



## مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر

### داخل العدد

- اتجاهات الدراسات الإعلامية في قسم الصحافة والإعلام بجامعة الأزهر .  
د. رزق سعد عبد المعطى
- دور التلفزيون المصري في إدراك مخاطر الأمن المائي في مصر .  
د. حنان يوسف
- اعتماد طلبة الجامعات السعودية على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات أثناء الكوارث والأزمات. د. أميرة محمد إبراهيم النمر
- اتجاهات الإعلاميين نحو دور الشبكات الاجتماعية في التغيير المجتمعي .  
د. ندى عبد النبي محمد القاضي
- رؤية الصحفيين المصريين للصحافة الاستقصائية ودورها في صنع السياسات العامة.  
د. عيسى عبد الباقي موسى
- المعارضة الإلكترونية وعلاقتها بالتحويلات السياسية في العالم العربي.  
د. علاء الشامي
- تقييم الأداء المهني للقائم بالاتصال في القنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة بعد ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١ .  
د. صفا محمود عثمان
- البحوث الإعلانية في ربيع قرن .  
د. رجاء عبد الرازق الغمراوي
- الاتجاهات الأساسية لدراسات الصورة الذهنية في مصر خلال العقد الأول من القرن ٢١ .  
د. أماني ألسبرت
- مشاركة القنوات الفضائية المصرية في دعم التنمية السياحية بعد أحداث ثورة ٢٥ يناير.  
د. إيمان عز الدين محمد دوابه
- أثر حرية التعبير في تعرض النخبة الأكاديمية والإعلامية للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية المصرية . د. فاطمة الزهراء صالح
- دور الإعلام البيئي في تحقيق التنمية المستدامة.  
د. هالة الطلحاتي  
د. أبو بكر الصالحي
- اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات حول ثورة ٢٥ يناير .  
د. غادة صقر

العدد  
السادس  
والثلاثون  
أكتوبر ٢٠١١  
(المجلد الثاني)

رقم الإيداع بدار الكتب  
المصرية  
٦٥٥٥

العدد السادس والثلاثون  
أكتوبر ٢٠١١ م  
( المجلد الثاني )

مجلة  
البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر

رئيس مجلس الإدارة  
أ.د. أسامة العبد

رئيس التحرير  
أ.د. عبد الصبور فاضل

الإشراف الفني  
أ.د. سامي الكومي

سكرتير التحرير  
د. محمد أحمد هاشم  
الشريف

توجه المراسلات باسم الدكتور سكرتير التحرير على العنوان التالي  
: القاهرة - جامعة الأزهر - كلية الإعلام ت : ٠٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

المراسلات

داخل جمهورية مصر العربية  
٥٠ جنيها مصريا

السعر  
للتسعة الواحدة

## هيئة المحكمين

أ.د : فاروق أبو زيد  
أ.د : على عجووة  
أ.د : محيي الدين عبد الحلیم  
أ.د : انشراح الشال  
أ.د : ماجى الحلوانى  
أ.د : منى الحديدى  
أ.د : عدلى رضا  
أ.د : سامى الشریف  
أ.د : حسن عماد مكاوى  
أ.د : أشرف صالح  
أ.د : نجوى كامل  
أ.د : شعبان شمس  
أ.د : شریف اللبان  
أ.د : جمال النجار  
أ.د : سليمان صالح  
أ.د : عبد الصبور فاضل  
أ.د : فوزى عبد الغنى  
أ.د : حسن على  
أ.د : محمود إسماعيل

جميع الآراء الواردة فى المجلة تعبر عن رأى أصحابها ولا تعبر عن  
رأى المجلة

العدد الخامس والثلاثون - يناير ٢٠١١ م ( المجلد الثانى )

## فهرس المحتويات

رقم الصفحة	المحتويات
١ ٣ ٤ ٨ - ٥	<ul style="list-style-type: none"> <li>— داخل العدد</li> <li>— هيئة التحرير</li> <li>— هيئة المحكمين</li> <li>— الافتتاحية</li> </ul>
٤٢ - ٩	اتجاهات الدراسات الإعلامية في قسم الصحافة والإعلام بجامعة الأزهر . د. رزق سعد عبد المعطى
٨١ - ٤٣	دور التلفزيون المصري في إدراك مخاطر الأمن المائي في مصر . د. حنان يوسف
١٢٩ - ٨٣	اعتماد طلبة الجامعات السعودية علي وسائل الإعلام في الحصول علي المعلومات أثناء الكوارث والأزمات . د. أميرة محمد إبراهيم النمر
١٧٥ - ١٣١	اتجاهات الإعلاميين نحو دور الشبكات الاجتماعية في التغيير المجتمعي . د. ندى عبد النبي محمد القاضي
٢٣٥ - ١٧٧	رؤية الصحفيين المصريين للصحافة الاستقصائية ودورها في صنع السياسات العامة . د. عيسى عبد الباقي موسى
٢٧٧ - ٢٣٧	المعارضة الإلكترونية وعلاقتها بالتحويلات السياسية في العالم العربي . د. علاء الشامي
٣٢٧ - ٢٧٩	تقييم الأداء المهني للقائم بالاتصال في القنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة بعد ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١ . د. صفا محمود عثمان
٣٨٥ - ٣٢٩	البحوث الإعلانية في ربع قرن . د. رجاء عبد الرازق الغمراوي
٤٤٦ - ٣٨٧	الاتجاهات الأساسية لدراسات الصورة الذهنية في مصر خلال العقد الأول من القرن ٢١ . د. أماني ألبيرت
٤٧٧ - ٤٤٧	مشاركة القنوات الفضائية المصرية في دعم التنمية السياحية بعد أحداث ثورة ٢٥ يناير . د. إيمان عزا لدين محمد دوابه
٥١٠ - ٤٧٩	أثر حرية التعبير في تعرض النخبة الأكاديمية والإعلامية للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية المصرية . د. فاطمة الزهراء صالح
٥٦٢ - ٥١١	دور الإعلام البيئي في تحقيق التنمية المستدامة . د. هالة الطلحاتي د. أبو بكر الصالحي
٥٩٤ - ٥٦٣	اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات حول ثورة ٢٥ يناير . د. غادة صقر

دور الإعلام البيئي في تحقيق التنمية المستدامة

دراسة ميدانية على عينة من النخبة المصرية

إعداد

د.أبو بكر حبيب الصالحي  
كلية الإعلام والعلاقات العامة  
جامعة النهضة

د.هالة توفيق الطلحاتي  
كلية الإعلام والعلاقات العامة  
جامعة النهضة

## المقدمة:

مع بزوغ قوة وسائل الإعلام في العصر الحديث، وتنامي الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في تنمية المجتمعات الأخذة في النمو، قامت دراسات كثيرة بالبحث عن الصلة بين الإعلام والتنمية، ودور وسائل الإعلام ومدى فعاليتها في إنجاز التنمية. ولما كانت حياة الإنسان تقوم بشكل أساسي على النشاط الاتصالي بين البشر، فإن وسائل الإعلام الجماهيري - كوسائل اتصالية ذات فعالية كبيرة - تلعب دوراً هاماً على مستوى الفرد والجماعة والمجتمع. وتتحقق هذه الفعالية من خلال الأدوار التي يمكن أن تلعبها وسائل الإعلام<sup>(i)</sup>.

ولما كانت التنمية تستهدف الإنسان في المقام الأول باعتباره المحرك لعناصر التنمية فإننا نستطيع أن نلمس دور وسائل الاتصال في إعادة صياغة وتشكيل كثير من الأنماط السلوكية لمواطني الدول النامية<sup>(ii)</sup>.

ويحتل الإعلام والاتصال والمعلومات والمعرفة مكانة محورية في تقدم البشر وفي مناحي حياتهم وأسباب رفاهيتهم. وتكنولوجيا المعلومات والاتصال، التقليدية منها والحديثة، تتيح للناس، في كل أنحاء العالم، إمكانيات جديدة وفرصاً للارتقاء في سلم التنمية. غير أن الكثير من الشعوب والأمم، لاسيما الأكثر فقراً، لا تتاح لها بصورة حقيقية ومنصفة إمكانية إنتاج المعلومات ونشرها واستخدامها، الأمر الذي يحرّمها من الكثير من فرص التنمية الحديثة<sup>(iii)</sup>.

فحتى تعمل مجتمعات المعرفة بصورة فعالة لا بد من تبادل المعلومات بصورة حرة ونشر المعلومات والأفكار والمعرفة على نطاق واسع، من خلال وسائل الإعلام التقليدية والحديثة على حد سواء<sup>(iv)</sup>. وفي هذا السياق فإن حرية التعبير والتداول الحر للمعلومات والأفكار والمعارف والانتفاع الحر والمتكافئ بها، تشكل عناصر أساسية لتمكين الناس وضمان مشاركتهم في مجتمعاتهم<sup>(v)</sup>.

وتعتبر وسائل الإعلام من الوسائل المتاحة والمستخدملة لتوصيل المعلومات للفرد داخل المجتمع، ويمكن من خلالها توجيه اهتمام أفراد المجتمع لقضايا معينة، وتوعيتهم بالأسلوب الأمثل للتعامل مع تلك القضايا<sup>(vi)</sup>.

**والتأثير أحد أهم الوظائف** المتعددة لوسائل الاتصال الجماهيري، وأي تغيير يطرأ على المتلقي يكون من تأثير تعرضه للرسالة الإعلامية<sup>(vii)</sup>. وغالباً ما تحدث تلك التأثيرات متتالية بمعنى أن التغيير في المعلومات عادة ما يسبق التغيير في الاتجاهات، والذي يسبق بدوره التغيير في السلوك. وفي هذا الإطار فهناك ثلاثة أنواع من التأثيرات هي<sup>(viii)</sup>: تأثير في مستوى المعلومات والمعارف. وفي مستوى الاتجاهات. وفي مستوى السلوك.

وتعتبر أهم القضايا والمشكلات البيئية التي يعاني منها العالم كله وتحتل قمة أجندة أولويات اهتمامه هي: "تغيير المناخ - حماية طبقة الأوزون - إهدار واستنزاف الموارد الطبيعية - التنوع البيولوجي - التصحر - والتلوث". وأهم القضايا البيئية التي تعاني منها مصر بالإضافة إلى القضايا السابقة هي: "الانفجار السكاني، وزيادة النمو الحضري، وإهدار وتلويث التربة، وتلوث الهواء والغذاء والماء، والتلوث السمعي والبصري". وأهم المشكلات البيئية هي التلوث (الهواء - التربة - المياه - الغذاء - التلوث السمعي)<sup>(ix)</sup>.

والإعلام البيئي هو فرع من فروع الإعلام المتخصص وأحدث أنواع الإعلام التنموي، وهو يهدف إلى تزويد المواطنين بالأخبار الصحيحة، والمعلومات والحقائق الثابتة عن القضايا البيئية وأسبابها

وأبعادها، والحلول المقترحة لها. ويهدف أيضا إلى توعية الجماهير بقضايا البيئة، والعمل على تكوين اتجاهات إيجابية نحوها<sup>(x)</sup>. وذلك باستخدام كافة الوسائل الاتصالية المقروءة والمسموعة والمرئية وفق استراتيجيات اتصالية بيئية، لذا فالإتصال البيئي يعد عملية إعلامية تتسم بالشمولية، وتتجاوب هذه العملية مع الظروف المحلية وتأخذ في الاعتبار الحقائق الاجتماعية والاقتصادية السائدة، وهو الأساس الذي يقوم عليه برنامج الأمم المتحدة للبيئة في الوطن العربي<sup>(xi)</sup>، من خلال ثلاث محاور، وهي الإعلام البيئي، والتوعية والتربية البيئية، والتدريب لحماية البيئة والحفاظ على الموارد الطبيعية لتحقيق التنمية المستدامة<sup>(xii)</sup>.

وقد عرّف تقرير برونتلاند الذي أصدرته اللجنة الدولية للبيئة والتنمية في عام ١٩٨٧ بعنوان "مستقبلنا المشترك" التنمية المستدامة بأنها التنمية التي تلبي احتياجات الحاضر دون أن يعرض للخطر قدرة الأجيال التالية على إشباع احتياجاتها هي، ونلاحظ أن التقرير لا ينتبأ بمزيد من التدهور البيئي في المستقبل ولا بحدوث الفقر في عالم تتناقص موارده باستمرار، وإنما ينتبأ بإمكانية دخول البشرية عصرا جديداً من النمو الاقتصادي، يعتمد على سياسات من شأنها دعم وتنمية الموارد البيئية الطبيعية<sup>(xiii)</sup>.

### الدراسات السابقة:

وقد قامت الباحثة بمتابعة العديد من الدراسات السابقة التي تطرقت إلى موضوعات الدراسة حول دور الإعلام عامة والإعلام البيئي والتنمية خاصة في تناول القضايا البيئية والتنمية وتأثيراته على النخبة والجمهور وأولويات اهتماماتهم في تناول هذه الموضوعات والقضايا وأكثر وسائل الإعلام تفاعلاً مع النخبة والجمهور، وتقييم النخبة والقائمين بالاتصال لهذا الدور، ولمقارنتها بنتائج هذه الدراسة. ومن هذه الدراسات:

### أولاً: الدراسات العربية:

دراسة نعيم سعد زغول (٢٠١٠) حول "المعالجة الإعلامية لمشكلات وقضايا المناطق العشوائية في البرامج الحوارية التلفزيونية Talk Show".

وقد هدفت الدراسة إلى التعرف على: الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في معالجة المشكلات المجتمعية والمساهمة في إيجاد حلول لها، وفي تعبئة جهود كافة فئات وطوائف المجتمع وحشد طاقاتهم في تحقيق التنمية والتصدي للظواهر السلبية التي يعاني منها المجتمع نحو مناقشة كافة القضايا والمشكلات المثارة على الساحة المجتمعية، وفي مقدمتها مشكلة المناطق العشوائية التي ظهرت على المستويين المحلي والقومي كنتيجة مباشرة للعديد من الأسباب من خلال بحث وتحليل أسلوب معالجة عدد من البرامج الحوارية التلفزيونية (البيت بيتك - واحد من الناس - العاشرة مساءً - الحياة اليوم - ٩٠ دقيقة - أتكلم) لمشكلات وقضايا المناطق العشوائية، ومدى مساهمتها في إيجاد حلول لهذه المشكلة. وذلك من خلال منهج المسح في إطار استخدام أداة تحليل مضمون بشقيه الكمي والكيفي في تحليل محتوى المادة التي تقدمها هذه البرامج الحوارية اليومية والأسبوعية. وقد تم اختيار عينة من تلك البرامج ممثلة للقنوات الرسمية والخاصة، وتضم العينة المختارة البرامج الحوارية التالية: برامج (البيت بيتك - القناة الثانية - "يومي من السبت إلى الأربعاء" من كل أسبوع) - (اتكلم - القناة الأولى يذاع الاثنين من كل أسبوع) - (واحد من الناس - قناة دريم الخميس من كل أسبوع) - (العاشرة مساءً - قناة دريم "يومي من السبت إلى الأربعاء" من كل أسبوع) - (الحياة اليوم - قناة الحياة يذاع طوال أيام الأسبوع) - (٩٠ دقيقة - قناة



المحور "يومي من السبت إلى الأربعاء" من كل أسبوع). تم تحديد الإطار الزمني للدراسة الراهنة على مدار عام كامل في الفترة من ١ يناير ٢٠٠٩ وحتى ٣١ ديسمبر ٢٠٠٩.

**وقد خلصت الدراسة إلى:** لم تستحوذ قضية العشوائيات على نسبة كبيرة من اهتمام البرامج الحوارية على مدار فترة الدراسة، حيث حصلت على نسبة (٠.٩%) من إجمالي القضايا الأخرى التي تم تناولها في البرامج الحوارية محل الدراسة، ويمكن إرجاع ذلك إلى ضرورة وجود دافع يؤدي إلى ظهور القضية على ساحة الأحداث. وتبين من نتائج التحليل أن أكثر البرامج التي أولت اهتماماً خاصاً بوضع ملف العشوائيات على أجندتها الإعلامية هو برنامج "واحد من الناس" المذاع على قناة دريم ٢ بنسبة ٣٢,٨% حيث أفرد البرنامج فترات زمنية لعرض مشكلات المناطق العشوائية إلى جانب تخصيص حلقات كاملة من البرنامج وعددها ٩ حلقات خلال عام ٢٠٠٩ لملف العشوائيات. كما تشير نتائج التحليل للعينة المختارة إلي تصدر الفضائيات المصرية الخاصة قائمة الاهتمام بتناول قضايا ومشكلات المناطق العشوائية بنسبة (٨١.٣%) مقارنةً بالقنوات الأرضية المصرية والتي بلغت نسبة تناولها للقضية (١٨.٨%).

**دراسة ريهام سامي يوسف (٢٠٠٨) (xiv) حول "دور البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة في ترتيب أولويات القضايا المجتمعية لدى الجمهور المصري".**

**وقد هدفت الدراسة إلى:** التعرف على البرامج الحوارية التليفزيونية: أسسها، مشكلاتها، وواقعها بالقنوات المصرية الحكومية والخاصة، نتائج الدراسة التحليلية للبرامج الحوارية بالقنوات المصرية الحكومية والخاصة عينة الدراسة. وقد أجرت الباحثة دراسة تحليلية وميدانية استخدمت منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني، بالنسبة للدراسة التحليلية اعتمدت الباحثة على عينة من البرنامج الحوارى الحكومى (البيت بيتك) وعينة من البرنامج الحوارى الخاص (العاشرة مساءً) بأسلوب الحصر الشامل لمدة شهرين (ثمانية أسابيع) وذلك خلال الفترة من ٢٠٠٧/٥/١٢ حتى ٢٠٠٧/٧/٧ بواقع ٣٩ حلقة من برنامج البيت بيتك، و٤٠ حلقة من برنامج العاشرة مساءً، أما بالنسبة للدراسة الميدانية فقد تم الاعتماد على عينة عمدية من مشاهدي البرامج الحوارية عينة الدراسة بالقنوات المصرية الحكومية والخاصة ويبلغ قوام هذه العينة ٤٢٠ مبحوث من الجمهور العام بمحافظة القاهرة والجيزة موزعة بأسلوب التوزيع المتساوي.

**وقد خلصت الدراسة إلى:** أن البرامج الحوارية نجحت في ترتيب أولويات القضايا التعليمية، الدينية، وقضايا المرافق والخدمات، بينما لم تنجح بالنسبة للقضايا الإعلامية والبيئية، كما يعتمد الجمهور عينة الدراسة على الوسائل الإعلامية مثل القنوات الفضائية العربية والمصرية، والصحف القومية، والتليفزيون المصري الحكومي، والإنترنت في الحصول على معلومات عن القضايا المجتمعية المصرية. **دراسة منى مجدى فرج (٢٠٠٧) (xv) حول "دور القنوات التليفزيونية الإقليمية والقيادات المحلية في ترتيب أولويات القضايا المحلية لدى الجمهور".**

**وقد هدفت الدراسة إلى:** التعرف على دور القنوات التليفزيونية الإقليمية في تناول القضايا المحلية، من خلال دراسة ميدانية على قادة الرأي والجمهور، فقد أجرت الباحثة دراسة تحليلية وأخرى ميدانية من خلال منهج المسح، واعتمدت الباحثة في الدراسة التحليلية على أسلوب المسح الشامل لجميع النشرات الاخبارية والبرامج المحلية المقدمة عبر القنوات السادسة والسابعة خلال شهري نوفمبر وديسمبر ٢٠٠٥،

كما اعتمدت الباحثة في الدراسة الميدانية علي عينة عمدية قوامها ٨٠ مبحوث من القيادات المحلية، وعينة أخرى عشوائية بسيطة قوامها ٤٠٠ مبحوث من الجمهور العام. وقد خلصت الدراسة إلى: إلى ضآلة حجم الدور الذي يلعبه التلفزيون الإقليمي في بناء أجندة القيادات المحلية، وانخفاض التعرض بصفة عامة من جانب الجمهور العام للبرامج والنشرات المحلية بالتلفزيون الإقليمي مما يوضح غياب الدور الذي يمكن أن يقوم به التلفزيون في التأثير على أولويات الجمهور. دراسة لبنى عبد العزيز الجابري (٢٠٠٧) (xvi) حول "معالجة القضايا البيئية في القنوات الفضائية العربية".

وقد هدفت الدراسة إلى: التعرف على البيئة وقضاياها، وقضايا البيئة في المنطقة العربية، والإعلام العربي وقضايا البيئة، وقد أجرت الباحثة دراسة تحليلية استخدمت فيها منهج المسح وفي إطار ذلك تم استخدام أسلوب المسح الوصفي، وقد تم تطبيق أسلوب تحليل المضمون على البرامج البيئية في القنوات الفضائية الأربع (المصرية - السورية - العمانية - التونسية) واستخدمت الباحثة أسلوب الحصر الشامل لجميع البرامج البيئية بالفضائيات العربية الأربع خلال ثلاث دورات برمجية امتدت لفترة تسعة أشهر متواصلة، وذلك بداية من أول يوليو ٢٠٠٤ حتى نهاية مارس ٢٠٠٥ وقد قامت الباحثة بتسجيل هذه البرامج على شرائط فيديو كاسيت.

وقد خلصت الدراسة إلى: إلى إنه على الرغم من أهمية قالب الحوار والذي يكون عادة متخصص في قضية الحلقة إلا أن نسبة استخدامه كأحد الأشكال البرمجية لم يكن بالقدر المناسب مثلاً لا يستخدم في قضايا الرعي الجائر وتدهور الغابات إلا أنه قد استخدم بنسب بسيطة في قضايا هامة مثل التلوث المائي، كما تعددت مصادر المادة الفيلمية المصاحبة لمضمون القضايا البيئية المختلفة وذلك ما بين (محلية، أو مستوردة أو غير واضحة المصدر)، وأيضاً أحتلت قضايا التلوث بشكل عام إلى جانب قضايا (التوعية البيئية وتخلخل طبقة الأوزون) المراتب الأولى من حيث عرضها من خلال قوالب فنية متعددة على مدار فترة الدراسة.

#### دراسة سامية دسوقي عيد (٢٠٠٥) (xvii) حول "إمداد المرأة المصرية بالمعلومات البيئية".

وقد هدفت الدراسة إلى: التعرف على دور المرأة والإعلام في معالجة قضايا البيئة ومشكلاتها، وقد أجرت الباحثة دراسة ميدانية وأعتمد علي المنهج المسحي ومجتمع البحث جمهور النساء في محافظة القاهرة وهي عينة عشوائية طبقية قوامها ٣٩٦ مفردة.

وقد خلصت الدراسة إلى: تفوق التلفزيون كأهم مصدر للحصول على المعلومات عن القضايا البيئية ومشكلاتها بنسبة ٧١.٥% يليه الصحف ٣٨.٤%، وحازت البرامج البيئية كتنوع البرامج على أعلى نسبة من نوعية البرامج التي تقدم معلومات عن القضايا البيئية ومشكلاتها بنسبة ٥٢%، بالإضافة إلى انخفاض مشاهدة المبحوثات للبرامج والمواد التي تتناول البيئة وقضاياها في التلفزيون حيث تشهد معظمهن تلك البرامج أحياناً بنسبة ٥٢.٨%، وجاءت أهم مجالات الاستفادة من البرامج والمواد البيئية التي تقدم في معلومات عن قضايا البيئة ومشكلاتها بالترتيب هي معرفة قضايا البيئة ٥٧.٩%، ومعرفة أنواع التلوث وطرق الحفاظ على البيئة ٥٤.٧%، ومعرفة جهود الدولة ١٧.٣%.

دراسة شيماء ذو الفقار حامد زغيب (٢٠٠٣) (xviii) حول "التغطية التليفزيونية والصحفية للقضايا العامة في مصر وعلاقتها بتشكيل اتجاهات الرأي العام نحو هذه القضايا". وقد هدفت الدراسة إلى: التعرف على التغطية التليفزيونية والصحفية لقانون التعريف الجمركية الجديدة وعلاقتها بتشكيل اتجاهات الرأي العام نحو القانون، والتغطية التليفزيونية والصحفية لقضية المقاطعة وعلاقتها بتشكيل اتجاهات الرأي العام نحو هذه القضية. وقد أجرت الباحثة دراسة تحليلية وأخرى ميدانية من خلال منهج المسح، واعتمدت الباحثة في الدراسة التحليلية على عينة قوامها ١٨ برنامج تليفزيوني تناولت القضايا موضع البحث خلال شهر يناير ٢٠٠٢، بالإضافة إلى تحليل المواد الصحفية التي تناولت هذه القضايا من صحف الأهرام، الوفد، روز اليوسف المجلة، صباح الخير خلال شهري أبريل ومايو والأيام العشرة الأوائل من شهر يونيو ٢٠٠٢، كما اعتمدت الباحثة في الدراسة الميدانية على عينة حصرية قوامها ٦٤٤ مبحوث.

وقد خلصت الدراسة إلى: أن هناك علاقة ارتباطية طردية بين حجم التعرض لوسائل الاعلام، وشدة الاتجاه الإيجابي نحو قانون التعريف الجمركية، بينما لم يكن لنوع الصحيفة - قومية /حزبية - تأثير دال إحصائياً على شدة الاتجاه نحو القانون؛ ويمكن إرجاع ذلك إلى أن التليفزيون الذي يعتمد عليه معظم أفراد العينة بالإضافة إلى الصحف القومية كان اتجاههما إيجابياً نحو القانون، بينما الصحف المعارضة التي كان اتجاهها سلبياً نحو القانون لم يتعرض لها سوى ٨.٧% من مفردات العينة. وجاءت الأطر المرجعية التاريخية في المرتبة الأولى بين الأطر التي اعتمدت عليها الصحافة ومن أبرزها تاريخ الصراع العربي الإسرائيلي، استخدام سلاح البترول في حرب أكتوبر، وجاء الاطار المرجعي القانوني في المرتبة الثانية ثم جاءت تصريحات المسؤولين في المرتبة الثالثة؛ وهذا بالنسبة لقضية المقاطعة. كما أثبتت نتائج الدراسة عدم وجود علاقة ارتباطية بين حجم التعرض لوسائل الاعلام لتليفزيون وصحافة أو حجم التعرض للتليفزيون وشدة الاتجاه الإيجابي نحو المقاطعة، بينما كانت هناك علاقة ارتباطية عكسية بين حجم التعرض للصحافة وشدة الاتجاه الإيجابي نحو المقاطعة.

دراسة رانيا مصطفى (٢٠٠٣) (xix) حول "دور قناة النيل للأسرة والطفل في تعريف الطفل بالقضايا والمشكلات البيئية".

وقد هدفت الدراسة إلى: التعرف على برامج الطفل التي تقدمها قناة النيل للأسرة والطفل لتعريف الأطفال بأهم القضايا والمشكلات البيئية وأثارها الضارة. وقد استخدمت الباحثة أسلوب المسح على برامج الأطفال التي تقدمها قناة النيل للأسرة والطفل على عينة الأطفال وهم الأطفال في محافظة القاهرة. أما الأطفال عينة عمدية قوامها ٣٠٠ مبحوث وتم اختيار المدارس بطريقة طبقه عشوائية منتظمة. وقد خلصت الدراسة إلى: أن التليفزيون جاء في مقدمة مصادر الحصول على المعلومات البيئية بالنسبة للأطفال ٩٢%، يليه المدرسة ٨٠.٣%، ثم الأسرة ٦٣%، فالصحف والأصدقاء، وجاء يوم الجمعة في المرتبة الأولى من حيث عرضه للموضوعات البيئية بنسبة ٢١.٨%، وتتميز قناة النيل للأسرة والطفل في تنوع المدة الزمنية المستخدمة في برامج الأطفال، كما جاءت اللغة العربية في الترتيب الأول من حيث اللغة، وجاء قالب الكارتون في مقدمة القوالب التي يقبل عليها الأطفال، وجاءت قضية تلوث الهواء أولي القضايا البيئية التي يدركها الأطفال بنسبه ٤٣.٥%.

دراسة عبير محمد حمدي (٢٠٠١) (xx) حول "دور الإنترنت والراديو والتليفزيون في إمداد الجمهور المصري بالمعلومات".

وقد هدفت الدراسة إلى: التعرف على نشأة وتطور الإنترنت كوسيلة اتصال، ووسائل الاتصال وإدارة الأزمات، ودور الإنترنت والراديو والتليفزيون في إمداد الجمهور المصري بالمعلومات من واقع الدراسة

الميدانية، وقد أجرت الباحثة دراسة ميدانية واستخدم المنهج المسحي علي عينة عشوائية قوامها ٤٠٠ مفردة من مستخدمي الإنترنت والراديو والتلفزيون.

**وقد خلصت الدراسة إلى:** ارتفاع معدل استخدام شبكة الإنترنت بين مستخدميها، وتلعب كلاً من الصحف والإنترنت دوراً كبيراً في إمداد مجموعة الإنترنت بالمعلومات، وتزايد الاعتماد على مصادر المعلومات الحديثة كالإنترنت كمصدر أول لاكتساب المعلومات بنسبة مرتفعة إذا ما قورنت بعمر الإنترنت القصير في مصر، وتفق التلفزيون كمصدر أول للمعلومات مقارنة بالوسائل الأخرى في مجموعة الراديو والتلفزيون مما يؤكد على أهمية هذه الوسيلة في المجتمع المصري بالنسبة لهذه المجموعة من الأفراد، وتفق نسبة المهتمين بمتابعة الأحداث الطارئة من مجموعة الإنترنت عن مجموعة الراديو والتلفزيون، بالإضافة إلى تباين ترتيب أكثر الوسائل المستخدمة بين مجموعتي الدراسة حيث تساوت الصحف والإنترنت في المرتبة الأولى تلاهما التلفزيون ثم الراديو بالنسبة لمجموعة الإنترنت بينما احتل التلفزيون المرتبة الأولى ثم الصحف ثم الراديو ثم الإنترنت بالنسبة لمجموعة الراديو والتلفزيون.

**دراسة نهلة مظفر أبو رشيد (٢٠٠٠) (xxi) حول "برامج التوعية البيئية في التلفزيون المصري والسوري".**

**وقد هدفت الدراسة إلى:** التعرف على الاهتمام العالمي بالتوعية البيئية، الاهتمام العربي بقضايا البيئة، الإعلام البيئي في التلفزيون المصري والسوري. وقد استخدمت الباحثة أسلوب المسح الوصفي وذلك من خلال تطبيق أسلوب تحليل المحتوى لفئة من البرامج البيئية في تلفزيون كل من جمهورية مصر العربية والجمهورية العربية السورية. حيث شمل مجتمع البحث البرامج المعنية بشئون البيئة في تلفزيون كل من جمهورية مصر العربية والجمهورية العربية السورية.

واستمرت هذه الدراسة علي البرامج التلفزيونية الخاصة بالبيئة في كل من مصر وسورية خلال دورة برامجية واحدة تمتد إلي ٣ أشهر علي القناتين الثانية والثالثة في مصر والأولي والثانية في سورية وذلك من بداية شهر أبريل حتى شهر يونيو من عام ١٩٩٩ باستخدام أسلوب الحصر الشامل.

**وقد خلصت الدراسة إلى:** إلى وجود شكوى من افتقار الإعلاميين للتأهيل العلمي المتخصص في مجال البيئة، إضافة إلى تركيزهم على مصادر المعلومات الرسمية، وعدم انتماءهم للجمعيات والأحزاب المدافعة عن حماية البيئة، كما يتعرضون بشكل دائم لضغوط رجال الأعمال والصناعة وغيرهم من المعتدين على البيئة، وتتميز برامج البيئة في التلفزيون المصري بتخصصها بالقضايا البيئية في حين يمكن وصف برامج البيئة في التلفزيون السوري بأنها شبه متخصصة بالبيئة، لكن عدد هذه البرامج قليل لا يتناسب مع الأهمية المتزايدة للبيئة فالمساحة الممنوحة لها ما تزال قاصرة عددياً وزمنياً على تحقيق الدور المنوط بالإعلام المرئي في نشر الوعي البيئي، وإنه ما تزال البرامج البيئية في الدولتين لا تصنف مستقلة في الخطوط السنوية الإعلامية بل تندرج مع برامج أخرى (خدمية أو ثقافية أو علمية) وبالتالي كان من الصعب الحصول علي إحصاء مستقل يوضح الزمن المخصص له، وكانت أهم القضايا والمشكلات التي تم تسليط الضوء عليها في برامج البيئة في التلفزيون المصري كانت علي التوالي الجهود المحلية المبذولة للحفاظ علي البيئة، ملوثات الهواء، ملوثات المياه، والأنهار، البحار، المخلفات والنفايات الخطرة، التلوث السمعي، وحققت برامج البيئة في التلفزيون المصري تنوعاً كبيراً في قوالب التقديم شملت المقابلة، الإعلام الإرشادي، الدراما، التحقيق، أو بشكل أقل استخدمت قوالب الندوة وتغطية المؤتمرات، كما تعتمد برامج البيئة في الدولتين علي الأفلام التسجيلية الوثائقية المستوردة بالدرجة الأولى ويعود السبب الي قلة المخصصات المالية.

## وخلصت دراسة رحاب سليمان (١٩٩٩)<sup>(xxii)</sup> حول "الصحافة المصرية وترتيب أولويات الصفوة تجاه قضايا البيئة".

وقد هدفت الدراسة إلى: التعرف على وجهة نظر الصفوة حول ترتيب أولوياتهم تجاه أجندة اهتمام وأولويات الصحافة المصرية بالنسبة للقضايا البيئية. وتحديد ترتيب أولويات قضايا البيئة لدى الصحافة المصرية لتحديد علاقتها مع ترتيب أولويات قضايا البيئة لدى عينة من جمهور الصفوة من خلال الدراسة الميدانية وقد بلغت العينة ٤٠٠ مفردة، هذا بالإضافة إلى تحديد أولويات قضايا البيئة لدى القائمين بالاتصال في صحف الدراسة.

وقد خلصت الدراسة إلى: أن التلفزيون من وجهة نظر الصفوة هو الوسيلة الأكثر فعالية في مجال التعامل مع القضايا البيئية (٨٣.٥%) يليه الإذاعة (١١.٧%) ثم الصحف، وأن ٤٣% من المواد البيئية كانت خبرية، يليها الأشكال التفسيرية ٣٩% ثم مقالات الرأي ١١.٦%. وجاءت قضايا تلوث المياه في مقدمة أولويات القضايا البيئية، يليها قضايا تلوث الهواء، والجهود المبذولة لاحتواء مشكلات التلوث. وأن أهم العوامل المؤثرة في أداء القائم بالاتصال في مجال البيئة تتمثل في قلة المحررين المتخصصين في شؤون البيئة، وقلة المساحة المخصصة لهم في الصحف، وضغوط السياسة التحريرية، وعدم اقتناع بعض القيادات الصحفية بخطورة القضايا البيئية، وجاء التلفزيون من وجهة نظر الصفوة الوسيلة الأكثر فعالية في مجال التعامل مع القضايا البيئية يليه الإذاعة ثم الصحف.

## دراسة خالد صلاح الدين حسن على (١٩٩٧)<sup>(xxiii)</sup> حول "دور التلفزيون والصحافة في توجيه وترتيب اهتمامات الجمهور نحو القضايا العامة في مصر"

وقد هدفت الدراسة إلى: التعرف على الدور الذي يقوم به التلفزيون والصحافة وتأثيرهما في توجيه وترتيب اهتمامات الجمهور نحو القضايا العامة في مصر"، وذلك من خلال دراسة تحليلية وميدانية حيث استخدم المنهج المسحي واعتمد الباحث على البيانات التي يوفرها (التعداد العام والحصص الشامل) عن خصائص السكان بمدينة القاهرة واستخدم الباحث العينة العشوائية الطبقية ويبلغ قوام هذه العينة ٤٠٠ مفردة.

وقد خلصت الدراسة إلى: إنه من الناحية المنهجية لم يكن هناك اختلاف بين أسلوب ترتيب القضايا من حيث أهميتها النسبية أي الأسلوب الذي يعتمد على ترتيب القضايا على أساس عدد التكرارات التي تحظى بها كل قضية، وأن هناك ارتباط إيجابي بين أجندة وسائل الإعلام مجتمعة (الراديو والتلفزيون والصحف -قومية وحزبية-) من ناحية وأجندة المبحوثين من ناحية أخرى، وذلك على مستوى كل من القضايا العامة فضلاً عن القضايا الفرعية، إلا أن هذا الارتباط كان ضعيفاً في قوته بسبب تأثير المتغيرات الوسيطة في عملية وضع الأجندة.

## دراسة وفاء الباز (١٩٩٧) بعنوان "دور وسائل الإعلام في حماية البيئة"<sup>(xxiv)</sup>.

وقد هدفت الدراسة إلى: معرفة دور الصحافة المصرية في تناول ومعالجة قضايا البيئة، وذلك من خلال تحليل عينة من الصحف المصرية الصادرة من ١ يناير ١٩٨٧-٣١ ديسمبر ١٩٩١. ومن أهم نتائج الدراسة: أن ٩٠% من القضايا البيئية المنشورة كانت ترتبط بالمقام الأول بالأحداث المثيرة، بالإضافة إلى تركيزها على نشر القضية ذاتها دون الدخول في تفاصيل أو معلومات علمية عن الاهتمام بالعوامل التي تؤدي إلى وجود مثل تلك المشكلة أو وضع حلول ومقترحات لها. وفشلت التغطية الإعلامية للصحف في خلق معرفة بأبعاد القضايا البيئية لدى القراء مما تركهم دون معرفة أصل المشكلة أو سببها.

### دراسة نجوى كامل (١٩٩٧) بعنوان العوامل المؤثرة في تشكيل اتجاهات المرأة المصرية نحو البيئة<sup>(xxv)</sup>

وقد هدفت الدراسة إلى: معرفة أكثر العوامل التي تؤثر في تشكيل اتجاهات المرأة المصرية نحو قضايا البيئة المختلفة، وذلك من خلال عينة من النساء المصريات من ذوي المستويات التعليمية والمهن المختلفة.

ومن أهم نتائج الدراسة: وجود علاقة طردية ايجابية بين مستوى التعليم والوعي بالقضية البيئية حيث كان الحاصلون على مؤهلات جامعية أو أعلى من جامعية أكثر وعياً من الحاصلين على مؤهلات متوسطة. ورتبت المبحوثات الجهات المسؤولة عن حماية البيئة حيث جاءت وسائل الإعلام في المرتبة الثانية بعد أجهزة البيئة الرسمية مما يوضح أهمية الدور الإعلامي من وجهة نظر الأفراد في حماية البيئة ونشر المعلومات. وغالبية المبحوثات يعتقدن أن الصحف لا تعطي البيئة ما تستحق من الاهتمام.

### دراسة حسنيه مأمون (١٩٩٧) بعنوان أثر البرامج حماية البيئة في التلفزيون المصري على النسق القيمي لطلبة الجامعات<sup>(xxvi)</sup>

ومن نتائج الدراسة: أن تعدد المضمون المقدم من خلال الإعلام البيئي لا يتناسب مع خطورة قضايا البيئة، فالهدف هو زيادة التأثير في الملتقي وذلك بزيادة المعرفة والثقافة والإدراك والاتجاه الايجابي نحو البيئة واعتناق قيم بيئية، وكذلك سلوك بيئي سليم، وربط الإعلام البيئي بالحياة اليومية للفرد والتركيز على المناسبات البيئية المختلفة سواء العالمية أو المحلية إلى جانب تخصيص مساحات مناسبة لعرضها.

### دراسة نوال عمر (١٩٩٦) بعنوان الإعلام المرئي والمسموع وقضايا البيئة<sup>(xxvii)</sup>

وقد هدفت الدراسة إلى: دراسة قضايا البيئة عن طريق تحليل المحتوى للرسائل الإعلامية البيئية المسموعة والمرئية في كل من إذاعة البرنامج العام والبرنامج الثاني والتلفزيون المصري، إلى جانب التعرف على آراء القائمين بالاتصال، وقد اعتمدت الباحثة في ذلك على منهج المسح ومنهج المقارنة لمقارنة الفرق بين الإذاعة والتلفزيون في معالجة قضايا البيئة.

ومن أهم نتائج الدراسة: زيادة اهتمام إذاعة البرنامج الثاني بموضوعات البيئة عن إذاعة البرنامج العام مما يدل على أن الإذاعة المتخصصة لها استراتيجية محددة في معالجة قضايا البيئة. وعدم اهتمام القناة الأولى والثانية بموضوعات البيئة حيث بلغت نسبتها ٧٥%، ويزداد اهتمام القناة الثالثة ببرامج البيئة، كما أمد التلفزيون القائمين بالاتصال بالمعلومات البيئية بنسبة ٧٥%.

### دراسة عواطف عبد الرحمن (١٩٩٤) بعنوان أزمة الإعلام البيئي في مصر<sup>(xxviii)</sup>

وقد هدفت الدراسة إلى: معرفة الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام المختلفة في تشكيل الوعي البيئي لدى الجمهور وذلك من خلال الوسائل الإعلامية البيئية المقدمة.

ومن أهم نتائج الدراسة: أن لوسائل الإعلام المقروء والمسموع والمرئي دوراً مركزياً في تشكيل الوعي البيئي لدى الجمهور. بينت استطلاعات الرأي أن التلفزيون يتقدم سائر وسائل الاتصال كمصدر للمعلومات البيئية بالنسبة للجمهور العام في الريف والحضر، بينما شغلت الصحافة المرتبة الأولى بالنسبة للنخبة المثقفة.

### دراسة سوزان القليني (١٩٩٣) بعنوان التلفزيون وتنمية الوعي البيئي لدى الطفل<sup>(xxix)</sup>

وقد هدفت الدراسة إلى التعرف على دور التلفزيون في تنمية الوعي البيئي لدى الطفل وذلك من خلال عينة قوامها ٣٠٠ طفل من تلاميذ الصف الخامس الابتدائي.

ومن أهم نتائج الدراسة: جاء التلفزيون بنسبة ٥٩% في المرتبة الأولى بين المصادر المختلفة التي يحصل التلاميذ منها على معلوماتهم البيئية، وجاء الكتاب المدرسي في المركز الثاني بنسبة ١٨%، ثم

مدرس الفصل ١٥% ليس للتلفزيون تأثير واضح على سلوك الأطفال تجاه البيئة في مقابل أثر الأسرة ثم المدرسة ثم الكتاب المدرسي، مما يعكس أهمية الاتصال الشخصي على سلوك الأطفال. حيث تراجع دور التلفزيون إلى المرتبة الأخيرة، ولم يكن له تأثير على الإطلاق على سلوك الذكور تجاه البيئة. بينما ظهر التأثير لدى الإناث بنسبة ضئيلة بلغت ٤% في إكساب التلاميذ سلوكيات إيجابية تجاه البيئة، وجاءت الأسرة في المرتبة الأولى ٦٣% للإناث، و ٦٥% للذكور تليها المدرسة في المرتبة الثانية ٢٥% للإناث، و ٥١% للذكور.

دراسة جيهان رشتي (١٩٩٣) بعنوان الإعلام ودوره في تغيير السلوك تجاه قضايا البيئة<sup>(xxx)</sup>. وقد هدفت الدراسة إلى: معرفة نوع الإعلام وتأثيره في تغيير سلوكيات الأفراد تجاه مشكلات البيئة. ومن أهم نتائج الدراسة: إن هناك عوامل مجتمعة لنجاح الإعلام البيئي وهي: "تحديد الهدف والجمهور المستهدف، واختيار الوسيلة الملائمة، وبالتالي اختيار القائم بالاتصال، ثم إختيار وتحديد المضمون والأسلوب الأمثل للتقديم".

دراسة نجوى كامل (١٩٩١) بعنوان الصحافة العلمية وقضايا البيئة<sup>(xxxi)</sup>. وقد هدفت الدراسة إلى: التعرف على طبيعة المضمون المقدم الذي يتم من خلال معالجة قضايا البيئة، إلى جانب التعرف على الوظائف التي يسعى مضمون صفحة البيئة في جريدة الأهرام إلى تحقيقها، وتقييم الدور الذي تقوم به صفحة البيئة في تعريف وتوعية الجمهور بقضايا البيئة. ومن أهم نتائج الدراسة: أن قضية العوامل المؤدية لأضرار بالبيئة هي أكثر القضايا التي أهتمت بها صفحة البيئة. كما أبرزت النتائج أن صفحة البيئة قد أوضحت مجموعة من الآثار التي نتجت عن التدهور البيئي، وهي الأضرار الصحية، وتلوث البيئة البحرية، وتلوث نهر النيل، وتآكل طبقة الأوزون وغيرها. وعرضت الصفحة عدداً من الاقتراحات والحلول للتقليل من حجم التدهور البيئي ومعالجة المشكلات التي نتجت عن هذا التدهور. وطرحت الصفحة بعض الاتجاهات في معالجة قضايا البيئة والمؤدية لأضرار البيئة بالإضافة إلى بعض الأفكار المرتبطة بكل عامل منها إلى جانب عرضها لمجموعة من الآراء حول الآثار الناتجة عن الإضرار بالبيئة.

ثانياً: الدراسات الأجنبية:

وانتهت دراسة تايلور وآخرون (٢٠٠٠)<sup>(xxxii)</sup> بعنوان **Local Press Coverage of Environmental Conflict** حول التغطية الصحفية للمشكلات البيئية في ولاية مورجان سيتي الأمريكية إلى تركيز التغطية الصحفية على مسؤولي الحكومة ومسؤولي الصناعة كمصادر للأخبار أكثر من أية مصادر أخرى، كما تضيي الصحافة الشرعية على الأنشطة الصناعية المحلية من خلال تقديمها في أطر إخبارية إيجابية.

وتوصلت دراسة كارتشان (١٩٩٩)<sup>(xxxiii)</sup> بعنوان **"The Media and Environmental Issues in Hong Kong ١٩٨٣- ١٩٩٥"** إلى أن قضايا البيئة لم تكن من أهم خمسة موضوعات قد طرحتها وسائل الإعلام في الفترة من ٨٨ - ١٩٨٩، وزادت نسبة الاهتمام من صفر% إلى ١٩% ثم انخفضت بسرعة إلى ١٠% على فترات من ٨٣ - ٨٨ - ١٩٩٠، وهذا يدل على أن هناك تذبذب واضح في مدى الاهتمام بقضايا البيئة، وكذلك تبين أنه بالرغم من زيادة التغطية الإعلامية التي تحظى بها القضايا العامة إلا أن هناك انخفاض واضح في تناول قضايا البيئة والذي تبين من خلاله أن وسائل الإعلام قد لعبت دوراً غير مؤثر في أن تجعل قضايا البيئة في مقدمة الأجندة الخاصة بالجمهور، كما اتضح أنه ليس لوسائل الإعلام القدرة والتأثير المتوقع في تقديم التفاصيل والحلول للمشكلات البيئية، أو أنه يقتصر دورها فقط على تقديم المعلومات البيئية دون الخوض في التفاصيل، وإنه بالرغم من زيادة الاهتمام بقضايا البيئة في فترة الثمانينيات عن فترة السبعينيات، وبالرغم من أن وسائل الإعلام قد لعبت

دوراً كبيراً في توضيح تلك القضية بأبعادها المختلفة، إلا إنها لم تستطيع أن تجعل هذه القضية في بؤرة اهتمام الجمهور.

**وتوصلت دراسة جون بيرس وآخرون (١٩٩٨) (xxxiv) "U.S and Japanese Reliance for Environmental Information"** إلى أن وسائل الإعلام الجماهيرية من أهم المصادر التي يعتمد عليها الجمهور في الحصول على المعلومات البيئية إلى جانب التأكيد على مدى أهمية هذه الوسائل كمصادر للمعلومات البيئية، وأن اليابانيين أكثر اعتماداً على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات البيئية، وجاء التلفزيون في المرتبة الأولى كمصدر رئيسي للحصول على المعلومات البيئية.

**كما توصل الباحثان Libler & Bendix (١٩٩٧) (xxxv) "Old- Growth Forests on Network News"** إلى أن التغطية الإعلامية في الصحف الأمريكية تركز على الكوارث البيئية، ولا تقدم رؤية شاملة بشأن الأحداث والقضايا البيئية، كما أنها لا تبذل جهداً واضحاً في تقديم التفسير اللازم للمصطلحات العلمية التي يصعب فهمها من جانب الجمهور العام.

**دراسة ميكامي وآخرون عن تغطية وسائل الإعلام لقضايا البيئة وإدراك الجمهور لهذه القضايا (١٩٩٦) (xxxvi) "The Media Coverage and Public Awareness of Environmental Issues in Japan"**

وقد هدفت الدراسة إلى: بحث العلاقة بين تناول التلفزيون لقضايا البيئة إثناء انعقاد مؤتمر قمة الأرض عام ١٩٩٢، وبين إدراك الجمهور في اليابان لهذه القضايا وذلك من خلال تحليل مضمون الرسائل التلفزيونية المقدمة.

وقد خلصت الدراسة إلى: إنه كلما زاد التعرض للبرامج التلفزيونية البيئية زاد الاتجاه نحو القضايا البيئية، إلا أنها كشفت عن وجود علاقة ارتباطية ضعيفة بين الوعي البيئي لدى الجمهور العام وبين التناول التلفزيوني لقضايا البيئة خلال فترة الدراسة.

**دراسة لريتشارد (١٩٩٢) (xxxvii) "The Environment And The Mass Media"**

وقد هدفت الدراسة إلى: معرفة الدور الذي يقوم به رؤساء التحرير في التغطية الصحفية لقضية البيئة إلى جانب معرفة اهتماماتهم وأفكارهم الشخصية تجاه قضية البيئة وذلك عن طريق عينة قوامها ٩٦ رئيس تحرير.

وقد خلصت الدراسة إلى: وجود ارتباط ذي دلالة إحصائية بين المستوى التعليمي لرئيس التحرير وبين الاهتمام العام بقضايا البيئة، كما تبين أن رؤساء التحرير يهتمون بصورة شخصية بمشكلات البيئة وأن لديهم معلومات كافية حول هذا الموضوع ويعتقدوا إن التغطية البيئية سوف تزداد في المستقبل أكثر، وأيضاً ركزت معظم الدراسات على أهمية المستوى التعليمي لدى القائم بالاتصال بالإضافة إلى أهمية وجود مصادر للمعلومات البيئية لديه حتى يحسن توجيه الرسالة الإعلامية.

### **التعليق على الدراسات السابقة:**

كشفت معظم الدراسات التي تعرضت لدور الإعلام عامةً والإعلام البيئي والتموي خاصةً ووسائله في تناول القضايا البيئية والتنمية لتحقيق التنمية المستدامة وتقييم النخبة لهذا الدور عن:

- أثبتت معظم الدراسات السابقة التي أجريت لاختبار وظيفة الأجندة أن هناك ارتباطاً إيجابياً بين اهتمامات وسائل الإعلام واهتمامات الجمهور، ويعني ذلك صحة الفرض الرئيسي لوضع الأجندة.



- يختلف دور وسائل الإعلام في تحديد أولويات الاهتمام لدى الجمهور، وفقاً لاختلاف نوع الوسيلة والفترة الزمنية للدراسة واختلاف طبيعة القضايا محل الاهتمام، وسمات الجمهور المستهدف، ومعدلات التعرض لوسائل الإعلام ودوافع هذا التعرض.
- وجود ارتباط سببي بين أجندة وسائل الإعلام وأجندة الجمهور، وأن هذا الارتباط أحادي الاتجاه من وسائل الإعلام إلى الجمهور، وليس العكس.
- وجود اختلاف في حجم تأثير ترتيب الأولويات، وقد يعزى ذلك إلى طبيعة القضايا موضع البحث والتعارض بين الأولويات على مستوى المجتمع وعلى مستوى الفرد.
- تؤكد كافة نتائج الدراسات السابقة ضرورة التركيز على التلفزيون في مجال الوعي البيئي، باعتباره الوسيلة الأكثر فعالية في مجال التوعية البيئية من وجهة نظر الجمهور العام والنخبة وفقاً لنتائج الدراسات السابقة.
- كما أبرزت العديد من الدراسات ضعف المساحات المخصصة لمعالجة قضايا البيئة في وسائل الإعلام المصرية (إذاعة - تلفزيون - صحف).
- وأكدت النتائج السابقة على تركيز المعالجة الإعلامية على قضايا تلوث الهواء والماء والغذاء وتجاهل قضايا بيئية أخرى رغم أهميتها.
- كما أبرزت العديد من الدراسات ضعف مستوى التأهيل العلمي للقائمين على الاتصال في المجال البيئي والتنموي وضرورة تنظيم دورات متخصصة في هذا المجال.
- كما أبرزت العديد من النتائج قصور في قنوات الاتصال مع المسؤولين والمتخصصين للحصول على المعلومات مما يؤثر على المدخلات وبالتالي على المخرجات في تناول الإعلامي.
- التركيز في المعالجة الإعلامية على مصادر المعلومات الرسمية دون الاهتمام بالمصادر العلمية والخبراء.
- سطحية المعالجة الإعلامية المقدمة من خلال التركيز على التغطية الخبرية للأحداث البيئية الجارية.
- افتقار المعالجة الإعلامية للرؤية الشاملة والتفسير لما يقدم حول البيئة والتنمية في وسائل الإعلام.
- افتقار المعالجة الإعلامية للأشكال والقوالب الفنية ذات القدرة على جذب الجمهور المستهدف.
- غياب التخطيط العلمي على مستوى تحديد فئات جماهيرية واضحة للرسائل الإعلامية، إضافة إلى غياب المدخل العلمي في استخدام استراتيجيات الإقناع الملائمة.
- ويتضح في ضوء عرض النتائج الخاصة بتأثير الإعلام في تنمية الوعي البيئي تناقض ما انتهت إليه الدراسات في هذا الشأن، حيث ترتبط كل دراسة بظروف معينة في التوقيت والعينة والمكان... إلا أن هذا يعد مؤشراً واضحاً في ذات الوقت إلى أن تفعيل دور الإعلام في تنمية الوعي البيئي بمستوياته المختلفة (المعرفة - الاتجاه - السلوك) في المجتمع المصري يحتاج إلى جهود كبيرة، في ضوء عدم اتفاق نتائج الدراسات السابقة على فعالية دور الاتصال في تنمية الوعي البيئي نحو تحقيق التنمية المستدامة حتى الآن، وهو ما يؤكد أهمية إجراء هذه الدراسة لاستخلاص رؤية مستقبلية تسهم في تحديد الخطوات التي ينبغي اتباعها للنهوض بأداء وسائل الاتصال في هذا المجال.

### مشكلة الدراسة:

أكدت نتائج العديد من الدراسات الإعلامية أهمية دور الإعلام التنموي في مجال طرح القضايا والبرامج التنموية والمجتمعية التي تهم الرأي العام، وأنها تستطيع أن تؤدي دوراً كبيراً في غرس القيم الإيجابية وتدعيم الاتجاه للسلوك السليم. لذا يمكن تحديد المشكلة البحثية لهذه الدراسة في التعرف على تقييم النخبة

**(خبراء وأكاديميين وصناع القرار وواضعي السياسات ومسئولين وعاملين في مجال البيئة والتنمية المستدامة، وإعلاميين وقائمين بالاتصال في مجال الإعلام البيئي والتنموي) وتقييمهم لدور الإعلام البيئي والتنموي نحو المساهمة في تحقيق خطط وبرامج التنمية المستدامة، والتعرف على المعوقات والتحديات التي تواجه هذه النخبة وتعرقل وصول رسائلهم التوعوية إلى صناع القرار وواضعي السياسات البيئية أو المؤثرة على البيئة والرأي العام بالشكل الفعال لتعديل الاتجاهات والسلوكيات نحو الإيجابية. وأطروحات النخبة نحو تفعيل هذا الدور الإعلامي التنموي لوضع هذه البرامج ضمن أولويات واهتمامات الرأي العام للوصول بها إلى تحقيق أهداف التنمية المستدامة، وحماية البيئة والحفاظ على حقوق الأجيال القادمة في مواردها الطبيعية.**

### **أهمية الدراسة:**

بعد تخطى إشكالية الفصل بين كل من التنمية والبيئة أم الجمع بينهما في الاستراتيجيات الوطنية بهدف تحسين مستوى جودة الحياة في الحيز المكاني المتاح لتحقيق رفاهية وسعادة السكان، والتي تختلف باختلاف السياسات الحكومية، وقوة ضغط منظمات المجتمع المدني المعنية بالبيئة، وبين دول الاقتصاد الأخضر المحافظة على البيئة والموارد الطبيعية والدول الأخرى التي تغلب المكاسب المالية على مسألة البيئة بالموافقة وتخصيص ملاجئ بأراضيها لاستقبال صناعات تلك الدول الملوثة للبيئة كصناعة الأسمنت والسيراميك والكيماويات وغيرها (xxxviii)، حيث تكون الخسارة تراكمية فادحة حال فصلهما لأن حماية البيئة جزء جوهري من منظومة التنمية الشاملة والمستدامة، ولو فشلت سياسة التوافق بين أهدافهما تغدو الموارد قاصرة على الوفاء باحتياجات الاستثمار وتنهار متطلبات حماية البيئة (xxxix).

وهناك تحذير من مخاطر تغليب متخذو القرار السياسي لتوطين مشروعات التنمية على نتائج الدراسات العلمية المعمقة والجدوى البيئية لها الأمر الذي يستلزم معه تعزيز الوعي البيئي والثقافة البيئية وترسيخ مفاهيم ومتطلبات التعامل مع الجهات المعنية بشئون البيئة على كافة المستويات، ودعم مبادئ التنمية المستدامة من خلال الإدارة البيئية الرشيدة ومتابعة تنفيذها وتقييمها والتأكد من سلامة البيئة ومكافحة التلوث والمحافظة على التوازن البيئي في إطار تحقيق أهداف تلك التنمية على المستويين الوطني والدولي.

لذا تتمثل أهمية هذه الدراسة في إنها تتطرق إلى موضوع حيوي يعتبر من أهم الموضوعات العامة المطروحة في مصر والعالم والتي تشغل فكر صانعي ومتخذي القرار وهو دور الإعلام البيئي في تحقيق التنمية المستدامة من أجل مستقبل أفضل لصحة الإنسان والبيئة، والدور الفعال لوسائل الإعلام في كيفية ترتيب أولويات النخبة وبالتالي الجمهور وتشكيل اهتماماتهم نحو المساهمة لإنجاح التوازن بين متطلبات الأجيال الحالية والتنمية مستدامة.

## أهداف الدراسة:

- تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف والتي تتمثل في الآتي:
- ١- التعرف على دور الإعلام البيئي وتقييم النخبة لأهم قضايا البيئة وبرامج التنمية المستدامة ومكانتهما في أولويات أجندة اهتمامات المسؤولين ووسائل الإعلام والجمهور.
  - ٢- التعرف على تقييم النخبة لدور الإعلام البيئي والتنموي في تنمية الوعي وخلق الاهتمام بهذه القضايا والبرامج وصولاً لإيجاد أفضل الحلول لها.
  - ٣- التعرف على تقييم النخبة لأفضل الوسائل الاتصالية كمصدر للمعلومات حول موضوع الدراسة.
  - ٤- التعرف على تقييم النخبة للأداء الإعلامي البيئي وأكثر وسائل الاتصال وأشكال التداول الإعلامي تحقيقاً للتفاعل الإيجابي مع الجمهور لطرح موضوعات وبرامج التنمية المستدامة والتعامل الرشيد معها.
  - ٥- التعرف على تقييم النخبة لأداء والتأهيل العلمي للقائم بالاتصال المشارك في تقديم رسائل التوعية البيئية والتنموية.
  - ٦- التعرف على تقييم النخبة للتحديات التي تواجه الإعلام التنموي وتغوق وصول رسائله الهادفة لزيادة وعي وخلق إدراك وتعديل الاتجاهات نحو التعامل الإيجابي مع البيئة ومواردها الطبيعية وتحقيق التنمية المستدامة.
  - ٧- التعرف على رؤية ومقترحات النخبة لكي ينجح الإعلام التنموي في تحقيق أهدافه في خلق رأي عام تجاه برامج التنمية المستدامة وإعادة ترتيب أولويات اهتمامات الجمهور ووضعها على أجندة هذه الاهتمامات.

## تساؤلات الدراسة:

- س١: ما العلاقة بين أولويات الإعلام البيئي والتغير في المجتمع لتحقيق تنمية مستدامة؟
- س٢: ما أهم قضايا البيئة التي يعاني منها المجتمع المصري وتهدد مستقبله؟
- س٣: هل تتواكب جهود وبرامج التنمية المستدامة في مصر مع الجهود والبرامج العالمية؟ وهل استطاع الإعلام البيئي أن يترجم ويواكب هذه الجهود والخطط؟
- س٤: هل تتناسب أهمية قضايا البيئة وبرامج التنمية المستدامة مع حجمها ووضعها في أجندة اهتمامات المسؤولين ووسائل الإعلام والجمهور؟
- س٥: ما أهم مصادر النخبة للمعلومات عن قضايا وبرامج التنمية المستدامة؟ وترتيب تفضيلهم لها؟
- س٦: ما تقييم النخبة لدور الإعلام البيئي والتنموي في تنمية الوعي وخلق الاهتمام وتعديل الاتجاهات والسلوكيات إلى الإيجابية؟
- س٧: ما رأي النخبة في أكثر وسائل الاتصال تحقيقاً للتفاعل الإيجابي مع الجمهور لإبراز موضوعات وبرامج التنمية المستدامة؟
- س٨: ما رأي النخبة في أكثر الأشكال الإعلامية ملائمة للجمهور عند تناول موضوعات وبرامج التنمية المستدامة؟
- س٩: ما مدى رضا النخبة عن عمل القائمين على الاتصال البيئي وتأهيلهم العلمي المتخصص في التغطية الإعلامية لموضوعات وبرامج التنمية المستدامة؟

س١٠: ما رأي النخبة في التحديات التي تواجه الإعلام التنموي وتغوق وصول رسائله الهادفة لزيادة وعي وخلق إدراك وتعديل اتجاهات الجمهور إلى التعامل الإيجابي مع البيئة ومواردها الطبيعية؟  
س١١: كيف يمكن أن ينجح الإعلام التنموي - من وجهة نظر النخبة- في تحقيق أهدافه في خلق رأي عام تجاه قضايا وبرامج التنمية المستدامة وإعادة ترتيب أولويات اهتمامات الجمهور ووضعها على أجندة هذه الاهتمامات؟

### فروض الدراسة:

- ١- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين أولويات واهتمامات النخبة بقضايا وبرامج التنمية المستدامة وأولويات واهتمامات وسائل الإعلام بتلك القضايا.
- ٢- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التغيير في أولويات واهتمامات وسائل الإعلام بقضايا وبرامج التنمية المستدامة والتغيير في أولويات واهتمامات النخبة بهذه القضايا.
- ٣- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اختلاف اتجاهات النخبة نحو إدراكهم لأهمية قضايا وبرامج التنمية المستدامة واتخاذ سلوك معين والاعتقاد به والتصرف بناء عليه باختلاف أولوياتها في تناول الإعلامي لها.
- ٤- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات النخبة نحو أولويات وسائل الإعلام المختلفة لقضايا وبرامج التنمية المستدامة، وبين الخصائص الديموغرافية (النوع- السن- التعليم- الدخل- العمل).

### نوع الدراسة:

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج السح الإعلامي بالعينة الميدانية وتسعى لرصد وتوصيف أولويات تناول الإعلام البيئي والتنموي لقضايا وبرامج التنمية المستدامة في وسائل الإعلام المصري، ومعرفة مدى نجاح هذا تناول الإعلامي نحو وضعها في أجندة أولويات صناعات القرارات والسياسات والنخبة والجمهور ووسائل الإعلام، ورصد تغيير الاتجاهات وتعديل السلوك إلى الإيجابية لتحقيق تنمية مستدامة للبيئة ومواردها الطبيعية، وأثر هذا تناول على تقييم النخبة له، وذلك من خلال دراسة ميدانية على عينة قوامها ٢٠٠ مفردة من النخبة للوقوف على تقييمهم لمدى فاعلية ونجاح دور الإعلام البيئي نحو تحقيق برامج التنمية المستدامة في مصر.

### منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على منهج المسح باعتباره أكثر المناهج العلمية ملائمة لأغراض الدراسة، وقد تم توظيف هذا المنهج للوصول إلى تقييم النخبة لمدى فاعلية ونجاح دور الإعلام البيئي نحو تحقيق برامج التنمية المستدامة في مصر، وحجم ومكانة قضايا وبرامج التنمية المستدامة في أجندة أولويات واهتمامات صناعات القرارات والسياسات والنخبة والجمهور ووسائل الإعلام.

### عينة الدراسة:

في إطار منهج المسح تعتمد الدراسة على أسلوب المسح بالعينة على النخبة، وتم سحب عينة عمدية قوامها ٢٠٠ مفردة ممثلة للنخبة المصرية المتخصصة في المجال البيئي وموزعة على النحو التالي: عدد ١٠٠ مفردة من الخبراء والأكاديميين وصناعات القرار وواضعي السياسات والمسؤولين والعاملين في مجال البيئة والتنمية المستدامة، وعدد ١٠٠ مفردة من الإعلاميين والقائمين بالاتصال في مجال الإعلام البيئي والتنموي.

## أدوات الدراسة:

تندرج الدراسة ضمن البحوث الوصفية الكمية التي تهتم برصد واقع الظاهرة المعينة بشكل يتسم بالموضوعية والانتظام لعينة لوصفها بدقة وفهمها بشكل متعمق فضلاً عن إمكانية التنبؤ بها في المستقبل.

فضلاً عن إمكانية استخدام الأساليب الرياضية والإحصائية في الإجابة على تساؤلات الدراسة واختبار فروضها العلمية، كما يتيح أيضاً مجالاً لسرد التفسيرات العلمية لها بأسلوب كفي، وتوظف الدراسة الحالية منهج المسح الوصفي.

### تحديد مجتمع الدراسة واختبار العينة:

تعتمد الدراسة على أسلوب المسح العمدي بالعينة على النخبة من الخبراء والأكاديميين وصناع القرار وواضعي السياسات والمسؤولين والعاملين في مجال البيئة والتنمية المستدامة، وعدد ١٠٠ مفردة من الإعلاميين والقائمين بالاتصال في مجال الإعلام البيئي والتنموي (قنوات- صحف- إذاعة- مسئولو الإعلام بجهاز شئون البيئة)-. تم سحب عينة عمدية قوامها ٢٠٠ مفردة ممثلة للنخبة المصرية المتخصصة في المجال البيئي وموزعة على النحو التالي: عدد ١٠٠ مفردة من الخبراء والأكاديميين وصناع القرار وواضعي السياسات والمسؤولين والعاملين في مجال البيئة والتنمية المستدامة موزعة كالاتي:

- عدد ٢٥ مفردة من الخبراء والأكاديميين في مجال البيئة والتنمية المستدامة.
- عدد ٢٥ مفردة من وصناع القرار وواضعي السياسات في مجال البيئة والتنمية المستدامة.
- عدد ٢٥ مفردة من مسؤولين وعاملين حكوميين متخصصين في مجال البيئة والتنمية المستدامة.
- عدد ٢٥ مفردة من العاملين بمنظمات المجتمع المدني المتخصصة في مجال البيئة والتنمية المستدامة.
- بالإضافة إلى عدد ١٠٠ مفردة من الإعلاميين والقائمين بالاتصال في مجال الإعلام البيئي والتنموي، موزعة كالاتي:
- عدد ٢٥ مفردة من الإعلاميين العاملين بالتليفزيون والقنوات الفضائية المصرية في مجال البيئة والتنمية المستدامة.
- عدد ٢٥ مفردة من الإعلاميين العاملين بالصحف المصرية في مجال البيئة والتنمية المستدامة.
- عدد ٢٥ مفردة من الإعلاميين العاملين بالإذاعة في مجال البيئة والتنمية المستدامة.
- عدد ٢٥ مفردة من مسئولو الإعلام بجهاز شئون البيئة.

### مفاهيم ومصطلحات الدراسة:

**الإعلام:** هو كل نقل للمعلومات والمعارف والثقافات الفكرية والسلوكية، بطريقة معينة، خلال أدوات ووسائل الإعلام والنشر، الظاهرة والمعنوية، ذات الشخصية الحقيقية أو الاعتبارية، يقصد التأثير، سواء عبر موضوعياً أو لم يعبر، وسواء كان التعبير لعقيلة الجماهير أو لغرائزها.

وهو التعريف بقضايا العصر وبمشاكله، وكيفية معالجة هذه القضايا في ضوء النظريات والمبادئ التي اعتمدت لدى كل نظام أو دولة من خلال وسائل الإعلام المتاحة داخلياً وخارجياً، وبالأساليب المشروعة أيضاً لدى كل نظام وكل دولة.

**البيئة:** هي المحيط الذي يعيش فيه الانسان من أرض وماء وهواء، وتأثير الموجودات التي تؤثر على حياته.

**الإعلام البيئي:** يعد تخصصاً جديداً في مجال الإعلام، وهو أحد فروع الإعلام المتخصص، ويعتبر من أهم روافد الإعلام التنموي الذي بدأ ينمو في مطلع السبعينات. ويعد المصطلح تعبيراً مركباً من مفهومين، هما الإعلام والبيئة.

**وسائل الإعلام البيئي:** تعتبر وسائل الإعلام بكافة أشكالها هي المصدر الرئيسي للمعلومات حول البيئة ولتوعية الإنسان ومده بكل المعلومات التي ترشد سلوكه وترقى به إلى مسئولية حماية البيئة. وهناك صفحات بيئية متخصصة في معظم الصحف والمجلات، كما توجد برامج ومسابقات وتنويهات بيئية في الإذاعة والتلفزيون، بالإضافة إلى المادة البيئية المقدمة في المواقع الإلكترونية المتخصصة والمدونات والفيديوهات ورسائل المحمول... إلخ. إلا أن حجم وكم هذه المادة الإعلامية المقدمة من خلال هذه الوسائل قليل إلى حد كبير، لذا تم رصد كل هذه الوسائل الإعلامية في الدراسة الميدانية لإستبيان مدى نجاح هذه الوسائل في توصيل الرسائل البيئية والتوعوية.

**الحملة الإعلامية البيئية:** وهي حملات إعلامية باستخدام وسائل إعلامية متعددة تتناول الموضوعات والقضايا والأزمات البيئية الهامة الطارئة أو ذات الأولوية بالتعاون مع الجهات المعنية بالشأن البيئي مثل (مشكلة النظافة والتخلص الآمن من المخلفات، وترشيد استهلاك الماء والطاقة والكهرباء لمواجهة التصحر وشح المياه في سنوات الجفاف وهدر الطاقة، وظاهرة السحابة السوداء وتلوث الهواء والماء والغذاء والتربة والتلوث السمعي (الضوضاء) والتلوث البصري وإدارة النفايات وغيرها من المشاكل البيئية الملحة.

**النخبة:** النخبة المختارة في عينة الدراسة الميدانية هم عدد من الخبراء والأكاديميون وصناع القرار وواضعي السياسات والمسؤولون والعاملون والإعلاميون والقائمون بالاتصال في المجال والشأن البيئي. **التنمية المستدامة: Sustainable Development** هي عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية وتطوير المجتمعات بشرط أن تلبى هذه التنمية احتياجات الحاضر بدون المساس بحق الأجيال القادمة في الموارد الطبيعية<sup>(xi)</sup>.

**القضايا والمشكلات البيئية:** تتمثل في أي تغيير كيميائي أو نوعي في المكونات البيئية الحية وغير الحية على أن يكون هذا التغيير خارج مجال التذبذبات لأي من هذه المكونات بحيث يؤدي إلى اختلال في اتزان الطبيعة<sup>(xii)</sup>. وترتبط المشكلات البيئية بصورة رئيسية بالتلوث، كما وتعرف الملوثات بأنها أية مواد صلبة أو سائلة أو غازية وأية ميكروبات أو جزيئات تؤدي إلى زيادة أو نقصان في المجال الطبيعي لأي من المكونات البيئية.

## الإطار النظري للدراسة:

**يستند الباحثان في دراستهما هذه إلى نظرية نظرية وضع أجندة الجمهور أو ترتيب أولوياته Agenda**

### **:Setting**

تعد نظرية وضع أجندة الجمهور أو ترتيب أولوياته من النظريات التي تدرس التأثير المعتدل لوسائل الإعلام على الجمهور. إذ تفترض عدم قدرة هذه الوسائل على طرح كل المواضيع والقضايا، وتقديمها بشكل دائم، وبذلك يختار القائم بالاتصال بعض الموضوعات والقضايا ليركز عليها دون سواها، وعن طريق هذا التركيز لوسائل الإعلام يستثار اهتمام الجمهور تدريجياً، وتصبح تلك المضامين المختلفة

تحظى بأهمية أكبر لديه، وتسيطر على اهتمامه، بينما يهمل تلك الموضوعات والقضايا التي قامت وسائل الإعلام بتهميشها<sup>(xliii)</sup>.

ويرى كل من **ماكومبس وشاو وويفر McCombs & Shaw & Waver** أنه لا توجد علاقة فقط بين وضع الأجندة والأطر الخبرية، لأنهم يعتبرون الأطر الخبرية هي امتداد لنظرية وضع الأجندة<sup>(xliii)</sup>، وذلك من خلال تفسيرهم للمستوى الثاني لنظرية وضع الأجندة الذي يصف تأثير السمات البارزة الموجودة في التغطية على الجمهور وتفسير القصص الخبرية المقدمة في وسائل الإعلام<sup>(xliv)</sup>. فتأثير المستوى الثاني لنظرية ترتيب الأولويات يبرز عندما تنتقل الصور التي تعكسها وسائل الإعلام إلى أذهان الجمهور، وقد أضاف **جرجن Gergen** أن الأطر الإخبارية تلعب دوراً محورياً في تعريف المشكلات الاجتماعية والتوابع الأخلاقية المترتبة على اختيار طريقة ما للتعامل مع المشكلات<sup>(xlv)</sup>، في حين يقتصر تأثير الأجندة على إبراز قضية معينة في وسائل الإعلام، وهو الأمر الذي ينعكس بدوره على هذه القضية في ذهن الجمهور، واحتلالها أولوية اهتماماته<sup>(xlvi)</sup>.

وتشغل دراسات وضع الأجندة **Agenda Setting** علاقة التأثير المتبادل بين أولويات قضايا الإعلام وأولويات قضايا الرأي العام والسياسة العامة الحيز الأكبر من اهتمام المجتمع الأكاديمي العالمي منذ البدايات الأولى لهذه النوعية من الدراسات على يد الباحثين **ماكسويل مكومبس ودانلود شاو Maxwell McCombs & Donald Show** صاحباً أول دراسة منشورة عن وضع الأجندة عام ١٩٧٢<sup>(xlvii)</sup>.

### وظيفة وضع الأجندة:

- وظيفة وضع الأجندة للاتصال الجماهيري تتمثل في<sup>(xlviii)</sup>:
- ١- قدرة وسائل الاتصال على توجيه الانتباه إلى موضوعات معينة.
  - ٢- مقدرتها للتأثير على تغيير المعرفة عند الأفراد وتقوم ببناء تفكيرهم، وهنا يكمن أهم تأثير لوسائل الاتصال وهو مقدرتها على ترتيب العالم وتنظيمه عقلياً لنا.
  - ٣- يؤكد علماء الاتصال على وجود علاقة إيجابية بين ما تركز عليه وسائل الإعلام في رسائلها وبين ما يراه الجمهور هاماً، فهي تسهم بدور كبير في ترتيب الأولويات لدى الجمهور ومن ثم فإنها تقوم بمهمة تعليمية حيث ترشد وتعلم الناس عما يتحدثون. وتبعاً لهذا فإن الجمهور لا يتعلم من وسائل الإعلام فحسب حول المسائل العامة والأمور الأخرى، ولكنه يتعلم كذلك كم تبلغ هذه المسائل من أهمية تبعاً لما تلقاه من قبل وسائل الإعلام. وبمعنى آخر فإن الإعلاميين يلعبون دوراً مهماً في تشكيل حياتنا الاجتماعية حينما يمارسون دورهم في اختيار وعرض الأخبار علينا وترتيب الأولويات فيها<sup>(xlix)</sup>.
  - ٤- يختلف الدور التأثيري لوضع الأجندة عن التأثير الإقناعي الذي تتضمنه نظرية الحقنة التي تعطي تحت الجلد، والتي تحذر من دور وسائل الاتصال في تشكيل الاتجاهات العامة للناس وتحديد ما يحبون وما يكرهون، فالتأثير المتميز لوضع الأجندة يفترض تركيز الاهتمام العام حول قضايا أو أحداث أو أشخاص معينة وتحديد الأهمية التي يمنحها الجمهور للموضوعات العامة حيث يميل الناس إلى إبراز أو استبعاد ما تبرزه أو تستبعده وسائل الاتصال. فوسائل الاتصال تتسم بالذيق والانتشار لكنها ليست بالضرورة أداة إقناع في كل الحالات<sup>(1)</sup>.

### الإطار المعرفي:

### التنمية المستدامة:

التنمية المستدامة **Sustainable Development** هي عملية تطوير الأرض والمدن والمجتمعات وكذلك الأعمال التجارية بشرط أن تلبي احتياجات الحاضر بدون المساس بقدرة الأجيال

القادمة على تلبية حاجاتها. ويواجه العالم خطورة التدهور البيئي الذي يجب التغلب عليه مع عدم التخلي عن حاجات التنمية الاقتصادية وكذلك المساواة والعدل الاجتماعي<sup>(ii)</sup>. وهي ضمان حصول البشر على فرص التنمية دون التعاضى عن حق الأجيال المقبلة وهذا يعني ضرورة الأخذ بمبدأ التضامن بين الأجيال عند رسم السياسات التنموية.

وتتطلب التنمية المستدامة تحسين ظروف المعيشة لجميع الناس دون زيادة استخدام الموارد الطبيعية إلى ما يتجاوز قدرة كوكب الأرض على التحمل<sup>(iii)</sup>. وتجرى برامج التنمية المستدامة في ثلاثة مجالات رئيسية هي النمو الاقتصادي، وحفظ الموارد الطبيعية والبيئة، والتنمية الاجتماعية<sup>(iii)</sup>.

والاستدامة تعني أنه يجب التعامل مع التطوير والتنمية ببصيرة واسعة من ناحية البعد الزمني، الفراغ، والسكان المتأثرين، وتهدف الاستدامة إلى التطوير الذي يراعي الرفاهية وزيادة فسحة الإمكانيات للأجيال القادمة، والتي ستتمكنهم من التمتع بموارد البيئة وقيم الطبيعة التي نستغلها الآن<sup>(iv)</sup>.

ونعلم أن الدول تعمل على تحقيق النمو الاقتصادي والتحديث كوسيلة لتلبية الاحتياجات المادية الأساسية، وأيضاً لتوفير الموارد اللازمة لتحسين نوعية الحياة بصفة عامة -مثل محاولات توفير الرعاية الصحية والتعليم وجعلها في متناول الكافة-<sup>(iv)</sup>.

ولكننا نلاحظ أن غالبية أشكال النمو الاقتصادي تُجهد البيئة، سواء باستخدام موارد طبيعية -قابلة للنضوب في بعض الأحيان- أو لما تحدثه من هدر أو تلويث. ومن شأن ذلك أن يعرض إمكانيات النمو بالنسبة للأجيال القادمة للخطر.

من هنا تحاول فلسفة التنمية المستدامة أن تحل هذه المعضلة بالإصرار على أنه حينما يتعين أن تأخذ القرارات في شتى المجالات والمستويات في المجتمع يجب أن تضع في الاعتبار الآثار البيئية التي يمكن أن تنجم عن تلك القرارات، ومن شأن ذلك أن يقودنا إلى ممارسة الأسلوب الصحيح للنمو الاقتصادي القائم على التنوع الحيوي، وعلى التحكم في الأنشطة الضارة بالبيئة وتجديد أو تعويض الموارد القابلة للتجديد كالغابات مثلاً<sup>(vi)</sup>. وبالتالي سيعمل كل ذلك على حماية البيئة والحفاظ على مواردها الطبيعية، بل وازدهارها كذلك. وهكذا أصبحت التنمية الاقتصادية في عالم اليوم تتفق والاستثمار في الموارد البيئية من أجل المستقبل.

ومن الواضح أنه يصعب أن نجد سلطات يمكنها أن تناوئ فكرة التنمية المستدامة، إلا إنه من الصعب عادة على الحكومات أن تتقبل النتائج السياسية المترتبة على ممارسة التنمية المستدامة، مثل ضرورة اللجوء إلى فرض الرسوم أو الغرامات على قيادة السيارات داخل المدن (على أساس أنه يتعين على الشخص الذي يلوث البيئة أن يدفع ثمن ذلك) وسبب هذا العجز أنها سوف تتعرض للمساءلة والحساب من الناخبين بعد فترة حكم قصيرة لا تزيد على خمس سنوات أو نحو ذلك، كما نجد فضلاً عن ذلك أن البيئة شأن مشترك خاص بكل الناس وهي سلعة عامة، مما يعني أن حمايتها تتطلب عملاً جماعياً، وهنا أثبتت الممارسة الفعلية أن ذلك العمل الجماعي أمر عسير التحقيق، بسبب المشكلات التي يسببها عادة المنتفعون بدون مساهمة<sup>(vii)</sup>.

والإعلام والتوعية والمعلومات تعد بالطبع عناصر أساسية لتحقيق برامج التنمية المستدامة، حيث تساعد على عمل التغييرات الاجتماعية والاقتصادية والتكنولوجية، وتساعد على تحسين الإنتاجية الزراعية والأمن الغذائي وسبل المعيشة في الريف. غير أنه لا بد من نقل هذه المعارف والمعلومات بصورة فعالة



إلى الناس لكي تحقق الفائدة منها، ويكون ذلك من خلال الاتصالات، حيث تشمل الاتصالات من أجل التنمية الكثير من الوسائط مثل الإذاعة الريفية الموجهة للتنمية المجتمعية، والطرق المتعددة الوسائط لتدريب المزارعين وشبكة الإنترنت للربط بين الباحثين ورجال التعليم والمرشدين ومجموعات المنتجين ببعضها البعض وبمصادر المعلومات العالمية<sup>(lviii)</sup>.

### العناصر الأساسية للاستدامة:

تعرف بأنها تشمل ثلاثة عناصر مع اعتبار الوزن النسبي لكل عنصر ومراعاة مبدأ العدالة بين الأجيال<sup>(lix)</sup>.

-**العنصر الاجتماعي:** البطالة، التنمية المحلية والإقليمية، الرعاية الصحية والثروات، الترابط الاجتماعي، توزيع الخدمات... الخ.

-**العنصر الاقتصادي:** التنمية، التنافس، النمو الاقتصادي، التنمية الصناعية... الخ.

-**العنصر البيئي:** الحفاظ على جمال الطبيعة، نوعية المياه والهواء والتربة وتغير المناخ، التنوع البيولوجي... الخ.

### أبعاد التنمية المستدامة:

التنمية المستدامة هي مفهوم عام وتعبير شامل يتناول كافة بنى المجتمع ويشمل جوانبه المادية والمعنوية، وليست التنمية مجرد عملية نمو اقتصادي وإنما هي عملية لها أبعاد حضارية واجتماعية وإن استراتيجيتها هي استراتيجية حضارية شاملة<sup>(lx)</sup>.

وتتعدد أبعاد التنمية المستدامة تشمل جوانب كثيرة منها ما يأتي<sup>(lxi)</sup>:

١- **التنمية الروحية:** وتعني توفير البعد العقائدي أو الإيدلوجي للتنمية، وذلك البعد الذي يتضمن كافة جوانب الحياة ويحدد للفرد حريته وحرته واختياراته. وأول ما توفره التنمية الروحية هي التعاون على المصالح الوجدانية للمجتمع.

٢- **التنمية الذاتية:** وتعني الاعتماد على قوى العمل المحلية والمواد الخام الأولية المتوفرة في البيئة وعمليات الإنتاج والمعرفة المحلية وتطويرها وفقاً للتكنولوجيا المستوردة.

٣- **التنمية النفسية:** بمعنى تنمية طموحات المواطنين بالصورة التي تدفعهم نحو التطلع للمستقبل والسعي لتحقيق حياة أفضل، وتعد أحد الأبعاد الأساسية للتنمية المستدامة.

٤- **التنمية الإدارية والتشريعية:** وهي الجهود التي يجب بذلها باستمرار لتطوير الجهاز الإداري في الدولة سعياً وراء رفع مستوى القدرات الإدارية عن طريق وضع الهياكل التنظيمية الملائمة لحاجات النفس والتصورات القانونية لضبط حركة الحياة. وهي التطوير الشامل للجهاز الإداري للدولة لرفع مستوى قدراته الإدارية لتمكينه من القيام بوظائف الدولة بشكل عام وبوظائف التنمية الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والتنمية في كافة المجالات بشكل خاص.

٥- **التنمية البيئية:** أحدثت ثورة الإنسان التكنولوجية نقلة هامة على المستويات المادية للمجتمع الحديث وفي مقابل ذلك أدت إلى الإسراف في استنزاف الموارد الطبيعية، والإنسان في تطوره مع البيئة أخذ يطور تعامله هذا<sup>(lxii)</sup>، إلا أن انشغاله

بان يأخذ من البيئة قدر المستطاع جعله ينسى كيف يحافظ عليها بدءًا بتقليل الأشجار وانتهاءً بحادثة تشرنوبيل بالاتحاد السوفيتي السابق، وبات الإنسان يبحث كيف يمكن أن يتخلص من الدمار الذي يسببه للبيئة<sup>(ixiii)</sup>. وبدا واضحاً له أن مصانعه تلوث الهواء، وأن سيارته مصدر للتلوث والازعاج، وأن سلاحه يدمر ولا يبني. ولهذا لم تعد التنمية في حد ذاتها هي المشكلة وإنما المشكلة هي التنمية المتوافقة مع البيئة. ويشمل الحل جانبين<sup>(ixiv)</sup>:

**أولاً: في التوعية البيئية** من خلال وسائل التربية والإعلام بهدف جعل الفرد واعياً بالعلاقات البيئية ولدوره في صون البيئة وتعريفه بوسائل العمل الخلاق لحمايتها، وهذا الجانب يحتاج إلى المشاركة الجماهيرية أي اسهام الناس جميعاً.

**ثانياً: السعي نحو ربط التنمية بالبيئة** بحيث تصبح التنمية البيئية الطريق الصحيح لتحديد طرق التنمية المناسبة والتي تحتم ضرورة بناء التكنولوجيا البيئية والمحلية من خلال الاعتماد على النفس. فالتنمية البيئية بهذا الشكل تعني استغلال العدد الضخم من السكان في الانتاج وتصبح القوى العاملة المحلية أقل تكلفة وأكثر فائدة من استيراد التكنولوجيا المتطورة جداً في عمليات الزراعة والبناء<sup>(ixv)</sup>.

٦- **التنمية العلمية والبحثية والتكنولوجية**: فالتنمية التكنولوجية هي الجهود المبذولة لإتاحة معلومات او معرفة جديدة يمكن استخدامها بكفاءة في العمليات الانتاجية ولها تأثير ملحوظ على التكلفة وعلى نوعية المنتج وكمية الانتاج وجودته.

٧- **التنمية البشرية**: تُعرف التنمية البشرية طبقاً لما ورد في تقارير التنمية البشرية الصادرة عن البرنامج الانمائي للأمم المتحدة بأنها عملية توسيع اختيارات الناس، وهذه الاختيارات نهائية بطبيعتها غير إنها تتحدد من الناحية الواقعية بمحددات اقتصادية واجتماعية وثقافية وسياسية بالإضافة إلى ما يمكن أن يكون متاحاً من سلع وخدمات ومعارف لتلبية هذه الاختيارات التي يمتد مجالها من الحاجات إلى الطعام والشراب والسكن والتعليم والصحة والبيئة النظيفة إلى آخره ..... إلى التوعية في المشاركة في كل ما يجري في المجتمع<sup>(ixvi)</sup>.

٨- **التنمية الاجتماعية**: هي تغيير الأوضاع الاجتماعية القديمة التي لم تعد تساير روح العصر بطرق ديمقراطية تهدف الي بناء اجتماعي جديد تنبثق عنه علاقات جديدة وقيم مستحدثة ويسمح للأفراد بتحقيق أكبر قدر ممكن من اشباع المطالب والحاجات.

٩- **التنمية السياسية**: وهي تعبئة الجماهير وتفاعلهم مع النظام القائم وعدم وقوفهم موقف اللامبالاة وتتسم بدرجة من المشاركة الشعبية الواسعة.

١٠- **التنمية الاقتصادية**: وهي التي تؤثر على الجانب المادي للتنمية فتهتم بطريقة تحسين وتنظيم استغلال الموارد الاقتصادية بغية تحقيق زيادة في الانتاج الكلي من السلع والخدمات بمعدل أسرع من الزيادة في السكان. وتشمل كافة المجالات الاقتصادية الزراعية والصناعية والمالية والتجارية..... وغيرها.

وهكذا تتكامل أنواع التنمية العشرة هذه لتشكل فيما بينها التنمية المستدامة والتي هي الإطار الجامع لهذه الأنواع بشكل عام. من هنا تأتي أهمية الإعلام باعتباره البوق الذي من خلاله يدرك الناس أدوارهم في برامج التنمية المستدامة المختلفة.

## الإعلام ودوره في عملية التنمية المستدامة:

مسئولية الإعلام تجاه عملية التنمية المستدامة هي تزويد المجتمع بأكبر قدر من الحقائق والمعلومات الدقيقة التي يمكن للمعنيين بالتنمية التحقق من صحتها والتأكد من دقتها والتثبت من مصدرها، وبقدر ما في الإعلام من حقائق ومعلومات دقيقة، بقدر تحقيق اهداف التنمية، ويركز الكثير من العلماء المهتمين بدور الإعلام في التنمية على هذه النقطة ويسمون الدور الذي يضطلع به الإعلام في تطوير المجتمعات باسم الهندسة الاجتماعية للإعلام الجماهيري، خاصة وأن هذا الدور ينصب على كيفية توجيه الجمهور لخدمة الرخاء الانساني<sup>(lxvii)</sup>.

وتتضح المعادلة التي دعت إلى تسمية دور الإعلام "بالهندسة الاجتماعية" إذا عرفنا أن الهدف الجوهرى للتنمية الاجتماعية لا يمكن تحقيقه بدون رفع المستوى الاقتصادي باستخدام برامج ومشروعات التنمية الاقتصادية والاجتماعية لتوفير الخدمات وإشاعة العدالة التي تثير في نفوس أفراد المجتمع مشاعر الولاء لمجتمعهم، والذي ترتبط به كل مصالحهم الحيوية ارتباطاً قوياً<sup>(lxviii)</sup>، وما دامت تنمية أفراد المجتمع وبيئتهم المادية من الأهداف الأساسية للتخطيط، فمن الضروري أن يتم أنجاز هذه المسئوليات وفق خطة مدروسة قائمة على تخطيط شامل لكافة الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والإعلامية والبيئية.

## الإنسان محور عملية التنمية المستدامة والهدف الأسمى للإعلام:

وتتضمن الخطة العامة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية دائماً القدر الأسمى من الاهتمام بالقوى البشرية والسياسات التعليمية. ولا شك أن تحليل السياسات العامة للخطط المختلفة لتنمية الموارد البشرية أمر لا يمكن الاستغناء عنه عند وضع خطة جيدة للتنمية، وبدون ذلك لن يتسنى أي نجاح للتخطيط<sup>(lxix)</sup>. وصحيح أن التخطيط العام للتنمية الاقتصادية والاجتماعية يتضمن دائماً قدرًا من الاعتبار للقوى البشرية المتوافرة والمطلوبة، ولكن هذه الخطط التي تقتصر على السياسات الاقتصادية فقط ينبغي أن تعالج الموارد البشرية على إنها عوامل رئيسية للإنتاج، ولا خلاف في أن جميع المخططين في المجال الاقتصادي - مهما يبلغ إطار التحليل عندهم من الضيق - فهم يدركون أهمية توفر العنصر البشري خصوصاً فيما يتعلق بالتعليم والتدريب بوجه عام. ويقف التخطيط الإعلامي هنا ليعمل على تزويد المعنيين بالتنفيذ والقائمين بالاتصال في مجال الإعلام وخاصة البيئي بأكبر قدر ممكن من المعلومات الدقيقة الصحيحة والحقائق الواضحة، وللتخطيط الإعلامي أهدافه ومسئوليته المحددة الأبعاد، ولا يخرج التخطيط الإعلامي عن الدور الذي قصده "ماكس ميليكان" فهو يقرر تسمية الدور الذي يضطلع به الإعلام والاتصال الجماهيري في ميدان التنمية بالهندسة الاجتماعية للاتصال الجماهيري وكيفية توجيه الاتصال الجماهيري لخدمة الرخاء الإنساني في المجتمع التقليدي<sup>(lxx)</sup>.

وانطلاقاً من هذا المفهوم فإن القوى البشرية تمثل أهمية كبرى في التخطيط الإعلامي على اعتبار أن المتلقين من أفراد المجتمع (قراء - مشاهدين - مستمعين) هم هدف التخطيط الإعلامي، من أجل ربطهم بأهداف خطة التنمية بنوعيتها الشامل والمحلي، وفي مجالاتها البيئية والاقتصادية والاجتماعية، وسواء كان العنصر البشري وسيلة التنمية أو غايتها، والنقطة الرئيسية في كل من التخطيط الإعلامي

والتخطيط للتنمية المستدامة هو أن هذين النوعين من التخطيط، يهدفان أساساً إلى تطوير الشخصية الإنسانية من الجمود إلى الحركة ومن التقليدية إلى التقدمية، فالمحور الرئيسي في التنمية هو الناس أنفسهم، والتخطيط للتنمية هو ترتيب وتنظيم ذلك بوضوح، وإذا كان الإعلام هو محاولة لربط أفكار أفراد المجتمع وتصوراتهم وقيمتهم واعتقاداتهم بالتخطيط للتنمية وبأسلوب التنفيذ، ووضع المستويات والتقسيمات البيئية والاقتصادية والاجتماعية في الاعتبار، فإن التخطيط الإعلامي هو أيضاً ترتيب وتنظيم ذلك بوضوح اعتماداً على أن الإطار الثقافي هو الذي يخلق فكر كافة أفراد المجتمع بكل ما فيها من اهتمام بالماضي وتحليل الحاضر الواقعي ونزوع إلى العمل. ومن الطبيعي أن يكون ذلك من أخص مبادئ الاتصال الجماهيري<sup>(lxxi)</sup>، ومن الطبيعي أيضاً أن يكون ذلك من أكثر خصوصيات التخطيط الإعلامي، إذا أن الإنسان العصري في المجتمع الحديث يتميز بعقلية تختلف كلية عن الإنسان التقليدي.

### علاقة التخطيط الإعلامي بالتخطيط للتنمية المستدامة:

والتخطيط الإعلامي ليس سوى جزء من التخطيط القومي الشامل للتنمية في المجالين الاقتصادي والاجتماعي إذا كان متواصلاً بالتنمية المستدامة، ولا يتصل التخطيط الإعلامي فقط بالتغير المادي ولكنه يتصل أيضاً بالمتغيرات النفسية والاجتماعية والمعنوية والثقافية لدى أفراد المجتمع.

ويختلف التخطيط الإعلامي من مجتمع لآخر، ومن دولة لأخرى، ومن نظام إعلامي إلى آخر طبقاً للمفاهيم والفكر والثقافة السائدة. بل ويختلف في البلد الواحد ومن مرحلة إلى أخرى وفقاً للاستراتيجية العامة للمجتمع والتي تتضمن الأهداف العليا التنموية للدولة وللأستراتيجية الإعلامية التي تستوعب هذه الأهداف العليا للسياسة الإعلامية والتي تترجم الأستراتيجية الإعلامية إلى مبادئ ثابتة، وترتبط معها في إطار السياسات الأخرى - السكانية والتعليمية والزراعية والاقتصادية والاجتماعية- وتعبّر عنها في شكل خطط إعلامية تمثل الأهداف التي ينشد المجتمع تحقيقها خلال فترة زمنية طويلة.. وخطط تفصيلية سنوية تمثل الترجمة التفصيلية لأهداف الخطة في شكل مشروعات وأعمال محددة بتوقيات زمنية محددة<sup>(lxxii)</sup>.

ويمثل التخطيط ضرورة مهمة لإنهاء حالة التخلف التي تعيش فيها البلدان النامية سواء بالنسبة للأنشطة التنموية أو الأنشطة الاتصالية، وترجع أهميته إلى أنه أصبح أحد السمات المميزة لعصرنا الحاضر.. فكل الدول على السواء أدركت إنه الضمان الوحيد لاستخدام جميع الموارد الوطنية المادية والطبيعية والبشرية بطريقة علمية وعملية وإنسانية لتحقيق الخير لجموع الشعب، وتوفير الرفاهية لهم مع البعد عن العشوائية والتلقائية والارتجال. ومن هنا يوصف العصر الحاضر في كثير من الكتابات العلمية بأنه عصر العلم وعصر التخطيط.

وهكذا فإن التخطيط الإعلامي عامة هام جداً لإحداث التنمية المستدامة، ولا يمكن للتنمية أن تسير في مسارها الصحيح بدون تخطيط، وترجع أهميته لأسباب عديدة أهمها:

- ١- لتحديد احتياجات المجتمع بطريقة علمية وترتيب أولوياتها.
- ٢- لوضع استراتيجية العمل في المجتمع لمقابلة متطلباته واحتياجاته.

٣- لتحديد المشكلات التي تواجه المجتمع واختيار أنسب الطرق لمعالجتها.

٤- لتحقيق التوازن في التنمية بين القطاعات المختلفة.

٥- لتحديد مستويات الجهات المختلفة المسؤولة عن التنفيذ.

٦- لربط جهودات التنمية في مختلف أنحاء المجتمع ببعضها.

### كيف نَفْعَل من دور وسائل الإعلام في إحداث التنمية المستدامة:

أن الهدف الحقيقي لبرامج التنمية المستدامة في المجتمعات النامية هو أحداث تغيير في اتجاهات الناس وفي البنية الطبيعية وأنشاء علاقات جديدة بينهم وبين الموارد الاقتصادية وإدخال الوسائل التكنولوجية الحديثة في الإنتاج، وما يتبع ذلك من تغييرات لأساليب الإنتاج ولمفاهيم الثروة والدخل والاستهلاك، مما يترتب عليه من تغيير في التركيب الاجتماعي والعلاقات ومجموع القيم الاجتماعية وإدخال مفاهيم علمية جديدة في السلوك والعادات والخبرات التقليدية في مجالات العمل الجماعي والحياة السياسية والتعليم والإدارة والصحة وغيرها (lxxiii).

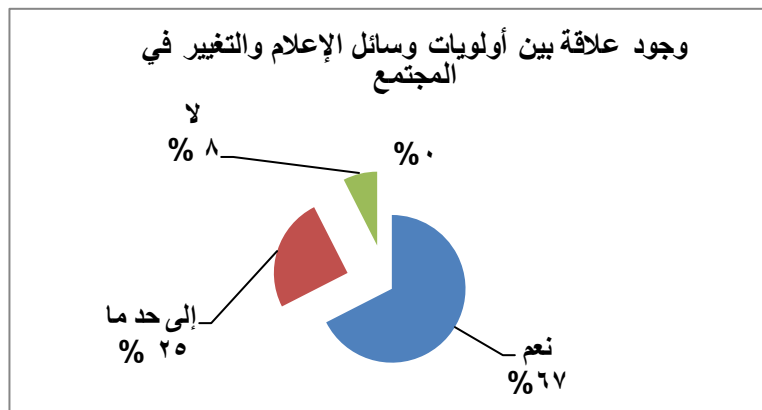
وعملية التنمية عندما تتم لا تحدث دون مشاكل أو معوقات، وهذه المعوقات تتمثل في القيم والعادات السيئة المتوارثة وسيطرة العقلية التقليدية على تفكير أغلب أبناء هذه الشعوب، كما تعاني هذه الشعوب أيضا من مشكلات تتعلق بنظم التعليم فيها (lxxiv)، فالأمية سمة من السمات الرئيسية وهبوط المستوى التعليمي نتيجة كثرة الطلاب وقلة الخبرات العلمية والأجهزة وضيق القاعات، مما أدى إلى تردي المستوى التعليمي وانخفاض القدرة الإبداعية واستمرار الاعتماد على التكنولوجيا المستوردة... بالإضافة إلى المشكلات المرتبطة بوضع المرأة الاجتماعي وقلة انتاجيتها.. والمشكلة السكانية والتي تتمثل ليس في مجرد ارتفاع الزيادة السكانية وإنما في عدم استثمار الطاقات البشرية الاستثمار الأمثل (lxxv). هذه كلها مشاكل تتعلق ببرامج التنمية المستدامة ولا سبيل أمثل لحلها سوى من خلال إعلام مستنير وجاد يضع أصابعه على مشاكل المجتمع ويعالجها العلاج الأمثل. من هنا جاءت أهمية الإعلام في تحقيق التنمية المنشودة (lxxvi).

ولهذا يجب الاهتمام بالتخطيط الإعلامي المسبق للأهداف المرجوة من الطرح الإعلامي البيئي، بما يخدم مصالح الوطن ويبتعد عن الإثارة غير المبررة، والاهتمام بتحفيز المجتمع على جميع مستوياته على تحمل مسؤوليته تجاه البيئة والحفاظ عليها من الاستنزاف، والقضاء على كل ما يتسبب في تلوثها أو يخل بمقوماتها الأساسية (lxxvii).

### نتائج الدراسة الميدانية:

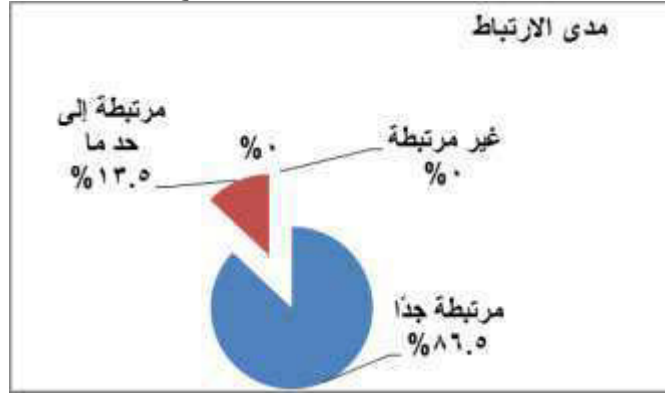
#### الشكل البياني رقم (١)

تقييم النخبة للعلاقة الارتباطية بين أولويات وسائل الإعلام وأولويات التغيير في المجتمع لتحقيق تنمية مستدامة



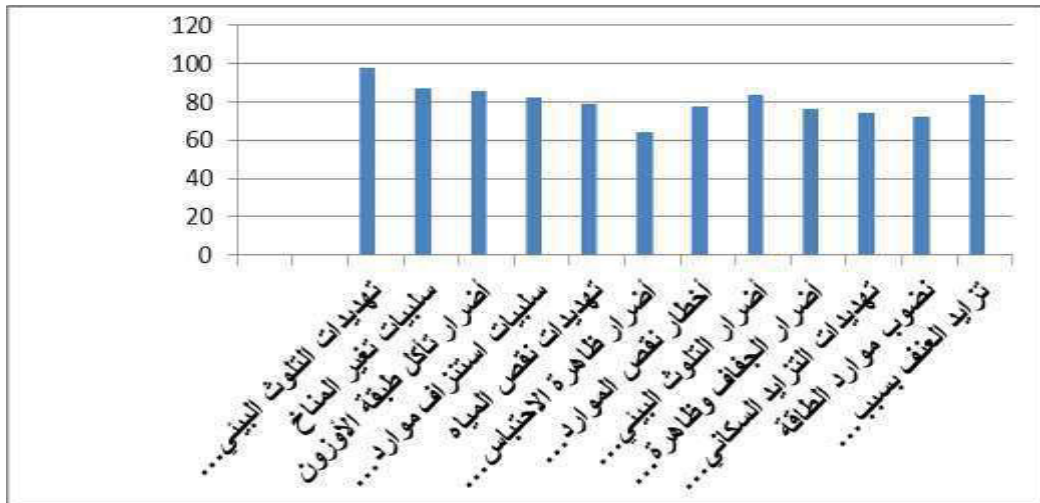
تشير بيانات الشكل البياني السابق إلى أن أغلبية النخبة ترى أن هناك علاقة ارتباطية بين أولويات وسائل الإعلام وأولويات التغيير في المجتمع لتحقيق تنمية مستدامة وذلك بنسبة ٩٢% من إجمالي عينة الدراسة وهي نسبة مرتفعة جداً، مما يدل على أن وسائل الإعلام إذا وضعت على أولويات اهتماماتها ببرامج التنمية المستدامة فهي قادرة على التأثير في الجمهور والتغيير نحو تحقيق هذه التنمية المستدامة. وهو ما يتفق مع دراسة سلوى إمام (١٩٩٠) والتي أثبتت وجود ارتباط إيجابي بين درجة متابعة ما يقدم في وسائل الإعلام حول البيئة ومستوى المعرفة بالمشكلات والقضايا البيئية.

### الشكل البياني رقم (٢) تقييم النخبة لمدى ارتباط القضايا البيئية ببرامج التنمية المستدامة



تشير بيانات الشكل البياني السابق إلى أن غالبية النخبة ترى أن القضايا البيئية مرتبطة ببرامج التنمية المستدامة وذلك بنسبة ١٠٠% من إجمالي العينة، فيرى ٨٦.٥% إنها مرتبطة جداً، في حين يرى ١٣.٥% إنها مرتبطة إلى حد ما. مما يدل على الارتباط الكبير بين القضايا البيئية وبرامج التنمية المستدامة.

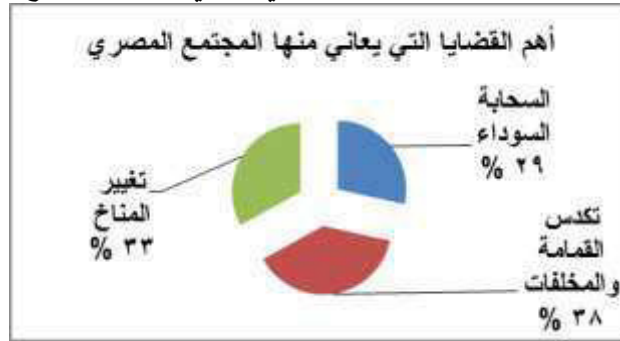
### الشكل البياني رقم (٣) مدى معرفة النخبة ببعض القضايا البيئية الأتية والتي يعاني منها المجتمع المصري وتهدد مستقبله:



تشير بيانات الشكل البياني السابق إلى أن غالبية النخبة لديها معرفة كبيرة جداً بالقضايا البيئية التي يعاني منها المجتمع المصري وتهدد أمنه، وجاءت تهديدات التلوث البيئي بصفة عامة في المرتبة الأولى بدرجة معرفة كبيرة وبنسبة ٩٧.٥%، يليها في المرتبة الثانية سلبيات تغير المناخ بنسبة ٨٧%، وفي المرتبة الثالثة أضرار تأكل طبقة الأوزون بنسبة ٨٥.٥%، يليهم تهديدات نقص المياه، وأضرار ظاهرة الاحتباس الحراري، وأخطار نقص الموارد الطبيعية، وأضرار التلوث البيئي على الصحة، وأضرار الجفاف وظاهرة التصحر، وتهديدات التزايد السكاني لبرامج التنمية، ونضوب موارد الطاقة، وتزايد العنف بسبب التكدس السكاني وتباطؤ خطط التنمية وبنسب معرفة كبيرة ومتقاربة، مما يدل على أن كل هذه القضايا على درجة عالية من الأهمية وبالتالي درجة معرفة النخبة لها كبيرة.

#### الشكل البياني رقم (٤)

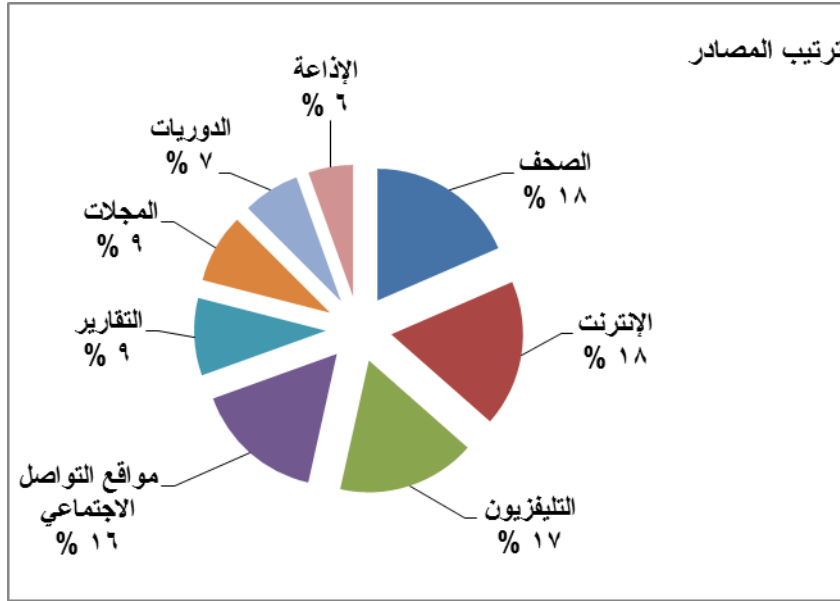
تقييم النخبة لأهم القضايا والمشكلات البيئية التي يعاني منها المجتمع المصري وتهدد أمنه



تشير بيانات الشكل البياني السابق إلى أن تقييم النخبة وبدرجة موافقة كبيرة لأهم القضايا والمشكلات البيئية التي يعاني منها المجتمع المصري وتهدد أمنه هو تكديس القمامة والمخلفات في المرتبة الأولى وبنسبة ٣٨% من إجمالي العينة يرى إنها من أكثر القضايا التي يعاني منها غالبية المصريين في كل محافظات وأحياء مصر المختلفة، حتى أصبحت محور اهتمام الحكومة والوزارات والمحافظات لإيجاد الحلول العاجلة لها، يليها في المرتبة الثانية قضية تغيير المناخ وبنسبة ٣٣%، وربما يرجع هذا إلى أن تغيير المناخ بات مؤثراً وبشكل كبير على الدول والأفراد والزراعات والمحاصيل و.. إلخ. وفي المرتبة الثالثة جاءت قضية السحابة السوداء وبنسبة ٢٩% من اختيار النخبة وقد يرجع هذا إلى أن هذه القضية تعاني منها عدد من محافظات مصر – وعلى وجه الخصوص محافظات القاهرة الكبرى والدقهلية والقليوبية والشرقية والغربية والبحيرة وكفر الشيخ- على مدار أربعة أشهر من كل عام وهم (أغسطس وسبتمبر وأكتوبر ونوفمبر) وذلك منذ حوالي عشر سنوات متوالية.

## الشكل البياني رقم (٥)

ترتيب أهم المصادر التي تفضلها النخبة للحصول على المعلومات حول هذه القضايا في وسائل الاتصال

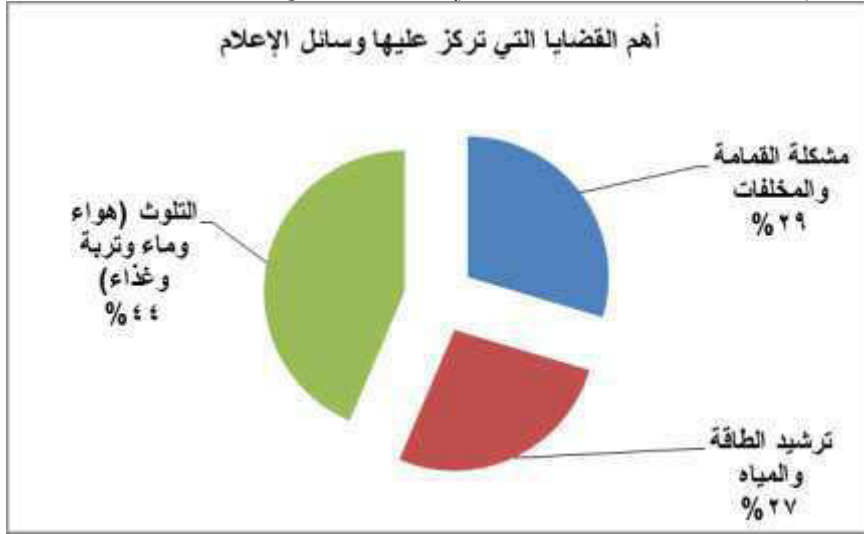


تشير بيانات الشكل البياني السابق إلى أن الصحف والإنترنت جاءا في مقدمة اختيارات وترتيب أهم المصادر التي تفضلها النخبة للحصول على المعلومات حول هذه القضايا في وسائل الاتصال ونسبة ١٨% لكلا منهما، وفي الترتيب الثاني جاء التلفزيون بنسب اختيار ١٧% من إجمالي العينة، وفي الترتيب الثالث جاءت مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة ١٦%، وفي الترتيب الرابع جاءت المجلات والتقارير بنسبة ٩%، وفي الترتيب الخامس جاءت الدوريات بنسبة ٧%، وأخيراً وفي الترتيب السادس جاءت الإذاعة. وقد ترجع هذه النتائج إلى أن هذه الموضوعات والقضايا علمية ومتخصصة لذا جاءت التغطيات المتخصصة في مقدمة ترتيب أهم مصادر النخبة عينة الدراسة في الحصول على المعلومات. وهو ما يتفق مع دراسة نجوى كامل (١٩٩٧) <sup>(lxxviii)</sup> والتي أثبتت أن الصحف في المرتبة الأولى كمصدر للمعلومات البيئية بالنسبة للمرأة المصرية، تلاها التلفزيون في الأهمية ثم المناهج الدراسية، ثم الراديو، فالمعارف والأصدقاء. وأيضاً اتفقت مع دراسة عبير محمد حمدي (٢٠٠١) <sup>(lxxix)</sup> والتي أثبتت ارتفاع معدل استخدام شبكة الإنترنت بين الجمهور مستخدميها، وتلعب كلاً من الصحف والإنترنت دوراً كبيراً في إمداد مجموعة الإنترنت بالمعلومات، وأن هناك تزايد في الاعتماد على مصادر المعلومات الحديثة كالإنترنت كمصدر أول لاكتساب المعلومات بنسبة مرتفعة إذا ما قورنت بعمر الإنترنت القصير في مصر.



## الشكل البياني رقم (٦)

تقييم النخبة لأهم القضايا البيئية والتنمية التي تهدد المجتمع وترتكز عليها أجندة وسائل الإعلام

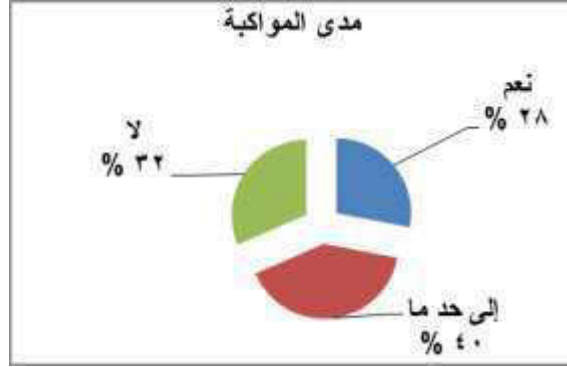


تشير بيانات الشكل البياني السابق إلى أن أهم القضايا البيئية والتنمية التي تهدد المجتمع وترتكز عليها أجندة وسائل الإعلام من وجهة نظر النخبة والتي جاءت بنسب مرتفعة هي الموضوعات التي حصلت على درجات معرفة كبيرة، وقد حظيت باهتمام وتركيز إعلامي أكثر من باقي الموضوعات لما لها من تأثير مباشر وتمس حياة المواطن اليومية وتنكس عليه سلبيًا بشكل كبير، كما أنها تتسبب في تراجع معدلات السياحة، ومنها قضية التلوث عمومًا والتي يعاني منها الشعب المجتمع المصري بكل شرائحه المختلفة، وأصاب الكثير من أفرادها بسبب تلوث الهواء والماء والتربة والغذاء، وقد جاءت باختيار ٤٤% من إجمالي العينة وفي الترتيب الأول. وفي الترتيب الثاني جاءت قضية مشكلة تكديس القمامة والمخلفات بنسبة ٢٩%، وربما ترجع هذه النتيجة إلى أن هذه المشكلة باتت تؤرق كل أفراد المجتمع وبمختلف أطيافه، وفي ظاهرة غير مسبوقة أصبحت تلال القمامة تحتل مساحات كبيرة في كل شوارع وأحياء مصر وفشلت كل الجهود الحكومية والمجتمعية في التعامل معها بشكل ناجز، وأصبحت تهدد صحة المصريين بنقل العديد من الأمراض، وتؤدي رؤيتها بأبصارهم، وانتزعت منهم مساحات كبيرة من الطرق ضيقت عليهم تحركاتهم. وفي الترتيب الثالث جاءت قضية ترشيد الطاقة والمياه بنسبة ٢٧% وأيضًا قد تعود هذه النتيجة لظاهرة نضوب موارد الطاقة والمياه على مستوى العالم كله ولما يعانيه المصريون بسببها خاصة. وقد ركزت أجندة وسائل الإعلام على هذه الموضوعات والقضايا والبيئية والتنمية والتوابع المترتبة عليها ووضعها على أولويات اهتماماتها لاختيار طريقة ما للتعامل مع هذه المشكلات، وبالتالي نجد أن تأثير الأجندة على إبراز هذه القضايا في وسائل

الاتصال، انعكس بدوره على هذه القضايا في ذهن النخبة، واحتلالها أولوية اهتماماته. وهو ما يتفق مع دراسة نهلة أبو رشيد (٢٠٠٠) (Ixxx) والتي أثبتت أن أجندة التليفزيون المصري تركز على قضايا تلوث الهواء والماء والمخلفات والنفايات الخطرة والضوضاء، وجهود الدولة لحل هذه المشكلات.

#### الشكل البياني رقم (٧)

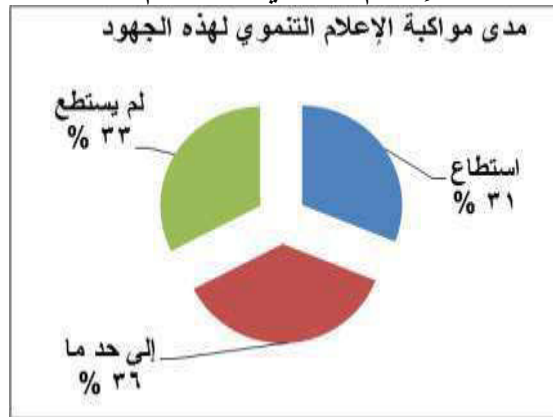
تقييم النخبة لمدى مواكبة جهود وبرامج التنمية المستدامة في مصر مع الجهود والبرامج العالمية



تشير بيانات الشكل البياني السابق إلى أن غالبية النخبة ترى أن جهود وبرامج التنمية المستدامة في مصر لا تتواكب مع الجهود والبرامج العالمية وذلك بنسبة ٧٢%، أما الموافقون على إنها تتواكب هذه الجهود فهم بنسبة ٢٨%. مما يدل على أن غالبية النخبة غير راضية عن الجهود المبذولة من قبل الدولة والمؤسسات لتحقيق برامج التنمية المستدامة بشكل إيجابي وفعال.

#### الشكل البياني رقم (٨)

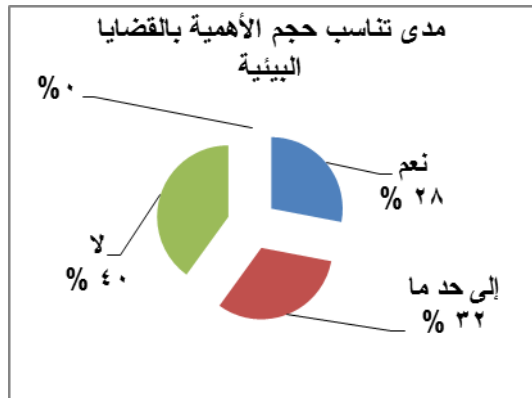
تقييم النخبة لمدى استطاعة الإعلام التنموي أن يترجم ويواكب هذه الجهود والخطط



تشير بيانات الشكل البياني السابق إلى أن نسبة ٣٦% من النخبة ترى أن الإعلام التنموي استطاع إلى حد ما أن يترجم ويواكب هذه الجهود والخطط، ونسبة ٣٣% من اختيارات النخبة عينة الدراسة ترى أنه لم يستطع المواكبة، أما نسبة اختيار النخبة التي ترى أنه استطاع فهم ٣١% فقط من العينة. وتشير هذه البيانات إلى أن هذه النسب متوسطة المستوى ومقاربة مما يدل على أن الإعلام التنموي

حقق ترجمة ومواكبة متوسطة لخطط وجهود التنمية وهو ما يتفق مع نتائج الشكل البياني السابق. وهو ما يتفق مع دراسة نهلة أبو رشيد (٢٠٠٠)<sup>(lxxxii)</sup> والتي أثبتت أن مساحة البرامج البيئية على خريطة الإرسال لا تتناسب مع حجم الاهتمام المتزايد بقضايا البيئة على المستوى الدولي. وأيضاً اتفقت مع دراسة كارتشان (١٩٩٩)<sup>(lxxxiii)</sup> والتي أثبتت أن وسائل الإعلام لعبت دوراً غير مؤثر لجعل قضايا البيئة في مقدمة الأجندة الخاصة بالجمهور، إلا إنها لم تستطيع أن تجعل هذه القضايا في بؤرة اهتمام الجمهور.

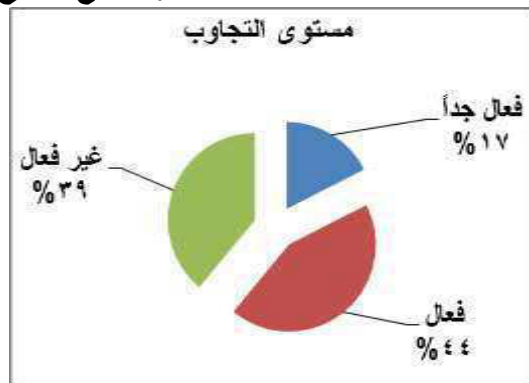
**الشكل البياني رقم (٩)**  
تقييم النخبة لمدى تناسب حجم أولويات واهتمامات أجندة وسائل الإعلام مع أهمية طرح القضايا البيئية والتنمية:



تشير بيانات الشكل البياني السابق إلى أن غالبية النخبة تقيّمها سلبياً وبنسبة اختيار ٧٢% وترى أن حجم أولويات واهتمامات أجندة وسائل الإعلام لا يتناسب مع أهمية طرح موضوعات عن القضايا البيئية والتنمية، وأن حجم المساحة التي تخصصها وسائل الإعلام للمعالجة الإعلامية للقضايا البيئية والتنمية غير كافية، مما يدل على أن اهتمام هذه الوسائل بهذه القضايا هو اهتمام متوسط بشكل ما، وأن هذه القضايا لم تحظ بالاهتمام المناسب لأهميتها في أجندة وسائل الإعلام. وهو ما يتفق مع دراسة نهلة مظفر أبو رشيد (٢٠٠٠)<sup>(lxxxiii)</sup> والتي أثبتت أن هذه البرامج لا تتناسب مع الأهمية المتزايدة للبيئة، فالمساحة الممنوحة لها ما تزال قاصرة عددياً وزمناً على تحقيق الدور المنوط بالإعلام المرئي في نشر الوعي البيئي. كما أثبتت أيضاً دراسة خالد صلاح الدين حسن على (١٩٩٧)<sup>(lxxxiv)</sup> إنه من الناحية المنهجية لم يكن هناك اختلاف بين أسلوب ترتيب القضايا من حيث أهميتها النسبية.

**الشكل البياني رقم (١٠)**

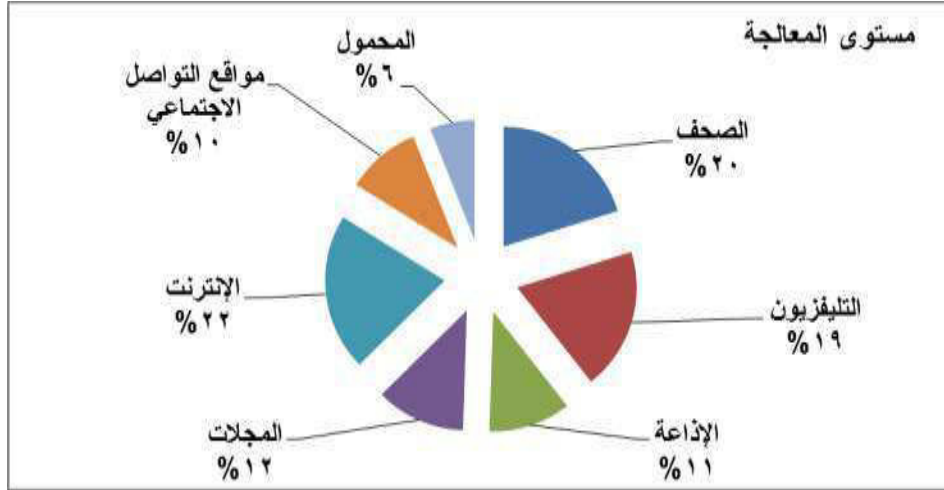
تقييم النخبة لمستوى التجاوب من جانب النخبة والجمهور مع برامج التنمية المستدامة



تشير نتائج الشكل البياني السابق إلى أنه في الترتيب الأول يرى نسبة ٤٤% من النخبة أن مستوى تجاوب النخبة والجمهور مع برامج التنمية المستدامة فعال، وفي الترتيب الثاني نجد أن نسبة ٣٩% من النخبة ترى أنه غير فعال، وفي الترتيب الثالث وبنسبة ١٧% فقط من النخبة عينة الدراسة ترى أنه فعال جداً، ويدل هذا على إجماع نسبة كبيرة من النخبة ٨٣% على أن مستوى تجاوب الجمهور مع برامج التنمية المستدامة يتراوح من فعال إلى فعال إلى حد ما. وهو ما أتفق مع دراسة ميكامي وآخرون (١٩٩٦) (Ixxxv) والتي كشفت عن وجود علاقة ارتباطية ضعيفة بين الوعي البيئي لدى الجمهور العام وبين تناول التلفزيوني لقضايا البيئة.

#### الشكل البياني رقم (١١)

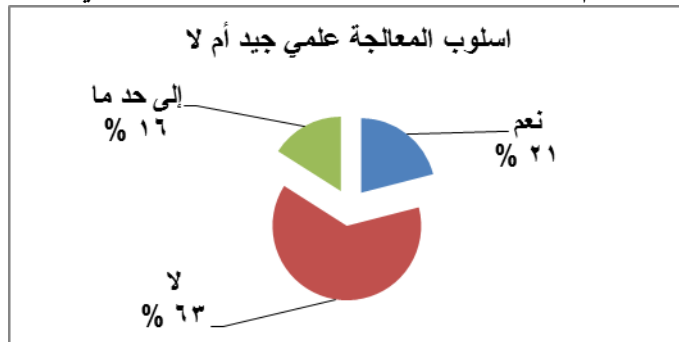
تقييم النخبة لمستوى المعالجة الفنية للموضوعات والقضايا البيئية والتنمية في وسائل الاتصال



تشير البيانات الواردة بالشكل البياني السابق إلى أن ٢٢% من النخبة ترى أن الإنترنت هو الوسيلة الأفضل في المعالجة الفنية للموضوعات والقضايا البيئية والتنمية، يليه الصحف بنسبة ٢٠%، والتلفزيون وبنسبة ١٩%، ثم المجلات بنسبة ١٢%، ثم الإذاعة بنسبة ١١%، يليهم مواقع التواصل الاجتماعي والمنتديات بنسبة ١٠%، وأخيراً المحمول بمستوى أقل فقد حظى على نسبة ٦% من رأي النخبة، وتعطي هذه البيانات دلائل واضحة حول تفوق الإنترنت في تقديم الأعمال المميزة والتي حظيت بجذب النخبة والجمهور له.

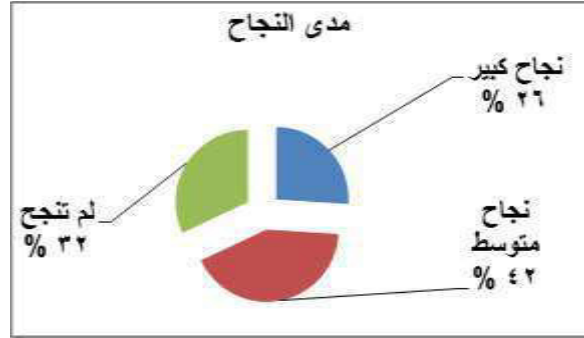
#### الشكل البياني رقم (١٢)

تقييم النخبة لأسلوب هذه المعالجة هل هو علمي جيد أم لا



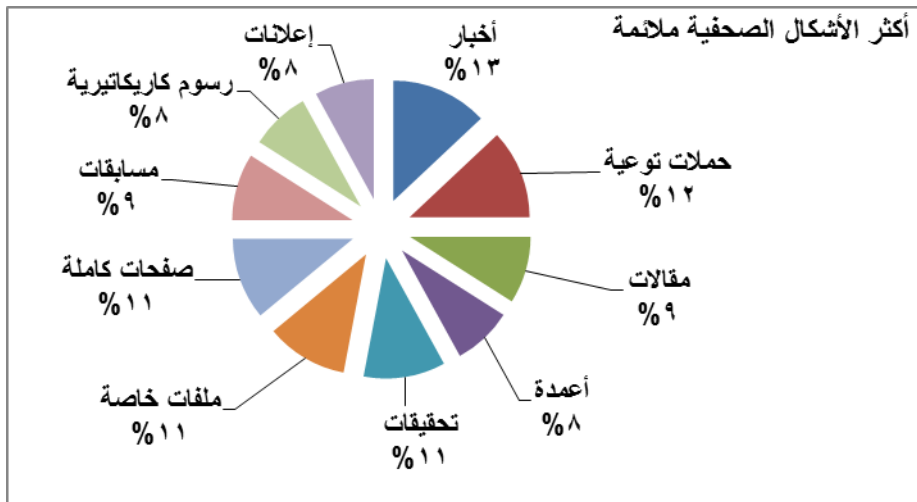
تشير البيانات الواردة بالشكل البياني السابق إلى أن نسبة ٦٣% من النخبة ترى أن المعالجة الإعلامية للقضايا البيئية والتنمية لا تتم بأسلوب علمي جيد، بينما يرى ٢١% أن المعالجة الإعلامية تتم بأسلوب علمي جيد، في حين يرى نسبة ١٦% من النخبة أنها لا تتم بأسلوب علمي جيد. مما يدل على عدم رضاء نسبة كبيرة من النخبة عن أسلوب وطريقة المعالجة الإعلامية للقضايا البيئية والتنمية.

**الشكل البياني رقم (١٣)**  
تقييم النخبة لمدى نجاح وسائل الاتصال في تنمية الوعي وخلق الاهتمام وتعديل الاتجاهات إلى الإيجابية:



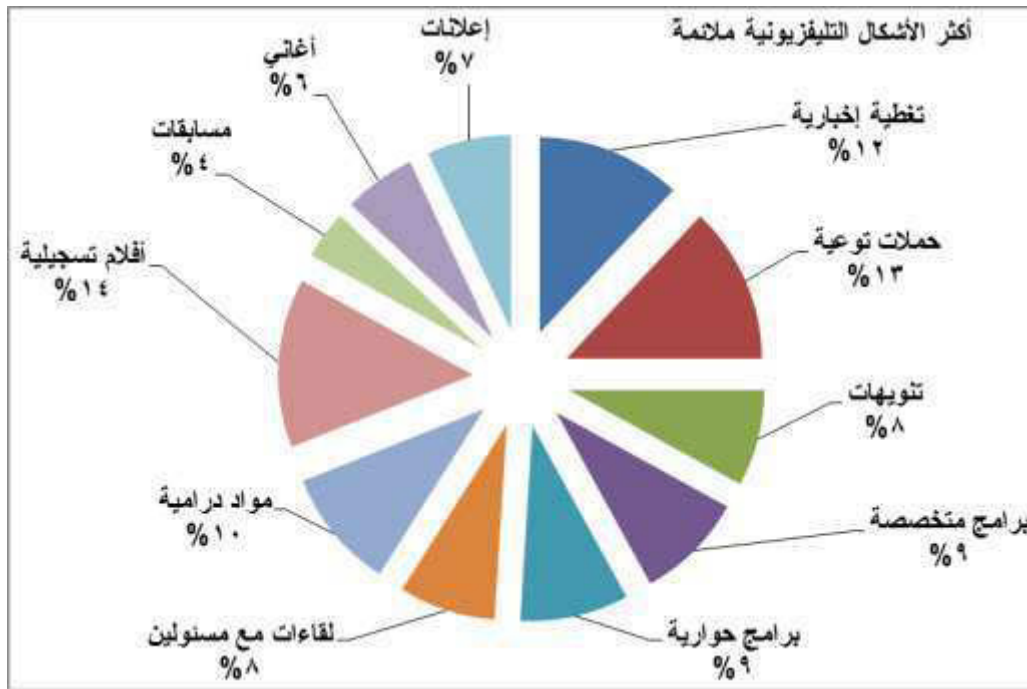
تشير البيانات الواردة في الشكل البياني السابق إلى أن نسبة كبيرة من النخبة ٤٢% وفي الترتيب الأول ترى أن وسائل الاتصال نجحت نجاحاً متوسطاً في تنمية الوعي وخلق الاهتمام وتعديل الاتجاهات والسلوكيات إلى الإيجابية نحو القضايا البيئية والتنمية، وفي الترتيب الثاني نجد أن ٣٢% من النخبة عينة الدراسة ترى أن هذه الوسائل لم تنجح، وفي الترتيب الثالث ترى ٢٦% أن هذه الوسائل نجحت نجاحاً كبيراً وهي نسبة ضعيفة إلى حد ما، مما يدل على أن أغلبية النخبة غير راضية عن أداء وسائل الاتصال البيئي والتنمية وترى إنه لم يحقق النجاح المنشود له نحو تنمية الوعي وخلق الاهتمام وتعديل الاتجاهات والسلوكيات إلى الإيجابية نحو القضايا البيئية والتنمية، والأمر الذي يثبت ويتضح من كيفية التعامل الغير فعال مع القضايا البيئية وبرامج التنمية سواء من النخبة أو الجمهور.

**الشكل البياني رقم (١٤)**  
أكثر أشكال التحرير والانتاج الإعلامي ملائمة لجذب واستثارة الوعي لدى الجمهور المستهدف بالقضايا البيئية  
أولاً: بالنسبة للصحف:



بالنسبة للصحف -من وجهة نظر النخبة- فتشير بيانات الشكل البياني السابق إلى أن النخبة عينة الدراسة ترى أن أكثر أشكال التحرير والإنتاج الإعلامي في الصحف ملائمة لجذب واستثارة الوعي بالقضايا البيئية والتنمية لدى الجمهور هي الأخبار بنسبة ١٣%، يليها حملات التوعية بنسبة ١٢%، ثم التحقيقات والملفات الخاصة والصفحات الكاملة بنسبة ١١% لكلا منها، ثم وينسب أقل جاءت المسابقات والمقالات ٩%، والأعمدة والرسوم الكاريكاتيرية والإعلانات بنسب ٨%، وتدل هذه البيانات على أن الأخبار والحملات والتحقيقات والملفات والصفحات الكاملة كانت نسب اختيارها أعلى كأكثر أشكال التحرير والإنتاج الإعلامي في الصحف ملائمة لجذب واستثارة الوعي بالقضايا البيئية والتنمية لدى الجمهور وأعلى من الشكل التحريرية الأخرى مثل المسابقات والمقالات والأعمدة والرسوم الكاريكاتيرية، وإن كانت النسب كلها متقاربة.

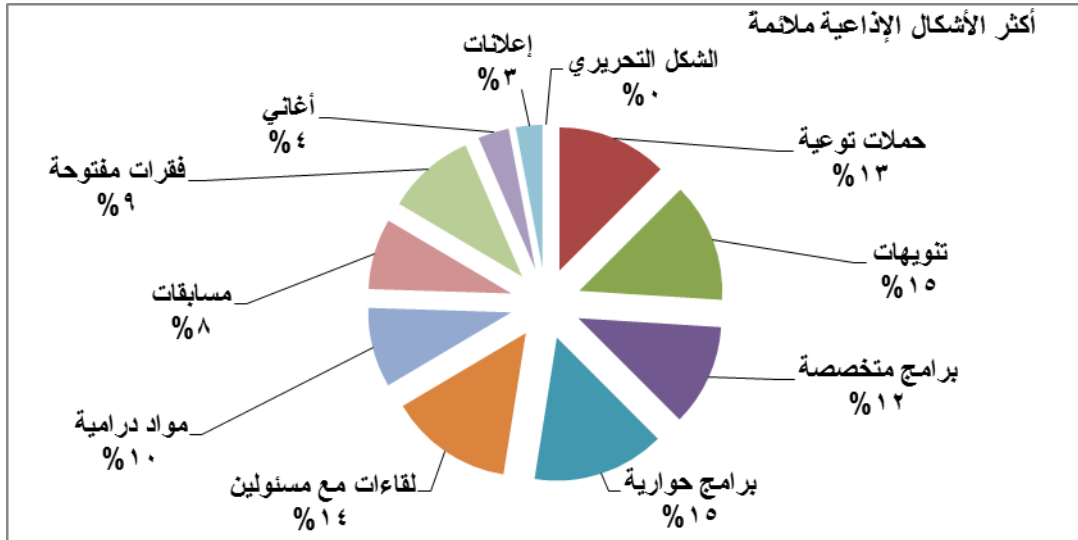
الشكل البياني رقم (١٥)  
ثانياً: بالنسبة للتلفزيون



أما بالنسبة إلى التلفزيون -من وجهة نظر النخبة- فتشير بيانات الشكل البياني السابق إلى اختيار النخبة في الترتيب الأول بنسبة ١٤% من إجمالي العينة للأفلام التسجيلية كأكثر أشكال الإنتاج الإعلامي التلفزيوني ملائمة لجذب واستثارة الوعي بالقضايا البيئية والتنمية للجمهور، وفي الترتيب الثاني جاءت حملات التوعية بنسبة ١٣%، وفي الترتيب الثالث جاءت التغطية الإخبارية بنسبة ١٢%، وفي الترتيب الرابع المواد الدرامية بنسبة ١٠%، وفي الترتيب الخامس جاءت البرامج

الحوارية والبرامج المتخصصة بنسبة ٩%، وفي الترتيب السادس جاءت التنبهات ولقاءات مع المسئولين بنسبة ٨%، ثم جاءت الإعلانات في الترتيب السابع بنسبة ٧%، والأغاني في الترتيب الثامن بنسبة ٦%، وأخيراً وفي الترتيب التاسع جاءت المسابقات بنسبة ٤%، مما يدل على أن هذه الأشكال الإعلامية إعلانات وأغاني ومسابقات لم تحظ بالجذب الإعلامي لدى الجمهور.

الشكل البياني رقم (١٦)  
ثالثاً: بالنسبة للإذاعة:



وبالنسبة للإذاعة -من وجهة نظر النخبة- فتشير بيانات الشكل البياني السابق إلى أن النخبة ترى أن أكثر أشكال الإنتاج الإعلامي الإذاعي ملائمةً لجذب واستثارة الوعي بالقضايا البيئية والتنمية لدى الجمهور هي البرامج الحوارية في الترتيب الأول بنسبة ١٥%، وفي الترتيب الثاني جاءت لقاءات مع المسئولين بنسبة ١٤%، وفي الترتيب الثالث جاءت التنبهات بنسبة ١٣%، ثم في الترتيب الرابع حملات التوعية والبرامج المتخصصة بنسبة ١٢%، وفي الترتيب الخامس جاءت المواد الدرامية بنسبة ١٠%، وفي الترتيب السادس جاءت الفقرات المفتوحة بنسبة ٩%، وفي الترتيب السابع المسابقات بنسبة ٨%، وفي الترتيب الثامن جاءت الأغاني بنسبة ٤%، وأخيراً جاءت الإعلانات في الترتيب التاسع بنسبة ٣%. وتدل هذه البيانات على أن الأغاني والإعلانات لم تحقق فاعلية مع الجمهور إلا بدرجة ضئيلة وربما لضعف مستواها الفني أو لقلتها أو لعدم اهتمام المنتجين بهذه النوعية من الإنتاج الفني، لذا لم تحظ بنسب جذب واختيار مناسب.

الشكل البياني رقم (١٧)  
تقييم النخبة لمدى رضاها عن التغطية الإعلامية للقضايا البيئية والتنمية:

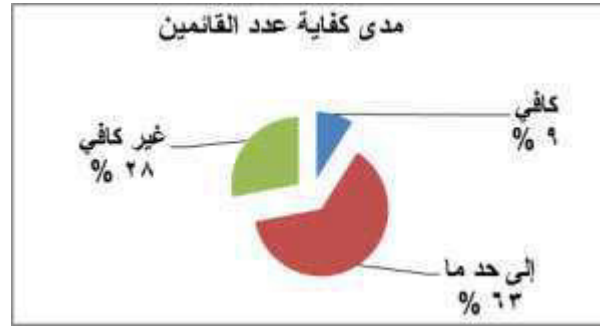




تشير بيانات الشكل البياني السابق إلى أن أغلبية النخبة غير راضية عن التغطية الإعلامية للقضايا البيئية والتنمية وبنسبة ٥٣% من إجمالي العينة، في حين ترى نسبة ٤١% أنها راضية، وأن هناك ٦% فقط من النخبة ترى أنها راضية جداً، مما يدل على عدم رضا النخبة بشكل كبير عن التغطية الإعلامية للقضايا البيئية والتنمية، وهو ما يتفق مع النتائج السابقة ومع دراسة تايلور وآخرون (٢٠٠٠) (lxxxvi) والتي كشفت أن تركيز التغطية الصحفية على مسؤولي الحكومة ومسؤولي الصناعة كمصادر للأخبار أكثر من أية مصادر أخرى، ويتفق أيضاً مع ما توصلت إليه دراسة كارتشان (١٩٩٩) (lxxxvii) في أن هناك تذبذب واضح في مدى الاهتمام بقضايا البيئة، وكذلك أنه بالرغم من زيادة التغطية الإعلامية التي تحظى بها القضايا العامة إلا أن هناك انخفاض واضح في تناول قضايا البيئة، وأن وسائل الإعلام قد لعبت دوراً غير مؤثر في أن تجعل قضايا البيئة في مقدمة الأجندة الخاصة بالجمهور، كما اتضح أنه ليس لوسائل الإعلام القدرة والتأثير المتوقع في تقديم التفاصيل والحلول للمشكلات البيئية، أو أنه يقتصر دورها فقط على تقديم المعلومات البيئية دون الخوض في التفاصيل.

### الشكل البياني رقم (١٨)

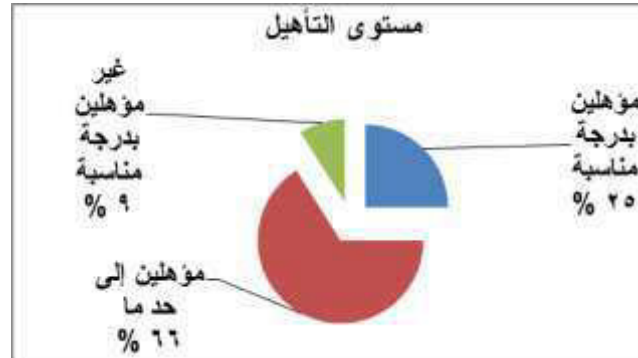
تقييم النخبة لمدى كفاية عدد القائمين بالاتصال في المجال البيئي والتنمية



تشير بيانات الشكل البياني السابق إلى أن أغلبية النخبة وبنسبة ٦٣% من إجمالي العينة ترى أن عدد القائمين بالاتصال في المجال البيئي والتنمية كافي إلى حد ما، وأن هناك ٢٨% من النخبة ترى أنها غير كافية، في حين يرى ٩% فقط أنهم كافيون. مما يدل على عدم رضا النخبة عن عدد القائمين بالاتصال في هذا المجال، وأن قلة هذا العدد تؤثر بالتأكيد على مخرجاتهم وأدائهم ولا تتيح لهم فرصة الانتشار والتواجد في مواطن الأزمات والمشكلات البيئية، وهو ما يتفق مع دراسة قامت بها زينب مرسي (٢٠٠٢) (lxxxviii) والتي ترى فيها أن تفعيل أداء القائم بالاتصال في المجال البيئي يرتبط بقدرته على النزول إلى الشارع والالتحام بالمناطق التي تعاني مشكلات بيئية، وتفعيل مشاركة الجمهور، وتفعيل دوره في المجتمع.

### الشكل البياني رقم (١٩)

تقييم النخبة للقائمين بالاتصال في القضايا البيئية والتنمية أنهم مؤهلين بدرجة:

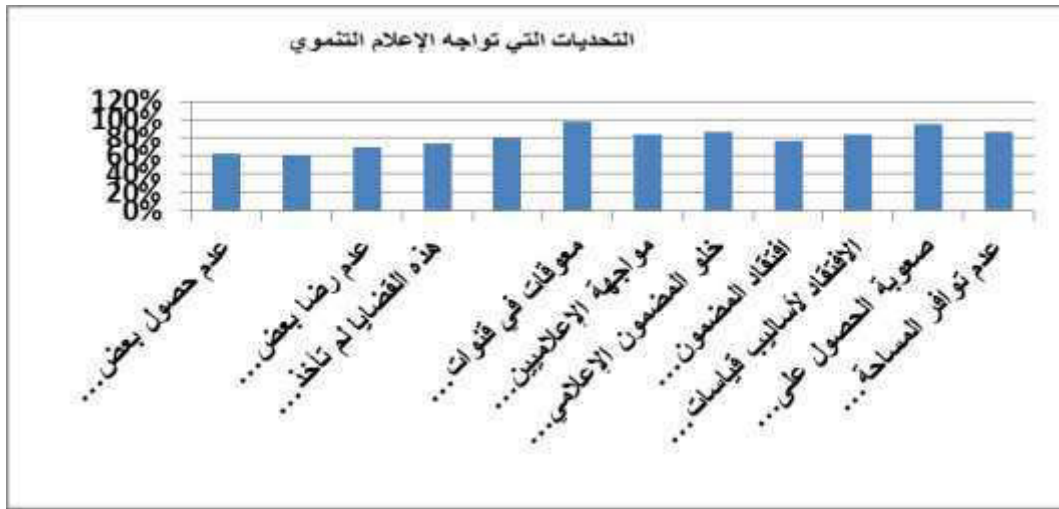




تشير بيانات الشكل البياني السابق إلى أن أغلبية النخبة وبنسبة ٦٦% ترى أن القائمين بالاتصال في القضايا البيئية والتنمية مؤهلين بدرجة مناسبة للعمل فيها إلى حد ما، وأن هناك ٢٥% من النخبة ترى أنهم مؤهلين بدرجة مناسبة، و ٩% ترى أنهم غير مؤهلين بدرجة مناسبة. مما يدل على عدم رضا النخبة عن مستوى التأهيل للقائمين على الاتصال. وهو ما يتفق مع دراسة عواطف عبد الرحمن (٢٠٠٣) (lxxxix) والتي كشفت أن الإعلام البيئي يواجه عدة معوقات يأتي في مقدمتها افتقار الإعلاميين للتأهيل العلمي المتخصص في مجال البيئة، وضعف المصادر المعرفية المتجددة عن القضايا والمشكلات البيئية. وأيضاً ما كشفت عنه دراسة نهلة مظفر أبو رشيد (٢٠٠٠) (xc) عن أداء القائم بالاتصال في المجال البيئي إلى وجود شكوى من افتقار الإعلاميين للتأهيل العلمي المتخصص في مجال البيئة.

### الشكل البياني رقم (٢٠)

تقييم النخبة (القائمين بالاتصال في المجال البيئي فقط) لبعض التحديات والمشكلات التي تواجه الإعلام التنموي:

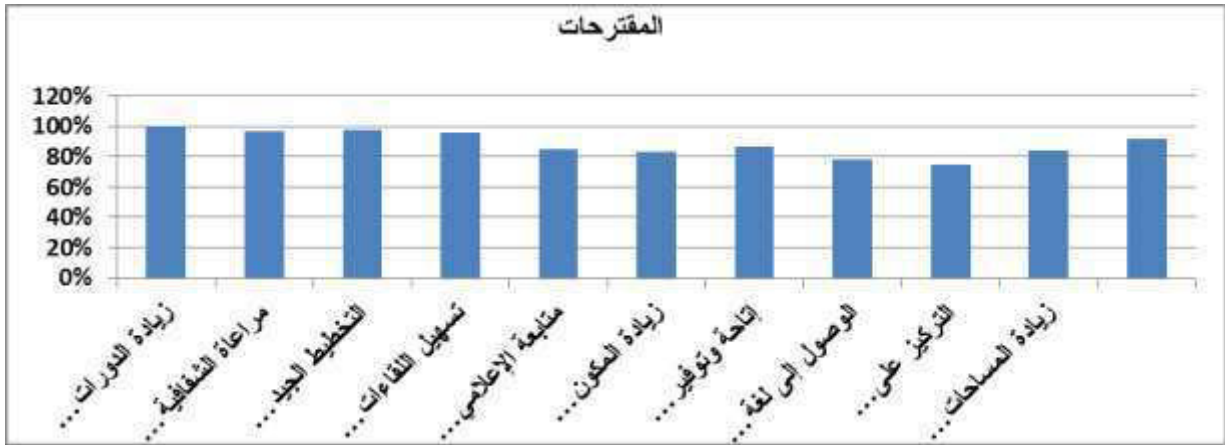


تشير نتائج الشكل البياني السابق إلى أنه في الترتيب الأول يرى نسبة ٩٧% من النخبة عينة الدراسة أن معوقات في قنوات الاتصال مع الجهات المسؤولة هي أكثر التحديات والمشكلات التي تواجه الإعلام التنموي وتعوق وصول رسائله الهادفة لزيادة وعي وخلق إدراك وتعديل اتجاهات الجمهور إلى التعامل الإيجابي مع البيئة ومواردها الطبيعية، وفي الترتيب الثاني وبنسبة ٩٥% جاءت صعوبة الحصول على المعلومات من المسؤولين بالسرعة التي يتطلبها العمل الإعلامي، يليهم في الترتيب الثالث وبنسبة ٨٧% جاء افتقاد المضمون الإعلامي أحياناً للدقة والوضوح والأدلة والحجج المنطقية، وفي الترتيب الرابع وبنسبة ٨٦% جاء عدم توافر المساحة الكافية للمعالجة الإعلامية سواء الزمنية أو المكانية، وفي الترتيب الخامس وبنسبة ٨٤% جاء الافتقاد لأساليب قياسات مستوى الوعي والتأثير وردود الفعل لدى الجمهور والتي يترتب عليها إعادة تقييم الرسائل توعوية بما يتناسب مع الجمهور وتحقق النتائج المرجوة منها، وفي الترتيب السادس وبنسبة ٨٣% جاءت مواجهة الإعلاميين للعديد من الضغوط من قبل بعض المعننين، وفي الترتيب السابع جاءت مواجهة الإعلاميين للعديد من الضغوط من قبل مؤسساتهم الإعلامية

بنسبة ٧٩%، وفي الترتيب الثامن لهذه التحديات جاءت افتقار المضمون الإعلامي أحياناً للدقة والوضوح والحجج المنطقية بنسبة ٧٦%، وفي الترتيب التاسع جاءت بنسبة ٧٣% أن هذه القضايا لم تأخذ المكان المناسب لها في اجنحة اهتمامات وسائل الاتصال، وفي الترتيب العاشر وبنسبة ٦٩% جاءت عدم رضا بعض الإعلاميين الذين يعملون في المجالين البيئي عن عملهم، وفي الترتيب الحادي عشر جاءت عدم حصول بعض الإعلاميين العاملين على دورات تدريبية تثقيفية في مجال عملهم بنسبة ٦٢%، وأخيراً في الترتيب الثاني عشر وبنسبة ٦١% جاءت نقص الخبرة العملية الكافية لبعض الإعلاميين العاملين في المجال البيئي. وهو ما يتفق مع دراسة رحاب سليمان (١٩٩٩)<sup>(xci)</sup> والتي ترى أن أهم العوامل المؤثرة في أداء القائم بالاتصال في مجال البيئة تتمثل في قلة المحررين المتخصصين في شؤون البيئة، وقلة المساحة المخصصة لهم في الصحف، وضغوط السياسة التحريرية، وعدم اقتناع بعض القيادات الصحفية بخطورة القضايا البيئية.

### الشكل البياني رقم (٢١)

مقترحات النخبة لكي ينجح الإعلام التنموي في تحقيق أهدافه وخلق رأي عام تجاه برامج التنمية المستدامة:



تشير بيانات الشكل البياني السابق إلى أن بعض مقترحات النخبة لكي ينجح الإعلام التنموي في تحقيق أهدافه وخلق رأي عام تجاه قضايا وبرامج التنمية المستدامة وإعادة ترتيب أولويات اهتمامات الجمهور ووضعها على أجندة هذه الاهتمامات والتأثير على عمليات صنع القرارات ووضع السياسات لها على كافة المستويات جاءت كالآتي: ففي الترتيب الأول جاءت زيادة الدورات التدريبية والتثقيفية للعاملين في مجال الإعلام البيئي، وفي الترتيب الثاني جاء التخطيط الجيد للعملية الاتصالية وبنسبة ٩٨%، وفي الترتيب الثالث وبنسبة ٩٧.٥% جاءت مراعاة الشفافية والمصداقية في التغطية الإعلامية، وفي الترتيب الرابع وبنسبة ٩٦% جاء تسهيل اللقاءات مع المسؤولين عن هذه القضايا، وفي الترتيب الخامس وبنسبة ٩٢% إبراز الآثار السلبية لهذه القضايا والتي تضر بالمجتمع، وفي الترتيب السادس وبنسبة ٨٧% جاءت إتاحة وتوفير المعلومات الواضحة والبسيطة وسهولة

تدفقها في الرسالة الإعلامية، وفي الترتيب السابع وبنسبة ٨٥% جاءت متابعة الإعلاميين لكل ما هو جديد فيما يخص هذه القضايا، وفي الترتيب الثامن وبنسبة ٨٤% جاءت زيادة المساحات المكانية والزمنية المخصصة لتناول هذه الموضوعات، وفي الترتيب التاسع وبنسبة ٨٣% جاءت زيادة المكون المعرفي للمسؤولين بأهمية هذه القضايا، وفي الترتيب العاشر وبنسبة ٧٨% جاء الوصول إلى لغة سهلة وبمبسطة يتم من خلالها عرض القضايا المختلفة في كافة وسائل الاتصال على الجمهور، وفي الترتيب الحادي عشر وبنسبة ٧٥% جاء التركيز على المفاهيم الهامة لهذه القضايا والموضوعات.

### جدول رقم (١) الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة

الإجمالي	%	ك	الفئات	الخصائص الديموغرافية
٢٠٠	٣٦.٠	٧٢	من ٢٥ إلى ٤٠	المرحلة العمرية
	٦٤.٠	١٢٨	من ٤٠ فأكثر	
٢٠٠	٤٧.٠	٩٤	ذكر	النوع
	٥٣.٠	١٠٦	أنثى	
٢٠٠	٤٢.٠	٨٤	فوق الجامعي	المستوى التعليمي
	٥٨.٠	١١٦	جامعي	
٢٠٠	١٢.٥	٢٥	صناع قرار وواضعي السياسات	طبيعة ومستوى العمل
	١٢.٥	٢٥	خبراء وأكاديميون متخصصون في مجال البيئة والتنمية المستدامة	
	١٢.٥	٢٥	مسؤولون وعاملون في مجال البيئة والتنمية المستدامة	
	١٢.٥	٢٥	عاملون بمنظمات المجتمع المدني في مجال البيئة والتنمية المستدامة	
	١٢.٥	٢٥	إعلاميون عاملون بالتلفزيون والقنوات الفضائية المصرية في مجال البيئة والتنمية المستدامة	
	١٢.٥	٢٥	إعلاميون عاملون بالصحف في البيئة والتنمية المستدامة	
	١٢.٥	٢٥	إعلاميون عاملون بالإذاعة في البيئة والتنمية المستدامة	
	١٢.٥	٢٥	مسؤولي الإعلام بجهاز شئون البيئة	
٢٠٠	٦٥.٠	١٣٠	قطاع حكومي	نوع العمل
	٣٥.٠	٧٠	قطاع خاص	
٢٠٠	٣٩.٠	٧٨	أعزب	الحالة الاجتماعية
	٣٧.٠	٧٤	متزوج	
	١٦.٠	٣٢	مطلق	
	٨.٠	١٦	أرمل	
٢٠٠	٢٦.٠	٥٢	أقل من ١٠٠٠ جنيه	المستوى الاقتصادي والدخل الشهري
	٣١.٠	٦٢	من ١٠٠٠ إلى أقل من ٣٠٠٠ جنيه	
	٢٣.٠	٤٦	من ٣٠٠٠ إلى أقل من ٥٠٠٠ جنيه	
	١٤.٠	٢٨	من ٥٠٠٠ إلى أقل من ١٠٠٠٠ جنيه	
	٦.٠	١٢	عشرة آلاف جنيه فأكثر	

تشير البيانات الواردة في الشكل البياني السابق إلى أن الفئة العمرية من ٢٥ إلى ٤٠ تبلغ نسبة ٣٦% من إجمالي عينة الدراسة، بينما بلغت الفئة العمرية من ٤٠ فأكثر بلغت نسبة ٦٤%، وهذه البيانات تشير إلى أن نسبة الشباب أقل، وأن عامل الخبرة متوفر أكثر في الفئات العمرية التي تخطت الأربعين عاماً.

ويتضح أن نسبة الإناث ٥٣% من عينة الدراسة، ونسبة الذكور ٤٧%، وهي تشير إلى زيادة عدد الإناث عن الذكور في مجال العمل الإعلامي البيئي والتنموي.

كما تشير هذه البيانات إلى أن نسبة تعدد ثلاث العينة هم فقط الذين اهتموا بزيادة تأهيلهم العلمي، وبالتالي زيادة المكون المعرفي والعلمي لديهم.

وأن ٦٥% من عينة الدراسة تعمل بالقطاع الحكومي (وزارات وهيئات وصحف قومية، واتحاد الإذاعة والتلفزيون)، وأن ٣٥% من عينة الدراسة تعمل بالقطاع الخاص (منظمات المجتمع المدني وصحف حزبية ومستقلة، وفضائيات وإذاعة F.M). وهذه البيانات تشير إلى أن نسبة كبيرة من عينة الدراسة يعملون في القطاع الحكومي.

كما أن النخبة عينة الدراسة قد جمعت كل الشرائح الاجتماعية المختلفة، وهذه البيانات تشير إلى أن نتائج الدراسة ستمثل كل آراء الشرائح الاجتماعية المختلفة للمجتمع المصري.

### نتائج فروض الدراسة:

#### الفرض الرئيسي الأول:

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين أولويات واهتمامات النخبة بقضايا وبرامج التنمية المستدامة وأولويات واهتمامات وسائل الإعلام بتلك القضايا، ولاختبار مدى صحة هذا الفرض استخدمت الباحثة معامل ارتباط بيرسون الذي يوضحه الجدول التالي:

#### جدول رقم (٢)

معامل ارتباط جاما لدلالة العلاقة الارتباطية بين أولويات واهتمامات النخبة بقضايا وبرامج التنمية المستدامة وأولويات واهتمامات وسائل الاتصال بتلك القضايا

أولويات النخبة		أولويات وسائل الإعلام
مستوى المعنوية	قيمة جاما	
٠.٠١	٠.٥٤٤	

يتضح من الجدول السابق أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين أولويات واهتمامات النخبة بقضايا وبرامج التنمية المستدامة وأولويات واهتمامات وسائل الاتصال بتلك القضايا، وذلك عند مستوى معنوية (٠.٠٠١) وكانت قيمة معامل ارتباط جاما (٠.٥٤٤)، وهي علاقة طردية شديدة القوة أي كلما زاد اهتمام وأولويات النخبة بقضايا وبرامج التنمية المستدامة زاد اهتمام وأولويات وسائل الإعلام بتلك القضايا، ووفقاً لما سبق يقبل الفرض السابق.

**الفرض الرئيسي الثاني:**

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التغيير في أولويات واهتمامات وسائل الإعلام بقضايا وبرامج التنمية المستدامة والتغيير في أولويات واهتمامات النخبة بهذه القضايا، ولاختبار مدى صحة هذا الفرض تستخدم الباحثة معامل الارتباط بيرسون الذي يوضحه الجدول التالي:

**جدول رقم (٣)**

معامل الارتباط بيرسون لدلالة العلاقة الارتباطية بين التغيير في أولويات واهتمامات وسائل الإعلام بقضايا وبرامج التنمية المستدامة والتغيير في أولويات واهتمامات النخبة بهذه القضايا

التغيير في أولويات وسائل الإعلام		التغيير في أولويات النخبة
مستوى المعنوية	قيمة معامل الارتباط جاما	
٠.٠١	٠.٥٦٧	

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين التغيير في أولويات واهتمامات وسائل الإعلام بقضايا وبرامج التنمية المستدامة والتغيير في أولويات واهتمامات النخبة بهذه القضايا، وذلك عند مستوى معنوية (٠.٠١) وكانت قيمة معامل جاما (٠.٥٦٧) وهي علاقة طردية شديدة القوة، أي كلما زاد التغيير في أولويات واهتمامات وسائل الإعلام بقضايا وبرامج التنمية المستدامة والتغيير في أولويات واهتمامات النخبة بهذه القضايا، ووفقاً للنتيجة السابقة يمكن قبول الفرض الثاني.

**الفرض الرئيسي الثالث:**

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اختلاف اتجاهات النخبة نحو إدراكهم لأهمية قضايا وبرامج التنمية المستدامة واتخاذ سلوك معين والاعتقاد به والتصرف بناء عليه باختلاف أولوياتها في التداول الإعلامي لها، ولاختبار مدى صحة الفرض أجرت الباحثة اختبار جاما لقياس العلاقة والذي يوضحه الجدول التالي:

**جدول رقم (٤)**

معامل بيرسون لدلالة العلاقة الارتباطية بين اختلاف اتجاهات النخبة نحو إدراكهم لأهمية قضايا وبرامج التنمية المستدامة باختلاف أولوياتها في التداول الإعلامي لها

الاتجاهات والإدراك		أولويات التداول الإعلامي
مستوى المعنوية	قيمة بيرسون	
٠.٠٠١	٠.٣٩٧	

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين اختلاف اتجاهات النخبة نحو إدراكهم لأهمية قضايا وبرامج التنمية المستدامة واتخاذ سلوك معين والاعتقاد به والتصرف بناء عليه باختلاف أولوياتها في التداول الإعلامي لها، وذلك عند مستوى معنوية (٠.٠٠١) وقيمة بيرسون (٠.٣٩٧) وهي علاقة طردية متوسطة القوة أي كلما زاد اختلاف اتجاهات النخبة نحو إدراكهم لأهمية قضايا وبرامج التنمية المستدامة واتخاذ سلوك معين والاعتقاد به والتصرف بناء عليه زاد اختلاف أولوياتها في التداول الإعلامي لها، ووفقاً للنتيجة السابقة يمكن قبول الفرض الثالث.

**الفرض الرئيسي الرابع:**

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات النخبة نحو أولويات وسائل الإعلام المختلفة لقضايا وبرامج التنمية المستدامة، وبين الخصائص الديموغرافية (النوع- السن- التعليم- الدخل- العمل).

**الفرض الفرعي الأول للفرض الرابع:**

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع واتجاهات النخبة نحو أولويات وسائل الإعلام المختلفة لقضايا وبرامج التنمية المستدامة. ولاختبار مدى صحة هذا الفرض تجري الباحثة اختبار "ت" الذي يوضحه الجدول التالي:

**جدول رقم (٥)**

**اختبار (ت) لمعنوية الفروق بين النوع واتجاهات النخبة نحو أولويات وسائل الإعلام المختلفة لقضايا وبرامج التنمية المستدامة**

مقياس اتجاهات النخبة	ذكور (ن=١٠٠)		إناث (ن=١٠٠)		درجة الحرية	مستوى المعنوية
	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري		
	٢٦.٦٦	٢٨.٢٧	٣٣.٥٠	٢٣.١٤	١٩٨	٠.٠٠٢

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي: أظهر استخدام اختبار "ت" وجود فروق دالة إحصائية النوع واتجاهات النخبة نحو أولويات وسائل الإعلام المختلفة لقضايا وبرامج التنمية المستدامة، حيث كانت قيمة "ت" (٩.٧٥) عند مستوى المعنوية (٠.٠٠٢)، وذلك لصالح الإناث حيث كان المتوسط الحسابي (٣٣.٥٠) في مقابل (٢٦.٦٦) للذكور، وفقاً للنتيجة السابقة يقبل الفرض الفرعي السابق.

**الفرض الفرعي الثاني للفرض الرابع:**

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى التعليمي واتجاهات النخبة نحو أولويات وسائل الإعلام المختلفة لقضايا وبرامج التنمية المستدامة. ولاختبار مدى صحة هذا الفرض تجري الباحثة اختبار "ف" "one-way ANOVA"، الذي يوضحه الجدول التالي:

**جدول رقم (٦)**

**اختبار (ف) لمعنوية الفروق بين المستوى التعليمي واتجاهات النخبة**

الاهتمام	المستوى التعليمي	ن	المتوسط الحسابي	درجات الحرية	قيمة ف	مستوى المعنوية
اتجاهات النخبة	جامعي	١١٦	٥٧.٢١١٩	١٩٩	١٢.٩٦	٠.٠٠٠
	فوق الجامعي	٨٤	٤٢.٧٨٨١	١٩٩		

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي: أظهر استخدام اختبار "ف" وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى التعليمي واهتمام واتجاهات النخبة نحو البيئة وقضاياها من خلال وسائل الإعلام، حيث كانت قيمة (ف) (١٢.٩٦) عند مستوى معنوية (٠.٠٠٠)، وجاءت النخبة من الحاصلين على المؤهلات فوق الجامعية هو الأكثر إدراكاً للأولويات الاهتمام بقضايا البيئة والتنمية، وبذلك يقبل الفرض الفرعي السابق. وهو ما يتفق مع دراسة نجوى كامل (١٩٩٧)<sup>(xcii)</sup> والتي أثبتت وجود علاقة طردية ايجابية بين مستوى التعليم والوعي بالقضية البيئية حيث كان الحاصلون على مؤهلات جامعية أو أعلى من جامعية أكثر وعياً من الحاصلين على مؤهلات متوسطة.

**الفرض الفرعي الثالث للفرض الرابع:**

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المرحلة العمرية واهتمام واتجاهات النخبة للبيئة وقضاياها من خلال وسائل الإعلام. ولاختبار مدى صحة هذا الفرض تجري الباحثة اختبار "ف" "One-Way ANOVA"، الذي يوضحه الجدول التالي:

#### جدول رقم (٧)

##### اختبار (ف) لمعنوية الفروق بين المرحلة العمرية واتجاهات النخبة

الاهتمام	المستوى التعليمي	ن	المتوسط الحسابي	درجات الحرية	قيمة ف	مستوى المعنوية
اتجاهات النخبة	من ٢٥-٤٠	٧٢	٢٥.١٧٧٣	١٩٤	٥.١٥٠	٠.٠٠٣
	من ٤٠ فأكثر	١٢٨	٣٥.٠٩٦٢	١٩٨		

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي: أظهر استخدام اختبار "ف" وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المرحلة العمرية واهتمام واتجاهات النخبة نحو البيئة وقضاياها من خلال وسائل الإعلام، حيث كانت قيمة (ف) (٥.١٥٠) عند مستوى معنوية (٠.٠٠٣)، وبذلك يقبل الفرض الفرعي السابق.

#### الفرض الفرعي الرابع للفرض الرابع:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي واهتمام واتجاهات النخبة للبيئة وقضاياها من خلال وسائل الإعلام. ولاختبار مدى صحة هذا الفرض تجري الباحثة اختبار "ف" "one-way anova"، الذي يوضحه الجدول التالي:

#### جدول رقم (٨)

##### اختبار (ف) لمعنوية الفروق بين المستوى الاقتصادي واتجاهات النخبة

الاهتمام	المستوى الاقتصادي	ن	المتوسط الحسابي	درجات الحرية	قيمة ف	مستوى المعنوية
اتجاهات النخبة	منخفض	٢٩	٥٠.٠٠٠٠	٢	٥.٨٦	٠.٠٠٠
	متوسط	٦٩	٣٢.٩٨٨٢	١٩٧		
	مرتفع	٢٢	١١.٧٨١٦	١٩٨		

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي: أظهر استخدام اختبار "ف" وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي لأفراد العينة واهتمام واتجاهات النخبة نحو البيئة وقضاياها من خلال وسائل الإعلام، حيث كانت قيمة "ف" (٩.٥٨) عند مستوى معنوية (٠.٠٠٠)، وبذلك يقبل الفرض الفرعي السابق.

#### الفرض الفرعي الخامس للفرض الرابع:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الحالة الاجتماعية واتجاهات النخبة نحو البيئة وقضاياها من خلال وسائل الإعلام. ولاختبار مدى صحة هذا الفرض تجري الباحثة اختبار "ف" "one-way ANOVA"، الذي يوضحه الجدول التالي:

### جدول رقم (٩)

#### اختبار (ف) لمعنوية الفروق بين الحالة الاجتماعية واتجاهات النخبة

الاهتمام	الحالة الاجتماعية	ن	المتوسط الحسابي	درجات الحرية	قيمة ف	مستوى المعنوية
اتجاهات النخبة	اعزب	٧٨	٣٨.٧٦٥	٢	٠.٥٦١	٠.٠٠١
	متزوج	٧٤	٢٤.٣٥٩	١٩٧		
	مطلق	٣٢	٣٠.٠٠٠	١٩٨		
	ارمل	١٦	١٧.٢١٠			

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي: أظهر استخدام اختبار "ف" وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الحالة الاجتماعية لأفراد العينة واتجاهاتهم نحو البيئة وقضاياها من خلال وسائل الإعلام، حيث كانت قيمة (ف) (٧.٥٦١) عند مستوى معنوية (٠.٠٠١)، وبذلك يقبل الفرض الفرعي السابق.

### النتائج العامة للدراسة:

#### توصلت الدراسة إلى عدة نتائج كالتالي:

- ١- تتفق النخبة على أن هناك علاقة ارتباطية بين أولويات وسائل الإعلام وأولويات التغيير في المجتمع لتحقيق تنمية مستدامة وذلك بنسبة ٩٢% من إجمالي العينة وهي نسبة مرتفعة جداً، مما يدل على أن وسائل الإعلام إذا وضعت على أولويات اهتماماتها برامج التنمية المستدامة فهي قادرة على التأثير في الجمهور والتغيير نحو تحقيق هذه التنمية المستدامة.
- ٢- تتفق النخبة على أن القضايا البيئية مرتبطة ببرامج التنمية المستدامة وذلك بنسبة موافقة ١٠٠% من إجمالي العينة، مما يدل على الارتباط الكبير بين القضايا البيئية وبرامج التنمية المستدامة.
- ٣- جاءت قضية تهديدات التلوث البيئي بصفة عامة في المرتبة الأولى من حيث درجة معرفة النخبة بالقضايا البيئية التي يعاني منها المجتمع المصري وتهدد أمنه، يليها في المرتبة الثانية سلبيات تغير المناخ، وفي المرتبة الثالثة أضرار تآكل طبقة الأوزون، يليهم تهديدات نقص المياه، وأضرار ظاهرة الاحتباس الحراري، وأخطار نقص الموارد الطبيعية، وأضرار التلوث البيئي على الصحة، وأضرار الجفاف وظاهرة التصحر، وتهديدات التزايد السكاني لبرامج التنمية، ونضوب موارد الطاقة، وتزايد العنف بسبب التكدس السكاني وتباطؤ خطط التنمية وبنسب معرفة كبيرة ومتقاربة، مما يدل على أن كل هذه القضايا على درجة عالية من الأهمية وبالتالي درجة معرفة النخبة لها كبيرة.
- ٤- جاءت قضية تكديس القمامة والمخلفات في المرتبة الأولى من تقييم النخبة لأهم القضايا والمشكلات البيئية التي يعاني منها المجتمع المصري وتهدد أمنه، يليها



في المرتبة الثانية قضية تغيير المناخ، وفي المرتبة الثالثة جاءت قضية السحابة السوداء، وربما يكون مرجع ذلك لأن هذه القضايا تعتبر من أكثر القضايا التي يعاني منها غالبية المصريين وأصبحت محور اهتمام الحكومة والوزارات والمحافظات لإيجاد الحلول العاجلة لها.

٥- جاء تقييم النخبة لأهم القضايا البيئية والتنمية التي تهدد المجتمع وتركز عليها أجنحة وسائل الإعلام وفي الترتيب الأول قضية التلوث عمومًا والتي يعاني منها الشعب المجتمع المصري بكل شرائحه المختلفة، وفي الترتيب الثاني جاءت قضية مشكلة تكديس القمامة والمخلفات، وفي الترتيب الثالث جاءت قضية ترشيد الطاقة والمياه، وقد ركزت أجنحة وسائل الإعلام على هذه الموضوعات والقضايا والبيئية والتنمية والتابع المترتبة عليها أكثر من غيرها لمالها من تأثير مباشر وتمس حياة المواطن اليومية وتنعكس عليه سلبيًا بشكل كبير.

٦- عدم رضا أغلبية النخبة عن الجهود المبذولة من قبل الدولة والمؤسسات لتحقيق برامج التنمية المستدامة بشكل إيجابي وفعال، وترى أن جهود وبرامج التنمية المستدامة في مصر لا تتواءم مع الجهود والبرامج العالمية. وعدم رضا غالبية النخبة عن ترجمة ومواكبة الإعلام التنموي لهذه الجهود والخطط.

٧- جاءت الصحف والإنترنت في مقدمة اختيارات وترتيب أهم المصادر التي تفضلها النخبة للحصول على المعلومات حول هذه القضايا في وسائل الإعلام، وفي الترتيب الثاني جاء التلفزيون، وفي الترتيب الثالث جاءت مواقع التواصل الاجتماعي، وفي الترتيب الرابع جاءت المجالات والتقارير، ثم في الترتيب الخامس جاءت الدوريات، وأخيرًا وفي الترتيب السادس جاءت الإذاعة.

٨- عدم رضا أغلبية النخبة عن أداء وسائل الإعلام البيئي والتنمية وترى إنها نجحت نجاحًا متوسطًا في تنمية الوعي ولم تحقق النجاح المنشود لها في تنمية الوعي وخلق الاهتمام وتعديل الاتجاهات والسلوكيات إلى الإيجابية نحو القضايا البيئية والتنمية، الأمر الذي يثبت ويتضح من كيفية التعامل الغير فعال مع القضايا البيئية وبرامج التنمية سواء من النخبة أو الجمهور.

٩- عدم رضا أغلبية النخبة عن حجم أولويات واهتمامات أجنحة وسائل الإعلام وترى أنه لا يتناسب مع أهمية طرح موضوعات عن القضايا البيئية والتنمية، وأن اهتمام هذه الوسائل بهذه القضايا هو اهتمام متوسط.

١٠- عدم رضا أغلبية النخبة عن أسلوب وطريقة التغطية الإعلامية للقضايا البيئية والتنمية، وترى إنها لا تتم بأسلوب علمي جيد.

١١- عدم رضا أغلبية النخبة عن مستوى تجاوب الجمهور مع برامج التنمية المستدامة متوسط الفاعلية.

١٢- جاء الإنترنت في الترتيب الأول لأفضل الوسائل في المعالجة الفنية للموضوعات والقضايا البيئية والتنمية، يليه الصحف في الترتيب الثاني، والتلفزيون في الترتيب الثالث، ثم المجالات في الترتيب الرابع، ثم الإذاعة في الترتيب الخامس، يليهم في الترتيب السادس مواقع التواصل الاجتماعي والمنتديات، وأخيرًا المحمول في الترتيب السابع. مما يدل على تفوق الإنترنت في تقديم الأعمال المميزة والتي حظيت بجذب النخبة والجمهور له.

- ١٣- ترى أغلبية النخبة عينة الدراسة أن الأخبار وحملات التوعية والتحقيقات والملفات الخاصة والصفحات الكاملة هي أكثر أشكال التحرير والإنتاج الإعلامي في الصحف ملائمة لجذب واستثارة الوعي بالقضايا البيئية والتنمية لدى الجمهور وأعلى من الأشكال التحريرية الأخرى مثل المسابقات والمقالات والأعمدة والرسوم الكاريكاتيرية.
- ١٤- جاءت الأفلام التسجيلية وحملات التوعية والتغطية الإخبارية، ثم المواد الدرامية والبرامج الحوارية والبرامج المتخصصة في مقدمة أكثر أشكال الإنتاج الإعلامي التليفزيوني ملائمة لجذب واستثارة الوعي بالقضايا البيئية والتنمية للجمهور، مما يدل على أن الأشكال الإعلامية الأخرى مثل التنويهات والإعلانات والأغاني والمسابقات لم تحظ بالجذب الإعلامي المناسب لدى الجمهور.
- ١٥- وجاءت البرامج الحوارية ثم لقاءات مع المسؤولين، يليهم التنويهات وحملات التوعية والبرامج المتخصصة والمواد الدرامية والفقرات المفتوحة من أكثر أشكال الإنتاج الإعلامي الإذاعي ملائمة لجذب واستثارة الوعي بالقضايا البيئية والتنمية لدى الجمهور. مما يدل على أن المسابقات والأغاني والإعلانات لم تحقق فاعلية مع الجمهور إلا بدرجة ضئيلة وربما لضعف مستواها الفني أو لقلتها أو لعدم اهتمام المنتجين بهذه النوعية من الإنتاج الفني.
- ١٦- عدم رضا النخبة عن عدد القائمين بالاتصال في المجال البيئي والتنموي وترى إنه غير كافي.
- ١٧- جاءت المعوقات في قنوات الاتصال مع الجهات المسئولة، في الترتيب الأول لأكثر التحديات والمشكلات التي تواجه الإعلام التنموي وتعوق وصول رسائله الهادفة لزيادة وعي وخلق إدراك وتعديل اتجاهات الجمهور إلى التعامل الإيجابي مع البيئة ومواردها الطبيعية، وفي الترتيب الثاني جاءت صعوبة الحصول على المعلومات من المسؤولين بالسرعة التي يتطلبها العمل الإعلامي، يليهم في الترتيب الثالث جاء افتقاد المضمون الإعلامي أحياناً للدقة والوضوح والأدلة والحجج المنطقية، وفي الترتيب الرابع عدم توافر المساحة الكافية للمعالجة الإعلامية سواء الزمنية أو المكانية، وفي الترتيب الخامس الافتقاد لأساليب قياسات مستوى الوعي والتأثير وردود الفعل لدى الجمهور، وفي الترتيب السادس جاءت مواجهة الإعلاميين للعديد من الضغوط من قبل بعض المعلنين، وفي الترتيب السابع جاءت مواجهة الإعلاميين للعديد من الضغوط من قبل مؤسساتهم الإعلامية، وفي الترتيب الثامن جاء افتقاد المضمون الإعلامي أحياناً للدقة والوضوح والأدلة والحجج المنطقية، وفي الترتيب التاسع جاءت أن هذه القضايا لم تأخذ المكان المناسب لها في اجندة اهتمامات وسائل الاتصال، وفي الترتيب العاشر جاءت عدم رضا بعض الإعلاميين الذين يعملون في المجال البيئي عن عملهم، وفي الترتيب الحادي عشر جاءت عدم حصول بعض الإعلاميين العاملين على دورات تدريبية تثقيفية في مجال عملهم، وأخيراً في الترتيب الثاني عشر جاءت نقص الخبرة العملية الكافية لبعض الإعلاميين العاملين في المجال البيئي.

١٨- جاءت بعض مقترحات النخبة لكي ينجح الإعلام التنموي في تحقيق أهدافه وخلق رأي عام تجاه قضايا وبرامج التنمية المستدامة وإعادة ترتيب أولويات اهتمامات الجمهور ووضعها على أجندة هذه الاهتمامات والتأثير على عمليات صنع القرارات ووضع السياسات لها على كافة المستويات كالآتي: ففي الترتيب الأول جاءت زيادة الدورات التدريبية والتثقيفية للعاملين في مجال الإعلام البيئي، وفي الترتيب الثاني جاء التخطيط الجيد للعملية الاتصالية، وفي الترتيب الثالث جاءت مراعاة الشفافية والمصداقية في التغطية الإعلامية، وفي الترتيب الرابع جاء تسهيل اللقاءات مع المسؤولين عن هذه القضايا، وفي الترتيب الخامس جاء إبراز الآثار السلبية لهذه القضايا والتي تضر بالمجتمع، وفي الترتيب السادس جاءت إتاحة وتوفير المعلومات الواضحة والبسيطة وسهولة تدفقها في الرسالة الإعلامية، وفي الترتيب السابع جاءت متابعة الإعلامي لكل ما هو جديد فيما يخص هذه القضايا، وفي الترتيب الثامن جاءت زيادة المساحات المكانية والزمنية المخصصة لتناول هذه الموضوعات، وفي الترتيب التاسع جاءت زيادة المكون المعرفي للمسؤولين بأهمية هذه القضايا، وفي الترتيب العاشر جاء الوصول إلى لغة سهلة ومبسطة يتم من خلالها عرض القضايا المختلفة في كافة وسائل الاتصال على الجمهور، وفي الترتيب الحادي عشر جاء التركيز على المفاهيم الهامة لهذه القضايا والموضوعات.

١٩- أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين أولويات واهتمامات النخبة بقضايا وبرامج التنمية المستدامة وأولويات واهتمامات وسائل الاتصال بتلك القضايا، وهي علاقة طردية شديدة القوة أي كلما زاد اهتمام وأولويات النخبة بقضايا وبرامج التنمية المستدامة زاد اهتمام وأولويات وسائل الإعلام بتلك القضايا.

٢٠- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين التغيير في أولويات واهتمامات وسائل الإعلام بقضايا وبرامج التنمية المستدامة والتغيير في أولويات واهتمامات النخبة بهذه القضايا، وهي علاقة طردية شديدة القوة، أي كلما زاد التغيير في أولويات واهتمامات وسائل الإعلام بقضايا وبرامج التنمية المستدامة والتغيير في أولويات واهتمامات النخبة بهذه القضايا.

٢١- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين اختلاف اتجاهات النخبة نحو إدراكهم لأهمية قضايا وبرامج التنمية المستدامة واتخاذ سلوك معين والاعتقاد به والتصرف بناء عليه باختلاف أولوياتها في تناول الإعلام لها، وهي علاقة طردية متوسطة القوة أي كلما زاد اختلاف اتجاهات النخبة نحو إدراكهم لأهمية قضايا وبرامج التنمية المستدامة واتخاذ سلوك معين والاعتقاد به والتصرف بناء عليه زاد اختلاف أولوياتها في تناول الإعلام لها.

٢٢- وجود فروق دالة إحصائية النوع واتجاهات النخبة نحو أولويات وسائل الإعلام المختلفة لقضايا وبرامج التنمية المستدامة، وذلك لصالح الإناث حيث كان المتوسط الحسابي (٣٣.٥٠) في مقابل (٢٦.٦٦) للذكور.

٢٣- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى التعليمي واهتمامات واتجاهات النخبة نحو البيئة وقضاياها من خلال وسائل الإعلام، وجاءت النخبة من الحاصلين على المؤهلات الفوق الجامعية هو الأكثر إدراكاً للأولويات الاهتمام

بقضايا البيئة والتنمية، وربما تعزو هذه النتيجة إلى أن إدراك هذه الفئة أكثر وعياً للأضرار والتهديدات التي تحيط يتعرض وسيتعرض لها العالم ومصر بسبب هذه القضايا والاستخدام الغير رشيد للموارد الطبيعية.

٢٤- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي لأفراد العينة واهتمام واتجاهات النخبة نحو البيئة وقضاياها من خلال وسائل الإعلام.

٢٥- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الحالة الاجتماعية لأفراد العينة واتجاهاتهم نحو البيئة وقضاياها من خلال وسائل الإعلام.

### توصيات الدراسة:

- إدراج مواضيع وقضايا البيئة وبرامج التنمية المستدامة ضمن الأعمال والبرامج الإعلامية المختلفة والمتنوعة وعدم اقتصرها على البرامج البيئية فقط، وإبراز الأضرار المترتبة على سلبات التعامل الغير رشيد مع هذه القضايا على الأفراد، وكذلك حث شرائح جمهور هذه البرامج على الاستفادة من ايجابيات التعامل الرشيد معها.

- الاستفادة من شعبية وجاهيرية بعض الفنانين والرياضيين والشخصيات العامة ورموز المجتمع وعلماء الدين في الحملات الإعلامية والدعائية لترويج الأفكار والسلوكيات البيئية والتنمية الإيجابية.

- تشجيع المستثمرين على القيام بمسئوليتهم الاجتماعية تجاه المجتمع بالمساهمة في دعم وتمويل عمليات تضمين القضايا البيئية وبرامج التنمية المستدامة الهامة في الأعمال والبرامج الإعلامية الموجهة للشباب والنشء على وجه الخصوص.

- ينبغي الاهتمام بتبادل الخبرات المكتسبة في مجال التوعية والإعلام البيئي والتنموي بين الجهات المسؤولة عن التوعية والإعلام البيئي في القطاعين الحكومي والخاص، لصفل وتنمية مهارات القائمين على الإعلام البيئي.

- تفعيل دور منظمات المجتمع المدني في المساهمة الفعالة لإيجاد الحلول العاجلة لبعض القضايا والمشكلات التي يعاني منها المجتمع، والحث على العمل التطوعي خاصة بين قطاعات الشباب.

- إشراك الجهات والمؤسسات والوزارات المعنية بقضايا البيئة وبرامج التنمية المستدامة وعلى رأسها وزارات البيئة والتربية والتعليم والإعلام والصحة والسكان والبتروول والصناعة والزراعة والمحليات في منظومة متكاملة لإعداد وتنفيذ برنامج قومي إعلامي وتنقيفي وتوعوي لنشر الوعي البيئي والتنموي وغرس السلوكيات الإيجابية والتعامل الرشيد مع البيئة ومواردها الطبيعية لدى شرائح الجمهور المختلفة.

### المصادر والمراجع:

(i) خالد خبريش: العنف الخبري، شبكة النبا المعلوماتية، الخميس ٢٨/أيلول/٢٠٠٦ - ٤- رمضان/ ١٤٢٧.

- (ii) Martins Weinberg & Earl Rwlinton. The Solution of Social Problems. (New York. Oxford University press - ١٩٧٣). pp. ٤-٦.
- (iii) <http://www.unesco.org/water/ihp/index.shtml>
- (iv) Robert M. Entman: (١٩٩٣), "Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm" Journal of Communication Vol, ٤٣, No, ٤, autumn, p, ٥١.
- (v) Time, ..Sullivan and Others: Key Concept in communication and cultural studies, Rutledge: op, cit, p٣٢٥
- (vi) حسن عماد مكايي، ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط١، دار المصرية اللبنانية، ص٣١٤.
- (vii) Gerald M, Kosicki, (١٩٩٣): "Problems and Opportunities in Agenda- Setting Research", Journal of Communication Vol, ٤٣, No, ٢, p, ١١٢.
- (viii) شاهيناز طلعت: وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية، القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٨٠، ص ٣٥-٣٩.
- (ix) سامية دسوقي عيد: دور التلفزيون في إمداد المرأة المصرية بالمعلومات البيئية، مرجع سابق، ص ١٣٦.
- (x) Gerald M, Kosicki, (١٩٩٣): "Problems and Opportunities in Agenda- Setting Research", op, cit, p, ١١٢.
- (xi) برنامج الأمم المتحدة: الإعلام البيئي، دراسة ونماذج لبرنامج الأمم المتحدة، ترجمة برعي حمزة ومنى طاهر، إدارة الإعلام، ١٩٨٧م.
- (xii) رحاب إبراهيم سليمان عيسى: الصحافة المصرية وترتيب أولويات الصفوة تجاه القضايا البيئية في إطار مفهوم التنمية المتواصلة في مصر، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ١٩٩٩م، ص ٣.
- (xiii) بدر أحمد كريم، بحوث اجتماعية، القاهرة، دار الفكر العربي، ط١، سنة ١٩٩٦، ص ٤٢.
- (xiv) ريهام سامي حسين يوسف، "دور البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة في ترتيب أولويات القضايا المجتمعية لدى الجمهور المصري" رسالة ماجستير. (القاهرة: قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الاعلام جامعة القاهرة، ٢٠٠٨) ٣٩٣ ص.
- (xv) منى مجدى فرج، "دور القنوات التلفزيونية الاقليمية والقيادات المحلية في ترتيب أولويات القضايا المحلية لدى الجمهور"، رسالة دكتوراه. (القاهرة: قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الاعلام جامعة القاهرة، ٢٠٠٧) ص ٤٨٠.
- (xvi) لبنى عبد العزيز الجابري، "معالجة القضايا البيئية في القنوات الفضائية العربية" رسالة ماجستير، (القاهرة: قسم الاذاعة كلية الاعلام جامعة القاهرة، ٢٠٠٧) ٣١٨ ص.
- (xvii) سامية دسوقي عيد، "إمداد المرأة المصرية بالمعلومات البيئية" رسالة ماجستير، (القاهرة: قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الاعلام جامعة القاهرة، ٢٠٠٥) ص ٢٨٣.
- (xviii) دراسة شيماء ذو الفقار حامد زغيب، "التغطية التلفزيونية والصحفية للقضايا العامة في مصر وعلاقتها بتشكيل اتجاهات الرأي العام نحو هذه القضايا"، رسالة دكتوراه. (القاهرة: قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الاعلام جامعة القاهرة، ٢٠٠٣) ص ٦١٦.
- (xix) رانيا مصطفى، دور قناة النيل للأسرة والطفل في تعريف الطفل بالقضايا والمشكلات البيئية، رسالة ماجستير، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٣.
- (xx) عبير محمد حمدي، "دور الانترنت والراديو والتلفزيون في إمداد الجمهور المصري بالمعلومات" رسالة ماجستير. (القاهرة: قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الاعلام جامعة القاهرة، ٢٠٠١) ص ٢٥٤.
- (xxi) نهلة أبو رشيد، برامج التوعية البيئية في التلفزيون المصري والسوري، رسالة ماجستير، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٠.
- (xxii) رحاب سليمان، الصحافة المصرية وترتيب أولويات الصفوة تجاه قضايا البيئة، رسالة ماجستير، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، ١٩٩٩.

- (xxiii) خالد صلاح الدين حسن على، "دور التلفزيون والصحافة في توجيه وترتيب اهتمامات الجمهور نحو القضايا العامة في مصر" رسالة ماجستير. (القاهرة: قسم الإذاعة كلية الإعلام جامعة القاهرة، ١٩٩٧) ٤٢٧ ص.
- (xxiv) وفاء محمد الباز: "دور وسائل الإعلام في حماية البيئة- تحليل مضمون لعينة من الصحف المصرية الصادرة من ١ يناير ١٩٨٧- ٣١ ديسمبر ١٩٩١"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس، معهد الدراسات والبحوث البيئية، ١٩٩٧.
- (xxv) نجوى كامل: "العوامل المؤثرة في تشكيل اتجاهات المرأة المصرية نحو البيئة"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد (٢)، ١٩٩٧.
- (xxvi) حسنيه مأمون: "اثر البرامج حماية البيئة في التلفزيون المصري على النسق القيمي لطلبة الجامعات"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس، معهد الدراسات والبحوث البيئية، ١٩٩٧.
- (xxvii) نوال عمر: "الإعلام المرئي والمسموع وقضايا البيئة - دراسة تطبيقية على إذاعة البرنامج العام والبرنامج الثاني والتلفزيون في مصر" مجلة البحوث الإعلامية، العدد (٩)، ١٩٩٦.
- (xxviii) عواطف عبد الرحمن: أزمة الإعلام البيئي في مصر الدورة التدريبية للإعلاميات من ٢٨ مايو - ٢ يونيو ١٩٩٤، جامعة القاهرة، مركز البحوث والدراسات البيئية، برنامج الأمم المتحدة للبيئة، ١٩٩٤.
- (xxix) سوزان القليني: "التلفزيون وتنمية الوعي البيئي لدى الطفل"، مجلة بحوث الاتصال، القاهرة، العدد ١٠، ١٩٩٣.
- (xxx) جيهان رشتي: "الإعلام ودوره في تغيير السلوك تجاه قضايا البيئة"، مجلة النيل، العدد ١٠، القاهرة، ١٩٩٣.
- (xxxi) نجوى كامل: "الصحافة العلمية وقضايا البيئة - دراسة تطبيقية على صفحة البيئة بجريدة الأهرام من يناير ١٩٩٠ حتى ديسمبر ١٩٩١"، القاهرة، الإعلام وقضايا البيئة في مصر والعالم العربي - كلية الإعلام وبرنامج الأمم المتحدة للبيئة من ١٨-٣ أبريل ١٩٩٢، ص ١٦١.
- (xxxii) Claire Etaylor & Jung – Soob Lee & William R. Davie, Local Press Coverage of Environmental Conflict, **Journalism & Mass Communication Quarterly**, Vol. ٧٧, No. ١, Spring ٢٠٠٠, PP. ١٧٥-١٩٢.
- (xxxiii) kara Chan: "The Media and Environmental Issues in Hong Kong ١٩٨٣- ١٩٩٥, Public Opinion Research, Vol: ١١, No: ٢, ١٩٩٩.
- (xxxiv) Pierce J, Sammons L and Lovrich N: "U.S and Japanese Reliance for Environmental Information", *Journalism quarterly*, Vol: ٦٥, ١٩٩٨, No: ٤.
- (xxxv) Carol M. Liebler & Jacob Bendix, Old- Growth Forests on Network News: News Sources and the Framing of an Environmental Controversy, *Journal of Mass Communication Quarterly*, Vol. ٧٣, No. ١, Spring ١٩٩٦, PP. ٥٣-٦٥.
- (xxxvi) S Mikami, et al: "The Media Coverage and Public Awareness of Environmental Issues in Japan" *Communication Abstracts*, Vol: ١٩, ١٩٩٦, No: ١.
- (xxxvii) Richard Beharrile: "The Environment And The Mass Media", Edd, University of Toronto Canada : ١٩٩٢.
- (xxxviii) Robert M. Entman: (١٩٩٣), "Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm", op, cit, p٥٢.
- (xxxix) عيد الفتاح عيد النبي: "التناول الإعلامي لجرائم النخبة- دراسة للنموذج المصري في الثمانينيات"، القاهرة، دار الثقافة والنشر والتوزيع، ١٩٩١، ص ٣٧-٣٩.
- (xl) خالد العراقي: البيئة وتلوثها وحمايتها، القاهرة، دار الكتب والوثائق القومية، ٢٠٠٧، ص ٧.
- (xli) محمد علي سعد: القمامة في شوارعنا، مجلة التنمية البيئية، القاهرة، ١٩٨٧، ص ٥٢.
- (xlii) سهام محمد عبد الخالق: معايير تكوين أجندة الأخبار الخارجية في نشرة الأخبار بالتلفزيون المصري وتأثيرها على اتجاهات الجمهور نحو نشرة الأخبار والدول مصدر الأحداث، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ٢٠٠٥، ص ٧٠.

- (<sup>xliv</sup>) بسبوني حمادة: الاتجاهات الحديثة في بحوث وضع الأجندة، كلية الصحافة والإعلام بجامعة القاهرة، القاهرة، ٢٠٠٢، ص ٢٤.
- (<sup>xlv</sup>) Dietram A. Scheufele: op, cit, p ١٠٣-١٢٢.
- (<sup>xlv</sup>) Aaron Delwiche: "Agenda Setting, Opining Leadership, and The World of Web Logs" [http://www.firstmonday.org/issues/issue١٠\\_١٢/delwiche/index.html٢٣/١٢/٠٧](http://www.firstmonday.org/issues/issue١٠_١٢/delwiche/index.html٢٣/١٢/٠٧).
- (<sup>xlvi</sup>) Gerland M. Kiosiki: "Problems and Opportunities in Agenda Setting Research", op, cit, p ١٠٠-١٢٧.
- (<sup>xlvii</sup>) Maxwell McCombs & Donald Show: et al.(١٩٩٧), Op.cit.,p٧١٩.
- (<sup>xlviii</sup>) سامي الشريف: مدخل في نظريات ونماذج الاتصال، مرجع سابق، ص ٢٥.
- (<sup>xlix</sup>) رحاب إبراهيم سليمان: الصحافة المصرية وترتيب أولويات الصفوة تجاه القضايا البيئية، مرجع سابق، ص ٣٩.
- (<sup>l</sup>) بسبوني حمادة: العلاقة المتبادلة بين وسائل الإعلام والجمهور ودورها في ترتيب أولويات القضايا في مصر، ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٨٦، ص ٥٧.
- (<sup>li</sup>) خالد العراقي: البيئة وتلوثها وحمايتها، القاهرة، دار الكتب والوثائق القومية، ٢٠٠٧، ص ٧.
- (<sup>lii</sup>) فيليب عطية: أمراض الفقر والمشكلات الصحية في العالم الثالث، الكويت، ١٩٩٥، دار المعرفة، ص ٣٩.
- (<sup>liii</sup>) المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم: دور الإنسان والبيئة، مرجع في التعليم البيئي العالي والجماعي، القاهرة، ص ٢١.
- (<sup>liiv</sup>) مجدي علام: المبادرة، دليل عمل الجمعيات التطوعية لتنمية البيئة الحضارية، القاهرة، ١٩٩٣، ص ١٢.
- (<sup>liv</sup>) الدليل المرجعي للشباب العربي للمحافظة على البيئة، مجلس الوزراء العرب المسؤولين عن شؤون البيئة، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، ٢٠٠٧، ص ٤٥-٦٠.
- (<sup>lv</sup>) الدليل المرجعي للشباب العربي للمحافظة على البيئة، مرجع سابق، ص ٤٥.
- (<sup>lvii</sup>) المرجع سابق، ص ٣١.
- (<sup>lviii</sup>) لبنى عبد العزيز الجابري: معالجة القضايا البيئية في القنوات الفضائية العربية، مرجع سابق، ص ٨٣.
- (<sup>lix</sup>) الدليل المرجعي للشباب العربي للمحافظة على البيئة، مرجع سابق، ص ٣١.
- (<sup>lx</sup>) محمد عبد القادر الفقي: البيئة مشاكلها وقضاياها وحمايتها من التلوث، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٩٩، ص ٢٦-٢٧.
- (<sup>lxi</sup>) تقرير حالة البيئة في مصر ٢٠١٢: القاهرة، جهاز شؤون البيئة، ٢٠١١، ص ٣.
- (<sup>lxii</sup>) تقرير حالة البيئة في مصر ٢٠٠٧: القاهرة، جهاز شؤون البيئة، ٢٠٠٨، ص ٢٣.
- (<sup>lxiii</sup>) مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار: وصف مصر بالمعلومات ٢٠٠٧، مجلس الوزراء، الإصدار السابع، الجزء الأول، ص ٥.
- (<sup>lxiv</sup>) محمد صفي الدين أبو العز: الإعلام العربي والقضايا البيئية، القاهرة: معهد البحوث والدراسات البيئية، ١٩٩١، ص ٧.
- (<sup>lxv</sup>) تقرير حالة البيئة في مصر ٢٠١٢: مرجع سابق، ص ٨.
- (<sup>lxvi</sup>) مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار: وصف مصر بالمعلومات ٢٠٠٧، مرجع سابق، ص ٦.
- (<sup>lxvii</sup>) محمد صفي الدين أبو العز: مرجع سابق، ص ٥.
- (<sup>lxviii</sup>) محمد السيد أرناؤوط: الإنسان وتلوث البيئة، مكتبة الأسرة، القاهرة، ١٩٩٩، ص ١١٧.
- (<sup>lxix</sup>) محمد السيد أرناؤوط: مرجع سابق، ص ١١٩.
- (<sup>lxx</sup>) خالد العراقي: البيئة وتلوثها وحمايتها، القاهرة، دار الكتب والوثائق القومية، ٢٠٠٧، ص ٧.
- (<sup>lxxi</sup>) خالد العراقي: البيئة وتلوثها وحمايتها، مرجع سابق، ص ١١.
- (<sup>lxxii</sup>) مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار: وصف مصر بالمعلومات ٢٠٠٧، مرجع سابق، ص ٩.
- (<sup>lxxiii</sup>) المرجع السابق، ص ١٣.
- (<sup>lxxiv</sup>) إبراهيم مذكور: معجم العلوم الاجتماعية، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٧٥، ص ٥٤٧.
- (<sup>lxxv</sup>) خالد العراقي: البيئة وتلوثها وحمايتها، مرجع سابق، ص ١٧.
- (<sup>lxxvi</sup>) احمد زكي بدوي: معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، بيروت، مكتبة لبنان، ١٩٧٧، ص ٣٨٩.
- (<sup>lxxvii</sup>) www.beaty.com.l.

- (lxxviii) نجوى كامل، العوامل المؤثرة مرجع سابق.
- (lxxix) عبير محمد حمدي، مرجع سابق.
- (lxxx) نهلة أبو رشيد، برامج التوعية البيئية في التلفزيون المصري والسوري، مرجع سابق.
- (lxxxi) نهلة أبو رشيد، برامج التوعية البيئية في التلفزيون المصري والسوري، مرجع سابق.
- (lxxxii) kara Chan: op, cit.
- (lxxxiii) نهلة أبو رشيد، برامج التوعية البيئية في التلفزيون المصري والسوري، مرجع سابق.
- (lxxxiv) خالد صلاح الدين حسن على، مرجع سابق.
- (lxxxv) S Mikami, et al:” op, cit.
- (lxxxvi) Claire Etaylor & Jung – Soob Lee & William R. Davie, op, cit, PP. ١٧٥-١٩٢.
- (lxxxvii) kara Chan: op, cit.
- (lxxxviii) زينب المرسي، معالجة القضايا البيئية في برامج منوعات التلفزيون، مرجع سابق.
- (lxxxix) عواطف عبد الرحمن، مرجع سابق..
- (xc) نهلة أبو رشيد، برامج التوعية البيئية في التلفزيون المصري والسوري، مرجع سابق.
- (xci) رحاب سليمان، الصحافة المصرية وترتيب أولويات الصفوة تجاه قضايا البيئة، مرجع سابق.
- (xcii) نجوى كامل: "العوامل المؤثرة في تشكيل اتجاهات المرأة المصرية نحو البيئة"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد (٢)، ١٩٩٧.