دور الصحافة اليومية في تحديد القضايا البيئية

لدى الجمهور الأردني

دراسة ميدانية

حنان حسن صالح الكسواني(*)

إشراف/ أ. د. نجوى كامل(**)

المقدمه

ما يزال الأردن يواجه العديد من التحديات البيئية وخصوصا بعد أن شهد موجات لجوء لما يقارب 1.5 مليون سوري على أراضية منذ عام 2011. مما دفع الحكومة الأردنية نحو إدراج هذه التحديات ضمن أجندتها الوطنية لعام 2015، والعمل على تعديل استراتيجيتها البيئية بما يتناسب مع التغيرات التنموية الجديده بسبب الأحداث الساخنة التي تشهدها المنطقه العربية .علما بأن الأردن يعتبر من أكثر دول منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا نشاطا فيما يتعلق بالوفاء بالتزاماته البيئية العالمية، في ظل الضغط المتزايد على موارده الطبيعية.

كما لجأت الحكومة الأردنية إلى رفع مستوى التنسيق مع الجمعيات البيئية الأردنية التي يصل عددها نحو 92 جمعية لمواجهة التحديات البيئية، من خلال وضع برامج وخطط مدروسة من شأنها أن ترفع مستوى الوعي بالقضايا البيئية وتشكل اتجاه إيجابى لدى أفراد المجتمع الأردني، في بلد تجاوز عدد سكانه لسنة 2015 تسعة ملايين ونصف المليون نسمه [1].

ونظراً لدور الإعلام البيئي في التصدي للمشاكل التنموية، لاسيما الصحف اليومية في تشكيل الوعي والمعرفة وتكوين اتجاهات وسلوكيات ايجابية لدى أفراد المجتمع، تبرز الحاجة إلى تعاون وثيق بين الصحافة والجهات المسؤولة عن الثقافة االبيئية والجمهور، كون الإعلام البيئي المتخصص، يسهم بشكل مباشر في نشر الثقافة العلمية البيئية التي تمكن الجمهور من بناء منظومة معرفية تساعده على تحقيق شروط أفضل لحياته.

وعليه، تأتي أهمية هذه الدراسة الميدانية التي تبحث حول دور الجمهور الأردني في تحديد القضايا البيئية في الصحافه اليومية الحكومية والخاصة، والتعرف

(*) باحثة دكتوراه

(**) الأستاذ بقسم الصحافة بكلية الإعلام –جامعة القاهرة

على أولوياته ودوافعه من وراء متابعته هذه القضايا التنموية. كذلك تسعى الدراسة التعرف على اراء الجمهور حول وضوح الرسائل التثقيفية التي تساهم برفع مستوى معرفتهم قد تدفعهم للمشاركه في العملية التنمويه الأردنية، في ظل توجهات الأردن الحالية نحو تسريع مبادرات التنمية الخضراء استجابة لتوصيات مؤتمر الأطراف السنوي الواحد والعشرين الذي عقد في باريس في كانون الأول (ديسمبر) 2015.

الدراسات السابقة:

من خلال مراجعه الباحثة لأدبيات البحث العلمي في الصحافة العربية الأردنية، اتضح ندرة المكتبه الاعلامية الأردنية إلى دراسات سابقه تناولت فيها الإعلام البيئي ودور الصحافة في تحديد أولويات القضايا البيئية وعلاقتها بالجمهور، بينما تجد المكتبة العربية وألاجنبية غنية بالأبحاث التي تناولت القضايا البيئية، لكنها اهتمت بدراسة تأثيرالتلفزيون ووسائل الاتصال الحديثة التي باتت تستقطب جمهورا أكبر بعد شيوع شبكة الانترنت مقارنه مع الصحف المطبوعه.

وعلية تم استعراض دراسات سابقة أردنية,عربية أعدت في (مصر، وسوريا، واليمن والخليج العربي)، أما الدراسات الأجنبية فقد أعدت في (أوروبا وآسيا وأمريكا)، حيث تم ترتيبها زمنيا من الأحدث الى الأقدم في هذه الدراسة.

وقسمت الدراسات السابقة التي تناولت القضايا البيئية إلى محورين هما:

المحور الأول: معالجة وسائل الإعلام للقضايا البيئة .

المحور الثاني: الدراسات التي تناول اتجاهات الجمهور نحو البيئه

المحور الأول: معالجة وسائل الإعلام للقضايا البيئة

1. دراسة Miguel Fabra (2015)[2]

اهتمت هذه الدراسة بتحليل الرسائل الإعلامية المتعلقة بغابات اسبانيا، حيث استخدمت اداة تحليل مضمون الأخبار المنشورة على المواقع الإخبارية لصحيفتي رئيستي فى الفترة الواقعة ما بين 2009 وحتى 2012 . وخلصت الدراسة الى أن الأخبار المتعلقة بحرائق الغابات قد تصدرت المرتبه الأولى نسبة (65.6%) ، حيث ظهرت (85%) من هذه الأخبار خلال شهرى يوليو وأغسطس للحديث عن الحرائق خلال موسم الصيف.كما وجدت الدراسة أن (15%) من الأخبار استخدمت أكثر من

مصدر واحد.وتعتبر هذه الأخبار معرفية وتعتمد على الحقائق ولا تقدم الآراء لذلك لم يتم رصد مقالات رأي تحمل وجهات نظر معارضه او مؤيده.

2. دراسة Dutt Bharvi (2013) [3]

استهدفت الدراسة التعرف على الأخبار التى تتناول الموضوعات البيئية المنشورة فى الصحف اليومية الناطقة باللغة الإنجليزية فى الهند، وطبقت الدراسة بتحليل هذه الموضوعات فى 31 صحيفة فى الفترة من 4/1 حتى 2008/9/30، وخلصت الدراسة الى ان اهتمام الصحف يأتي بالمرتبه الأولى بموضوعات التغير المناخ والاحتباس الحرارى بنسبة (75%) من الموضوعات البيئية، في حين لم تذكر نسبة (47%) من الموضوعات مصادرها ، الإ ان (53%) من الصحف استخدمت مصادر وطنية وأجنبية.

3. دراسة بسيوني حماده (2008)[4]

ركزت الدراسة النقدية حول "الإعلام البيئي: الواقع والرؤى المستقبلية "، على أن الإعلام البيئي على المستويين العربي والعالمي يواجه إشكاليات عديدة وفي حاجة ماسة إلى مراجعة شاملة تجعله يمارس دورا ملموسا سواء في التأثير في رسم السياسات البيئية أو في حث فئات الجماهير المختلفة على المشاركة في القيام بسلوك بيئي معاصر يضمن تحقيق التنمية. كما توصلت إلى أهمية دراسة جمهور الإعلام البيئي وكل المتأثرين والمؤثرين بالرسالة وبقضايا الريف والحضر، مع التركيز على مضمون الرسالة الإعلامية والتي سيتم بثها بحسب الوسيلة الإعلامية المناسبة.

4. دراسة محب الرافعي (2008)[5]

بحثت هذه الدراسة التحليلية حول دورالإعلام البيئي والشؤون البيئية في الصحافة السورية وقام الباحث بتحليل مضمون ثلاث صحف وهي : البعث، الثورة، تشرين. وركزت هذه الدراسة على رصد حجم القضايا البيئية المنشورة في الصحف السورية. توصلت هذه الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: أن النسبة الأعلى من الصحف المدروسة تحتل الأخبار البيئية فيها بما يقارب أكثر من نصف الموضوعات المنشورة ، كما توصلت إلى أن الصحف السورية تولي اهتماما بنشر القضايا البيئية لكنها أهملت مصادر المعلومات مثل بنوك المعلومات التي تعد إحدى الميزات الرئيسية في كتابة القصص العلمية.

5. دراسة أحمد مكي (2004)[6]

استهدفت هذه الدراسة التعرف على الدور التربوي لوسائل الإعلام المصرية في نشر الوعي البيئي بين فئات المجتمع وأهمية التوعية في دعم عمليات التنمية في جمهورية مصر العربية. إذ استخدم الباحث تحليل المضمون للكشف عما يقدمه الإعلام المصري من مضامين بيئية، وقد اختار عينة ممثلة عن وسائل الإعلام المقروء والمسموع والمرئي. توصلت الدراسة إلى ضعف دور الإعلام البيئي في نشر المعرفة والمعلومات، و أوصت الدراسة بأهمية تفعيل دور الإعلام، وخصوصا الإعلام التربوي في تحقيق نشر الوعي البيئي ضمن خطة إعلامية واضحة ومدروسة من أجل تكوين اتجاهات إيجابية لدى أفراد المجتمع، ومشاركتهم في حل المشكلات البيئية من دون إغفال أهمية توعيتهم بالتشريعات البيئية.

6. دراسة وجدي عبد الرحمن باوزير (2006) [7]

استهدفت هذه الدراسة التعرف على دور لأنشطه الإتصالية للجمعيات البيئية في الجمهورية اليمنية في تنمية الوعي البيئي، باستخدام نظرية الاعتماد على وسائل الاتصال. وخلصت الى أن المعلومات البيئية تصدرت المرتبة الأولى بنسبة 48% في المطبوعات البيئية للجمعيات اليمنية .أما بالنسبة للمبحوثين البالغ عددهم 340 مفردة من الذكور والإناث رأوا أن التلفزيون هو الأفضل في تقديم أمثله للسلوك السليم تجاه البيئة، وأن خطبة الإمام في المساجد هي الأفضل لديهم للتأثير على سلوكياتهم واقناعهم بتغييرها إن كانت سلبية.وحول مشاركة الجمهور في الأنشطه الاتصالية اشارت الدراسة الى أن اعداد الذين لا يشاركون في اي انشطه مرتفع جدا اذ بلغ عددهم(230)مفردة من أصل العينة .

7. دراسة Kara Chan (1999) [8]

هدفت هذه الدراسة اختبار وظيفة وضع الأجندة لوسائل الإعلام المطبوعة فى هونج كونج باستخدام تحليل طويل المدى لبروز المشكلات البيئية فى أجندة الصحافة وأجندة الجمهور فى الفترة من 1983-1995، من خلال تحليل مضمون أجندة ثلاث صحف بارزة، وأظهرت النتائج أن فرض وضع الأجندة بالنسبة للفترة الزمنية كلها قد تحقق .

8. علي عبد المنعم القضاه (1993) [9]

بحثت هذه الدراسة في مكانة البيئة في الإعلام بالموضوعات البيئية الأردنية (تحليل مضمون لصحيفتي الرأي والدستور كنموذج) العام 1992، كشف محور اهتمام الصحافة الأردنية: أن قضية المياه احتلت المرتبة الأولى في العينة العشوائية للصحيفتين كون الأردن يعاني من شح في المياه، بينما كانت أقل اهتماما بالقضايا البيئية وهذا ما ظهر على مستوى ترتيب الأولويات للقضايا العلمية والتي تأتي بناء على توجيهات القائمين على الإعلام وأصحاب القرار والتي تتناسب مع اهتمامات المواطن الذي يعاني من مشكلة شح المياه.

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت اتجاهات الجمهور ومعرفته نحو القضايا البيئية

1. دراسة مشعل العتيبي (2012) [10]

تناولت دراسة الإعلام البيئي في الكويت: الهيئة العامة للبيئة أنموذجا، دور الإعلام في البيئة والتربية البيئية في الكويت؛ إذ أجريت الدراسة على عينة قصدية قوامها (200) مفردة من محافظات الكويت. وخلص الباحث إلى استنتاجات عديدة من أهمها: أن اتجاهات الجمهور بالنسبة لدور الهيئة العامة للبيئة إيجابية، وكان الفرق بالنسبة لمتغير الجنس لصالح الإناث. أما المتغير المؤهل العلمي فكان الفارق لصالح البكالوريوس عند مقارنة متوسطاتهم الحسابية مع الفئات الأخرى. وأوصت الدراسة بضرورة الاهتمام بنشر التوعية البيئية بين المواطنين.

2. دراسة إيمان عز العرب(2006) [11]

استهدفت الدراسة التعرف على قدرة وسائل الاعلام واليات مواجهة الأزمات والكوارث البيئية لأزمة انفلونزا الطيور،اذ تطبقت على عينة عمدية مكونه من 160 مفرده من النساء المربيات للطيور في مدينة ميت غمر بمحافظة الدقهلية .ومن أهم النتائج التي توصلت اليها الدراسة ان التلفزيون جاء في المرتبة الأولى التي تعتمد عليها العينة في الحصول على المعلومات، يليه الراديو، ثم الصحف والمجلات، ثم الجيران والأصدقاء.كما أبدت المبحوثات استعدادا لاتباع توجيهات وسائل الإعلام كعدم القاء الطيور النافقه في الشوارع.

3. دراسة علي نجادات وآخرون **(2011)** [12]

هدفت هذه الدراسة التعرف على اتجاهات النقابيين نحو قراءة الصحف اليومية الأردنية دراسة ميدانية، توصلت الدراسة إلى أن الدافع المتعلق بتمكين القارئ من متابعة الأحداث الداخلية والخارجية جاء في المرتبة الأولى وبما نسبته (23. 40%)، وأن المضامين السياسية هي المفضلة عند عينة البحث بالدرجة الأولى بنسبة مقدارها (37. 20%) مقارنه مع القضايا الإجتماعية والعلمية من ضمنها البيئية، وبتحليل هذه النتائج يتضح أن الأصدقاء والزملاء بالإضافة إلى الإشتراكات تشكل المصدر الأساسي للحصول على الصحيفة بالنسبة لأكثر من (50 %) من أفراد العينة المبحوثة.

4. دراسة Suzan Srife (2009) [13]

استهدفت معرفة الوعي البيئي لدى عينة من أطفال أوروبا من سن (10-12 سنة)، ورصدت الدراسة اهتمامات الأطفال في المرحلة الدراسية الأساسية حول البيئة، كما تعرضت إلى التحديات التي تواجه هذه الفئة الذين نشأوا في مناطق متدهورة بيئيا ومن ذوي الدخل المنخفض.

وخلصت نتائج الدراسة أن أغلبية الأطفال الذين جاؤوا من خلفيات اجتماعية واقتصادية مختلفة أعربوا عن خوفهم، وقلقهم من واقع المشاكل البيئية المحلية والعالمية. كما ركزت الدراسة على اهتمامات العديد من الأطفال لضمان حماية صحتهم في حال تسليط الضوء على التحديات الاجتماعية والبيئية.

5. دراسة رحاب إبراهيم (1999) [14]

بحثت هذه الدراسة في دور الصحافة فى وظيفة ترتيب الأولويات بالنسبة لقضايا البيئة لدى الصفوة، وطبقت الدراسة التحليلية على 181 عدد من جرائد الأهرام والأهالى ومجلة أكتوبر بطريقة الحصر الشامل من 1/1 حتى 1998/6/30، اما الدراسة الميدانية طبقت على 34 مفردة من القائمين بالاتصال فى الصحف و400 مفردة من الصفوة.

وخلصت الدراسة الى أن معامل الارتباط المتعدد الكلى بين الأجندات الثلاث (أجندة جمهور الصفوة وأجندة القائمين بالاتصال وأجندة الصحافة) ارتباط طردى قوى جداً، مما يؤكد أن الصحافة والقائمين بالاتصال قاموا بوظيفة وضع الأجندة للجمهور فى قضايا

البيئة، مما يلقى على الصحافة أهمية دورها الفعال والمؤثر فى عرض قضايا البيئة والتأثير على جمهور الصفوة الذى يؤثر بدوره على الجمهور العام.

6. دراسة نجوى كامل(1997) [15]

رصدت هذه الدراسة تحليل اتجاهات المرأة نحو البيئة ومشكلاتها والتوصل إلى مدى الارتباط بين المؤهل الدراسى ونوعية التعليم والتعرض للموضوعات البيئية فى الصحف وتشكيل اتجاهات المرأة نحو البيئة، وتوصلت الى أننسبة كبيرة من العينة تنظر الى البيئة وتفهم معناها كمنظومة طبيعية، كما أكدت الدراسة وجود وعي لدى قمامة في المحوثين بأن مصر تعاني من المشكلات البيئية بنسبة بلغت (99%) اذ تصدرت قضية الترتيب الأول من بين المشكلات البيئية. وجاءت قراءة المبحوثات للموضوعات البيئية أدت إلى زيادة معلوماتهن عن المشكلات البيئية كما أصبحن ينفرن من أى سلوك يؤدى إلى تدهورالبيئة.

7. دراسة سوزان القلينى (1993) [16]

ركزت هذه الدراسة على دور التليفزيون فى نشر الوعى البيئى لدى الطفل، وطبقت الدراسة على عينة بلغ قوامها 300 من تلاميذ الصف الخامس الإبتدائى بمحافظة القاهرة، وخلصت لعدة نتائج منها: جاء التليفزيون فى مقدمة مصادر إمداد الطفل بالمعلومات عن البيئة، وكلما زاد تعرض الطفل للتليفزيون زادت معرفته بمشاكل وقضايا البيئة، وأن تعرض الطفل للتليفزيون يمكن أن يكسبه بعض السلوكيات الإيجابية تجاه البيئة المحيطة.

التعليق على الدراسات السابقة:

- تناولت الدراسات السابقه تأثير وسائل الإعلام بكافة أنواعها بالتركيز على والتليفزيون والإذاعه والإنترنت والصحافة المطبوعه .
- تتنوع النظريات والنماذج التى تستخدمها هذه الدراسات، حيث يعتمد بعضها على نظرية فجوة المعرفة ونظرية الاعتماد، ونظرية وضع الأجندة، ترتيب الأولويات، في حين يستخدم البعض الآخر نظرية التعلم الاجتماعى.
- لم تهتم الدراسات الإعلامية في الأردن اجراء بحوث تتناول دور الإعلام البيئي وعلاقته بالجمهور، رغم أهمية هذا الموضوع محليا في بلد يواجه تحديات تنموية عديدة.

- اهتمت بعض الدراسات السابقة على جمهور وسائل الإعلام الخاص وتأثره بالقضايا البيئية، وخصوصا الطفل والمرأه .
- كذلك خلصت بعض الدراسات السابقة الى أن الجمهور يعتمد على وسائل الإعلام لدى متابعتهم لأحد المضامين البيئة، وخصوصا قضية التغيرالمناخي والاحتباس الحراري وقضايا الغابات وحمايتها من الحرائق.
- وبشكل عام، تم الاستفادة من الدراسات السابقة التي أجريت في مصر وسوريا والخليج العربي، وعدد من ودول أجنبية في تحديد الإطار النظري للدراسة وإجراء مقارنات بينها وبين النتائج التي توصلت إليها في الدراسة الحالية، في ظل محدودية الدراسات الإعلامية الأردنية التي تناولت الموضوعات البيئية وعلاقتها مع الجمهور.

الدراسة الإستطلاعية:-

تم إجراء استطلاع آراء عينة عشوائية، قوامها (100) مفرده يقرأون صحيفتي الرأي الحكومية والغد الخاصة، موزعين في مناطق العاصمة عمان.

وجاءت الغاية من توجيه أسئلة للجمهور القارئ، لما تتضمنه إجابتهم من معلومات ساعدت الباحثه في تحديد المشكلة البحثية وأهداف الدراسة، وصياغة تساؤلاتها ، بالاضافة الى بلورة أسئلة الاستماره البحثية. وتوصلت الدراسة الاستطلاعية إلى:

- يفضل الجمهور الذي يصل معدلات قراءته للقضايا البيئية أقل من (15) دقيقة يوميا، متابعة قضايا التغير المناخي والتنوع الحيوي، ودفن النفايات النووية والطبية، والتجارب النووية وأخبار تلوثات ناقلات البترول، كونها قضايا عالمية. بالاضافة الى الاهتمام بالمشاريع التي لها ارتباطا وثيقا بقضايا البيئة وتؤثرعلى صحته مثل قضية الطاقه المحلية المتعلقة بالمفاعل النووي الاردني والاعتراضات على اقامته ومضاره على صحة الإنسان والبيئة .
- اهتم المبحوثون بمبتابعة قضية اللجوء السوري الى الاردن وتواجدهم في مخيمات اكبرها مساحة " الزعتري" في شمال المملكة الاردنية والذين يواجهون مشكلات حقيقية في نقص المياه ويتعرضون الى مشاكل بيئية من تراكم النفايات وتلوث الهواء من عواصف ترابية تداهم خيمهم .

- ويرى المبحوثون أن الصحف اليومية لا تبرز القضايا البيئية المحلية التي تتناسب مع طبيعة المجتمع وتحدياته الحقيقية، بل تنقل الثقافة البيئية الغربية من دراسات وأبحاث أغلبها مترجمه من لغات أجنبية، من دون النظر إلى مضامينها وتبسيط لغة كتابتها لتتناسب مع المستوى الاكاديمي والعمري للقراء، ونقل مصطلحات بيئية أجنبية دون تعريبها.
- أشار بعض المبحوثين إلى أن ثقتهم بالصحف شبه معدومه في التأثيرعلى قناعاتهم أو أن يكون لهم دورا مؤثرا في تغيير أو ترتيب أولويات الصحف، باعتقادهم، أن الصحف اليومية ترتب أولويات الجمهور مسبقا حسب السياسه التحريرية والقائم بالاتصال والخط السياسي للصحيفة إذا كانت موالية للدوله أو تابعة للقطاع الخاص.
- يقرأ أغلب المبحوثين الصحف سريعا أو حسب ظرفهم، لكن أغلبهم يقرأ العناوين فقط، لكن إذا كان تناول موضوع بيئي يتحقق فيه عناصر: التشويق والحداثه والدقة والموضوعية، فان ذلك يدفعهم إلى الاستمرار بقراءة المادة الصحفية .
- يهتم أغلب المبحوثين بقراءة الخبر الصحفي الموجز ومقالات الرأي وقصص النجاح التي يمكن كتابتها على هيئة قصص إخبارية، أكثر من قراءة الحوارت البيئية، معتبرين أن أسلوب كتابتها، في الغالب، ممل ومعقد.في حين فضلت المبحوثات متابعة الاعلانات التوعويه التي تمس حياتها وشؤون أسرتها وبخاصة البيئية، تلوث الهواء وتدوير النفايات، وحملات النظافه في الحدائق والمحميات الأردنية. فيما أولى المبحوثون اهتماما كبيرا بالكاريكاتير المتعلق بالشأن السياسي أكثر من متابعتهم للإعلانات البيئية التوعوية.

حدود الاستفادة من الدراسة الاستطلاعية:

- تحديد القضايا البيئية ومضامينها التي نشرتها الصحف اليومية والتي تمثلت بـ (التغير المناخي، تلوث الهواء وطبقه الأوزون، التنوع البيولوجي، البؤر البيئية الساخنه).
- التعرف إلى مدى اهتمام الجمهور المستهدف بالقضايا البيئية والاعتماد على الصحف اليومية الاردنية في متابعة الشؤون البيئية وتزويدهم بمعلومات تتعلق بتلك القضايا التنموية الحيوية الهامه.

- التعرف إلى وجود علاقه بين الخصائص الديموجرافية لجمهور الصحف وبين اهتمامهم بالموضوعات البيئية، تبعا للنوع الاجتماعي، والعمر والمؤهل العلمي وطبيعة العمل ومكان السكن.

مشكلة الدراسة:

رغم الاهتمام العالمي المتنامي بالقضايا البيئية وخطورة تأثيرهاعلى الانسان وعلى المجتمعات وخصوصا النامية منها، ومع بدء تزايد الوعي الجماهيري بالمسائل البيئية التى تعبر عنها وسائل الإعلام فى المجتمع المعاصر، وخصوصا بعد اطلاق منظمات المجتمع المدني العالمية والوطنية حملات تركز على نشر مفاهيم التوعية البيئية بين افراد المجتمع، إلا أن هناك قصورا في دور الصحافة الأردنية في التأثير على اهتمامات الجمهور وتنمية معارفه حول القضايا البيئية وأهميتها في التصدي للمشاكل التنموية الحيوية، حيث بات من الضروري أن تجد الصحف اليومية الية لتحفيز جمهورها على المشاركه في العملية التنمويه.

أهمية الدراسة ومبرراتها:

1) تبرز أهمية الدراسة في تقديم معلومات أكثر دقة عن أولويات الجمهور المستهدف للمؤسسات الإعلامية حول القضايا البيئية، قد تساعدها في إعادة ترتيب أجندتها بناء على اهتمامات القراء وبخاصة في موضوعات الأزمات والكوارث البيئية.

2) ظهور العديد من المشكلات البيئية التى تتطلب تضافر جهود المواطنين مع الحكومة متمثلة في وزارة البيئة الأردنية بالتعاون مع منظمات المجتمع المدني البيئية في محاولة لتدعيم جهود التنمية الشاملة التى يتطلع اليها الأردن.

3) تحفيز إدارات الصحف اليومية والقائم بالاتصال فيهاعلى الاستمرار بمعالجة العديد من القضايا البيئية في الأردن وبخاصة الجدلية منها مثل: انشاء المفاعل النووي الأردني لتوليد الكهرباء في ظل عدم وجود دراسة الأثر البيئي للمشروع. حل مشكلة التلوث البيئي في المناطق الصناعية (البؤر الساخنة). ادارة النفايات الصلبة والطبية الخطره .

4) تحاول الدراسة مساعدة أصحاب القرار في رسم سياسات خاصة لنشر التوعية البيئية بين الجماهير وتصميم استراتيجيات إعلامية توعوية بشكل مدروس وليس عشوائيا .

5) هي الدراسة الميدانية الأولى في الأردن- في حدود علم الباحثة- التي تبحث في أولويات الجمهور حول القضايا البيئية ومدى وتأثرهم المعرفي بالموضوعات البيئية المنشورة في الصحف.

أهداف الدراسة :

تسعى هذه الدراسة لتحقيق مجموعة من الأهداف التالية:

1) رصد وتحليل دور الجمهور في التأثير على أجندة الصحف اليومية.

2) التعرف على أهم القضايا البيئية التي يولي الجمهور اهتماما لها.

3) التعرف على الخصائص العامة للجمهور المستهدف من المسح الميداني، وتوفير معلومات أساسيه حول خصائصهم الديموجرافية.

4) التعرف على عادات الجمهور الاتصالية المتعلقة بقراءة الصحف اليومية.

5) التعرف على مدى اعتماد الجمهور على مضامين القضايا البيئية المنشورة في الصحف اليومية الأردنية متمثلة بـ قضايا: التغير المناخي،التنوع الحيوي، تلوث الهواء، التصحروالغابات، البؤر البيئية الساخنه، الأبنية الخضراء وسيارات الهايبرد).

6) التعرف على دوافع متابعة الجمهور للقضايا العلمية، بهدف مساعدتهم في بناء تفكيرهم العلمي والتأثيرعلى سلوكياتهم ايجابيا.

تساؤلات الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة عن التساؤلات التالية:

1) ما معدل قراءة الجمهور للقضايا البيئية المنشورة في الصحف اليومية؟

2) كيفية قراءة الجمهور للقضايا البيئية المنشوره في الصحف اليومية؟

3) ما هي أكثر القضايا البيئية متابعة لدى الجمهور؟

4) ما هي أسباب متابعة الجمهور للقضايا البيئية؟

5) ما خصائص الرسالة التثقيفية التي تتضمنها المادة الصحفية من وجهة نظر الجمهور؟

6) ما الدور الذي تقوم به الصحف اليومية من وجهة نظر الجمهور؟

7) ما دور الجمهور في التأثير على أجندة الصحف اليومية في ترتيب القضايا البيئية؟

القضايا البيئية في الأردن:

يواجه الأردن شأنه شأن العديد من الدول العديد من التحديات البيئية تتمحور حول ندرة الموارد المائية و الطبيعية ومحدودية الأراضي الزراعية كونه يقع في منطقة شبه جافة، حَيث تشكل الصحراء ما نسبته (80 %) من أراضي المملكة.

وزاد من المشكلة البيئة سوءاً هو تأثر المملكة بالوضع السياسي في المنطقة وموجات النازحين التي أدت إلى زيادة عدد السكان بشكل ومفاجئ مما أدى إلى الضغط على الموارد الطبيعية التي لها ارتباط مباشر مع إستعمالات المياه والطاقة والصحة .ومن أهم المشاكل البيئية العامة والخاصة التي تواجه الأردن: [17]

- التصحر: تعتبر ظاهرة التصحر من أهم وأخطر المشاكل البيئية التي تهدد الأراضي الزراعية ومعظم المناطق القاحلة وشبه القاحلة في الأردن, فالتصحر يؤثر على التنوع البيولوجي مما يؤدي إلى الإخلال بالتوازن البيئي الذي بدوره يؤدي إلى مشاكل بيئية .
- التغير المناخي: أشارت العديد من الدراسات الحديثة إلى أن الأردن يتأثر بظاهرة التغيّر المناخي الأمر الذي ينعكس على الارتفاع في درجات الحرارة وانخفاض في معدلات هطول الأمطار بالتالي إنخفاض في مصادر المياه السطحية والجوفية ،علما بأن الأردن يعتبر من أفقر الدول المائية في العالم اذ احتل المرتبه الرابعه عالميا.
- النفايات الصلبة العامة: تعتبر النفايات واحدةً من أكبر المشاكل البيئية في الأردن حيث تصل نسبة إنتاج النفايات الصلبة حالياً بمعدل (3850) طن يومياً.آخذين بعين الإعتبار الزياده السكانية غير المتوقعة للأردن بسبب اللجوء السوري على أراضية .
- يشكل نهر الأردن وروافده مورداً حيوياً هاماً كما أنه يمثل قيمة إقتصادية عالية, لكنه مهدد بخطر الجفاف والتلوث, وخسر 90% من كمية مياهه في السنوات الماضية, أما عن التلوث الذي يعاني منه النهر فهي مشكلة ذات طبيعة سياسية كونه مشترك مع الجانب الإسرائيلي .

تعد محافظة الزرقاء إحدى البؤر الساخنة في التلوث البيئي، جاء ذلك نتيجة للقرارات التنموية والإقتصادية الخاطئة التي جمعت أكثر من 70% من مصانع الأردن في هذه المنطقة مما أدى إلى إرتفاع معدل التلوث البيئي.

الإطار النظري:

لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن أسئلتها تقوم هذه الدراسة بتوظيف نظرية :

نظرية ترتيب الأولويات (Agenda –Setting Theory):

توالت الأبحاث والدراسات الهادفة لمعرفة قدرة تأثير وسائل الإعلام على الجمهور، من أبرزها ما تناوله الباحث نورتون لونج في عام 1958 في إطار مفهوم ترتيب الأولويات, فوجد أن الصحافة هي المحرك والعامل الأول في وضع أجندة القضايا المحلية، باعتبارها تمارس دورا كبيرا في تحديد ما يتحدث عنه معظم الناس، وينظرون إليها بوصفها السبيل لحل المشكلات والقضايا ومعالجتها [18].

وافترضت (النظرية) أن وسائل الإعلام لا تستطيع أن تقدم جميع الموضوعات والقضايا التي تقع في المجتمع، وإنما يختار القائمون على هذه الوسائل بعض الموضوعات التي يتم التركيز عليها بشدة، وهذا يثير اهتمام الناس تدريجيا، ويجعلهم يفكرون فيها ويدركونها ويقلقون بشأنها, وبالتالي تشكل هذه الموضوعات أهمية أكبر نسبياً لدى الجماهير من تلك التي لا تطرحها وسائل الإعلام [19].

ويصعب على وسائل الإعلام عرض جميع القضايا دفعة واحدة، لذلك يركز القائمون على الاتصال في هذه الوسائل على الموضوعات التي يختارونها فقط من بين تلك القضايا وإبراز مضامينها، ونتيجة لذلك تصبح تلك الموضوعات ذات أولوية في تفكيرهم بعد إثارتها تدريجيا.ومن هنا عرّف "ستيفن باترسون" نظرية ترتيب الأولويات بأنها العملية التي تبرز فيها وسائل الإعلام قضايا معينة على أنها قضايا مهمة، وتستحق ردود الحكومة والجمهور من خلال إثارة انتباههم وتنبيههم لتلك القضايا بحيث تصبح ذات أولوية ضمن أجندتهم, وأن الفرد الذي يعتمد على وسيلة إعلامية ما تتعرض لها سوف يكيف إدراكه وفقا للأهمية المنسوبة لقضايا تلك الوسيلة وموضوعاتها وبشكل يتوافق واتجاه عرضها، وحجم الاهتمام الممنوح لها في تلك الوسيلة[20].

وتعد أهمية القضية لدى الجمهور من المتغيرات التي تؤثر في ترتيب الأولويات. وافترض "كارترز وزملاؤه"، أن هناك علاقة ايجابية تربط ما بين درجة اهتمام الجمهور بالقضية وبين أولوياته الشخصية. فعلى سبيل المثال، يتابع الجمهور

المواضيع التي تشكل تهديدا مباشرا له، بيد انه يبتعد عن متابعة القضايا التي ليس لها تهديد مباشر عليه، مثل الخوف من الحرب النووية [21] بات هنالك تنوع كبير في القضايا العامة التي تمت دراستها خلال الـ 45 سنة الماضية تشمل الاقتصاد، والحقوق المدنية، والمخدرات، والبيئة، والجريمة، ومجموعة كبيرة من مسائل السياسة الخارجية، بالإضافة إلى عشرات من القضايا العامة الأخرى. وتذهب المواضيع التي تتم دراستها حاليا إلى أبعد من القضايا العامة لتشمل الشخصيات العامة ومجموعة متنامية من الأغراض والخصائص الأخرى المتعلقة بهذه القضايا. ونظرية ترتيب الأولويات لها أثر كبير واسع الانتشار على الجماهير. [22]

وتقودنا هذه النظرية إلى سؤال الدراسة الرئيسي المتعلق بدور الجمهور الأردني في تحديد أولويات الصحف اليومية ومدى مساهمته في بترتيب أجندتها الإعلامية للتركيز على القضايا االبيئية.

الاطار المنهجي:

ضمن إطار المنهج الوصفي، استخدمت الباحثة المسح الميداني كونه من أفضل الطرق العلمية المتبعة للحصول على معلومات قيمة عن مجتمع ضخم،من خلال طرح الأسئلة على الجمهور على أن تكون المعلومات مصممة بطريقة يسمح بترقيمها وتحليلها إحصائيا"[23]. وبما أن الهدف الأساسي للدراسات الوصفيّة تصوير وتحليل وتقويم خصائص ظاهرة أو مجموعة الظواهر، فإن أهم منهج تعتمد عليه في تحقيق هذا الهدف هو منهج المسح" [24] ، ويستهدف المسح الجمهور المشترك في صحيفتي الرأي والدستور الحكومتين والغد الخاصة، بحيث تكون الأسئلة مرتبطة ارتباطا وثيقا بأهداف الدراسة .

الاطار الاجرائي :

أولا: عينة الدراسة:-

يعد اختيار العينة العشوائية المنتظمة من أنسب الدراسات لهذه الدراسة المسحية التي اعتمدت على أسماء قوائم المشتركين في صحف الأردنية اليومية وهي: الرأي والدستور والغد. وفي هذه العينة نظام ثابت يجمع بين العشوائية والانتظام .

اعدت الدراسة الميدانية على (400) مبحوث من الجمهور المشترك في صحف الرأي والغد والدستور اليومية، وزعت عليهم في الفترة الزمنية ذاتها، اذ تم استرجاع 380 استمارة (ما يعادل نسبة 5% وهي نسبة مقبولة احصائيا، واستبعد (20)

استمارة بسبب: أما عدم استكمال المبحوث للبيانات المطلوبة، أو فقدان صفحات من الاستمارة، أوعدم استرجاع الاستمارة بأكملها.

ثانيا: أدوات جمع البيانات:

أولا: استخدام استمارة استقصاء لجمع بيانات الدراسة الميدانية.

ثانيا: المقابلة الشخصية مع مجموعة من الخبراء والمسؤولين في مجال البيئة .

اختبار الصدق والثبات لأداة الاستبيان

يعد تصميم الاستبانة من أنسب الأدوات كإجراء لجمع البيانات الخاصة بالدراسة المسحية التي تجرى على الجماهير وربطها بأهداف الدراسة و فرضياتها.

وصولا لنتائج دقيقه لدراسة الميدانية، تم تحكيم الاستمارة من قبل عدد من المحكمين بهدف بيان دور الجمهور في ترتيب أولويات الصحافة اليومية في تحديد الموضوعات البيئية من خلال طرح مجموعه من الأسئلة قامت بقياس مستوى معرفة الجمهور بتلك القضايا واتجاهاتهم السلبية والايجابية والمحايدة . وللتأكد من صدق الأداة (Validity) تم عرضها على سبعة محكمين خبراء الإعلام وأساتذة الصحافة في كليات الإعلام في الاردن وبعض الدول العربية، لإبداء رأيهم في مدى دقة صياغة أسئلتها وسلامة تركيبها اللغوي ومدى ملاءمتها لقياس أهداف الدراسة. وفي ضوء الملاحظات التي وردت منهم تم إعادة صياغة بعض الأسئلة وحذف بعضها الآخر.[25]

وبعد ذلك تم توزيع الأسئلة على عينة أولية- استكشافية (pilot study) تألفت من (40) قارئا وقارئة للصحف اليومية من خارج العينة لمعرفة رأيهم فيها أي بنسبة (10%)؛ ومن ثم تم إعادة تطبيق الاستمارة Re-test على العينة ذاتها، وتم حساب معامل الثبات بين الإجابتين (الأولى قياسا بالثانية)، اذ بلغت نسبة الثبات (88%)، وهى نسبة مرتفعة يمكن الوثوق بها.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

من أجل تحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن أسئلتهما تم استخدام العديد من الإجراءات الإحصائية لتحليل البيانات وجدولتها بواسطة البرنامج الإحصائي (SPSS) على الشكل التالي:

1) التكرارات والنسب المئوية.
2) المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية.

نتائج الدراسة الميدانية:

أولا: توزيع عينة المبحوثين على الصحف اليومية الأردنيه:

جدول رقم (1)

يبين التوزيع التكراري والنسبي لعينة المبحوثين على الصحف

الصحيفة	ك	%
الغد	203	53.4
الرأي	133	35.0
الدستور	44	11.6
المجموع	380	100.0

يوضح الجدول أعلاه نتائج توزيع عينة المبحوثين على الصحف اليومية الأردنية جاءت على النحو الآتي:

- تمثلت أغلب العينة في جريدة الغد اليومية بنسبة 53.4% أي ما يقارب نصف العينة وذلك يعود إلى أن أعلى نسبة مشتركين في الصحف اليومية تمثلت في جريدة الغد بالاستناد إلى قوائم توزيع الصحف اليومية على المشتركين، وتلاها جريدة الرأي اليومية فقد بلغ نسبة المبحوثين 35.0%، بينما جاءت نسبة المبحوثين في جريدة الدستور اليومية 11.6%.

جدول رقم (2)

يوضح التوزيع التكراري والنسبة حسب الفئات العمرية

الفئات العمري	التكرارات	النسبة المئوية
من 20 - اقل 30 عاما	34	8.9
من 30 - اقل 40 عاما	90	23.7
من 40 - اقل 50 عاما	108	28.4
من 50 - اقل من 60 عاما	74	19.5
من 60 عاما فأكثر	74	19.5
المجموع	380	100.0

يبين الجدول أعلاه نتائج توزيعات الفئات العمرية للمبحوثين إذ تمثلت الفئة العمرية الأولى من 40 إلى اقل من 50 عاما بنسبة 28.4% من مجمل العينة، تلتها الفئة العمرية من 30 إلى اقل من 40 عاما بلغت 23.7%، ومثلت الفئة العمرية من 50 إلى أقل من 60 عاما ما نسبته 19.5%، و60 عاما فأكثر جاءت بالمرتبة الأخيرة اذ بلغت 19.5%.

وجدت النتائج أن فئة الشباب الذين تتراوح أعمارهم من 20 إلى اقل من 30 هم أقل فئة إقبالا على قراءة الصحف اليومية. إذا بلغت نسبتهم 8.9 % وذلك يعود إلى اهتمام هذه الفئة بمتابعة وسائل الإعلام الجديد (الانترنت) والتلفاز أكثر من الصحافة المطبوعة.

جدول رقم (3)

يوضح التوزيع التكراري والنسبي حسب النوع الاجتماعي للمبحوثين

النوع الاجتماعي	التكرارات	النسبة المئوية
ذكور	239	62.9
إناث	141	37.1
المجموع	380	100.0

فيما يتعلق بالنوع الاجتماعي (الجندر) يوضح الجدول أعلاه إلى أن نسبة قراء الصحف من الذكور جاءت أعلى من نسبة الإناث في العينة إذ بلغت نسبتهم من العينة 62% ذكور، بينما جاءت نسبة الإناث 37.1 %، وتعتبر هذه النسبة مقبولة، وذلك يعود إلى أن عدد المشتركين في الصحف اليومية الأردنية من فئة الذكور أعلى من عدد المشتركات (العنصر النسائي).

جدول رقم (4)

يوضح التوزيع التكراري والنسبي حسب الحالة الاجتماعية الخاصة بالمبحوثين

الحالة الاجتماعية	التكرارات	النسبة المئوية
متزوج	278	73.2
أعزب	60	15.8
أرمل	21	5.5
مطلق	20	5.3
منفصل	1	.3
المجموع	380	100.0

يوضح نتائج الجدول أعلاه أن نسبة المتزوجين في العينة كانت أعلى نسبة إذ بلغت 73.2% تلاها فئة غير متزوج (الأعزب) بنسبة 15.2% بينما تقاربت النسب ما بين الأرامل والمطلقين. إلا أن فئة المنفصل جاءت في المرتبة الأخيرة بنسبة 0.3% وهي نسبة ضئيلة جدا وقد يعود ذلك إلى أن هذه الحالة الاجتماعية للمتزوجين لكنهم منفصلين غريبة عن مجتمعنا الأردني.

جدول رقم (5)

يوضح التوزيع التكراري والنسبي حسب طبيعة عمل للمبحوثين

طبيعة العمل	التكرارات	النسبة المئوية
مشروعون وكبار الموظفين والمدراء	70	18.4
متخصصون وخبراء	105	27.6
فنيون ومساعدون	58	15.3
موظفو الخدمات والمبيعات	43	11.4
الحرفيون العاملون بالتجارة	36	9.4
لا يعمل	36	9.4
غير ذلك(متقاعدون)	32	8.5
المجموع	380	100.0

تبين بيانات الجدول أعلاه طبيعة المهن للمبحوثين إلى أن:

- فئة المتخصصين والخبراء هم غالبية العينة في هذه الدراسة، إذ بلغت نسبتهم 27.6% ، وتلاها مهنة المشرعين وكبار الموظفين والمدراء بنسبة 18.4% ثم الفنيين والمساعدين بنسبة 15.3%، ومن ثم فئة موظفي الخدمات والمبيعات بنسبة 11.4%، وتطابقت فئة العاملون بالتجارة .
- يبحثون عن فرصة عمل (لا يعمل) في العينة إذ بلغت نسبتهم 9.4%، ومن الملاحظ أن فئة العاطلين عن العمل تتابع الصحف اليومية، وقد يعود ذلك إلى اهتمامهم بالبحث عن فرص عمل في الإعلانات الرسمية والخاصة ومتابعة الموضوعات التي من شأنها أن تحسن من مستواهم المعيشي بأقل كلف مالية.بينما جاءت في المرتبة الأخيرة من العينة فئة غير ذلك (المتقاعدين العسكريين والمدنيين) بنسبة بلغت 8.5% .

ثانيا: نتائج الدراسة المسحية:

للإجابة عن أسئلة الدراسة المسحية، تم استخدام عدد من الإجراءات الإحصائية وكانت النتائج كما يأتي:

السؤال الأول: ما معدل قراءة الجمهور للقضايا البيئية المنشورة في الصحف اليومية؟

جدول رقم (6)

يوضح التوزيع التكراري والنسبي لمعدل قراءة الجمهور للقضايا البيئية المنشورة في الصحف

عدد ساعات قراءات للقضايا البيئية في الصحيفة	ت	%
أقل من ساعة	171	45.0
من ساعة إلى ساعتين	98	25.8
حسب الظروف	18	4.7
أكثر من 3 ساعات	93	24.5
المجموع	380	100.0

وتشير نتائج الجدول أعلاه الذي يوضح كيفية قضاء وقت المبحوثين في قراءة القضايا البيئية إلى أن:

- نصف العينة تقريبا، لم تخصص وقتا طويلا لقراءة القضايا البيئية في الصحف اليومية رغم أهميتها، إذ بلغ نسبة من يقرأ أقل من ساعة واحدة يوميا 45.0%.وأن ربع العينة، تقرأ من ساعة إلى ساعتين يوميا الموضوعات البيئية إذ بلغت نسبة هذه الفئة 25.8 %. وما يقارب ربع العينة أيضا تقرأ حسب الظرف الزمني المتاح لها للقراءة إذ بلغت نسبتهم 24.5%.
- بينما تمثلت أقل نسبة لقراءة الموضوعات البيئية ضمن فئة ثلاث ساعات يوميا فأكثر بنسبة 4.7%، مما يدل، حسب الباحثة، إلى أن المبحوثين ليس لديهم وقتا كافيا لقراءة الموضوع بشكل كامل وعميق، ولا سيما أن الصحف تنشر موضوعات علمية بيئية مترجمه أو من دراسات تكون لغتها معقده ومملة. كما أن اسلوب كتابتها غير جاذب لشد انتباه الجمهور تمكنه قراءة تلك الموضوعات البيئية أكثر من ثلاث ساعات فأكثر.

السؤال الثاني: كيفية قراءة الجمهور للقضايا البيئية المنشورة في الصحف اليومية؟

جدول رقم (7)

يوضح التوزيع التكراري والنسبي كيفية قراءة الجمهور للموضوعات البيئية

كيفية قراءتك للقضايا البيئية المنشورة في الصحيفة	ك	%
قراءة أجزاء من الموضوع	119	31.3
قراءة العناوين فقط	113	29.8
قراءة الموضوع كاملا	95	25.1
متابعة الصور والرسوم التعبيرية فقط	42	11.0
غير ذلك	11	2.8
المجموع	380	100.0

وتشير نتائج الجدول أعلاه حول كيفية قراءة الجمهور للموضوعات البيئية إلى:

- أن 31.3% من المبحوثين يقرأون المواضيع البيئية بشكل جزئي، وأن 29.8% منهم يقرأون العناوين فقط، وقد يعود ذلك إلى أن أسلوب كتابة الموضوعات البيئية معقد وغير جاذب لتشجيع الجمهور لقراءتها بعمق رغم أهمية هذه القضايا وتأثيرها الإيجابي على حياتهم ومستواهم المعيشي.
- يفضل ربع العينة قراءة الموضوعات البيئية بشكل كامل بنسبة 25.1%، وأن 11% يتابعون الصور والرسوم التعبيرية فقط، بينما احتلت فئة غير ذلك (قراءة إشارة أو دليل عن الموضوعات البيئة أو حسب درجة اهتمام المبحوثين بالقضية) جاء في المرتبة الأخيرة 2.8%.

السؤال الثالث:ما أكثر القضايا البيئية متابعة لدى الجمهور ؟

جدول رقم (10)

يوضح النسب المئوية والتوسطات الحسابية لاهتمام المبحوثين بالقضايا البيئية

القضايا البيئية التي تهتم بمتابعتها في الصحيفة	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
التغير المناخي	82.30	2740.59	.590
ملوثات الهواء وتأثيراتها البيئية والصحية	74.80	2490.84	.631
النفايات الخطرة والالكترونية وإعادة التدوير.	74.00	2464.20	.678
الضرائب الخضراء وسيارات" الهايبرد"،الأبنية والقرى البيئة.	68.40	2277.72	.740
الاكتشافات العلمية الحديثة الخاصة بالقضايا البيئية	67.90	2261.07	.668
المحميات الطبيعية والتنوع الحيوي	66.60	2217.78	.702
مشروع استبدال الأكياس البلاستيكية	65.50	2181.15	.738
طبقة الأوزون والغلاف الجوي	62.20	2071.26	.711
مكافحة التصحر،الغابات وتدني رقعة المساحة الخضراء.	59.40	1978.02	.729
البؤر البيئية الساخنة: سيل الزرقاء،تلال الفوسفات،الهاشمية	57.70	1921.41	.740
أخبار الاتفاقيات الدولية مع الأردن حول مشاريع بيئية	55.40	1844.82	.714

ويشير الجدول أعلاه إلى نتائج اهتمام المبحوثين بالقضايا البيئية وجاءت كما يلي:

1. اهتم المبحوثون بموضوع التغير المناخي اذ احتل المرتبة الأولى بنسبة 82.30%، يعود ذلك إلى الاهتمام العالمي بهذه القضية البيئية وانعكاساتها على القطاعات التنموية الأخرى مثل المياه والصحة والزراعة. ومن ثم انعكس هذا الإهتمام على صحافة الوطن العربي
2. جاءت قضية ملوثات الهواء و تأثيرها على البيئة بالمرتبة الثانية إذ بلغت النسبة 74.80%، ويعود ذلك إلى أن الصحف اليومية ركزت على هذا الموضوع نتيجة استمرار المصانع وسيارات النقل المختلفة بتلويث البيئة في الأردن، مما دفع وزارة البيئة الأردنية نشر إعلانات تثقيفية تدعو الجمهور إستخدام التقنيات البيئية الحديثة بهدف تقليل نسب إنبعاثات التلوث من المصانع والسيارات.

3. وجاءت قضية النفايات الخطرة والالكترونية وإعادة تدويرها في المرتبة الثالثة إذ أن 74. %من المبحوثين اهتموا بهذه القضية وتلاها، الضرائب الخضراء وسيارات الهايبرد والأبنية والقرى الصديقة للبيئة 68.40%.

4. لاحظت الباحثة أن هناك اهتمام بموضوعات المحميات الطبيعية (محمية عجلون ودبين وضانا) والتنوع الحيوي من قبل المبحوثين إذ جاءت النسبة67.90%، وقد جاء هذا الاهتمام كون الصحف اليومية اهتمت بنشر موضوعات تتعلق بالتنوع الحيوي في الأردن بالتعاون مع الجمعيات المعنية بالشأن البيئي ووزارة البيئة الأردنية .

5. وعلى الرغم ما أن ظاهرة التصحر وتدني رقعة المساحة الخضراء من أهم وأخطر المشاكل البيئية التي تهدد الأراضي الزراعية ومعظم المناطق القاحلة وشبه القاحلة في الأردن, إلا أن هذه القضية حظيت بنسبة 59.40%، وقد يكون ذلك إلى تجاهل الصحف نشر أخبار حول هذه القضية باستثناء الأخبار التي تظهر بكثرة في المناسبات الوطنية (يوم الشجرة)، هذه النتيجة انعكست على اهتمامات الجمهور ومتابعته للقضية.

6. أما البؤر البيئية الساخنة التي تسبب التلوث البيئي (سيل الزرقاء، تلال الفوسفات، ومنطقة الهاشمية الصناعية) جاءت بنسبة 57.70 %، بينما لم تحظ أخبار الاتفاقيات الدولية مع الأردن حول مشاريع بيئية اهتماما إذ جاءت بنسبة 40.5 % لذلك جاءت بالمرتبة الأخيرة في إجابات المبحوثين.

السؤال الرابع: ما أسباب متابعة الجمهور للقضايا البيئية؟

الجدول رقم (11)

يبين التوزيع التكراري والنسبي حول أسباب متابعة الجمهور

أسباب متابعة القضايا البيئية	ك	%
حتى أكون على علم بالأحداث الجارية	269	70.8
حتى أتناقش مع غيري	181	47.6
حتى أكون رأيا خاصا بالقضايا العلمية	169	44.5
لأنها تؤثر في معرفتي وعلى سلوكياتي	169	44.5
شدت انتباهي كونهاأحدثت جدلا بالمجتمع	166	43.7
تفيدني في اتخاذ قرار يخص حياتي	154	40.5

***ن: جمله من سئلوا 380 مبحوثا**

وحول الدافع من وراء متابعة الجمهور للقضايا العلمية تشير نتائج الجدول أعلاه إلى ما يلي:

- إن اغلب العينة تهتم متابعة القضايا البيئية حتى تكون على علم بالأحداث بنسبة 70.80%، تلاها يتابع 47.60% من القراء أخبار القضايا البيئية حتى يتناقشوا مع غيرهم. بينما جاءت دوافع المبحوثين المتعلقة بتكوين رأيا خاصا بالقضايا البيئية والتأثير على معرفة سلوكياتهم ومعرفتهم متطابقة بنسبته 44.50% .
- ولاحظت الباحثة إلى أن أسباب متابعة الجمهور للتأثير على معرفتهم وسلوكياتهم، جاءت المرتبة الأخيرة يتابع 43.70% من القراء هذه القضايا لأنها شدت انتباههم كونها أحدثت جدلا في المجتمع.في حين جاءت الإجابة عن سؤال أسباب متابعتهم الجمهور للقضايا البيئية لأنها تفيدهم في اتخاذ قرار يخص حياتهم بنسبة 40.50% في المرتبة الأخيرة ،علما بأن هذا السؤال يقيس مدى معرفة الجمهور بتلك القضايا التي لا بد من أن تنعكس ايجابيا على حياتهم المعيشية .

السؤال الخامس: ما خصائص الرسالة التثقيفية التي تتضمنها المادة الصحفية؟

جدول رقم (12)

تقييم الجمهور لمحتوى الرسالة الإعلامية التثقيفية التي تتضمنها المادة الصحفية

تقييمك للرسالة الإعلامية التثقيفية الموجهة إليك في المادة الإعلام	المتوسط الحساب	النسبة المئو	الانحراف المعيار
يتكرر استخدامها لدرجة الممل	3.21	64.21	.911
تخاطب كلا الجنسين (ذكور وإناث)	3.16	63.21	1.824
تخاطب الفئات العمرية المختلفة	3.07	61.32	1.806
تحتاج إلى مجهود ذهني لإدراك محتواها	3.04	60.77	1.817
تراعي المستوى التعليمي	2.95	59.00	.948
حديثة وتكتب بأسلوب مبتكر وجذاب	2.84	56.88	1.881

يوضح الجدول أعلاه نتائج تقييم الجمهور للرسالة التثقيفية التي تتضمنها المادة الإعلامية فقد أشارت إلى أن:

- أغلب العينة وجدت أن الرسالة مكررة الاستخدام لدرجة الملل بنسبة 64.2%، وأن 63.21% بأنها تخاطب الجنسين (ذكور وإناث). ومع ذلك فإن المبحوثين يؤكدون أن الرسائل تحتاج إلى مجهود ذهني لإدراك محتواها إذ بلغت نسبتهم 61.32% وقد يعود ذلك إلى أن أغلب المواد الصحفية العلمية تكون مترجمه من دراسات وأبحاث أجنبية وبحاجة إلى لغة مبسطه حتى يتمكن الجمهور من فهمها. كما تخاطب الرسالة تخاطب الفئات العمرية المختلفة 60.77%، كما أشار 59% بأنها تراعي المستوى التعليمي، وقد يتمثل ذلك أن الصحف تركز على نشر قصص الإخبارية ذات طابع بيئي اجتماعي في الملاحق تخاطب الأسرة.
- بينما وجدت نصف العينة بنسبة 56.88% إن كتابة أسلوب الرسائل في المادة الصحفية كان مبتكرا وجذابا يشد من انتباههم، رغم أهمية هذه النتيجة إلا أنها جاء في المرتبة الأخيرة. علما أن العلماء والخبراء الذين قابلتهم الباحثة في دول عربية وأجنبية أجمعوا على أن أسلوب كتابه المادة العلمية ومضمونها التوعوي يجب أن يكون جذابا ومبسطا حتى ينعكس البعد التثقيفي على حياة الجمهور.

السؤال السادس :ما الدور الذي تقوم به الصحف اليومية من وجهة نظر الجمهور؟

جدول رقم (13)

يوضح التوزيع النسبي والمتوسطات الحسابية للدور الذي تقوم به الصحف

رأيك بالدور الذي تقوم به الصحف اليومية في نشر القضايا البيئه	النسبة المئ	المتوسط الحس	الانحراف المعي
دورها سلبي في نشر القضايا البيئية التي تهم الجمهور	68.80	1376.00	.992
اشعر بعدم الرضى تجاه دور الصحف في تحديد القضايا االبيئية	68.10	1362.00	1.015
تتعرض لضغوطات سياسية تؤثر على أدائها سلبا	61.90	1238.00	1.304
تتعرض لضغوطات إعلانية تؤثر على أدائها سلبيا	58.20	1164.00	1.244
أشعر بالرضا تجاه الدور الفعلي للصحف	50.50	1010.00	1.072
تقوم بدور فعال بنشر مواضيع بيئية تهم الجمهور	46.00	920.00	1.110

*** ن: جملة من سئلوا 380 مبحوثا**

ويوضح الجدول أعلاه نتائج الدور الذي تقوم به الصحف في نشر القضايا البيئية من وجهة نظر المبحوثين، إذ توصلت النتائج إلى:

- أن نحو ثلثي المبحوثين يرون أن دور الصحف اليومية في نشر القضايا البيئية التي تهمهم كان سلبيا، وقد يعود ذلك إلى أن الصحف اليومية الأردنية لم تضع ضمن أجندتها الإعلامية نشر القضايا الإعلامية البيئية بشكل ممنهج ومستمر، بل ترتفع وتيرة النشر في حال ظهور الأزمات وتتراجع بعد حلها. كما لم تخلق الصحف لدى جمهورها العادة الاتصالية في قراءة الموضوعات البيئية بشكل كامل، بسبب أسلوب كتابه المادة البيئية والرسائل التوعوية التي تتضمنها. ووفقا لما ذكره المبحوثين في الدراسة الميدانية فإن الموضوعات البيئية المنشورة في الصحف تتكرر لدرجة الملل، وتتضمن مصطلحات معقدة، ما يجعلها تحتاج إلى مجهود ذهني لفهمها، وأيضا فإن اهتمام الصحف بشر مواضيع علمية بيئية تهم الجمهور يقع في المرتبة الأخيرة.ولذلك إن 68.10% من العينة يشعرون بعدم الرضى تجاه دور الصحف في تحديد القضايا البيئية.
- فيما يرى 61.90% من القراء بان الصحف تتعرض لضغوطات سياسية تؤثر سلبا على أدائها وبخاصة في القضايا الجدلية والتي لها ارتباطات باملاءات خارجية مثل(المفاعلات النووية)، و58.20% من العينة يرون أن الضغوطات الإعلانية تؤثر سلبا على أداء الصحف فيما يشعر 50.50% من العينة بالرضا تجاه الدور الفعلي للصحف بشكل عام.

السؤال السابع: ما دور الجمهور في التأثير على أجندة الصحف اليومية في ترتيب القضايا البيئية من خلال تواصلهم بالصحف ؟

أولا: اشكال تواصل الجمهور مع الصحف اليومية الأردنية.

الجدول رقم (14)

يبين التوزيع النسبي والمتوسطات الحسابية حول أشكال التواصل مع الصحيفة

أشكال التواصل مع الصحيفة	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	الانحراف المعياري
الاتصال الهاتفي بالصحيفة	66.10	2201.13	.431
الموقع الالكتروني	56.70	1888.11	.537
التواصل الاجتماعي (الفيس بوك وتويتر)	53.80	1791.54	.690
الحضور شخصيا للصحيفة	49.60	1651.68	.750
عبر ايميل الصحيفة الخاص	49.90	1661.67	.669

توضح نتائج الجدول أعلاه نتائج أشكال تواصل الجمهور المفضلة مع الصحف اليومة إذ جاءت كما يلي :-

- تفضل أغلب العينة التواصل مع صحيفتهم عن طريق الاتصال الهاتفي 66.10 %، و56.70% عن طريق الموقع الالكتروني الخاص بالجريدة، 53.80 % عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي.ويفضل ما يقارب نصف العينة البحثية التواصل مع صحيفتهم عن طريق ايميل الصحيفة الخاص، أو الحضور بشكل شخصي للصحيفة إذ تتطابقت النسب إلى حد كبير بنسبة 49.9%.

وحول التوزيع النسبي للمبحوثين الذين تواصلوا مع الصحيفة والذين لم يتواصلوا تبين ما يلي:

جدول رقم (15)

يوضح النسب المئوية لإجابات المبحوثين عن تواصلهم مع الصحيفه

نسبة الذين تواصلوا مع الصحيفة	نسبة الذين لم يتواصلوا مع الصحيفة
%34.9	%65.1

يكشف الجدول أعلاه أن نسبة من لا يتواصلون مع الجريدة لإحداث تأثير على أجندة الصحف عالية بنسبة65.1 مقارنة مع نسبة الذين تواصلوا الذين 34.9% وهذه النسبة منخفضة ويعود ذلك لعدة أسباب تم معرفتها بشكل تفصيلي من خلال سؤال المبحوثين عن أسباب تواصلهم وعدم تواصلهم لمعرفه مدى تأثير الجمهور على أجندة الصحف بعد قراءتهم للمادة الصحفية البيئية .

ثانيا: أسباب التواصل مع الصحف بعد قراءة القضايا العلمية.

الجدول رقم (16)

يوضح النسب المئوية والمتوسطات الحسابية لمعرفة أسباب التواصل مع الصحف

لماذا تتواصل مع صحيفتك بعد قراءتك للقضية البيئية	النسبة المئوية	النسبة المئوية	الانحراف المعياري
إذا كانت القضية تهمني شخصيا	83.70	1674.00	.703
للحصول على معلومات أشمل وأعمق	82.20	1644.00	.732
للاستفسار عن شراء مبتكرات حديثة	78.20	1564.00	.785
إذا احتوت على معلومات خاطئة أو مضللة	77.40	1548.00	.852
عند حدوث الكوارث والأزمات والطوارئ	75.90	1518.00	.856
للاستفسار عن القوانين والتشريعات	72.00	1440.00	.847
تزويد الصحيفة بالأخبار العاجلة	67.70	1354.00	.994
للحصول على أرقام وهواتف الصحفيين	63.80	1276.00	.888

حول أسباب تواصل الجمهور مع الصحيفة، أشار الجدول أعلاه إلى أن:

- 83.70% من المبحوثين يتواصلون مع الصحيفة إذا كانت القضية تهمهم شخصيا، وهذا ما اشارت الية نظرية ترتيب الأولويات بأن للجمهور قد يكون إليه دور في التأثير على وسائل الاعلام لطرح الموضوعات البيئية في حال أن كانت القضية تهم القارئ وقريبه منه شخصيا.
- ويفضل 82.20% من العينة أن تتواصل مع الصحيفة للحصول على معلومات أشمل وأدق خاصة بالقضايا البيئية قد تساعده في توسيع دائرة المعرفة لدية، كما لاحظت الباحثة أن المبحوثين يتواصلون مع الصحيفة للاستفسار عن شراء مبتكرات حديثة بنسبة 78.20% وهي نسبة مرتفعة وقد يعود ذلك إلى أن الصحف وبخاصة الحكومية، بناء على نتائج الدراسة الميدانية، أن هذه الإعلانات تشجع الجمهور لإقتناء هذه المبتكرات لتحسين البيئة المحيطة بهم.

ثالثا: أسباب عدم التواصل مع الصحيفة بعد قراءة المادة البيئة المنشورة في الصحف.

جدول رقم (17)

تبين أسباب عدم تواصل المبحوث مع صحيفته بعد قراءته للقضية البيئية المنشورة

أسباب عدم التواصل مع الصحيفة بعد قراءتك للقضية البيئية المنشورة	المتوسط الحسابي	%	الانحراف المعياري
صعوبة الوصول للكاتب أو المحرر الصحفي المتخصص	3.54	70.86	.928
لا تتقبل انتقاد المادة البيئية	3.39	67.73	.950
تجاهل الصحيفة اتصالي الهاتفي أو حضوري الشخصي	3.32	66.33	1.008
لا أعرف كيف أتواصل مع الصحيفة	3.26	65.17	1.065
لا تولي أهمية لنشر رأيي	3.11	62.11	.825
عدم نشر تعليقي على الموقع الإلكتروني الخاص بالصحيفة	3.08	61.57	.794
عدم الرد على "ايميلي" الشخصي	3.03	60.65	.729
عدم الاقتناع بتأثير القضية البيئية على المجتمع ومستواي المعيشي	2.74	54.90	1.117

بما أن 65.1% من المبحوثين لا يتواصلون مع صحيفتهم اليومية، وهي نسبة مرتفعة لا بد من معرفة رأيهم حول الأسباب التي دفعتهم إلى عدم التواصل. إذ يشير الجدول أعلاه إلى نتائج أسباب عدم التواصل مع الصحف إلى :

- إن أعلى نسبة كانت لعدم التواصل هي صعوبة الوصول للكاتب أو المحرر الصحفي المتخصص إذ بلغت 70.86%، وتلاها عدم تقبل القائم بالاتصال

انتقاد المادة العلمية 67.73% وخصوصا إذا كانت بعض المصطلحات العلمية غير دقيقه في نقل محتواها أو هناك مغالطات علمية يكتشفها الخبراء والأكاديميون يتوقع من الصحيفة أن تنشر تنويه عبر صفحاتها .

- كما أشارت النتائج إلى أن نسبة الذين لا يتواصلوا مع الصحيفة بسبب تجاهلها اتصالهم الهاتفي أو حضورهم الشخصي بنسبة 66.33% وقد يعود ذلك إلى أن الصحف لا تبرز هواتفها بشكل واضح عبر صفحاتها، أو تشجع الجمهور للاتصال معه ومعرفه آرائه. وترى الباحثة أن الصحف قد تفقد قياس اثر الرجع (الصدى) من جمهورها وتبتعد عن أولوياته، الأمر الذي يتوجب على الصحيفة أن توضح قنوات الاتصال بينها وبين جمهورها كنشر هواتفها باستمرار عبر صحيفتها وبموقع ذات أهمية للنشر وبارز، بالإضافة إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وخدمة تطبيق الواتسب، وتوزيع نشرات عبر الصحف الإعلانية المجانية، وهذه النتيجة مرتبطة إلى حد كبير مع النتيجة التي تلتها وهي: أن 65.17%من المبحوثين لا يتواصلون بسبب "عدم معرفة بالية التواصل مع الصحيفة".

- ومن الملاحظ، أن نسبة عدم الاقتناع المبحوثين بتأثير القضية البيئية على المجتمع والمستوى المعيشي للمبحوثين جاءت بالمرتبة الأخيرة بنسبة 54.90%. وهذا يعني أن نصف العينة تقريبا ترى بان القضايا البيئية تؤثر على مستواه المعيشي، وهذه النتيجة رغم أنها جاءت في المرتبة الأخيرة لكنها هامة بالنسبة إلى إدارات المؤسسات الصحفية والمنظمات العالمية والوطنية المعنية لإيجاد آليات من شانها أن تؤثر على الجمهور وترفع وتعزيز من معارفهم من أجل إحداث تغيير في سلوكياتهم السلبية نحو الإيجابية لينعكس على حياتهم المعيشية وبالتالي تدريجيا سيتم تذليل التحديات التنموية التي يواجهها الأردن .

الخلاصة:

خلصت الدراسة الى أن المبحوثين في الأردن يهتمون بالقضايا البيئية بشكل عام، وخصوصا قضية التغير المناخي اذ احتلت المرتبة الأولى من بين القضايا البيئية الأخرى بنسبة 82.30%، وهذه النتيجه تتطابق الى حد كبير مع الدراسات السابقه، وقد يعود ذلك إلى الاهتمام العالمي بهذه القضية البيئية وانعكاساتها على القطاعات التنموية الأخرى مثل المياه والطاقة والصحة والزراعة، حيث انعكس هذا الإهتمام على صحافة الوطن العربي، بما فيها الأردن.

وخلصت الدراسة إلى أن نسبة من لا يتواصلون من المبحوثين مع الصحف اليومية لإحداث تأثير على أجندة الصحف عالية بنسبة65.1 مقارنة مع نسبة الذين تواصلوا الذين 34.9%.ويعود ذلك، من وجهة نظرهم الى صعوبة الوصول للكاتب أو المحرر الصحفي المتخصص، وعدم تتقبل القائم بالإتصال في الصحف انتقاد المادة البيئية ونشر التنويهات في حالة وجود أخطاء علمية، بالاضافة الى تجاهل الصحيفة اتصاله الهاتفي أو حضوره الشخصي. وبذلك قد تفقد الصحف اليومية قياس اثر الرجع (الصدى) من جمهورها وتبتعد عن أولوياته، الأمر الذي يتوجب على الصحيفة أن توضح قنوات الاتصال بينها وبين جمهورها الذين يرون أن ليس لهم تأثيرا واضحا على أجندة الصحف بما يتوافق واهتماماتهم.كما توصلت أن نسبة مرتفعة من المبحوثين يرون أن دور الصحف اليومية الأردنية في نشر القضايا البيئية التي تهمهم كان سلبيا، وقد يعود ذلك إلى أن الصحف لم تضع ضمن أجندتها الإعلامية نشر القضايا الإعلامية البيئية بشكل ممنهج ومستمر مقارنه مع أجندتها السياسية بما يتوافق مع اهتمامات الجمهور، بل ترتفع وتيرة نشر الموضوعات البيئية في حال ظهورالأزمات والكوارث وتتراجع بعد حلها، وهو أمر يكشف عن فجوة عميقة بين الصحف اليومية وجمهورها.

الهوامش

(1) نتائج التعداد السكاني لعام 2015 منشور عبر:

http://www.alrai.com/article/760760.html

(2) Miguel Fabra – Crespo and Eduardo Rojas – Briales. Analysis of mass media news on forest issues: a case study of Spain. Forest Systems (Vol. 24, Issue. 2, August 2015) pp. 1-11..

(3) Dutt, Bharvi, K. C. Garg, Archita Bhatta. A quantitative assessment of the articles on environmental issues published in English – Language Indian dailies. Annals of Library and Information Studies (Vol. 60, September 2013). pp. 219-226

(4) بسيوني حمادة : الإعلام البيئي، دراسة منشوره في كتاب دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام. (القاهرة، 2008).

(5) محب الرافعي: "الإعلام البيئي والشؤون البيئية في الصحافة السورية" دراسة تحليلية غير منشورة، القاهرة: (2008).

(6) أحمد مكي، "الدور التربوي لوسائل الإعلام في نشر الوعي البيئي"، بحث مقدم إلى المؤتمر القومي الأول للبيئة وصحة المجتمع، المنوفية، مصر، (2004).

(7) وجدي عبد الرحمن باوزير'دور الأنشطه الإتصالية للجمعيات البيئية في الجمهورية اليمنية في تنمية الوعي البيئي,رسالة ماجستيرغيرمنشوره،جامعة الدول العربية معهد البحوث والدراسات العربية، ،قسم الدراسات الإعلامية،القاهرة،2006،ص280-281)

(8) Chan, Kara. The Media And Environmental Issues In Hong Kong 1983-95. International Journal of Public Opinion Research (Vol. 11, No. 2, Summer 1999) pp. 135-151

(9) علي عبد منعم القضاه، مكانة البيئة في الإعلام بالموضوعات البيئية (تحليل مضمون لصحيفتي الرأي والدستور كنموذج وزارة الثقافة)، عمان 1996، ص140.

(10) مشعل فايز العتيبي: الإعلام البيئي في الكويت: الهيئة العامة للبيئة أنموذجا، رسالة ماجستير غير منشورة، الكويت(2012).

(11) ايمان عزالعرب،الاعلام واليات مواجهة الأزمات والكوارث البيئية،دراسة استطلاعية على عينة من الجمهور المستهدف حول التناول الاعلامي لزمة انفلونزا الطيور، مجلة كلية الآداب، جامعة طنطا، المجلد الأول،العدد التاسع عشر ،يناير 20069صص475-527

(12) علي نجادات، وحاتم علاونه وعزت حجاب:"اتجاهات النقابيين نحو قراءة الصحف المطبوعة"، دراسة ميدانية، مجلة اتحاد الجامعات العربية للآداب، المجلد (8)، العدد (2) ب (اربد: 2011).

(13) Susan, Srife: Environmental Awareness and Experiences of actor among Urban children University of Colorado Boulder Environmental Studies program. (2009).

(14) رحاب إبراهيم. الصحافة المصرية وترتيب أولويات الصفوة تجاه القضايا البيئية فى إطار مفهوم التنمية المتواصلة فى مصر: دراسة للمضمون والقائم بالاتصال والجمهور عام 1998م. رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، 1999).

(15) نجوى كامل. العوامل المؤثرة فى تشكيل اتجاهات المرأة المصرية نحو البيئة. المجلة المصرية لبحوث الإعلام (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، العدد الثانى، إبريل – يونيو 1997) ص ص75-117.

(16) سوزان القلينى. التليفزيون وتنمية الوعى البيئى لدى الطفل. ***مجلة بحوث الاتصال*** (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، العدد العاشر، ديسمبر 1993) ص ص93-122.

(17) نور عبود، المشاكل البيئية الأردنية، مرصد البيئة الأردنية، أكتوبر 2010:

http://back2greenjordan.blogspot.com/2010/10/blog-post.html

(18) Publishers Communication Theories Origins. (1982), p254 ,.. Wenner J Steven and Taukaud James, Method Uses, New York: Hastings House

(19) حسن مكاوي، ليلى السيد، الاتصال ونظرياته، ط2، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 1998ص ص 288-292

(20) McCombs,Maxwel, Explores And Surveyors Expanding Strategies for Agenda Setting Research. Journalism Quarterly, Vol. 69, No. 4, 1992 p85.

(21) المرجع سابق، 1998: ص 294

(22) Mccombs Maxwel, Setting The Agenda, USA,.2nd Public Opinion Publishers polty 2014, p7

(23) Shoemaker , P. & Mc combbs , M. (1989). Survey research. In G. Stempel and B. Westly (eds.) Research Methods in mass communication Englewood , Ney Jersey. Printice Hall P. (150).

(24) سمير محمد حسين: بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، ط1 (القاهرة : دار عالم الكتب، 1976) ص (127)

(25) أسماء المحكمين وترتيبهم حسب الحروف الأبجدية:

1. الإعلامية ألفه لابسيني، المدير التنفيذي للاتحاد الدولي للإعلاميين العلميين-كندا.
2. الأستاذ أحمد عوض، ماجستير علوم اقتصاد سياسي، مدير مركز الفينيق للدراسات الاقتصادية والمعلوماتية، ناشر موقع المرصد العمالي الأردني.
3. الدكتور عبد القادر صالح، أستاذ كلية الإعلام ،جامعة بغداد- العراق.

4. الدكتور علي نجادات، أستاذ كلية الإعلام ،جامعة اليرموك الأردنية.
5. الدكتورة ناديا سعد الدين، إعلامية وباحثة، أستاذة في كلية السياسة ، جامعة الزيتونة الأردنية.
6. الدكتور مجدي سعيد، رئيس الرابطة العربية للإعلاميين العلمي سابقا، رئيس تحرير الإصدار العربي مجلة ناتشر البريطانية.
7. الدكتور يعقوب سليمان، رئيس جمعية اقتصادي العالم الثالث، أستاذ اقتصاد تنموي ،جامعة الشرق الأوسط الأردنية

مراجع الدراسة:

(1) Wenner J Steven and Taukaud James, Method Uses, New York: Hastings House Publishers Communication Theories Origins. (1982).

(2) Susan, Srife: Environmental Awareness and Experiences of actor among Urban children University of Colorado Boulder Environmental Studies program. (2009)

(3) حسن مكاوي، ليلى السيد، الاتصال ونظرياته، ط2، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 1998ص ص 288-292

(4) نجوى كامل،العوامل المؤثرة فى تشكيل اتجاهات المرأة المصرية نحو البيئة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، العدد الثاني، إبريل – يونيو 1997)

(5) علي عبد منعم القضاه، مكانة البيئة في الإعلام بالموضوعات البيئية (تحليل مضمون لصحيفتي الرأي والدستور كنموذج وزارة الثقافة)، عمان.

(6) إيمان عزالعرب، الاعلام واليات مواجهة الأزمات والكوارث البيئية، دراسة استطلاعية على عينة من الجمهور المستهدف حول التناول الاعلامي للأزمة انفلونزا الطيور، (جامعة طنطا، مجلة كلية الآداب المجلد الأول، العدد التاسع عشر،يناير 2006).

(7) Miguel Fabra – Crespo and Eduardo Rojas – Briales. Analysis of mass media news on forest issues: a case study of Spain. Forest Systems (Vol. 24, Issue. 2, August 2015..

(8) http://www.alrai.com/article/760760.html

(9) علي نجادات، وحاتم علاونه وعزت حجاب:"اتجاهات النقابيين نحو قراءة الصحف المطبوعة"، دراسة ميدانية، مجلة اتحاد الجامعات العربية للآداب، المجلد (8)، العدد (2) ب (اربد: 2011).

(10) Dutt, Bharvi, K. C. Garg, Archita Bhatta. A quantitative assessment of the articles on environmental issues published in English – Language Indian dailies. Annals of Library and Information Studies (Vol. 60, September 2013

(11) بسيوني حمادة : الإعلام البيئي، دراسة منشوره في كتاب دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام. (القاهرة، 2008).

(12) محب الرافعي: "الإعلام البيئي والشؤون البيئية في الصحافة السورية" دراسة تحليلية غير منشورة، القاهرة: (2008).

(13) أحمد مكي، "الدور التربوي لوسائل الإعلام في نشر الوعي البيئي"، بحث مقدم إلى المؤتمر القومي الأول للبيئة وصحة المجتمع، المنوفية، مصر، (2004).

(14) وجدي عبد الرحمن باوزير دور الأنشطه الإتصالية للجمعيات البيئية في الجمهورية اليمنية في تنمية الوعي البيئي. رسالة ماجستير غير منشوره، جامعة الدول العربية معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات الإعلامية، القاهرة، 2006.

(15) مشعل فايز العتيبي: الإعلام البيئي في الكويت: الهيئة العامة للبيئة أنموذجا، رسالة ماجستيرغير منشورة، الكويت، (2012).

(14) Chan, Kara. The Media and Environmental Issues In Hong Kong 1983-95. International Journal of Public Opinion Research (Vol. 11, No. 2, Summer 1999) pp. 135-151

(15) سوزان القلينى. التليفزيون وتنمية الوعى البيئى لدى الطفل. مجلة بحوث الاتصال (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، العدد العاشر، ديسمبر 1993).

(15) نور عبود، المشاكل البيئية الأردنية، مرصد البيئة الأردنية، أكتوبر 2010:

http://back2greenjordan.blogspot.com/2010/10/blog-post.html

(14) Mccombs Maxwel , Setting The Agenda Public Opinion Publishers polty USA.2nd, .2014

(14) Shoemaker , P. & Mc combbs , M. (1989). Survey research. In G. Stempel and B. Westly (eds.) Research Methods in mass communication Englewood , Ney Jersey. Printice Hall P. (150)

(15) سمير محمد حسين: بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، ط1 (القاهرة : دار عالم الكتب، 1976) ص (127)

(14) McCombs, Maxwel, Explores And Surveyors Expanding Strategies for Agenda Setting Research. Journalism Quarterly, Vol. 69, No. 4, 1992 p85