

دور وسائل الاعلام في تنمية الوعي البيئي الجمهور

الملخص

يعد الاعلام البيئي احد انواع الاعلام المتخصص الذي يسهم في نشر الوعي البيئي وتعريف الجمهور بالقضايا البيئية الملحة، وفي هذا السياق هدفت الدراسة إلى التعرف على مفهوم الاعلام البيئي وأشكاله، وتحديد اهم وسائل الاعلام البيئي التي تسهم في جذب الانتباه تجاه القضايا البيئية، والقاء الضوء على مفهوم الوعي البيئي واهدافه، والتحديات التي تواجهه، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، والمنهج المسحي، من خلال استخدام الاستبيان لجمع البيانات من عينة عشوائية من الجمهور العام في كربلاء المقدسة بلغ عددها (١٠٠) فرداً، وتوصلت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة احصائية بين آراء المبحوثين حول متابعة قضايا البيئة في وسائل الاعلام، وحول الفنون الصحفية في وسائل الاعلام البيئي، وحول دور وسائل الاعلام في تنمية الوعي البيئي، وحول الرضا عن معالجة قضايا البيئة في وسائل الاعلام، وحول فاعلية وسائل الاعلام في عرض قضايا البيئة.

الكلمات الدالة: الاعلام البيئي - الوعي البيئي - القضايا البيئية.

أ.د. عادل خليل مهدي الزبيدي

م. جليله عبد الله

The role of the media in developing environmental awareness by following up on environmental issues among ----

Abstract

Environmental media is one of the types of specialized media that contributes to spreading environmental awareness and introducing the public to pressing environmental issues. In this context, the study aimed to identify the concept of environmental media and its forms, identify the most important means of environmental media that contribute to attracting attention towards environmental issues, and shed light on the concept Environmental awareness, its goals, and the challenges it faces. The study used the descriptive approach and the survey approach, by using a questionnaire to collect data from a random sample of the general public in Holy Karbala, numbering (100) individuals. The study found that there were statistically significant differences between the opinions of the respondents about Following up on environmental issues in the media, on journalistic arts in environmental media, on the role of the media in developing environmental awareness, on satisfaction with addressing

environmental issues in the media, and on the effectiveness of the media in presenting environmental issues.

Keywords: environmental media - environmental awareness - environmental issues.

المقدمة:

حازت القضايا البيئية باهتمام كبير على الصعيدين الوطني والدولي ليس فقط بسبب حجم المشكلات التي لحقت بالبيئة في العقود الأخيرة، ولكن أيضا لأن هذه المشكلات البيئية باتت تعرقل من تحقيق اهداف التنمية المستدامة، وتهدد الحياة الإنسانية على الارض، مما استرعى انتباه وسائل الإعلام، وتجلت ذلك في ظهور الإعلام البيئي، بحيث أصبحت القضايا البيئية مادة مهمة تضعها وسائل الإعلام ضمن دائرة اهتمامها (حمياز واخرون، ٢٠٢٢، ص ٤١)، وتسهم وسائل الإعلام بدور مهم في ترسيخ الثقافة البيئية في المجتمع بمسؤولية كبيرة، وحس بيئي مرهف، وضمير إنساني حي، لتقديم المنفعة للبيئة والمجتمع على حد سواء، وذلك عن طريق نشر الوعي البيئي في التعامل مع القضايا البيئية، وتأكيد دور وسائل الإعلام في توجيه الرأي العام نحو أهمية البيئة، بالطريقة التي تضمن الحفاظ عليها، والتخفيف من تأثيرات مشكلاتها (السبعوي، ٢٠١٨، ص ١٠٦)، حيث أن حل القضايا البيئية لن يتأتي إلا من خلال وجود وعي بيئي حقيقي ومستنير تقوده وسائل الاعلام البيئي للمساهمة في تكوين الرأي العام المهتم بالمشكلات البيئية وتنمية الاتجاهات والسلوكيات الايجابية نحو حماية البيئة (احمد، ٢٠٢٢، ص ١٤١).

أولاً - الإطار المنهجي للدراسة:

١ - مشكلة الدراسة:

تفتقد معظم الدول العربية لوجود الاعلام البيئي المتخصص، رغم كونها من اكثر الدول المتضررة من المشكلات البيئية (علاني، ٢٠٢٠، ص ٨٦١)، وعلى الرغم من تنامي اهتمام وسائل الاعلام العالمية بالقضايا البيئية منذ فترة طويلة، نظرا لتزايد حدة مشكلات التلوث البيئي على الصعيد العالمي، ألا أنه تزايدت في الاونة الاخيرة دعوة الاعلام البيئي العربي لتكوين الوعي البيئي المجتمعي، وتبني الاليات والوسائل الاعلامية للتخفيف من حدة المشكلات البيئية (زويدي، ٢٠٢٢، ص ٢)، وذلك من خلال تفعيل وسائل الإعلام البيئي سواء التقليدية ام الإلكترونية، لنشر الوعي البيئي المستدام، وترسيخ المفاهيم البيئية لدى المجتمع، وتحفيز الاتجاهات الإيجابية نحو الحفاظ على البيئة ومواردها الطبيعية (عثمان، ٢٠٢٢، ص ٨٢).

ومن خلال ما سبق تتمثل مشكلة الدراسة في الإجابة على التساؤل التالي:

كيف يؤثر الاعلام البيئي على متابعة القضايا البيئية في وسائل الاعلام لتنمية الوعي البيئي لدى الجمهور؟

٢ - فرضيات الدراسة:

١/٢ الفرضية الأولى: توجد فروق ذات دلالة احصائية بين آراء المبحوثين حول متابعة قضايا البيئة في وسائل الاعلام.

٢/٢ الفرضية الثانية: توجد فروق ذات دلالة احصائية بين آراء المبحوثين حول الفنون الصحفية في وسائل الاعلام البيئي.

٣/٢ الفرضية الثالثة: توجد فروق ذات دلالة احصائية بين آراء المبحوثين حول دور وسائل الاعلام في تنمية الوعي البيئي.

٤/٢ الفرضية الرابعة: توجد فروق ذات دلالة احصائية بين آراء المبحوثين حول الرضا عن معالجة قضايا البيئة في وسائل الاعلام.

٥/٢ الفرضية الخامسة: توجد فروق ذات دلالة احصائية بين آراء المبحوثين حول فاعلية وسائل الاعلام في عرض قضايا البيئة.

٣ - أهداف الدراسة:

١/٣ التعرف على مفهوم الاعلام البيئي وأشكاله

٢/٣ تحديد اهم وسائل الاعلام البيئي التي تسهم في جذب الانتباه تجاه القضايا البيئية.

٣/٣ القاء الضوء على مفهوم الوعي البيئي واهدافه، والتحديات التي تواجهه.

٤/٣ استطلاع اراء المبحوثين حول دور وسائل الاعلام في تنمية الوعي البيئي من خلال متابعة القضايا البيئية.

٤ - حدود الدراسة:

١/٤ الحدود المكانية: اقتصر الجانب الميداني على مدينة كربلاء المقدسة.

٢/٤ الحدود الزمنية: تم توزيع الاستبيان خلال الفترة من ٢٥/٣/٢٠٢٤ إلى ٢٠/٤/٢٠٢٤م

٣/٤ الحدود البشرية: تم استطلاع آراء عينة عشوائية من الجمهور العام في مدينة كربلاء المقدسة وبلغ عدد الاجابات الصحيحة (١٠٠) مفردة.

٥ - مناهج الدراسة وأساليبها:

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي الذي يقوم على تحليل المقومات والعناصر الأساسية للدراسة وصولاً إلى استنباط النتائج التي تعالج مشكلة الدراسة، كما تم استخدام المنهج المسحي في التحليل الاحصائي لاستمارات الاستبيان، وتم تحليل البيانات باستخدام البرنامج الاحصائي (SPSS, 7.24) باستخدام بعض الأساليب الاحصائية وهي (التكرار - النسبة المئوية - المتوسط الحسابي - اختبار T test).

٦ - الدراسات السابقة:

تناولت دراسة مجيد (٢٠١٥) دور التلفزيون في نشر الوعي البيئي لدى الشباب الجامعي دراسة مسحية لعينة من طلبة كلية الاعلام جامعة بغداد انموذجاً، وتوصلت الى انه على الرغم من اهتمام معظم المبحوثين بالقضايا البيئية الا ان هذا الاهتمام ليس نابعا مما يقدمه التلفزيون من برامج التوعية البيئية، ومن ثم اوصت الدراسة بتأهيل الاعلاميين في مجال التوعية البيئية وتكثيف اهتمام وسائل الاعلام المرئي بالقضايا البيئية والوعي البيئي.

تطرقت دراسة علاني (٢٠٢٠) لدور الاعلام الفلسطيني في تناول قضايا البيئة من منظور ادارة الوعي البيئي والتنمية البيئية المستدامة في دولة فلسطين دراسة تحليلية كيفية، وتوصلت الى أن الأضرار البيئية عامة وليست خاصة فئة معينة وبالتالي فان تداعياتها تضر بالمجتمع ككل، وان ضعف التغطية الاعلامية للقضايا البيئية يسهم في تقادم المشكلات البيئية في المجتمع، كما تناولت دراسة جاسم (٢٠٢١) دور وسائل الاعلام في التوعية البيئية، وتوصلت الى ضرورة تبني الاعلام البيئي سياسات ومبادرات تعبر عن فلسفة واضحة تجاه القضايا البيئية ذات الاولوية وتوعية الجمهور بالمشكلات البيئية التي تمس المجتمع وحثهم على تولى المسؤولية الواعية تجاه الحفاظ على سلامة البيئة.

تناولت دراسة زويدي (٢٠٢٢) دور الاعلام البيئي في الحماية التوعية البيئية، وتوصلت الى اهمية الاعلام البيئي في تشكيل الوعي البيئي المجتمعي بالقضايا البيئية، ورغم عدم وجود الوسائل الاعلامية المطلوبة وضعف الحصول على المعلومات البيئية، فقد اوصت الدراسة بالقيام بالحملات البيئية المكثفة وادراج الوعي البيئي في المناهج الدراسية، كما تناولت دراسة عثمان (٢٠٢٢) دور وسائل الاعلام في تشكيل الوعي البيئي لدى الجمهور اليمني دراسة ميدانية، وتوصلت الى وجود قصور في دور الاعلام في التوعية البيئية بنسبة ٥٥%، مما ادى الى ضعف الوعي البيئي لدى الجمهور حيث بلغت نسبة التغطية الاعلامية للقضايا البيئية ١٦% فقط،

واوصت الدراسة بتفعيل دور المشاركة المجتمعية كنموذج حديث لتوجيه السلوك البيئي، والقضاء على الامية البيئية.

يتضح من عرض الدراسات السابقة وجود دراسات مشابهة للدراسة الحالية، حيث تشترك معها في متغير الوعي البيئي، كما تتفق في التركيز والتأكيد على دور وسائل الإعلام في نشر الوعي البيئي، غير أنها تختلف مع الدراسة الحالية من حيث المجال المكاني والزمني، والجمهور المستهدف، فضلا عن تركيز الدراسات السابقة على وسائل الإعلام التقليدية منفردة أو مجتمعة أو وسائل الإعلام الحديث منفردة، بينما تجمع الدراسة الحالية بين وسائل الإعلام البيئي التقليدي والحديث، بمختلف وسائله المرئية والمقروءة والمسموعة والالكترونية.

ثانياً - الإطار النظري للدراسة:

١ - الاعلام البيئي:

يتضمن تعريف الاعلام البيئي وتحديد أشكاله، ووسائل الاعلام البيئي كما يلي:

١/١ مفهوم الاعلام البيئي:

يتكون مصطلح الإعلام البيئي من شقين هما الإعلام والبيئة، والإعلام عبارة عن ترجمة موضوعية وصادقة للأخبار والقضايا والحقائق، التي تساعد الجمهور على تكوين رأي عام للأحداث الجارية (مسعودان، ٢٠١٥، ص ٣٥٩)، أما البيئة فهي الوسط أو المكان الذي يعيش فيه الإنسان، بما تشمله من الظواهر الطبيعية والبشرية التي تؤثر في الانسان ويؤثر فيها (بدران، ٢٠١١، ص ١٤).

بدأ مصطلح الاعلام البيئي في الظهور والتطور كاعلام جديد متخصص منذ انعقاد مؤتمر ستوكهولم عام ١٩٧٢م واثارة القضايا البيئية في ظل تزايد الحوادث البيئية والكوارث الطبيعية (احمد، ٢٠٢٢، ص ١٤١)، حيث يقصد بالاعلام البيئي الوسائل الاعلامية التي يتم توجيهها للجمهور بهدف اكسابه المعرفة البيئية ونشر قيم المحافظة على البيئة وتعديل السلوكيات السلبية التي تلحق الضرر بالبيئة (مطوري، ٢٠١٦، ص ١٧٠)، ويشير الاعلام البيئي إلى عملية انشاء ونقل المعلومات والحقائق المتصلة بالقضايا البيئية من خلال وسائل الاعلام الى الجمهور العام والخاص بهدف تكوين الوعي البيئي وصولاً لتحقيق التنمية المستدامة (غازي، ٢٠١٧، ص ١٨٧)، ويعد الاعلام البيئي الوسيلة الاتصالية التي تقدم الاخبار والمعلومات والقضايا البيئية للجمهور

بهدف تنمية الفكر الجماعي، ونشر الوعي البيئي في المجتمع حول المشكلات البيئية وكيفية مواجهتها (حمياز واخرون، ٢٠٢٢، ص ٤٣).

ويتضح من التعريفات السابقة ان التعريف الاجرائي للاعلام البيئي يشير الى الوسائل الاتصالية الاعلامية التي تختص بالقضايا البيئية المحلية والدولية والتي يتم توجيهها للجمهور العام والمتخصص بهدف الاخبار والتثقيف والتعليم والتوجيه في الحفاظ على البيئة، والتصدي للمشكلات البيئية.

٢/١ اشكال الاعلام البيئي:

تتضمن اشكال الاعلام البيئي المجالات التالية:

١/٢/١ الاعلام البيئي الاخباري: يشمل التغطية الاخبارية للحوادث البيئية والكوارث الناجمة عن الاخطار الطبيعية، فضلا عن التغطية الاعلامية للمؤتمرات والندوات ذات الصلة بالقضايا البيئية على المستويين المحلي والدولي (علاني، ٢٠٢٠، ص ٨٦٣).

٢/٢/١ الاعلام البيئي المتخصص: يهدف الى مخاطبة طائفة العلماء والمتخصصين في الشؤون البيئية والمعنيين بقضايا البيئة ومخاطبة صناع القرار في الجهات التشريعية والتنفيذية لحل المشكلات البيئية، للضغط على الحكومات للتعامل بجدية مع المشكلات البيئية الوطنية والاقليمية والعالمية (ربيع، ٢٠١١، ص ١٤٧).

٣/٢/١ الاعلام البيئي الجماهيري: يوجه رسالته الاعلامية لمخاطبة الجمهور العام، بهدف نشر الوعي البيئي من خلال تحديد سياسة اعلامية واضحة تقوم على اسس متكاملة بين فلسفة الدولة والواقع البيئي لتوجيه الراي العام بالمشاركة في حل المشكلات البيئية (جاسم، ٢٠٢١، ص ٣٠٧).

٣/١ وسائل الاعلام البيئي:

١/٣/١ وسائل الاعلام البيئي المقروءة: تتمثل في الصحف والمجلات والنشرات التي تخاطب حاسة البصر عن الجمهور، وهي تاتي على راس وسائل الاعلام البيئي التي بدأت منذ الخمسينيات من القرن العشرين في تغطية اخبار الحوادث والكوارث البيئية، واصبحت تخصص ابوابا وصفحات لمعالجة القضايا البيئية، وتقدم التقارير الصحفية والتغطية الخبرية والتفسيرية للمشكلات البيئية بمختلف مستوياتها (وهايي، ٢٠١٧، ص ١٣٦).

٢/٣/١ وسائل الاعلام البيئي المسموعة: تتمثل في الاذاعة وهي تخاطب حاسة السمع عن الجمهور وتعد الوسيلة الاعلامية الاكثر استخداما في الاعلام عن الكوارث والازمات البيئية بغرض

التأثير الايجابي السريع في سلوكيات المستمعين ورفع درجة الوعي البيئي لديهم، وترسيخ الرسال البيئية عن طريق تكرار بث الرسالة على اذهان المستمعين (كحيل، ٢٠١٢، ص ١٢٠).

٣/٣/١ وسائل الاعلام البيئي المرئية: تخاطب هذه الوسائل حاستي البصر والسمع عند الجمهور، وتتضمن التلفزيون والقنوات الفضائية، ويحتل الاعلام عبر التلفزيون مكانة مهمة في وسائل الاعلام البيئي كونه احد الاساليب المهمة والمثالية للوصول الى كافة شرائح المجتمع لتشكيل الوعي البيئي والدعوة الى الحفاظ على البيئة وحمايتها من التلوث (حميد، ٢٠١٥، ص ٤٨٥).

٤/٣/١ وسائل الاعلام البيئي الالكترونية: يمثل قنوات الاعلام الالكتروني احد اهم وسائل الاعلام البيئي واكثرها انتشارا في العصر الحديث لاسيما بين فئة الشباب، حيث يتيح الاعلام البيئي الالكتروني تقديم الرسائل والمضامين البيئية بطريقة إلكترونية تسمح للجمهور بالتفاعل مع الرسائل الاتصالية البيئية سواء مع إدارة الموقع الالكتروني ام مع المتلقين الآخرين المهتمين بالقضايا البيئية (مهري، ٢٠١٦، ص ٢١٨)، ويتم ذلك في اطار شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت)، او مواقع التواصل الاجتماعي او تطبيقات وخدمات الويب، وتتميز هذه القنوات الالكترونية بانتشارها الواسع النطاق والقدرات التفاعلية الفائقة، واستخدام الوسائط المتعددة لايصال الرسائل الاكثر فاعلية واقناعا للجمهور (بن عمار وبوظرفة، ٢٠٢٠، ص ٦٧).

٢ - الوعي البيئي:

يتضمن هذا العنصر تعريف الوعي البيئي وأهدافه وتحديات الوعي البيئي.

١/٢ تعريف الوعي البيئي:

يعرف الوعي البيئي بأنه ادراك الفرد لدوره ومسؤوليته تجاه البيئة، وهو مساعدة مختلف فئات المجتمع على اكتساب المعرفة البيئية وشحذ الاهتمام نحو القضايا البيئية، وفهم طبيعة المشكلات البيئية وكيفية التغلب عليها (بن عمار وبوظرفة، ٢٠٢٠، ص ٦٩)، كما يقصد به ادراك الفرد لمختلف الظروف والمعوقات والمشكلات البيئية وكيفية التعاطي معها والتفاعل الايجابي مع تحدياتها، للوصول الى درجة مناسبة من التكيف مع الوسط البيئي الذي يعيش فيه (جاسم، ٢٠٢١، ص ٢٩٦)، وهو الجهود المبذولة لتزويد الأفراد والجماعات بالثقافة البيئية الأساسية، واكسابهم المهارات والاتجاهات البيئية الايجابية بما يمكنهم من الاندماج الفعال مع القضايا البيئية، وتعزيز تحمل المسؤولية البيئية للحفاظ على البيئة من أجل حياة صحية مستدامة (عثمان، ٢٠٢٢، ص ٨٤).

ويتضح من التعريفات السابقة ان التعريف الاجرائي للوعي البيئي يشير الى الجهود المبذولة لاكتساب كافة فئات المجتمع الثقافة البيئية التي تساعد في تكيف الافراد مع الظروف البيئية المحيطة واكسابهم الوعي والمعرفة والاتجاهات والمهارات وحثهم على المشاركة في معالجة القضايا البيئية.

٢/٢ اهداف الوعي البيئي:

يعد الوعي البيئي من أهم أهداف التربية البيئية التي حددها مؤتمر تبليسي عام ١٩٧٧م فيما يلي (امعرف وعلی، ٢٠١٨، ص٨٠٦):

١/٢/٢ الوعي: ويشمل مساعدة فئات المجتمع على اكتساب الخبرات البيئية المتنوعة وفهم المشكلات البيئية، من خلال تطوير خطاب بيئي فعال ومستنير يستوعب المشكلات البيئية ويواجه التحديات البيئية المحيطة بالانسان (حسين، ٢٠١٩، ص٢).

٢/٢/٢ المعرفة: وتعني توفير الفرص التعليمية للأفراد والجماعات لاكتساب المعارف حول القضايا البيئية ومشاكلها، لاسيما في ظل التطور الهائل في وسائل الاعلام وتقنيات نقل المعلومات التي زادت من حصيلة المعرفة والوعي بالقضايا البيئية (مخلف، ٢٠١٦، ص٢٢).

٣/٢/٢ الاتجاهات: وهي تطوير قيم وتوجهات الافراد والجماعات نحو الاهتمام بالقضايا البيئية، وتكوين الاتجاهات والانماط السلوكية التي تضمن الحياة المستدامة للمجتمعات بعيدا عن المشكلات البيئية واطارها على الفرد والمجتمع (التغليبي، ٢٠٢٣، ص٥٣٧٣).

٤/٢/٢ المهارات: وتعني مساعدة فئات المجتمع على تطوير المهارات والخبرات المعرفية والفنية لحل المشكلات البيئية، من خلال توجيه السلوك البيئي لأفراد المجتمع لرفع درجة الاستعداد والتقبل للمعلومات البيئية والاستجابة الفعالة لها (امعرف وعلی، ٢٠١٨، ص٨٠٦).

٥/٢/٢ المشاركة: ويقصد بها ادماج فئات المجتمع على كافة المستويات في العمل التنظيمي والتطوعي للمساهمة بفاعلية في مواجهة المشكلات البيئية، وتحمل المسؤولية الاخلاقية والبيئية تجاه البيئة، وتجنب السلوكيات والممارسات التي تضر بالبيئة لضمان حقوق الاجيال القادمة في العيش في بيئة صحية ونظيفة ومستدامة (عطية، ٢٠٢٣، ص١٣٧).

٣/٢ تحديات الوعي البيئي:

يواجه الوعي البيئي في المجتمع عدة تحديات تشمل ما يلي:

- ضعف الثقة في مصداقية الدول والحكومات في قدرتها على حماية البيئة والحفاظ عليها (الدوسري، ٢٠١٣، ص ٤١).
- صعوبة الحصول على البيانات والمعلومات المتعلقة بالمشكلات البيئية فضلا عن صعوبة تحليلها وتفسيرها مما يشكل عباً على معدي برامج الاعلام البيئي (السامرائي، ٢٠١٣، ص ٧١).
- ضعف كفاءة وفاعلية البرامج الاعلامية في تشكيل الوعي البيئي الكامل لدى المجتمع حول خطورة المشكلات البيئية (السنوي واخرون، ٢٠١٨، ص ٩٥٧).
- القدرة المحدودة للصحافة في تبني وجهات نظر طويلة الاجل حول القضايا البيئية وضعف ممارسات الاعلام الاخباري البيئي (ليستر، ٢٠١٢، ص ٩١).
- اتجاه بعض الصحف والمجلات لتقليل المساحة المخصصة للشؤون البيئية وعدم اعطائها الاولوية في التغطية الصحفية، مما ينعكس على تراجع مستوى الوعي البيئي لدى الجمهور (الرفاعي، ٢٠١١، ص ٧٢٦).
- نقص الكوادر الاعلامية المتخصصة في الاعلام البيئي وصعوبة تغطية القضايا البيئية مما ادى الى عزوف الاعلاميين عن تغطيتها نظرا للجهد الوقت الكبير الذي تتطلبه (عفيف، ٢٠١٥، ص ٢٦٤).
- ضعف الثقافة المعرفية البيئية وغياب التنسيق بين وسائل الاعلام في تبادل المعلومات البيئية مما يؤدي إلى غموض الاطار المعرفي لمجال الاعلام البيئي (هماش واخرون، ٢٠١٧، ص ١٦).
- غياب الوعي البيئي يبنى باستمرار التعامل السيئ مع عناصر البيئة وزيادة احتمالية تفاقم المشكلات البيئية على المستويين المحلي والدولي وتعرض مستقبل الاجيال الحالية والقادمة للاخطار البيئية (عبدالرحمن وابراهيم، ٢٠٢٠، ص ٤١٥).

ثالثاً - التحليل الاحصائي لمتغيرات الدراسة:

التحليل الاحصائي للبيانات الشخصية

جدول (٢) التحليل الاحصائي للبيانات الشخصية للمبحوثين

البيانات الشخصية	ذكور	اناث
------------------	------	------

النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار		
%٣٨	٣٨	%٦٢	٦٢	النوع	
%٢٥	٢٥	%٢٢	٢٢	٢٥-١٨ سنة	الفئة العمرية
%١١	١١	%١٤	١٤	٣٥-٢٦ سنة	
%٢	٢	%١٥	١٥	٤٥-٣٦ سنة	
%٠	٠	%٦	٦	٥٥-٤٦ سنة	
%٠	٠	%٥	٥	٥٦ سنة فاكثر	
%٢٦	٢٦	%٢٥	٢٥	اعدادية	
%٣	٣	%٧	٧	معهد	
%٨	٨	%١٩	١٩	بكالوريوس	
%١	١	%٥	٥	ماجستير	
%٠	٠	%٦	٦	دكتوراه	

يوضح الجدول (٢) البيانات الشخصية للمبحوثين حيث بلغ عدد الذكور ٦٢ فردا بنسبة ٦٢% مقابل عدد الإناث ٣٨, بنسبة ٣٨%, وتشير بيانات الفئة العمرية الى انه جاء في المرتبة الاولى من ٢٥-١٨ سنة بعدد ٢٢ فردا من الذكور بنسبة ٢٢%, وبعدد ٢٥ فردا من الإناث بنسبة ٢٥%, وتوضح بيانات المستوى التعليمي انه جاء في المرتبة الاولى مؤهل الاعدادية بعدد ٢٥ فردا من الذكور بنسبة ٢٥%, مقابل ٢٦ فردا من الإناث بنسبة ٢٦%.

التحليل الاحصائي للبيانات الموضوعية

١ - متابعة القضايا البيئية في وسائل الاعلام

١/١ مدى الاهتمام بمتابعة قضايا البيئة في وسائل الاعلام

جدول (٤) التحليل الاحصائي لمدى اهتمام المبحوثين بمتابعة قضايا البيئة في وسائل الاعلام

الاناث			الذكور			الاستجابة
المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	العدد	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	العدد	
٢,١	٢%	٢	٢,٣	٠%	٠	كلا
	٢٧%	٢٧		٣٤%	٣٤	الى حد ما
	٩%	٩		٢٨%	٢٨	نعم
	٣٨%	٣٨		٦٢%	٦٢	المجموع

يتضح من الجدول (١٥) توجه اكثر اراء المبحوثين نحو مدى اهتمام المبحوثين بمتابعة قضايا البيئة في وسائل الاعلام بالاستجابة الى حد ما بنسبة ٣٤% للذكور بمتوسط حسابي بلغ ٢,٣، كذلك للاناث بنسبة ٢٧%، بمتوسط حسابي بلغ ٢,١.

٢/١ مدة متابعة قضايا البيئة في وسائل الاعلام

جدول (٥) التحليل الاحصائي لمدة متابعة المبحوثين لقضايا البيئة في وسائل الاعلام

الاناث			الذكور			الاستجابة
المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	العدد	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	العدد	
١,٣	٢٨%	٢٨	١,٣	٥٢%	٥٢	اقل من ساعة
	١٠%	١٠		١٠%	١٠	١-٢ ساعة
	٠%	٠		٠%	٠	٢ ساعة فاكثر
	٣٨%	٣٨		٦٢%	٦٢	المجموع

يتضح من الجدول (١٥) توجه اكثر اراء المبحوثين نحو مدة متابعة المبحوثين لقضايا البيئة في وسائل الاعلام بالاستجابة اقل من ساعة بنسبة ٥٢% للذكور بمتوسط حسابي بلغ ١,٣، كذلك للاناث بنسبة ٢٨%، بمتوسط حسابي بلغ ١,٣.

٣/١ اسباب متابعة قضايا البيئة في وسائل الاعلام

جدول (٦) التحليل الاحصائي لاسباب متابعة المبحوثين لقضايا البيئة في وسائل الاعلام

الاناث			الذكور			الاستجابة
المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	العدد	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	العدد	

١,٣	٢٢	٢٢	١,١	٥٠	٥٠	تأثيرها الكبير على البيئة المحيطة
	%٢٢			%٦	٦	كثافة التغطية الاعلامية
	%٧	٧		%٦	٦	الاهتمام الشخصي
	%٩	٩		%٦٢	٦٢	المجموع
	%٣٨	٣٨				

يتضح من الجدول (١٥) توجه اكثر اراء المبحوثين نحو اسباب متابعة المبحوثين لقضايا البيئة في وسائل الاعلام بالاستجابة لتأثيرها الكبير على البيئة المحيطة بنسبة ٥٠% للذكور بمتوسط حسابي بلغ ١,١، كذلك للاناث بنسبة ٢٢%، بمتوسط حسابي بلغ ١,٣.

٤/١ الوسائل الاتصالية المفضلة في الاعلام البيئي

جدول (٧) التحليل الاحصائي للوسائل الاتصالية المفضلة لدى المبحوثين في الاعلام البيئي

الاناث			الذكور			الاستجابة
المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	العدد	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	العدد	
٤,٢	%٤	٤	٣,٨	%١٠	١٠	القنوات التلفزيونية
	%٠	٠		%٧	٧	الاذاعة المسموعة
	%٠	٠		%٨	٨	الصحافة المطبوعة
	%٦	٦		%١٤	١٤	المواقع التلفزيونية الالكترونية
	%٢٨	٢٨		%٢٣	٢٣	صفحات الانترنت
	%٣٨	٣٨		%٦٢	٦٢	المجموع

يتضح من الجدول (١٥) توجه اكثر اراء المبحوثين نحو الوسائل الاتصالية المفضلة لدى المبحوثين في الاعلام البيئي بالاستجابة لصفحات الانترنت بنسبة ٢٣% للذكور بمتوسط حسابي بلغ ٣,٨، كذلك للاناث بنسبة ٢٨%، بمتوسط حسابي بلغ ٤,٢.

٥/١ اسباب تفضيل الوسائل الاتصالية المختارة في الاعلام البيئي

جدول (٨) التحليل الاحصائي لاسباب تفضيل الوسائل الاتصالية المختارة لدى المبحوثين في الاعلام البيئي

الاناث			الذكور			الاستجابة
المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	العدد	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	العدد	

الحسابي			الحسابي			
١,٢	٢٨%	٢٨	١,٦	٣٤%	٣٤	التغطية المتكاملة
	٢%	٢		١٦%	١٦	القيمة التحليلية والتفسيرية للتغطية
	٨%	٨		١٢%	١٢	عمق التفسيرات ودقتها
	٣٨%	٣٨		٦٢%	٦٢	المجموع

يتضح من الجدول (١٥) توجه أكثر اراء المبحوثين نحو اسباب تفضيل الوسائل الاتصالية المختارة لدى المبحوثين في الاعلام البيئي بالاستجابة التغطية المتكاملة بنسبة ٣٤% للذكور بمتوسط حسابي بلغ ١,٦، وكذلك للاناث بنسبة ٢٨%، بمتوسط حسابي بلغ ١,٢

٢ - الفنون الصحفية في الاعلام البيئي

١/٢ الفنون الصحفية المفضلة لمتابعة القضايا البيئية في الاعلام الصحفي

جدول (٩) التحليل الاحصائي للفنون الصحفية المفضلة لدى المبحوثين لمتابعة القضايا البيئية في الاعلام الصحفي

الاناث			الذكور			الاستجابة
المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	العدد	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	العدد	
٢,٢	١٠%	١٠	٣,٨	١٠%	١٠	الخبر
	٦%	٦		٦%	٦	المقال
	٨%	٨		١٢%	١٢	التحقيق
	٦%	٦		٨%	٨	الحديث
	٨%	٨		٢٦%	٢٦	الكاركاتير
	٣٨%	٣٨		٦٢%	٦٢	المجموع

يتضح من الجدول (١٥) توجه أكثر اراء المبحوثين نحو الفنون الصحفية المفضلة لدى المبحوثين لمتابعة القضايا البيئية في الاعلام الصحفي بالاستجابة الكاركاتير بنسبة ٢٦% للذكور بمتوسط حسابي بلغ ٣,٨، اما الاناث فجاءت أكثر الاستجابات نحو الخبر بنسبة ١٠%، بمتوسط حسابي بلغ ٢,٢.

٢/٢ الفنون الصحفية المفضلة لمتابعة القضايا البيئية في الاعلام التلفزيوني

جدول (١٠) التحليل الاحصائي للفنون الصحفية المفضلة لدى المبحوثين لمتابعة القضايا البيئية في الاعلام التلفزيوني

الاناث			الذكور			الاستجابة
المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	العدد	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	العدد	
٢,٨	٤%	٤	٢,٥	١٨%	١٨	الاشكال الاخبارية
	١٠%	١٠		١٤%	١٤	البرامج الحوارية
	٢٤%	٢٤		٣٠%	٣٠	الافلام التسجيلية
	٣٨%	٣٨		٦٢%	٦٢	المجموع

يتضح من الجدول (١٥) توجه اكثر اراء المبحوثين نحو الفنون الصحفية المفضلة لدى المبحوثين لمتابعة القضايا البيئية في الاعلام التلفزيوني بالاستجابة بالافلام التسجيلية بنسبة ٣٠% للذكور بمتوسط حسابي بلغ ٢,٥، وكذلك للاناث بنسبة ٢٤%، بمتوسط حسابي بلغ ٢,٨.

٣/٢ الفنون الصحفية المفضلة لمتابعة القضايا البيئية في الاعلام الاذاعي

جدول (١١) التحليل الاحصائي للفنون الصحفية المفضلة لدى المبحوثين لمتابعة القضايا البيئية في الاعلام الاذاعي

الاناث			الذكور			الاستجابة
المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	العدد	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	العدد	
٢,٨	٦%	٦	٢,٧	٦%	٦	النشرات الاخبارية
	٧%	٧		١٨%	١٨	الحوارات الاذاعية
	٢٥%	٢٥		٣٨%	٣٨	المواد التسجيلية
	٣٨%	٣٨		٦٢%	٦٢	المجموع

يتضح من الجدول (١٥) توجه اكثر اراء المبحوثين نحو الفنون الصحفية المفضلة لدى المبحوثين لمتابعة القضايا البيئية في الاعلام الاذاعي بالاستجابة بالمواد التسجيلية بنسبة ٣٨% للذكور بمتوسط حسابي بلغ ٢,٧، وكذلك للاناث بنسبة ٢٥%، بمتوسط حسابي بلغ ٢,٨.

٤/٢ الفنون الصحفية المفضلة لمتابعة القضايا البيئية في الاعلام الالكتروني

جدول (١٢) التحليل الاحصائي للفنون الصحفية المفضلة لدى المبحوثين لمتابعة القضايا البيئية في الاعلام الالكتروني

الاناث			الذكور			الاستجابة
المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	العدد	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	العدد	
٢,٢	%٤	٤	٢,٣	%١٤	١٤	الصفحات الالكترونية الاخبارية
	%١٨	١٨		%٢٨	٢٨	لقطات الفيديو المصورة
	%٨	٨		%١٠	١٠	النصوص في المواقع الالكترونية
	%٨	٨		%١٠	١٠	البرامج الحوارية
	%٣٨	٣٨		%٦٢	٦٢	المجموع

يتضح من الجدول (١٥) توجه اكثر اراء المبحوثين نحو الفنون الصحفية المفضلة لدى المبحوثين لمتابعة القضايا البيئية في الاعلام الالكتروني بالاستجابة بلقطات الفيديو المصورة بنسبة %٢٨ للذكور بمتوسط حسابي بلغ ٢,٣، وكذلك للاناث بنسبة %١٨، بمتوسط حسابي بلغ ٢,٢.

٣ - دور وسائل الاعلام في تنمية الوعي البيئي

١/٣ المصادر المفضلة للحصول على المعلومات البيئية في وسائل الاعلام

جدول (١٣) التحليل الاحصائي للمصادر المفضلة لدى المبحوثين في الحصول على المعلومات البيئية في وسائل الاعلام

الاناث			الذكور			الاستجابة
المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	العدد	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	العدد	
٢,٧	%٦	٦	٢,٦	%٢٠	٢٠	محلية

	١٤	١٤		١٢	١٢	عربية
	١٨	١٨		٣٠	٣٠	دولية
	٣٨	٣٨		٦٢	٦٢	المجموع

يتضح من الجدول (١٥) توجه اكثر اراء المبحوثين نحو المصادر المفضلة لدى المبحوثين في الحصول على المعلومات البيئية في وسائل الاعلام بالاستجابة بالمصادر الدولية بنسبة ٣٠% للذكور بمتوسط حسابي بلغ ٢,٦، وكذلك للاناث بنسبة ١٨%، بمتوسط حسابي بلغ ٢,٧.

٢/٣ الاحداث البيئية محل الاهتمام في وسائل الاعلام

جدول (١٤) التحليل الاحصائي لاهم الاحداث البيئية التي اهتم بها المبحوثين في وسائل الاعلام

الاناث			الذكور			الاستجابة
المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	العدد	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	العدد	
٢,٠	٩%	٩	٢,٤	٦%	٦	السياسية والعلمية
	٢٤%	٢٤		٣٦%	٣٦	تدهور الطبيعة
	٠%	٠		٦%	٦	التغير في اعداد السكان
	٥%	٥		١٤%	١٤	التخلص من النفايات الصلبة
	٣٨%	٣٨		٦٢%	٦٢	المجموع

يتضح من الجدول (١٥) توجه اكثر اراء المبحوثين نحو اهم الاحداث البيئية التي اهتم بها المبحوثين في وسائل الاعلام بالاستجابة بالاحداث السياسية والعلمية بنسبة ٣٦% للذكور بمتوسط حسابي بلغ ٢,٤، وكذلك للاناث بنسبة ٢٤%، بمتوسط حسابي بلغ ٢,٠.

٣/٣ دور وسائل الاعلام في زيادة المعلومات والمعرفة بقضايا البيئة

جدول (١٥) التحليل الاحصائي لدور وسائل الاعلام في زيادة المعلومات والمعرفة بقضايا البيئة من وجهة نظر المبحوثين

الاناث			الذكور			الاستجابة
المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	العدد	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	العدد	

٢,٣	٦%	٦	٢,٨	٤%	٤	كلا
	١٨%	١٨		٢٠%	٢٠	الى حد ما
	١٤%	١٤		٣٨%	٣٨	نعم
	٣٨%	٣٨		٦٢%	٦٢	المجموع

يتضح من الجدول (١٥) توجه اكثر اراء المبحوثين نحو دور وسائل الاعلام في زيادة المعلومات والمعرفة بقضايا البيئة بالاستجابة الموافقة بنسبة ٣٨% للذكور بمتوسط حسابي بلغ ٢,٨، والاستجابة الى حد ما للاناث بنسبة ١٨%، بمتوسط حسابي بلغ ٢,٣.

٤/٣ دور وسائل الاعلام في زيادة الادراك وتكوين الوعي بقضايا البيئة

جدول (١٦) التحليل الاحصائي لدور وسائل الاعلام في زيادة الادراك وتكوين الوعي بقضايا البيئة من وجهة نظر المبحوثين

الاناث			الذكور			الاستجابة
المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	العدد	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	العدد	
٢,٣	٦%	٦	٢,٧	١٠%	١٠	كلا
	٢٠%	٢٠		٢٢%	٢٢	الى حد ما
	١٢%	١٢		٣٠%	٣٠	نعم
	٣٨%	٣٨		٦٢%	٦٢	المجموع

يتضح من الجدول (١٦) توجه اكثر اراء المبحوثين نحو دور وسائل الاعلام في زيادة الادراك وتكوين الوعي بقضايا البيئة بالاستجابة الموافقة بنسبة ٣٠% للذكور بمتوسط حسابي بلغ ٢,٧، والاستجابة الى حد ما للاناث بنسبة ٢٠%، بمتوسط حسابي بلغ ٢,٣.

٥/٣ دور وسائل الاعلام في اكتساب المتلقي المهارات اللازمة لمواجهة مشاكل البيئة

جدول (١٧) التحليل الاحصائي لدور وسائل الاعلام في اكتساب المتلقي المهارات اللازمة لمواجهة مشاكل البيئة من وجهة نظر المبحوثين

الاناث			الذكور			الاستجابة
المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	العدد	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	العدد	
٢,٥	٦%	٦	٢,٦	١٢%	١٢	كلا
	١٦%	١٦		٢٠%	٢٠	الى حد ما

	١٦	١٦		٣٠	٣٠	نعم
	٣٨	٣٨		٦٢	٦٢	المجموع

يتضح من الجدول (١٧) توجه اكثر اراء المبحوثين نحو وسائل الاعلام في اكتساب المتلقي المهارات اللازمة لمواجهة مشاكل البيئة بالاستجابة الموافقة بنسبة ٣٠% للذكور بمتوسط حسابي بلغ ٢,٦، والاستجابة الموفقة والى حد ما للاناث بنسبة ١٦%، بمتوسط حسابي بلغ ٢,٥.

٤ - الرضا عن معالجة القضايا البيئية في وسائل الاعلام

١/٤ مدى الرضا عن معالجة وسائل الاتصال الاعلامية لقضايا البيئة

جدول (١٨) التحليل الاحصائي لمدى رضا المبحوثين عن معالجة وسائل الاتصال الاعلامية لقضايا البيئة

الاناث			الذكور			الاستجابة
المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	العدد	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	العدد	
١,٩	١٠%	١٠	١,٨	٢٠%	٢٠	كلا
	٢١%	٢١		٣٦%	٣٦	الى حد ما
	٧%	٧		٦%	٦	نعم
	٣٨%	٣٨		٦٢%	٦٢	المجموع

يتضح من الجدول (١٨) توجه اكثر اراء المبحوثين نحو الرضا عن معالجة وسائل الاتصال الاعلامية لقضايا البيئة بالاستجابة الى حد ما بنسبة ٣٦% للذكور بمتوسط حسابي بلغ ١,٨، والاستجابة الى حد ما للاناث بنسبة ٢١%، بمتوسط حسابي بلغ ١,٩.

٢/٤ دقة تغطية وسائل الاتصال الاعلامية لقضايا البيئة

جدول (١٩) التحليل الاحصائي لدقة تغطية وسائل الاتصال الاعلامية لقضايا البيئة من وجهة نظر المبحوثين

الاناث			الذكور			الاستجابة
المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	العدد	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	العدد	
١,٩	١٢%	١٢	١,٨	٢٢%	٢٢	كلا
	٢٠%	٢٠		٢٨%	٢٨	الى حد ما

	٦	٦		١٢	١٢	نعم
	٣٨	٣٨		٦٢	٦٢	المجموع

يتضح من الجدول (١٩) توجه اكثر اراء المبحوثين نحو دقة تغطية وسائل الاتصال الاعلامية لقضايا البيئة بالاستجابة الى حد ما بنسبة ٢٨% للذكور بمتوسط حسابي بلغ ١,٨، والاستجابة الى حد ما للاناث بنسبة ٢٠%، بمتوسط حسابي بلغ ١,٩.

٣/٤ مدى تقديم وسائل الاتصال الاعلامية للشرح والتفسير والتحليل المفصل لقضايا البيئة

جدول (٢٠) التحليل الاحصائي لمدى تقديم وسائل الاتصال الاعلامية للشرح والتفسير والتحليل المفصل لقضايا البيئة من وجهة نظر المبحوثين

الاناث			الذكور			الاستجابة
المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	العدد	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	العدد	
٢,٠	٨%	٨	٢,٥	١٢%	١٢	كلا
	٢١%	٢١		٢٦%	٢٦	الى حد ما
	٩%	٩		٢٤%	٢٤	نعم
	٣٨%	٣٨		٦٢%	٦٢	المجموع

يتضح من الجدول (٢٠) توجه اكثر اراء المبحوثين نحو تقديم وسائل الاتصال الاعلامية للشرح والتفسير والتحليل المفصل لقضايا البيئة بالاستجابة الى حد ما بنسبة ٢٦% للذكور بمتوسط حسابي بلغ ٢,٥، والاستجابة الى حد ما للاناث بنسبة ٢١%، بمتوسط حسابي بلغ ٢,٠.

٤/٤ دور وسائل الاعلام البيئية في جعل المتلقي يتبنى رأيا او موقفا او اتجاها معيناً تجاه قضايا البيئة

جدول (٢١) التحليل الاحصائي لدور وسائل الاعلام البيئية في جعل المتلقي يتبنى رأيا او موقفا او اتجاها معيناً تجاه قضايا البيئة من وجهة نظر المبحوثين

الاناث			الذكور			الاستجابة
المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	العدد	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	العدد	
٢,١	٦%	٦	٢,٢	٦%	٦	كلا
	٢٠%	٢٠		٣٢%	٣٢	الى حد ما
	١٢%	١٢		٢٤%	٢٤	نعم

	٣٨%	٣٨		٦٢%	٦٢	المجموع
--	-----	----	--	-----	----	---------

يتضح من الجدول (٢١) توجه اكثر اراء المبحوثين نحو دور وسائل الاعلام البيئية في جعل المتلقي يتبنى رأيا او موقفا او اتجاها معيناً تجاه قضايا البيئة بالاستجابة الى حد ما بنسبة ٣٢% للذكور بمتوسط حسابي بلغ ٢,٢، والاستجابة الى حد ما للاناث بنسبة ٢٠%، بمتوسط حسابي بلغ ٢,١.

٥ - فاعلية وسائل الاعلام في عرض قضايا البيئة

١/٥ الرضا عن اسلوب عرض وسائل الاعلام لقضايا البيئة

جدول (٢٢) التحليل الاحصائي لرضا المبحوثين عن اسلوب عرض وسائل الاعلام لقضايا البيئة

الاناث			الذكور			الاستجابة
المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	العدد	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	العدد	
٢,٥	٦%	٦	٢,٠	١٦%	١٦	كلا
	١٦%	١٦		٢٨%	٢٨	الى حد ما
	١٦%	١٦		١٨%	١٨	نعم
	٣٨%	٣٨		٦٢%	٦٢	المجموع

يتضح من الجدول (٢٢) توجه اكثر اراء المبحوثين نحو الرضا عن اسلوب عرض وسائل الاعلام لقضايا البيئة بالاستجابة الى حد ما بنسبة ٢٨% للذكور بمتوسط حسابي بلغ ٢,٠، والاستجابة الموافقة والى حد ما للاناث بنسبة ١٦%، بمتوسط حسابي بلغ ٢,٥.

٥/٢ تقديم وسائل الاعلام لقضايا البيئة بشكل واضح وسهل الاستيعاب

جدول (٢٣) التحليل الاحصائي لتقديم وسائل الاعلام لقضايا البيئة بشكل واضح وسهل الاستيعاب من وجهة نظر المبحوثين

الاناث			الذكور			الاستجابة
المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	العدد	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	العدد	
٢,٠	٨%	٨	٢,٦	١٦%	١٦	كلا
	٢٢%	٢٢		٢٢%	٢٢	الى حد ما
	٨%	٨		٢٤%	٢٤	نعم
	٣٨%	٣٨		٦٢%	٦٢	المجموع

يتضح من الجدول (٢٣) توجه اكثر اراء المبحوثين نحو تقديم وسائل الاعلام لقضايا البيئة بشكل واضح وسهل الاستيعاب بالاستجابة الموافقة بنسبة ٢٤% للذكور بمتوسط حسابي بلغ ٢,٦، والاستجابة الى حد ما للاناث بنسبة ٢٢%، بمتوسط حسابي بلغ ٢,٠.

٣/٥ تقديم وسائل الاعلام لقضايا البيئة بشكل محايد

جدول (٢٤) التحليل الاحصائي لتقديم وسائل الاعلام لقضايا البيئة بشكل محايد من وجهة نظر المبحوثين

الاناث			الذكور			الاستجابة
المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	العدد	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	العدد	
١,٩	١٢%	١٢	٢,٠	٢٠%	٢٠	كلا
	١٦%	١٦		٣٠%	٣٠	الى حد ما
	١٠%	١٠		١٢%	١٢	نعم
	٣٨%	٣٨		٦٢%	٦٢	المجموع

يتضح من الجدول (٢٤) توجه اكثر اراء المبحوثين نحو تقديم وسائل الاعلام لقضايا البيئة بشكل محايد بالاستجابة الى حد ما بنسبة ٣٠% للذكور، بمتوسط حسابي بلغ ٢,٠، والاستجابة الى حد ما للاناث بنسبة ١٦%، بمتوسط حسابي بلغ ١,٩.

٤/٥ تقديم وسائل الاعلام لقضايا البيئة بشكل شامل

جدول (٢٥) التحليل الاحصائي لتقديم وسائل الاعلام لقضايا البيئة بشكل شامل من وجهة نظر المبحوثين

الاناث			الذكور			الاستجابة
المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	العدد	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	العدد	
١,٥	١٨%	١٨	١,٧	٢٦%	٢٦	كلا
	١٣%	١٣		٢٦%	٢٦	الى حد ما
	٧%	٧		١٠%	١٠	نعم
	٣٨%	٣٨		٦٢%	٦٢	المجموع

يتضح من الجدول (٢٥) توجه اكثر اراء المبحوثين نحو تقديم وسائل الاعلام لقضايا البيئة بشكل شامل بالاستجابة كلا والى حد ما بنسبة ٢٦% للذكور، بمتوسط حسابي بلغ ١,٧، والاستجابة كلا للاناث بنسبة ١٨%، بمتوسط حسابي بلغ ١,٥.

٥/٥ تقديم وسائل الاعلام لقضايا البيئة بشكل شيق وجذاب

جدول (٢٦) التحليل الاحصائي لتقديم وسائل الاعلام لقضايا البيئة بشكل شيق وجذاب من وجهة نظر المبحوثين

الاناث			الذكور			الاستجابة
المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	العدد	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	العدد	
١,٩	١٤%	١٤	٢,٢	١٨%	١٨	كلا
	٢٠%	٢٠		٢٤%	٢٤	الى حد ما
	٤%	٤		٢٠%	٢٠	نعم
	٣٨%	٣٨		٦٢%	٦٢	المجموع

يتضح من الجدول (٢٦) توجه اكثر اراء المبحوثين نحو تقديم وسائل الاعلام لقضايا البيئة بشكل شيق وجذاب بالاستجابة الى حد ما بنسبة ٢٤% للذكور وبمتوسط حسابي بلغ ٢,٢، والاستجابة الى حد ما للاناث بنسبة ٢٠%، وبمتوسط حسابي بلغ ١,٩.

٣ - اختبار صحة فرضيات الدراسة:

تم اختبار صحة الفرضيات باستخدام اختبار (t test) لعينة واحدة عند مستوى معنوية (٠,٠٥) باستخدام برنامج SPSS كما يلي:

جدول (٢٧) اختبار (t test) للفرضية الفرعية الاولى

احتمال الدلالة p	٩٥% فترة الثقة لفرق بين الوسطين		اختبار t	الخطأ المعياري للمتوسط	الانحراف المعياري	المتوسط	المتغير
	الحد الاعلى	الحد الادنى					
٠,٠٠٠	١,٨١	١,٧٣	٨٨,٠٩٣	٠,٠٢٠	٠,٤١٤	١,٧٧	متابعة قضايا البيئة في وسائل الاعلام
٠,٠٠٠	٣,٤٩	٣,٣١	٧٤,٦٨٠	٠,٠٤٥	٠,٩٣٧	٣,٤٠	الفنون الصحفية في

							وسائل الاعلام البيئي
٠,٠٠٠	١,٢٩	١,٢٠	٥٩,١٩٤	٠,٠٢١	٠,٤٣٤	١,٢٥	دور وسائل الاعلام في تنمية الوعي البيئي
٠,٠٠٠	٣,٤٩	٣,٣١	٧٢,٦٦٠	٠,٠٤٠	٠,٩٣٥	٣,٤٤	الرضا عن معالجة قضايا البيئة في وسائل الاعلام
٠,٠٠٠	١,٢٩	١,٢٠	٥٥,١٩٥	٠,٠٢٠	٠,٤٠٤	١,٢٢	فاعلية وسائل الاعلام في عرض قضايا البيئة

يتضح من الجدول (٢٧) ان احتمال الدلالة p اصغر من مستوى معنوية (٠,٠٥) ومن ثم فانه يتم قبول الفرضيات البديلة التالية:

- توجد فروق ذات دلالة احصائية بين آراء المبحوثين حول متابعة قضايا البيئة في وسائل الاعلام.
- توجد فروق ذات دلالة احصائية بين آراء المبحوثين حول الفنون الصحفية في وسائل الاعلام البيئي.
- توجد فروق ذات دلالة احصائية بين آراء المبحوثين حول دور وسائل الاعلام في تنمية الوعي البيئي.
- توجد فروق ذات دلالة احصائية بين آراء المبحوثين حول الرضا عن معالجة قضايا البيئة في وسائل الاعلام.
- توجد فروق ذات دلالة احصائية بين آراء المبحوثين حول فاعلية وسائل الاعلام في عرض قضايا البيئة.

الخاتمة:

النتائج:

- أشارت نتائج الدراسة إلى توجه المبحوثين بدرجة متوسطة نحو متابعة القضايا البيئية في وسائل الاعلام، ونحو الاهتمام بقضايا البيئة في وسائل الاعلام، كما يقضى معظم المبحوثين اقل من ساعة يوميا في متابعة قضايا البيئة في وسائل الاعلام، وكان السبب الرئيسي هو تأثيرها الكبير على البيئة المحيطة، ويفضل معظم المبحوثين ومتابعة قضايا البيئية على صفحات الانترنت، نظرا للتغطية المتكاملة لها.

- تمثلت اهم الفنون الصحفية المفضلة في الاعلام البيئي في الكاركاتير في الاعلام الصحفي، والافلام التسجيلية في الاعلام التلفزيوني، والمواد التسجيلية في الاعلام الاذاعي، ولقطات الفيديو المصورة في الاعلام الالكتروني.
- تبين اهمية دور وسائل الاعلام في تنمية الوعي البيئي حيث جاءت وسائل الاعلام الدولية كافضل المصادر للحصول على المعلومات البيئية، وجاء تدهور الطبيعة اهم الاحداث البيئية محل الاهتمام في وسائل الاعلام، وأقر المبحوثين بدور وسائل الاعلام في زيادة المعلومات والمعرفة بقضايا البيئة، ودور وسائل الاعلام في اكتساب المتلقي المهارات اللازمة لمواجهة مشاكل البيئة، بينما جاءت الاستجابات الى حد ما نحو دور وسائل الاعلام في زيادة الادراك وتكوين الوعي بقضايا البيئة.
- جاء رضا المبحوثين بدرجة متوسطة عن معالجة القضايا البيئية في وسائل الاعلام، فيما يخص الرضا عن معالجة وسائل الاتصال لقضايا البيئة، ودقة تغطية وسائل الاتصال الاعلامية لقضايا البيئة، وتقديم وسائل الاتصال الاعلامية للشرح والتفسير والتحليل المفصل لقضايا البيئة، ودور وسائل الاعلام البيئية في جعل المتلقي يتبنى رأيا او موقفا او اتجاها معينا تجاه قضايا البيئة.
- استجاب المبحوثين بدرجة متوسطة حول فاعلية وسائل الاعلام في عرض قضايا البيئة فيما يخص الرضا عن اسلوب عرض وسائل الاعلام لقضايا البيئة، وتقديم وسائل الاعلام لقضايا البيئة بشكل واضح وسهل الاستيعاب، وتقديم وسائل الاعلام لقضايا البيئة بشكل محايد، وتقديم وسائل الاعلام لقضايا البيئة بشكل شيق وجذاب، بينما جاءت الاستجابة ضعيفة في تقديم وسائل الاعلام لقضايا البيئة بشكل شامل.

التوصيات:

- اعطاء الاعلام البيئي مساحة أكبر في وسائل الاعلام المختلفة المقروءة والمسموعة والمرئية والالكترونية.
- تكثيف وسائل الاعلام لتغطية القضايا البيئية ذات الاولوية والتاثير الكبير على المجتمعات العربية خاصة قضايا التغيرات المناخية والتصحر والجفاف وتدهور الاراضى.
- تبني وسائل الاعلام البيئي للوسائل الحديثة والاليات النافذة وطرق العرض والتحليل والتفسير المنطقي والمبسط والواضح بطريقة شيقة وجذابة وموضوعية تلفت انتباه الجمهور نحو الاهتمام بقضايا البيئة.

- زيادة الاهتمام بوسائل الاعلام البيئي الالكتروني لاسيما في صفحات التواصل الاجتماعي والمدونات والمواقع الالكترونية المتخصصة لرفع الوعي البيئي لدى الشباب لاسيما في ظل الانتشار الواسع لصحافة الانترنت.
- توجيه الحملات الاعلامية البيئية التي تلقى الضوء على اهم المشكلات البيئية التي تهدد حاضر ومستقبل المجتمعات المحلية
- توفير البرامج التدريبية للاعلاميين والصحفيين ومعدى البرامج البيئية في وسائل الاعلام لرفع مستوى التثقيف والوعي البيئي.
- التنسيق بين اجهزة ووسائل الاعلام البيئي والمؤسسات الحكومية والدولية لتوفير المعلومات والبيانات الصحيحة حول القضايا البيئية الملحة التي تجذب انتباه المتلقي.

قائمة المراجع:

- احمد، مآرب محمد (٢٠٢٢): اثر برنامج اعلامي بيئي مقدم وفق الطريقة التكاملية في تحصيل طالبات الصف الرابع العلمي في مادة الاحياء وتنمية الوعي البيئي لديهن، مجلة التربية للعلوم الانسانية، المجلد ٢، العدد ٥.
- التغلبي، زينب عبدالرزاق (٢٠٢٣): دور الوعي البيئي والتنمية المستدامة للمرأة العراقية في ترشيد الطاقة الكهربائية للحد من المشكلات البيئية والتغيرات المناخية، مجلة كلية التربية للعلوم الانسانية، المجلد ١٤، العدد ٤.
- الدوسري، عامر صقر مصري (٢٠١٣): دور الاعلام في حماية البيئة في المملكة العربية السعودية، رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا، جامعة نايف العربية للعلوم الامنية، الرياض.
- الرفاعي، محمد خليل (٢٠١١): الاعلام البيئي، الشؤون البيئية في الصحافة السورية، مجلة جامعة دمشق، المجلد ٢٧، العدد ٣-٤.
- السامرائي، نبيهة صالح (٢٠١٣): علم النفس البيئي مفاهيم وحقائق ونظريات وتطبيقات، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان.
- السباعوي، هناء جاسم (٢٠١٨): الوعي البيئي الواقع وسبل التطوير دراسة ميدانية، مجلة دراسات موصلية، العدد ٤٨.

- السني، حسينة، واخرون (٢٠١٨): دور الاعلام في نشر الوعي البيئي في التعامل مع النفايات الصلبة دراسة ميدانية على منطقة النجيلة، المؤتمر العلمي الخامس للبيئة والتنمية المستدامة بالمناطق الجافة وشبه الجافة، جامعة اجدابيا، ليبيا.
- امعرف، فرج عياش، علي، احمد الامين (٢٠١٨): دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي البيئي لدى طلاب جامعة سرت الفيس بوك نموذجا دراسة ميدانية، المؤتمر العلمي الخامس للبيئة والتنمية المستدامة بالمناطق الجافة وشبه الجافة، جامعة اجدابيا، ليبيا.
- بدران، عبدالله (٢٠١١): الاعلام والكوارث البيئية، فهرسة مكتبة الكويت الوطنية، الكويت.
- بن عمار، يسمينة، بوطرفة، اسماء (٢٠٢٠): الاعلام البيئي الالكتروني بين تحقيق الوعي البيئي وتحديات التنمية الرقمية المستدامة في البيئة الجديدة، المجلة الدولية للدراسات الادبية والانسانية، جامعة باتنة، الجزائر، المجلد ٢، العدد ٢.
- جاسم، خديجة حسن (٢٠٢١): دور وسائل الاعلام في التوعية البيئية، مجلة نسق، العدد ٣٠.
- حسين، ابوبكر محمد (٢٠١٩): الاعلام البيئي ودوره في التغيير الايجابي، مركز البيئة للمدن العربية، دبي.
- حمياز، سمير، واخرون (٢٠٢٢): الاعلام البيئي في الجزائر بين التشريع والتطبيق، مجلة الاناسة وعلوم المجتمع، المجلد ٦، العدد ١.
- ربيع، عادل مشعان (٢٠١١): التوعية البيئية، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان.
- زويدي، امينة (٢٠٢٢): دور الاعلام البيئي في الحماية التوعية البيئية، رسالة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الدكتور مولاي الطاهر، الجزائر.
- عبدالرحمن، ميادة احمد، وابراهيم، نوفل نعمان (٢٠٢٠): التلوث البيئي وضرورة التوعية البيئية، مجلة كلية الاداب، جامعة بغداد، العدد ١٣٥.
- عثمان، نظمية عبدالسلام (٢٠٢٢): دور وسائل الاعلام في تشكيل الوعي البيئي لدى الجمهور اليمني دراسة ميدانية، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، المجلد ٦، العدد ٦.
- عطية، امال عبدالله (٢٠٢٣): اخلاقيات البيئة نحو وعي فلسفي جديد، مجلة كلية الاداب، جامعة بغداد، المجلد ٢، العدد ١٤٤.
- غفيف، علاء الدين (٢٠١٥): الاعلام والبيئة، دار المتعز للنشر والتوزيع، عمان.
- علاني، سعيد محمود احمد (٢٠٢٠): دور الاعلام الفلسطيني في تناول قضايا البيئة من منظور ادارة الوعي البيئي والتنمية البيئية المستدامة في دولة فلسطين دراسة تحليلية كيفية، مجلة اوروك للعلوم الانسانية، المجلد ١٣، العدد ٢.

- غازي، نادر (٢٠١٧): اقتراح استراتيجية وطنية للتوعية والاعلام البيئي، منشورات مكتب البيئة والتنمية، دمشق.
- كحيل، فتيحة (٢٠١٢): الاعلام الجديد ونشر الوعي البيئي، رسالة ماجستير، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة باتنة، الجزائر.
- ليستر، لبيي (٢٠١٢): الاعلام والبيئة، ترجمة بسمة ياسين، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة.
- مجيد، محمد كاظم (٢٠١٥): دور التليفزيون في نشر الوعي البيئي لدى الشباب الجامعي دراسة مسحية لعينة من طلبة كلية الاعلام جامعة بغداد انموذجا، مجلة واسط للعلوم الانسانية، المجلد ١١، العدد ٣١.
- مخلف، شاكر الحاج (٢٠١٦): الاعلام البيئي، دار اسامة للنشر والتوزيع، عمان.
- مسعودان، نسيم (٢٠١٥): الاعلام ودوره في التنقيف البيئي في الجزائر، مجلة العلوم السياسية، العدد ١١.
- مطوري، اسماء (٢٠١٦): مؤسسات التنشئة الاجتماعية ودورها في تنمية القيم البيئية المدرسة نموذجا، رسالة دكتوراه، كلية العلوم الانسانية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر.
- مهري، شفيقة (٢٠١٦): الاعلام البيئي الالكتروني عبر موقع الفيسبوك ودوره في تحقيق التنمية المستدامة، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد ٢٣.
- هماش، لمين، واخرون (٢٠١٧): دور الاعلام في تحقيق التنمية البيئية المستدامة في الوطن العربي قراءة في الاداء والوسيلة والوظيفة، المؤتمر العلمي الرابع حول القانون والبيئة، كلية الحقوق، جامعة طنطا، مصر.
- وهابي، نزيهة (٢٠١٧): المعالجة الاعلامية لقضايا البيئة من خلال الصحافة المكتوبة، مجلة كلية التربية الاساسية للعلوم التربوية والانسانية، جامعة بابل، العدد ٣٤.