

الأخلاق الخضراء والمسؤولية الإعلامية البيئية: فعالية برنامج للتربية الإعلامية فى زيادة الوعى البيئى لدى عينة من المهتمين اجتماعياً: دراسة شبه تجريبية على عينة من عمال النظافة بدار الأوبرا المصرية

د. غادة حسام الدين(*)

مقدمة:

يعتبر الإعلام البيئى أحد روافد الإعلام، بما يمثله من تخصص فى الرؤية والرسالة والأهداف، ويعكس هدفه الرئيسى أهميته مجتمعياً وإنسانياً، كونه عنصراً أساسياً فى نشر الثقافة البيئية وبناء الوعى البيئى ونشر مفهوم التنمية المستدامة، لذلك تزداد حاجة المجتمعات إلى المضامين الإعلامية البيئية المتخصصة يوماً بعد يوم، وهذه الحاجة ملحة ومستمرة ومتجددة، وتزداد إلحاحاً عند ظهور مشكلة بيئية مثل التلوث وانتشار الأوبئة والأفات الزراعية وغيرها من مشكلات التنمية المستدامة، ليصبح أحد الدعائم الأساسية فى تشكيل وتوفير رصيد مشترك من الخبرات الإنسانية فى المجال البيئى، إنطلاقاً من رؤية تعمد إلى ترسيخ القيم والسلوكيات البيئية الصحيحة، وتوفير المعلومات عن حالة البيئة، وتمكين الجمهور والمهتمين بالشأن البيئى من المشاركة الفعالة فى تداعيات قضايا البيئة، بعد أن احتلت هذه القضايا بؤرة اهتمام العالم فى كل مكان، وأصبحت تمثل مجالاً واسعاً للدراسة والبحث، خاصة فى إطار تقدم التكنولوجيا وتطبيقاتها التى أحدثت نقلة حضارية فى حياة الإنسان، إلا أنها على جانب آخر كانت وما تزال السبب المباشر فى مشكلة الإنسان مع بيئته، بعد أن بلغ فى تأثيره على بيئته وقدرته على تغييرها وإحداث الخلل فى علاقاتها الطبيعية مبلغاً يندر بالخطر، تعدى فى أحوال كثيرة قدرة النظم البيئية نفسها على الاستيعاب و الاحتمال، وأصبح يهدد حياة الإنسان نفسه ومدى قدرته على البقاء على سطح الأرض، لذلك أصبح من الضرورى تحقيق علاقة إيجابية بين الإنسان والبيئة من خلال تربية إعلامية بيئية، تجعل أهم أهدافها تبصير الجمهور بالمفاهيم البيئية المختلفة، وقضايا البيئة الحياتية لتحقيق إدراك واع بأبعاد تلك القضايا، والعمل على إيجاد حلول فردية ومجتمعية لتجنب سلبياتها، بتقديم مضامين إعلامية بيئية متخصصة، تتناول

* أستاذ الإعلام المساعد بكلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا

الأخلاق الخضراء والمسئولية الإعلامية البيئية: فعالية برنامج للتربية الإعلامية في زيادة الوعي البيئي لدى عينة من المهتمين اجتماعياً: دراسة شبه تجريبية على عينة من عمال النظافة بدار الأوبرا المصرية

المفاهيم البيئية النظرية المجردة في أطر إعلامية جذابة ومبدعة، تبسط تلك المفاهيم وتنقلها من المجرد إلى المحسوس، لتعزز تعرض الجمهور انتقائياً لها، وتدفعه إلى مزيد من المعرفة والفهم، لتحقيق الإدراك الواعي بقضايا البيئة وأهميتها، وخلق رأي عام جمعي مستنير وإيجابي، لديه إحساس بالمسئولية المجتمعية نحو البيئة ومعطياتها الحالية والمستقبلية، وإن كانت مضامين الإعلام البيئي متخصصة الموضوع، إلا أنها تخاطب الجمهور العام، على اختلاف سماته وخصائصه الديموجرافية، وثقافته التي ترسم أطراً مؤثرة في قيمه وعاداته وسلوكياته، لتزداد ضرورة تقديم تلك المضامين لفئات من الجمهور – من المهتمين اجتماعياً- ذوى الثقافة والتعليم المحدود، باستخدام برامج التربية الإعلامية الممنهجة، لإتاحة الفرص أمامهم للتلقى النشط، والمشاركة الواعية بأهمية البيئة وكيفية الحفاظ عليها، وتعزيز أساليب التفكير الناقد والإبداعى لديهم لطرح حلول مناسبة لمشكلاتها، وتغيير أنماط وعادات وسلوكيات باتت تهدد البيئة، وتقلص موارد التنمية المستدامة، وصولاً لتحقيق هدفٍ ذى صبغة عالمية يعرف ب"الأخلاق الخضراء".

مشكلة الدراسة:

شهدت السنوات الماضية إصدارَ المئات من التشريعات لحماية البيئة عالمياً و محلياً، والتي أكدت على أهمية قضايا البيئة وخطورة عدم وعى الإنسان بها، وضرورة تفعيل الدور الإيجابي للإعلام في التوعية والإرشاد والتوجيه، للحفاظ على البيئة ومواردها، لذا تسعى هذه الدراسة إلى قياس فعالية برنامج للتربية الإعلامية في زيادة الوعي البيئي و نشر ثقافة البيئة، بالتطبيق على عينة من المهتمين اجتماعياً -عمال النظافة العاملين بدار الأوبرا المصرية- لإكسابهم عدد من المفاهيم البيئية المرتبطة بمجال عملهم وواقعهم الحياتي، باستخدام مهارات التربية الإعلامية "كوسيلة تعليمية"، في إطار برنامج مصمم خصيصاً، يهدف إلى زيادة وعيهم البيئي، وترغيبهم في نشر الثقافة البيئية إعلامياً مع المجتمع المحيط بهم.

أهمية الدراسة:

تعد المنظومة الإعلامية بكل وسائلها ومضامينها شريك فاعل وأساسى في قضايا البيئة ومشكلاتها، فهي المنوطة بدمجها في أجندة اهتمامات الرأى العام، وهى القادرة على نشر تلك القضايا محلياً ودولياً، ولعب دور مؤثر في إقناع الجمهور بتداعياتها السياسية والاقتصادية والاجتماعية، خاصة في الدول النامية التى تعاني مشكلات بيئية متعددة،

باتت ذات تأثير واضح يهدد مجالات التنمية المستدامة، وخلقت وضعاً مأزوماً في ظل انتشار الجهل بها مجتمعياً، نتيجة لعدم تناول الإعلام المناسب أو الكافي لها، وأيضاً غياب التواصل بين مؤسسات الإعلام ومراكز الدراسات والبحوث الإعلامية، للإفادة من نتائجها في التعرف على ردود فعل الجمهور وكيفية استجاباته على المضامين البيئية المقدمة إعلامياً، ومدى نجاح هذه المضامين في خلق الوعي البيئي المطلوب، إنطلاقاً من نتائج علمية مدققة لهذه الدراسات، تطرح بدورها رؤى وأفكاراً مستحدثة، وتقدم أبنية معرفية للتطوير، وكيفية الاستفادة من المضامين المقدمة في نشر ثقافة البيئة، وخلق الإدراك والوعي لدى الجمهور بمتطلباتها، فما تواجهه البيئة اليوم من مشاكل له علاقة بمحدودية الإجراءات المجتمعية وتأثيراتها على المنظومة الإعلامية، ودورها في التفاعل والتعامل مع القضايا البيئية، إرتباطاً بالأدوار والوظائف الثقافية والاجتماعية والاقتصادية في المجتمع عامة، لذلك تتحدد أهمية هذه الدراسة في تناولها لعدد من مفاهيم وقضايا البيئة في إطار من مهارات التربية الإعلامية باستخدام منهج التجريب، اعتماداً على تقديم برنامج للتربية الإعلامية يهدف إلى التعريف بالبيئة المحيطة ومشكلاتها وعلاقتها بمجالات التنمية المستدامة، وتسعى محدداته الإعلامية إلى التوعية غير المباشرة، والإقناع وتقديم المفاهيم البيئية النظرية بأساليب وقوالب فنية جذابة، تتناسب وسمات وخصائص عينة الدراسة من جمهور عمال النظافة ذوي المستوى الثقافي والتعليمي المحدود، بهدف حثهم على التعرض والإدراك الانتقائي للمضامين البيئية الإعلامية، وزيادة معلوماتهم وتحسين سلوكهم البيئي، بما يتفق مع متطلبات حماية البيئة، وتعزيز اتجاهاتهم نحو احترام تشريعات المحافظة عليها بوزع داخلي منهم، وتشجيع السعي إلى تطويرها وتحسينها، والمشاركة في إيجاد حلول واقعية لمشكلاتها، وطرح رؤى وأفكار لكيفية تناولها ونشرها إعلامياً، تحقيقاً لزيادة الوعي العام لديهم، ذلك أن أهمية التربية الإعلامية لاتقف عند كونها عنصراً أساسياً في بناء الوعي البيئي ونشر مفهوم التنمية المستدامة فحسب، بل إن أهميتها تتعدى ذلك بنشر ثقافة الكوارث والأزمات، وبناء قدرات التكيف لدى الإنسان لمواجهتها مواجهة عقلانية، إنطلاقاً من الوظائف الإعلامية الأساسية المتمثلة في الإعلام، التعليم، التنقيف، الطمأنة ومحاربة الشائعات، إضافة إلى التأثير والإقناع.

الأخلاق الخضراء والمسئولية الإعلامية البيئية: فعالية برنامج للتربية الإعلامية في زيادة الوعي البيئي لدى عينة من المهتمين اجتماعياً: دراسة شبه تجريبية على عينة من عمال النظافة بدار الأوبرا المصرية

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة الحالية إلى قياس هدف رئيس هو أثر المتغير المستقل (برنامج التربية الإعلامية المقدم)، على المتغير التابع (زيادة الوعي البيئي لدى عينة من عمال النظافة العاملين بدار الأوبرا المصرية، ومدى اكتسابهم لمهارات التربية الإعلامية البيئية المصممة في البرنامج)، بالتطبيق على مجموعتين أحدهما ضابطة والأخرى تجريبية، باستخدام القياس القبلي البعدي على المجموعتين، للتعرف على مدى فعالية البرنامج المقدم، وتحقيقه لأهدافه العامة والفرعية، من خلال تضمين البرنامج عدد من المفاهيم البيئية النظرية، متمثلة في (البيئة الطبيعية، التلوث بأنواعه، التصحر، ترشيد الإستهلاك، الموارد البيئية الدائمة، التوازن البيئي، الحلول المناسبة لمشكلات البيئة)، في إطار من اكتساب وتوظيف مهارات التربية الإعلامية بمجالاتها المعرفية والوجدانية والسلوكية، بما يزيد من درجات الوعي البيئي لدى المجموعة التجريبية، ويكسبهم مجموعة من مهارات التربية الإعلامية البيئية، ويتيح مشاركتهم في إنتاج مضمون إعلامي بيئي (نشرة أخبار متخصصة عن البيئة)، وإنطلاقاً من هذا الهدف تسعى الدراسة إلى قياس عدة أهداف فرعية هي:

الأهداف الفرعية للدراسة:

- 1- استكشاف مدى معرفة الباحثين - عينة الدراسة (المجموعتين الضابطة والتجريبية)- ببعض المفاهيم البيئية المقدمة في وسائل الإعلام المختلفة، وكيفية تناولها إعلامياً، من خلال الاختبار القبلي .
- 2- التعرف على مدى اكتساب- عينة الدراسة (المجموعة التجريبية) للمفاهيم البيئية النظرية، ومهارات التربية الإعلامية المتضمنة في برنامج التربية الإعلامية البيئية المقدم لهم.
- 3- تحليل نواتج ومخرجات التعلم المكتسبة من قبل الباحثين (عينة المجموعة التجريبية) بعد تطبيق البرنامج المقترح للتربية الإعلامية البيئية.
- 4- رصد تأثيرات الأبعاد المعرفية، الوجدانية والسلوكية للبرنامج- موضوع الدراسة-في توظيف مهارات التربية الإعلامية المقدمة للباحثين (عينة المجموعة التجريبية)، لزيادة وعيهم البيئي من خلال نسب الكسب التي تم تحقيقها على الأهداف العامة و الفرعية للبرنامج المقدم.

الأخلاق الخضراء والمسئولية الإعلامية البيئية: فعالية برنامج للتربية الإعلامية في زيادة الوعي البيئي لدى عينة من المهتمين اجتماعياً: دراسة شبه تجريبية على عينة من عمال النظافة بدار الأوبرا المصرية

٥- قياس مدى فعالية برنامج التربية الإعلامية المقدم في تحسن مستوى الوعي البيئي، واكتساب المهارات المطلوبة لدى المبحوثين (عينة المجموعة التجريبية)، بتطبيق الاختبار البعدي على عينة الدراسة المجموعتين (الضابطة والتجريبية)، ومقارنة ماتم التوصل إليه من نتائج قدياً وبعدياً.

٦- تقييم حجم تأثير البرنامج المقدم على أداء عينة الدراسة (المجموعة التجريبية)، بعد شرح البرنامج وإكسابهم مهارات التربية الإعلامية البيئية، وإنتاجهم محتوى إعلامي بيئي متخصص (نشرة أخبار بيئية متخصصة).

الدراسات السابقة:

تنوعت الدراسات الإعلامية التي تناولت أبعاداً متنوعة للعلاقة بين الإعلام والوعي البيئي، ومنها ما تناول المحتوى الإعلامي البيئي وتأثيراته في وسائل الإعلام عامة، بينما ركزت دراسات أخرى على وسيلة بعينها في تناول سواء الصحف، الإذاعة والتلفزيون، حملات التوعية، وسائل الإعلام الإلكترونية (الإعلام الجديد)، كذلك الرسوم المتحركة كقالب فني متخصص، وتستعرض الدراسة الحالية ماتناولته هذه الدراسات السابقة من خلال العرض التالي :

أ- الدراسات التي تناولت وسائل الإعلام والوعي البيئي :

دراسة ⁽¹⁾ Miyase Christensen, Annika E Nilsson (2018) التي هدفت إلى دراسة العلاقة الأصلية بين كل من وسائل الإعلام وتقنياتها التكنولوجية والتحديات الناشئة عن التغيير البيئي (النفائات الإلكترونية مثلاً)، وأكدت نتائج الدراسة على ضرورة التكامل بين كل من وسائل الإعلام الحديثة وبحوث الاتصالات والاتصال البيئي، لما لها من دورٍ فاعلٍ في التحليلات الثقافية والسياسية والاقتصادية والجغرافية، باعتبارها نقاط مضيئة وإرشادية في توضيح الآثار المترتبة على مسألة النفائات الإلكترونية من خلال دراسة الأدوار المختلفة التي تلعبها وسائل الإعلام في تقديم وسرد المحتوى البيئي إعلامياً، أخذاً في الاعتبار المتغيرات الجيوسياسية، إضافة إلى دورها في تحقيق التواصل البيئي من خلال إلقاء الضوء على مجموعة واسعة من الممارسات الاجتماعية، وإبرازها للمواقف الشعبية تجاه قضية النفائات الإلكترونية (من الكتابة على الجدران (جرافيتي)، إلى الاحتجاجات إلى التمثيلات الرمزية بالتلفزيون)، وتأكيداً على دورها كوسيطٍ فاعلٍ في القضايا ذات الأهمية البيئية، من خلال الاهتمام بالنقد البيئي

الأخلاق الخضراء والمسئولية الإعلامية البيئية: فعالية برنامج للتربية الإعلامية في زيادة الوعي البيئي لدى عينة من المهتمين اجتماعياً: دراسة شبه تجريبية على عينة من عمال النظافة بدار الأوبرا المصرية

وتأثيرات وسائل الإعلام على كل من الجمهور وصناع القرار السياسي، وانطلقت دراسة (٢٠١٨) **Anil Kumar Jharotia** من محور دور وسائل الإعلام في تعزيز الوعي البيئي، مشيرةً إلى ماسببه الإنسان من دمار للبيئة التي يعيش فيها بما أصبح يمثل مشكلة كبيرةً على المستوى الدولي (تلوث الماء والهواء مثلاً)، وخلصت الدراسة إلى أهمية استخدام وسائل الإعلام التقليدية في التواصل، مؤكدةً دورها في خلق الوعي البيئي بين الناس عامةً، واعتمدت الدراسة على منهج "دراسة حالة للتناول الإعلامي لقضية بيئية هامة مرتبطة بأحدث الخطوات التي اتخذتها حكومة الهند لتعزيز الصرف الصحي "Swachhha Bharat Abhiyan" والتي حققت نجاحاً من خلال الجهود الموحدة للحكومة والإعلام، وجاءت دراسة **Foxwell-Norton, K. and Lester, L. (2017)** باستخدام منهج "دراسة الحالة" للتعرف على دور وسائل الإعلام في تبنى حملة حفظ التراث العالمي للحاجز المرجاني "The Great Barrier Reef" الذي يعد من أكثر المناطق البيئية الأسترالية شهرةً في قائمة التراث العالمي لمنظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة (اليونسكو)، وسعت الدراسة إلى التعرف على دور وسائل الإعلام في تبنى ونشر أفكار حملة "Save the Reef"، التي استمرت خلال الستينيات والسبعينيات وأبرزت التهديدات الناجمة عن التصنيع السريع، وكيفية استغلال الموارد الطبيعية دون الإضرار بالبيئة، وأشارت نتائج الدراسة إلى نجاح هذه الوسائل في السنوات الأخيرة في نشر أفكار ومعلومات "موقع التراث العالمي في خطر" بين أفراد الجمهور على الرغم من تأثير تدهور الظروف الاقتصادية على البيئة، وكيفية إشراك الجمهور وواضعي السياسات في هذه الحملات من خلال تمثيل التهديدات وإيصالها إلى فئات جماهيرية متنوعة، إنطلاقاً من قدرة وسائل الإعلام على التأثير والإقناع في نشر وتبنى السياسات طويلة الأجل للحفاظ على البيئة، وهو ما أيدته نتائج دراسة **Ajaero, I. D., Okoro, N. M. and Ajaero, C. K. (2016)** التي سعت إلى التعرف على دور وسائل الإعلام في تغطية أحداث فيضان عام ٢٠١٢ و الذي اعتبر الأكثر دماراً في تاريخ نيجيريا، حيث أثر سلبيًا على 33 من أصل 36 ولاية في البلاد، لذلك سعت الدراسة إلى قياس اتجاهات وآراء الجمهور حول التغطية الإعلامية لوسائل الإعلام عن فيضان عام ٢٠١٢، من خلال دراسة وصفية ميدانية باستخدام استبيان منظم لجمع البيانات من ٣٠٠ أسرة في المجتمعات الريفية في ولايتي الدلتا وأنامبرا، وأظهرت النتائج الإحصائية تلقي أكثر من ٧٥٪ من المبحوثين معلومات عن الفيضان من الراديو أو التلفزيون، كما أشارت

النتائج إلى أن التقارير الصحفية الجماهيرية عن الفيضان لم تكن فعالة بشكل عام في التأثير على موقف الجمهور، وأيدت النتائج أهمية دور وسائل الإعلام في تقديم معلومات شاملة وإجراءات فعالة يسهل الوصول إليها من قبل السكان المتضررين من الفيضانات، وتأكيداً على أهمية الدور الآني للتغطية الإعلامية لأحداث وقضايا البيئة من خلال الحملات الإعلامية المكثفة، جاءت دراسة نور الدين مبنى (2014)⁽⁵⁾ وسعت الدراسة إلى الكشف عن أهم المشاكل التي تعاني منها البيئة، والدور الإعلامي الذي تقوم به مؤسسات حمايتها في ظل التطور الصناعي والنشاط الاقتصادي الذي تنتهجه، باعتبارها من أهم المواضيع الأنوية التي تحتاج إلى توعية الأفراد وتزويدهم بالمعلومات البيئية واكتسابهم اتجاهات إيجابية نحو البيئة تمكّنهم من درء المشاكل البيئية، وركزت نتائج الدراسة على المكانة التي أعطيت للإعلام والاتصال في إطار الإستراتيجيات التنموية الوطنية، من أجل معرفة مدى تكاتف جهود الوزارة والمؤسسات الخاصة بحماية البيئة، وكذا الجمعيات والإعلام من أجل المحافظة على البيئة، من خلال التعرف على إستراتيجيات الحملات الإعلامية الممنهجة، ومعرفة دور وسائل الإعلام في ترسيخ ثقافة الوعي البيئي، وتأكيداً على أهمية التوعية البيئية باستخدام وسائل الإعلام أشارت دراسة عبد السلام غرابي (2013)⁽⁶⁾ والتي اهتمت بواقع البيئة في الجزائر عموماً، ومدينة المسيلة خصوصاً، إلى أن التوعية البيئية تعتبر من أهم العناصر الفعالة في التعامل مع المشاكل البيئية المختلفة التي تواجه أغلب المجتمعات، ولا يتأتى ذلك إلا بنشر المفاهيم البيئية من خلال الجهات الفاعلة (الأسرة، المحيط، المدرسة، الجهات الرسمية، وأكدت نتائجها أن وسائل الإعلام أحد المقومات الأساسية في الحفاظ على البيئة لدورها في نشر الوعي البيئي واكتساب المعرفة ونقلها، إضافة إلى إستعداد الجمهور نفسه للتفاعل معها، لنشر القيم الجديدة الخاصة بحماية البيئة أو الدعوة للتخلي عن سلوكيات ضارة بها، كما أثبتت نتائج الدراسة أن الإعلام البيئي لم يحقق النجاحات المرجوة منه خاصة في الدول النامية، لجملة من الأسباب والمشاكل يمكن تقسيمها إلى قسمين: مشاكل موضوعية عامة تواجه إعلام الدول النامية عموماً، ومشاكل ذاتية خاصة بالإعلام البيئي، ترتبط بالخصائص المميزة لهذا الإعلام، مؤكدةً على ضرورة تفعيل دور وسائل الإعلام خاصة الحكومية منها في تناول التشريعات البيئية، ودعم الوعي البيئي، وهي النتائج التي توصلت لها أيضاً دراسة .⁽⁷⁾ Singh Seema (٢٠١٢) التي ركزت على أهمية تناول الاهتمامات البيئية واستكشاف دور الوسائط الإعلامية في إدارة البيئة، باعتبار وسائل

الأخلاق الخضراء والمسئولية الإعلامية البيئية: فعالية برنامج للتربية الإعلامية في زيادة الوعي البيئي لدى عينة من المهتمين اجتماعياً: دراسة شبه تجريبية على عينة من عمال النظافة بدار الأوبرا المصرية

الإعلام واحدة من أهم العوامل الكامنة وراء معرفة المشاكل البيئية، حيث يمكنها الوصول لأكبر عددٍ من الجماهير من ناحية، كذلك طريقة عرضها المتنوعة والجذابة للعديد من القضايا البيئية، إضافة إلى إمداد الجماهير بالمعلومات حول القضايا البيئية حتى يتمكنوا من معرفتها وتبادل الرأي حولها، سواء كان ذلك من خلال مشاهدتها على التلفزيون أو الاستماع إليها على الراديو، وكذلك قراءة مقالات الصحف أو المنشورات المكتوبة الأخرى التي تتناول القضايا البيئية، وأكدت نتائج الدراسة على أهمية إدراج التلفزيون والأخبار المطبوعة والبريد الإلكتروني والإنترنت للمساعدة في تعزيز الأخلاق "الخضراء" وزيادة الوعي البيئي، باعتبار وسائل الإعلام جزءاً لا يتجزأ من الوجود الإنساني، ونقلها التجارب التي تسمح لأعضاء المجتمع بمشاركة خبراتهم ومعرفتهم، وفهم بعضهم البعض، وتكوين رأى عام جمعي يتعدى الحدود المحلية إلى العالمية، لتعزيز الوعي بقضايا البيئة التي تمثل تجربة إنسانية يشترك فيها العالم أجمع.

ب- دراسات تناولت دور الصحف في نشر الوعي البيئي :

وإدراكاً للدور الفاعل للصحافة كواحدة من وسائل الإعلام المؤثرة في المجتمع، اهتمت العديد من الدراسات الإعلامية بإبراز دورها في تنمية الوعي البيئي لدى الجمهور ومن هذه الدراسات:

دراسة **إفتخار عبدالله شاكر (2018)** (8) التي هدفت إلى معرفة دور وسائل الإعلام ومنها الصحف والمجلات على وجه الخصوص، في نشر التوعية البيئية بين المواطنين من أجل توسيع دائرة الثقافة والوعي بالمضامين البيئية، والوسائل الكفيلة بخلق وتأسيس بيئة نظيفة وسليمة خالية من عوامل التلوث، وانطلقت الدراسة من فرض رئيس بوجود فروق دالة إحصائية بين الدرجات التي يحصل عليها القراء من المجموعة التجريبية في مقياس التنور البيئي قبل وبعد قراءتهم لما جاء بالصحف لصالح التطبيق البعدي، في إطار دراسة شبه تجريبية إلى جانب إجراء دراسة استطلاعية تحليلية علي مجموعتين من الأعداد الصحفية، حيث استخدمت استمارة تحليل محتوى (شكل - مضمون) لتحليل الموضوعات المطروحة و المرتبطة بمشكلات البيئة في جريدة كوردستاني نوي اليومية، وجريدة و لير اليومية، إضافة إلى تطبيق أحد مقاييس التنور علي مجموعة من الجمهور من قراء الصحف عينة الدراسة وعددهم ٣٠ فرداً، اختيروا عشوائياً للتعرف علي مدي تنورهم البيئي، وأكدت النتائج أن تنمية التنور البيئي في صحف الدراسة جاءت في المرتبة

الأخلاق الخضراء والمسئولية الإعلامية البيئية: فعالية برنامج للتربية الإعلامية في زيادة الوعي البيئي لدى عينة من المهتمين اجتماعياً: دراسة شبه تجريبية على عينة من عمال النظافة بدار الأوبرا المصرية

الأولى، مع تعدد وتنوع الأنماط والأشكال الصحفية في عرض المواضيع البيئية في الصحف -عينة الدراسة- والمتضمنة لتنمية التنوير البيئي، كما أشارت إلى أن الإعلام البيئي لم يحظ بإقبال الكثير من الإعلاميين، لأن طبيعة المشكلة البيئية لا تشكل سبباً صحفياً إلا إذا تعلق بكارثة بيئية أو بأضرار فادحة ناتجة عن التلوث، فضلاً عن عدم تشجيع القائمين على المؤسسات الإعلامية الصحفيين ودفعهم للخوض في مجال البيئة، كما أيدت النتائج صحة الفرض الرئيس للدراسة بوجود فروق ذات دلالة إحصائية على مقياس زيادة التنوير البيئي للعينة لصالح التطبيق البعدي، بما يثبت فعالية تأثير المعالجة الصحفية على تنمية التنوير البيئي لدى الجمهور، وسعيًا لإلقاء الضوء على المعالجة الإعلامية الصحفية لقضايا البيئة، جاءت دراسة **نزيهة وهابي (2017)**⁽⁹⁾ من خلال الوقوف على التطور التاريخي لهذه المعالجة، والعوامل المؤثرة فيها، والنتائج المترتبة عليها، باستخدام المنهج التاريخي التتبعي، بالإضافة إلى تحليل الأساليب التي تعتمدها الصحافة المكتوبة في تناولها لهذه القضايا، وأخيراً قياس دور الصحافة المكتوبة في معالجة القضايا البيئية والمشاكل التي تواجهها، وأظهرت النتائج أن الدور الذي تلعبه الصحافة يعتبر أحد المقومات الأساسية في الحفاظ على البيئة، حيث يعمل المضمون المقدم على نشر المفاهيم والقيم البيئية لترويجها وترسيخ الأسس المصطلحية والأخلاقية للبيئة، كما يسعى إلى تحقيق الوعي وتنمية الحس البيئي لدى كل متلقي للرسالة الإعلامية البيئية، وهدفت دراسة **جيهان محمد محمد المرسى (2017)**⁽¹⁰⁾ إلى تنمية القيم والمهارات البيئية لدى المرأة العربية، بالتعرف على مدى معالجة مجلات المرأة العربية للقضايا البيئية المتضمنة لمحاور قضايا التلوث داخل المنزل، التلوث الغذائي، وإهدار الموارد والإدارة الآمنة للمخلفات، وقامت الدراسة بتحليل المضمون البيئي المقدم في ثلاث مجلات عربية (حواء، سيدتي، وزهرة الخليج)، إضافةً إلى تصميم أربعة نماذج بيئية مقترحة بعنوان "حياة البيئة"، لتنمية قدرة المرأة العربية على التعرف على بيئتها المحيطة ومكوناتها، وإيجاد حلول بيئية للمشكلات اليومية التي تواجهها، مع تطبيق مقياسين للقيم والمهارات البيئية على عينة من القارئات (٥٠ مفردة من القارئات من مصر، وبعض البلاد العربية) قبلياً وبعدياً، باستخدام دراسة شبه تجريبية، لتتحقق صحة فروض الدراسة بوجود فروق ذات دلالة إحصائية لمقياسي القيم والمهارات البيئية للمجموعة التجريبية لصالح القياس البعدي، كما أظهرت النتائج بوضوح تأثيراً إيجابياً للنماذج البيئية الأربعة على المكون القيمي والمهارى البيئي في التطبيق البعدي، ورصدت

الأخلاق الخضراء والمسئولية الإعلامية البيئية: فعالية برنامج للتربية الإعلامية في زيادة الوعي البيئي لدى
عينة من المهتمين اجتماعياً: دراسة شبه تجريبية على عينة من عمال النظافة بدار الأوبرا المصرية

دراسة أشرف محمد عبد المنعم (٢٠١٦)^(١١) أبعاداً لتحقق التنور البيئي لدى القراء في مصر من خلال الصحف، في إطار دراسة تحليلية مقارنة لمحتوى جريدتي "الأهرام ويكلي" و"الهيرالد تريبون" الدوليتان، إعتماً على منهج المسح في شقه التحليلي، ودراسة شبه تجريبية لتطبيق مقياس التنور البيئي على مفردات عينة الدراسة (٣٠ مفردة من القراء)، وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين التطبيق القبلي والبعدي لمقياس التنور البيئي على قراء جريدة "الأهرام ويكلي" لصالح التطبيق البعدي للمقياس، كما وجدت وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين التطبيق القبلي والبعدي لمقياس التنور البيئي على قراء جريدة "الهيرالد تريبون" لصالح التطبيق البعدي للمقياس، إضافة على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات التطبيق القبلي والبعدي لدرجات عينة الدراسة على اختبار المعرفة البيئية، بينما أشارت النتائج إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات التطبيق القبلي والبعدي لدرجات عينة الدراسة على مقياس الاتجاهات البيئية، وانطلقت دراسة **نزيهة وهابي** (٢٠١٥)^(١٢) من فرضية مؤداها أن وسائل الإعلام و منها الصحف والمجلات على وجه الخصوص، تلعب دوراً كبيراً في نشر التوعية البيئية بين المواطنين عامة والأطفال بشكل خاص، من أجل توسيع دائرة الثقافة و الوعي بالمضامين البيئية و الوسائل الكفيلة بخلق وتأسيس بيئة نظيفة و سليمة خالية من عوامل التلوث، وأكدت نتائج الدراسة أن من بين ما يقع على هذه الوسائل من مسؤوليات هي تنمية الوعي والانطباع المبكر لدى شريحة الأطفال بأهمية الحفاظ على البيئة، وأن الإعلام في مجال البيئة يعد أحد المقومات الأساسية في بناء هذا الوعي، و نقل الخبرات و المعارف و التقنيات الجديدة الخاصة بحماية البيئة، و غرس القيم التي تدعو للتخلي عن السلوكيات الضارة بها، وأيدت النتائج دور الإعلام في تشكيل قوى ضاغطة لحث أصحاب القرار على انتهاج سياسة إنمائية متوازنة تخدم البيئة، و تحافظ على مواردها الطبيعية و تمنع تدهور هذه الموارد جراء الاستغلال العشوائي و غير المبرمج لها، وباستخدام المنهج المقارن في كيفية تناول البيئي في بعض الصحف المصرية والفرنسية، انطلقت دراسة **الشيماة عبد الإله عبد الحميد** (2015)^(١٣) مما أكدته نتائج العديد من المؤتمرات الدولية المعنية بالبيئة على أهمية وسائل الإعلام ودورها الأساسي في التربية، حيث أقر مؤتمر تبليسي (1977) ضمن فعالياته على أن وسائل الإعلام مثل الصحافة والإذاعة والتلفزيون بحكم مرونتها وقوة نفاذها، هي وسائل ممتازة من حيث بلوغها جماهير عريضة ومتنوعة من السكان،

الأخلاق الخضراء والمسئولية الإعلامية البيئية: فعالية برنامج للتربية الإعلامية في زيادة الوعي البيئي لدى عينة من المهتمين اجتماعياً: دراسة شبه تجريبية على عينة من عمال النظافة بدار الأوبرا المصرية

ومن حيث وصولها إلى بعض الفئات الاجتماعية التي تظل خارج النشاط التعليمي، وتعد الصحافة واحدة من أهم وسائل الإعلام الجماهيرية الفاعلة في توصيل الرسالة، وتتبع أهميتها من اتصال يومي ومباشر مع الجمهور، بنقل الخبر والرأي والتحليل والصورة إلى القارئ، ومن خلال دراسة استطلاعية لبعض الصحف المصرية وأخرى فرنسية، أظهرت النتائج وجود تباين في تناول القضايا البيئية (شكلاً ومضموناً) بين الصحافة العربية والأجنبية، لاختلاف الثقافة وزيادة الوعي لدى المجتمعات الأجنبية وتقدمها، وسعت الدراسة إلى إجراء تحليل للمحتوى على جريدتي الأهرام والجمهورية المصريتين، ولوفيجارو ولوموند الفرنسيين لمدة عام من يناير ٢٠٠٩ حتى ديسمبر ٢٠٠٩، اعتماداً على استمارة تحليل محتوى القضايا البيئية التي تناولتها هذه الصحف من حيث الشكل والمضمون، و إعداد قائمة بأهم القضايا البيئية، وجاءت أهم نتائج الدراسة مؤكدةً وجود اختلاف دال احصائياً بالمشكلات المعروضة في الجرائد المصرية مقارنة بالمشكلات المعروضة بالجرائد الفرنسية، وتقارب نسب المعالجة في القضايا المختلفة في نطاق كل صحيفة من الصحف، والتي تختلف باختلاف مكان الجريدة واهتماماتها، إلا أنه في القضايا المشتركة مثل التلوث، والإحتباس الحراري، وقضايا المناخ، تتفاوت نسبة المعالجة لصالح جريدتي لوموند ولوفيجارو الفرنسيين، واعتماد الصحف الفرنسية بصورة واضحة على الأسلوب المباشر في معالجة القضايا البيئية مقارنة بالمصرية بما يخدم الصحف الفرنسية في تناول القضايا البيئية، واستهدفت دراسة خالد محمد محسن (2015)⁽¹⁴⁾ رصد واقع معالجة الصحف المسائية المصرية والتي تصدر بصفة دورية وهي: صحف المساء، والمسائية والأهرام المسائي، للقضايا البيئية والتنمية، والتعرف على رأي القائمين بالاتصال وتصوراتهم للمستقبل، واتجاهات جمهور القراء نحو القضايا البيئية، والتنمية، وإيجاد تصورات عملية لتطوير وتحديث تناول الاعلامي بما يستوعب كافة أبعاد التنمية المستدامة، بهدف إحداث تأثير إيجابي لدى القراء، يكفل اتخاذ قرارات تدعم وتنمي المواطنة البيئية بمختلف عناصرها ومجالاتها، واستخدمت الدراسة ثلاثة مناهج هي: المنهج المسحي، المنهج المقارن، والمنهج شبه التجريبي، اعتماداً على أداة تحليل المضمون، الاستبيان، المقابلات الحرة، و الملاحظة العلمية، إضافة إلى مقياس اتجاهات الجمهور، وكشفت الدراسة أن الصحف المسائية في حاجة لإستراتيجية شاملة لتطوير المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة والتنمية، تضمن تطويراً شاملاً لكافة عناصر الرسالة الإعلامية، وتحديث آليات وأنماط التناول، وتغيير السياسة التحريرية والاعتماد

الأخلاق الخضراء والمسئولية الإعلامية البيئية: فعالية برنامج للتربية الإعلامية في زيادة الوعي البيئي لدى عينة من المهتمين اجتماعياً: دراسة شبه تجريبية على عينة من عمال النظافة بدار الأوبرا المصرية

علي التخطيط العلمي، كما أوضحت النتائج قلة اهتمام صحف الدراسة بعناصر وأبعاد المواطنة البيئية، وهو ما اتضح جلياً من خلال نتائج الدراسات الميدانية لتحليل المضمون، والقائم بالاتصال والجمهور، وكشفت الدراسة عن وجود معوقات مهنية وإدارية ساهمت في ضعف الرسالة الصحفية بصفة عامة، والبيئية بصفة خاصة، والتي تتطلب قدراً من التأهيل والاحترافية والتدريب، ولم تطرح صحف الدراسة رؤية عميقة لفهم مشكلات البيئة والتنمية المستدامة بصورة شاملة ومتكاملة، تؤدي لبلورة خطة قومية، ولم تسهم بفعالية في خلق رأي عام وصياغة تشريعات عصرية عملية لمواجهة هذه المشكلات، وكشفت نتائج الدراسة التجريبية عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات المجموعتين الضابطة والتجريبية من القراء على مقياس اتجاهات "المواطنة البيئية" بكافة محاوره في التطبيق البعدي لصالح المجموعة التجريبية، مما يدل على أن الاهتمام بالإعداد الجيد والتخطيط للرسالة وإشراك الجمهور يسهم في تحقيق فعالية الرسالة وفي تغيير اتجاهات القراء، وكشفت نتائج دراسة القائم بالاتصال عن وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين السمات والخصائص المهنية للقائمين بالاتصال وزيادة معدل المعوقات التي تؤثر في شكل ومضمون الرسالة الإعلامية البيئية بالصحف المسائية، وتقدمت دراسة **نسرین أحمد الليمونی (2014)⁽¹⁵⁾**، بإطار مقترح لمعالجة قضايا البيئة في مجلة الشباب وأثره على تنمية المسئولية البيئية لدى الشباب، والدراسة وصفية تحليلية، اعتمدت على تحليل محتوى مجلة الشباب، وكانت أبرز نتائجها القصور في تناول الموضوعات البيئية، بحيث أنها لم تتناول موضوعاً بيئياً واحداً طوال سنة التحليل، في حين أنها قدمت تنوعاً في الموضوعات الاجتماعية دون التطرق لأي من الجوانب البيئية، كذلك اهتمت الدراسة بإجراء مقابلاتٍ متعمقة مع عددٍ من المسؤولين والخبراء لتطوير المجلة، وعددٍ من المقابلات مع بعض الشباب من صحفيي المجلة، وأظهرت نتائج هذه المقابلات مؤشراتٍ منها: افتقار مجلة الشباب للجانب البيئي، مع عدم الاهتمام بتنمية المسئولية البيئية التي تقع على عاتق الشباب، والإكتفاء باستخدام الجوانب الاجتماعية المتنوعة المطروحة على الساحة، دون تناول المسئولية البيئية بالعمق أو بالطريقة المناسبة، لذا سعت الدراسة إلى إعداد إطار مقترح يركز على الجوانب البيئية التي تنمى السلوك والاتجاه الإيجابي نحو حل المشكلات البيئية، وتطبيقه في إطار المنهج شبه التجريبي على عينة من الشباب (٤٠٠ مفردة)، وتطبيق مقياس المسئولية البيئية على كلٍ من المجموعتين الضابطة والتجريبية قبلياً وبعدياً، وقد أظهرت النتائج وجود فروق دالة إحصائية لصالح المجموعة

الأخلاق الخضراء والمسئولية الإعلامية البيئية: فعالية برنامج للتربية الإعلامية في زيادة الوعي البيئي لدى عينة من المهتمين اجتماعياً: دراسة شبه تجريبية على عينة من عمال النظافة بدار الأوبرا المصرية

التجريبية التي قرأت المجلة المقترحة، مما كان له أثره على تنمية المسؤولية البيئية بقدر أكبر عليهم من المجموعة الضابطة، وأوصت الدراسة بضرورة تضمين مفاهيم وقضايا البيئة ضمن محتوى مجلة الشباب لانتشار قرائها بين هذه الفئة الهامة من فئات المجتمع.

ج- الدراسات التي تناولت الإذاعة والتلفزيون ونشر الوعي البيئي :

وحول دور وتأثير الإذاعة والتلفزيون في نشر الوعي البيئي، أمكن رصد الدراسات التالية:

دراسة إيمان مصطفى كامل (٢٠١٧)^(١٦) التي تناولت فعالية تصور مقترح بإذاعة الشباب والرياضة لتنمية بعض أبعاد المسؤولية البيئية لدى الشباب، من خلال دراسة تطبيقية تحليلية ميدانية، عمدت إلى تحليل مضمون عينة من البرامج المذاعة على شبكة الشباب والرياضة الإذاعية (ثلاثة برامج) لتقييم أبعاد المسؤولية البيئية في هذه البرامج، إدراكاً لأهمية هذه الشبكة المتخصصة في مخاطبة جمهورها المستهدف من الشباب الذي يمثل قطاعاً جماهيرياً هاماً، وانطلاقاً من الدور الحيوي الذي يمكن أن تقوم به الإذاعة في نشر مفاهيم وقضايا البيئة، بما ينمي وعي الشباب ويزيد من شعورهم بالمسؤولية تجاه بيئتهم، وذلك بتطبيق مقياس ميداني للمسئولية البيئية على عينة عمدية من الشباب (٣٠٠ مفردة)، من المتابعين للفعاليات الرياضية والكروية، وسعت الدراسة إلى تقديم تصور مقترح لبرنامج بيئي، يهدف إلى تناول القضايا البيئية المجتمعية، وأكدت النتائج قلة الاهتمام بتقديم ما يتعلق بالبيئة وقضاياها في إذاعة الشباب والرياضة، وإن كانت الإذاعة بشكل عام تمثل واحدة من مصادر المعلومات التي يعتمد عليها الشباب في الحصول على المعلومات البيئية، واهتمت دراسة ملاك علي جمعة (٢٠١٧)^(١٧) بالتعرف على دور بعض القنوات الفضائية في تنمية القيم البيئية لدى الجمهور، وهي دراسة شبه تجريبية، اعتمدت على استمارة تحليل محتوى لعدد من البرامج الإخبارية التلفزيونية، إضافة إلى إعداد مقياس للقيم البيئية، تم تطبيقه على عينة الدراسة (٤٦ مفردة)، وتوصلت النتائج إلى ضعف معالجة القيم البيئية بالبرامج عينة الدراسة، كذلك عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات الدرجات التي حصل عليها أفراد العينة على مقياس القيم البيئية قبل وبعد مشاهدتهم للبرامج المختلفة، وهو ما يشير إلى عدم فاعلية هذه البرامج في تنمية القيم البيئية لدى المشاهدين، وحول مدى فعالية دور البرامج البيئية بشبكة صوت العرب الإذاعية، هدفت دراسة علي محمد إسماعيل (٢٠١٦)^(١٨) إلى التعرف على دور البرامج

الأخلاق الخضراء والمسئولية الإعلامية البيئية: فعالية برنامج للتربية الإعلامية في زيادة الوعي البيئي لدى عينة من المهتمين اجتماعياً: دراسة شبه تجريبية على عينة من عمال النظافة بدار الأوبرا المصرية

البيئية بشبكة صوت العرب في تنمية المسؤولية البيئية لدى الشباب المصري، من خلال دراسة وصفية تحليلية ميدانية، بتحليل مضمون برامج البيئة المذاعة على شبكة صوت العرب الإذاعية، إضافة إلى تطبيق استمارة استبيان على عينة من الشباب قوامها (٢٠٠ مفردة) من طلبة جامعتي القاهرة وعين شمس، وتوصلت الدراسة لعددٍ من النتائج أهمها الدور الهام للإذاعة المسموعة في نشر المضامين البيئية، والتوعية بقضايا البيئة المختلفة، وسعيها الدائم لنشر الوعي البيئي، وفي المقابل أظهرت الدراسة الميدانية انخفاض مستوى الوعي البيئي لدى مفردات العينة، وعدم معرفتهم بالقوانين والتشريعات البيئية، وأرجعت الدراسة هذا التدهن المعرفي لدى الشباب إلى عوامل ترتبط بمناهج التعليم من جهة، ودور الأسرة وجمعيات حماية البيئة من جهة أخرى، وطالبت الدراسة بضرورة إدخال الثقافة البيئية في كل المناهج الدراسية، إضافةً إلى إعطاء البرامج البيئية الإذاعية مزيداً من الاهتمام لتأدية دورها في نشر الوعي البيئي بين الجمهور، ولأهمية الدور الذي تلعبه القنوات الفضائية المتخصصة في نشر الوعي البيئي سعت دراسة هبه أحمد السيد (2015)⁽¹⁹⁾ إلى التعرف على دور القنوات الفضائية الزراعية في تنمية المعارف و المهارات البيئية وسبل العيش لدي مزارعي محافظة شمال سيناء، في إطار دراسة وصفية (تحليلية، شبه تجريبية) باستخدام استمارة تحليل محتوى للبرامج الزراعية على قناة مصر الزراعية، في إطار دورة إذاعية في الفترة من (أكتوبر- نوفمبر - ديسمبر) ٢٠١٤، بالإضافة إلى استمارة استبيان تم تطبيقها على (١٠٠) مزارع من محافظة شمال سيناء، وقد تم تقسيمهم إلى مجموعتين أحدهما (تجريبية) والأخرى (ضابطة)، وأوضحت نتائج الدراسة التحليلية مدى اهتمام البرامج المختارة بتناول القضايا الزراعية، قياساً إلى إجمالي الموضوعات التي تناولتها، كما تعددت أهداف الفقرات المقدمة من خلال هذه البرامج، ومنها هدف المعرفة والتوعية، تنمية المهارات البيئية، تنمية سبل العيش، بالترتيب على التوالي، بما يعكس مدى الاهتمام بتنوع الأهداف وعدم الإكتفاء بعرض المعلومات البيئية الزراعية فقط، وذلك باستخدام عددٍ من القوالب الفنية المتنوعة، منها الحوار في المرتبة الأولى، ثم قالب الحديث المباشر الذي يعد من أسهل وأبسط الأشكال البرمجية المحببة في التلفزيون، ويتناسب أيضاً مع طبيعة القضايا البيئية الزراعية، كما أيدت النتائج صحة فروض الدراسة شبه التجريبية بوجود علاقة دالة بين العمر والمعرفة البيئية لصالح المجموعة التجريبية، كما أشارت النتائج إلى وجود علاقة دالة بين المعارف البيئية ومتغير المستوى التعليمي لصالح عينة الدراسة التجريبية، إضافةً إلى وجود فروق ذات

الأخلاق الخضراء والمسئولية الإعلامية البيئية: فعالية برنامج للتربية الإعلامية في زيادة الوعي البيئي لدى عينة من المهتمين اجتماعياً: دراسة شبه تجريبية على عينة من عمال النظافة بدار الأوبرا المصرية

دلالة إحصائية بين متوسط درجات المجموعة التجريبية والمجموعة الضابطة لصالح المجموعة التجريبية في مقياس المعارف البيئية الزراعية، ومقياس المهارة البيئية الزراعية، وكذلك مقياس سبل العيش، بما يؤكد الدور الفاعل للبرامج الزراعية في التوعية والإرشاد الزراعي، وأهميتها في زيادة الوعي البيئي بين المزارعين، وانطلقت دراسة (20) **Bolderdijk JW, Gorsira M, Keizer K, Steg L (2013)** من فرضية مؤداها أن إعلام الجمهور بالنتائج السلبية لكيفية تفاعلهم مع البيئة يزيد الاتجاهات والسلوكيات المؤيدة للبيئة، واعتمدت الدراسة على المنهج التجريبي في إثبات هذه الفرضية، بدعم من نتائج دراسات سابقة، تشير إلى أن الإعلام البيئي قد ينجح في تحسين معرفة الناس بالنتائج البيئية السلبية لأفعال الشخص، ولكن هذه المعرفة لن تكتسب قوة تحفيزية إذا كان الناس لا يعتبرون حماية البيئة قيمة شخصية مهمة، وفي إطار التجربة تم قياس الفروق الفردية في أولويات القيمة، بعرض فيلم تسجيلي على المشاركين، يصور العواقب البيئية السلبية لاستخدام المياه المعبأة في زجاجات بلاستيكية، وسلبيات هذا الاستخدام، وأكدت النتائج أن الفيلم البيئي قد زاد من معرفة المبحوثين بالآثار البيئية السلبية للمياه المعبأة في زجاجات بلاستيكية، ولكن هذه المعرفة أسفرت فقط عن تغييرات مصاحبة في الاتجاهات، وقبول السياسات ذات الصلة بين المشاركين الذين أيدوا بقوة قيم التعامل الإيجابي مع البيئة المحيطة، بينما لم يحقق الفيلم التأثير المطلوب على أولئك الذين يهتمون أقل بالبيئة، وعلى الرغم من ذلك أشارت النتائج إلى أن الإعلام البيئي قد لا ينجح دائماً في التأثير بشكل مباشر على المستفيدين الأقل وعياً بالبيئة، إلا أنه يحقق آثاراً مفيدة، إذ يجعل أولئك الذين يهتمون بشدة بالبيئة أكثر ميلاً للعمل وفقاً لقيمهم.

د- الدراسات التي تناولت وسائل الإعلام الإلكترونية ونشر الوعي البيئي :

وانطلاقاً من انتشار وسائل الإعلام الإلكترونية (الإعلام الجديد) سعت العديد من الدراسات إلى قياس دورها في نشر الوعي البيئي ومنها الدراسات التالية:

دراسة **جيهان عطا (2018)** (21) التي تناولت ظاهرة التناول البيئي على المواقع الإلكترونية للصحف باعتبارها ظاهرة إعلامية جديدة مرتبطة بثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، ومن خلالها فتحت آفاقاً عديدة وأصبحت أسهل وأقرب لمتناول المواطن، مما أدى إلى ظهور إعلام جديد تفاعلي يستخدم الصوت والصورة، من خلال الوسائط المتعددة Multimedia مثل الفيديوهات، التسجيلات الصوتية، أو بث الحدث مباشرةً

الأخلاق الخضراء والمسئولية الإعلامية البيئية: فعالية برنامج للتربية الإعلامية في زيادة الوعي البيئي لدى عينة من المهتمين اجتماعياً: دراسة شبه تجريبية على عينة من عمال النظافة بدار الأوبرا المصرية

على الموقع الإلكتروني للمؤسسة الصحفية، بما يسهم في زيادة الوعي البيئي للجمهور معرفياً ووجدانياً وسلوكياً، وسعت الدراسة إلى التعرف على واقع المعالجة الإعلامية للقضايا البيئية في بعض المواقع الصحفية وأثرها على تنمية المسؤولية البيئية لدى الجمهور، من خلال دراسة وصفية تحليلية تجريبية، لتحليل المحتوى الإعلامي للقضايا البيئية بالمواقع الإلكترونية الصحفية (بوابة الأهرام الإلكترونية، موقع اليوم السابع الإلكتروني، بوابة الوفد الإلكترونية)، واستطلاع رأى عينة عشوائية من الجمهور (٤٥٠ مفردة) حول ما تقدمه هذه المواقع، مع تطبيق مقياس المسؤولية البيئية، واستخدام المنهج المقارن للوقوف على مدى تناول كل موقع من مواقع الصحف الثلاث للقضايا البيئية، واستخدام المنهج التجريبي لقياس أثر التناول على تنمية المسؤولية البيئية لدى الجمهور، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: تنوع القوالب الصحفية التي تناولت المضمون البيئي ما بين الخبر، التقرير، والتحقيق أو ما اصطلح على تسميته (الملفات)، وخلصت نتائج تطبيق مقياس المسؤولية البيئية إلى وجود فروق دالة بين القياسين القبلي والبعدي لصالح القياس البعدي، في تأكيد على الدور الفاعل الذي يمكن أن تلعبه هذه المواقع على زيادة الوعي البيئي لدى الجمهور، وزيادة إحساسه بمسئوليته تجاه البيئة وقضاياها، وسعياً إلى التعرف على استخدام Facebook في تنمية المفاهيم والاتجاهات البيئية لدى عينة من الشباب الجامعي، جاءت دراسة هبة صلاح محمد (٢٠١٨) (٢٣) وهي دراسة وصفية، اعتمدت على منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني، بتطبيق استمارة الاستبيان على عينة من الشباب الجامعي (٤٠٠ مفردة) في كلٍ من التعليم الحكومي والخاص، وكانت أبرز نتائجها زيادة درجة متابعة المبحوثين للصفحات البيئية عبر موقع Facebook، حيث أنها تمد الجمهور بقدر هائل من المعلومات عن البيئة ومواردها، وتعمل على تعزيز اتجاهاتهم الإيجابية نحو البيئة، إضافةً لسهولة الوصول إليها وتحديث ماتقدمه من معلومات بشكل مستمر، كما أظهرت النتائج التحليلية لعددٍ من صفحات Facebook المهتمة بالشؤون البيئية، أنها تقدم تنوعاً في المعلومات البيئية، وتسعى إلى إمداد الجمهور بالمفاهيم والقضايا البيئية ذات الاهتمام محلياً ودولياً، واتفقت مع نتائج الدراسة السابقة، دراسة راشد بن هادي راشد (٢٠١٨) (٢٣) والتي هدفت إلى التعرف على دور الإعلام الجديد في توعية الشباب بقضايا البيئة، خاصة منصات الإعلام الجديد التي يرى الشباب في رسائلها توعية بيئية، والمعوقات التي تحد من فاعلية الإعلام الجديد في تنمية الوعي البيئي، وأهم المقترحات التي تزيد من فاعلية الإعلام الجديد في تنمية هذا الوعي،

الأخلاق الخضراء والمسئولية الإعلامية البيئية: فعالية برنامج للتربية الإعلامية في زيادة الوعي البيئي لدى عينة من المهتمين اجتماعياً: دراسة شبه تجريبية على عينة من عمال النظافة بدار الأوبرا المصرية

والدراسة وصفية اعتمدت منهج المسح في شقه الميداني، بتطبيق استمارة استبيان على عينة قوامها (220 مفردة) من الشباب السعودي، وتوصلت الدراسة لمجموعة من النتائج كان أبرزها: أهمية دور الإعلام الجديد في توعية الشباب بقضايا البيئة، في ضوء وجود عددٍ من المعوقات تمثلت في (افتقار بعض وسائل الإعلام الجديد للموضوعية والحيادية في مناقشة قضايا البيئة، كما أن معظم القضايا البيئية المعروضة في وسائل الإعلام الجديد لا تقدم حلولاً فعالة)، و أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات أفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغيرات العمر، المستويات التعليمية، والاهتمام بمتابعة مواقع التواصل الاجتماعي، وكشفت النتائج عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات أفراد عينة الدراسة لصالح المهتمين بقضايا البيئة، وقدمت عينة الدراسة عدداً من المقترحات التي تزيد من فاعلية الإعلام الجديد في تنمية الوعي البيئي، وتمثلت أبرز هذه المقترحات في الآتي (الاستفادة من التقنيات الجديدة من قبل الجهات الحكومية، إيجاد حسابات بيئية متخصصة تتبع الجهات الرسمية)، وسعت دراسة (Büscher, B. (2016) وهي دراسة استكشافية إلى التعرف على تطبيقات الويب ٢.٠ وتطبيقات الوسائط الاجتماعية، التي تسمح للناس بمشاركة المحتوى البيئي عبر الإنترنت، ومشاركته في إنشاء المحتوى وتقييمه، باعتبارها طرق جديدة مهمة لمنظمات الحفاظ على البيئة، للوصول إلى الجماهير وللأفراد والمنظمات المعنية لتكون "صديقة للبيئة"، وانطلقت الدراسة من فرضية أن هذه الديناميات ترتبط بالمتغيرات السياسية والاقتصاد السياسي للحفاظ على الطبيعة، من خلال تطوير مفهوم "الطبيعة ٢.٠" والبناء على الأفكار التجريبية السابقة، وأكدت نتائجها بأن الأنشطة عبر الإنترنت تحفز وتعقد التنوع البيولوجي وتطرحه في إطار من الأفكار الخدمية، كما تساعد على إعادة تخيل الأفكار والمثل العليا والتجارب حول الطبيعة "البكر"، من خلال استكشاف الآثار المترتبة على تقديم هذه المضامين، وعلاقتها بالعديد من المواضيع الرئيسية في الدراسات الإعلامية الجديدة، كما دعت إلى توفير اللبنة الأساسية لمزيد من التحقيقات في "عالم الطبيعة ٢.٠"، وتأثيرات الوسائط الجديدة على ديناميات الطبيعة البشرية بشكل أوسع، وتبلورت دراسة إيناس على سعد (2016) (25) في تساؤل رئيس حول دور مجلات الأطفال الإلكترونية في نشر الوعي البيئي لدى الطفل المصري، للوقوف على طرق استخدام المجلات الإلكترونية من قبل الأطفال، من خلال دراسة وصفية، اعتمدت على منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني بتحليل مضمون عينة من المجلات الإلكترونية، وتطبيق

الأخلاق الخضراء والمسئولية الإعلامية البيئية: فعالية برنامج للتربية الإعلامية في زيادة الوعي البيئي لدى عينة من المهتمين اجتماعياً: دراسة شبه تجريبية على عينة من عمال النظافة بدار الأوبرا المصرية

استمارة استبيان على عينة عشوائية من الأطفال قوامها (٤٠٠ مفردة) في مرحلة الطفولة المتأخرة، وأكدت النتائج مدى إمكانية توظيف مجلات الأطفال الإلكترونية في العمل على نشر الوعي البيئي، خاصة ما أبرزته النتائج من حرص غالبية مفردات العينة على تبادل ونشر المعلومات المقدمة عن البيئة إلكترونياً، سواءً في رفع صور تتعلق بالبيئة، عرض فيديو، تبادل أخبار وأحياناً كتابة مقالات، وأشارت نتائج الفروض إلى وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور والإناث في مقياس الوعي البيئي، بينما لم تتحقق صحة الفرض الخاص بوجود فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات ذوى التعليم الخاص والحكومي على نفس المقياس، وتناولت دراسة شفيقة مهري (2016) (26) الإعلام البيئي الإلكتروني عبر موقع Face book كوسيلة هامة وفعالة في إحداث عملية التنمية المستدامة، بدراسة مدى تأثير الحملات الإعلامية البيئية المستمرة وانتشار ثقافة التنمية المستدامة والوعي البيئي، عبر دراسة استكشافية للإعلام الجديد "تحديداً عبر موقع face book"، ورصد الاهتمام بموضوع البيئة والتوعية البيئية به، واستطلاع نماذج الصفحات البيئية والجمعيات البيئية الناشطة بموقع face book كنموذج للإعلام الاجتماعي البيئي الإلكتروني، وأكدت النتائج مساهمة هذه الأنشطة الإعلامية في نشر الثقافة والوعي البيئي، لتحقيق التنمية المستدامة والحفاظ على حقوق الأجيال القادمة، كذلك اتفقت نتائج دراسة **Rahim, Mariwan & Jalaladeen, Jwan.** (2016) (27) التي انطلقت من فرضية مؤداها أن وسائل التواصل الاجتماعي قد نمت بسرعة كبيرة كنوع من أدوات الاتصال عبر الإنترنت، بما سمح للمستخدمين عبر العالم بالتعليقات، والمشاركة ووضع مقاطع الفيديو والصور، والمنشورات على الشبكة الاجتماعية بمعدل ملحوظ، وبعد أن أصبحت القضايا البيئية تدريجياً مصدر قلق في جميع أنحاء العالم، أصبح من الضروري مساهمة وسائل الإعلام بشكل عام، ووسائل التواصل الاجتماعي خاصة في زيادة الوعي البيئي لدى الجماهير المستهدفة، وهدفت الدراسة إلى معرفة دور وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية البيئية للطلاب الجامعيين، الطلاب في مؤسسات التعليم العالي مثلاً، وأثبتت نتائج الدراسة أن زيادة الوعي البيئي عبر استخدام Face book، يأتي في المرتبة الرابعة، وأن النسبة الغالبة من مفردات الدراسة تعتمد على وسائل التواصل الاجتماعي في الحصول على الوعي البيئي، وجزئياً حاولوا نشر أو مشاركة منشورات الوعي البيئي على وسائل التواصل الاجتماعي كنشاط فردي، علاوةً على ذلك، يحتل موقع Facebook المرتبة الأولى، و يأتي يوتيوب في المرتبة الثانية،

الأخلاق الخضراء والمسئولية الإعلامية البيئية: فعالية برنامج للتربية الإعلامية في زيادة الوعي البيئي لدى عينة من المهتمين اجتماعياً: دراسة شبه تجريبية على عينة من عمال النظافة بدار الأوبرا المصرية

وكل من Instagram، و Twitter في المرتبة الثالثة و الرابعة على التوالي كمستوى أولوية ذات أهمية بيئية للطلاب، وفي نفس السياق جاءت دراسة هبة عبد العزيز أبوسريع (٢٠١٦)^(٢٨) وسعت إلى التعرف على فاعلية استخدام الإعلام البديل (Face book) في تنمية المواطنة البيئية لدى مجموعة من الشباب، في إطار المنهج شبه التجريبي، والمنهج الوصفي التحليلي، بالتجريب على ثلاث مجموعات من الشباب البالغين على موقع التواصل الاجتماعي Face book، وأثبتت النتائج وجود فروق إحصائية دالة بين متوسطات الدرجات للمجموعات الثلاث لصالح التطبيق البعدي على المجموعة التجريبية فيما يتعلق بصفحات Face book، ومقياس المواطنة، ودعت الدراسة إلى أهمية تطوير صفحات متخصصة بشئون البيئة على Face book، وتضمينها أبعاد المواطنة البيئية بطريقة أكثر تفاعلية من خلال التطبيقات الحديثة، ولما أصبح الاستديو الافتراضي واحداً من أساليب الإعلام البديل، هدفت دراسة طلال عبد الهادي أحمد (٢٠١٦)^(٢٩) إلى تنمية الوعي البيئي والمهارات البيئية لدى تلاميذ المرحلة المتوسطة في دولة الكويت من خلال استخدام الاستديو الافتراضي، وعرض عددٍ من القضايا والمشكلات البيئية (التلوث البيئي، المحافظة على التنوع الحيوي، المحافظة على الطاقة وتنميتها)، وذلك بإعداد وتصميم البرنامج القائم على استخدام الاستديو الافتراضي في التعلم متضمناً مرحلة ما قبل الإنتاج، ومرحلة الإنتاج، ومرحلة ما بعد الإنتاج، إضافة إلى إعداد مقاييس أحدهما للوعي البيئي، والثاني للمهارات البيئية، لتطبيقهما من خلال دراسة شبه تجريبية، على عينة قوامها (٣٠ تلميذ) بالصف التاسع بالمرحلة المتوسطة بدولة الكويت، وجاءت نتائج الدراسة لصالح القياس البعدي، بما يثبت نجاح وفعالية البرنامج المقترح والقائم على استخدام الاستديو الافتراضي كوسيلة تعليمية، كما أبرزت النتائج زيادة فهم عينة الدراسة وإدراكهم لعددٍ من القضايا البيئية، وابتكارهم لعددٍ من الحلول للمشاكل البيئية المطروحة، وفي تأطير نظري حول الفجوة المعرفية بين الطبقات الاجتماعية في الحصول على المعلومات من خلال وسائل الإعلام الإلكتروني في مجال تغطية أخبار الكوارث البيئية، انطلقت دراسة (30) Madianou, M. (2015) من فرضية الدور الفاعل للإعلام التكنولوجي في نشر المعلومات وخدمة الإنسانية "التكنولوجيا الإنسانية"، والتي تشير إلى الاستخدامات والتطبيقات التمكينية للتكنولوجيات التفاعلية من قبل المتضررين من الكوارث، بالاعتماد على "الإثنوغرافيا" أي الدراسة الوصفية لطريقة وأسلوب الحياة لشعب من الشعوب أو مجتمع من المجتمعات على المدى الطويل، (تعافي المجتمعات

الأخلاق الخضراء والمسئولية الإعلامية البيئية: فعالية برنامج للتربية الإعلامية في زيادة الوعي البيئي لدى عينة من المهتمين اجتماعياً: دراسة شبه تجريبية على عينة من عمال النظافة بدار الأوبرا المصرية

المتضررة من إعصار هايان الذي ضرب الفلبين في عام ٢٠١٣ مما أدى إلى استجابة إنسانية هائلة مثلاً)، وقدمت الدراسة تقييماً أساسياً لدور وسائل التواصل الاجتماعي في كيفية التغلب على الآثار المدمرة للكوارث إنسانياً بشكل خاص، بتساؤل رئيس حول ما إذا كانت هناك نتائج إيجابية مرتبطة باستخدام الوسائط الرقمية موزعة بالتساوي بين المشاركين الأفضل حالاً والمهمشين اجتماعياً، وكشفت النتائج عن التفاوتات الرقمية الحادة التي تحدد أوجه التفاوت الاجتماعي القائمة، وأثبتت أن بعض المشاركين الأثرياء لديهم القدرة على الوصول إلى مشهد إعلامي غني، يمكنهم من خلاله جني فوائد كبيرة في كثير من الأحيان، تساعدهم في التغلب على هذه الآثار المدمرة، بينما يعاني المشاركون من ذوي الدخل المنخفض من نقص في الحصول على المعلومات والمشاركة الإيجابية، مع تقلص فرص وسائل الإعلام الاجتماعية، بما يمثل تعمقاً في التفاوتات الاجتماعية، بالتالي فإن عدم المساواة الرقمية يمكن أن يؤدي إلى تضخيم أوجه عدم المساواة الاجتماعية التي تؤدي إلى "كارثة محتملة من الدرجة الثانية"، وهو ما ينبأ عن كوارث مستديمة إنسانياً يمكن أن تتجاوز آثار الكارثة الطبيعية.

هـ- الدراسات التي تناولت الرسوم المتحركة ودورها في نشر الوعي البيئي:

تعتبر الرسوم المتحركة واحدة من القوالب الفنية التي تعتمد إلى الإنسلاخ عن الواقع، وتخلق واقعها الخاص بها، ولها دورها المؤثر على الجمهور، لذا سعت بعض الدراسات إلى استكشاف دورها في نشر الوعي البيئي وقياس تأثيرها على الجمهور ومن هذه الدراسات:

دراسة هبة عبد الفتاح (2018)⁽³¹⁾ التي هدفت إلى التعرف على دور المسلسلات الكرتونية المصرية والأجنبية في تنمية الوعي البيئي لدى الطفل المصري، من خلال دراسة وصفية، اعتمدت على تحليل محتوى عينة من المسلسلات الكرتونية من حيث الشكل (الشخصيات المتحركة - اللغة المستخدمة - البعد المكاني - الخلفيات - اللون)، والمضمون (الهدف - القضية البيئية - عناصر العرض - مصدر المعلومة)، إضافة إلى دراسة شبه تجريبية، على عينة من الأطفال المصريين في الفئة العمرية من ٤-٦ سنوات، باستخدام مقياس للوعي البيئي، وأكدت نتائج الدراسة أن درجة وعي الطفل - ما قبل المدرسة - تعتمد على ما يقدم له من خلال المسلسلات الكرتونية، وأبرزت النتائج الدور الهام للمسلسلات الكرتونية، ومدى تأثيرها على الأطفال وتشكيل سلوكياتهم ووعيهم

الأخلاق الخضراء والمسئولية الإعلامية البيئية: فعالية برنامج للتربية الإعلامية في زيادة الوعي البيئي لدى عينة من المهتمين اجتماعياً: دراسة شبه تجريبية على عينة من عمال النظافة بدار الأوبرا المصرية

البيئي، وفي إطار التعرف على دور الإعلانات البيئية الكارتونية في تنمية المفاهيم والسلوك البيئي لدى عينة من الأطفال، قدمت شيماء خيرى عبد البديع (2018)⁽³²⁾

دراسة وصفية، باستخدام منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني، إضافة إلى دراسة شبه تجريبية، باستخدام استمارة تحليل محتوى لعينة من الإعلانات البيئية الكارتونية المذاعة على قنوات MBC مصر، وMBC3، والقناة الأولى المصرية، وتصميم مقياس للسلوك البيئي، وتصميم اختبار للمفاهيم البيئية، للتطبيق على عينة من الأطفال (١٢٠ مفردة) في الفئة العمرية من (٨-١١) سنوات، باستخدام المجموعتين الضابطة والتجريبية، وأظهرت النتائج وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات أطفال المجموعة التجريبية قبل التعرض للإعلانات البيئية الكارتونية وبعد التعرض لصالح التطبيق البعدي، دون فروق دالة بين الذكور والإناث من مفردات العينة، مع وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات الأطفال في كل من التعليم الحكومي ومدارس اللغات في التطبيق البعدي لصالح أطفال مدارس اللغات.

التعقيب على الدراسات السابقة:

١- بمراجعة التراث العلمي السابق لموضوع الدراسة يتضح اهتمام بعض الدراسات الأجنبية وعدد هائل من الدراسات العربية بتناول ظاهرة الإعلام البيئي، يأتي ذلك في إطار اهتمام المجتمع الإنساني بنشر ثقافة البيئة ومفاهيمها، والرغبة في زيادة الوعي المجتمعي المحلي والدولي بمشكلاتها، وتفعيل آليات لمواجهة وحل هذه المشكلات، وصولاً إلى تعزيز اتجاهات إيجابية بين أفراد المجتمع والمؤسسات الحكومية ومنظمات المجتمع المدني تخدم مجالات البيئة، وترقى بها إلى مستويات أفضل من التنمية المستدامة، ومن هذه الفرضية سعت الدراسات الإعلامية العربية والأجنبية السابقة إلى بحث ودراسة التناول الإعلامي لموضوعات البيئة من خلال أطر معرفية بيئية متنوعة منها (نشر المفاهيم البيئية، التحديات الناشئة عن التغيير البيئي، تعزيز الوعي البيئي، حملات حفظ التراث العالمي، تغطية الكوارث البيئية، التطور التاريخي للمعالجات البيئية في وسائل الإعلام، تنمية القيم والمهارات البيئية، التربية البيئية، المواطنة البيئية، وتنمية المسؤولية البيئية)، وفي هذا السياق لاحظت الباحثة تنوعاً هائلاً في الدراسات العربية السابقة وإن تشابهت موضوعاتها- مقارنة مع الدراسات الأجنبية، وربما يرجع ذلك إلى اختلاف الثقافة المجتمعية بين الدول المتقدمة والنامية

الأخلاق الخضراء والمسئولية الإعلامية البيئية: فعالية برنامج للتربية الإعلامية في زيادة الوعي البيئي لدى عينة من المهتمين اجتماعياً: دراسة شبه تجريبية على عينة من عمال النظافة بدار الأوبرا المصرية

بشكل عام، والتي تعكس بدورها زيادةً في الوعي البيئي لدى المجتمعات المتقدمة، وتعامل إيجابي مع معطيات البيئة ومشكلاتها، وتضافر للجهود المجتمعية في إطار يشمل كل المؤسسات المعنية، يؤكد ذلك موضوعات الدراسات الإعلامية الأجنبية- المختلفة عن مثيلاتها العربية- في تناول ظواهر بيئية مستجدة منها (التخلص الآمن من النفايات الإلكترونية، طريقة التغطية الإعلامية للكوارث والأزمات البيئية، واستخدام تطبيقات الويب، Multi Media ووسائل التواصل الاجتماعي لخلق قادة رأى محليين للتوعية بالأزمات والكوارث البيئية).

2- رصدت الدراسة الحالية أطراً نظرية إعلامية، اعتمدت عليها الدراسات السابقة في تناولها البحثي منها: الإطار الاجتماعي والنفسي، المسؤولية الاجتماعية، محتوى الرسالة واستراتيجيات الإقناع، إضافةً إلى المدخل الجيوسياسي /إعلامي، والأنثوغرافيا، كما تنوعت النطاقات الإقليمية للدراسات لتشمل: الهند، باكستان، الفلبين، السعودية، الكويت، العراق، الجزائر، نيجيريا، استراليا، مصر بما يعكس اهتماماً دولياً وإقليمياً بقضايا البيئة، وإدراكاً لدور وسائل الإعلام وفعاليتها في نشر وتعزيز المشاركة المجتمعية البيئية على المستوى الإنساني محلياً وإقليمياً ودولياً.

3- سعت الدراسات السابقة إلى التعرف على دور وسائل الإعلام -التقليدي منها والجديد- في إطار مدخل خصائص كل وسيلة، وجمهورها المستهدف، وأدواتها في التأثير والإقناع بقضايا البيئة.

4- وتنوعت المناهج التي اعتمدت عليها الدراسات السابقة، سواءً بالاعتماد على منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني، أو باستخدام أحدهما فقط، منهج دراسة الحالة، المنهج المقارن بين التناول الإعلامي لقضايا البيئة في وسائل إعلام عربية وأجنبية (الصحافة العربية والأجنبية مثلاً)، منهج التطور التاريخي، والمنهج شبه التجريبي، لتتنوع تلك الدراسات ما بين استطلاعية، سببية، وصفية وشبه تجريبية، إضافةً إلى تصميم أدوات منهجية للقياس، تنوعت بين استمارات تحليل المضمون، الاستبيان، مقاييس التنور البيئي، وصحفٍ ورقية من تصميم الباحثين أنفسهم، تهدف إلى زيادة الوعي البيئي لدى مفردات العينة، إضافةً إلى مقاييس استراتيجيات الحملات الإعلامية الممنهجة.

الأخلاق الخضراء والمسئولية الإعلامية البيئية: فعالية برنامج للتربية الإعلامية في زيادة الوعي البيئي لدى عينة من المهتمين اجتماعياً: دراسة شبه تجريبية على عينة من عمال النظافة بدار الأوبرا المصرية

٥- ركزت غالبية الدراسات السابقة على عينة الشباب، خاصة التي تناولت الإعلام البيئي في وسائل التواصل الاجتماعي وMultimedia، إنطلاقاً من نتائج سابقة تشير إلى أن فئة الشباب هي الأكثر استخداماً لوسائل التواصل الاجتماعي ومستجدات التكنولوجيا الرقمية، وتناولت دراسات أخرى عينات عشوائية من الجمهور العام، بينما ركزت بعض الدراسات السابقة على جمهور نوعي كالمراة والطفل (الطفولة المتأخرة والمراهقة)، ومزارعي شمال سيناء مثلاً.

٦- أكدت نتائج الدراسات السابقة أهمية دور وسائل الإعلام التقليدية في خلق الوعي البيئي، ونشر مفاهيم البيئة بين القطاعات الجماهيرية، على اختلاف مستوياتها الثقافية والتعليمية، العمرية والاقتصادية والاجتماعية، كمتغيرات وسيطة لها تأثيرها على تلقى الرسالة الإعلامية والتأثر بها، وأشارت إلى أهمية التكامل بين وسائل الإعلام الجديدة وبحوث الاتصال والاتصال البيئي، وأثبتت النتائج أن الإعلام البيئي لم يحقق النجاحات المرجوة منه لخدمة البيئة في الدول النامية - خاصة من خلال وسيلة الصحافة - معللة ذلك بأن الإعلام البيئي لم يحظ بإقبال كثير من الإعلاميين، لأن طبيعة المشكلة البيئية لا تشكل سبباً إعلامياً إلا إذا تعلق بكارثة بيئية أو أضرار فادحة للبشرية، كما أكدت النتائج أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يسهم في إدارة البيئة، وتعزيز ظاهرة "الأخلاق الخضراء"، ونقل التجارب بين أفراد المجتمع لمشاركة خبراتهم مع آخرين على نطاق واسع، وتعزيز الوعي البيئي، وإتاحة الفرصة لمنظمات الحفاظ على البيئة لإنشاء صفحات متنوعة للمحتوى البيئي، والوصول إلى عدد أكبر من الجماهير والأفراد والمنظمات لتكون "صديقة للبيئة"، مع التأكيد على أهمية إدخال الثقافة البيئية في كل المناهج الدراسية.

وقد أفادت الباحثة من اطلاعها على هذا التنوع البحثي للدراسات السابقة، وسعت من خلال هذه الدراسة إلى تناول الإعلام البيئي في إطار مدخل اجتماعي معرفي للتربية الإعلامية، لزيادة الوعي البيئي لدى عينة من المهتمين اجتماعياً من عمال النظافة -ذوى التعليم المحدود- من جهة، والذين ترتبط طبيعة عملهم مباشرةً بالبيئة من جهة أخرى، وتمثل اتجاهاتهم وسلوكياتهم نحو البيئة هدفاً رئيساً، لزيادة وعيهم وتنمية جوانب المسؤولية البيئية لديهم، لامن خلال تقديم المعلومات والمفاهيم البيئية فحسب، ولكن بتشجيعهم على الفهم والتحليل والنقد للمضامين الإعلامية البيئية المقدمة، وممارسة دور القائم بالاتصال، وقا، القادر على إنتاج محتوى إعلامي بيئي متخصص، يمكن نشره بين

الأخلاق الخضراء والمسئولية الإعلامية البيئية: فعالية برنامج للتربية الإعلامية في زيادة الوعي البيئي لدى عينة من المهتمين اجتماعياً: دراسة شبه تجريبية على عينة من عمال النظافة بدار الأوبرا المصرية

زملائهم وأقرانهم على نطاق واسع، بشكل مباشر أو من خلال وسيلة إعلامية متاحة كالفيس بوك.

الإطار المعرفي للدراسة:

التربية الإعلامية ونشر ثقافة البيئة:

أصبحت التربية الإعلامية واحدة من أهم الأطر المعرفية التي تشغل باحثي ودارسي الإعلام، بعد أن أصبح الإعلام القوة الناعمة المسيطرة على العالم، عن طريق التسلية ونشر المعرفة، التعليم والتعلم، التوجيه والإرشاد، التنقيف وخلق الآراء والاتجاهات، مما جعل التربية بمفهومها العام وتطورها التدريجي تدخل في منافسة قوية مع وسائله ومضامينه المتنوعة، وأصبح الإعلام يملك النصيب الأكبر في التنشئة الاجتماعية، والتأثير والتوجيه، في ظل ثورة تكنولوجيا جعلت من الجمهور شريك فاعل ومتفاعل عبر وسائل التواصل الاجتماعي، لذا أصبح من الضروري أن يكون الجمهور المتلقى على درجة عالية من الوعي في تعامله مع وسائل الإعلام، فظهر مفهوم "التربية الإعلامية" في الدراسات الإعلامية - في أواخر الستينيات من القرن الميلادي الماضي- كدلالة على إمكانية استخدام الإعلام في التفكير النقدي الواعي من قبل الجمهور، وركز الخبراء على إمكانية استخدام أدوات الاتصال ووسائل الإعلام لتحقيق منافع تربوية ملموسة "كوسيلة تعليمية"، و بحلول السبعينيات الميلادية بدأ النظر إلى التربية الإعلامية على أنها تعليم من شأن الإعلام، وأنها "مشروع دفاع" يتمثل هدفه في حماية الجمهور من المخاطر التي استحدثتها وسائل الإعلام⁽³³⁾، وانصب التركيز على كشف الرسائل "المزيفة"، و"القيم غير الملائمة"، وتشجيع الجمهور المتلقى على رفضها وتجاوزها، ليتطور هذا المفهوم في السنوات الأخيرة، ويصبح "مشروع تمكين" أيضاً، يهدف إلى إعداد الجمهور لفهم الثقافة الإعلامية التي تحيط بهم، وحسن الانتقاء والتعامل معها، والمشاركة فيها بصورة فعالة ومؤثرة⁽³⁴⁾، وهو ما أكدته منظمة اليونسكو من خلال مجموعة من التقارير تشير إلى أهمية التربية الإعلامية وضرورة إعداد الجمهور للتعامل الواعي مع الوسائل الإعلامية المختلفة التقليدية منها والإلكترونية، في إشارة إلى أن الإعلام يملك سلطة مؤثرة على القيم والمعتقدات والتوجهات والممارسات، في مختلف الجوانب اقتصادياً وثقافياً واجتماعياً⁽³⁵⁾، وتشير التربية الإعلامية إلى:

الأخلاق الخضراء والمسئولية الإعلامية البيئية: فعالية برنامج للتربية الإعلامية في زيادة الوعي البيئي لدى عينة من المهتمين اجتماعياً: دراسة شبه تجريبية على عينة من عمال النظافة بدار الأوبرا المصرية

- ١- القدرات والعمليات العقلية التي تتضمن المعرفة والفهم والتذكر، والتحليل والتركيب والتقييم، لمساعدة المتلقى على فهم البيئة الإعلامية، وتحليل المضامين والحكم عليها.
- ٢- المجال الوجداني، والمشاعر والاتجاهات، والتذوق والقيم، وذلك بإثارة فضول المتلقى وجذب انتباهه، ومساعدته في تكوين الاتجاه الإيجابي للتعامل بفعالية مع الإعلام.
- ٣- المجال السلوكي، بالممارسة والإتقان والإبداع، وذلك لمساعدة المتلقى على المشاركة العملية في الإعلام عبر الحوار، والتعبير عن الذات، وإنتاج المضامين الإعلامية وبنائها⁽³⁶⁾.

وعلى صعيد آخر وفي إطار اهتمام الإعلام بنشر الثقافة عامة، ظهر مصطلح "الثقافة البيئية" ضمن العديد من الرسائل الإعلامية، باعتبارها مدخل أساسى للإدراك الصحيح لمشكلات البيئة الآن، إضافة لأنها تمثل مكون من مكونات شخصية الفرد، وتربيته التربوية السليمة، لخلق مواطن صالح لديه الضمير الداخلى الذى يجعله لا يضر بالبيئة، بل يجعله مواطناً إيجابياً يتعامل بصورة عاقلة ورشيده مع بيئته المحيطة، وقد اتفقت كافة التعريفات الخاصة بالثقافة البيئية على أنها:

- إدراك قائم على الإحساس بالبيئة.
- معرفة المشكلات البيئية من حيث الأسباب والآثار المترتبة عليها.
- معرفة العلاقات المتبادلة بين الإنسان والبيئة
- معرفة وسائل حل المشكلات البيئية⁽³⁷⁾.

بالتالى فإن الثقافة البيئية هى الخطوة الأولى فى تكوين الاتجاهات البيئية التى تتحكم فى سلوك الفرد، وتسهم فى تكوين وعيه البيئى، وتتطلب توافر جانبين هامين وهما الجانب المعرفى والجانب الوجدانى، أى توافر المعلومات والمعارف البيئية، كذلك خلق الشعور والاتجاه الإيجابى نحوها، وذلك من خلال تيسير المعرفة البيئية وكشف الحقائق المتصلة بها، وتوليد الحماس لدى الجمهور لإيجاد الحلول المناسبة لمشكلاتها⁽³⁸⁾، وهو الدور الذى يمكن لوسائل الإعلام القيام به، من خلال وسائله ورسائله المتنوعة التى تساعد على الإقناع بأهمية الحفاظ على موارد البيئة من التلوث والإهدار، والحث على المشاركة فى الحد من المشكلات البيئية والوقاية منها، وتعد المفاهيم البيئية مكوناً أساسياً من مكونات الثقافة البيئية، فهى تمثل قاعدة البناء المعرفى لهذه الثقافة، وتبنى على عدد كبير من

الأخلاق الخضراء والمسئولية الإعلامية البيئية: فعالية برنامج للتربية الإعلامية في زيادة الوعي البيئي لدى عينة من المهتمين اجتماعياً: دراسة شبه تجريبية على عينة من عمال النظافة بدار الأوبرا المصرية

الحقائق البيئية، لكنها تختلف عن تلك الحقائق في درجة العمومية، فالمفهوم البيئي أكثر عمومية ويتسم بالرمزية والتجريد، وهو تجميع لعددٍ من الحقائق البيئية، وتختلف دلالة المفهوم البيئي ومستواه باختلاف مستوى النضج العقلي للمتلقى، ودرجة تعليمه، ونوعية الخبرات السابقة المتوافرة لديه، وكذلك أنماط الثقافة السائدة في مجتمعه⁽³⁹⁾.

ومن أمثلة المفاهيم البيئية: المحيط الحيوي، البيئة الطبيعية، البيئة المشيدة والبيئة الاجتماعية، النظام البيئي، الموارد المتجددة، الموارد غير المتجددة، التوازن البيئي، التلوث البيئي، والتنوع الحيوي.

وتمثل هذه المفاهيم أنظمة معقدة من الأفكار الأكثر تجريداً، والتي لا يمكن بناؤها إلا بعد خبرات متعاقبة في مختلف المجالات، كما لا يمكن وضعها منعزلة عن بعضها البعض، ولكن من الضروري ربطها ونسجها في نسيج المحتوى كله، حتى تعطى معانٍ سليمة، لتمثل التنظيم الداخلي لخبرات الفرد ومكتسباته⁽⁴⁰⁾.

مميزات التربية الإعلامية كبرنامج في زيادة الوعي ونشر الثقافة البيئية:

تتميز التربية الإعلامية باعتمادها على مكونات معرفية، وجدانية ومهارية، تتيح تضمينها في برنامج منهيح، يتم تعليمه بسهولة للمتلقى وفقاً لسماته وخصائصه، ووفقاً لطبيعة الموضوع المراد تعليمه، لتنمية عددٍ من المهارات المكتسبة منها:

١- تعزيز الدافعية للتعلم :

ترتبط برامج التربية الإعلامية بشيء محسوس يتصل مباشرةً بحياة المتلقى اليومية، فيكون أدعى لإثارة انتباهه وتحفيزه لاكتشاف هذا المجال ومعرفة أسرارها، ومن ثم يمكن استخدامها بفاعلية في مجال نشر الثقافة البيئية وزيادة الوعي البيئي بين أفراد الجمهور المتلقى، وذلك بسبب خصوصية موضوعها ومجالها، بتعزيز مهارة الدافعية للتعلم لدى المتلقى⁽⁴¹⁾.

٢- الإقناع بتأثيرات الإعلام الإيجابية والسلبية والحاجة إليه:

إن التعرض للمضمون الإعلامي يتطلب إجادة مهارة النقد والتمييز بين الواقع والخيال، المعلومة والرأي، التفرقة بين المضمون الإيجابي والسلبي، والتعرف على إستراتيجيات الإقناع المستخدمة في هذه المضامين، خاصة وأن الإعلام يستغرق جزءاً كبيراً من حياة الإنسان في العالم المعاصر، وهو ما يتطلب تدريبه على مهارة التعامل الإيجابي

الأخلاق الخضراء والمسئولية الإعلامية البيئية: فعالية برنامج للتربية الإعلامية في زيادة الوعي البيئي لدى عينة من المهتمين اجتماعياً: دراسة شبه تجريبية على عينة من عمال النظافة بدار الأوبرا المصرية

مع الإعلام، وفهم رسائله وتحليلها ونقدها⁽⁴²⁾، واكتسابه الخبرات الخارجية عن الثقافات المتنوعة المقدمة إعلامياً، ومنها ثقافة البيئة، والتي يمكن تضمينها في برنامج متخصص للتربية الإعلامية، يسهم في زيادة الوعي البيئي للمتلقين، ويدفعهم إلى التلقى النشط للمضامين الإعلامية البيئية⁽⁴³⁾.

٣- مهارات التفكير العليا:

تساعد التربية الإعلامية المتلقى على اكتساب مهارات التفكير العليا، أو على الأقل إحساسه وشعوره بأهميتها، لأن الإعلام مجال خصب جداً لتفعيل مهارات التفكير، وهو يستدعي تعلم المهارات الآتية:

- مهارة التفكير الناقد: وهي مهارة أساسية في التربية الإعلامية، تعتمد على المعرفة والفهم، الإدراك الواعي، النقد والتحليل، ومرونة التفكير.
- مهارة التفكير الإبداعي: التي ترتبط بشكل وثيق بأحد مخرجات التربية الإعلامية، وهي التفكير خارج الصندوق، وطرح رؤى وأفكار إبداعية مميزة لإنتاج المضامين الإعلامية الجيدة والهادفة والمؤثرة⁽⁴⁴⁾.
- مهارة اتخاذ القرار: وترتبط بأحد مخرجات التربية الإعلامية، بدأ من اتخاذ قرار بالتعرض الإنتقائي وحسن الاختيار لما يتم مشاهدته من مضامين .
- مهارة حل المشكلات: يوفر منهج التربية الإعلامية حالات واقعية لتكون ميداناً لاستخدام مهارة حل المشكلات، ومنها التدريب على إيجاد حلول فاعلة لمشكلات البيئة⁽⁴⁵⁾.

٤- تعزيز الثقة بالنفس والروح الإيجابية:

تقدم التربية الإعلامية للمتلقى صورة شاملة عن البيئة الإعلامية، وتكشف له الكثير من أسرار تقدم صناعة الإعلام طبقاً لمبادئ التربية الإعلامية، وتساعد على تمكينه من استخدام أدوات ومهارات التعامل مع الإعلام، وهذا بدوره يؤدي إلى تعزيز ثقة المتلقى، وامتلاكه الروح الإيجابية للقيام بسلوك إيجابي، وهو ما يمكن الاستفادة منه في نشر ثقافة البيئة بمشاركة المجتمع المحلي والدولي في العديد من القضايا البيئية، وتشجيع العمل في جماعات صغيرة مع المناقشة والعصف الذهني لخلق الروح الإيجابية نحو المجتمع المحيط بالفرد بمشكلاته وقضاياها، في ضوء تعزيز ثقة المتلقى بنفسه، وخلق الحماس لديه ل طرح ومشاركة رؤى إيجابية ببناء مع الآخرين.

الأخلاق الخضراء والمسئولية الإعلامية البيئية: فعالية برنامج للتربية الإعلامية في زيادة الوعي البيئي لدى عينة من المهتمين اجتماعياً: دراسة شبه تجريبية على عينة من عمال النظافة بدار الأوبرا المصرية

٥- التعلم الذاتي :

تضع التربية الإعلامية البذرة الأساسية، والخطوة الأولى التي تتيح للمتلقى مواصلة التعلم في مجال معين بصفة ذاتية، ضمن منهجيات التعلم الذاتي، والتعلم مدى الحياة⁽⁴⁶⁾.

٦- وضوح نتائج التعلم:

تسعى برامج التربية الإعلامية إلى زيادة وعي المتلقى، وتنعكس نتائج التعلم على شخصيته وسلوكياته في الحياة اليومية، خاصة عند اعتماد البرنامج المقدم على تقديم النماذج الجيدة وتشجيع التعليم عن طريق النموذج^(4٧).

وفي إطار هذه المميزات يمكن القول أن الدراسة الحالية تسعى إلى تقديم برنامج للتربية الإعلامية البيئية، يهدف إلى زيادة الوعي البيئي، ويستهدف فئة مهمشة اجتماعياً وبحثياً، هي فئة عمال النظافة، بتقديم نموذج نظري / تطبيقي، ينمي قدراتهم ومهاراتهم في التعامل الإعلامي الجاد والواعي، على الإلمام بالشئون البيئية ومستجدات التنمية المستدامة، بفهم أساسي للقضايا البيئية الرئيسية التي تواجه العالم اليوم، وخلق الشعور بالمسؤولية الاجتماعية لمواجهة تحدياتها، وتشجيعهم للمساهمة بشكل إيجابي في بناء بيئة أكثر إستدامة.

فروض الدراسة :

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات المجموعتين الضابطة والتجريبية على مقياس التربية الإعلامية لزيادة الوعي البيئي بعدياً لصالح المجموعة التجريبية.

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في معدل التحسن بين متوسطات درجات المجموعتين الضابطة والتجريبية فيما يتعلق بالأهداف الفرعية لمقياس التربية الإعلامية لزيادة الوعي البيئي بعدياً لصالح المجموعة التجريبية.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات المجموعة التجريبية على مقياس التربية الإعلامية لزيادة الوعي البيئي قبلياً وبعدياً لصالح التطبيق البعدي.

الأخلاق الخضراء والمسئولية الإعلامية البيئية: فعالية برنامج للتربية الإعلامية في زيادة الوعي البيئي لدى عينة من المهتمين اجتماعياً: دراسة شبه تجريبية على عينة من عمال النظافة بدار الأوبرا المصرية

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في معدل التحسن بين متوسط درجات المجموعة التجريبية فيما يتعلق بالأهداف الفرعية لمقياس التربية الإعلامية لزيادة الوعي البيئي قبلياً وبعدياً لصالح التطبيق البعدي.

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية دالة بين متوسط درجات المجموعة التجريبية في نسب الكسب ومستويات تأثير البرنامج على مهارات التربية الإعلامية لديهم لصالح المقياس البعدي.

الفرض السادس: توجد علاقة ارتباطية دالة بين متوسط درجات المجموعة التجريبية في حجم تأثير البرنامج المقدم معرفياً، وجدانياً ومهارياً عليهم لصالح المقياس البعدي.

الإطار المنهجي للدراسة:

١- نوع الدراسة ومنهجها:

تندرج الدراسة في إطار بحوث اختبار العلاقات السببية **Causal Design** باستخدام المنهج شبه التجريبي **Quasi Experimental**، على أساس العلاقة بين متغيرين أحدهما المتغير المستقل أو التجريبي (برنامج التربية الإعلامية المقدم)، والآخر المتغير التابع (زيادة الوعي البيئي لدى عمال النظافة من عينة الدراسة)، مع تثبيت العوامل الديموجرافية الوسيطة^(٤٨) باستخدام المقياس القبلي البعدي على مجموعتين، إحداها ضابطة والأخرى تجريبية، لمعرفة مدي تحقيق البرنامج لأهدافه، وللتأكد من أن التغير الذي يحدث بعد التجربة يعود إلي المؤثر برنامج "التربية الإعلامية المقترح" فقط مع تثبيت كافة المتغيرات الوسيطة الأخرى.

٢- عينة الدراسة :

تكونت عينة الدراسة من (١٢٠) مفردة من عمال النظافة العاملين بدار الأوبرا المصرية، وتم اختيار مفردات العينة بشكلٍ عمدي، وفقاً لتواجدهم بالمجتمع الأصلي، (بالرجوع إلى كشوف الأسماء المسجلة لدى إدارة الإشراف الداخلي)، وتوضح بيانات الجدول التالي سمات عينة الدراسة:

الأخلاق الخضراء والمسئولية الإعلامية البيئية: فعالية برنامج للتربية الإعلامية في زيادة الوعي البيئي لدى عينة من المهمشين اجتماعياً: دراسة شبه تجريبية على عينة من عمال النظافة بدار الأوبرا المصرية

جدول رقم (١)

سمات عينة الدراسة

النسبة	التكرار	المتغيرات الديموجرافية	
٥٨.٣%	٧٠	ذكور	النوع
٤١.٧%	٥٠	إناث	
١٠٠%	١٢٠	المجموع	
١٧.٥%	٢١	من ٢٠ - أقل من	السن
٣٢.٥%	٣٩	من ٣٠ - أقل من	
٣٩.٢%	٤٧	من ٤٠ - أقل من	
١٠.٨%	١٣	من ٥٠ سنة فأكثر	
١٠٠%	١٢٠	المجموع	
٢١.٧%	٢٦	يقرأ ويكتب	المستوى التعليمي
٣٧.٥%	٤٥	حاصل على	
٤٠.٨%	٤٩	حاصلة على	
١٠٠%	١٢٠	المجموع	

قامت الباحثة بتوزيع مفردات العينة على مجموعتين، المجموعة الضابطة (٦٠) مفردة، وتضم (٣٥) مفردة من الذكور، و(٢٥) مفردة من الإناث، المجموعة التجريبية (٦٠) مفردة، وتضم (٣٥) مفردة من الذكور، و(٢٥) مفردة من الإناث، مع مراعاة أعلى قدر من التجانس بينهما فيما يتعلق بالفئات العمرية، والمستوى التعليمي عند التوزيع.

أسباب اختيار العينة:

تعد عينة الدراسة من عمال النظافة من الفئات المهمشة في غالبية الأبحاث والدراسات الإعلامية عامة، والدراسات السابقة التي تم رصدها في دراسات الإعلام البيئي خاصة، على الرغم من كونها فئة تحمل عدة سمات وخصائص تجعل دراستها ذات أهمية، فهذه الفئة تمثل قطاعاً جماهيرياً لا يستهان به في التعامل مع البيئة ومعظياتها ومشكلاتها، إما مباشرةً من خلال طبيعة عملهم، أو بشكل غير مباشر من خلال درجة وعيهم وثقافتهم البيئية، كما أن هذه الفئة مجتمعياً تعكس تدنى في المستوى التعليمي من جانب، وتدنى في المستوى الاقتصادي والاجتماعي من جانب آخر، لذا فإن تأثيرها

الأخلاق الخضراء والمسئولية الإعلامية البيئية: فعالية برنامج للتربية الإعلامية في زيادة الوعي البيئي لدى عينة من المهتمين اجتماعياً: دراسة شبه تجريبية على عينة من عمال النظافة بدار الأوبرا المصرية

بالرسائل الإعلامية المقدمة على إختلاف أهدافها، يمثل ضرورةً للتعرف على كيفية تعاطى هذه الفئة لمشكلات البيئة، وقياس درجة وعيهم بمفاهيمها، وتحسين درجات هذا الوعي من خلال برنامج للتربية الإعلامية، ينمي مهاراتهم في التعامل الإعلامي الإيجابي مع المضامين البيئية، ويتيح لهم المعرفة والفهم والتحليل، كما يعزز لديهم القدرة على العصف الذهني، التعبير والنقد الموضوعي، ويشجعهم على مشاركة الآخرين بمضامين هادفة من إنتاجهم للتعريف البيئي وزيادة الوعي به.

٣- خطوات إعداد برنامج التربية الإعلامية المقترح لنشر المفاهيم البيئية وصقل المهارات الإعلامية لعينة الدراسة التجريبية:

وتضمن الخطوات التالية:

١- تصميم وبناء تصور لمهارات التربية الإعلامية المطلوب تعليمها لعينة الدراسة وتشمل: مهارة التفكير الناقد، مهارة التفكير الإبداعي (التي ترتبط بشكل وثيق بأحد مخرجات التربية الإعلامية وهو إنتاج المضامين الإعلامية)، إنطلاقاً من تعزيز الدافعية للتعلم، مهارة التعامل الإيجابي مع المضامين الإعلامية البيئية وتحسين القدرة على اتخاذ القرار بدايةً من التعرض والإدراك الانتقائي، مهارة حل المشكلات لإيجاد حلول فاعلة لمشكلات البيئة المحيطة سواء على مستوى العمل، أو الواقع الحياتي المعاش من قبل أفراد العينة في المجموعة التجريبية، في إطار تعزيز الثقة بالنفس والروح الإيجابية.

٢- قائمة بالمهارات الإعلامية والمفاهيم البيئية المتضمنة في البرنامج والمطلوب شرحها^(١*).

٣- اختيار عددٍ من التقارير الإخبارية البيئية والأفلام التسجيلية^(٢*) في مجال البيئة، والمرتبطة بالمفاهيم البيئية المطلوب تعليمها لعينة الدراسة (المجموعة التجريبية)، للاستعانة بها في الشرح والتوضيح وتطبيق مهارات التربية الإعلامية من خلالها.

٤- تصميم مقياس التربية الإعلامية وزيادة الوعي البيئي لتطبيقه قبلياً وبعدياً على المجموعتين الضابطة والتجريبية^(٣*).

الأخلاق الخضراء والمسئولية الإعلامية البيئية: فعالية برنامج للتربية الإعلامية في زيادة الوعي البيئي لدى عينة من المهتمين اجتماعياً: دراسة شبه تجريبية على عينة من عمال النظافة بدار الأوبرا المصرية

٥- بناء تصور لنشرة إخبارية متخصصة في موضوعات البيئة، يشارك في (إعدادها، وجمع المادة العلمية لها وصياغتها وتنفيذها) مفردات "المجموعة التجريبية" من عينة الدراسة، تحت عنوان "الأخلاق الخضراء".

الأهداف العامة للبرنامج :

روعي أن تكون الأهداف العامة للبرنامج المقدم مشتقة من الهدف العام للدراسة، ومحددة تحديداً واضحاً بحيث لا يكون هناك اختلافاً في تفسيرها، ومن ثم اختبار المهارات والمفاهيم التي تتحقق من خلالها وذلك كالآتي:

أولاً : تحديد المصادر الخاصة ببناء أهداف البرنامج المقترح للتربية الإعلامية لزيادة الوعي البيئي:

- الإطلاع علي الكتب والدراسات ونتائج ورش العمل الخاصة بالتربية الإعلامية في مجال البيئة.
- استعانت الباحثة عند اشتقاق أهداف البرنامج المقترح بالأهداف التي وضعها مركز التربية الإعلامية Center for media literacy⁽⁴⁹⁾.
- التعرف على خصائص وسمات عينة الدراسة من حيث مستواهم التعليمي، الفئات العمرية، طبيعة عملهم وعلاقته بمجال البيئة.
- لقاءات ومناقشات مع أساتذة الإعلام البيئي بقسم الإعلام والبحوث التربوية بمعهد الدراسات والبحوث البيئية، جامعة عين شمس.
- عرض فكرة الدراسة وأهدافها على السادة ممثلي لجنة ثقافة البيئة بالمجلس الأعلى للثقافة، خلال ورشة عمل هدفت إلى تقديم مقترحات لتفعيل دور الإعلام البيئي، ومناقشة السادة أعضاء اللجنة من الإعلاميين الممارسين بالصحف والمجلات(مسؤولي صفحات البيئة)، والإذاعة والتلفزيون (معدى برامج بيئية)، ومصممي الحملات الإعلامية البيئية بقطاعات العلاقات العامة الحكومية والخاصة في مجالات التنمية المستدامة^(٤*)، في أهداف الدراسة وأدواتها ومدى جدواها في زيادة الوعي البيئي لدى عينة الدراسة.

الأخلاق الخضراء والمسئولية الإعلامية البيئية: فعالية برنامج للتربية الإعلامية في زيادة الوعي البيئي لدى عينة من المهتمين اجتماعياً: دراسة شبه تجريبية على عينة من عمال النظافة بدار الأوبرا المصرية

ثانياً : إعداد الصورة الأولية للبرنامج :

تم إعداد قائمة بالأهداف المقترحة في صورتها الأولية مشتملة على الأهداف الإجرائية، المعرفية، الوجدانية والمهارية وفقاً للمصادر السابقة التي تم الرجوع إليها، مع مراعاة الصياغة الجيدة، وأن تناسب فئة عينة الدراسة التي يخاطبها البرنامج المقترح من ذوى التعليم المحدود، ثم عرض قائمة الأهداف على السادة المحكمين والمختصين في الإعلام والمختصين في الإعلام البيئي^(*)، للتعرف على آرائهم بشأن مدى مناسبة صياغتها، لتتناسب مع سمات وخصائص عينة الدراسة، ومعرفة مدى تحقيقها للأهداف الخاصة بالبرنامج المقترح لإجراء أي تعديلات بالحذف أو الإضافة.

ثالثاً : إعداد الصورة النهائية لقائمة الأهداف :

قامت الباحثة بتعديل بعض الأهداف وصياغتها، وفقاً لآراء المحكمين ونسبة الاتفاق بينهم، واستبعاد البنود التي قلت نسبة الاتفاق عليها عن ٨٠% وأصبحت كالاتي:

أ- الأهداف العامة وهي:

- تشجيع عينة الدراسة في المجموعة التجريبية على التعرض والتذكر الانتقائي لمضامين إعلامية بيئية متنوعة، وتلقى هذه المضامين بشكل إيجابي، للحصول على معلومات متخصصة عن البيئة ومفاهيمها ومشكلاتها، والإدراك الانتقائي لها باعتبارها ذات قيمة تدعم اتجاهاتهم نحو البيئة المحيطة، وتدخّل في إطار حيز الذاتية وحياتهم الواقعية (الدافعية للتعلم).
- إكساب عينة الدراسة في المجموعة التجريبية مهارة التحليل والنقد والانتقاء لمضامين الإعلام البيئي، ومقارنتها مع مصادر المعلومات الصحيحة والموثقة عن البيئة، تدعيماً (للتفكير الناقد).
- تعزيز مهارات عينة الدراسة في المجموعة التجريبية على طرح التساؤلات ومناقشة كل ما يشاهده من مضامين إعلامية بيئية، للخروج من مجرد التلقي السلبي للمعلومات إلى حيز التلقي الإيجابي، وتحفيز العصف الذهني، وطرح رؤى إعلامية جديدة حول المضامين المقدمة (التعلم الذاتي).
- إكساب مفردات العينة مهارات السلوك التعاوني من خلال تقسيمهم إلى مجموعات عمل لجمع مادة علمية بيئية متنوعة، لإعداد نشرة أخبار بيئية متخصصة،

الأخلاق الخضراء والمسئولية الإعلامية البيئية: فعالية برنامج للتربية الإعلامية في زيادة الوعي البيئي لدى عينة من المهتمين اجتماعياً: دراسة شبه تجريبية على عينة من عمال النظافة بدار الأوبرا المصرية

وتدعيم مهارة تقبل أفكار ومقترحات الآخرين ومناقشتها بموضوعية (التفكير الإبداعي).

- التدريب العملي على صياغة أخبار بيئية مستمدة من الواقع الحياتي المعاش لمفردات العينة، والتشجيع على التحرر من الخوف والخجل، وتدعيم الثقة بالنفس، وتحفيز التفكير مع باقي أفراد المجموعة والإتيان بحلول مبتكرة لمشكلة بيئية حياتية (الإيجابية والثقة بالنفس).
- إتاحة الفرصة لعينة الدراسة في المجموعة التجريبية للتعرف والتعامل مع الأدوات المادية المستخدمة في إنتاج النشرة الإخبارية البيئية (الصياغة الإخبارية الصحيحة، التصوير بالكاميرا، الميكروفون، عملية المونتاج) بشكل مباشر، وتنمية مداركهم علي الملاحظة والتجريب والاكتشاف، والتوصل إلي استنتاجات حول الواقع البيئي المعاش، ومقارنته بالواقع البيئي المصنوع إعلامياً، دون الاستخفاف بأية ملاحظات من قبلهم.

ب - الأهداف الفرعية للبرنامج المقترح :

تم اشتقاق الأهداف الفرعية للبرنامج من قائمة الأهداف العامة وهذه الأهداف هي:

- تحسين فهم وإدراك عينة الدراسة في المجموعة التجريبية لعددٍ من المفاهيم البيئية المتضمنة، مثل البيئة بمفهومها العام، النظام البيئي، الموارد المتجددة، الموارد غير المتجددة، التوازن البيئي، التلوث البيئي، ترشيد الاستهلاك، وربط تلك المفاهيم بالواقع الحياتي لمفردات العينة، وما تقدمه وسائل الإعلام.
- تنمية قدرة عينة الدراسة في المجموعة التجريبية علي تحليل و نقد كل ما هو سلبي من عادات أو سلوكيات بيئية ضارة يمارسونها في حياتهم اليومية، أو مجال عملهم، وطرح رؤى مختلفة لتصحيحها، وتشجيعهم على تبني اتجاهات وسلوكيات إيجابية نحو البيئة.
- ترغيب مفردات العينة التجريبية في تحليل الرسالة الإعلامية البيئية الموجهة لهم، بالترقية بين الرأي والمعلومة المقدمة، البحث عن المصادر الصحيحة للمعلومات، والتعرف على أساليب الإقناع المستخدمة في الرسالة المقدمة.

الأخلاق الخضراء والمسئولية الإعلامية البيئية: فعالية برنامج للتربية الإعلامية في زيادة الوعي البيئي لدى عينة من المهتمين اجتماعياً: دراسة شبه تجريبية على عينة من عمال النظافة بدار الأوبرا المصرية

- تشجيع مفردات العينة من المجموعة التجريبية على التعلم الذاتي، بتقديم نماذج لخبرات إنسانية حققت نجاحات في المجال البيئي، من خلال عدة قوالب إعلامية فنية جذابة، منها التقارير الإخبارية والفيلم التسجيلي (وهي قوالب تقدم أحداثاً واقعية حقيقية باستخدام عناصر الجذب الإخراجية المتنوعة)، ودعوتهم لطرح خبرات بيئية حياتية مماثلة تصلح لتقديمها إعلامياً.
- تحفيز عينة الدراسة في المجموعة التجريبية علي القيام بدور القائم بالاتصال، وتدريبهم على استخدام التكنولوجيا (صفحاتهم على Face book) لنشر رسائل إعلامية بيئية هادفة.
- تشجيع عينة الدراسة في المجموعة التجريبية على الإنجاز المهارى، بالقيام بإنتاج نشرة إخبارية بيئية متخصصة، بدءً من الحصول على الأخبار من مصادر معتمدة، إعادة صياغتها وترتيبها في النشرة، متابعة تصويرها ومونتاجها، والتأكيد علي كفاءتهم، ودورهم الفاعل كقادة رأى لأقرانهم وزملائهم في العمل.

رابعاً: أبعاد البرنامج المقترح:

يقوم البرنامج علي ثلاثة جوانب رئيسية هي:

١- الجانب المعرفي:

ويتمثل في المعلومات عن ماهية التربية الإعلامية ومهاراتها، الشرح والتفسير لعدد من المفاهيم البيئية المرتبطة بالثقافة البيئية، العناصر التي ينبغي معرفتها عن المضامين الإعلامية التي تنشر ثقافة البيئة، تعليم عينة الدراسة كيفية صناعة المضمون التلفزيوني البيئي، وطريقة إعداد المضمون المقدم بطريقة مبتكرة وجذابة، ومرتبطة بواقعهم المعاش بيئياً للإقناع بالرسالة المقدمة، التعرف علي تقنيات الكاميرا والمؤثرات الخاصة المصاحبة للصور من صوت وموسيقى، مع شرح مبسط لأنواع القوالب الفنية المختلفة وكيفية إعدادها مثل صياغة الأخبار، إعداد وإخراج التقارير البيئية المتخصصة، كيفية نقد أي مضمون بيئي مقدم عبر وسائل الإعلام، والكشف عن الجوانب الإيجابية والسلبية فيه، وضرورة إبداء الرأي فيما يشاهد و طرح أسئلة حول أي مضمون، سعياً للوصول إلى معلومات صحيحة من مصادر متخصصة بالشأن البيئي.

الأخلاق الخضراء والمسئولية الإعلامية البيئية: فعالية برنامج للتربية الإعلامية في زيادة الوعي البيئي لدى عينة من المهتمين اجتماعياً: دراسة شبه تجريبية على عينة من عمال النظافة بدار الأوبرا المصرية

٢- الجانب الوجداني (التدعيمي):

وذلك بتعزيز الاتجاهات الإيجابية نحو أهمية نشر الثقافة البيئية إعلامياً وضرورة الوعي بها، بالتدعيم اللفظي وتشجيع الأفكار الجديدة والتساؤلات، وتدعيم الثقة بالنفس، والروح الإيجابية الخلاقة بين مفردات العينة من خلال العمل الجماعي، والإنجاز التعاوني لتحقيق الشعور بالكفاءة، وتحريرهم من الخوف والخجل، بالتأكيد على أن كل ما يطرحه من أفكار هي أفكار جيدة وتلقي كل التقدير، وأن أسئلتهم تمثل أهمية - حتى وإن بدت بسيطة - وأن تجاربهم الحياتية البيئية تمثل تجارب إنسانية واقعية، تستحق التعرف عليها ونشرها إعلامياً، ومشاركتها مع الآخرين للإفادة منها.

٣- الجانب المهاري (التربوي):

يهدف البرنامج المقدم إلى تشجيع عينة الدراسة (المجموعة التجريبية) على كتابة أخبار عن البيئة المحيطة في مجال عملهم داخل دار الأوبرا، وقراءتها أمام باقى أفراد المجموعة ومناقشتها، كذلك كتابة نصوص وأسئلة مقترحة لتقارير إخبارية بيئية، وتوضيح مصادر المعلومات، والحجج الإقناعية التي يمكن الاعتماد عليها، وكيفية صياغة أسئلة التقرير، واختيار الشخصيات المقترحة كضيوف للتصوير، مع وضع رؤى إخراجية لأماكن التصوير المناسبة داخل دار الأوبرا، وحضور مرحلة تقديم وتصوير النشرة، ومرحلة "المونتاج"، والمشاركة في اختيار اللقطات المناسبة، و(اللقطات الأرشيفية الداعمة) Inserts والموسيقى المصاحبة، إعادة عرض ما تم إنتاجه على أفراد العينة في صورته النهائية ومناقشته وتقييمه بصورة نقدية.

خامساً: طريقة شرح وتطبيق البرنامج :

قامت الباحثة بشرح البرنامج بنفسها لعينة الدراسة، واستخدام كاميرا HD، ومايكروفون في تصوير كل جلسة، مستعينة بمجموعة من طلاب الفرقة الرابعة (قسم الإذاعة والتلفزيون، بالمعهد العالى للإعلام وفنون الاتصال، بالسادس من أكتوبر)، من دارسى مادة "الإخراج الإذاعي والتلفزيوني"، وإعادة عرض لقطات من المناقشات بعد عمل المونتاج لها في بداية الجلسة التالية، للتذكير ومراجعة ما تم مناقشته في الجلسة السابقة.

الأخلاق الخضراء والمسئولية الإعلامية البيئية: فعالية برنامج للتربية الإعلامية في زيادة الوعي البيئي لدى عينة من المهتمين اجتماعياً: دراسة شبه تجريبية على عينة من عمال النظافة بدار الأوبرا المصرية

سادساً: مكان تطبيق البرنامج والزمن المستغرق :

قامت الباحثة بتطبيق البرنامج داخل قاعة الاجتماعات الخاصة بالدراسات الإنسانية بالمجلس الأعلى للثقافة، واستغرق تطبيق التجربة خمسة أيام متوالية من السبت إلى الأربعاء، بواقع ساعتين يومياً من ٥-٧ مساءً، خلال الفترة من السبت ١١ أغسطس وحتى الأربعاء ١٥ أغسطس ٢٠١٨م.

جدول رقم (٢)

يوضح جلسات العمل (عنوان الجلسة، أهدافها، المهارات الإعلامية المطلوب اكتسابها، مدة الجلسة، الوسائل المستخدمة)

مضمون الجلسة	أهداف الجلسة	المهارات الإعلامية المطلوب اكتسابها	مدة الجلسة	الوسائل المستخدمة
١- دور وسائل الإعلام في نشر الوعي البيئي.	١- يتعرف على مطبق الجلسة. ٢- يقدم نفسه للآخرين. ٣- يؤدي القياس القبلي.		ساعتين (الساعة الأولى) بحضور المجموعتين الضابطة والتجريبية	- شاشة عرض - جهاز كمبيوتر - استمارة القياس القبلي
٤- شرح عدد من المفاهيم البيئية وهي: (البيئة بمفهومها العام، الموارد البيئية، التلوث البيئي وأنواعه) ٥- دور وسائل الإعلام التقليدي منها والجديد في نشر وتدعيم الثقافة البيئية	٤- تعزيز الدافعية للتعلم		الساعة الثانية بحضور المجموعة التجريبية فقط	- عدد من الفيديوهات توضح (البيئة، المواد البيئية، التلوث البيئي وأنواعه) - كاميرا HD - مايكروفون
١/٢ الوعي البيئي في إطار مهارات التربية الإعلامية وأهدافها. ٢/٢ مصادر الحصول على معلومات حول الموضوع المطروح (الانترنت، الكتب، المطبوعات : ١- يتعرف على مهارات التربية الإعلامية (المعرفة، الفهم، التذكر، التحليل، التقويم) في مجالات زيادة الوعي البيئي. ٢- مناقشة المبحوثين فيما عرض عليهم من فيديوهات بيئية، وتحليل ما تم مشاهدته وتقييم المعلومات المقدمة إعلامياً في ضوء مصادر المعلومات المتاحة عن الموضوع المطروح، واستمالات الإقناع بأنواعها: المنطقية، العاطفية، التخويف والترهيب. ٣- تشجيع المبحوثين على اختيار	- الإقناع - بواقعية مجال الإعلام - الحاجة إليه - تنشيط مهارات التفكير العليا: (التفكير الناقد والتفكير الإبداعي)		ساعتين بحضور المجموعة التجريبية فقط	- شاشة عرض - جهاز كمبيوتر - عدد من الفيديوهات مرتبطة بالموضوع -بطاقات لتدوين الآراء، وكتابة ماتم اكتسابه من معلومات عن البيئة، وتحرير خبر متخصص عن أحد الموضوعات المطروحة

الأخلاق الخضراء والمسئولية الإعلامية البيئية: فعالية برنامج للتربية الإعلامية في زيادة الوعي البيئي لدى عينة من المهتمين اجتماعياً: دراسة شبه تجريبية على عينة من عمال النظافة بدار الأوبرا المصرية

<p>-كاميرا HD +مايك</p>			<p>موضوع بيئي، وجمع معلومات عنه، وصياغة خبر متخصص عن موضوع بيئي.</p>	<p>مثال مطبوعات يوم الأرض التي نشرها المجلس الأعلى للثقافة). ٣/٢ الحجج والاستمالات التي تتضمنها الرسائل الإعلامية البيئية. ٤/٢ كيفية كتابة وتحرير خبر متخصص عن البيئة.</p>
<p>- شاشة عرض -جهاز كمبيوتر -عدد من الفيديوهات المرتبطة بالموضوع -بطاقات لتدوين الآراء - فلاشة عليها صور +موسيقى - كاميرا HD +مايك</p>	<p>ساعتين بحضور المجموعة التجريبية فقط</p>	<p>تتابع مهارات التفكير العليا: (مهارة اتخاذ القرار، مهارة حل المشكلات)</p>	<p>يتعرف على مهارات وأهداف التربية الإعلامية من خلال: ١- التأثير على الجانب الوجداني والمشاعر والاتجاهات، والتذوق والقيم، وذلك بإثارة فضول المتلقي وجذب انتباهه باستخدام النموذج، ومساعدته في تكوين الاتجاه الإيجابي للتعامل بفعالية مع ما يقدم من مضمون بيئي إعلامي ٢- تعلم كيفية نقد المضمون المقدم بموضوعية بناء على تنوع مصادر المعلومات وإدراك الجوانب الإيجابية والسلبية في المضمون المقدم ٣- طرح حلول لمشكلة بيئية حياتية</p>	<p>١/٣ - استكمال مهارات وأهداف التربية الإعلامية ٢/٣ - اختيار فيديوهات مناسبة للأخبار التي تم تحريرها من مواقع النت المختلفة للتأثير وزيادة عناصر الجذب للمشاهدين، وترتيب الأخبار في نشرة متخصصة عن أخبار البيئة ٣/٣ اختيار موسيقى ملائمة، وعمل نثر للنشرة</p>
<p>- شاشة عرض -جهاز كمبيوتر، كاميرا، ميكروفون، وحدة إضاءة، جهاز ماك مزود ببرنامج Final Cut للمونتاج، كروما - بطاقات لتدوين آراء الباحثين ونقدم للنشرة المقدمة، وتسجيل</p>	<p>ساعتين بحضور المجموعة التجريبية فقط</p>	<p>-تعزيز الثقة بالنفس والروح الإيجابية - تبنى اتجاهات وسلوكيات إيجابية نحو البيئة -تشجيع التعلم الذاتي، ومشاركة التجارب مع</p>	<p>يتعرف على مهارات وأهداف التربية الإعلامية من خلال: ١- التأثير على المجال السلوكي، بالممارسة والإتقان والإبداع، وذلك لمساعدة المتلقي على المشاركة العملية في الإعلام عبر الحوار، والتعبير عن الذات، إنتاج مضامين إعلامية بيئية ٢- ترغيب الباحثين في الحديث عن مشكلات بيئية وتشجيعهم على ذكر تجارب هادفة لنشر ثقافة البيئة ٣- تشجيع الباحثين على تقديم</p>	<p>٤/استكمال مهارات وأهداف التربية الإعلامية ٢/٤ إنتاج نشرة إخبارية متخصصة عن البيئة مكتملة العناصر(نثر للنشرة، مجموعة الأخبار التي أعدها الباحثون</p>

الأخلاق الخضراء والمسئولية الإعلامية البيئية: فعالية برنامج للتربية الإعلامية في زيادة الوعي البيئي لدى عينة من المهتمين اجتماعياً: دراسة شبه تجريبية على عينة من عمال النظافة بدار الأوبرا المصرية

<p>مقترحاتهم حول أنسب القوالب الفنية للتوعية البيئية من (دراما، أغاني، وإعلانات توعية)</p>		<p>الأخرين</p>	<p>مقترحات حول أنسب القوالب الفنية للتوعية البيئية من (دراما، أغاني وإعلانات توعية) ٤- إنتاج المضامين الإعلامية وبنائها، وترغيب المبحوثين في البحث عن مضامين هادفة لنشر الوعي البيئي بين الأفراد المحيطين (التوعية ومشاركة الأصدقاء) باستخدام صفحات Face book</p>	<p>مع Inserts المناسبة من الصور، تقديم النشرة على الهواء مباشرة أمام المبحوثين، وتسجيلها بالكاميرا المتاحة ٣/٤ مناقشة المبحوثين في مقترحاتهم حول كيفية نشر الوعي البيئي بين الزملاء والجيران، وأهم القوالب الفنية التي يمكن استخدامها في نشر الوعي البيئي من خلال وسائل الإعلام</p>
<p>- تطبيق استمارة القياس البعدي على المجموعتين الضابطة والتجريبية. - المناقشة الحرة مع العينة. - بطاقات تدوين أوجه الاستفادة أو عدم الاستفادة من البرنامج (المجموعة التجريبية) - شاشة عرض لعرض إنتاج المجموعة التجريبية</p>	<p>ساعتين بحضور المجموعتين الضابطة والتجريبية</p>		<p>إجراء القياس البعدي والتعرف على مدى تحقيق البرنامج المقدم لأهدافه</p>	<p>٥- القياس البعدي، وعرض وتحليل ونقد ما قامت المجموعة التجريبية بإنتاجه (نشرة الأخبار البيئية المتخصصة)</p>

إجراءات التطبيق العملي لإنتاج مفردات العينة (المجموعة التجريبية) نشرة أخبار بيئية متخصصة بعنوان "نشرة أخبار الأخلاق الخضراء":

قامت الباحثة بتقسيم عينة المجموعة التجريبية إلى ٦ مجموعات، كل مجموعة (١٠) مفردات، وروعي التجانس بين أفراد المجموعات، وقامت الباحثة بمشاركة مفردات

الأخلاق الخضراء والمسئولية الإعلامية البيئية: فعالية برنامج للتربية الإعلامية في زيادة الوعي البيئي لدى عينة من المهتمين اجتماعياً: دراسة شبه تجريبية على عينة من عمال النظافة بدار الأوبرا المصرية

العينة من المجموعة التجريبية باختيار الموضوعات البيئية التي يرغبون في نشرها وتعريفها للآخرين المحيطين بهم، وإرشادهم إلى الطريقة الصحيحة في صياغة الموضوع على شكل خبر بيئي متخصص، واختيار ما يناسبه من فيديوهات شارحة لوضعها في صورة Inserts (مادة فيلمية مصاحبة للخبر) على الأخبار المقدمة، وفي اليوم الرابع للتجربة دعت الباحثة مفردات المجموعة التجريبية إلى اختيار أفضل ستة أخبار تم تقديمها من قبلهم لإنتاج نشرة أخبارية متكاملة العناصر عن البيئة، وتوافق المبحوثين على إعطاء النشرة أسم "نشرة الأخلاق الخضراء"، كما توافقوا على اختيار لوجو وتتر النشرة والموسيقى المستخدمة، واختيار اثنين من طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون، بالمعهد العالي للإعلام وفنون الاتصال بالسادس من أكتوبر (الذين شاركوهم التجربة) لتقديم النشرة، ثم عمل المونتاج لها (وأثناء عمل المونتاج شرحت الباحثة للمفردات كيفية تفرغ صورة المذيع على الفيديو المصاحب للخبر(التروكاج واستخدام كروما في خلفية المذيع)، في إطار الصورة المصنوعة إعلامياً، وكيفية استخدام الموسيقى في خلفية الخبر المذاع لخلق إيقاع متسارع وإعطاء الخبر مزيد من الجاذبية في أذن المتلقي، جاءت مدة النشرة بعد التسجيل والمونتاج وإضافة الفيديوهات المدعمة للأخبار (٧ دقائق و٢٠ ثانية)، ودارت الأخبار المختارة في ستة محاور أساسية هي:

- الخبر الأول: ارتفاع أسعار استهلاك المياه، وأهمية ترشيد استهلاكها في المنازل، الشوارع، وضرورة تغيير طريقة رى الأراضى الزراعية، باستبدالها بالرش أو التنقيط.
- الخبر الثانى: الأضرار التى تسببها المخلفات البلاستيكية على الإنسان والبيئة، والأسلوب الأفضل للتخلص منها، والبدائل المتاحة.
- الخبر الثالث: أهمية تجميل أسطح المنازل والشرفات والشوارع بالنباتات الخضراء، تجنباً للتلوث البصرى، وخلق رئة خضراء توفر مزيداً من الهواء النقى.
- الخبر الرابع: مشكلة التصحر وانتشارها عالمياً، صحراء الربع الخالى بالسعودية مثلاً.
- الخبر الخامس: عوادم السيارات، مخلفات المصانع، التدخين، وأثرها على تلوث الهواء.

الأخلاق الخضراء والمسئولية الإعلامية البيئية: فعالية برنامج للتربية الإعلامية في زيادة الوعي البيئي لدى عينة من المهتمين اجتماعياً: دراسة شبه تجريبية على عينة من عمال النظافة بدار الأوبرا المصرية

▪ الخبر السادس: كيفية حماية الطعام من التلوث، والتأثير الضار للأطعمة الملوثة على صحة الإنسان.

سابعاً : التقويم (إجراءات تطبيق مقياس التربية الإعلامية):

قامت الباحثة بإعداد استمارة للقياس القبلي البعدي لتطبيقها على المجموعتين الضابطة والتجريبية، تضمنت (٣٠) سؤال لقياس فئات الأهداف العامة والفرعية للبرنامج المقدم، وتدرج الأسئلة تحت فئتين: الأولى تتعلق بعدد من المفاهيم والقضايا والمشكلات البيئية المتنوعة (١٤) سؤال، والثانية تتعلق بمهارات التربية الإعلامية (١٥) سؤال، وتم وضع أسئلة مغلقة تعتمد على الاختيار من متعدد، ماعدا سؤال واحد مفتوح يتطلب كتابة خبر عن واحدة من مشكلات البيئة المحيطة، وتضمن السؤال (٣٠) البيانات الشخصية للمبحوثين، ووضع لكل إجابة صحيحة درجة واحدة فقط، في مقابل صفر للإجابة الخاطئة، وشملت الأسئلة الآتي:

أ- فئة أسئلة الوعي البيئي: (ماهية البيئة الطبيعية، المقصود بالموارد البيئية الدائمة، مفهوم ترشيد الاستهلاك، أسباب تلوث البيئة، كيفية حماية البيئة من التلوث، مضار إلقاء القمامة في الشارع، كيفية الحد من تلوث نهر النيل، أهمية ترشيد استهلاك المياه، أنسب الطرق للتخلص من القمامة، مفهوم التصحر، كيفية إعادة تدوير المخلفات، طرق حماية الطعام من التلوث، أضرار التدخين، المحافظة على التوازن البيئي).

ب- فئة أسئلة مهارات التربية الإعلامية: (ماهية وسائل الإعلام، دور وسائل الإعلام في التعليم والتنقيف، التعرض الانتقائي للمضامين البيئية المقدمة في وسائل الإعلام، مقارنة الواقع المعاش بيئياً بالواقع المصنوع المقدم إعلامياً، نقد المضامين البيئية المقدمة في وسائل الإعلام في إطار من العادات والتقاليد والقيم المجتمعية، التذكّر الانتقائي للمضمون البيئي المقدم إعلامياً، الإدراك الانتقائي وكتابة خبر عن واحدة من المشكلات البيئية (سؤال مفتوح)، مصادر المفردة في الحصول على الخبر البيئي، مدى الرغبة في مشاركة الخبر مع آخرين، الوسيلة الإعلامية المختارة لمشاركة الخبر البيئي مع آخرين، استمالات الإقناع اللازمة لإقناع الآخرين بمشكلة بيئية، المصادر الصحيحة للحصول على أخبار موثقة عن البيئة، ضوابط تحرير خبر عن البيئة (مقدمة، جسم، خاتمة)، الأدوات اللازمة لإنتاج نشرة أخبار بيئية متخصصة بالصوت

الأخلاق الخضراء والمسئولية الإعلامية البيئية: فعالية برنامج للتربية الإعلامية في زيادة الوعي البيئي لدى عينة من المهتمين اجتماعياً: دراسة شبه تجريبية على عينة من عمال النظافة بدار الأوبرا المصرية

والصورة، الرغبة في القيام بدور قائد رأى في مجال نشر الوعي البيئي باستخدام واحدة من الوسائل الإعلامية).

تطبيق القياس القبلي على المجموعتين الضابطة والتجريبية:

قامت الباحثة بتطبيق أسئلة مقياس التربية الإعلامية قبلياً على المجموعتين (الضابطة والتجريبية)، وذلك قبل تطبيق البرنامج المقدم، واستغرق تطبيق المقياس ساعة كاملة، وتم جمع أوراق الإجابة لتصحيحها (القياس القبلي).

وللتحقق من تكافؤ المجموعتين تم حساب متوسط الدرجات التي حصلت عليها عينة المجموعة الضابطة والتجريبية في مقياس التربية الإعلامية بعد القياس القبلي، للتعرف على دلالة الفروق بين المتوسطات بحساب قيمة (ت)، وذلك لمقارنة نتائج العينة الضابطة بالعينة التجريبية قبل تطبيق البرنامج على العينة التجريبية، وأظهرت النتائج الآتي:

جدول رقم (٣)

دلالة الفروق بين المجموعتين الضابطة والتجريبية على مقياس التربية الإعلامية لزيادة الوعي البيئي قبل تطبيق البرنامج المقترح

بيان	درجة الاختبار	ضابطة ن=٦٠		تجريبية ن=٦٠		قيمة ت	مستوى الدلالة
		الانحراف المعياري	المتوسط	الانحراف المعياري	المتوسط		
الإجمالي	٢٩	٣.٨٤	١١.٦٣	٢.٩٥	٠.٩٨٧	(٠.٠٥) غير دال إحصائياً	

تشير نتائج الجدول إلى أن متوسط درجات المجموعة الضابطة (١٢.٢٥) والانحراف المعياري (٣.٨٤)، ومتوسط درجات المجموعة التجريبية (١١.٦٣) والانحراف المعياري (٢.٩٥)، وبلغت قيمة (ت) (٠.٩٨٧)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً بين المجموعتين عند مستوى معنوية (٠.٠٥)، بما يعنى تجانس وتكافؤ المجموعتين الضابطة والتجريبية على مقياس التربية الإعلامية لزيادة الوعي البيئي (القياس القبلي) قبل تطبيق البرنامج.

الأخلاق الخضراء والمسئولية الإعلامية البيئية: فعالية برنامج للتربية الإعلامية في زيادة الوعي البيئي لدى عينة من المهتمين اجتماعياً: دراسة شبه تجريبية على عينة من عمال النظافة بدار الأوبرا المصرية

كما يلاحظ من إحصاء الجدول انخفاض مستوى إجابات مفردات العينة في المجموعتين الضابطة والتجريبية على المقياس بشكل عام، حيث يشير متوسط الدرجات للمجموعتين إلى أقل من ٥٠%، مما يؤكد على ضرورة تقديم برنامج شارح للتربية الإعلامية البيئية لزيادة درجات الوعي البيئي لديهم، في إطار من فهم وتحليل وتطبيق للمهارات الإعلامية البيئية المطلوبة.

❖ قامت الباحثة بتقييم وتقويم أداء العينة من (مفردات المجموعة التجريبية) أثناء تطبيق البرنامج باستخدام بطاقة الملاحظة، وتسجيل كل قول أو فعل لهم أثناء ممارستهم للأنشطة التي يقومون بها، وتصوير الجلسات كاملة بكاميرا HD، هذا وقد أبدت مفردات العينة عدم الرغبة في إظهار صورهم ونشرها لظروف اجتماعية تفهمتها الباحثة، ووعدت بعدم نشر هذه الصور احتراماً لرغبة المبحوثين.

تطبيق القياس البعدي على المجموعتين الضابطة والتجريبية:

في الجلسة الأخيرة قامت الباحثة بتطبيق مقياس التربية الإعلامية مرةً أخرى (القياس البعدي) على المجموعتين الضابطة والتجريبية، بهدف التعرف علي ما حققه البرنامج من أهداف، ومدى اكتساب عينة الدراسة (المجموعة التجريبية) للمفاهيم البيئية النظرية، ولمهارات التربية الإعلامية البيئية المقدمة لهم في البرنامج لزيادة وعيهم البيئي، واستغرق تطبيقه ساعة كاملة، وتم جمع أوراق الإجابة لتصحيحها، وحساب الفروق بين القياس القبلي والبعدي واستخراج النتائج النهائية.

ثامناً: أساليب المعالجة الإحصائية:

بعد تطبيق المقياس بعدياً على عينة الدراسة من عمال النظافة، تم تصحيح الإجابات، وتجميع الملاحظات التي دونتها الباحثة أثناء الجلسات، وتفرغ البيانات تمهيداً لجدولتها ومعالجتها إحصائياً.

وتمت المعالجة الإحصائية للنتائج باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية SPSSV10.10 وقد استخدمت الباحثة أساليب المعالجة الإحصائية التي تتناسب مع تحقيق فروض الدراسة وتمثل في:

الأخلاق الخضراء والمسئولية الإعلامية البيئية: فعالية برنامج للتربية الإعلامية في زيادة الوعي البيئي لدى عينة من المهمشين اجتماعياً: دراسة شبه تجريبية على عينة من عمال النظافة بدار الأوبرا المصرية

- استخدام اختبار (ت) لحساب دلالة الفروق بين عينة الدراسة التي لم يطبق عليها البرنامج (المجموعة الضابطة)، والعينة التي طبق عليها البرنامج (المجموعة التجريبية).
- وتطلب ذلك حساب متوسط الدرجات التي حصلت عليها المجموعة الضابطة والمجموعة التجريبية قبل وبعد تطبيق البرنامج، وكذلك الانحراف المعياري، لحساب قيمة (ت) ومستوى الدلالة .
- إضافة إلى استخدام معادلة Black لحساب نسبة الكسب المعدل للبرنامج المطبق، مع تحديد المدى لقبول الكسب (١ - ٢) وهو المعيار الذي حدده Black لقبول النتيجة أو رفضها.
- ولتحديد حجم تأثير البرنامج معرفياً ووجدانياً ومهارياً، تم حساب قيمة (مربع إيتا) η^2
- كما تم استخدام معادلة قياس معدل النمو والتحسين في المفاهيم البيئية والمهارات الإعلامية المكتسبة، لحساب نسبة النمو والتحسين في الأهداف الفرعية المتضمنة في المقياس .

نتائج فروض الدراسة ومناقشتها :

نتائج الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات المجموعتين الضابطة والتجريبية على مقياس التربية الإعلامية لزيادة الوعي البيئي بعدياً لصالح المجموعة التجريبية.

جدول رقم (٤)

دلالة الفروق بين المجموعتين الضابطة والتجريبية على مقياس التربية الإعلامية لزيادة الوعي البيئي لدى مفردات العينة بعد تطبيق البرنامج (المقياس البعدي)

بيان	درجة الاختبار	ضابطة ن=٦٠		تجريبية ن=٦٠		قيمة (ت)	مستوى الدلالة
		الانحراف المعياري	المتوسط	الانحراف المعياري	المتوسط		
الإجمالي	٢٩	٣.٨٩	٢٤.١٧	٣.١٢	٢٤.١٧	١٨.٠٦	دال عند مستوى ٠.٠١

الأخلاق الخضراء والمسئولية الإعلامية البيئية: فعالية برنامج للتربية الإعلامية في زيادة الوعي البيئي لدى عينة من المهتمين اجتماعياً: دراسة شبه تجريبية على عينة من عمال النظافة بدار الأوبرا المصرية

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب مجموع الدرجات التي حصلت عليها مفردات العينة في المجموعتين الضابطة والتجريبية (المجموعتين المستقلتين)، بعد انتهاء جلسات عمل البرنامج، واستخراج المتوسط الحسابي والانحراف المعياري وقيمة (ت) لكل منهما وأظهرت النتائج مايلي:

وجود فروق دالة إحصائياً في نتائج مقياس التربية الإعلامية لزيادة الوعي البيئي بين متوسطات درجات المجموعتين الضابطة والتجريبية لصالح المجموعة التجريبية بعد تطبيق البرنامج، حيث يلاحظ ارتفاع متوسط الدرجات التي حصل عليها المبحوثون في المجموعة التجريبية بعد التطبيق، لتصل إلى متوسط (٢٤.١٧)، والانحراف المعياري (٣.١٢) بالمقارنة بمتوسط درجات المجموعة الضابطة (١٢.٥٣)، وانحراف معياري (٣.٨٩) وبلغت قيمة (ت) (١٨.٠٦) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠.٠١)، وهو ما يؤكد فعالية البرنامج المقدم لمفردات العينة من المجموعة التجريبية من حيث زيادة فهمهم ومعرفتهم بالثقافة البيئية عامة، وزيادة درجة الوعي البيئي لديهم، وإدراكهم لدور وسائل الإعلام في نشر الوعي البيئي، وزيادة مهاراتهم في التعامل إعلامياً مع موضوعات البيئة المحيطة بهم، وبالتالي تثبت صحة الفرض الأول، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج غالبية الدراسات السابقة التي أكدت على ضرورة تكثيف عرض مضامين إعلامية بيئية متنوعة لفئات مختلفة من الجمهور، لنشر الثقافة البيئية وزيادة الوعي بمشكلات البيئة، وكيفية مساهمة الجمهور في حلها، باعتبارهم شريك فاعل وأساسي في كل متطلبات التنمية المستدامة.

نتائج الفرض الثاني والذي ينص على أن:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية في معدل التحسن بين متوسطات درجات المجموعتين الضابطة والتجريبية فيما يتعلق بالأهداف الفرعية لمقياس التربية الإعلامية لزيادة الوعي البيئي بعدياً لصالح المجموعة التجريبية.

الأخلاق الخضراء والمسئولية الإعلامية البيئية: فعالية برنامج للتربية الإعلامية في زيادة الوعي البيئي لدى عينة من المهتمين اجتماعياً: دراسة شبه تجريبية على عينة من عمال النظافة بدار الأوبرا المصرية

جدول رقم (٥)

دلالة الفروق بين المجموعتين الضابطة والتجريبية في معدل التحسن على الأهداف الفرعية لمقياس التربية الإعلامية لزيادة الوعي البيئي لدى مفردات العينة بعد تطبيق البرنامج

معدل التحسن %	مستوى الدلالة	قيمة (ت)	تجريبية ن=٦٠		ضابطة ن=٦٠		درجة الاختبار	الأهداف الفرعية للمقياس
			الانحراف المعياري	المتوسط	الانحراف المعياري	المتوسط		
٢٦	دال عند مستوى معنوية ٠.٠١	٦.١١	٠.٥٧	٢.٢٥	٠.٨١	١.٤٧	٣	مفهوم البيئة الطبيعية، المقصود بالموارد البيئية الدائمة، ترشيد الاستهلاك
٥٠.٣٣		١٠.٢٤	٠.٧٥	٢.٥٢	٠.٨٥	١.٠١	٣	أسباب تلوث البيئة، كيفية حماية البيئة من التلوث، مضار إلقاء القمامة في الشارع
٥٠		١١.٠٠	٠.٦٧	٢.٤٠	٠.٨١	٠.٩٠	٣	الحد من تلوث نهر النيل، أهمية ترشيد استهلاك المياه، أنسب الطرق للتخلص من القمامة
٤٧.٣٣		٩.٧٧	٠.٤٢	٢.٧٧	١.٠٣	١.٣٥	٣	مفهوم التصحر، كيفية إعادة تدوير المخلفات، طرق حماية الطعام من التلوث
١٦.٥		٢.٧٢	٠.٦٩	١.٠٥	٠.٦٤	٠.٧٢	٢	أضرار التدخين، المحافظة على التوازن البيئي.
٣٢.٦٧		٧.٣٨	٠.٥٣	٢.٧٠	٠.٨٨	١.٧٢	٣	ماهية وسائل الإعلام، دور وسائل الإعلام في التعليم والتنقيف، تحليل المضامين البيئية المقدمة في وسائل الإعلام
٣٩		٨.٥٥	٠.٣٣	٢.٩٢	١.٠٠	١.٧٥	٣	نقد المضامين البيئية المقدمة في وسائل الإعلام في إطار من العادات

الأخلاق الخضراء والمسئولية الإعلامية البيئية: فعالية برنامج للتربية الإعلامية في زيادة الوعي البيئي لدى عينة من المهتمين اجتماعياً: دراسة شبه تجريبية على عينة من عمال النظافة بدار الأوبرا المصرية

							والتقاليد، التعرض والإدراك الانتقائي للمضمون البيئي المقدم إعلامياً، وكتابة خبر عن واحدة من المشكلات البيئية
٣٦.٧٥	٩.٧٩	٠.٥٩	٣.٦٠	٠.٩٩	٢.١٣	٤	مصادر المفردة في الحصول على الخبر البيئي، الرغبة في مشاركة الخبر مع آخرين، الوسيلة الإعلامية المختارة لمشاركة الخبر البيئي مع آخرين، استمالات الإقناع اللازمة لإقناع الآخرين بمشكلة بيئية
٥٦.٣٣	١١.١٥	٠.٨٥	٢.٤٠	٠.٨٠	٠.٧١	٣	المصادر الصحيحة للحصول على أخبار موثقة عن البيئة، تحرير خبر عن البيئة (مقدمة، جسم، خاتمة)، مقارنة الواقع المعاش بالواقع المصنوع المقدم إعلامياً
٤٠	٧.٠٥	٠.٥٣	١.٥٧	٠.٦٩	٠.٧٧	٢	الأدوات اللازمة لإنتاج نشرة أخبار بيئية متخصصة بالصوت والصورة، الرغبة في القيام بدور قائد رأى في مجال نشر الوعي البيئي باستخدام واحدة من الوسائل الإعلامية المتاحة.

ويتضح من بيانات الجدول السابق مايلي:

وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠.٠١ في نمو وتحسن المفاهيم البيئية ومهارات التربية الإعلامية على مستوى الأهداف الفرعية للمقياس، بين متوسطات درجات المجموعتين الضابطة والتجريبية لصالح المجموعة التجريبية في التطبيق البعدي.

الأخلاق الخضراء والمسئولية الإعلامية البيئية: فعالية برنامج للتربية الإعلامية في زيادة الوعي البيئي لدى عينة من المهتمين اجتماعياً: دراسة شبه تجريبية على عينة من عمال النظافة بدار الأوبرا المصرية

- حيث أثبتت النتائج أن معدل التحسن بين متوسطات درجات المجموعتين الضابطة والتجريبية يتراوح ما بين (١٦.٥% - ٥٦.٣٣%)، بما يعتبر مؤشراً جيداً لفعالية البرنامج الذي تم تطبيقه على مفردات المجموعة التجريبية في نمو الوعي البيئي وزيادة مهاراتهم الإعلامية، من فهم وتحليل ونقد وإبداع لرسائل إعلامية بيئية متخصصة، وهو ما يثبت صحة الفرض الثاني للدراسة وتحليل بيانات الجدول تفصيلاً يتضح:

- جاءت أعلى معدلات التحسن بعد تطبيق البرنامج في الأهداف الفرعية التالية :

المصادر الصحيحة للحصول على أخبار موثقة عن البيئة، تحرير خبر عن البيئة (مقدمة، جسم، خاتمة)، مقارنة الواقع المعاش بالواقع المصنوع المقدم إعلامياً (٥٦.٣٣%) وترجع الباحثة هذا التحسن إلى البرنامج المقدم للمجموعة التجريبية من جهة، فضلاً عن تبادل الخبرات والنقاشات بين الباحثة و مفردات العينة التجريبية (العصف الذهني)، والتطبيق العملي للمهارات الخاصة بإنتاج مضمون إعلامي بيئي متخصص خلال جلسات العمل.

- تلت ذلك ونسباً مقاربة كأعلى معدلات تحسن: أسباب تلوث البيئة، كيفية حماية البيئة من التلوث، مضار إلقاء القمامة في الشارع (٥٠.٣٣%)، طرق الحد من تلوث نهر النيل، ترشيد استهلاك المياه، أنسب الطرق للتخلص من القمامة (٥٠%)، مفهوم التصحر، إعادة تدوير المخلفات، حماية الطعام من التلوث (٤٧.٣٣%)، وتندرج هذه الأهداف الثلاثة ضمن المفاهيم البيئية النظرية، والتي سعت الباحثة إلى شرحها وتوضيحها باستخدام عدد من الفيديوهات الشارحة والجدابة أيضاً للمجموعة التجريبية، وتشجيع مفرداتها على مناقشتها، وجمع معلومات بيئية موثقة عنها، وربطها بواقعهم المهني والمعاش حياتياً.

- حققت بعض الأهداف الفرعية للمقياس معدلات تحسن متوسطة تراوحت ما بين (٣٢.٦٧% - ٤٠%) وهي المرتبطة إجمالاً بمهارات التربية الإعلامية، وهي على التوالي: الأدوات اللازمة لإنتاج نشرة أخبار بيئية متخصصة بالصوت والصورة، الرغبة في القيام بدور قائد رأى في مجال نشر الوعي البيئي باستخدام واحدة من الوسائل الإعلامية (٤٠%)، نقد المضامين البيئية المقدمة في وسائل الإعلام في إطار من العادات والتقاليد، التعرض والإدراك الانتقائي للمضمون البيئي المقدم إعلامياً،

الأخلاق الخضراء والمسئولية الإعلامية البيئية: فعالية برنامج للتربية الإعلامية في زيادة الوعي البيئي لدى عينة من المهتمين اجتماعياً: دراسة شبه تجريبية على عينة من عمال النظافة بدار الأوبرا المصرية

وكتابة خبر عن واحدة من المشكلات البيئية (٣٩%)، مصادر المفردة في الحصول على الخبر البيئي، الرغبة في مشاركة الخبر مع آخرين، الوسيلة الإعلامية المختارة لمشاركة الخبر البيئي مع آخرين، استمالات الإقناع اللازمة لإقناع الآخرين بمشكلة بيئية (٣٦.٧٥%)، ماهية وسائل الإعلام، دور وسائل الإعلام في التعليم والتنقيف، تحليل المضامين المقدمة في وسائل الإعلام (٣٢.٦٧%)، وهذا التحسن وإن بدا ذو معدل متوسط إلا أنه يشير إلى أن برامج التربية الإعلامية إذا ما أحسن إعدادها وتطبيقها، يمكنها أن تقوم بدور فاعل في التعليم والتنقيف والتوجيه، بل والتحفيز والتشجيع على الممارسة الإعلامية سواء في تقديم الأفراد العاديين من الجمهور لأفكارهم وآرائهم، حتى لو كانوا من ذوي التعليم المحدود- كمفردات العينة- إضافة إلى قيامهم بدور قادة رأي مؤثرين وسط أقرانهم، عن طريق الاتصال المباشر أو الاتصال عبر وسيلة إعلامية متاحة كالفيديو كأحد وسائل التواصل الاجتماعي.

- جاءت أقل معدلات التحسن على المقياس البعدي في هدفين من الأهداف الفرعية للبرنامج وهما: مفهوم البيئة الطبيعية، المقصود بالموارد البيئية الدائمة، ترشيد الاستهلاك (٢٦%) و أضرار التدخين، المحافظة على التوازن البيئي (١٦.٥%)، وتعتقد الباحثة أن انخفاض معدلات التحسن على هذه الأهداف، يعود إلى أنها مفاهيم يغلب عليها التفكير المجرد لا المحسوس من جهة، كما أنها في ضوء ثقافة المفردات الغالبة تمثل تعارضاً واضحاً، بدا ذلك من رفض المفردات من الذكور في المجموعة التجريبية لأضرار التدخين عند مناقشتهم في هذا الأمر، كذلك رفض غالبية المفردات لمفهوم ترشيد الاستهلاك مؤكدين أن "مزيداً من الإنفاق يأتي بمزيد من الرزق" كمثال شعبي سائد، وهو ما يشير إلى قضية ثقافة مجتمعية تسود بين هذه الفئة، تتطلب عدداً من الدراسات الاجتماعية لبحث عدد من الموروثات الشعبية وتأثيراتها على أسلوب حياتهم.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات المجموعة التجريبية على مقياس التربية الإعلامية لزيادة الوعي البيئي قبلياً وبعدياً لصالح التطبيق البعدي.

الأخلاق الخضراء والمسئولية الإعلامية البيئية: فعالية برنامج للتربية الإعلامية في زيادة الوعي البيئي لدى عينة من المهتمين اجتماعياً: دراسة شبه تجريبية على عينة من عمال النظافة بدار الأوبرا المصرية

جدول رقم (٦)

دلالة الفروق بين القياسين القبلي والبعدي للمجموعة التجريبية على مقياس التربية الإعلامية لزيادة الوعي البيئي

بيان	درجة الاختبار	تجريبية (قبلي) ن=٦٠		تجريبية (بعدي) ن=٦٠		قيمة ت	مستوى الدلالة
		الانحراف المعياري	المتوسط	الانحراف المعياري	المتوسط		
الإجمالي	٢٩	١١.٦٣	٢.٩٥	٢٤.١٧	١٢.٣	٥٤.٢٥	(٠.٠١) دال إحصائياً

توضح نتائج الجدول السابق تخصيصاً دلالة الفروق بين القياسين القبلي والبعدي للمجموعة التجريبية على مقياس التربية الإعلامية لزيادة الوعي البيئي، وتشير قيمة (ت) إلى (٥٤.٢٥)، وهي نسبة دالة عند مستوى معنوية (٠.٠١)، بما يحقق صحة الفرض الثالث للدراسة، ويشير إلى نجاح البرنامج المقدم للتربية الإعلامية في التأثير بشكل عام على مفردات العينة من المجموعة التجريبية، يؤكد ذلك درجة المتوسط في الاختبار القبلي (١١.٦٣)، مقارنة بدرجة المتوسط (٢٤.١٧) في الاختبار البعدي، وتؤكد النتيجة أهمية برامج التربية الإعلامية وربطها بقضايا حياتية أو توعوية، وأهمية تقديمها إلى فئات مختلفة ومستهدفة من الجمهور لخلق الوعي لديهم، وتشجيعهم على المعرفة والفهم، ونقد الرسائل الإعلامية المقدمة وعدم الاكتفاء بدور التلقي السلبي، وخلق جمهور نشط قادر على التحليل والنقد من جانب، وإبداع وابتكار رسائل إعلامية من إنتاجه الشخصي من جانب آخر، خاصة مع انتشار وسائل التواصل الاجتماعي وقيام الجمهور بدور القائم بالاتصال، والشريك في صنع المحتوى الإعلامي، وتتفق هذه الفرضية مع فرضيات دراسات سابقة تم استعراضها، وحملت مسميات "مقياس الوعي أو التنوير البيئي"، والتي حققت نتائج أفضل مع المجموعة التجريبية على حساب الضابطة، بعد تقديمها مضامين إعلامية تم إنتاجها خصيصاً لتناسب مجال تلك الدراسات، وقياساتها وجمهورها المستهدف، ومنها دراسات: إفتخار عبدالله شاکر (٢٠١٨)، جيهان محمد المرسي (٢٠١٧)، أشرف عبدالمنعم (٢٠١٦)، نسرین الليمونی (٢٠١٤)، طلال عبد الهادي (٢٠١٦).

الأخلاق الخضراء والمسئولية الإعلامية البيئية: فعالية برنامج للتربية الإعلامية في زيادة الوعي البيئي لدى عينة من المهتمين اجتماعياً: دراسة شبه تجريبية على عينة من عمال النظافة بدار الأوبرا المصرية

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في معدل التحسن بين متوسط درجات المجموعة التجريبية فيما يتعلق بالأهداف الفرعية لمقياس التربية الإعلامية لزيادة الوعي البيئي قبلياً وبعدياً لصالح التطبيق البعدي.

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب مجموع الدرجات التي حصلت عليها مفردات المجموعة التجريبية في الأهداف الفرعية للمقياس في القياسين القبلي والبعدي، واستخراج المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري وقيمة (ت)، وحساب معدل التحسن بعد تطبيق البرنامج المقدم وجاءت النتائج كالتالي:

جدول رقم (٧)

دلالة الفروق بين القياسين القبلي والبعدي للمجموعة التجريبية في معدل التحسن على الأهداف الفرعية لمقياس التربية الإعلامية

معدل التحسن %	مستوى الدلالة	قيمة (ت)	تجريبية (بعدي) ن=٦٠		تجريبية (قبلي) ن=٦٠		الدرجة	الأهداف الفرعية للمقياس
			الانحراف المعياري	المتوسط	الانحراف المعياري	المتوسط		
١٧	دالة عند مستوى معنوية ٠.٠١	٧.٣٥	٠.٥٧	٢.٢٥	٠.٦٥	١.٤٧	٣	مفهوم البيئة الطبيعية، المقصود بالموارد البيئية الدائمة، ترشيد الاستهلاك
٥٩.٦٧		١٣.٦٨	٠.٧٥	٢.٥٢	٠.٧٩	٠.٧٣	٣	أسباب تلوث البيئة، كيفية حماية البيئة من التلوث، مزارع القمامة في الشارع
٥٤.٣٣		١٤.٣٤	٠.٦٧	٢.٤٠	٠.٧٢	٠.٧٧	٣	الحد من تلوث نهر النيل، ترشيد استهلاك المياه، أنسب الطرق للتخلص من القمامة
٣٨.٣٣		٨.٤٥	٠.٤٣	٢.٧٧	٠.٩٩	١.٦٢	٣	مفهوم التصحر، إعادة تدوير المخلفات، حماية الطعام من التلوث
٣٤		٦.٨٧	٠.٦٩	١.٠٥	٠.٤٩	٠.٣٧	٢	أضرار التدخين، المحافظة على التوازن البيئي).
٣٤.٣٣		٨.٧٠	٠.٥٣	٢.٧٠	٠.٨٤	١.٦٧	٣	ماهية وسائل الإعلام، دور وسائل الإعلام في التعليم والتثقيف، تحليل المضامين المقدمة في وسائل الإعلام

الأخلاق الخضراء والمسئولية الإعلامية البيئية: فعالية برنامج للتربية الإعلامية في زيادة الوعي البيئي لدى عينة من المهتمين اجتماعياً: دراسة شبه تجريبية على عينة من عمال النظافة بدار الأوبرا المصرية

٣٤	٨.٣١	٠.٣٣	٢.٩٢	٠.٩٧	١.٩٠	٣	نقد المضامين البيئية المقدمة في وسائل الإعلام في إطار من العادات والتقاليد، التعرض والتذكر الانتقائي للمضمون البيئي المقدم إعلامياً، وكتابة خبر عن واحدة من المشكلات البيئية
٤٥.٥٠	١٣.٦٢	٠.٥٩	٣.٦٠	١.٠٦	١.٧٨	٤	مصادر المفردة في الحصول على الخبر البيئي، الرغبة في مشاركة الخبر مع آخرين، الوسيلة الإعلامية المختارة لمشاركة الخبر البيئي مع آخرين، استمالات الإقناع اللازمة لإقناع الآخرين بمشكلة بيئية
٦٠	١٤.٣٦	٠.٨٥	٢.٤٠	٠.٦٧	٠.٦٠	٣	المصادر الصحيحة للحصول على أخبار موثقة عن البيئة، تحرير خبر عن البيئة (مقدمة، جسم، خاتمة)، مقارنة الواقع المعاش بالواقع المصنوع المقدم إعلامياً
٤٢	٨.٤٦	٠.٥٣	١.٥٦	٠.٦٠	٠.٧٣	٢	الأدوات اللازمة لإنتاج نشرة أخبار بيئية متخصصة بالصوت والصورة، الرغبة في القيام بدور قائد رأى في مجال نشر الوعي البيئي باستخدام واحدة من الوسائل الإعلامية).

وتشير بيانات الجدول السابق إلى النتائج التالية:

- وجود فروق دالة إحصائياً في معدلات التحسن عند مستوى معنوية ٠.٠١ في الأهداف الفرعية للمقياس المطبق بين القياسين القبلي والبعدي للمجموعة التجريبية لصالح القياس البعدي، وهو ما يشير إلى إثبات صحة الفرض الرابع للدراسة إحصائياً، في ضوء فعالية برنامج التربية الإعلامية المقدم لمفردات المجموعة التجريبية، حيث أسهمت الأهداف الفرعية للبرنامج في زيادة معدلات التحسن لدى المجموعة التجريبية بعدياً، سواءً فيما يتعلق بالتحسن في اكتسابهم لعددٍ من مهارات التربية الإعلامية الواردة في البرنامج المقدم، وكذلك التحسن في إدراكهم وتفاعلهم مع

الأخلاق الخضراء والمسئولية الإعلامية البيئية: فعالية برنامج للتربية الإعلامية في زيادة الوعي البيئي لدى عينة من المهتمين اجتماعياً: دراسة شبه تجريبية على عينة من عمال النظافة بدار الأوبرا المصرية

معطيات الواقع البيئي بمفاهيمه النظرية، ومشكلاته الحياتية الواقعية، بما يشير إلى زيادة وعيهم البيئي.

- تراوح معدل التحسن لدى المجموعة التجريبية في القياس البعدي ما بين (١٧%-٦٠%)، حيث تفاوتت معدلات التحسن من هدف فرعي إلى آخر، وفق طبيعته ومهاراته اللازم تعلمها من قبل مفردات العينة من جهة، ووفق سمات وخصائص مفردات العينة تعليمياً وثقافياً من جهة أخرى، أخذاً في الاعتبار وجود فروق فردية بينهم، رصدتها الباحثة ودونها خلال عقد التجربة على مدار أيامها، وتمثل هذه الفروق بعداً هاماً له إنعكاسه في مستوى مرونة التفكير، وقبول الأفكار الجديدة المطروحة في البرنامج المقدم، وظهرت نتائجها في تحسن التعلم واكتساب المهارات الجديدة، وقد جاءت أعلى معدلات التحسن لصالح الهدف الخاص بالمصادر الصحيحة للحصول على أخبار موثوقة عن البيئة، تحرير خبر عن البيئة (مقدمة، جسم، خاتمة)، مقارنة الواقع المعاش بالواقع المصنوع المقدم إعلامياً (٦٠%)، بما يؤكد تحسن مهارات التفكير الناقد والتفكير الإبداعي لدى مفردات المجموعة التجريبية، وهو ما يعنى نجاح البرنامج المقدم في دفع المبحوثين إلى التفكير النقدي في المشاكل والمواضيع التي ترد ضمن مجال خبراتهم، مع بذل الجهد المستمر للتأكد من أي معرفة في ضوء الدليل الذي يدعمها، والخروج باستنتاجات مناسبة منها، تسمح بخلق إبداعات فكرية جديدة، وأكدت النتائج تحسناً ملحوظاً في الأهداف الفرعية الخاصة بكل من: أسباب تلوث البيئة، كيفية حماية البيئة من التلوث، مضار إلقاء القمامة في الشارع (٥٩.٦٧%)، وبنسبةٍ متقاربة كان التحسن في الهدف الخاص بالحد من تلوث نهر النيل، ترشيد استهلاك المياه، أنسب الطرق للتخلص من القمامة (٥٤.٣٣%)، وهو ما يرتبط بتعزيز الدافعية للتعلم ومهارة التعلم الذاتي، حيث تضع التربية الإعلامية البذرة الأساسية، والخطوة الأولى التي تتيح للمتلقى الرغبة في مواصلة التعلم بصفة ذاتية، خاصة عندما ترتبط بشيء محسوس يتصل مباشرة بحياة المتلقى اليومية، كالموضوعات البيئية التي ترتبط بحياة عينة الدراسة التجريبية بشكل عام، وطبيعة عملهم بشكل خاص، وربما يكون ذلك السبب الرئيس في تحفيزهم لاكتشاف هذا المجال ومعرفة أسرارها، ومن ثم تحقيق معدلات تحسن في إطاره.

- حققت بعض الأهداف الفرعية على المقياس معدلات نمو متوسطة وهي على التوالي: مصادر المفردة في الحصول على الخبر البيئي، الرغبة في مشاركة الخبر مع

الأخلاق الخضراء والمسئولية الإعلامية البيئية: فعالية برنامج للتربية الإعلامية في زيادة الوعي البيئي لدى عينة من المهتمين اجتماعياً: دراسة شبه تجريبية على عينة من عمال النظافة بدار الأوبرا المصرية

آخرين، الوسيلة الإعلامية المختارة لمشاركة الخبر البيئي مع آخرين، استمالات الإقناع اللازمة لإقناع الآخرين بمشكلة بيئية (٤٥.٥%)، الأدوات اللازمة لإنتاج نشرة أخبار بيئية متخصصة بالصوت والصورة، الرغبة في القيام بدور قائد رأى في مجال نشر الوعي البيئي باستخدام واحدة من الوسائل الإعلامية (٤٢%)، وهو ما يؤكد نجاح برنامج التربية الإعلامية المقدم لمفردات المجموعة التجريبية في **التأكيد على واقعية مجال الإعلام والحاجة إليه**،، حيث إن التعامل مع الإعلام يستغرق جزءاً كبيراً من حياة الإنسان في العالم المعاصر، ويرافقه طوال حياته، وهو ما يثير لدى المتلقى الشعور بأهمية امتلاكه لمهارة التعامل مع الإعلام ووسائله المتاحة، واكتسابه الخبرات الخارجية عن الثقافات المتنوعة ومنها ثقافة البيئة، وقد تأكدت هذه المهارات أيضاً من خلال تحسن درجات العينة على الهدف الخاص ببعض المفاهيم البيئية النظرية ومنها: مفاهيم التصحر، إعادة تدوير المخلفات، حماية الطعام من التلوث (٣٨.٣٣%)، كذلك بعض المفاهيم الإعلامية النظرية ومنها: ماهية وسائل الإعلام، دور وسائل الإعلام في التعليم والتنقيف، تحليل المضامين المقدمة في وسائل الإعلام (٣٤.٣٣%)، وينسب متساوية متوسطة في معدل التحسن أيضاً، جاء كل من الهدف الخاص بأضرار التدخين، المحافظة على التوازن البيئي، والهدف الخاص بنقد المضامين البيئية المقدمة في وسائل الإعلام في إطار من العادات والتقاليد، التعرض والإدراك الانتقائي للمضمون البيئي المقدم إعلامياً، وكتابة خبر عن واحدة من المشكلات البيئية (٣٤%)، وإجمالاً يعكس هذا التحسن جانباً هاماً من جوانب التربية الإعلامية يتمثل في **وضوح نتائج التعلم**، حيث تنعكس نتائج التعلم على شخصية المتلقى في الحياة اليومية فتزيد الدافعية وبذل الجهد، خاصة عند تدعيم البرنامج المقدم بنماذج إيجابية مشابهة حياتياً لمفردات العينة من المجموعة التجريبية، وهو ما عززه اختيار الباحثة لعددٍ من التقارير الإخبارية البيئية، تعكس حياة أشخاص من نفس طبقتهم الاجتماعية في تعاملاتهم مع البيئة، سعياً إلى تقديم النماذج الجيدة وتشجيع **التعليم عن طريق النموذج والممارسة الفعلية**.

- حقق الهدف الخاص بمفهوم البيئة الطبيعية، المقصود بالموارد البيئية الدائمة، ترشيد الاستهلاك، أقل درجات التحسن على المقياس، وبفارق نسبي عن سائر الأهداف الفرعية الأخرى للمقياس (١٧%)، وربما يرجع ذلك لكونها مفاهيم مجردة غير محسوسة، تتطلب مهارات أعلى من مستويات التفكير لفهمها وإدراكها، وربطها

الأخلاق الخضراء والمسئولية الإعلامية البيئية: فعالية برنامج للتربية الإعلامية في زيادة الوعي البيئي لدى عينة من المهتمين اجتماعياً: دراسة شبه تجريبية على عينة من عمال النظافة بدار الأوبرا المصرية

بالواقع المعاش لمفردات العينة من ذوى التعليم المحدود من جهة، والثقافة الشعبية التي تميل إلى تفسير الظواهر في ضوء من الغيبات والأمور القدرية، بعيداً عن القدرة على التحليل والتفسير العلمى الدقيق لها، وهو ماتبين للباحثة ودونته خلال الجلسة أثناء المناقشات الحرة مع مفردات العينة التجريبية، لتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراستين سابقتين هما: دراسة هبة أحمد السيد (٢٠١٥) و، **Madianou (2015)** بأن هناك علاقة دالة بين المعرفة البيئية ومتغير المستوى التعليمي والتهميش الاجتماعى فى ضوء نظرية فجوة المعرفة.

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطيه دالة بين متوسط درجات المجموعة التجريبية فى نسب الكسب، ومستويات تأثير البرنامج على مهارات التربية الإعلامية لديهم لصالح القياس البعدى.

جدول رقم (٨)

وجود علاقة ارتباطيه دالة بين متوسط درجات المجموعة التجريبية فى نسب الكسب ومستوياته قبليةً وبعدياً على مقياس التربية الإعلامية

مستوى الكسب	نسبة الكسب	متوسطى درجات الإختبارين		درجة الإختبار	مهارات التربية الإعلامية وفقاً لأبعاد المقياس
		البعدي (ص)	القبلي (س)		
غير مناسب	٠.٧٧	٢.٢٥	١.٤٧	٣	المعرفة والفهم
مناسب	١.٣٧	٢.٥	٠.٧٣	٣	الدافعية للتعلم
مناسب	١.٢٧	٢.٤	٠.٧٧	٣	التعرض والتذكر والإدراك الانتقائى
مناسب	١.٢٢	٢.٧٧	١.٦٢	٣	اتخاذ القرار والقدرة على حل المشكلات
مناسب	١.٢٧	٢.٩٢	١.٩٠	٢	تبنى اتجاهات وسلوكيات إيجابية نحو البيئة
مناسب	١.١٢	٢.٧	١.٦٧	٣	واقعية مجال الإعلام والحاجة إليه
غير مناسب	٠.٧٦	١.٠٥	٠.٣٧	٣	التفكير الناقد
مناسب	١.٢٧	٣.٦	١.٧٨	٤	الروح الإيجابية والثقة بالنفس
مناسب	١.٣٥	٢.٤	٠.٦٠	٣	التعلم الذاتى، ومشاركة التجارب مع الآخرين
مناسب	١.٠٧	١.٥٦	٠.٧٣	٢	التفكير الإبداعي
مناسب	١.١٥	٢٤.١٧	١١.٦٣	٢٩	الإجمالى

الأخلاق الخضراء والمسئولية الإعلامية البيئية: فعالية برنامج للتربية الإعلامية في زيادة الوعي البيئي لدى عينة من المهتمين اجتماعياً: دراسة شبه تجريبية على عينة من عمال النظافة بدار الأوبرا المصرية

وللتحقق من مدى مناسبة البرنامج المقدم للمجموعة التجريبية في إكسابهم مهارات التربية الإعلامية، تم استخدام معادلة "بلاك" Black لحساب نسبة الكسب المعدل، وتشير بيانات الجدول إلى :

- ارتفاع نسبة الكسب المعدل للمقياس ككل، حيث بلغت نسبة الكسب (١.١٥) وهي قيمة تقع في المدى الذي حدده "بلاك" Black ويقع ما بين (١-٢)، وهو مؤشر لفعالية البرنامج المقدم في تحقيق أهدافه، ويؤكد الفرض الخامس للدراسة بوجود علاقة ارتباطية دالة بين متوسط درجات المجموعة التجريبية في نسب الكسب ومستوياته قبلياً وبعدياً على مقياس التربية الإعلامية.

- حققت مفردات العينة من المجموعة التجريبية نسب كسب مناسبة في ثمانية مهارات للتربية الإعلامية، سعى البرنامج لإكسابها لهم، وكان أعلاها (١.٣٧)، وهي مهارة الدافعية للتعلم، في حين كانت أقل نسبة كسب لمهارتي التفكير الناقد (٠.٧٦) والمعرفة والفهم (٠.٧٧)، ويرجع ذلك لارتباط المهارتين بالمستوى التعليمي، الجانب الثقافي ودرجة الوعي المجتمعي لمفردات العينة محدودى التعليم والثقافة، بما يؤكد حاجاتهم إلى برامج تربية إعلامية لرفع درجات وعيهم المجتمعي في كافة المجالات بشكل عام، بينما أثبتت نتائج مفردات العينة في بقية المهارات المقدمة نسب كسب مناسبة ومتقاربة، وهي على التوالي مهارة التعلم الذاتي، ومشاركة التجارب مع الآخرين (١.٣٥)، التعرض والتذكر والإدراك الانتقائي للمضامين الإعلامية البيئية، تبنى اتجاهات وسلوكيات إيجابية نحو البيئة، الروح الإيجابية والثقة بالنفس (١.٢٧)، ويشير الكسب إلى إمكانية تطوير مهارات التربية الإعلامية لدى المتلقين، من خلال صقلها وتدعيمها ببرامج إعلامية مدروسة ووفق تخطيط هادف يتيح للمتلقين استيعابها، ويعزز رغبتهم في تبنيها، وإدخالها ضمن منظومة اتجاهاتهم وسلوكياتهم، وواقع حياتهم اليومية، وهو الهدف الذي سعت إليه هذه الدراسة.

- تلت هذه المهارات في نسب الكسب المتحققة وفق نتائج العينة: مهارات اتخاذ القرار والقدرة على حل المشكلات (١.٢٢)، واقعية مجال الإعلام والحاجة إليه (١.١٢)، التفكير الإبداعي (١.٠٧)، وهي مهارات ترتبط في مجملها بعوامل الفروق الفردية بين مفردات العينة التجريبية، وممارستهم التطبيق العملي الذي صاحب الشرح النظري لأهداف البرنامج المقدم، وتشجيع روح التنافسية والإبداع بين المفردات (وهوما

الأخلاق الخضراء والمسئولية الإعلامية البيئية: فعالية برنامج للتربية الإعلامية في زيادة الوعي البيئي لدى عينة من المهتمين اجتماعياً: دراسة شبه تجريبية على عينة من عمال النظافة بدار الأوبرا المصرية

لاحظته الباحثة ودونته كمؤشرات عامة أثناء جلسات العمل مع المفردات)، وبشكل عام تشير النتائج السابقة إلى تحقق فرض الدراسة الخاص بوجود علاقة ارتباطيه دالة بين متوسط درجات المجموعة التجريبية في نسب الكسب، ومستويات تأثير البرنامج على مهارات التربية الإعلامية لديهم لصالح القياس البعدي.

الفرض السادس: توجد علاقة ارتباطيه دالة بين متوسط درجات المجموعة التجريبية في حجم تأثير البرنامج المقدم معرفياً، ووجدانياً ومهارياً لصالح القياس البعدي.

جدول رقم (٩)

وجود علاقة ارتباطيه دالة بين متوسط درجات المجموعة التجريبية في حجم تأثير البرنامج المقدم معرفياً، ووجدانياً ومهارياً لصالح القياس البعدي

بيان	قيمة (ت) في القياس البعدي للمجموعة التجريبية	قيمة (مربع إيتا ²)	حجم التأثير
الإجمالي	٥٤.٢٥	٠.٩٨	مرتفع

ولتحديد حجم تأثير البرنامج على اكتساب مفردات المجموعة التجريبية لمهارات التربية الإعلامية وزيادة وعيهم البيئي، على أبعاد البرنامج المقدم (معرفياً، وجدانياً ومهارياً) تم قياس مدى حجم هذا التأثير باستخدام (مربع إيتا²)، وتوضح بيانات الجدول ارتفاع حجم التأثير (٠.٩٨)، ووفقاً للمعامل الإحصائي المستخدم فإن القيمة إذا كانت ٠.١٥ فأكثر من التباين الكلي، فإن ذلك يعد تأثيراً كبيراً، وهو ما يشير بدوره إلى فعالية البرنامج المقدم للتربية الإعلامية لزيادة الوعي لبيئي لدى مفردات المجموعة التجريبية، في أبعاده الثلاثة المعرفية، والوجدانية والمهارية، وبالتالي تتحقق صحة الفرض السادس للدراسة.

النتائج العامة للدراسة:

- سعت الدراسة إلى زيادة الوعي البيئي لدى عينة من المهتمين اجتماعياً، ممثلة في عمال النظافة، العاملين بدار الأوبرا المصرية - من ذوى الثقافة و التعليم المحدود- إنطلاقاً من مدخل اجتماعي إعلامي، يهدف إلى تعريفهم بعددٍ من المفاهيم البيئية المرتبطة بواقعهم الحياتي المعاش وبمجال عملهم، في إطار برنامج للتربية الإعلامية البيئية،

الأخلاق الخضراء والمسئولية الإعلامية البيئية: فعالية برنامج للتربية الإعلامية في زيادة الوعي البيئي لدى عينة من المهمشين اجتماعياً: دراسة شبه تجريبية على عينة من عمال النظافة بدار الأوبرا المصرية

يربط بين قضايا البيئة المحيطة وكيفية تناول الإعلامى لها، وإكسابهم مهارات إعلامية تسهم في زيادة وعيهم البيئي، باعتبارهم فئة من فئات الجمهور المستهدف للرسائل البيئية الإعلامية، وهو ما يتطلب ضرورة تعليمهم مهارات التلقى النشط الإيجابي لقضايا البيئة، باستخدام فعاليات برامج التربية الإعلامية، سعياً إلى إكسابهم عددٍ من المهارات منها: المعرفة والفهم، تعزيز الدافعية للتعلم، الإقناع بواقعية المضمون الإعلامى البيئي والحاجة إليه، اكتساب مهارات التفكير العليا بمستوياتها كالتفكير الناقد، التفكير الإبداعي، مهارة اتخاذ القرار ومهارة حل المشكلات، وصولاً إلى تعزيز الثقة بالنفس والروح الإيجابية وتشجيع التعلم الذاتي لدى هذه الفئة، والتي تعتبر من الفئات المهمشة اجتماعياً بل وبحثياً، حيث لم تسع أياً من الدراسات السابقة إلى دراستها، أو تقديم برامج تربية إعلامية لها، تسهم في تثقيفها بيئياً وتزويد من درجات وعيها.

- هدفت الدراسة إلى قياس هدف رئيس هو أثر المتغير المستقل (برنامج التربية الإعلامية المقدم)، على المتغير التابع (زيادة الوعي البيئي لدى عينة من عمال النظافة العاملين بدار الأوبرا المصرية، ومدى اكتسابهم لمهارات التربية الإعلامية البيئية المصممة في البرنامج)، بالتطبيق على مجموعتين أحدهما ضابطة والأخرى تجريبية، باستخدام القياس القبلي البعدي على المجموعتين، للتعرف على مدى فعالية البرنامج المقدم، وتحقيقه لأهدافه العامة والفرعية، من خلال تضمين البرنامج عددٍ من المفاهيم البيئية النظرية، متمثلة في (البيئة الطبيعية، التلوث بأنواعه، التصحر، ترشيد الاستهلاك، الموارد البيئية الدائمة، التوازن البيئي، الحلول المناسبة لمشكلات البيئة)، في إطار من اكتساب وتوظيف مهارات التربية الإعلامية بمجالاتها المعرفية والوجدانية والسلوكية، بما يزيد من درجات الوعي البيئي لدى المجموعة التجريبية، ويكسبهم مجموعة من مهارات التربية الإعلامية البيئية، ويتيح مشاركتهم في إنتاج مضمون إعلامى بيئى (نشرة أخبار متخصصة عن البيئة)

- اعتمدت الدراسة على إطار معرفي للثقافة البيئية وأهميتها وعلاقتها بالتنمية المستدامة، وعمدت إلى الربط بين هذا الإطار ومهارات التربية الإعلامية من خلال برنامج للتربية الإعلامية البيئية (من تصميم الباحثة)، تضمن أبعاداً معرفية ووجدانية وسلوكية، وأهدافاً عامة وأخرى فرعية مشتقة من الهدف الرئيس للدراسة، وفروضها العلمية، باستخدام المنهج شبه التجريبي على مجموعتين إحداها ضابطة (٦٠ مفردة)،

الأخلاق الخضراء والمسئولية الإعلامية البيئية: فعالية برنامج للتربية الإعلامية في زيادة الوعي البيئي لدى عينة من المهتمين اجتماعياً: دراسة شبه تجريبية على عينة من عمال النظافة بدار الأوبرا المصرية

والأخرى تجريبية (٦٠ مفردة)، باستخدام القياسين القبلي والبعدي للمجموعتين، مع الحرص على التأكد من تجانس المجموعتين للخروج بقياسات إحصائية مدققة، تعكس نواتج التعلم التي حققها البرنامج في شقيه البيئي (زيادة الوعي البيئي) والإعلامي (اكتساب مهارات التربية الإعلامية)، لدى عينة المجموعة التجريبية بعد تطبيق البرنامج عليهم، والتعرف على معدلات التحسن، ونسب الكسب ومستوياته المتحققة إجمالاً وتفصيلاً على الأهداف العامة والفرعية للبرنامج المقدم.

- أشارت النتائج الإحصائية للدراسة بعد تطبيق البرنامج المقدم على مفردات المجموعة التجريبية، إلى أن القياس البعدي للمجموعتين الضابطة والتجريبية أثبت وجود فروق ذات دلالة إحصائية لصالح المجموعة التجريبية بعدياً، حيث بلغت قيمة (ت) ١٨.٠٦، عند مستوى معنوية (٠.٠١)، وهو مستوى دال إحصائياً، بما يؤكد صحة الفرض الأول للدراسة، ويشير إلى إمكانية توظيف برامج التربية الإعلامية في مجالات متنوعة للتثقيف ونشر الوعي عامة، والوعي البيئي خاصة، والإفادة منها في تحسين معدلات الفهم والإدراك الواعي للقضايا المجتمعية، ومستجدات التنمية المستدامة التي يتم طرحها إعلامياً، وخلق جمهور نشط قادر على التعامل بموضوعية مع الرسائل الإعلامية المقدمة، في إطار بناء رأى عام واع، لا يتأثر بالشائعات المغلوطة، بل يسعى إلى الحصول على المعلومات الصحيحة من مصادر إعلامية موثوقة، لتكوين آراء واتجاهات عقلانية، وتبنى سلوكيات إيجابية نحو البيئة ومتطلبات التنمية المستدامة، سعياً لتحقيق النمو المجتمعي المطلوب، خاصة بين الفئات المهمشة ذات الثقافة المحدودة- عينة الدراسة مثلاً، والتي أمكن زيادة نسبة الوعي البيئي لديها، من خلال الاعتماد على برنامج لتنمية مهاراتهم الإعلامية البيئية، اعتماداً على منهج علمي محدد، ومتناسب مع سمات وخصائص المفردات (عينة الدراسة). - كما أبدت المعالجات الإحصائية وجود فروق دالة إحصائياً بين المجموعتين الضابطة والتجريبية في الأهداف الفرعية لمقياس التربية الإعلامية لزيادة الوعي البيئي لصالح المجموعة التجريبية في القياس البعدي، عند مستوى معنوية دال (٠.٠١)، وهو ما يثبت صحة الفرض الثاني للدراسة، ويشير إلى التأثير الإيجابي للمتغير المستقل (برنامج التربية الإعلامية البيئية المقدم) على المتغير التابع (زيادة الوعي البيئي، واكتساب مهارات التربية الإعلامية) من قبل مفردات المجموعة التجريبية، وبمقارنة هذه النتيجة بما توصلت إليه نتائج المجموعة الضابطة فقط، في القياسين القبلي والبعدي، لم تظهر

الأخلاق الخضراء والمسئولية الإعلامية البيئية: فعالية برنامج للتربية الإعلامية في زيادة الوعي البيئي لدى عينة من المهتمين اجتماعياً: دراسة شبه تجريبية على عينة من عمال النظافة بدار الأوبرا المصرية

نتائج القياسين لمفردات المجموعة الضابطة على المقياس، فروقاً دالة في التطبيق البعدي، حيث بلغ متوسط الدرجات في القياس القبلي (١٢.٢٥)، والقياس البعدي (١٢.٥٣)، وهو متوسط متقارب جداً يثبت عدم وجود فروق بين القياسين، وإن بدا تحسن طفيف في المتوسطات، ربما يرجع إلى التواصل بين مفردات المجموعتين الضابطة والتجريبية، بحكم طبيعة جهة العمل المشترك، وتبادل المعلومات حول الموضوعات التي تعرضت لها المجموعة التجريبية في جلسات العمل الخاصة بالتجربة.

- أكدت نتائج الدراسة صحة الفرض الثالث للدراسة حول وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات المجموعة التجريبية فقط على مقياس التربية الإعلامية لزيادة الوعي البيئي قبلياً وبعدياً لصالح التطبيق البعدي، حيث بلغت قيمة (ت) ٥٤.٢٥ عند مستوى معنوية (٠.٠١)، وهي علاقة دالة إحصائياً، ترتبط بتعرض مفردات المجموعة التجريبية للبرنامج المقدم بأهدافه العامة والفرعية، وأبعاده المعرفية والوجدانية والمهارية، بما يثبت صحة الفرض.

- كما أشارت نتائج الدراسة إلى صحة الفرض الرابع الخاص بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات المجموعة التجريبية فيما يتعلق بالأهداف الفرعية لمقياس التربية الإعلامية لزيادة الوعي البيئي قبلياً وبعدياً، لصالح التطبيق البعدي عند مستوى معنوية (٠.٠١)، بمعدلات تحسن تراوحت نسبتها بين (١٧% - ٦٠%) بما يعتبر مؤشراً جيداً لفعالية البرنامج في تحسن مهارات مفردات المجموعة التجريبية الإعلامية وزيادة وعيهم البيئي، وترجع الباحثة هذا التحسن إلى عدة عوامل منها: تنوع المفاهيم البيئية المطروحة نظرياً، وإعلامياً من خلال قوالب ومضامين إعلامية بيئية متخصصة و متنوعة، تم عرضها على المفردات في جلسات العمل مثل: التقارير البيئية الإخبارية، الأفلام التسجيلية ذات المضامين البيئية، بما فيها من صور مصاحبة، وتعليق شارح ومؤثرات صوتية، بصرية وموسيقية لإثارة انتباه المفردات، وتحسين مهاراتهم الإعلامية، بتشجيعهم على أعمال التفكير الناقد والإبداعي، وتحفيزهم على التحليل والتفسير للمضامين البيئية المقدمة ونقدها بموضوعية، وتعزيز روح البحث عن معلومات بيئية موثقة، تصلح كرسائل إعلامية هادفة، وتحوى طرْحاً لأفكار و حلول للقضايا البيئية، وما صاحب ذلك من شرح وتشجيع للعصف الذهني الجماعي طوال جلسات العمل أيام التجربة، إضافة إلى بث الروح الإيجابية والثقة بالنفس لدى

الأخلاق الخضراء والمسئولية الإعلامية البيئية: فعالية برنامج للتربية الإعلامية في زيادة الوعي البيئي لدى عينة من المهتمين اجتماعياً: دراسة شبه تجريبية على عينة من عمال النظافة بدار الأوبرا المصرية

المفردات، لإنتاج محتوى إعلامي بأنفسهم، يعرض أخباراً متنوعة عن البيئة ومشكلاتها، ممثلاً في نشرة أخبار بيئية متخصصة مدعمة بالفيديوهات، التي تم اختيارها بمشاركة المبحوثين في التجربة، وتعزيز روح المبادرة لديهم لطرح رؤاهم وأفكارهم حول تقديم مشكلات بيئية حياتية، ودعوتهم إلى نشرها ومشاركتها عبر صفحاتهم على الفيس بوك، وتشجيعهم على أن يكونوا قادة رأي للآخرين في مجال حماية البيئة.

- وسعت الدراسة إلى حساب نسب الكسب التي تحققت من البرنامج في إكساب مفردات العينة مهارات التربية الإعلامية بعد التطبيق على المجموعة التجريبية، وكذلك حجم تأثيره على المفردات.

- وأثبتت النتائج صحة الفرض الخامس للدراسة بوجود علاقة ارتباطية دالة بين متوسط درجات المجموعة التجريبية في نسب الكسب ومدى مناسبتها لمستويات تأثير البرنامج المقدم، بعد إجراء التجربة على المجموعة التجريبية، حيث بلغت نسبة الكسب المعدل (١.١٥)، بما يؤكد فعالية التجربة، حيث جاءت مستويات الكسب (مناسبة) على غالبية المهارات المطلوب اكتسابها من قبل العينة التجريبية، باستثناء مهارتين هما (المعرفة والفهم، التفكير الناقد)، ويرجع ذلك إلى ارتباط المهارتين بمفاهيم نظرية مجردة، تتطلب مهارات أعلى من مهارات التفكير العليا، المرتبطة بمستويات تعليمية لها دلالات، تنعكس على مرونة التفكير والارتقاء به إلى المجرادات لا المحسوسات، وهو ما يتوافر في عينة الدراسة التجريبية من ذوي التعليم المحدود.

- كذلك أيدت النتائج صحة الفرض السادس الخاص بوجود علاقة ارتباطية دالة بين متوسط درجات المجموعة التجريبية في حجم تأثير البرنامج المقدم لصالح القياس البعدى عليهم، حيث بلغت قيمة (إيتا^٢) ٠.٩٨ لتظهر حجم تأثير مرتفع للبرنامج المقدم معرفياً، وجدانياً ومهارياً، وهو ما يحقق الهدف العام للدراسة التجريبية.

- وبشكل عام يمكن إجمال النتائج الخاصة بالدراسة أنها حققت صحة فروضها النظرية، وأثبتت فعالية برنامج التربية الإعلامية المقدم لزيادة الوعي البيئي لدى مفردات العينة من المجموعة التجريبية.

الأخلاق الخضراء والمسئولية الإعلامية البيئية: فعالية برنامج للتربية الإعلامية في زيادة الوعي البيئي لدى عينة من المهتمين اجتماعياً: دراسة شبه تجريبية على عينة من عمال النظافة بدار الأوبرا المصرية

توصيات الدراسة:

في ضوء النتائج العامة للدراسة، تتقدم الباحثة بعددٍ من التوصيات، التي يمكنها أن تسهم في تفعيل دور الإعلام في مجالات التنمية المجتمعية المستدامة عامة، ومجالات النهوض بالبيئة باعتبارها مجالاً حيوياً مؤثراً على الأفراد والمجتمع المحلي، امتداداً إلى المجتمع الإنساني ككل وتمثل هذه التوصيات في:

١- ضرورة إدخال مادة التربية الإعلامية في كافة مراحل التعليم الدراسية، سعياً إلى تنشئة جيلٍ واعٍ إعلامياً وقادر على نقد وتحليل الرسالة الإعلامية، ومشارك في صنع محتوى إعلامي جاد، مستمد من مصادر معلومات موثقة بعيداً عن الشائعات المضللة، خاصة في ضوء انتشار وسائل التواصل الاجتماعي، وانتقال الجمهور من دور المتلقي – السلبي أحياناً كثيرة- إلى دور القائم بالاتصال، دائم التفاعل بالإعجاب، أو التعليق، أو المشاركة، ونشر المعلومات.

٢- الاهتمام بتطبيق برامج التربية الإعلامية في دراسات الإعلام ذات المداخل الاجتماعية والسيكولوجية، لما لها من تأثير إيجابي في خلق الوعي العام، وزيادة القدرة على تنمية مهارات التفكير العليا، وتشجيعها الابتكار والإبداع، وخلق التنافسية والروح الإيجابية.

٣- تبني حملات إعلامية موجهة لنشر الثقافة البيئية وزيادة الوعي البيئي، من جانب المؤسسات الدولية والمحلية البيئية، والعمل على نشر هذه الحملات على أوسع نطاق بين مختلف فئات الجمهور، مع مراعاة الخصائص والسمات العامة للجمهور المستهدف، بما يسهم في زيادة الإدراك والوعي العام باستخدام أساليب إقناعية متنوعة تحقق الأهداف المطلوبة.

٤- دعوة الباحثين والدارسين في المجال الإعلامي إلى اختيار عينات من الفئات المهتمشة مجتمعياً، للتعرف على آرائهم واتجاهاتهم في الرسائل المقدمة إعلامياً، وخلق سبل جديدة للتواصل معهم وزيادة نسب وعيهم العام في كافة المجالات، وبشكل خاص لزيادة وعيهم بمشكلات التنمية المستدامة وتأثيراتها، وحثهم على المشاركة الفاعلة بالرأى، وتغيير السلوكيات غير المرغوبة في ضوء الاحساس بالمسئولية المجتمعية.

الأخلاق الخضراء والمسئولية الإعلامية البيئية: فعالية برنامج للتربية الإعلامية في زيادة الوعي البيئي لدى عينة من المهمشين اجتماعياً: دراسة شبه تجريبية على عينة من عمال النظافة بدار الأوبرا المصرية

المراجع:

- 1- Miyase Christensen, Annika, ENilsson (2018), "Media, Communication, and the Environment in Precarious Times", *Journal of Communication*, Volume 68, Issue 2, April 2018, Pages 267–277.
<https://doi.org/10.1093/joc/jqv004>
 - 2- Anil Kumar Jharotia, (2018), "Role of Media in Enhancement of Environmental Awareness", ConferencePaper, **In: Conference: "Power of Media: Shaping the Future"**, At Tecnia Auditorium, NewDelhi, March 2018. <https://www.researchgate.net/publication/3237512333>.
 - 3- Foxwell-Norton, K. and Lester, L. (2017) 'Saving the Great Barrier Reef from disaster, media then and now', *Media, Culture & Society*, 39(4), pp. 568–581. <https://doi: 10.1177/0163443717692738>.
 - 4- Ajaero, I. D., Okoro, N. M. and Ajaero, C. K. (2016) 'Perception of and Attitude Toward Mass Media Reportage of the 2012 Flood in Rural Nigeria', *SAGE Open*. First Published September 8, 2016 <https://doi: 10.1177/2158244016666887>.
 - ٥- نور الدين ميني (٢٠١٤)، " إستراتيجية الحملات الإعلامية والإعلانية لحماية البيئة في الجزائر وسائل الإعلام أنموذجاً"، *مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية*، Volume 11, Numéro 1, Pages 97-108. <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/12576>.
 - ٦- عبد السلام غرابي (٢٠١٣)، "وسائل الإعلام والتوعية البيئية: مجتمع مدينة المسيلة أنموذجاً"، *أطروحة لنيل درجة الماجستير (الجزائر: قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة المسيلة)*
<http://dspace.univ-msila.dz:8080/xmlui/handle/123456789/588>.
- Date: 2013-06-01.
- 7- Singh, Seema(2012), "ENVIRONMENTAL CONCERNS AND ROLE OF MEDIA IN ENVIRONMENT MANAGEMENT: A FEW POSSIBILITIES", *Management Dynamics*, Dec 2012, Vol.12, Issue 2, p71-80.10 p.
http://scholar.google.com.eg/scholar_url
 - ٨- إفتخار عبدالله شاكرا (٢٠١٨)، "دور الصحافة في تنمية التنوع البيئي لدي قطاعات من الجمهور في إقليم كردستان بالعراق"، *رسالة ماجستير غير منشورة*، (القاهرة: معهد الدراسات والبحوث البيئية، قسم العلوم التربوية والإعلام البيئي، جامعة عين شمس، 2018).

الأخلاق الخضراء والمسئولية الإعلامية البيئية: فعالية برنامج للتربية الإعلامية في زيادة الوعي البيئي لدى عينة من المهمشين اجتماعياً: دراسة شبه تجريبية على عينة من عمال النظافة بدار الأوبرا المصرية

٩- نزيهة وهابى (٢٠١٧)، "المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة من خلال الصحافة المكتوبة" بحث منشور في: *مجلة كلية التربية الأساسية للعلوم التربوية والإنسانية*، ع(٣٤)، ص ص ١٢٧-١٤١، جامعة بابل.

ISSN:2304371723128003, Year:2017, Issue:34, Pages:127-141

Publisher: Babylon University

<https://www.iasj.net/iasj?func=article&aId=134989>.

١٠- جيهان محمد محمد المرسي (٢٠١٧)، "فاعلية نموذج مقترح لمعالجة قضايا البيئة بمجلات المرأة العربية في تنمية القيم والمهارات البيئية"، *رسالة دكتوراه غير منشورة*، (القاهرة:معهد الدراسات والبحوث البيئية، قسم العلوم التربوية والإعلام البيئي، جامعة عين شمس، ٢٠١٧).

١١- أشرف محمد عبد المنعم (٢٠١٦)، "دراسة تحليلية مقارنة لمحتوى جريدتي "الأهرام ويكلي" و"الهيرالد تريبون" الدولية، في ضوء تحقيقهما لبعض أبعاد التنوير البيئي لدى القراء في مصر"، *رسالة ماجستير غير منشورة*، (القاهرة:معهد الدراسات والبحوث البيئية، قسم العلوم التربوية والإعلام البيئي، جامعة عين شمس، ٢٠١٦).

١٢- نزيهة وهابى (٢٠١٥)، "البعد الإعلامي لخلق الوعي البيئي لدى المواطنين"، *مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية*، (٢٠١٥)، المجلد (٢)، العدد (٦)، ص ص: ١٣٣-١٤٦.

<https://platform.almanhal.com/Reader/Article/67446>.

<https://DOI: 10.12816/0012753>.

١٣- الشيماء عبد الإله عبد الحميد (٢٠١٥)، "معالجة قضايا البيئة في بعض الصحف المصرية والفرنسية:دراسة مقارنة"، *رسالة ماجستير غير منشورة*، (القاهرة:معهد الدراسات والبحوث البيئية، قسم العلوم التربوية والإعلام البيئي، جامعة عين شمس، ٢٠١٥).

١٤- خالد محمد محسن محمد (٢٠١٥)، "تطوير الرسالة الإعلامية بالصحف المسائية لتنمية المواطنة البيئية لدى القراء في ضوء أبعاد التنمية المستدامة"، *رسالة دكتوراه غير منشورة*، (القاهرة:معهد الدراسات والبحوث البيئية، قسم العلوم التربوية والإعلام البيئي، جامعة عين شمس، ٢٠١٥).

١٥- نسرين أحمد اليموني (٢٠١٤)، "إطار مقترح لمعالجة قضايا البيئة في مجلة الشباب وأثره على تنمية المسؤولية البيئية لدى الشباب"، *رسالة ماجستير غير منشورة*، (القاهرة:معهد الدراسات والبحوث البيئية، قسم العلوم التربوية والإعلام البيئي، جامعة عين شمس، ٢٠١٤).

١٦- إيمان مصطفى كامل (٢٠١٧)، "فاعلية تصور مقترح بإذاعة الشباب والرياضة لتنمية بعض أبعاد المسؤولية البيئية لدى الشباب"، *رسالة ماجستير غير منشورة*، (القاهرة:معهد الدراسات والبحوث البيئية، قسم العلوم التربوية والإعلام البيئي، جامعة عين شمس، ٢٠١٧).

الأخلاق الخضراء والمسئولية الإعلامية البيئية: فعالية برنامج للتربية الإعلامية في زيادة الوعي البيئي لدى عينة من المهمشين اجتماعياً: دراسة شبه تجريبية على عينة من عمال النظافة بدار الأوبرا المصرية

١٧- ملاك على جمعة (٢٠١٧)، " دور بعض القنوات الفضائية في تنمية القيم البيئية لدى الجمهور"، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة:معهد الدراسات والبحوث البيئية، قسم العلوم التربوية والإعلام البيئي، جامعة عين شمس، ٢٠١٧).

١٨- على محمد إسماعيل (٢٠١٦)، " دور البرامج البيئية بشبكة صوت العرب في تنمية المسؤولية البيئية لدى الشباب المصري"، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة:معهد الدراسات والبحوث البيئية، قسم العلوم التربوية والإعلام البيئي، جامعة عين شمس، ٢٠١٦).

١٩- هبة أحمد السيد (٢٠١٥)، " تقويم دور بعض القنوات الفضائية الزراعية في تنمية المعارف والمهارات البيئية وسبل العيش لدي مزارعي محافظة شمال سيناء"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (القاهرة:معهد الدراسات والبحوث البيئية، قسم العلوم التربوية والإعلام البيئي، جامعة عين شمس، ٢٠١٥).

20- Bolderdijk JW, Gorsira M, Keizer K, Steg L. (2013), " Values Determine the (In)Effectiveness of Informational Interventions in Promoting Pro-Environmental Behavior", *PLoS ONE* 8(12): e83911. Published: December 18. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0083911>.

٢١- جيهان عطا أرسانيوس (٢٠١٨)، "المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة في بعض المواقع الإلكترونية للمؤسسات الصحفية وأثرها على تنمية المسؤولية البيئية لدى الجمهور"، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة:معهد الدراسات والبحوث البيئية، قسم العلوم التربوية والإعلام البيئي، جامعة عين شمس، ٢٠١٨).

٢٢- هبة صلاح محمد (٢٠١٨)، "استخدام الفيس بوك في تنمية المفاهيم والاتجاهات البيئية لدى عينة من الشباب الجامعي" رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة:معهد الدراسات والبحوث البيئية، قسم العلوم التربوية والإعلام البيئي، جامعة عين شمس، ٢٠١٨).

٢٣- راشد بن هادي راشد (٢٠١٨)، "فاعلية الإعلام الجديد في تنمية الوعي البيئي دراسة ميدانية"، أطروحة ماجستير غير منشورة، (الرياض: كلية العلوم الاجتماعية، قسم الإعلام، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، ٢٠١٨).

<https://repository.nauss.edu.sa/handle/123456789/65726>

24- Büscher, B. (2016) 'Nature 2.0: Exploring and theorizing the links between new media and nature conservation', *New Media & Society*, 18(5), pp. 726–743. <https://doi.org/10.1177/1461444814545841>.

٢٥- إيناس على سعد (٢٠١٦)، " دور مجلات الأطفال الإلكترونية في نشر الوعي البيئي لدى الطفل المصري"، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة:معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الطفل، جامعة عين شمس، ٢٠١٦).

الأخلاق الخضراء والمسئولية الإعلامية البيئية: فعالية برنامج للتربية الإعلامية في زيادة الوعي البيئي لدى عينة من المهمشين اجتماعياً: دراسة شبه تجريبية على عينة من عمال النظافة بدار الأوبرا المصرية

٢٦- شفيقة مهري (٢٠١٦)، "الإعلام البيئي الإلكتروني عبر موقع الفيسبوك ودوره في تحقيق التنمية المستدامة"، *Dépôt DSpace*, pp1-19. Numéro 23 Décembre, 2016.

<http://dspace.univ-setif2.dz/xmlui/handle/123456789/880>

27- Rahim, Mariwan & Jalaladeen, Jwan, (2016). "The Role of Social Media on Environmental Awareness of Undergraduate Students in University of Sulaimani in Iraq", *Journal of Arts, Literature, Humanities and Social Sciences – JALHSS*, (10). pp:218-231. <http://www.jalhss.com/Papers>.

٢٨- هبة عبد العزيز أبوسريع (٢٠١٦)، "فاعلية استخدام الإعلام البديل (Face book) في تنمية المواطنة البيئية لدى مجموعة من الشباب"، *رسالة دكتوراه غير منشورة*، (القاهرة: معهد الدراسات والبحوث البيئية، قسم العلوم التربوية والإعلام البيئي، جامعة عين شمس، ٢٠١٦).

٢٩- طلال عبد الهادي أحمد (٢٠١٦)، "فاعلية استخدام الاستديو الافتراضي في تنمية الوعي البيئي والمهارات البيئية لدى تلاميذ المرحلة المتوسطة في دولة الكويت"، *رسالة ماجستير غير منشورة*، (القاهرة: معهد الدراسات والبحوث البيئية، قسم العلوم التربوية والإعلام البيئي، جامعة عين شمس، ٢٠١٦).

30- Madianou, M. (2015) 'Digital Inequality and Second-Order Disasters: Social Media in the Typhoon Haiyan Recovery', *Social Media & Society*, Volume: 1, issue: 2, Article first published online: September 30, 2015; Issue published: July 1, 2015. <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2056305115603386#articleCitationDownloadContainer>.

٣١- هبة عبد الفتاح عبد المنعم، (٢٠١٨)، " دور المسلسلات الكرتونية المصرية والأجنبية ببعض القنوات المصرية في تنمية الوعي البيئي لدى الأطفال"، *رسالة ماجستير غير منشورة*، (القاهرة: معهد الدراسات والبحوث البيئية، قسم العلوم التربوية والإعلام البيئي، جامعة عين شمس، ٢٠١٨).

٣٢- شيماء خيرى عبد البديع (٢٠١٨)، " دور الإعلانات البيئية الكرتونية في تنمية المفاهيم والسلوك البيئي لدى عينة من الأطفال"، *رسالة ماجستير غير منشورة*، (القاهرة: معهد الدراسات والبحوث البيئية، قسم العلوم التربوية والإعلام البيئي، جامعة عين شمس، ٢٠١٨).

33- Fry, Katherine G. (2015) "Developing Media Literacy: Managing Fear and Moving Beyond," *Journal of Media Literacy Education*, 6(3), 65-70. Available at: <https://digitalcommons.uri.edu/jmle/vol6/iss3/6>.

34- RobbGrieco, Michael (2014) "Why History Matters for Media Literacy Education," *Journal of Media Literacy Education*, 6(2). Available at: <https://digitalcommons.uri.edu/jmle/vol6/iss2/2>.

- 35- Lin, Ju-Pong (2014) "Review: The Media Ecosystem: What Ecology Can Teach Us about Responsible Media Practice", *Journal of Media Literacy Education*, 6(1). Available at: <https://digitalcommons.uri.edu/jmle/vol6/iss1/7>.
- 36- Dantzler, Perry D.,(2016) "With Great Literacy Comes Great Responsibility: Rethinking Popular Culture and the Literacy Practices of Superheroes." *Dissertation*, Georgia State University, 2016. https://scholarworks.gsu.edu/english_diss/169.
- 37- Milcu, A.I. & Hanspach, Jan & Abson, David & Fischer, Joern. (2013). "Cultural ecosystem services – a literature review and prospects for future research", *ECOLOGY AND SOCIETY*, Vol (18) , January 2013. <https://www.researchgate.net/publication/311569902>.
- 38- Daniel, T. C., Muhar, A., Arnberger, A., Aznar, O., Boyd, J. W., Chan, K. M., von der Dunk, A. (2012). "Contributions of cultural services to the ecosystem services agenda", Proceedings of *the National Academy of Sciences* of the United States of America, 109(23),PP: 8812–8819. <https://doi:10.1073/pnas.1114773109>.
- 39- Gerhard Lenski, (2016). "**Ecological-Evolutionary Theory: Principles and Applications**".(NY, Routledge Publishing).PP:125-129.
- 40- Andre F. Clewell, James Aronson (2013). "**Ecological Restoration: Principles, Values, and Structure of an Emerging Profession**", Second Edition, Island Press.PP:15-27.
- 41- Song, Ah-Young (2017) "Critical Media Literacies in the Twenty-First Century: Writing Autoethnographies, Making Connections, and Creating Virtual Identities," *Journal of Media Literacy Education*, 9(1),PP:64-78. DOI: <https://doi.org/10.23860/JMLE-2017-9-1-5>. Available at: <https://digitalcommons.uri.edu/jmle/vol9/iss1/5>.
- 42- Eristi, B., and Erdem, C. (2017). Development of a Media Literacy Skills Scale. *Contemporary Educational Technology*, 8(3), pp. 249-267. <https://doi.org/10.30935/cedtech/6199>

الأخلاق الخضراء والمسئولية الإعلامية البيئية: فعالية برنامج للتربية الإعلامية في زيادة الوعي البيئي لدى عينة من المهتمين اجتماعياً: دراسة شبه تجريبية على عينة من عمال النظافة بدار الأوبرا المصرية

- 43- McGinn, Anna Elizabeth, "Quantifying and Understanding Ecological Literacy: A Study of First Year Students at Liberal Arts Institutions"(2014).*Dickinson College Honors Theses*. Paper169.
- 44- Jason Harshman,(2017)"Developing Globally Minded, Critical Media literacy Skills" *Journal of social studies Education Research*, 2017:8(1),69-92. www.Jsser.org. <https://dergipark.org.tr/en/pub/jsser/issue/29488/316358>.
- 45- Erica Weintraub Austin PhD, Bruce E. Pinkleton PhD, Bruce W. Austin MS & Rebecca Van de Vord PhD (2012) "The Relationships of Information Efficacy and Media Literacy Skills to Knowledge and Self-efficacy for Health-Related Decision Making", *Journal of AmericanCollegeHealth*, 60:8, 548-554. DOI: [10.1080/07448481.2012.726302](https://doi.org/10.1080/07448481.2012.726302).
- 46- Ngoc H. Bui.(2017) "The Relationship Between Self-Efficacy and Perceptions of Different Literacy Types Among College Students. *Journal of College Reading and Learning* Volume 47, 2017, Issue 1 pages45-57. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10790195.2016>
- 47- Yildiz Durak, H., Saritepeci, M. (2019) "Modeling the effect of new media literacy levels and social media usage status on problematic internet usage behaviours among high school students". *Educ Inf Technol* 24, 2205–2223 (2019). <https://doi.org/10.1007/s10639-019-09864-9>.
- 48- ArthurBerger, (2016) "**Media and Communication Research Methods: An Introduction to Qualitative and Quantitative Approaches**" 4th(ed), ThousandOaks :SAGE Publications, Inc., 2016 pp:317-333. <https://uk.sagepub.com/en-gb/afr/media-and-communication-research-methods/book259331>.
- 49- Belinha S. De Abreu, Alice Y. L. Lee, Julian McDougall, JadMelki, Paul M hailidis, (2017). "**The International Handbook of Media Literacy**". Ch1, pp18-24. <https://www.researchgate.net/publication/335975642>
- (1*)، (3*)، (5*) السادة الأساتذة محكمى قائمة المهارات المطلوبة، الأهداف العامة والفرعية للبرنامج و مقياس التربية الإعلامية:
- أ.د. حسين أمين، الأستاذ بقسم الصحافة و الإعلام، الجامعة الأمريكية بالقاهرة، ومدير مركز كمال أدهم للصحافة التليفزيونية بالجامعة الأمريكية.

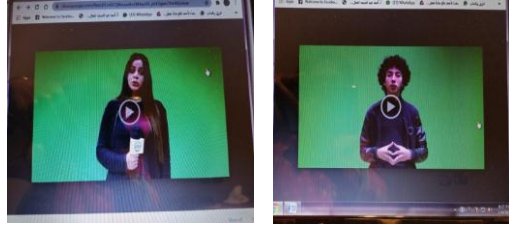
الأخلاق الخضراء والمسئولية الإعلامية البيئية: فعالية برنامج للتربية الإعلامية في زيادة الوعي البيئي لدى عينة من المهتمين اجتماعياً: دراسة شبه تجريبية على عينة من عمال النظافة بدار الأوبرا المصرية

- أ.د. عبد المسيح سمعان، أستاذ الإعلام البيئي، ووكيل خدمة المجتمع وشئون البيئة، معهد الدراسات والبحوث البيئية، قسم العلوم التربوية والإعلام البيئي، جامعة عين شمس.
 - أ.د. وائل إسماعيل عبد الباري، أستاذ الإعلام بكلية البنات، جامعة عين شمس.
 - أ.م.د. ريهام رفعت، أستاذ الإعلام البيئي المساعد، معهد الدراسات والبحوث البيئية، قسم العلوم التربوية والإعلام البيئي، جامعة عين شمس.
- (٢*) مجموعة من التقارير الإخبارية البيئية المعروضة على قنوات الجزيرة الوثائقية و National Geographic، مع عرض عددٍ من الأفلام الوثائقية البيئية المقدمة على قنوات اليوتيوب منها:
- ١- فيلم الفقراء والأغنياء والقمامة.
<https://www.youtube.com/watch?v=g8GPzO5q8TA>
 - ٢- فيلم أى هواء ننتفس. <https://pt-br.facebook.com>
 - ٣- فيلم صحارى من صنع البشر. <https://web.facebook.com/AFEDonline>.
 - ٤- فيلم كى لانغرق فى نفاياتنا. <https://web.facebook.com/AFEDonline>.
 - ٥- الأرض: يوم واحد مدهش. <https://www.q8doc.com/2018/07/06/earth-one>.
- (4*) ورشة العمل التي أقامتها لجنة ثقافة البيئة بالمجلس الأعلى للثقافة للاحتفال بيوم الأرض يوم 22 أبريل 2018، بمقر اللجنة بالمجلس الأعلى للثقافة، بحضور نخبة من السادة الإعلاميين، وأساتذة الإعلام والبيئة، وشاركت فيها الباحثة بورقة عمل حول أهمية الإعلام البيئي ودوره في نشر ثقافة البيئة.

الأخلاق الخضراء والمسئولية الإعلامية البيئية: فعالية برنامج للتربية الإعلامية في زيادة الوعي البيئي لدى عينة من المهتمين اجتماعياً: دراسة شبه تجريبية على عينة من عمال النظافة بدار الأوبرا المصرية

*** شكر واجب

تشكر الباحثة معالي وزيرة الثقافة أ.د. إيناس عبد الدايم، أ.د. سعيد المصري أمين عام المجلس الأعلى للثقافة وأ.د. عبد المسيح سمعان مقرر لجنة البيئة بالمجلس الأعلى للثقافة، لتوفير كافة الإمكانيات اللازمة لإجراء التجربة وجلسات العمل مع مفردات العينة. كما تتوجه الباحثة بالشكر لطلابها بالفرقة الرابعة، قسم الإذاعة والتلفزيون، المعهد العالي للإعلام وفنون الاتصال بالسادس من أكتوبر، لمعاونتهم الجادة في التصوير والمونتاج وتقديم نشرة "الأخلاق الخضراء"



صور الطلاب أثناء أداء النشرة