

## المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة في بعض المواقع الإلكترونية للمؤسسات الصحفية وأثرها على تنمية المسؤولية البيئية لدى الجمهور

[١٤]

محمود حسن اسماعيل<sup>(١)</sup> - مراد حكيم بباوى<sup>(٢)</sup> - جيهان عطا ارسانيوس  
(١) معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس (٢) المركز القومي للبحوث التربوية  
والتنمية

### المستخلص

تناولت الدراسة موضوع المعالجة الإعلامية للقضايا البيئية في بعض مواقع المؤسسات الصحفية وأثرها على تنمية المسؤولية البيئية لدى الجمهور. وهدفت الدراسة الى التعرف على المعالجات الإعلامية لقضايا البيئة في بعض المواقع الإلكترونية للمؤسسات الصحفية وأثرها على تنمية المسؤولية البيئية لدى الجمهور. وشملت عينة الدراسة المواقع الإلكترونية التالية (بوابة الأهرام الإلكترونية- موقع اليوم السابع الإلكتروني- بوابة الوفد الإلكترونية) وقد أعدت الدراسة مجموعة من الأدوات البحثية مع التحقق من صدقها وثباتها وصلاحيتها للتطبيق، وهي اداة لتحليل المحتوى الاعلامى المتعلق بالقضايا البيئية المقدمة بالمواقع الإلكترونية للمؤسسات الصحفية (بوابة الأهرام الإلكترونية- موقع اليوم السابع الإلكتروني- بوابة الوفد الإلكترونية)، واستمارة استبيان لإستطلاع آراء واهتمامات الجمهور فيما تقدمه المواقع الإلكترونية فيما يتعلق بالقضايا البيئية، كما أعدت مقياس المسؤولية البيئية لقياس أثر المعالجة الإعلامية للقضايا البيئية ببعض المواقع الإلكترونية للمؤسسات الصحفية على تنمية المسؤولية البيئية لدى الجمهور المتلقى، وقد تم تحديد محاور المقياس وفقاً لما تم الإطلاع عليه بالدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة، وتم تطبيق اداة تحليل المحتوى للمواقع الإلكترونية للمؤسسات الصحفية موقع الإلكترونية المتواجد على شبكة الانترنت قوامها ٤٥٠ مفردة، كما تم تطبيق مقياس المسؤولية البيئية على عينة من الشباب المتواجد بشكل دائم على شبكة الانترنت قوامها ١٠٠ مفردة.

واشارت نتائج تطبيق مقياس المسؤولية البيئية الى وجود فرق دال إحصائياً بين متوسط درجات مجموعة الدراسة قبل التطبيق وبعده لصالح التطبيق البعدي، وقد أوصت الدراسة بأن تولى المواقع الإلكترونية للمؤسسات الصحفية مزيد من الإهتمام بالموضوعات البيئية والتنوع في استخدام القوالب المختلفة في عرض القضايا البيئية وكذلك عرض كافة جوانب القضية البيئية

من أسباب حدوثها والأثر الناجم عنها وطرح الحلول والحلول البديلة ودور الجمهور تجاه تلك القضايا وكيفية المشاركة في حلها من خلال سلوك بيئي إيجابي أوالمشاركة في اتخاذ القرار البيئي.

**الكلمات الدالة:** القضايا البيئية، المواقع الإلكترونية، المؤسسات الصحفية، المسؤولية البيئية.

## المقدمة

أصبح الإعلام أكثر إنفتاحا بعد الثورة التكنولوجية، حيث ظهرت المواقع والصحف الإلكترونية واتسعت دائرة القراء وأصبحت تتخطى الحدود الجغرافية، ومن مميزات استخدام شبكة الإنترنت في مجال الصحافة سرعة الانتشار للصحف وايضا للمحتوى المقدم بها، والقدرة على تحديث ونشر المعلومات بصورة أسرع حيث تمكن الجمهور من الوصول لها في أى وقت وأى مكان (ماجدة عبدالفتاح الهلباوي، ٢٠١٥). وشهدت المواقع الإلكترونية تطورا واتساعا لدائرة المطلعين بها بعد إنتشار الهواتف الذكية التى تتيح للقارئ الوصول للمواقع الإلكترونية المختلفة عبر شبكة الإنترنت من خلال استخدام خدمة الإنترنت المتاحة به (السيد نجم، ٢٠١٢)، فلم يعد رواد المواقع الإلكترونية هم مستخدمى الكمبيوتر فقط وإنما اتسعت دائرة المطلعين لتشمل كافة الفئات والاعمار المختلفة نظراً لإنتشار استخدام تلك الهواتف بين كافة فئات المجتمع وفي مختلف الأعمار، وقد أصبحت الصحافة المُقدمة عبر شبكة الإنترنت من خلال المواقع الإلكترونية سواء المواقع المستقلة أو التى تمثل مؤسسات صحفية لها جريدة ورقية أحد مجالات الإعلام البيئي الهامة، ونكمن أهمية المواقع الإلكترونية كإحدى مجالات الإعلام البيئي فى كونها لا تعتمد فقط فى النشر على الكتابة وإنما يمكن أن تحتوى الموضوعات على فيديوهات أو تسجيلات صوتيه أويتم بث الحدث مباشرةً على موقع الصحيفة الإلكترونية اثناء حدوثه بالصوت والصورة، فأصبحت تدمج بين مزايا الصحف المطبوعة وكذلك وسائل الإعلام الأخرى كالتليفزيون والراديو من خلال الوسائط المتعددة Multimedia (مراد بباوى، ٢٠١٤)، كما يمكنها عمل افلام وثائقية أو تسجيليه خاصة بحدث ما، فهى لديها كل ما للميديا من إمكانيات وما للصحف أيضا، فالإعلام الرقمة أو الصحافة الإلكترونية جمعت خصائص وسائل الإعلام مجتمعه (أمل محمد خطاب، ٢٠١٠). ويهدف الإعلام البيئي الى تنمية الوعي البيئي واكتساب

المعرفة والمهارات البيئية والسلوك الإيجابي تجاه البيئة كذلك تنمية القيم والاتجاهات الإيجابية تجاه البيئة، كما تتعاطم أهمية الإعلام البيئي ودوره في الإنذار المبكر ورصد أي خلل بيئي يحدث، وتعريف الفرد ببيئته وتكامل أجزائها الإجتماعية والثقافية والطبيعية وقدرة الفرد على تشخيص مشكلات بيئته، وتنمية الوعي البيئي الإجتماعي بهدف وضع أو تعديل المعايير التي تعطي الفرد والجماعة إمكانية معرفة العوامل المخلة بالبيئة وأساليب وطرق مكافحتها، كما يعمل على تنمية الوعي العام تجاه القضايا البيئية، وشعور الأفراد بمسؤولية تجاه البيئة، وبالتالي يهدف لتحسين نوعية الحياة دون الإضرار بالموارد، ودون تعريض حياة الأجيال القادمة للخطر، وأيضاً تنمية القدرات البيئية وحمايتها بما يتحقق معه تكييف وظيفي سليم إجتماعياً وحيوياً للمواطنين ينتج عنه ترشيد السلوك البيئي في تعامل الإنسان مع محيطه وتحضيره للمشاركة بمشروعات حماية البيئة والمحافظة على الموارد البيئية.

### مشكلة الدراسة

من خلال الإطلاع على الدراسات السابقة في موضوع الدراسة، قد اكدت الدراسات السابقة على أهمية الإعلام البيئي في تنمية المسؤولية البيئية وتغيير سلوك الأفراد واتجاهاتهم وميولهم ايجابيا، كما لوحظ من خلال دراسة استطلاعية لما تقدمه بعض المواقع الإلكترونية للمؤسسات الصحفية المختلفة (موقع اليوم السابع الإلكتروني- بوابة الأهرام الإلكترونية- موقع أخبار اليوم- موقع الشروق- موقع المصرى اليوم- بوابة الوفد) فيما يتعلق بالقضايا البيئية، الآتى:

قلة الاهتمام بتناول القضايا البيئية حيث لم تتعدى نسبة الموضوعات البيئية نسبة الـ ٢٠% من محتوى المواقع مقارنة بالموضوعات السياسية التي تخطت في بعض المواقع الـ ٦٠% من محتوى الموقع كما لوحظ تناول القضايا البيئية بشكل غير منتظم والتركيز على بعض القضايا في اوقات معينة وإغفال لقضايا أخرى، وبالتالي ظهرت الحاجة لإجراء دراسة تحليلية لمحتوى المواقع الإلكترونية للوقوف على مدى تناول المواقع الإلكترونية للمؤسسات الصحفية للقضايا البيئية ونوعية هذا التناول، وأثر هذا التناول على تنمية المسؤولية البيئية لدى الجمهور المتلقى ومن هنا تتضح مشكلة الدراسة والتي تحددت في السؤال الرئيس التالى:

ما واقع المعالجات الإعلامية لقضايا البيئة في بعض المواقع الإلكترونية للمؤسسات الصحفية وأثرها على تنمية المسؤولية البيئية لدى الجمهور؟  
والذي انبثقت منه تساؤلات الدراسة التالية:

### أسئلة الدراسة:

١. ما أهم قضايا البيئة التي تناولتها المواقع الإلكترونية للمؤسسات الصحفية الثلاثة (بوابة الأهرام الإلكترونية- موقع اليوم السابع الإلكتروني- بوابة الوفد الإلكترونية)؟
٢. ٢. ما الأشكال التحريرية المستخدمة في تناول قضايا البيئة؟
٣. ٣. ما مصادر المعلومات التي يستقى منها الكاتب موضوعاته البيئية التي يعتمد عليها عند تناول قضايا البيئة بالصحف الإلكترونية؟
٤. ٤. ما اللغة التي تقدم من خلالها قضايا البيئة؟
٥. ٥. ما هي الوسائط التعبيرية المستخدمة (فيديو- الصور- الرسوم التخطيطية- نصوص فاتحة- كلمات نشطة- الاذاعة... وغيرها)؟
٦. ٦. ما أثر المعالجة الإعلامية للقضايا البيئية بالمواقع الإلكترونية الثلاثة (بوابة الأهرام الإلكترونية- موقع اليوم السابع الإلكتروني- بوابة الوفد الإلكترونية) في تنمية المسؤولية البيئية لدى الجمهور؟

### أهمية الدراسة

- ١- تكتسب هذه الدراسة أهمية كبيرة من الناحية الموضوعية، ولاسيما في ضوء الإهتمام الرسمي في مصر بتنمية مسؤولية المواطنين تجاه البيئة سواء في التعليم النظامي أو التعليم الغير نظامي والمتمثل في وسائل الإعلام المختلفة من بينها الصحف وكذلك المواقع الإلكترونية للمؤسسات الصحفية سواء قومية أو حزبية أو مستقلة.
- ٢- تكمن أهمية هذه الدراسة في كون الصحافة عبر شبكة الانترنت أصبحت أحد أهم وسائل الإعلام الأكثر والأسرع انتشاراً.

٣- خصائص استخدام شبكة الإنترنت التي تتيح للأفراد الوصول للمواقع الإلكترونية في أى وقت وأى مكان، كما ساهم إنتشار الهواتف الذكية التي تتيح الوصول لتلك المواقع الإلكترونية في ازدياد تلك الاهمية.

٤- الصحافة عبر الإنترنت أصبحت أحد الوسائل الاعلامية التي تعمل على تشكيل وعى افراد المجتمع فى القضايا المختلفة، وايضا فيما يتعلق بقضايا البيئة، فى تنمية اتجاهاتهم نحو تلك القضايا وتوجيه سلوكهم وحثهم على المشاركة الايجابية وبالتالي تنمية المسئولية البيئية لديهم.

٥- الصحافة عبر شبكة الإنترنت متجاوزة الحدود الزمنية والمكانية ويمكن للفرد الإطلاع على ما تقدمه فى أى مكان فى العالم وفى أى وقت، طالما انه يمتلك إمكانية النفاذ عبر الإنترنت من خلال أجهزة الكمبيوتر والتليفونات المحمولة الذكية.

٦- الصحافة عبر الإنترنت تمكن الجمهور من الاختيار ما بين الصوت والصورة والنص الموجود مع المحتوى الصحفى سواء كانت أخبار أو تقارير أو تحليلات، والمصادر المتعددة فالقارئ ليس أمامه قصة إخبارية واحده فقط حول القضية بل لديه كل القصص التي نشرت عن الموضوع نفسه فى السابق، وروابط لمواقع أخرى يمكنه أن يجد بها معلومات إضافية، وبين يديه ايضا خدمات متعددة يمكنه الإختيار من بينها.

يمكن أن يستفيد بهذه الدراسة:

- الصحفيين المتخصصين فى مجال البيئة بالمواقع الإلكترونية للمؤسسات الصحفية بما ينبغي أن يقوموا به عند تناول الموضوعات البيئية، نظرا لما ستركه من نتائج.
- المؤسسات الصحفية حيث يمكن أن تساهم الدراسة فى توجيه نظر المؤسسات الصحفية والكتاب والصحفيين والمحررين للوضع الحالى لقضايا البيئة التي تعالجها المواقع الإلكترونية للمؤسسات الصحفية، من حيث الاهتمام ببعض الجوانب وإغفال جوانب اخرى مما قد يشجع على القيام بدراسات أخرى حول الإعلام البيئى بالمواقع الإلكترونية للمؤسسات الصحفية.
- قد تعين هذه الدراسة العاملين فى مجال البحث العلمى الإعلامى.
- كما انها ستعود بالفائدة على الجمهور المطلع على المواقع الإلكترونية لما ستركه من نتائج ايجابية على اداء الصحفيين المتخصصين فى مجال البيئة بتلك المواقع.

## أهداف الدراسة

تهدف الدراسة الى التعرف على واقع المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة في بعض المواقع الإلكترونية للمؤسسات الصحفية (بوابة الأهرام الإلكترونية- موقع اليوم السابع الإلكتروني- بوابة الوفد الإلكترونية).  
وقياس أثر تناول الإعلامى للقضايا البيئية بتلك المواقع الإلكترونية للمؤسسات الصحفية على تنمية المسؤولية البيئية لدى الجمهور .

## حدود وعينة الدراسة

تقتصر الدراسة على بعض المواقع الإلكترونية للمؤسسات الصحفية وهى (بوابة الأهرام الإلكترونية- موقع اليوم السابع الإلكتروني- بوابة الوفد الإلكترونية).  
**معايير اختيار العينة:**

- وقد تم إختيار هذه المواقع بناءً على دراسة إستطلاعية أوضحت نتائجها أن هذه المواقع من أكثر المواقع التى يتعرض لها الجمهور ، كما تم إختيارها وفقاً للمعايير التالية:
- بوابة الأهرام الإلكترونية: لكونها تتبع مؤسسة الأهرام، وتهتم بالشأن العام، وهى صحيفة قومية واسعة الانتشار وهى تمثل مؤسسة صحفية قومية.
  - موقع اليوم السابع الإلكتروني: يتبع مؤسسة اليوم السابع، وهى مؤسسة صحفية مستقلة.
  - بوابة الوفد الإلكترونية: تتبع حزب الوفد من المواقع الإلكترونية الحزبية الاكثر انتشاراً، تمثل مؤسسة صحفية حزبية وهى جريدة الوفد.
- تم إجراء الدراسة وفقاً للفترة الزمنية التى حددت وفقاً للمعايير العلمية والاحصائية بما يحقق أهداف الدراسة حيث حددت الفترة الزمنية لتناول المحتويات التى اشتملت عليها المواقع الإلكترونية موضع الدراسة وهى الفترة من ١ / ٦ / ٢٠١٥ الى ١ / ٦ / ٢٠١٧ .

## منهج الدراسة

تستخدم الدراسة (المنهج الوصفي التحليلي)، لدراسة المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة في بعض المؤسسات الصحفية. وبالتالي تسعى هذه الدراسة لجمع المعلومات عن تناول المواقع الإلكترونية لبعض المؤسسات الصحفية للقضايا البيئية، حيث يرتبط مفهوم البحث الوصفي بدراسة واقع الأحداث والظواهر والمواقف والآراء وتحليلها، وتفسيرها بغرض الوصول إلى إستنتاجات مفيدة، إما لتصحيح هذا الواقع، أو تحديثه، أو استكماله، أو تطويره.

كما استخدمت المنهج التجريبي، لقياس أثر التناول على تنمية المسؤولية البيئي لدى الجمهور، المنهج التجريبي هو: "المنهج الذي يقوم في الأساس على دراسة الظواهر الإنسانية كما هي دون تغيير. وفي تعريف آخر هو دراسة العلاقة بين متغيرين على ما هما عليه في الواقع دون التحكم في المتغيرات".

المنهج التجريبي في الدراسات أو العلوم الإنسانية ينقسم البحث التجريبي في كيفية تنفيذه إلى التجارب القبلية والتجارب البعدية والتي يمكن تعريفها بأنها التجارب التي تُمكن الباحث من تأكيد أن قياس أو تقويم المتغير التابع أو الظاهرة المدروسة من خلال تعرض هذه المجموعة التجريبية أو جزء منها لتأثير المتغير التجريبي، ويقوم الباحث باستخدام التجارب البعدية في حالتين:

أولاً: في حالة منهج الوحدة الواحدة وهو القائم على دراسة مجموعة واحدة تحت تأثير متغيرين مستقلين أو أكثر بأسلوب التتابع ودون الحاجة لاستخدام مجموعة ضابطة.

ثانياً: حالة منهج الطريقتين المتناظرتين أو المتكافئتين وهي الحالة القائمة على استخدام مجموعتين إحداهما تجريبية والأخرى ضابطة، ويتم من خلالها عرض المجموعة التجريبية للمتغيرات المستقلة أو السببية مراعاة في ذلك فصل تأثيره عن المجموعة الضابطة.

وقد استخدمت الباحثة الأسلوب الاول من خلال استخدام التجارب البعدية القائم على دراسة مجموعة واحدة تحت تأثير متغيرين مستقلين أو أكثر بأسلوب التتابع دون الحاجة لإستخدام مجموعة ضابطة.

## أهداف الدراسة

- ١- قائمة بالقضايا والمشكلات البيئية.
- ٢- استمارة تحليل محتوى (استمارة أداة تحليل الشكل الخارجي - استمارة أداة تحليل المضمون)، وقد قامت الدارسة بتصميم استمارة تحليل المحتوى تلبية لأهداف الدراسة.
- ٣- مقياس المسؤولية البيئية: لقياس تأثير المعرفة المقدمة في تلك القضايا على تنمية المسؤولية البيئية لدى الجمهور من خلال إعداد مقياس المسؤولية البيئية، وقد تم تحديد الهدف من المقياس، وقامت الباحثة بتحديد محاور مقياس المسؤولية البيئية، بعد الإطلاع على الدراسات السابقة التي تناولت تنمية المسؤولية البيئية أختارت الباحثة المحاور التالية والتي صاغت بناءً عليها مفردات المقياس (محور الوعي البيئي - محور الاتجاه نحو البيئة - محور السلوك البيئي الايجابي - محور المشاركة واتخاذ القرار البيئي).

## مفاهيم الدراسة

**المواقع الإلكترونية:** هي منشور الكتروني دوري يحتوي على الاحداث الجارية سواء المرتبطة بموضوعات عامة او بموضوعات ذات طبيعة خاصة، ويتم قراءتها من خلال جهاز كومبيوتر وغالبا ما تكون متاحة عبر شبكة الانترنت، والمواقع الإلكترونية أحيانا ما تكون مرتبطة بصحيفة مطبوعة، بينما يعرفها البعض (بسنت عبد المحسن العقبوي، ٢٠١٠) بأنها المواقع التي يتم اصدارها ونشرها على شبكة الانترنت سواء كانت هذه المواقع الإلكترونية بمثابة نسخ او اصدارات الكترونية لصحف ورقية مطبوعة أو موجز لأهم محتويات النسخ الورقية، أو كجرائد ومجلات الكترونية ليست لها اصدارات عادية مطبوعة على الورق وتتضمن مزيجا من الرسائل الاخبارية والقصص والمقالات والتعليقات والصور والخدمات المرجعية (السيد بخيت، ٢٠٠٠م).

**القضايا البيئية:** هي كل ما يطرح من الموضوعات، والمشكلات التي تحدث نتيجة اختلال توازن المنظومة البيئية وتتطلب مساهمة الجماهير في حلها وتجنب حدوثها.



**المؤسسات الصحفية:** إن المؤسسة الصحفية تهتم أساساً بإنتاج وتوزيع المعرفة فيشكل معلومات وأفكار، وثقافة، وذلك لتلبية الحاجات الإجتماعية التي تشكل في مجموعها حاجات الأفراد، كما تقدم القنوات الاتصالية بين الناس بعضها البعض، وهي قنوات للفهم وتحدد ما يجب وما يفضل تقديمه ولمن؟ تعمل في المجال العام إذ يرتبط مضمون رسائلها بالأحداث التي يعيشها الرأي العام الداخلي والخارجي وتقوم المؤسسة الصحفية بالعمل على تحقيق مجموعة من الوظائف المرتبطة بالمضمون والتحرير الصحفي والاعلان والتوزيع ويتصل الافراد عن طريقها ببعضهم لتقديم خدمة صحفية تبرز في شكل جريدة أو مجلة أو اعلان أو خدمات صحفية مختصة تحقق أهدافهم الخاصة والعامة فيظل ترتيب منظم للافراد والتقنيات المستخدمة (أحمد زكريا أحمد، ٢٠٠٧)، ولا تختلف المؤسسات الصحفية كثيراً عن أية مؤسسة أخرى باستثناء وجود إدارات مضافة إلى هيكلها التنظيمي لاداء الاعمال الصحفية والمهام المجاورة لها ذات الطبيعة الخاصة بهذه المهنة.

### النظريات المنسرة للدعاية

**أولاً: نظرية تحليل الإطار الإعلامي:** تتيح نظرية تحليل الإطار الإعلامي للباحث قياس المحتوى الضمني للرسائل الإعلامية التي تعكسها وسائل الإعلام وتقدم هذه النظرية تفسيراً منتظماً لدور وسائل الإعلام في تشكيل الأفكار والاتجاهات حيال القضايا البارزة وعلاقة ذلك باستجابات الجمهور المعرفية والوجدانية لتلك القضايا، حيث تفترض هذه النظرية أن الأحداث لا تنطوي في حد ذاتها على مغزى معين، وإنما تكتسب مغزاهاً من خلال وضعها في إطار يحددها وينظمها ويضفي عليها قدراً من الاتساق من خلال التركيز على بعض جوانب الموضوع وإغفال جوانب أخرى. فالإطار الإعلامي هو تلك الفكرة المحورية التي تنتظم حولها الأحداث الخاصة بقضية معينة والإطار الإعلامي لقضية ما يعني انتقاء متعمد لبعض جوانب الحدث أو القضية وجعلها أكثر بروزاً في النص الإعلامي واستخدام أسلوب وتحديد أسبابها وتقييم إبعادها وطرح حلول مقترحة بشأنها. ويحدد انتيمان أربع وظائف لتحليل الإطار الإعلامي هي:

- تحديد المشكلة أو القضية بدقة.
  - تشخيص أسباب المشكلة.
  - وضع أحكام أخلاقية.
  - اقتراح سبل العلاج، ويشير انتمان إلى إمكانية تناول الأطر الإعلامية وفق مستوي أساسي.
- المستوى الأول: تحديد مرجعية تساعد في عملية تمثيل المعلومات واسترجاعها من الذاكرة.
- المستوى الثاني: يتعلق بوصف السمات التي تمثل محور الاهتمام في النص الاعلامي.
- ويتضمن تحليل الإطار الإعلامي ثلاثة مكونات أساسية هي:-
- البناء التركيبي (الشكلي) للقصة الإخبارية.
  - الفكرة المحورية.
  - الاستنتاجات الضمنية يجب التفريق بين نمطين أساسيين للأطر الاعلامية هما: الإطار المحدد المرتبط بوقائع ملموسة وهو يركز على شرح القضايا المثارة من خلال طرح نماذج ملموسة ووقائع محددة مثل: حادث اغتيال - انفجار مبنى. والاطار العام وهو على العكس من السابق يعالج القضايا المثارة في سياق مجرد أو يتسم بالعمومية. مثل إرجاع الأسباب إلى الأوضاع الاقتصادية السائدة أو بسبب التغيرات الاجتماعية، أو التغيرات الدولية وفيما يتعلق بالقضايا البيئية يطرح الاسباب المؤدية لحدوثها.
- ثانياً: نظرية الاعتماد المتبادل:** وتفسر نظرية الاعتماد فيما يتعلق بالاعتماد على وسائل الإعلام اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام بشكل مباشر من أجل الحصول على المعلومات حول موضوع ما، وتُعرف أيضاً بأنها عبارة عن المصادر التي تساعد على توفير الأخبار المرتبطة بمجالٍ مُعَيَّن يهتمون بمتابعته، أو التي تنتقل الأحداث المحلية، والدولية اليومية.
- إنّ فكرة الاعتماد على وسائل الإعلام ارتبطت بقدرتها على تحقيق التأثير، والانتشار الواسع في العديد من المجتمعات، ممّا أدى إلى جعلها مُحركاً أساسياً، وعنصراً مهماً من العناصر التي تؤثر على آراء الأفراد داخل المجتمع الواحد، لذلك ساهمت وسائل الإعلام في تغيير سلوك الأفراد، والنهوض بثقافتهم الإعلامية، وخصوصاً مع التطورات التكنولوجية المرتبطة بدور شبكة الإنترنت، ومواقع التواصل الاجتماعي في نقل الأخبار، وتوصيلها للأفراد في وقت

قصير جداً، ممّا ساهم في تعزيز فكرة الاعتماد على وسائل الإعلام في العديد من المجالات الإخبارية.

وقد اوضحت الباحثة ساندر روكيتش، أنّ وسائل الإعلام تُصنّف كمصدر قويّة مؤثرة على الأفراد، والتي تساهم بتزويدهم بمجموعة من المعلومات حول مواضيع مختلفة، ووضع ديلفر نموذج لنظرية الاعتماد (محمود حسن اسماعيل، ٢٠٠٣)، والذي اعتمد على دراسة المكونات الرئيسية للإعلام، وهي: وسيلة الإعلام، والمجتمع، والجمهور، وإنّ هذه المكونات تتكامل مع بعضها البعض، ويحدث تأثير إعلامي بينها، يؤدّي إلى ظهور مفهوم الاعتماد؛ فالجمهور يعتمدون على الأخبار المتداولة في المجتمع الذي يعيشون فيه، والمجتمع يعتمد على وسائل الإعلام في الحصول على هذه الأخبار، ممّا يؤدّي إلى انتشار الاعتماد على وسائل الإعلام كعنصر مؤثّر على الجمهور والمجتمع. وقد ساهمت وسائل الإعلام في انتشار العديد من المؤثرات على الأفراد في مختلف المجتمعات، ومن أهمّ أنواع هذه التأثيرات: التأثيرات المعرفية، حيث عملت على تشكيل الاتجاه الفكري عند الأفراد، وإعادة ترتيب الأولويات تجاه القضايا الإعلامية، والتي يهتمّ الأفراد بمتابعتها، وخصوصاً التي ترتبط بالأخبار الاجتماعية التي تؤثر فيهم تأثيراً مباشراً. كما أنّها ساهمت في إثراء المعرفة الفردية حول العديد من المواضيع، التي نجحت وسائل الإعلام في تسليط الضوء عليها، ممّا أدّى إلى تطوّر العديد من المفاهيم والأفكار المستكشفة، مثل: الوسائل الإعلامية التي تهتمّ بالتعريف بالمدن المشهورة، والتي ساهمت في تعزيز دور السياحة بعد تعرّف الناس على طبيعة الحياة في هذه المدن. التأثيرات السلوكية هي مجموعة من التأثيرات التي ساهمت وسائل الإعلام في تعزيزها، عن طريق تعزيز مجموعة من السلوكيات، وإلغاء مجموعة أخرى منها، ممّا يؤدّي إلى زيادة الوعي عند الأفراد، من خلال الاعتماد على التنشيط المحفز لكل فرد، والذي تتّخذة كافة وسائل الإعلام كأسلوب في زيادة تفاعل الأفراد معها، ومن الأمثلة على التأثيرات السلوكية: توجيه الأفراد لشراء سلعة معينة، من خلال الاعتماد على تكثيف الحملات الإعلانية الخاصة بها وتفسر النظرية كيفية الاعتماد على وسائل الاعلام في توجيه سلوكهم بشكل ايجابي تجاه قضايا البيئة.

## إجراءات البحث

- إعداد قائمة بالقضايا البيئية:** (محلية- إقليمية- عالمية)، وذلك لتحديد القضايا والمشكلات البيئية اللازمة لتنمية المسؤولية البيئية لجمهور المتلقين للصحف الإلكترونية.
- أ- الاستعانة ببعض المراجع والدراسات والبحوث وثيقة الصلة بالقضايا والمشكلات البيئية التي يجب تناولها في مواقع الصحف الإلكترونية.
- ب- تم عرض القائمة بصورتها الأولية على محكمين متخصصين.
- ج- في ضوء ما أبداه السادة المحكمون، أصبحت القائمة في صورتها النهائية معدة لإستخدامها في مجال الدراسة وهي كالتالي:

### جدول (١): قائمة القضايا البيئية

المشكلة الفرعية	المشكلة الرئيسية
تلوث الهواء تلوث الماء (تلوث مياه النيل والترع- تلوث المياه الجوفية- تلوث شبكات المياه... وغيرها). تلوث الغذاء والتربة- التلوث الضوضائي. التلوث الإشعاعي. التلوث البصري (اضيف بعد اراء المحكمين). التلوث الناتج عن (النفايات الخطرة- المخلفات الإلكترونية) ..... وغيرها.	قضايا التلوث
حماية الطبيعة (المحميات الطبيعية- التنوع البيولوجي- التشجير ..... وغيرها). استنزاف الموارد الطبيعية من خلال الاستهلاك الجائر للموارد الطبيعية- انقراض الحيوانات- مساحة الرقعة الزراعية- التصحر- انقراض النباتات- نقص المياه. المشكلات المتعلقة بالطاقة (مصادر الطاقة المتجددة- مصادر الطاقة الغير متجددة). الاحتباس الحراري- الاوزون- الأمطار الحامضية.	قضايا متعلقة بالموارد الطبيعية
الازدياد السكاني- تطوير العشوائيات- انتشار الجهل (ضعف الوعي) (اضيف بعد اراء المحكمين)- الاختناقات المرورية (اضيف بعد اراء المحكمين).	التغيرات المناخية
المخلفات الصلبة (مخلفات منزلية- مخلفات زراعية-مخلفات مصانع). المخلفات الخطرة (مخلفات المستشفيات- المخلفات الإلكترونية).	المشكلات السكانية
موضوعات أخرى (تمت اضافتها بعد العرض على المحكمين) الكوارث والازمات (البراكين- الزلازل- الاعاصير- الجفاف والمجاعات- ازمة مياه النيل) - المياه الساحلية (تلوث البحار) - حماية البيئة .... وغيرها.	مشكلة المخلفات

**استمارة تحليل محتوى القضايا البيئية التي قدمتها المواقع الالكترونية:** بعد أن حددت الدراسة القضايا البيئية التي شملها البحث تحديداً دقيقاً، ولإجابة تساؤلات البحث استخدمت الدراسة أسلوب تحليل المحتوى، وذلك باختيار عينة المادة المقدمة موضع التحليل وتقسيمها وتحليلها كميًا وكيفيًا.

تصميم استمارة التحليل وتحديد فئات التحليل، وتستخدم الفئات للإجابة عن سؤالين: ماذا قيل؟ وكيف قيل؟ وقد قسمت الدراسة الاستمارة إلى:

- بيانات أولية.
- فئات الموضوع.
- فئات الشكل.
- فئات المضمون.
- البيانات الأولية: تضم هذه الفئة اسم الموقع الإلكتروني موضوع التحليل وتاريخ إصداره
- فئات الموضوع: تضم الموضوعات البيئية التالية:
  - التلوث: وقسم الى موضوعات فرعية كالتالي:
    - تلوث الهواء - تلوث الماء (تلوث مياه النيل والترع- تلوث المياه الجوفية- تلوث شبكات المياه... وغيرها)- تلوث الغذاء والتربة- التلوث الضوضائي- التلوث الاشعاعي- التلوث البصري، التلوث الناتج عن (النفايات الخطرة - المخلفات الالكترونية)، موضوعات أخرى عن التلوث غير مدرجة بموضوعات التلوث السابقة.
  - قضايا متعلقة بالموارد الطبيعية: وقسم الى موضوعات فرعية كالتالي: حماية الطبيعة (المحميات الطبيعية- التنوع البيولوجي- التشجير .... وغيرها).
- استنزاف الموارد الطبيعية من خلال الاستهلاك الجائر للموارد الطبيعية- انقراض الحيوانات- مساحة الرقعة الزراعية- التصحر- انقراض النباتات- نقص المياه... وغيرها.
- المشكلات المتعلقة بالطاقة: (مصادر الطاقة المتجددة- مصادر الطاقة الغير متجددة).
- التغيرات المناخية: وقسمت الى مشكلات فرعية كالتالي: (الاحتباس الحراري- تخلخل طبقة الأوزون- الأمطار الحامضية).

- المشكلات السكانية: وقسمت الى مشكلات فرعية كالتالي: الازدياد السكاني - العشوائيات - انتشار الجهل (ضعف الوعي) - الاختناقات المرورية.
  - مشكلة المخلفات: وقسمت الى موضوعات فرعية كالتالي: المخلفات الصلبة (مخلفات منزلية- مخلفات زراعية- مخلفات مصانع). المخلفات الخطرة (مخلفات المستشفيات- المخلفات الالكترونية).
  - مشكلات أخرى يمكن اضافتها لم ترد في القضايا السابقة.
- ويتم تصنيف هذه القضايا والموضوعات والاستدلال عليها في ضوء ما تنشره الجريدة عنها من خلال عناوين رئيسية أو فرعية.
- فئات الشكل: تضم هذه الفئة ما يلي:
    - اساليب عرض القضايا البيئية: وتضم الاهتمام بالعرض من حيث: الموقع (مشار إليها بالصفحة الرئيسية- الإكتفاء بعرضها في الأقسام الداخلية).
    - الوسائط المستخدمة في العرض (الصور- الفيديوهات- إذاعة- لينكات مرفقة أو موضوعات مشار إليها متعلقة بالموضوع- رسومات- الكلمات الفائقة (الهايبير لينك)- كلمات نشطة... وغيرها).
    - نمط المادة الاعلامية: (الخبر- المقال- التحقيق الصحفى (الملفات)- الحوار الصحفى- الكاريكاتير- تقرير -رسالة إلى الموقع أو صحافة المواطن).
    - اللغة (فصحى- عامية- جمع بين العامية والفصحى).
  - فئات المضمون: وتضم هذه الفئة ما يلي:
    - التصنيفات المكانية: ويقصد بها مكان الحدث البيئى وقسم إلى: عالمي: الموضوعات البيئية على مستوى العالم؛ إقليمي: الموضوعات البيئية على مستوى دول الاقليم؛ محلي: الموضوعات البيئية على مستوى الجمهورية.
    - الابعاد المتضمنة: ويقصد بها عناصر مضمون ما نشرته الجرائد عن القضايا البيئية وقسم الى (ظهور المشكلة- الأسباب- الآثار- الحلول- دور المواطن إزاء المشكلة- نسب

- واحصائيات حول المشكلة- مؤتمرات وندوات- اتفاقية- ندوة- مؤتمر- خطة- قوانين- دراسات- مطالبة مسئولين بالحل- مطالبة علماء بالحل).
- مصادر المعلومات: ما اعتمدت عليه في نشر المعلومة وقسمت إلى (وكالات الانباء- المراجع العلمية- المسئولون- دراسات علمية- المتخصصون).
- كاتب الموضوع (المحرر العلمي- الصحفي أو المراسل- صحفي متخصص- قارئ (من خلال صحافة مواطن- اراء الجمهور).

#### صدق وثبات الاستثمار:

**صدق الاستثمار:** وتم اختبار صدق إستثمار تحليل المحتوى (استثمار تحليل الشكل + استثمار تحليل المضمون) بعرضها على السادة المحكمين والخبراء، وقد افاد المحكمون بمناسبة الإستثمار بعد تعديل بعض بنودها وازضافة بعض البنود.

**ثبات الاستثمار:** تم التحقق من ثبات الاستثمار من خلال تطبيق الاستثمار على عينه من المحتوى للقضايا البيئية التي تم عرضها بموقع اليوم السابع الإلكتروني، وتم تطبيقها على الاسبوع الاول من شهر مايو ٢٠١٥، وإحصاء عدد التكرارات، لفئات التكرار والاهتمام بالعرض والوسائط المستخدمة، واللغة ونمط العرض والتصنيفات المكانية والابعاد المتضمنة ومصادر المعلومات وكاتب الموضوع لقضية تلوث المياه، ثم اعادة تطبيق الاستثمار بعد اسبوعين على نفس العينة مرة أخرى وكانت النتائج كالتالى:

نتائج التطبيق فى الحالة الاولى:

جدول (٢): استمارة تحليل محتوى من حيث الشكل

البيانات الوصفية للموقع الإلكتروني			البيانات الوصفية للمحتوى الإلكتروني		
			نوع المحتوى الإلكتروني	عدد المحتويات	النسبة المئوية (%)
			مقال	٣	٣٣,٣٣%
			تقرير	١	١١,١١%
			كاريكاتور	١	١١,١١%
			صور	-	-
			مقال	-	-
			تحقيق	١	١١,١١%
			خبر	٧	٧٧,٨%
			غبرها/ كلمات شائعة (هايدر توك)	-	-
			موضوعات متعلّقة	٤ / ٥٥	٩,٠٩%
			كلمات تشبه	٣٨ / ٥٥	٦٩,٠٩%
			رسوم	-	-
			شعار	١ / ٥٥	١,٨%
			قصور	١٢ / ٥٥	٢١,٨%
			قوائم وتعليق	٩	
			مشار فيه فيرر الصفحة الرئيسية Homepage	١	١١,١١%
			البيانات الوصفية للموقع الإلكتروني	-	-
			البيانات الوصفية للمحتوى الإلكتروني	٩	
			اسم الموقع	قوائم قسائم	الاحمية قسائمة



جدول (٣): استمارة تحليل محتوى من حيث المضمون

		استمارة تحليل المحتوى (من حيث المضمون)		تاريخ النشر	
		نوع المادة		تصنيف	
		من ١٠ مايو ٢٠١٥			
كاتب الموضوع	محرر متخصص	٩/٢	% ٢٢.٢٢	الإعداد التمهيدية	تاريخ النشر
	قارنًا صحة مواطن	٩/١	% ١١.١١		
	مراسل	٩/٦	% ٦٦.٦٧		
مصادر المعلومات	محرر عيسى	-			
	المتخصصون	٩/١	% ١١.١١		
	دراسات علمية	-			
المسؤولون	المسؤولون	٩/٢	% ٢٢.٢٢		
	المراجع العلمية	-			
	وكالات الانباء	-			
اتفاقيات / قوانين	مطالبية مسئولين	٩/٢	% ٢٢.٢٢		
	علماء بالحل / خطة	-			
	دراسات	-			
نسب واحصائيات المشكلية	دور المواطن لراء المشكلية	٩/١	% ١١.١١		
	الحلول	٩/٢	% ٢٢.٢٢		
	الآثار	٩/٣	% ٣٣.٣٣		
الاسباب	ظهور المشكلية	٩/٤	% ٤٤.٤٤		
	عالمى	-			
	اقليمي	-			
تصنيفات مكانية	محلى	٩	% ١٠٠		

من جدول رقم ٢ و ٣ يتضح أن مجموع فئات التحليل = ١٢٥

نتائج تطبيق الاستمارة بعد مرور اسبوعين على اجراء التطبيق الاول:-  
جدول(٤): استمارة تحليل محتوى من حيث الشكل

		استمارة تحليل محتوى من حيث الشكل		توزيع الجاه		تاريخ النشر	
				٧ مايو ٢٠١٥			
نوع العرض	الاهتمام	نمذج بين الاثني	٩/٥	%٥٥*٥٦			
		فصحى	٩/٣	%٣٣,٣٣			
		عامية	٩/١	%١١,١١			
		تقرير	٩/١	%١١,١١			
		كاريكاتير					
		حوار					
		مقال	-				
		تحقيق	٩/١	%١١,١١			
		خبر	٩/٧	%٧٧,٨			
	الوسائط المستخدمة		غيرها/كلمات فائقة(هايدر لينك)	-			
		موضوعات متعلقة	٥٥/٤	%٩,٠٩			
		كلمات شملة	٥٥/٣٨	%٦٩,٠٩			
		إذاعة/ملف صوت	-				
		فيديو	٥٥/١	%١,٨			
		الصور	٥٥/١٢م	%٢١,٨			
الاهتمام بالعرض		اقسام داخلية	٩				
		مشار اليه في الصفحة الرئيسة Homepage	-				
		المساحة	-				
	التكرار	٩					
	اسم الموقع	اليوم الاسبوع		الاهمية النسبية			

جدول (٥): استمارة تحليل محتوى من حيث المضمون

الرمز	العدد	المضمون	الترتيب	الترتيب	الترتيب
٢٢٠٢٢	٢	محرور متخصص	١٠	١٠	١٠
١١٠١١	١	قانون: مساحة مرفق			
١١٠١٧	١	مرفق			
	-	محرور طمس	١٠	١٠	١٠
١١٠١١	١	مخصصون			
	-	دراسات عمية			
٣٣٠٣٣	٣	مستوفون	١٠	١٠	١٠
	-	مرفق العمية			
	-	وكالات/التيار			
	-	مقالات/ فرقون	١٠	١٠	١٠
٢٢٠٢٢	٢	مطالعة مستوفون / طمس بالحل			
٢٢٠٢٢	٢	خطة			
	-	دراسات	١٠	١٠	١٠
١١٠١١	١	نسب ومصانبات حول مشكلة			
	-	مرفق مشكلة			
٢٢٠٢٢	٢	محلون	١٠	١٠	١٠
٣٣٠٣٣	٣	الانبار			
٤٤٠٤٤	٤	الانجاب			
	-	ظهور مشكلة	١٠	١٠	١٠
	-	عالمى			
	-	مكتوبى			
١٠٠٠	١	مكتوبى	١٠	١٠	١٠

حساب ثبات الاستمارة بتطبيق معادلة هولستى:

من جدول (٤) و (٥) يتضح أن مجموع فئات التحليل للتطبيق للمرة الثانية = ١٢٧

وتم حساب ثبات الاستمارة وفقا لمعادلة هولستى

معامل الثبات =  $2n / (n_1 + n_2)$

حيث  $n$  = عدد الحالات التي اتفق عليها

$n_1$  = عدد تكرار الفئات للمرة الاولى

$n_2$  = عدد تكرار الفئات للمرة الثانية

وكانت نتيجة التحليل  $0,99 = (125 + 127) / 2(125)$

ويتضح من المعادلة السابقة أن نسبة الاتفاق بلغت ٩٩% وهى نسبة اتفاق عالية بما يعنى

صلاحية الإستمارة للاستخدام.

## أهم النتائج المتعلقة بتحليل المحتوى الاعلامي

نتائج تحليل المحتوى بالنسبة لقضية التغيرات المناخية بالمواقع الثلاثة جاءت كالتالي:

جدول (٦): استمارة تحليل محتوى من حيث الشكل

مجموع		مواقع		مواقع		مواقع	
البيانات	النسبة	البيانات	النسبة	البيانات	النسبة	البيانات	النسبة
مجم بين الاثنون	٤٥٧ / ٢٥٠	%٥٤,٧	٤٨٤ / ٣٦٠	%٧٤,٤	١٤٦ / ١٠٠	%٦٨,٥	
فصحي	٤٥٧ / ٢٠٧	%٤٥,٣	٤٨٤ / ١١٦	%٢٤,٨	١٤٦ / ٤٦	%٣١,٥	
عامية	-		٤٨٤ / ٨	%١,٦٥	-		
تقرير	٤٥٧ / ٩٠	%١٩,٧	٤٨٤ / ٩٤	%١٩,٤٢	١٤٦ / ٣٦	%٢٤,٧	
كاريكاتير	-		-		-		
حوار	-		-		-		
مقال	٤٥٧ / ٢	%٠,٤٤	-		-		
تحقيق	٤٥٧ / ٦٠	%١٣,١	٤٨٤ / ٧٠	%١٤,٥	١٤٦ / ١٠	%٦,٨٥	
خبر	٤٥٧ / ٣٠٥	٦٦,٧٣ %	٤٨٤ / ٣٢٠	%٦٦,١١	١٤٦ / ١٠٠	%٦٨,٥	
غيرها/ كلمات فائقة (خابير لينك)	-		-		-		
موضوعات متعلقة	٣٢٣٧/٤٢٠	١٢,٩٧ %	٣٣٤٩/٤٠٠	%١١,٩٤	٩٦٠/١٠٠	%١٠,٤٢	
كلمات نشطة	٣٢٣٧ / ٢٢٨٥	%٧٠	٣٣٤٩/٢٤٢٠	%٧٢,٣	٩٦٠/٧٣٠	%٧٦,٠٤	
لينكات	-		-		-		
أداة املف صوت	٣٢٣٧ / ٢	%٠,٦٢	٣٣٤٩/١	%٠,٠٣	-		
فيديو	٣٢٣٧ / ٣٠	%٠,٩	٣٣٤٩/٣٩	%١,٢	٩٦٠/١٠	%١,٢	
الصور	٣٢٣٧/٥٠٠	%١٥,٤	٣٣٤٩/٤٨٩	%١٤,٦	٩٦٠/ ١٢٠	%١٢,٥	
اقسام داخلية	٢٠٠		٣١٤		٥٦		
مشار اليه في الصفحة الرئيسية Homepage	٢٥٧	٥٦,٢٤ %	٢٧٠	%٥٥,٨	٩٠	%٦١,٦٤	
المساحة بالكلمة	١٨٢٨٠٠		١٩٣٦٠٠		٥٨٤٠٠		
التكرار	٤٥٧		٤٨٤		١٤٦		
اسم الموقع	بوابة الاحرام	الاحمية النسبية	اليوم السابع	الاحمية النسبية	بوابة الوفد	الاحمية النسبية	

جدول (٧): استمارة تحليل محتوى من حيث المضمون

البيانات		البيانات		البيانات		البيانات	
البيانات	البيانات	البيانات	البيانات	البيانات	البيانات	البيانات	البيانات
محرر مخصص	٤٥٧/ ٣٠٠	%٦٥,٧	٤٨٤/ ٣٨٠	%٧٨,٥	١٤٦/ ٩٠	%٦١,٦٤	
قارئ							
مراسل	٤٥٧/ ١٥٧	%٤٣,٣٥	٤٨٤/ ١٠٤	%٢١,٥	١٤٦/ ٥٦	%٣٨,٤	
محرر علمي	-		-		-		
المختصمون	٤٥٧/ ٣٧	%٨,٩٦	٤٨٤/ ٥٠	%١٠,٣٣	١٤٦ / ٢٨ ١٤٦	%١٩,٢	
دراسات علمية	٤٥٧/ ٢٠	%٤,٣٧	٤٨٤/ ٨	%١,٦٥	١٤٦/ ٢	%١,٤	
المسؤولون	٤٥٧/ ٣٠٠	%٦٥,٦٤	٤٨٤/ ٣١٠	%٦٤,٥٥	١٤٦/ ٩٠	%٦١,٦٤	
المراجع العلمية	-		-		-		
وكالات الاثبات	٤٥٧/ ١٠٠	%٢١,٩	٤٨٤/ ١٢٠	%٢٤,٨	١٤٦/ ٢٦	%١٧,٨	
اتفاقيات/ قوانين	٤٥٧/ ١٠٠	%٢١,٩	٤٨٤/ ١١٠	%٢٢,٧٣	١٤٦/ ١٥	%١٠,٣	
مسؤولين /علماء	٤٥٧/ ٧٠	%١٥,٣٢	٤٨٤/ ٨٠	%١٦,٥٢	١٤٦/ ١٥	%١٠,٣	
مخطوطات	٢٨٠ ٤٥٧/	%٦١,٣	٤٨٤/ ٢٩٠	%٦٠	١٤٦/ ٧٠	%٤٨	
ندوات/مؤتمرات	-		-		-		
دراسات							
نسب واحصائيات حول	٤٥٧/ ٤٥	%٩,٨٤	٤٨٤/ ٦٠	%١٢,٤	١٤٦/ ١٠	%٦,٨٥	
المؤتمرات	٤٥٧/ ٧٠	%١٥,٣١	٤٨٤/ ٧٥	%١٥,٥	١٤٦/ ٢٤	%١٦,٤٤	
المواطنين	٤٥٧/ ١٠٠	%٢١,٩	٤٨٤/ ١٠٥	%٢١,٧	١٤٦/ ٤٠	%٢٧,٤	
الذكور	٤٥٧/ ٢٣٠	%٥٠,٣٢	٤٨٤/ ٢٤٢	%٥٠	١٤٦/ ٧٠	%٤٨	
الانثى	٤٥٧/ ٧٠	%١٥,١	٤٨٤/ ٧٥	%١٥,٥	١٤٦/ ٢٠	%١٣,٧	
ظهور المشكلة	٤٥٧/ ٢٠	%٤,٣٧	٤٨٤/ ٣٣	%٦,٨٢	١٤٦/ ١٢	%٨,٢	
علمي	٤٥٧/ ١٠٠	%٢١,٨٨	٤٨٤/ ١٢٠	%٢٤,٨	١٤٦/ ٢٦	%١٧,٨	
اقلبي	٤٥٧/ ٥٠	%١٠,٩٤	٤٨٤/ ٥٤	%١١,٢	١٤٦/ ٢٠	%١٣	
مدني	٤٥٧/ ٣٠٧	%٦٧,٢	٤٨٤/ ٣١٠	%٦٤,٥٥	١٠٠ ١٤٦	%٦٨,٥	

من الجداول (٦) و(٧) نستنتج الآتي:

١- يتضح من الجدول (٦) أن موقع اليوم السابع يأتي في الترتيب الاول من حيث عدد التكرارات لتناول قضية التغيرات المناخية بمعدل ٤٨٤ موضوع، ثم يليه بوابة الأهرام بعدد تكرارات ٤٥٧ موضوع، ثم بوابة الوفد بعدد تكرارات ١٤٦ موضوع.

٢- يتضح من نتائج الجدول رقم (٦) فيما يتعلق بالاهتمام بالعرض أن الموضوعات التي تم الإشارة إليها في الصفحة الرئيسية بالموقع جاءت نسبتها في المواقع الثلاثة كالتالي: بوابة الأهرام ٦٥% من المحتوى المتعلق بقضية التغيرات المناخية تم الإشارة إليه في الصفحة الرئيسية بالموقع ٥٥,٧% من المحتوى المتعلق بقضية التغيرات المناخية تم الإشارة إليه في الصفحة الرئيسية بموقع اليوم السابع ، وبوابة الوفد الالكترونية جاءت النتائج بنسبة ٦١,٦% من المحتوى المتعلق بقضية التغيرات المناخية تم الإشارة إليه في الصفحة الرئيسية.

٣- يُظهر الجدول (٦) أيضاً أن النمط الغالب في تناول قضية التغيرات المناخية بالمواقع الثلاثة هو النمط الخبري يليه التقرير ثم التحقيق أو الملف وندر استخدام شكل المقال وجاء في بوابة الأهرام الالكترونية فقط بنسبة ٠,٤٤% وهي ضئيلة جداً، كذلك لم يستخدم نمط الحوار الصحفى في تناول قضية المتغيرات المناخية.

٤- يوضح الجدول (٦) قلة التنوع في استخدام الوسائط المتعددة، حيث أن الوسائط الأكثر استخداماً الكلمات النشطة حيث تتراوح نسبتها ما بين ٧٠% : ٧٦% في المواقع الثلاثة يليها الصورة واستخدمت بنسبة أعلى في بوابة الأهرام ثم تلتها الموضوعات المتعلقة التي يشار إليها في نهاية الموضوع وتكون منشورة من قبل ومتعلقة بمحتوى الموضوع كما يتبين لنا من الجدول ندرة استخدام وسائط الفيديو وأيضاً الاذاعة أو ملفات الصوت في المواقع الالكترونية الثلاثة، ويوضح جدول رقم (٧) بالنسبة للغة المستخدمة غلب على المواقع الإلكترونية الثلاثة استخدام اسلوب الدمج بين الفصحى والعامية، وندر استخدام العامية بمفردها، وفيما يتعلق بمصادر المعلومات يتضح من الجدول (٧) عدم استخدام الدراسات العلمية وكذلك المراجع العلمية كمصدر للمعلومة البيئية المتعلقة بقضية التغيرات المناخية.

## مناقشة النتائج

أشارت النتائج المتعلقة بتحليل المحتوى الإعلاني للمواقع الإلكترونية الثلاثة (بوابة الاهرام الإلكترونية- موقع اليوم السابع الإلكتروني- بوابة الوفد الإلكترونية) إلى أن:

- ١- النمط الغالب في التداول هو الاسلوب الخبري، ثم يليه التقرير، ثم يليهم التحقيق أو الملف ولم يستخدم نمط الحوار الصحفي في تناول قضية التغيرات المناخية بالمواقع الثلاثة.
- ٢- الاقلال من استخدام الوسائط المتعددة (الفيديو- الاذاعة - الصور ....).
- ٣- المعالجة الإعلامية للقضايا البيئية قد اتسمت في المواقع الإلكترونية الثلاثة بالتداول الخبري الموسمي، أي أن الحدث الآتي هو الذي يفرض نفسه ليتم تناوله بحيث يتم عرض القضايا المثارة في الوقت الراهن ويتم التركيز على عرض القضية البيئية وقت ظهور مشكلة متعلقة بها، وهذا الاسلوب في التداول هو ما غلب على تناول القضايا البيئية بشكل عام.
- ٤- قضية التغير المناخي تم تناولها بصورة مكثفة خلال الثلاث سنوات التي تخللتهم فترة التحليل منذ ٢٠١٥ والى ٢٠١٧ وبخاصة في تلك الفترات التي يتم فيها الإعداد للقمم المتعلقة بالتغيرات المناخية في عامي ٢٠١٥ حيث عقد قمة المناخ بباريس وايضا في ٢٠١٧ قد ازداد معدل التكرار والمساحة نظراً للأهتمام العالمي الذي نالته قضية التغيرات المناخية، حيث يتم الإعداد لقمة "قمة كوكب واحد" المزمع عقدها بباريس في شهر ديسمبر وبحضور وتمثيل كافة الدول الاعضاء بالامم المتحدة ومشاركة مصرية.

يلاحظ من عدد تكرارات لقضية التغيرات المناخية بموقع اليوم السابع جاء بمعدل ٤٨٤ تكرارا في العامان (٧٣٠ يوم) بمعدل نشر موضوع كل يوم ونصف (كل ٣٦ ساعة)، وبالنسبة للتكرار في بوابة الاهرام بلغ ٤٥٧ حيث بلغ معدل النشر ايضا ما يقارب موضوع كل يوم ونصف او كل ٣٩ ساعه تقريبا، اما بالنسبة لمعدل التكرارات بموقع الوفد فقد بلغ ١٤٦ تكراراً أي بمعدل موضوع كل ٥ أيام. وبالتالي يتضح من النتائج المتعلقة بالتكرار أن موقع اليوم السابع كان معدل النشر فيه في قضية التغيرات المناخية من حيث الفارق الزمني بين الموضوعات هو الاقل في الفارق الزمني.

توضح نتائج التحليل ايضا فيما يتعلق بقضية التغيرات المناخية أن ظهورها في الصفحة الرئيسية كان بنسبة ٦٤,٦٤% في بوابة الوفد وبنسبة ٥٥,٨% في اليوم السابع، وبنسبة ٥٦,٢٤% في بوابة الأهرام الالكترونية، وتعد هذه النسبة مرتفعة نظراً لأهمية الاحداث المتعلقة بالتغيرات المناخية التي تم طرحها بالمواقع والاهتمام الشديد الذي أولته الدولة لتلك القضية وخاصة في فترة التحليل حيث الإعداد والمشاركة بقمته المناخ ٢٠١٥، ٢٠١٧.

**إعداد مقياس المسؤولية البيئية:** لقياس أثر التناول للموضوعات على تنمية المسؤولية البيئية لدى الجمهور ويشمل على: (محور الوعي البيئي، محور الإتجاهات البيئية، محور السلوك البيئي الإيجابي، محور المشاركة في اتخاذ القرار البيئي). وقد صيغت تساؤلات المقياس كالتالي:

**محور الوعي البيئي:** ويهدف إلى قياس مدى وعي الجمهور بالقضايا والمشكلات البيئية وتم صياغة المفردات حيث شمل محور الوعي البيئي على أسئلة اختيار من متعدد (سؤال تليه اربعة إجابات)، ويطلب من القارئ اختيار أجابة واحدة تمثل العبارة الصحيحة، تتكون تساؤلات محور الوعي من (٢٠) مفردة تمثل معلومات متعلقة بوعي الافراد تجاه القضايا البيئية، وتم حساب الإجابة الصحيحة لكل سؤال بدرجتين، (٢٠) مفردة ب(٤٠) درجة.

**محور الإتجاهات البيئية:** ويهدف إلى قياس مدى اكتساب الجمهور الإتجاهات الايجابية نحو البيئية. وقامت الباحثة بإعداد وصياغة المواقف المتعلقة بمحور الإتجاهات البيئية حيث تضمنت (٢٠) موقفاً لكل منها ثلاث بدائل تتدرج في ما بين الايجابي والمحايد والسلبى.

**محور السلوك البيئي الايجابي:** ويهدف إلى قياس مدى اكتساب سلوكاً بيئياً ايجابياً، وتم صياغة تساؤلات المقياس بحيث يحدد السلوك البيئي الذي يتم إتخاذه في كل موقف، وقام الباحثون بإعداد وصياغة مواقف محور السلوك البيئي الإيجابي حيث تضمن (١٥) موقفاً لكل منها ثلاث بدائل تتدرج في ما بين الإيجابي والمحايد والسلبى.

**محور المشاركة في القضايا البيئية واتخاذ القرار:** ويهدف إلى قياس مدى المشاركة في اتخاذ قرار بيئي إيجابي، وقامت الباحثة بإعداد وصياغة مواقف المقياس حيث تضمن (١٥) موقفاً لكل منها ثلاث بدائل تتدرج ما بين الإيجابي والمحايد والسلبى، تضمن التعليمات المتعلقة



بالمحاور (الاتجاهات البيئية- السلوك البيئي الايجابي- المشاركة فى القضايا البيئية واتخاذ القرار) أن يختار ما بين البدائل الثلاثة ما يدل على مستوى المسؤولية لديه.

**صدق المقياس:** تم عرض المقياس على السادة المحكمين لتقوية، فى ضوء آراء السادة الخبراء تم تعديل بعض البنود وأصبح المقياس فى صورته النهائية جاهزا للتطبيق.

ولحساب ثبات المقياس تم تطبيقه على (١٠) من الصحفيين المتخصصين فى الإعلام البيئي.

**جدول (٨):** يوضح قيم الثبات والصدق لمقياس المسؤولية البيئية لدى الجمهور

مكونات مقياس المسؤولية البيئية	عدد بنود المقياس	النهاية العظمى لدرجة المقياس	قيم الثبات	معامل الصدق
محور الوعي البيئي	٠	٤٠	%٩٨,١	%٩٩
محور الاتجاهات البيئية	٢٠	٤٠	%٩٨,٣	%٩٩,١
محور السلوك البيئي الايجابي	١٥	٣٠	%٩٧,٤	%٩٨,٣
محور المشاركة واتخاذ القرار البيئي	١٥	٣٠	٩٨,٣	%٩٩,١
مقياس المسؤولية البيئية (ككل)	٠	١٤٠	%٩٨	%٩٨

يتضح من الجدول رقم (٨) أن قيمة ثبات مقياس المسؤولية البيئية ككل بلغت (%٩٨) وهى قيمة ثبات عالية، ودرجة الصدق بلغت (%٩٨,٩) مما يدل على صدق المقياس وصلاحيته للاستخدام.

الصورة النهائية لمقياس المسؤولية البيئية لدى الجمهور: بعد أن تحقق الباحثون من صدق وثبات المقياس أصبح المقياس فى صورته النهائية يتكون من (٧٠) بنداً، والنهاية العظمى للمقياس (١٤٠) درجة كما هو موضح فى الجدول السابق.

**خطوات تطبيق مقياس المسؤولية البيئية:** تطبيق مقياس المسؤولية البيئية (الوعي البيئي، الإتجاهات البيئية، السلوك البيئي الايجابي، المشاركة فى اتخاذ القرار).

وقد تم تطبيق مقياس المسؤولية على عينة من الشباب المتواجد بشكل دائم على شبكة الانترنت قوامها ١٠٠ مفردة، وتم عمل صفحة فيس بوك مخصصة لغرض البحث وتم تطبيق المقياس القبلي على عينة الدراسة، ثم تم عرض المحتوى الاعلامي للقضايا البيئية المقدمة بالمواقع الصحفية لمدة ثلاثة أشهر، خلال الفترة الزمنية من ٢٠١٧/٧/١ إلى ٢٠١٧ / ١٠ / ٢٠١٧،

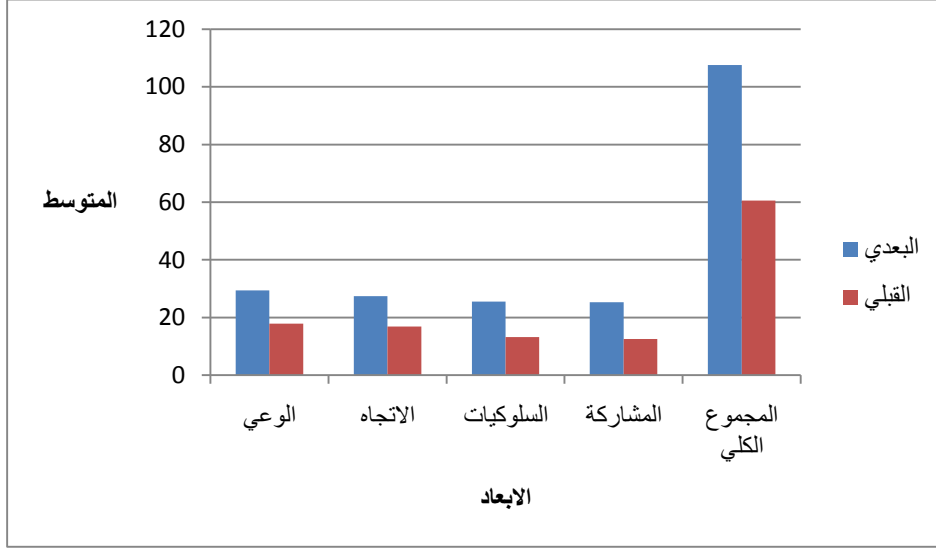
ثم تم تطبيق المقياس البعدي، ثم تم جمع البيانات وتحليلها ومعالجتها احصائياً تمهيداً للحصول على النتائج.

### نتائج تطبيق مقياس المسؤولية البيئية:

جدول(٩): المقارنة بين القبلي والبعدي في مقياس المسؤولية البيئية

البعدي	القياس	م	ع	متوسط الفروق	الاحراف معياري للفروق	درجات الحرية	ت	الدالة عند ٠.٠٠١	حجم الأثر
الوعي	بعدي	٢٦.٤٠	٣.٠٠٢	١١.٥٧٠	١.٧٠١	٩٩	٦٨.٠١١	دالة	١٣.٦٧ كبير
	قبلي	١٧.٨٣	٤.٣٧٩						
الاتجاه	بعدي	٢٧.٣٨	٣.٧٢٨	١٠.٥١٠	٢.٤٨٠	٩٩	٤٢.٣٧٦	دالة	٨.٥٢ كبير
	قبلي	١٦.٨٧	٥.١٦٥						
السلوكيات	بعدي	٢٥.٥١	١.٥٨٦	١٢.٢٨٠	٢.٨٩٩	٩٩	٤٢.٣٥٦	دالة	٨.٥١ كبير
	قبلي	١٣.٢٣	٣.٤١١						
المشاركة	بعدي	٢٥.٢٦	١.٥٠٢	١٢.٦٩٠	٢.٧٤٤	٩٩	٤٦.٢٤٧	دالة	٩.٣٠ كبير
	قبلي	١٢.٥٧	٣.١٧٣						
المجموع الكلي	بعدي	١٠٧.٥٥	٨.٨٣٧	٤٧.٠٥٠	٨.٣١٠	٩٩	٥٦.٦١٨	دالة	١١.٣٨ كبير
	قبلي	٦٠.٥٠	١٥.٧٨٥						

يتضح من الجدول السابق أن جميع الابعاد ومجموعها الكلي كانت دالة عند ٠,٠٥ مما يدل علي انه توجد فروق دالة بين القياسين القبلي والبعدي لصالح القياس البعدي (المتوسط الأعلى) وقد كان حجم الاثر كبيراً لانه اكبر من ٠,٨ مما يدل علي أن تأثير المتغير المستقل (المعالجة أو البرنامج) علي المتغيرات التابعة (الوعي- الاتجاه- السلوكيات- المشاركة) كان تأثيراً كبيراً. والرسم البياني التالي يوضح ذلك:



أشارت نتائج تطبيق مقياس المسؤولية البيئية الى وجود فرق دال إحصائياً بين متوسط درجات مجموعة الدراسة قبل التطبيق وبعده لصالح التطبيق البعدي، بما يدل على تنمية المسؤولية البيئية لدى الجمهور بعد إطلاعهم على المحتوى البيئي المقدم بالمواقع الالكترونية للمؤسسات الصحفية.

### توصيات البحث

1. ان تولي الصحف الالكترونية للمؤسسات الصحفية مزيد من الاهتمام بالموضوعات البيئية والتنوع في استخدام القوالب المختلفة في عرض القضايا البيئية وكذلك الاهتمام بعرض كافة جوانب القضية البيئية من اسباب حدوثها والاثر الناجم عنها وطرح الحلول والحلول البديلة ودور الجمهور تجاه تلك القضايا وكيفية المشاركة في حلها من خلال سلوك بيئي ايجابي اوالمشاركة في اتخاذ القرار البيئي.
2. تدريب الصحفيين بالجوانب المختلفة للقضايا البيئية وايضا استخدام القوالب والاساليب الصحفية المختلفة لعرض القضايا بطرق أكثر تأثيراً وبشكل جاذب للقارئ.

٣. تخصيص قسم ثابت لقضايا البيئة بالبوابة أو الموقع الإلكتروني يشرف عليه صحفي متخصص فى القضايا البيئية للنشر بشكل منتظم.

### مقترحات البحث

تقترح الدراسة توجيه القائمين على اصدار المواقع الالكترونية للمؤسسات الصحفية بتخصيص مسئول فى مجال التربية البيئية لعرض القضايا والمشكلات المجتمعية الخاصة بالبيئة، يشرف عليها لجنة ثقافة البيئة بالمجلس الاعلى للثقافة.

### المراجع

- أحمد زكريا أحمد(٢٠٠٧): الممارسة الصحفية والأداء الصحفي، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع
- أشرف فهمي خوخة(٢٠١١): الإخراج الصحفي والصحافة الإلكترونية، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
- أمل محمد خطاب(٢٠١٠ م): تكنولوجيا الاتصال الحديثة ودورها في تطوير الأداء الصحفي، القاهرة: دار العالم العربي
- السيد بخيت(٢٠٠٠م): الصحافة والإنترنت، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع ط١
- السيد نجم(٢٠١٢): النشر الإلكتروني، تقنية جديدة نحو أفق جديدة، الهيئة المصرية العامة للكتاب
- انتصار موسى(٢٠٠٢ م): تصميم واخراج الصحف والمجلات والإعلانات الإلكترونية، ط١، بغداد، مكتبة الذاكرة.
- بسنت عبد المحسن العقبواوى(٢٠١٠م): الصحافة الإلكترونية وبنيتها على شبكة الإنترنت، جدة، مجلة خوارزم العلمية
- عبد المسيح سمعان(٢٠٠٤): فاعلية برنامج لتنمية التنور البيئي لدى معلمي العلوم بالمرحلة الاعدادية وإمكانية التنبؤ بسلوكهم البيئي، الجمعية المصرية للتربية العلمية، مجلة التربية العلمية، المجلد السابع، العدد الثاني ٢٠٠٤
- عبد المسيح سمعان عبد المسيح(٢٠٠١): أداء معلمي العلوم في مجال التربية البيئية وعلاقته بالوعي البيئي لدى تلاميذهم بمرحلة التعليم الأساسي، مجلة التربية العلمية

- ماجدة عبدالفتاح الهلباوى(٢٠١٥): الاعلام الدولي والالكترونى، ط١، الاسكندرية، دار التعليم الجامعي
- محب محمود كامل الرافي(١٩٩٧): التنور البيئي لدى طالبات كليات التربية للبنات بالمملكة العربية السعودية، التربية المعاصرة
- محب محمود كامل الرافي(٢٠٠٤): التربية البيئية من أجل بيئة أفضل. القاهرة، المركز القومي للبحوث التربوية والتنمية
- محمد عبد الفتاح القصاص(١٩٩٢): الإنسان وقضايا البيئة، معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة
- محمود حسن إسماعيل(٢٠٠٣): مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع.
- مراد حكيم بباوى(٢٠١٤): هندسة المعرفة وانقرائية الصورة الإلكترونية لإثراء الثقافة الفنية فى التربية الفنية. القاهرة، ط١، مكتبة عالم الكتب.
- معهد الدراسات العليا للطفولة، ومركز دراسات الطفولة بجامعة عين شمس: المؤتمر العلمى السنوى، الطفل والبيئة، توصيات المؤتمر. القاهرة، ٢٤ - ٢٥ مارس ٢٠٠١
- مؤتمر الأمم المتحدة المعنى بالبيئة والتنمية: وثيقة جدول أعمال القرن (٢١) الخاص بمؤتمر البيئة والتنمية. ريو دى جانيرو البرازيل، جزء ٣، ١٩٩٢
- مصطفى كمال طلبه(١٩٩٠): المشكلات البيئية القومية والعالمية ومساهمة الاعلام والاتصال في مواجهتها، مجلة النيل، الهيئة العامة للاستعلامات العدد ٤٠ القاهرة.
- أبو بكر محمد الهوش(٢٠١١): شبكة الإنترنت وخدمات المعلومات، القاهرة: دار السحاب للنشر والتوزيع.
- Bryner, Gary, C. Bryner (1993, 1995): Blue skies, Greenpolitics: The clean air act of 1990 and its implementation. Washington, D.C: CQ press,C 1995, 1993.
- Diaz-Ortiz, Claire (Aug., 30<sup>th</sup>, 2011): Twitter for Good: Change the World One Tweet at a Time, USA: Jossey-Bass; 1<sup>st</sup> ed.
- Hawker, Mark, D. (Aug., 25<sup>th</sup>, 2010): Developer's Guide to Social Programming: Building Social Context Using Face book, Google Friend Connect, and the Twitter API, Canada: Addison-Wesley Professional; 1<sup>st</sup> ed.

- Hawker, Mark. D. (Aug., 25<sup>th</sup>, 2010): Developer's Guide to Social Programming: Building Social Context Using Face book, Google Friend Connect, and the Twitter API, Canada: Addison-Wesley Professional; 1<sup>st</sup> ed.
- Hewitt, Hugh (Jan., 14<sup>th</sup>, 2005): Blog: Understanding the Information Reformation That's Changing Your World, USA: Thomas Nelson, Inc.; 1<sup>st</sup> ed.
- Jenkins, Henry (Sept., 1<sup>st</sup>, 2008): Convergence Culture: Where Old and New Media Collide, USA: NYU Press; Revised edition.
- Roth, Charles (1992): Environmental Literacy; Its Roots Evolution and Direction in the 1990's Education Development Center. Newton, Massachusetts, P.1.
- Syme, Geoffrey & others (2002): the limits of Environmental Responsibility Astor Water Case Study, Environmental & behavior no. Vo.134(6) pp.863 – 847.
- UNESCO / UNEP (1985): Environmental Education Module for in-service training of Teachers and Supervisors for Primary School, Environmental Education Series , No.6 , P. 13.
- UNESCO / UNEP (1989): Environmental Literacy for all, Vol. 19, No. 2, P.1.
- University of Wisconsin, College of Natural Resources (2004): NABE Conference.
- Vogel, David (1947, 1995): Trading up consumer and environmental regulation in a global economy, Cambridge, Mass: Harvard university press 1995.
- Lister, Martin; Dovey, Jon; Giddings, Seth; Grant, Iain & Kelly, Kieran (Jan., 29<sup>th</sup>, 2009): New Media: A Critical Introduction, USA/UK Europe: Routledge; 2<sup>nd</sup> ed.
- Zhenmin, Xiahua (2002): Survey and Evaluation on Residents Environmental Journal of Environment & Pollution >Geneva: Vol. 17. Iss. 4 p.310.

**MEDIA TREATMENT OF ENVIRONMENTAL ISSUES  
ON SOME WEBSITES FOR PRESS INSTITUTION AND  
ITS IMPACT ON DEVELOPMENT OF  
ENVIRONMENTAL RESPONSIBILITY TO THE  
PUBLIC**

[14]

**Ismael, M. H.<sup>(1)</sup>; Bebaoy, M. H.<sup>(2)</sup> and Arsanious, Gehan, A.**

1) Institute of Higher Education for Children 2) National Center for Educational Research and Development

**ABSTRACT**

The study has included media presentation of environmental issues in some of the websites of the press institutions and their impact on the development of environmental responsibility in the public. The study seeks to recognize the media processors for environmental issues in some of the websites of the press institutions. The study includes a sample of the following websites (Al-Ahram online site- Alyoum alsabee online site- Alwafd online site).

The researchers have prepared a set of research tools with verification of its validity, stability and validity of application; which is a tool to determine content information on environmental issues provided to the press institutions websites (Al-Ahram online site- Alyoum alsabee online site- Alwafd online site). As well as a questionnaire to solicit the views and concerns of the public in which the websites produce with regard to environmental issues. And also prepared a measure of environmental responsibility to measure the impact of the media treatment of environmental issues by some web sites of press institutions on developing responsibility of audience. It has been determined axes of the plugs according to what has been found with previous studies. And the application of management content analysis of the websites of the

press institutions in the seeking, And Administration application form polled the audience on sample of the online sites public on the internet itself Containing 450 individuals each, Has also been The application of a measure of environmental responsibility on sample of young people who are permanently on the internet Containing 100 individuals each.

The results of application of the environmental liability measure indicate that there is a statistically significant difference between the average of the study group before and after the application for favor of the application of after. The study recommends that the websites of press institutions should give more importance for environmental issues; also use different templates in the view of environmental issues as well as view all aspects of the environmental issue of the reasons for their occurrence and the impact caused by it and the solutions and alternative solutions and the role of the public towards those issues and how to participate in the solution through the enviro-positive behavior or to participate in decision-making environmental

**Keywords:** Environmental issues; the websites; the press institutions; Environmental responsibility.