث جفاف وعندما يحدث كسوف، كما أن هناك الكثير من الأدعية التي ترتبط بالمطر على سبيل المثال "**اللّهم صيبًا نافعًا**"، أما الأدعية التي ترتبط بالرياح الشديدة على سبيل المثال "**اللّهُمّ حوالينا ولا علينا**" وعادة ما يتم الدعاء بها أذا حدثت هذه الظواهر البيئية بل هناك من يعتقد "أن الرياح هي جند من جنود الله يسيرها كيفما يشاء" .

وبما أن الإنسان بإجماع عينة الدراسة هو المسؤول عن حدوث التغيرات المناخية، فكان لابد من طرح تساؤل على عينة الدراسة حول ترتيب الجهات المسؤولة عن مواجهة التغيرات المناخية، حيث جاءت النتائج بأن الدول الصناعية هي المسؤولة رقم واحد بوزن نسبي ٢٢% في مواجهة التغيرات المناخية، ثم المؤسسات الدولية بوزن نسبي ٢٠,٩%، أما الحكومات والأفراد فجاءت في الترتيب الثالث بوزن نسبي ٢٠,٢% والترتيب الرابع بوزن نسبي ١٩%، أما وسائل الإعلام فجاءت في الترتيب الأخير ١٧,٩% حيث يؤكد عينة الدراسة أن الإعلام ليس مطلوب منه أن يواجه التغيرات المناخية وأن وظيفته هي نشر وزيادة الوعى بالقضية وإبراز الأضرار والمخاطر التي

تصاحب هذه التغيرات، وأن المؤسسات الصناعية والدولية هي المسؤولة عن مواجهة هذه التغيرات المناخية لآنها هي التي تسببت في حدوثها. وهو ما يتضح من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (١٤)

ترتيب عينة الدراسة مسئولية الجهات عن مواجهة التغيرات المناخية

الجهات	الوزن المرجح		الترتيب
	الوزن	النسبة	
– الدول الصناعية الكبرى	٧٩٢	٢٢,٠	١
– المؤسسات الدولية	٧٥١	٢٠,٩	٢
– الحكومات	٧٢٨	٢٠,٢	٣
– الأفراد	٦٨٥	١٩,٠	٤
– وسائل الإعلام	٦٤٥	١٧,٩	٥
جملة الأوزان المرجحة	٣٦٠١	١٠٠	-

والجدير بالذكر هنا أن هناك انقسام بين نتائج الاستبيان حول مدى تضليل الحكومة في تناولها لقضية التغيرات المناخية حيث جاءت النتائج بنسبة ٥٠% يرى أن هناك تضليل من الحكومة و٥٠% يرى أن الحكومة تتناول قضية التغيرات المناخية بصراحة وبدون تضليل، وبنسبة ٧١% يعارض وجود أي مبالغة إعلامية في تناول قضية التغيرات المناخية.

هناك ارتباط بين التغيرات المناخية وبين المعتقدات الدينية حيث يعتقد أن التغيرات المناخية التي تحدث الآن تم ذكرها في القرآن الكريم وأخصوا بالذكر جزء عم وسورة الرحمن، كما أكدوا على: بالرغم من أن الإنسان هو المسؤول الأول عن حدوث هذه التغيرات المناخية بسبب إنشاء المصانع وما ينتج عنها من الوقود الأحفوري المسبب الأساسي لارتفاع درجة حرارة الأرض، إلا أن كل ذلك تم ذكره في القرآن الكريم وأن ذلك هو تمهيد من الله سبحانه وتعالى لنهاية الكون فنسبة ٦٠% من عينة استمارة

الاستبيان تعتقد أن التغيرات المناخية هي مقدمة لنهاية الحياة في العالم مع إجماع عينة المقابلات البؤرية ٢٠ مفردة على هذا الاعتقاد.

معرفة عينة الدراسة بالتغيرات المناخية:

أظهرت نتائج الاستبيان ارتفاع معدل معرفة أفراد العينة بالقضايا والموضوعات المختلفة المرتبطة بالتغيرات المناخية، حيث كانت أقل نسبة لمعرفة الموضوعات والقضايا التي طرحتها الباحثتان بلغت ٣٨,٤% ارتباط الحروب والصراعات بالتغيرات المناخية، مما يدل على وعي مفردات العينة بتأثير التغيرات المناخية وارتباطها بمناحي الحياة المختلفة.

وجاءت القضايا والموضوعات المرتبطة بتأثير التغيرات المناخية على صحة الإنسان في صدارة هذه الموضوعات فاحتلت مسألة ظهور أنواع جديدة من الامراض والفيروسات المرتبة الأولى بنسبة ٧٨,٨%، بينما جاءت زيادة معدلات الوفيات في الكوارث البيئية والطبيعية في المرتبة الرابعة بنسبة ٦٣,٦%.

وقد تقدمت القضايا والموضوعات البيئية المرتبطة بالتغيرات المناخية على غيرها من القضايا الموضوعات الاقتصادية والسياسية المرتبطة بالتغيرات المناخية من حيث مدى معرفة الجمهور بها. فجاء في المرتبة الثانية اندلاع الحرائق بنسبة ٧٤,٤%، وجاءت قلة المحاصيل الزراعية بنسبة ٧١,٦% وقلة المياه ٦٧,٦% وهي كلها قضايا بيئية. بينما جاء موضوع انتشار المجاعات بنسبة ٥١,٦%، وانقطاع الكهرباء بنسبة ٤٤% وزيادة نسبة الفقر بنسبة ٤٠% ، وهى قضايا تندرج تحت القضايا والموضوعات الاقتصادية.

وظهر ارتباط التغيرات المناخية بالقضايا والموضوعات الاجتماعية بنسبة ٥٨,٨% في قضية هجرة ونزوح السكان من منطقة إلى أخرى. بينما تأخر ظهور القضايا السياسية كما سبق الإشارة من قبل والتي تتمثل في الحروب والصراعات إلى المرتبة الأخيرة بنسبة ٣٨,٤%. وهو ما يتضح من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (١٥)

القضايا والموضوعات التي ترى عينة الدراسة أنها ترتبط بالتغيرات المناخية

القضايا والموضوعات المرتبطة بالتغيرات المناخية	ك	%
– ظهور أنواع جديدة من الأمراض والفيروسات	١٩٧	%٧٨,٨
– اندلاع الحرائق	١٨٦	%٧٤,٤
– قلة بعض المحاصيل الزراعية	١٧٩	%٧١,٦
– قلة المياه	١٦٩	%٦٧,٦
– زيادة معدلات الوفيات من الكوارث البيئية	١٥٩	%٦٣,٦
– ظهور الحشرات والزواحف بكثرة	١٥٤	%٦١,٦
– هجرة ونزوح السكان من منطقة إلي أخرى	١٤٧	%٥٨,٨
– اختفاء بعض المدن	١٤٣	%٥٧,٢
– زيادة معدلات نفوق الحيوانات	١٣٩	%٥٥,٦
– ارتفاع أسعار الخضر والفواكه	١٣٣	%٥٣,٢
– انتشار المجاعات	١٢٩	%٥١,٦
– انقطاع الكهرباء	١١٠	%٤٤
– زيادة نسبة الفقر	١٠١	%٤٠,٤
– الحروب والصراعات	٩٦	٣٨,٤

تفسير أسباب حدوث التغيرات المناخية:

أما عن تفسير عينة الاستبيان لأسباب حدوث بعض الظواهر البيئية والطبيعية من وجهة نظرهم، مثل **(الزلازل– الأعاصير– الفيضانات – السيول– الجفاف – الأمطار في غير مواسمها– ارتفاع درجات الحرارة– حرائق الغابات)**. فقد جاءت معظم التفسيرات (٥٢,٢%) في إطار التفسيرات العلمية لحدوث هذه الظواهر ويمكن فهم ذلك في إطار ارتفاع المستوى التعليمي لعينة الدراسة. وكان في مقدمة التفسيرات العلمية هو كون هذه الظواهر ناتجة عن التغيرات المناخية، تلاها تفسيرها بأن كلها أو بعضها ناتج عن الاحتباس الحراري وارتفاع درجة حرارة الأرض.

وفي الترتيب الثالث بالنسبة للتفسيرات العلمية جاءت التغيرات الطبيعية التي تحدث في البيئة، ثم التلوث ثم اختلال التوازن البيئي. كما ذكر المبحوثين عدد من التفسيرات العلمية التفصيلية لحدوث كل ظاهرة من الظواهر البيئية، مثل: حركة الصفائح التكتونية في القشرة الأرضية كتفسير لوقوع الزلازل، وزيادة معدلات الأمطار على المناطق الجبلية كتفسير لحدوث السيول، وغيرها من التفسيرات العلمية.

وفي المقام الثاني جاء الإنسان بنسبة ٢٢,٣% كسبب لوقوع هذه الظواهر الطبيعية والبيئية، من خلال ممارسته للأنشطة الضارة بالبيئة مثل قطع الأشجار واستخدام الكيماويات وعدم توفير الطاقة، وغيرها. بالإضافة إلى مسئوليته عن النواحي القانونية لحماية البيئة.

وفي المرتبة الثالثة جاء الله – سبحانه وتعالى– حيث ذكر بعض المبحوثين أنها إرادة الله، والبعض الآخر ذكر إنها غضب من الله ونتيجة لانتشار الفساد في الأرض. وهو ما ظهر في إجابات ١٢,٩% من المبحوثين في الاستبيان.

وفي المرتبة التالية جاء تفسيرهم لها على أن الدول الصناعية الكبرى هي المسئولة عن حدوث هذه الظواهر بنسبة ٣,٩% نتيجة لاعتمادها على مصادر طاقة ملوثة للبيئة، وبسبب الانبعاثات الناتجة عن الصناعة، ولعدم وفاء هذه الدول بوعودها في قمم المناخ. وكانت هناك نسبة ٨,٦% لا تعرف سببًا لحدوث هذه الظواهر الطبيعية إلى تم سؤالهم عنها.

ومن الجدير بالذكر أن عددًا من المبحوثين قد جمعوا في تفسيرهم لأسباب وقوع هذه الظواهر، ما بين أكثر من نوع من أنواع التفسيرات، فمنهم من جمع بين التفسير العلمي وكون هذه الظواهر تحدث "من عند الله"، ومنهم من جمع بين التفسير العلمي والقول بتدخل الإنسان وتأثيره على الطبيعة، ومنهم من جمع بين القدرة الإلهية وتدخل البشر.

جدول رقم (١٦)

معلومات عينة الدراسة عن بعض من طرق الحفاظ على البيئة

	ك	%
– الطريقة الصحيحة لترشيد المياه	٢١٨	٨٧,٢
– قواعد وإرشادات الحفاظ على حرارة الجسم	١٣٠	٥٢
– الطريقة الصحيحة للتخلص من الأدوية	٨٨	٣٢,٢
– الطريقة الصحيحة للتخلص من البطاريات الفارغة	٥٠	٢٠,٠

خرجت نتيجة الاستبيان أن هناك وعى وإدراك بالطريقة الصحيحة لترشيد المياه بنسبة ٨٧,٢% وهى النسبة الأعلى، بينما المعرفة بقواعد وإرشادات الحفاظ على حرارة الجسم جاءت بنسبة ٥٢% و طريقة التخلص من الأدوية بنسبة ٣٢,٢% والتخلص من البطاريات الفارغة بنسبة ٢٠%، هذا يشير إلى أن عينة الاستبيان لديها وعي وإدراك في كيفية الحفاظ وترشيد المياه، بينما تتراوح درجة الوعي والأدراك فيما يخص كيفية الحفاظ على البيئة من المخلفات التي تترك أثر كبير على التوازن البيئي، ويرجع ذلك إلى اهتمام الحكومات بزيادة الوعي بأهمية المياه وخاصة بعد الإعلان عن انخفاض نصيب الفرد من المياه والتركيز في الإعلانات وفي وسائل الإعلام على السلوكيات السيئة التي تسبب إهدار للمياه وحرص الحكومة على نشر الطرق الصحيحة لترشيد المياه بينما لا يوجد اهتمام كافي بالجانب البيئي والجانب الصحي من قبل الحكومة.

المحور الثالث: السلوك البيئي:

وضعت الباحثتان بعض المواقف السلوكية لقياس السلوكيات التي يقوم بها الجمهور ومدى ارتباطها بالسلوك الإيجابي للبيئة ومعرفة وقياس درجة الوعي لدى عينة الاستبيان بأهمية اتباع سلوكيات معينة إيجابية تحافظ على البيئة، وجاءت النتائج في الجدول التالي:

جدول رقم (١٧)

السلوكيات البيئية التي يقوم عينة الاستبيان باتباعها

السلوك	دائمًا		أحيانًا		نادرًا		لا أقوم بها	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
القي القمامة في الأماكن المخصصة لها في الأماكن العامة	١٨٩	٧٥,٦	٣١	١٢,٤	١٣	٥,٢	١٧	٦,٨
أرشد في استخدامي للمياه	١٤٨	٥٩,٢	٨٧	٣٤,٨	١٢	٤,٨	٣	١,٢
أقوم بالتعامل مع بقايا الطعام	١٤٦	٥٨,٤	٦٦	٢٦,٤	٢٦	١٠,٤	١٢	٤,٨
استخدم الأكياس البلاستيكية	١٢٤	٤٩,٦	٩٨	٣٩,٢	٢١	٨,٤	٧	٢,٨
لا أطبع إيصالات ال ATM واكتفي بالرسائل المرسلة إلى الموبايل	١٤٣	٥٧,٢	٥٧	٢٢,٨	٣١	١٢,٤	١٩	٧,٦
أتابع إرشادات الحكومة بخصوص التغيرات المناخية الخاصة بالسيول وقفل بعض الشواطئ والأعاصير...الخ	١٠٢	٤٠,٨	٨٤	٣٣,٦	٤٩	١٩,٦	١٥	٦,٠
استخدم معطرات الجو	٩٣	٣٧,٢	٩٣	٣٧,٢	٤٥	١٨,٠	١٩	٧,٦
استخدام المبيدات الحشرية	٥٠	٢٠,٠	١٠٣	٤١,٢	٦٣	٢٥,٢	٣٤	١٣,٦
لا استخدم المنتجات المعاد تدويرها	٦١	٢٤,٤	٧٦	٣٠,٤	٧١	٢٨,٤	٤٢	١٦,٨
أقوم بإعادة نشر البوستات الخاصة بالتوعية البيئية	٤٣	١٧,٢	٩٧	٣٨,٨	٧٢	٢٨,٨	٣٨	١٥,٢
أفصل القمامة من المنبع	٥٨	٢٣,٢	٧٨	٣١,٢	٦٠	٢٤,٠	٥٤	٢١,٦
أقوم بزرع سطح المنزل أو الشرفة	٤٩	١٩,٦	٦٤	٢٥,٦	٥٧	٢٢,٨	٨٠	٣٢,٠
لا أجد حرجًا في شراء الملابس المستعملة	٣٢	١٢,٨	٦٨	٢٧,٢	٥٤	٢١,٦	٩٦	٣٨,٤
أقوم بإلقاء القمامة في النهر/ البحر	١٧	٦,٨	١٤	٥,٦	٤٤	١٧,٦	١٧٥	٧٠,٠

يوضح الجدول السابق أن هناك تنوع واختلاف في اتباع السلوكيات الإيجابية للبيئة مع وجود بعض من السلوكيات السيئة التي لا يزال يتبعها الناس في حياتهم اليومية، وإذا تناولنا السلوكيات الإيجابية التي تقوم بها عينة الاستبيان نجد التالي: أن أول السلوكيات الإيجابية "إلقاء القمامة في الأماكن المخصصة لها في الأماكن العامة" بنسبة ٧٥,٦% من عينة الاستبيان، تليها "اتباع طرق لترشيد استهلاك المياه "بنسبة ٥٩,٢%، والتعامل مع بقايا الطعام جاءت بنسبة ٥٨,٤%، عدم طباعة إيصالات ATM ٥٧,٢%، واتباع إرشادات الحكومة الخاصة بظواهر التغيرات المناخية جاءت بنسبة ٤٠,٨ %، وعلى الرغم من أن سلوك عدم استخدام المنتجات المعاد تدويرها من السلوكيات الإيجابية للبيئة إلا أن نسبة من يقوم بها أحيانًا جاءت ٣٠,٤% وهى نسبة أعلى ممن يقومون باتباع هذا السلوك ٢٤,٤%، أما سلوك القيام أحيانًا بإعادة نشر البوستات الخاصة بالتوعية كان بنسبة ٣٨,٨% ، وعلى الرغم من أن سلوك فصل القمامة من المنبع من السلوكيات الإيجابية للبيئة إلا أن نسبة من يقوم به بشكل نادر ٢٤% وهى الأعلى نسبة، كذلك سلوك القيام بالزراعة على أسطح المنازل أو الشرفات فجاءت بنسبة ٣٢% لا يقومون بهذا السلوك بينما ١٩,٦% يقومون بالزراعة.

أما السلوكيات السلبية للبيئة والتي أظهرت النتائج أن عينة الاستبيان لا تزال تقوم بإتباعها فهي: استخدام الأكياس البلاستيكية جاءت بنسبة ٧٥,٢% وهى نسبة عالية جدًا، يليها استخدام معطرات الجو والتي تساوت فيه نسبة الاستخدام دائمًا ٣٧,٢% ونسبة الاستخدام أحيانًا ٣٧,٢%، أما استخدام المبيدات الحشرية فجاءت بنسبة ٤١,٢%، وهذه السلوكيات على الرغم من أنها سلوكيات سلبية تؤثر وتسبب خلل في التوازن البيئي إلا أن نتائج عينة الاستبيان لا تزال تقوم بإتباعها على الرغم من معرفتهم بالمخاطر التي تسببها في البيئة.

والجدير بالذكر هنا، أن سلوك إلقاء القمامة في النهر/البحر يندرج تحت بند السلوكيات السلبية للبيئة ورغم ذلك لا يقوم عينة الاستبيان بإتباعه بنسبة ٧٠%، وهذا يشير إلى وجود وعي وإدراك بالسلوكيات الإيجابية والسلبية للبيئة ولكن اتباع السلوك نفسة يخضع لكثير من العوامل والاسباب مثل: عدم امتلاك الأسطح للقيام بالزراعة، عدم توافر الإمكانيات المادية لشراء مستلزمات الزراعة– عدم توافر الأكياس الورقية وانتشار الأكياس البلاستيكية– ارتفاع درجات الحرارة والجلوس في أماكن مزدحمة مما يؤثر على تغير رائحة الغرفة وبالتالي اللجوء إلى معطرات الجو، وكذلك زيادة الحشرات وانتشارها وبالتالي استخدام المبيدات الحشرية، وغيرها من العوامل والأسباب التي تؤدي إلى اتباع سلوك معين دون قصد يتم تصنيفه على أنه سلوك سلبي ويؤثر على البيئة.

وبناءً على أن ارتفاع درجات الحرارة هي الظاهرة البيئية الأكثر وضوحًا وتأثيرًا في إحداث التغيرات المناخية عن باقي الظواهر البيئية الأخرى، لذا كان الضروري قياس السلوك البيئي الذى يتم اتباعه لدى عينة الاستبيان في مواجهة ارتفاع درجات الحرارة من خلال طرح بعض السلوكيات التي تناسب طرق الحفاظ من ارتفاع درجات الحرارة ، كما يظهر في الجدول التالي:

جدول رقم (١٨)

السلوكيات البيئية التي تتبعها عينة الدراسة في مواجهة ارتفاع درجات الحرارة

السلوك	مناسب دائمًا		أحيانًا		نادرًا		غير مناسب		الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
أرتدي الملابس ذات الألوان الفاتحة والقطنية	١٦٩	٦٧,٦	٧١	٢٨,٤	٩	٣,٦	١	٤	٩٠,٨
لا أخرج في نزهة عندما تكون درجات الحرارة مرتفعة	١٨٣	٧٣,٢	٤٥	١٨,٠	١٤	٥,٦	٨	٣,٢	٩٠,٣
أساعد الأهل – كبار السن وذوي الأمراض المزمنة- بقضاء احتياجاتهم عند عدم تمكنهم من الخروج بسبب ارتفاع درجات الحرارة.	١٦٩	٦٧,٦	٥٧	٢٢,٨	١٩	٧,٦	٥	٢,٠	٨٩,٠
أتخذ احتياطاتي عند الخروج من المنزل كشرب سوائل كافية واستخدام غطاء للرأس.	١٥٦	٦٢,٤	٧٨	٣١,٢	١١	٤,٤	٥	٢,٠	٨٨,٥
لا أخرج من المنزل عندما يتم التحذير من خطورة الخروج في درجات الحرارة المرتفعة جدًا	١١٥	٤٦,٠	١٠٥	٤٢,٠	١٧	٦,٨	١٣	٥,٢	٨٢,٣
أقلل استخدام أجهزة التكيف في المنزل باستخدام جهاز واحد فقط	١٢١	٤٨,٤	٨٥	٣٤,٠	٢٠	٨,٠	٢٤	٩,٦	٨٠,٣
استخدم كريم واقي من الشمس	١٢٠	٤٨,٠	٦٧	٢٦,٨	٣٨	١٥,٢	٢٥	١٠,٠	٧٨,٣
ألغي سفري عندما تكون درجات الحرارة أعلى مما يمكنني احتماله	١٠٠	٤٠,٠	٨٧	٣٤,٨	٣٤	١٣,٦	٢٩	١١,٦	٧٥,٨
أقوم بركن سيارتي في منطقة غير مشمسه	١٠٧	٤٢,٨	٨٢	٣٢,٨	١٤	٥,٦	٤٧	١٨,٨	٧٥,٠

وتوصلت نتيجة الاستبيان بأن أول السلوكيات التي يتم اتباعها لمواجهة ارتفاع درجة الحرارة هي ارتداء الملابس ذات الألوان الفاتحة والقطنية بوزن نسبي ٩٠,٨%،

ويليها عدم الخروج في نزهة بوزن نسبي ٩٠,٣%، أما سلوك مساعدة الأهل وكبار السن في قضاء احتياجاتهم فجاءت في الترتيب الثالث بوزن نسبي ٨٩%، أما الترتيب الرابع للسلوك المتبع من قبل عينة الاستبيان فكان هو اتباع إرشادات الحكومة من شرب السوائل واستخدام غطاء للرأس بوزن نسبي ٨٨,٥%.

أما سلوك عدم الخروج من المنزل عندما يتم التحذير من خطورته يلاحظ أن نسبة من يقومون بذلك ٤٦% ونسبة من يقومون بهذا السلوك أحيانًا ٤٢% بوزن نسبي ٨٢,٣% فهذا التقارب يوضح أن الفرد يضطر إلى الخروج لقضاء مصالحه واحتياجاته أو الذهاب إلى العمل في ظل ارتفاع شديد في درجات الحرارة ولذلك فهي احتلت الترتيب الخامس من السلوكيات المتبعة بالرغم من وجود تحذيرات قوية من الحكومة بعدم الخروج مع الارتفاع الشديد في درجات الحرارة.

أما الترتيب السادس فهو التقليل من استخدام التكيف والاكتفاء بتشغيل تكيف واحد فقط بوزن نسبي ٨٠,٣%، يليه الترتيب السابع استخدام كريم واقي للشمس بوزن نسبي ٧٨,٣%، وهناك من يقوم بإلغاء السفر وهذا السلوك كان في الترتيب الثامن بوزن نسبي ٧٥,٨%، وأخر سلوك يتم اتباعه هو القيام بركن السيارة في أماكن غير مشمسة بوزن نسبي ٧٥%، والجدير بالذكر هنا، أن أكثر السلوكيات اتباعًا هي سلوكيات شخصية لا تعتمد على أي تكاليف مادية ولا تحتاج إلى أي أعباء مادية، أما السلوكيات التي ترتبط بامتلاك تكيف وسيارة أو شراء مستلزمات حماية البشرة فهي جاءت في الترتيبات الأخيرة. وهذا يشير إلى أن ترتيب السلوكيات أرتبط بالمستوى الاقتصادى لعينة الاستبيان.

أما باقي الظواهر البيئية مثل (الأمطار– الرياح– السيول) فهي ظواهر بيئية لا تسبب التغير المناخي مثل الاحتباس الحرارى وارتفاع درجة حرارة الأرض، ولكن تأثرت به وأثرت على سلوكيات الجمهور كما جاءت نتائج الاستبيان لكل ظاهرة: **الأمطار**:

جدول رقم (١٩)

السلوكيات البيئية التي تتبعها عينة الدراسة في مواجهة زيادة معدل سقوط الأمطار

السلوك (عند هطول الامطار الشديدة اقوم....	نعم		لا	
	ك	%	ك	%
– ابتعد عن الأعمدة الكهربائية في الشارع	٢٣٧	٩٤,٨	١٣	٥,٢
– ألجأ إلى وسائل الإعلام لمعرفة مدى تأثير المطر على الأماكن المختلفة	١٨٦	٧٤,٤	٦٤	٢٥,٦
– أكثر من الدعاء إلى الله والقيام بالصلاة	٢٣٢	٩٢,٨	١٨	٧,٢

يتبع عينة الاستبيان بعض السلوكيات عند **هطول الأمطار الشديدة** فبنسبة ٩٤,٨% يبتعدون عن الأعمدة الكهربائية المنتشرة في الشوارع أثناء نزول الأمطار وهذا يشير إلى وعيهم وإدراكهم لخطورة هذه الأعمدة الكهربائية والتي قد تصل إلى الوفاة والتعرض للصعقات الكهربائية، ثم يتجهون إلى الدعاء والصلاة بنسبة ٩٢,٨% من عينة الاستبيان، وبنسبة ١٠٠% من نتائج المقابلات البؤرية كما سبق الإشارة من قبل إلى بعض الأدعية والصلاة التي يتم اتباعها مع نزول الأمطار. بينما يلجأ بعضهم بنسبة ٧٤,٤% إلى وسائل الإعلام لمتابعة تأثير الأمطار وأماكن نزولها.

وبالنسبة للسلوكيات التي تتبعها عينة الدراسة لمواجهة **الرياح الشديدة**، فتوصلت نتائج الاستبيان إلى أن أول سلوك يتم اتباعه هو غلق النوافذ والأبواب بحرص شديد بنسبة ٩٧,٢، يليه التوجه إلى الله سبحانه وتعالى بالدعاء والصلاة بنسبة ٨٣,٢%، ثم اللجوء إلى وسائل الإعلام المختلفة بنسبة ٨١,٦ % لمعرفة ومتابعة اوقات العواصف الرملية والرياح الشديدة حتى يتجنبها ويأخذ الاحتياطات اللازمة لمواجهة هذه الرياح مثل أرتدى الكمامات عند الخروج من المنزل وجاءت بنسبة ٧٧,٢% من يقومون بهذا السلوك، وبنسبة ٥٥,٦% يقومون بنشر المعلومات حول كيفية الوقاية من العواصف الرملية على وسائل التواصل الاجتماعي، كما أكدت نتائج الاستبيان بنسبة ٧٣,٢% أن الرياح الشديدة والعواصف الرملية تسبب تأثير على ممارسة حياتهم اليومية بشكل طبيعي.

جدول رقم (٢٠)

السلوكيات البيئية التي تتبعها عينة الدراسة في مواجهة الرياح الشديدة

السلوك (عندما تهب رياح شديدة وعاصفة رملية أقوم....	نعم		لا	
	ك	%	ك	%
- أردد الأدعية الدينية وأصلي	٢٠٨	٨٣,٢	٤٢	١٦,٨
- أعرف كيف أحمي نفسي وأسرتي من عواصف الرملية والرياح الشديدة	١٧٨	٧١,٢	٧٢	٢٨,٨
- أقوم بأغلاق النوافذ والأبواب بحرص	٢٤٣	٩٧,٢	٧	٢,٨
- أتابع وسائل الإعلام لمعرفة أوقات قيام العواصف الرملية والرياح الشديدة لتجنبها	٢٠٤	٨١,٦	٤٦	١٨,٤
- أرتدى كمامة عند الاضطرار للخروج أثناء العاصفة الرملية	١٩٣	٧٧,٢	٥٧	٢٢,٨
- أقوم بنشر المعلومات الخاصة بالوقاية من العواصف الرملية والحماية من الرياح الشديدة في وسائل التواصل الاجتماعي	١٣٩	٥٥,٦	١١١	٤٤,٤
- لا تؤثر العواصف الرملية أو الرياح الشديدة على أنشطتي اليومية	٦٧	٢٦,٨	١٨٣	٧٣,٢

أما السلوكيات التي يتم اتباعها لمواجهة **السيول**، أوضحت نتائج الاستبيان أن هناك اهتمام واضح بالسيول ومتابعتها على وسائل الإعلام حيث أن ٨٥,٦% من عينة الاستبيان تقوم بهذا السلوك. كما أنهم مهتمون أيضًا بنسبة ٧٤,٨% بتثقيف أنفسهم وأهليهم بطرق مواجهة السيول. ويلجأون بنسبة ٧٠% إلى الله سبحانه وتعالى بالدعاء والصلاة لحمايتهم من السيول ومخاطرها، ولا يقتصر الأمر عند ذلك بل يقومون بنسبة ٥٨,٤% بنشر النصائح والإرشادات الخاصة بكيفية التعامل مع السيول على وسائل التواصل الاجتماعي.

والجدير بالذكر هنا، أن هناك تقارب بين عينة الاستبيان ما بين من يثق في خطة الحكومة لمواجهة السيول والتي وصلت إلى ٥٦,٨% وبين من لا يثق بنسبة ٤٣,٢% في الخطط التي تقدمها الحكومة لمواجهة السيول، وهذا يشير إلى أن الحكومة لا تنجح بشكل كافي في تقديم حلول وخطط لمواجهة السيول ولذا لا يزال هناك عدم ثقة لما تقدمه الحكومة من خطط لمواجه بعض الظواهر البيئية بشكل عام، ويوضح الجدول التالي السلوكيات التي تتبعها عينة الدراسة في مواجهة السيول.

جدول رقم (٢١)

السلوكيات البيئية التي تتبعها عينة الدراسة في مواجهة السيول

السلوك (عند السيول الشديدة أقوم....	نعم		لا	
	ك	%	ك	%
– أهتم بمتابعة أخبار السيول عند حدوثها في وسائل الإعلام	٢١٤	٨٥,٦	٣٦	١٤,٤
– لا أهتم بتثقيف نفسي أو عائلتي بطرق مواجهة السيول	٦٣	٢٥,٢	١٨٧	٧٤,٨
– أثق في خطة الحكومة لمواجهة السيول	١٤٢	٥٦,٨	١٠٨	٤٣,٢
– أحفظ أدعية وصلوات لمواجهة السيول واتحصن بها	١٧٥	٧٠	٧٥	٣٠
– أشارك في الحملات التي تقدم الدعم المادي لمتضرري السيول	١١٥	٤٦	١٣٥	٥٤
– أنشر النصائح والإرشادات الخاصة بكيفية التعامل مع السيول على وسائل التواصل الاجتماعي	١٤٦	٥٨,٤	١٠٤	٤١,٦

وبالرغم من أن عينة الاستبيان والمقابلات البؤرية تتميز بوعي وإدراك بمخاطر التغيرات المناخية، إلا أن نسبة ٧٢,٨ % لا يشاركون أو يمارسون أي نشاط بيئي في حين أن نسبة ٢٧,٢% تنوعت مشاركتهم في الأنشطة البيئية ما بين الاشتراك في جمعيات مهتمة بالبيئة والمشاركة في بعض من ورش عمل ركزت على التغيرات

المناخية، وهناك من شارك في مؤتمرات علمية وحملات توعية رسمية لمواجهة التغيرات المناخية.

الحماية من التغيرات المناخية:

اتفقت نتائج الاستبيان بنسبة ٧٦,٨% مع نتائج المقابلات البؤرية بنسبة ١٠٠% على أن الإنسان قادر على حماية العالم من التغيرات المناخية. ولقد ذكرت عينة الاستبيان ومبحوثين المقابلات البؤرية بعض الاقتراحات التي يستطيع بها الإنسان حماية بيئته من التغيرات المناخية كالتالي، على الترتيب:

١- **التحول إلى الطاقة المتجددة:** اعتماد مصادر طاقة نظيفة مثل الشمس، والرياح، والمياه.

٢- **التشجير والحفاظ على الغابات:** الأشجار تلعب دورًا حيويًا في امتصاص ثاني أكسيد الكربون، والحفاظ على الغابات أو زراعة المزيد منها يساهم في تحسين جودة الهواء وتقليل الاحتباس الحراري.

٣- **تقليل استهلاك الوقود الأحفوري:** استخدام وسائل نقل صديقة للبيئة مثل السيارات الكهربائية، والمشي، والدراجات، والمواصلات العامة يمكن أن يخفض الانبعاثات بشكل كبير.

٤- **الحد من النفايات وإعادة التدوير:** تقليل النفايات وإعادة تدوير المواد يساعد على خفض استهلاك الموارد وتقليل الانبعاثات الناتجة عن إنتاج ونقل النفايات.

٥- **الزراعة المستدامة:** الاعتماد على تقنيات الزراعة المستدامة، مثل الزراعة العضوية، واستخدام الأسمدة الطبيعية، والمحافظة على التربة والمياه يقلل من التلوث ويعزز استدامة الموارد الزراعية.

٦- **الحفاظ على المياه:** ترشيد استهلاك المياه وحمايتها من التلوث يقلل من الضغوط على الموارد المائية ويساهم في منع آثار الجفاف، مما يقلل من تأثيرات التغيرات المناخية.

٧- **رفع الوعي البيئي:** توعية الناس بأهمية حماية البيئة، وأثر التغيرات المناخية، وتحفيزهم على تغيير أنماط حياتهم اليومية ليصبحوا أكثر صداقة للبيئة.

٨- **دعم التشريعات البيئية:** الضغط لدعم سياسات حكومية وقوانين تفرض قيودًا على التلوث الصناعي وفرض إجراءات صارمة لحماية البيئة يسهم في حماية الطبيعة على نطاق أوسع.

٩- **دعم الأبحاث والتكنولوجيا الخضراء:** الاستثمار في أبحاث التكنولوجيا البيئية يسهم في ابتكار حلول جديدة وفعالة للتخفيف من آثار التغير المناخي.

١٠- **تبني أنماط حياة مستدامة:** كاتباع نظام غذائي نباتي أكثر، وتجنب المنتجات ذات البصمة الكربونية العالية، مما يسهم في تقليل الضغط على البيئة.

ولقد أتفقوا على أن هذه الاقتراحات تساهم في الحفاظ على بيئة صحية ومتوازنة، وتقلل من التأثيرات السلبية للتغير المناخي على كوكب الأرض وعلى حياتنا اليومية.

عاشرًا : نتائج اختبارات فروض الدراسة:

توصلت نتائج اختبارات الفروض للدراسة إلى صحة الفرضين الأول والثالث وخطأ الفرض الثاني، وذلك على النحو التالي:

الفـــرض الأول: توجـد علاقـة ذات دلالـة إحصـائية بـين مسـتوى تعـرض الجمهـور لموضـوعات التغيـرات المناخيـة فـي وسـائل الإعـلام وبـين تبنـيهم لسلوكيات إيجابية نحو البيئة.

توصلت نتائج التحليل الإحصائي إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين مستوى تعرض الجمهور لموضوعات التغيرات المناخية في وسائل الإعلام وبين تبني الجمهور لسلوكيات إيجابية نحو البيئة. حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (٠,٢٦٣) عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠). هذه القيمة الإيجابية تدل على أن زيادة تعرض الجمهور لهذه الموضوعات ترتبط بتحسن تبنيهم لممارسات وسلوكيات بيئية إيجابية. فنسبة ٥٢,١% من عينة الدراسة يتابع موضوعات التى تهتم بتقديم نصائح للتعامل مع التغيرات المناخية وبنسبة ٥٥,٢٥ يقومون بتطبيق هذه النصائح عند حدوث احداث مناخية كبيرة وأهم النصائح التى يتطبقونها هى كيفية حماية الصحة الجسدية وجاءت بنسبة ٦٨,٢% ، وهو ما يتفق مع نتائج دراسة (عبدالحكيم، عادل وتوفيق، ياسمين ٢٠٢٤م) والتي أكدت على إن التعرض للمواد الإعلانية ذات الصلة بالبيئة ساهمت في وجود دافعية لديهم لتبني مواقف وسلوكيات مؤيدة للبيئة.

ويمكن تفسير ذلك بالدور الهام والفعال الذي تلعبه وسائل الإعلام على المستوى المعرفي وقدرتها على التأثير على سلوك الجمهور في بعض الموضوعات المرتبطة بالتغيرات المناخية وعلاقتها بحماية الصحة الجسدية على سبيل المثال أو في الموضوعات التي سيتحقق منها فائدة اقتصادية للجمهور كترشيد المياه والطاقة.

الفرض الثانى: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تعرض الجمهور لموضوعات التغيرات المناخية في وسائل الإعلام وبين وجود معتقدات عن البيئة.

تشير نتائج التحليل الإحصائي باستخدام معامل بيرسون إلى عدم صحة هذا الفرض، حيث لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى تعرض الجمهور لموضوعات التغيرات المناخية في وسائل الإعلام ووجود معتقدات بيئية لديهم. حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (٠,٠٤٧) عند مستوى معنوية (٠,٥٢٠)، وهو غير دال إحصائيًا. هذه النتيجة تعني أن زيادة تعرض الجمهور لهذه الموضوعات لا يرتبط بوجود معتقدات بيئية لديهم لان عينة الدراسة تعتقد أن وسائل الاعلام ليست مسؤلة عن مواجهة التغيرات المناخية أو حتى توجيه الجمهور نحو تبنى سلوكيات ايجابية نحو البيئة حيث جاءت وسائل الأعلام فى الترتيب الأخير حول ترتيب الجهات المسؤلة عن مواجهة التغيرات المناخية بوزن نسبى ١٧,٩% . ومسألة تشكيل المعتقدات بشكل عام والمعتقدات البيئية بشكل خاص لا تضطلع به وسائل الإعلام بشكل أساسي وإنما يتم تكوينه داخل المجتمع وتحكمه متغيرات أخرى يتداخل فيها المتغير الثقافي والديني والاقتصادي.

ويتفق ذلك مع نتائج دراسة (حبيش، هاجر ٢٠٢٣م) حول وجود علاقة بين التعرض لمضامين جرائم البيئة وتغيرات المناخ والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن ذلك. وهو ما أكدته أيضًا دراسة (الغامدي، حسان ٢٠٢٢م) حول وجود تأثير للبعد المعرفي والوجداني لموضوعات البيئة على الأفراد وإن كان قد توصل إلى أن ذلك أكبر من التأثير السلوكي، وهو أيضًا ما توصلت إليه الباحثتان وتمت الإشارة إليه من قبل.

الفـرض الثالـث: توجـد علاقـة ذات دلالـة إحصـائية بـين وجـود معتقـدات بيئيـة لـدى الجمهور وبين اتباعهم لسلوكيات إيجابية نحو البيئة.

توصـلت الدراسـة إلـى صـحة هـذا لفـرض، حيـث توجـد علاقـة ارتباطيـة دالـة إحصائيًا بين وجود معتقدات بيئية لدى الجمهور واتباعه لسلوكيات إيجابية نحو البيئة. حيث بلـغ معامل ارتبـاط بيرسون (٠,٢٤٨) عند مستوى معنويـة (٠,٠٠٠). وهـو مـا يعني أن وجود معتقد ذو صلة بالبيئة لدى الجمهور يدفعه إلى تبني سلوكيات إيجابية نحو البيئة. حيث توصلت الدراسة إلى أن العامل البشرى (الإنسان) هو المسؤول الأول عن حدوث التغيرات المناخية بوزن نسبي ٢٣,٣% وبنسبة ١٠٠% المقابلات مجموعة النقاشات البؤرية، فالإنسان هو الذى احدث خلل فى التوازن البيئى وبالتالى هو المسؤل عن حماية العالم من هذه التغيرات، ورغم ذلك هناك اعتقاد أن التغيرات المناخية هي تمهيد من الله سبحانه وتعالى لنهاية الكون فنسبة ٦٠% من عينة استمارة الاستبيان تعتقد أن التغيرات المناخية هى مقدمة لنهاية الحياة فى العالم مع أجماع عينة مجموعة النقاشات البؤرية٢٠ مفردة على هذا الأعتقاد. وهو ما يشير إلى أهمية التركيز على غرس الوعي البيئي لدى المواطنين منذ الصغر للمساهمة في تكوين معتقدات إيجابية لديهم حول البيئية.

الحادى عشر: الخاتمة/ الخلاصة:

تتسم قضية التغيرات المناخية كجزء من القضايا البيئية بالتشابك بين فروع معرفة مختلف وأيضًا بين جهات مختلفة لكل قضاياها ومشكلاتها، ولعل هذا التشبيك بين الجهات المختلفة لحل هذه القضايا يجعل التفكير فيها ومواجهتها تحتاج إلى تكامل هذه الجهات مع بعضها. ويتطلب ذلك من وسائل الإعلام تبني مدخلًا متكاملًا لتناول قضية التغيرات المناخية دون إهمال أبعادها السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية.

وفي ضوء الخطوات الأساسية التي قدمها ستيوارد لتحليل الإيكولوجي الثقافي:

أظهرت نتائج الدراسة بروز دور الإنسان/ الفرد/ العامل البشري في قضية التغيرات المناخية من حيث مسئوليته عن حدوثها وأيضًا دوره في مواجهتها. كما أثر المستوى التعليمي المرتفع لعينة الدراسة على معرفة أغلبهم بالتفسيرات العلمية لوقوع الظواهر الطبيعية والبيئة. وفي مقابل ذلك جاء الله سبحانه وتعالى كسبب ثاني وكتفسير ثالث لوقوع الظواهر البيئية والتغيرات المناخية. بينما اختلفت النظرة للدول الصناعية الكبرى، ففي حين كانت هي المسئول الأول عن الحماية من التغيرات المناخية، إلا أنها احتلت المرتبة الأخيرة في تفسير عينة الاستبيان لأسباب وقوع هذه الظواهر الطبيعية. وكانت الأسباب الاقتصادية والسياسية في مؤخرة الأسباب التي حددها جمهور الدراسة للتغيرات المناخية.

وجاء تغيير العادات اليومية والتأثير على الحالة الصحية في مقدمة التأثيرات التي ذكرتها عينتي الدراسة في حين تراجعت التأثيرات الاقتصادية والبيئية حيث تعد الأولى والثانية ملموسة أكثر وذات صلة بحياة الانسان اليومية، وهذا ما أكدت عليه نظرية الإيكولوجيا الثقافية حيث أكد ستيوارد أن التكيفات تؤدي إلى تحولات اجتماعية وثقافية.

وظهر تأثير المعتقد الديني بدرجة كبيرة على اتجاهات الجمهور نحو البيئة ولكن ذلك لا يعني قيامهم بسلوك إيجابي نحو البيئة، ولكنه يؤثر على سلوكهم إلي حد معين مثل ترديد أدعية معينة أو اللجوء للصلاة في مواجهة الأحداث المناخية المتطرفة للتحصن وطلب الحماية من هذه الظواهر التي تحمل مخاطر وكوارث في بعض الأحيان، ولكن ذلك لا يعني أنهم يلقون بالمسئولية على الله سبحانه وتعالى كاملة دون البشر عن وقوع التغيرات المناخية.

توصلت الدراسة إلى أن أغلب السلوكيات المؤيدة للبيئة التي تتبعها عينة الدراسة كانت سلوكيات فردية لا تتطلب أية أعباء اقتصادية لتطبيقها (كارتداء ملابس فاتحة اللون، عدم الخروج في نزهة وغيرها، الابتعاد عن أعمدة الكهرباء أثناء الأمطار)، بينما كانت معدلات اتباع السلوكيات ذات البعد الاقتصادي أقل (كاستخدام كريمات واقية من الشمس). فاتباع السلوكيات السلبية للبيئة ليست مقصودة أو متعمدة فهناك عوامل وأسباب أخرى تساعد على عدم قدرتهم على القيام بالسلوك الإيجابي تجاه البيئة ويعتبر العامل المادي من أهم هذه الأسباب.

أوضحت الدراسة أن هناك وعي وأدراك ومعرفة بقواعد وإرشادات لكيفية التعامل ومواجهة بعض الظواهر البيئية مثل كيفية التعامل مع ارتفاع درجات الحرارة ونزول الأمطار والتصدي للرياح الشديدة والعواصف الرملية، أما باقي الظواهر البيئية فهناك قصور واضح في معرفة كيفية التعامل معها.

لا يقتصر الأمر عند عينة الدراسة على متابعة أخبار الظواهر البيئية على وسائل التواصل الاجتماعي، بل يقومون بنشر القواعد والإرشادات لكيفية التعامل مع هذه الظواهر البيئية وهذا من السلوكيات الإيجابية لنشر وزيادة الوعى.

بالرغم من وجود معتقدات ترتبط بشكل كبير بالسلوكيات الإيجابية للبيئة إلا أن المعتقد ليس المسئول الأساسي عن تشكيل السلوكيات البيئية لدى الجمهور، وهذا ما يتفق مع فرضيات نظرية الإيكولوجية الثقافية أن دراسة العلاقة بين الثقافة والبيئة تكون بوصفها عملية وليست علاقة حيث لا توجد معتقدات سلبية لدى عينة الدراسة تجاه البيئة ورغم ذلك هناك سلوكيات سلبية تمارس ضد البيئة.

خلصت الدراسة إلى أن الإنسان يأتي في الترتيب الأول من حيث مسئوليته عن حدوث التغيرات المناخية واحداث هذا الخلل فى التوازن البيئى. إلا أن مواجهة هذه التغيرات يحتاج إلى تضافر للجهود العالمية من خلال الدول والمؤسسات المختلفة مع وجود دور بارز للانسان/ الفرد في مواجهة التغيرات المناخية.

الثانى عشر: التوصيات:

١- الحاجة إلى إجراء دراسات أكثر تعمقًا حول المعتقدات البيئية لدى المصريين والعوامل المؤثرة على تشكيلها ودور هذه المعتقدات في تشكيل السلوك البيئي.

٢- إنشاء "لجنة الأزمات والكوارث "بوزارة البيئة مهمتها القيام بدراسة دقيقة للتنبؤ بالتغيرات المناخية التي ممكن أن تتعرض لها مصر ووضح خطط مبنية على دراسات علمية للتصدي لها ومواجهتها.

٣- نشر الإرشادات العامة لكيفية مواجهة كافة الظواهر البيئية على كافة وسائل الإعلام ومخاطبة كافة فئات الشعب.

المراجـــــع

المراجع بالغة العربية:

١- أبـو سـكين، حنـان كمـال (٢٠٢٠م) مقاربـات تحقيـق العدالـة المناخيـة، مجلـة كليـة السياسـة والاقتصاد، جامعة بني سويف، المجلد٩، العدد٨، ص: ١٧٦-١٧٨.

٢- أبـو منـدور، شـيماء. (٢٠٢٣م). اتجاهـات النخبـة الأكاديميـة المصـرية نحـو معالجـة المواقـع الأخباريـة الإلكترونيـة الدوليـة لمـؤتمر قمـة المنـاخ العـالمي COP27 ٢٠٢٢م دراسـة ميدانيـة. المجلة العلمية لبحوث الصحافة، ع ٢٥، ج ١، ٢٤١- ٢٨٩ .

٣- أحمد، رنـا مجدي. (٢٠٢٤م). اتجاهات الجمهور المصري نحـو فاعليـة السرد القصصـي فـي تعزيز المعرفة بالاستدامة البيئية وتأثيراته الوجدانية والسلوكية والمعرفية .المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (89) 1241-1315.

٤- أقاري، سالم (٢٠١٩م) آليات تفعيل أدوار الفاعل المجتمعية في ترسيخ قيم الثقافة البيئية، مجلة آفاق علمية، مجلد ١١ العدد ٤.

٥- بطـرس، ماريـان مـراد أنـيس. (٢٠٢٤م). علاقـة التعـرض لمواقـع التواصـل الاجتمـاعي بـوعي الجمهور المصري وسلوكه تجاه التكيف مع التغيرات المناخية. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (89), 491-544.

٦- بـن عربيـة، لحبيـب، وصـوالحي، صـلاح الـدين. (٢٠٢١م). دور الفـيس بـوك فـي نشـر الـوعي البيئـي: دراسـة ميدانيـة. مجلـة الميـدان للدراسـات الرياضـية والاجتماعيـة والإنسـانية، مـج،٤ (ع٣) ١٤٣ – ١٥٢.

٧- توم، مجذوب بخيت محمد، و إبراهيم، بهاء الدين محمد. (٢٠٢٢م). توظيف الأفلام التسجيلية للتوعية بقضايا البيئة في السودان: دراسة تحليلية سيميلوجية لفيلم المملكة المنهوبة. مجلة علوم الاتصال، مج،٧ (ع ٣) ١٨٧ -٢٢٢.

٨- حبـيش، هـاجر حلمـي دسـوقي. (٢٠٢٣م). دور مواقـع التواصـل الاجتمـاعي فـي تشـكيل وعـي الشباب المصري واتجاهاته نحو قضايا الجرائم البيئية وتغير المنـاخ. مجلة البحوث الإعلامية، ع٦٤ (ج١) ٣٩٧ – ٤٦٠ .

٩- الحزامي، نوف عبداللطيف. (٢٠٢٢م). دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي والثقافة الخضراء: دراسة مسحية على عينة من طلاب وطالبات جامعة الملك سعود. مجلة البحوث الإعلامية، (ع٦٣)، ج١ ، ٦٩ – ١٠٠.

١٠- الحضيف، فهد بن صالح. (٢٠١٩م). القيم البيئية لدى طلاب التربية البدنية وعلوم الحركة بجامعة القصيم وعلاقتها بمستوى التدين. مجلة كلية التربية، مج، ٣٥ (ع٩) ٥٧٨، ٦٠٦.

١١- السخاوى، مصطفى (٢٠٠٩م) الإيكولوجيا الثقافية، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.

١٢- السلواني، راية فريد إبراهيم. (٢٠٢٠م). دور وزارة البيئة في تعريف المواطن الأردني بقضايا البيئة: دراسة ميدانية. مجلة الجامعة الإسلامية للبحوث الإنسانية، مج،٢٨ (ع١) ٣٦٥ – ٣٨٧.

١٣- السيد، أحمد سيد حمودة. (٢٠١٩م). فاعلية استخدام الرسوم المتحركة في التوعية والإرشاد البيئي. مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية، (ع١٦) ٦٤ – ٨٦ .

١٤- الشبيني، حنان (٢٠٢٤م) دور مؤثري شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز الاستجابة لقضايا التغير المناخي بمصر، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، مج ٢٠٢٤، العدد ٨٩، ج٢، ص: ٨٠٧- ٨٤٢.

١٥- الشعراوي، إيمان (٢٠٢٤م) إفريقيا المأزومة كيف يبدد التغير المناخي آمال التنمية في القارة السمراء، سلسلة دراسات المستقبل، مركز المستقبل للأبحاث والدراسات المتقدمة، الأمارات العربية المتحدة، العدد ١٧.

١٦- شعلان، ريهان جمال سليمان. (٢٠٢٤م). "فاعلية حملات التسويق الأخضر الرقمي الموجهة للمرأة وعلاقتها بمستوى الوعي البيئي" (حملة صاحبة اليد الذهبية- نموذجًا). المجلة المصرية لبحوث الإعلام (89),1392-1351.

١٧- صندوقه، أسماء محمد عبدالقادر. (٢٠٢٠م). دور البرامج الإذاعية في التوعية البيئية من وجهة نظر الشباب الأردني. مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية، مج٤ (ع٢) ١٠٢- ١٢٦.

١٨- العاسمي، عاهد عايش. (٢٠٢٠م). دور التليفزيون السوري في معالجة القضايا البيئية: دراسة تطبيقية على برنامج البيئة والإنسان.الجنان، جامعة الجنان، مركز البحث العلمي، (ع١٣) ٣١٣ – ٢٧٧.

١٩- عبدالحكيم، عادل رفعت، توفيق، ياسمين (٢٠٢٤م). أثر الإعلانات الخضراء على التنافر المعرفي لدى الشباب حول قضايا البيئة: دراسة تجريبية. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (89) 233-278.

٢٠- عبدالحميد، غادة محمود. (٢٠٢٤م). مسؤولية القائم بالاتصال في التلفزيون المصري نحو التوعية بقضايا التنمية المستدامة في إطار رؤية مصر ٢٠٣٠م: دراسة تحليلية. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (89) 1088-1047.

٢١- العتيق، أحمد مصطفى، البنهاوي، حسين صلاح، جاد، الشيماء بدر عامر. (٢٠٢٠م). فاعلية برنامج مقترح بخلفية معرفية سلوكية لتعديل بعض أنماط السلوك البيئي لدى أطفال الشوارع في مناطق متدهورة بيئيًا. مجلة العلوم البيئية (3) 36 ،149-183.

٢٢- عثمان، نظمية عبدالسلام. (٢٠٢٢م). دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي البيئي لدى الجمهور اليمني: دراسة ميدانية. مجلة العلوم الإنسانية والإجتماعية، مج،٦ (ع٦) ٨١ - ١٠٢.

٢٣- عز، إسلام سعد عبدالله عبدالرحمن. (٢٠٢٠م). دور مؤسسات الدولة والمجتمع المدني في تشكيل معارف وإتجاهات وسلوكيات الجمهور حول مخاطر التغيرات المناخية. المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، (ع١٩) ٣٢٥- ٣٧٠.

٢٤- عمر، محمد أحمد محمد سالم. (٢٠٢٤م). تعرض الجمهور للأشكال المعلوماتية والجرافيك المتعلقة بمعالجة قضايا الطاقة المتجددة على شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الوعي البيئي. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (89)1349-1317.

٢٥- غريب، شروق محمد محمد، عبدالحليم، محمود محمد محمد، ونصر، محمد معوض إبراهيم (2021). حملات التسويق الأخضر عبر الإنترنت وعلاقتها بالوعي البيئي لدى المراهقين. مجلة دراسات الطفولة، جامعة عين شمس، كلية الدراسات العليا للطفولة، مج، ٢٤ (ع٩٢) ١٣٣ -١٣٨ .

٢٦- فوزي، هالة الألفي، البلاط، بسمة عبدالحي أحمد. (٢٠٢٤م). الإعلام البيئي الرقمي وعلاقته بتشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو التغيرات المناخية. المجلة المصرية لبحوث الإعلام. (89) ,968-915

٢٧- كوندة، سلمى. (٢٠٢٢م). التوعية البيئية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر: دراسة تحليلية لصفحة الغابات الجزائرية على موقع الفيس بوك.المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، مج٩ (ع٣) ٣٤٨- ٣٦١.

٢٨- لغامدي، حسان علي صالح. (٢٠٢٢م). درجة تفاعل جمهور الشباب مع حملات التوعية البيئية على شبكات التواصل الاجتماعي. مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، (ع٤١) ٣٥٥- ٣٨٩.

٢٩- لمقدم، سارة شوقي. (٢٠٢٢م). تأثير مبادرة إتحضر للأخضر على النية السلوكية لمستخدمي الفيس بوك للاهتمام بالبيئة: دراسة شبه تجريبية.المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (ع٨٠) ٧٨٥ - ٨١١.

٣٠- محمد، منية إسحاق إبراهيم. (٢٠٢٤م). دور مؤثري الاستدامة في التوعية بالقضايا البيئية: بالتطبيق على موقع انستجرام .المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (89) 634 -591.

٣١- محمود، أحمد عبده محمد، و جبر، آلاء محمد ممدوح. (٢٠٢٣م). فعالية حملات التسويق الاجتماعي في توعية الجمهور بمخاطر التغيرات المناخية: دراسة ميدانية. مجلة البحوث الإعلامية، ع٦٤ (ج٢) ٦٥٥ -٧١٦ .

٣٢- النجار، ياسر السيد إبراهيم. (٢٠٢١م). وعي الطلاب بمخاطر التلوث البيئي في جامعة طنطا: دراسة ميدانية. حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية، الحولية ٤٢ ، ٩ -١١٦.

المراجع باللغة الأجنبية:

- ——————, **(2011) climate change,** National Environment Commission, Royal Government of Bhutan Thimphu; Bhutan.
- Bieniek-Tobasco, A. (2019). The narrative impacts of climate change storytelling: A case study evaluation of a climate change documentary series (Order No. 22616085). Available from ProQuest Dissertations & Theses Global; Publicly Available Content Database.
- Ducher, Patricia (2015) BURDENS AND BENEFITS OF CLIMATE CHANGE SOLUTIONS: A CASE STUDY OF CLIMATE SKEPTICS AND DENIERS IN RURAL NEVADA, Ph.D, School of Environmental and Public Affairs, University of Nevada, Las Vegas, USA.
- Dutcher, P. (2015). Burdens and benefits of climate change solutions: A case study of climate change skeptics and deniers in rural nevada (Order No. 3715059). Available from ProQuest Dissertations & Theses Global.
- Jervis, Robert (2006) Understanding Beliefs, International Society of Political Psychology, Vol. 27, No. 5, pp 641-663.
- Kim, Soo Yum (2022) Understanding attitude extremity in climate change: public perceptions of climate change deniers and climate change doomsday believers, Ph.D, University of Wisconsin- Madison, (Order No. 29328405). Available from ProQuest Dissertations & Theses Global.
- Krajhanzl, Jan. (2010). Environmental and Pro-environmental Behavior.
- Lazzeri, Filipe. (2014) On defining behavior: Some notes, Behavior and Philosophy, Cambridge Center for Behavioral Studies, 42, 65-82.
- Li, X., Yu, R., & Su, X. (2021). Environmental Beliefs and Pro-Environmental Behavioral Intention of an Environmentally Themed Exhibition Audience: The Mediation Role of Exhibition Attachment. Sage Open, 11(2).
- Mayfield-Smith, K. (2021). Communicating about climate science using social media: Exploring discourse, information seeking and climate change knowledge (Order No. 28411555). Available from ProQuest Dissertations & Theses Global.
- McGee, Jon & Warms, Richard. (2013). Theory in Social and Cultural Anthropology: An Encyclopedia.

- Morris, M. (2020). Climate change, social media, and generation Z (Order No. 28257097). Available from ProQuest Dissertations & Theses Global; Publicly Available Content Database.
- Riedy, Chris. (2016). Climate Change.
- Sutton M.Q& Anderson E.N(2010) Introduction to cultural Ecology, United Kingdom: Aitamir a Press.
- Thaker, J. (2012). Climate change in the indian mind: Role of collective efficacy in climate change adaptation (Order No. 3506277). Available from ProQuest Dissertations & Theses Global.
- Tian, H.; Liu, X **(2022)**. Pro-Environmental Behavior Research: Theoretical Progress and Future Directions. Int. J. Environ. Res. Public Health, 19, 67-21.
- Tyagi, A. (2021). Challenges in climate change communication on social media (Order No. 28319252). Available from ProQuest Dissertations & Theses Global.

المواقع الإلكترونية:

- https://www.proquest.com/dissertations-theses/narrative-impacts-climate-change-storytelling/docview/2303309422/se-2
- https://www.proquest.com/dissertations-theses/burdens-benefits-climate-change-solutions-case/docview/1710455244/se-2
- https://www.proquest.com/dissertations-theses/understanding-attitude-extremity-climate-change/docview/2717631428/se-2
- https://doi.org/10.1177/21582440211027966
- https://www.proquest.com/dissertations-theses/communicating-about-climate-science-using-social/docview/2553824925/se-2
- https://www.proquest.com/dissertations-theses/climate-change-social-media-generation-z/docview/2468128521/se-2
- https://www.proquest.com/dissertations-theses/climate-change-indian-mind-role-collective/docview/1015033761/se-2
- https://www.proquest.com/dissertations-theses/challenges-climate-change-communication-on-social/docview/2504529667/se-2
- https://www.mdpi.com/1660-4601/19/11/6721

- https://www.researchgate.net/publication/265508352_Environmental_and_Pro-environmental_Behavior
- https://www.researchgate.net/publication/311301385_Climate_Change
- https://www.researchgate.net/publication/270899707_Theory_in_Social_and_Cultural_Anthropology_An_Encyclopedia
- https://www.oxfordreference.com/display/10.1093/oi/authority.20110803095456806
- https://www.britannica.com/dictionary/make%E2%80%93believe
- https://www.un.org/en/climatechange/what-is-climate-change
- https://hrightsstudies.sis.gov.eg/%D8%AF%D8%B1%D8%A7%D8%B3%D8%A7%D8%AA-%D9%88%D8%AA%D9%82%D8%A7%D8%B1%D9%8A%D8%B1/%D8%AF%D8%B1%D8%A7%D8%B3%D8%A7%D8%AA/%D9%85%D8%A7%D9%87%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%AF%D8%A7%D9%84%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%86%D8%A7%D8%AE%D9%8A%D8%A9-%D8%A8%D9%8A%D9%86-%D8%AD%D9%85%D8%A7%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A8%D9%8A%D8%A6%D8%A9-%D9%88%D8%A7%D8%AD%D8%AA%D8%B1%D8%A7%D9%85-%D8%AD%D9%82%D9%88%D9%82-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%86%D8%B3%D8%A7%D9%86-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%A8%D8%A7%D8%AF%D8%A6-%D8%A7%D9%84%D8%AD%D8%A7%D9%83%D9%85%D8%A9-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%AC%D9%87%D9%88%D8%AF-%D8%A7%D9%84%D8%AF%D9%88%D9%84%D9%8A%D8%A9-%D9%84%D8%AA%D8%AD%D9%82%D9%8A%D9%82%D9%87%D8%A7/#:~:text=%D9%88%D9%8A%D9%85%D9%83%D9%86%20%D8%AA%D8%B9%D8%B1%D9%8A%D9%81%20%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%AF%D8%A7%D9%84%D8%A9%20%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%86%D8%A7%D8%AE%D9%8A%D8%A9%20%D8%A8%D8%B4%D9%8