



عمادة الدراسات العليا

جامعة القدس

أثر الإعلام المكتوب في تنمية الوعي البيئي  
"دراسة تحليلية"

سامية أسامة وزوز

رسالة ماجستير

القدس - فلسطين

1434هـ / 2014م

# أثر الإعلام المكتوب في تنمية الوعي البيئي "دراسة تحليلية"

إعداد

سامية أسامة وزوز

بكالوريوس صحافة وعلوم سياسية - جامعة بيرزيت

إشراف الدكتور عبد الرحمن التميمي

قدمت هذه الدراسة استكمالاً لمتطلبات درجة الماجستير في التنمية المستدامة - مسار  
بناء المؤسسات وتنمية الموارد البشرية - معهد التنمية المستدامة - جامعة القدس

جامعة القدس - فلسطين

1434هـ/2014م



جامعة القدس

عمادة الدراسات العليا

معهد التنمية المستدامة

إجازة الرسالة

## أثر الإعلام المكتوب في تنمية الوعي البيئي

إعداد: سامية وزوز

الرقم الجامعي: 21011474

المشرف: د. عبد الرحمن التميمي

نوقشت هذه الرسالة وأجيزت بتاريخ 6 / 3 / 2014 من لجنة المناقشة المدرجة أسماؤهم

وتواقيعهم:

التوقيع: .....  
التوقيع: .....  
التوقيع: .....

1- رئيس لجنة المناقشة د. عبد الرحمن التميمي

2- ممتحن داخلي د. ثمين هيجاوي

3- ممتحن خارجي د. أحمد رفيق عوض

القدس - فلسطين

1434هـ/2014م

## إهداء

أهدي هذا العمل المتواضع إلى روح أبي الذي ألهمني وكان بوصلة دربي

إلى أمي نبع المحبة والعطاء الدفّاق

إلى سندي ورفاق دربي أخواتي وأخوتي

أقول لهم: أنتم من وهبني الأمل واستنرت بكم طريق العلم والمعرفة

إلى أبناء شعبي الراسخة جذورهم عميقاً في أرض الوطن

إلى شهداء شعبنا وأسرانا البواسل، وأخص بالذكر خالي الشهيد "ميسرة أبو حمديّة"

وإلى كل من علمني حرفاً أصبح سنا برقه يضيء الطريق أمامي

إلى كل الأحبة والأصدقاء

سامية أسامة وزوز

## إقرار:

أقر انا معدة الرسالة بأنها قدمت لجامعة القدس، لنيل درجة الماجستير، وأنها نتيجة أبحاثي الخاصة، باستثناء ما تم الاشارة اليه حيثما ورد، وأن هذه الرسالة أو أي جزء منها لم يقدم لنيل أي درجة عليا لأي جامعة او معهد آخر.

سامية أسامة وزوز

التوقيع:

التاريخ:

## شكر و عرفان

الحمد لله أولاً وأخيراً ،،،

أتقدم بخالص شكري وامتناني لكل من مدّ لي يد العون والمساعدة في إنجاز هذه الدراسة وأخص بالشكر:

جامعة القدس عامة ممثلة بإدارتها ودوائرها.

وبرنامج الدراسات العليا في التنمية الريفية المستدامة خاصة، لما قدموه ويقدموه من مساعدة ودعم.

وأتقدم وأتوجه بجميل الشكر وجزيل العرفان إلى "د. عبد الرحمن التميمي" .. لإشرافه على هذه الرسالة المتواضعة، لما قدّمه من نصائح وملاحظات ساهمت في إنجازها ... له كل الإحترام والتقدير ..

كما أتقدم بالشكر الى دائرتي "دائرة الثقافة والإعلام في منظمة التحرير الفلسطينية" ممثلة برئيستها د.حنان عشاوي وزميلاتي فيها كل باسمها، لما قدّمته لي من مساعده ودعم وتشجيع.

وأتقدم بالشكر والتقدير للأستاذة أعضاء هيئة التدريس في جامعة القدس .....

كما أتوجه بجزيل الشكر إلى كل من ساعدني على إتمام هذه الرسالة وأسأل الله لهم جميعاً التوفيق ...

سامية أسامة أحمد وزوز

## التعريفات:

**الإعلام البيئي:** أداة تعمل على توضيح المفاهيم البيئية من خلال إحاطة الجمهور المتلقي والمستهدف بالرسالة الإعلامية البيئية بكافة الحقائق، والمعلومات الموضوعية بما يسهم في تأصيل تنمية البيئة المستدامة، وتثوير المستهدفين برأي سديد في الموضوعات والمشكلات البيئية المثارة والمطروحة (عبد العزيز، 2003).

**التوعية البيئية:** عملية نقل الفرد إلى حالة الوعي البيئي من خلال توضيح المفاهيم والحقائق والقضايا والمشكلات البيئية وأثارها على حياة الإنسان بهدف تحفيزه و تحقيق الدافعية لديه وصولاً للسلوكيات و الأفعال البيئية الايجابية (عابد، أبو السعيد، 2011).

**البيئة:** هي ذلك الإطار الذي يحيا فيه الإنسان ويحصل منه على مقومات حياته من غذاء وكساء ومأوى ويمارس فيه علاقاته مع أقرانه من بني البشر (أبو مصلح، 2006).

**الإعلام:** العملية التي يترتب عليها نشر الأخبار، والمعلومات الدقيقة التي تركز على الصدق والصرحة، ومخاطبة عقول الجماهير وعواطفهم السامية، والإرتقاء بهم من خلال تنويرهم، وتنقيفهم لا تخديرهم وخداعهم (مطر 2003).

**صحيفة الايام:** وهي صحيفة يومية سياسية مستقلة تصدر عن "مؤسسة الأيام للصحافة والطباعة والنشر والتوزيع" في رام الله، والمؤسسة عبارة عن شركة مساهمة محدودة.

صدر العدد الأول من صحيفة الأيام في 1995/12/25، انطلقت صحيفة الأيام بجهود طاقم مكون من طاقات شبابية واعدة، وكفاءات مجموعة من ألمع صحافيين وكتاب الشتات الذين عادوا الى الوطن إثر توقيع اتفاقيات أوسلو، يرأس تحرير صحيفة الأيام الكاتب أكرم هنية، ويرأس مجلس إدارتها غسان الضامن، تمتلك مؤسسة الأيام مطبعة حديثة تعمل بطاقة عالية وكفاءة ملحوظة، وتتناول الصحيفة، التي يتراوح عدد صفحاتها من 20 الى 40 صفحة، بتبويب متميز وإخراج حيوي

شتى المواضيع السياسية، الاقتصادية، الرياضية، الثقافية؛ وطنياً، إقليمياً ودولياً، كما تتفرد بنشر مواضيع مختارة من الصحافة العبرية بانتظام، وتواظب صحيفة الأيام على إصدار ملحق يومي غني متخصص بالمنوعات والثقافة والرياضة (وكالة وفا).

**صحيفة القدس:** تأسست صحيفة القدس عام 1951م، وهي صحيفة سياسية يومية، وكانت أول صحيفة فلسطينية تعاود الصدور بعد هزيمة 1967م، صاحب امتياز الصحيفة محمد أبو الزلف، ومديرها العام د. مروان أبو الزلف، ورئيس تحريرها وليد أبو الزلف، يوجد المقر الرئيسي لصحيفة القدس في مدينة القدس، وتتراوح عدد صفحاتها من 16\_24 صفحة، وفي الغالب ما يكون العدد 24 صفحة. وتوزع صحيفة القدس في جميع المناطق الفلسطينية، من الناحية الإعلامية- المهنية؛ تعمل "القدس" على تغطية الأحداث المحلية والعالمية والإقليمية، ولها بصمتها المميزة من ناحية الإخراج والمضمون، ولعلها أكثر المطبوعات الدورية الفلسطينية توزيعاً وتحقيقاً للربح. كما أنها تولي الإعلان التجاري أهمية خاصة. يبلغ عدد العاملين في صحيفة القدس أكثر من 150 موظفاً اختصاصياً يعملون في حقول الإعلام والفكر وتقنيات الحوسبة والإدارة والتوزيع والأرشيف والإخراج الفني، كما تتمتع بشبكة من المراسلين المهنيين الموزعين على أنحاء واسعة من الوطن والخارج (وكالة وفا).

**الإعلام المتخصص:** هو إرسال مادة أو رسالة إعلامية معينة إلى المتلقي، مع النتائج المترتبة على ذلك، وهذا بالضرورة يتضمن التفاعل، وإذا كانت مهمة الاتصال بأنه يقوم بنقل المعاني عن طريق الرموز من المرسل إلى المرسل إليه، فإن الإعلام المتخصص هو نقل المضمون الاعلامي عن طريق الرموز في وسائل الإعلام (الجاف، 2013).

**الإعلام المكتوب:** هو الإعلام الذي يعتمد الوسائل المكتوبة في وصولها إلى المتلقين والمستقبلين لها ومن أبرزها: الكتب، الصحف، المجلات، الإعلانات الجدارية (داية، 1994).



## المخلص:

هدفت الدراسة الحالية الى التعرف على أثر الإعلام المكتوب في تنمية الوعي البيئي، فبالترامن مع التوسع الكبير في الإعلام المرئي والمسموع والمكتوب في فلسطين إلا أن الاهتمام بالإعلام البيئي ما زال في البدايات ويعاني من نقص كبير في الكوادر المتخصصة، والمساحة البيئية الموجودة في وسائل الإعلام المكتوبة الفلسطينية تعاني من مشاكل سواء في المفاهيم والصياغات وطبيعة الاخبار، وعليه جاءت هذه الدراسة للتعرف على أثر وسائل الإعلام المكتوبة في صياغة الوعي البيئي، وتشكيل القيم البيئية في المجتمع الفلسطيني ومدى قدرة هذا الإعلام في معالجة قضايا البيئة لتكون وعياً للمواطن الفلسطيني، ومدى قدرته في التعبير عن مشاكل البيئة التي تعاني منها الأراضي الفلسطينية، وطبيعة أهداف المواد الإعلامية المتعلقة بالبيئة ومصادرها وأشكالها وعناصر الإبراز المستخدمة فيها.

وتحقيقاً لذلك استخدمت الباحثة المنهج الوصفي في إنجاز هذه الدراسة، وتم جمع البيانات والإجابة على الأسئلة واختبار الفرضيات بالاستعانة بمراجعة الأدبيات السابقة، ومعالجتها بالنقد والتحليل. كما استخدمت الباحثة أداة تحليل المضمون (content analysis) وطورت إستبانة تحليل المضمون، حيث تم تحليل مضمون عينة من وسائل الإعلام الفلسطينية المقروءة هي صحيفتي القدس والأيام.

أظهرت نتائج الدراسة أن أكثر الأهداف التي تضمنتها كلتا الصحيفتين هي العلاقات العامة بنسبة (51.8%)، وبينت النتائج أن أكثر المواضيع والقضايا التي تناولتها الصحيفتان هي قضية توزيع المياه في الضفة الغربية وغزة بنسبة (17%)، وأن وكالات الأنباء الفلسطينية كانت مصدر المادة الاولي، وحصلت الأراضي الفلسطينية المحتلة عام 1967م على المرتبة الأولى من المناطق التي يقع فيها الحدث البيئي، وجاء الخبر الصحفي بنسبة مرتفعة جداً بنسبة (89.2%)، كما جاءت معظم المواد الصحفية المتعلقة بالبيئة في الصفحات الداخلية، ولم يتم استخدام عناصر الإبراز بشكل كبير.

وكان من أهم الاستنتاجات التي توصلت لها الباحثة ان الصحف الفلسطينية المبحوثة هي ابلاغيه (اخباريه) ودورها التوعوي في مجال البيئة محدود.

وخرجت الدراسة بمجموعة من التوصيات اهمها: إقرار قانون بيئي إعلامي يحتم على كل وسيلة إعلامية تخصيص مساحة لطرح قضايا بيئية، ادخال الاعلام البيئي المتخصص للجامعات والكليات وأقسام الاعلام، تنظيم استطلاعات رأي للجمهور لمعرفة آرائهم في الموضوعات البيئية المنشورة ومشاكلهم وإجراء دراسات حول مدى استفادة الجمهور من أداء وسائل الإعلام المختلفة في مجال البيئة، التنوع في الأشكال الصحفية المستخدمة في عرض الموضوعات البيئية، وعقد دورات وورش عمل للإعلاميين تجمع بين الاعلاميين والمختصين البيئيين.

# **An Analytical Study: The impact of print media on the development of environmental awareness**

**Prepared by: Samia Osama Wazwaz**

**Supervised by: Dr. Abdel Rahman Tamimi**

## **Abstract**

The aim of this study is to identify the role of print media in the development of environmental awareness. Despite the great expansion in audio-visual and print media in Palestine, the interest in environmental media is still in the very initial stages and suffers from a significant lack of specialized professionals. Therefore, this study aims to identify the effect of print media in the development of environmental awareness and environmental values in Palestinian society, the capability of the media to address environmental issues for the Palestinian citizen to understand and comprehend, the extent of its ability to express the environmental problems plaguing the occupied Palestinian territories, and the nature of the goals of press materials related to the environment and their resources, forms and elements used to highlight them.

To this end, the researcher used the descriptive approach in completing this study: data has been collected, questions answered, and hypotheses tested using a review of relevant published literature based on criticism and analysis. The researcher also used content analysis by developing a content analysis questionnaire and analyzing the content of a sample of the Palestinian print media, namely Al-Quds and Al-Ayyam newspapers, respectively.

This study found that the goal of most of the covered press materials in both newspapers at hand is, in fact, public relations with the ratio of 51.8 percent. The results also showed that the topics and issues most addressed by those two newspapers are the issue of water distribution in the West Bank and Gaza Strip with the ratio of 17 percent, and that the Palestinian news agencies were the primary source of that subject.

Furthermore, regarding environmental topics, the press covered the Palestinian territories that were occupied in 1967 the most, and the relevant press materials that dealt with environmental issues were based on the presentation of information in full. The news was published at an extremely high rate in addressing environmental issues and topics with the ratio of 89.2 percent which are among the most important elements of society and the environment. Although, most of the published material related to the environment were on the inside pages of the newspapers, and highlighting effects were not used frequently or sufficiently.

One of the main conclusions reached by the researcher is that the Palestinian newspapers surveyed are newsletters and their role in the field of environmental awareness is limited.

Based on the results of the study, the researcher suggested a series of recommendations which included the following: adopting an environmental law that makes it imperative for every media outlet to allocate space dedicated to environmental issues; including specialist environmental media programs in universities, colleges and media departments; organizing public opinion polls to determine the public's views on published environmental issues and their problems; conducting studies on the extent to which the public benefits from the performance of different media outlets in the environmental field; diversifying the forms of print press used in the presentation of environmental issues; and holding courses and workshops for media professionals, combining media professionals and environmental specialists.

## الفصل الأول

### مقدمة وأساسيات الدراسة

#### 1.1 المقدمة:

يحتل الإعلام مكانة هامة لدى المجتمعات اليوم، لأنه بفضل ما يمتلكه من تقنيات حديثة، وقدرة واسعة على الانتشار بين فئات المجتمع بمختلف مستوياتها الثقافية والفكرية والاجتماعية، أصبح الأداة المناسبة لتوجيه المجتمع ونقل المعرفة، وإن كان الإعلام والاتصال ليس نشاطاً حديثاً، فالإتصال هو النشاط الأساسي للإنسان ومعظم ما نقوم به في حياتنا اليومية إن هو إلا مظاهر مختلفة لما نعنيه بالإتصال الذي يحدد بدوره معلم الشخصية الإنسانية، من خلال ممارستها الاتصالية ( شرف،1989).

ولا يخفى ما للإعلام من دور بالغ الأهمية في نجاح أي جهد إنساني في شتى المجالات. وحماية البيئة من خلال خلق الوعي البيئي ونشره وتعزيزه لا تخرج عن هذا التصور؛ فالإعلام بوسائله المتعددة يمارس دوراً حاسماً في إيصال المعلومة وتنقيف الناس وتوسيع دائرة المعرفة والاهتمام خصوصاً مع تطور وسائل الإتصال وسرعة نقل المعلومة. والإعلام الذي يمكن أن يساهم بشكل إيجابي في دعم جهود حماية البيئة هو الإعلام الهادف البناء، وهو إعلام يجب أن يقوم على إدارته متخصصون في شتى العلوم لتكون رسالته واضحة وقادرة

على الوصول والتأثير في المتلقي، إن ثقة الجماهير بالإعلام البيئي تختلف من دولة لأخرى، ففي الولايات المتحدة الأمريكية أوضحت إحدى الدراسات أن الغالبية ترى أن الصحف اليومية والتلفزيون هما مصدر أهم المعلومات البيئية، وأنها تثق بما تنشره وتبثه الوسائل من معلومات بيئية (عابد، وأبو السعيد، 2011).

الإعلام البيئي من أدوات التغيير الواعي الموجه نحو بلوغ مجتمع متوازن قادر على التفاعل مع بيئته بشكل ايجابي من خلال تنمية مهارات عامة الناس و تنمية شعورهم بالمسؤولية حيال بيئتهم مما يكون سبباً في تغيير حقيقي في سلوكهم تجاه البيئة من خلال وعي علمي وإرادة حرة لتحقيق انضباط ذاتي للأفراد.

ومن الصعب الحديث عن هوية خاصة للإعلام البيئي العربي، مشابهة مثلاً لهوية الإعلام السياسي أو الثقافي أو الاقتصادي أو الفني أو حتى الرياضي. فالهوية الإعلامية تتطلب وجود بعض الشروط الأساسية لاعتبارها هوية مستقلة ومميزة، بما فيها أنماط إعلامية احترافية تتعلق بكيفية تقديم الخبر والتحليل، تنطلق من إطار معرفي محدد للقضايا البيئية. كما أنه لا بد من وجود قاعدة من الإعلاميين المحترفين والمدربين والمتخصصين بشؤون البيئة وأن يكون لهذا الإعلام القدرة على التأثير في التوجهات العامة. والمهم أيضاً لاستحقاق صفة "الإعلام البيئي" أن تكون هناك وتيرة متواصلة للنشر، وليس مجرد أخبار وتعليقات متفرقة ومتباعدة وغير منتظمة. وفي حقيقة الأمر، فإن هذه العوامل تكاد لا تتوافر في معظم الإعلام العربي حين يتعاطى مواضيع البيئة، بعكس القطاعات الإعلامية الأخرى. كما ترتبط مشكلة الإعلام البيئي العربي بمشكلة الإعلام العلمي عموماً، الذي لا يجد له مكانة واضحة على الساحة الإعلامية العربية (صعب، 2006).

إن هدف الإعلام البيئي أن يكون ضمير المجتمع بأجياله المتعاقبة فيقرع ناقوس الخطر للأفراد والجماعات والحكومات من أجل الحفاظ على البيئة، وإقامة التوازن بين البيئة والتنمية للوصول الى نهج صحيح من التنمية المتكاملة القابلة للاستمرار التي تضع في اعتبارها حاجات الجماهير.

هدف الإعلام البيئي توعية الجماهير وأصحاب القرار على أهمية الحفاظ على البيئة الطبيعية وإدارة مواردها بتوازن، من خلال تعامل الأفراد والمجموعات الشخصي السليم مع المحيط الطبيعي، ودمج الاعتبار البيئي في خطط التنمية القومية. غير أن القرارات الكبرى التي تحدد مصير البيئة هي تلك التي تبقى في يد السلطات المركزية. من هنا، فإن هدف توعية الجماهير لا يتوقف عند حثهم على العمل الفردي، بل يتجاوز ذلك إلى إعدادهم بالمعرفة والدافع لتشكيل رأي عام يحترم البيئة ويضغط على أصحاب القرار لاعتماد خطط تنمية متكاملة تأخذها في الاعتبار. ومن مسؤوليات الإعلام البيئي أيضاً التوجه إلى المسؤولين ومتخذي القرار لمدهم بالمعلومات والآراء والتحليلات الدقيقة عن الأوضاع والخيارات البيئية المتاحة.

ولتحقيق أهداف هذه الدراسة تم جمع معلومات من صحيفتي القدس والأيام بما يخص المواضيع البيئية التي تناولتها كلتا الصحيفتين، وكذلك تم تصميم بطاقة تحليل مضمون لرصد الأحداث الواردة في الصحيفتين بما يخص تنمية الوعي البيئي، وتحليل تلك الموضوعات ضمن بطاقة تحليل المضمون والخروج بالنتائج، أجرت الباحثة مجموعة من المقابلات بما يخص موضوع الدراسة وتم التتور في آراء المتخصصين من أجل تحقيق أهداف الدراسة.

## 2.1 مبررات الدراسة

جاءت هذه الدراسة نظراً لأهمية أثر الإعلام المكتوب في تنمية الوعي البيئي. ومن أهم العوامل التي دفعت الباحثة إلى إعداد هذه الدراسة :

(1) نظراً للنقص الكبير في ربط الإعلام بالقضايا المجتمعية والبيئية، وعدم ادراك المؤسسات البيئية الفلسطينية الرسمية وغير الرسمية لأهمية الإعلام البيئي، فإن المبرر الرئيسي لهذه الدراسة هو معرفة نوعية وطبيعة المادة البيئية التي تعرض على الجمهور وأهميتها في صياغة الفكر البيئي المستند إلى الحقائق العلمية.

(2) نظراً لخصوصية الوضع الفلسطيني على الإعلام البيئي لعب دوراً أساسياً في التعريف بالانتهاكات الاسرائيلية للبيئة الفلسطينية وتأثيرها على مستقبل الدولة الفلسطينية.

- 3) الحاجة الى استخدام لغة علمية بيئية في تقديم المادة الإعلامية لتبرير ضرورة وجود متخصصين في الإعلام البيئي.
- 4) قناعة الباحثة بأهمية أثر الإعلام المكتوب في تنمية الوعي البيئي، ورغبة الباحثة في معرفة أثر الإعلام المكتوب في تنمية الوعي البيئي
- 5) حداثة الموضوع وقلة الدراسات المحلية حول الإعلام المكتوب في تنمية الوعي البيئي.
- 6) قلة الوعي لدى شرائح كبيرة من المجتمع والمؤسسات بأهمية الإعلام المكتوب في تنمية الوعي البيئي.

### 3.1 أهمية الدراسة

#### الأهمية العلمية (النظرية):

- جاءت هذه الدراسة لتتم نقصا في الدراسات البحثية والأكاديمية التي تناولت موضوع أثر الإعلام المكتوب في تنمية الوعي البيئي.
- عدم وجود دراسات فلسطينية لقياس مدى قيام الإعلام الفلسطيني بالتوعية البيئية، وأثره في حماية البيئة.
- خطورة المشكلات البيئية التي تواجه المجتمع الفلسطيني والأرض الفلسطينية، خاصة في ظل الانتهاكات الإسرائيلية المتواصلة للأرض والبيئة الفلسطينية.
- الدور الذي يمكن أن تؤديه الصحافة المكتوبة في توعية المجتمع بيئياً.

#### الأهمية التطبيقية:

- المساعدة في وضع خطط مستقبلية للسعي إلى تعزيز أثر الإعلام المكتوب في تنمية الوعي البيئي.
- حث القائمين بالاتصال في الصحافة المكتوبة لزيادة التركيز على المواد التي تعالج القضايا البيئية.



- لفت نظر المسؤولين في السلطة الفلسطينية لزيادة الاهتمام بالبيئة الفلسطينية ومواصلة العمل على توعية أفراد المجتمع بيئياً، والعمل على إيجاد حل لمشاكل البيئة ومعاونة المواطنين اليومية خاصة التي ينشرها الإعلام المكتوب.

#### 4.1 مشكلة الدراسة:

على الرغم من اهتمام الدولة بالبيئة وتخصيص هيئة حكومية للشؤون البيئية يديرها رئيس بدرجة وزير، وجهود الجمعيات الأهلية العاملة في مجال البيئة، ومراكز الدراسات البيئية التابعة للجامعات، إلا أن المشكلات البيئية تتزايد مخلفة الكثير من الآثار السلبية على المجتمع وصحة الأفراد، وهي مؤشر واضح على وجود قصور لدى المؤسسات الإعلامية الفلسطينية في ممارسة دورها في نشر الوعي البيئي بين أفراد المجتمع، وعلى الرغم من أن وسائل الإعلام يمكن أن يكون لها دورها الفعال في تنمية الوعي البيئي إلا أن "عدة دراسات أوضحت أن الإعلام في الدول النامية، ومنها الدول العربية قد أخفق إخفاقاً كبيراً في نشر الوعي البيئي خاصة في المناطق الريفية" (الخويت، 1996).

وعلى الرغم من التوسع الكبير في الإعلام المرئي والمسموع والمكتوب في فلسطين إلا أن الاهتمام بالإعلام البيئي ما زال في البدايات ويعاني من نقص كبير في الكوادر المتخصصة في الإعلام البيئي، فالكوادر البشرية الموجودة اما اعلاميين، او بيئيين، ويصعب على الإعلامي التعامل مع المفاهيم البيئية، كما ان المتخصص في البيئة يحتاج الى مهارات اعلامية، ولأهمية الإعلام في صياغة مفاهيم وقيم المجتمع، الا ان المساحة البيئية الموجودة في وسائل الإعلام المكتوبة الفلسطينية تعاني من مشاكل سواء في المفاهيم والصياغات وطبيعة الاخبار، وعليه هناك حاجة لمعرفة مدى مساهمة وسائل الإعلام المكتوبة في صياغة الوعي البيئي، وتشكيل القيم البيئية في المجتمع الفلسطيني.

من هنا تتحدد مشكلة الدراسة في الأثر الذي يؤديه الإعلام المكتوب في تنمية الوعي البيئي، ومدى قدرة هذا الإعلام في معالجة قضايا البيئة لتكون وعياً للمواطن الفلسطيني، ومدى قدرته في التعبير عن مشاكل البيئة التي تعاني منها الأراضي الفلسطينية، وطبيعة

أهداف المواد الإعلامية المتعلقة بالبيئة ومصادرها وأشكالها وعناصر الإبراز المستخدمة فيها.

وبالتالي تتمحور مشكلة الدراسة في الإجابة عن السؤال الآتي :  
ما أثر الإعلام المكتوب في فلسطين ممثلاً بـ " صحيفتي القدس والايام " في تنمية الوعي البيئي؟

### 5.1 أهداف الدراسة:

نظراً للفجوة المعرفية حول الإعلام الفلسطيني ومساهمته في التوعية البيئية، وترسيخ القيم التنموية فإن الهدف الرئيس لهذه الدراسة يتمثل في: التعرف على أثر الإعلام الفلسطيني المكتوب في تنمية الوعي البيئي.

أما الأهداف الفرعية فيمكن تلخيصها فيما يأتي:

- 1) رصد القضايا والموضوعات التي تناولتها المادة الصحفية حول البيئة، وأهداف هذه المواد.
- 2) تحديد مصدر المادة الصحفية التي تناولت قضايا البيئة، والصحيفة التي نشرت هذه المادة، والأماكن التي تغطيها هذه المواد الصحفية.
- 3) التعرف على شكل المادة الصحفية التي تناول قضية البيئة.
- 4) التعرف على مكان نشر المادة الصحفية المتعلقة بالبيئة داخل الصحيفة.
- 5) تقييم مدى استخدام الألوان والصور في المادة الصحفية المتعلقة بالبيئة.

## 6.1 اسئلة الدراسة:

نظراً لندرة الادبيات الاساسية التي تناولت موضوع الإعلام البيئي واختفاء الصيغة العلمية في تناول الموضوع فإن السؤال الرئيس لهذه الدراسة يتمثل في: ما هو مدى تأثير الإعلام المكتوب في التوعية البيئية؟

أما الأسئلة الفرعية فيمكن تلخيصها فيما يأتي:

1. ما القضايا والموضوعات التي تناولتها المادة الصحفية حول البيئة في الصحف الفلسطينية عينة الدراسة؟
2. ما مصدر المادة الصحفية التي تناولت موضوعات بيئية في الصحف الفلسطينية؟
3. ما المصدر الأصلي (الأولي) للمادة الصحفية التي تناولت قضايا البيئة؟
4. أين مكان وقوع الحدث البيئي الذي نشرته الصحف؟
5. ما أسلوب عرض المادة الصحفية المتعلقة بالبيئة التي نشرتها الصحف الفلسطينية؟
6. ما شكل المادة الصحفية التي تناولت قضية البيئة في الصحف الفلسطينية؟
7. ما موقع المادة الصحفية التي تناولت قضية البيئة في الصحف الفلسطينية؟
8. هل تم استخدام عناصر الإبراز في المادة الصحفية التي تناولت قضية البيئة في الصحف الفلسطينية؟ وما هي؟
9. ما هدف المادة الصحفية التي تناولت القضايا البيئية؟
10. هل توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الصحيفة وفئة المصدر؟
11. هل توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الصحيفة والمكان الذي يتناوله الخبر؟
12. هل توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الصحيفة وشكل المادة الصحفية؟
13. هل توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الصحيفة ومدى استخدام عناصر الإبراز؟
14. هل توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الصحيفة وهدف المادة الصحفية؟

## 7.1 أسلوب القياس:

تستخدم الدراسة أسلوب التكرار الذي تظهر به الفئات أو الوحدات.

### وحدات التحليل:

وحدات التحليل هي الأمر الذي نقوم باحتسابه، وهي أصغر عنصر في تحليل المضمون، وأكثرها أهمية، وهي على النحو الآتي:-

1- الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية، وهي موضوعات البيئة وقضاياها.

2- وحدة مقاييس المساحة في صحف الدراسة والعناصر التيبوغرافية والكاريكاتير والرسوم والألوان وتستخدم هذه الوحدة لمعرفة حجم اهتمام الصحف عينة الدراسة بقضايا البيئة ومشكلاتها.

### فئات التحليل:

وهي أجزاء ذات خصائص أو سمات أو أوزان معينة، يتم تقسيمها بناءً على معايير للتصنيف يتم صياغتها مسبقاً، ولكل دراسة فئاتها الخاصة بها، وفي هذه الدراسة، تم تقسيمها إلى فئات المضمون وفئات الشكل:-

### أولاً: فئات المضمون:

فئة القضية أو الموضوع : وهي الموضوعات والقضايا البيئية التي تناولها الصحف عينة الدراسة، وتنقسم إلى فئات فرعية، وهي:

1/ أ: قضايا التلوث: ويقصد بها قضايا تلوث البيئة وهي على أشكال مختلفة منها:-

1/ أ/1: تلوث المياه:- وهي الموضوعات البيئية بالتلوث المتعمد لمياه الشرب ومصادر المياه الجوفية، وعيون المياه، والجداول، وأنابيب المياه، وتدمير شبكات المياه، وإطلاق مياه الصرف الصحي على مصادر المياه الجوفية وغيرها.

1/ أ/2: تلوث الهواء:- وهي موضوعات التلوث الهوائي الناتج عن عوادم المصانع، والتلوث من التدخين، والتلوث الناتج عن إلقاء الغازات السامة على المتظاهرين الفلسطينيين، وغيرها.

1/ أ/3: التلوث الغذائي:- وهي الموضوعات الخاصة بتلوث الغذاء والتربة نتيجة المبيدات السامة والغازات وغيرها.

1/ أ/4: التلوث السمعي والبصري: وهي الموضوعات المتعلقة بالتلوث الناتج عن الضوضاء السمعية، والأصوات المزعجة، والمناظر القبيحة في الطبيعة مثل: الكتابة على الجدران والأبنية القبيحة غير المتسقة، والإعلانات العشوائية وغيرها.

1/ أ/5: تلوث التربة: وهي حدوث تلوث في التربة نتيجة إلقاء مخلفات المصانع والمواد السامة أو دفنها في التربة، أو استخدام مبيدات حشرية في الزراعة ضارة بالتربة.

1/ أ/7: التلوث بشكل عام: وهي الموضوعات التي تناولت موضوع التلوث بشكل عام، وآثاره على البشرية وخطورته دون تحديد نوعه.

1/ ب: النظافة: هي موضوعات البيئة الخاصة بطرق النظافة، وتأثيرها على صحة الإنسان والبيئة في المنزل، والعمل والمدرسة والأماكن العامة وغيرها، بالإضافة إلى الحملات التي تنفذها المؤسسات، والأحزاب، والجمعيات لتنظيف الشوارع، والجدران والميادين، والشواطئ والحدائق والأماكن العامة.

1/ ت: استنزاف مصادر المياه: وهي الموضوعات التي تتعلق باستنزاف مصادر المياه الجوفية والأنهار، والإسراف في استخدامها بما يهدد الخزانات الجوفية بالنقص وزيادة الملوحة وغيرها.

1/ ث: تدمير الثروة الحيوانية: وهي الموضوعات المنشورة الخاصة بتدمير الثروة الحيوانية من قبيل الماشية والطيور وتدمير حظائر الحيوانات وغيرها.

1/ ج: تجريف الأراضي الزراعية: هي الموضوعات التي تتعلق بتجريف الأراضي الزراعية، والاعتداء على المزروعات وإتلاف المحاصيل الزراعية، واقتلاع الأشجار وحرقتها، وهدم المنشآت والدفينات الزراعية وغيرها.

1/ ح: النفايات والمخلفات: وهي الموضوعات التي لها علاقة بالممارسات الخاطئة في التفاعل مع النفايات المنزلية، والصناعية التي تلوث البيئة، ومنها: إلقاؤها في الشوارع والأودية وجرى الأنهار، وحرق النفايات وتراكمها نتيجة الإهمال، أو نقص الأيدي العاملة أو إضرابات عمال النظافة، بالإضافة إلى دفن قوات الاحتلال الإسرائيلي للنفايات الصلبة والسائلة الناتجة عن

المستوطنات والمصانع في الأراضي الفلسطينية، وإنشاء مكبات نفايات في هذه الأراضي وغيرها.

1/ خ: مياه الصرف الصحي: وهي الموضوعات المتعلقة بمياه الصرف الصحي ومشروعاتها وطرق معالجة المياه العادمة، ومشاكل شبكات الصرف الصحي في فلسطين وتدميرها.

1/ د: التشجير واستصلاح الأراضي: وهي الموضوعات البيئية التي تتحدث عن حملات التشجير، والزراعة، واستصلاح الأراضي، وزيادة المساحات الخضراء، وإنشاء الحدائق وأثرها على البيئة وغيرها.

1/ ذ: التغير المناخي والاحتباس الحراري: وهي الموضوعات الخاصة بالتغيرات الكبيرة التي تطرأ على المناخ في العالم، نتيجة عوامل التلوث المصانع، وتصرفات الإنسان التي تهدد كيانه ووجوده، ومن أبرزها: الاحتباس الحراري، واتساع ثقب الأوزون.

1/ ر: قضايا التصحر والجفاف: وهي الموضوعات التي تتعلق بزحف الصحراء على المناطق الخضراء في العالم، مما يهدد حياة الإنسان وازدياد الجفاف وقلة الأمطار وغيرها.

1/ ز: الطاقة البديلة: وهي الموضوعات التي تتعلق باستبدال مصادر الطاقة الحالية المسببة لتلوث البيئة بمصادر بديلة مبتكرة تحافظ على نظافة البيئة مثل الطاقة الشمسية، وطاقة الرياح، والوقود الحيوي من النباتات وغيرها.

1/ س: علاقات عامة ومناسبات: وهي الندوات والدورات وورشات العمل والمؤتمرات والاحتفالات التي تتعلق بالتوعية والتنقيف البيئي التي تنظمها المؤسسات الرسمية والتعليمية والجزئية والجهات الخاصة لتوعية المواطن بأهم المشكلات والقضايا البيئية في فلسطين، بالإضافة إلى برامج وحملات التوعية المختلفة التي تقوم بها الجهات الرسمية والأهلية وغيرها.

1/ ش: توزيع المياه بالضفة الغربية وغزة: وهي الموضوعات المتعلقة بطبيعة توزيع مياه الشرب في الضفة الغربية وقطاع غزة وكل ما يتعلق بذلك من مدى استهلاك المواطن وكل محافظة وغيرها.

1/ ص: المبيدات الزراعية: وهي الموضوعات التي لها علاقة بالمبيدات الزراعية وأنواعها المختلفة ومدى استخدامها في الأراضي الزراعية وأضرارها على التربة وغيرها.

1/ ض: مخلفات المصانع: وهي الموضوعات التي لها علاقة بالمصانع وأضرارها على التربة وغيرها.

2- فئة المصدر: وهي مصادر الموضوعات والقضايا البيئية في الصحف الفلسطينية عينة الدراسة وتنقسم إلى:

2/ أ: مصادر خاصة: وهي المصادر التي تعتمد فيها وسيلة الإعلام على هيئة تحريرها، وتكون خاصة وتنقسم إلى:

2/ أ/1: المراسل: وهو مندوب الصحيفة الذي يكتب الموضوع أو القضية البيئية من واقع الحدث وغيرها.

2/ أ/2: أخرى: بقية المصادر الخاصة مثل الكاتب الصحفي/ بريد القراء وغيرها.

2/ ب: المصادر العامة: وهي المصادر التي تتعامل مع وسيلة الإعلام ومع وسائل إعلامية أخرى وهي مصادر لجمع وسائل الإعلام. وتنقسم إلى:

2/ ب/1: وكالات الأنباء: وهي المؤسسات الإعلامية التي تعمل من خلال شبكة واسعة من المراسلين المنتشرين في مناطق مختلفة ويمكن تقسيمها إلى:

2/ ب/1/1: وكالات عالمية وهي الوكالات التي تعمل بشكل عالمي، فتغطي جميع أنحاء العالم، ومن أشهرها اسوشييتد برس الأمريكية، ووكالة رويترز البريطانية، ووكالات الأنباء الفرنسية (فرانس برس).

2/ ب/1/2: وكالات الأنباء الفلسطينية: وهي وكالات الأنباء الفلسطينية الرسمية منها وهي وكالة وفا الرسمية والخاصة وهي مثل وكالة معاً الإخبارية.

2/ ب/1/3: وكالات أنباء عربية: وهي وكالات الأنباء العربية مثل وكالة بتر الأردنية والشرق الأوسط المصرية وغيرها.

2/ ب/2: وسائل الإعلام الأخرى: وهي الصحف والمجلات المحلية والإذاعات وقنوات التلفزيون، ومواقع الإنترنت المحلية والأجنبية التي تنقل عنها الوسيلة الإعلامية أخبارها وموضوعاتها ومقالاتها.

2/ ج: متعدد المصادر: وهي الموضوعات البيئية متعددة المصادر مثل المراسل, ووكالة الأنباء (وفا) وغيرها.

2/ د: مجهول المصدر: وهي الموضوعات البيئية التي لم يحدد مصدرها.

2/ هـ: أخرى وهي المصادر كافة التي تذكر في الفئات السابقة مثل النشرات/ الوثائق/ الوكالات الخاصة وغيرها.

3- فئة مصدر المعلومات الأصلي (الأصول): وهي الفئة التي تشير إلى المصدر الأساسي

الذي اعتمدت عليه الصحف عينة الدراسة في استقاء المعلومات, وتقسم إلى:

3/ أ: الخبراء والمختصون: وهم الخبراء والعلماء وأساتذة الجامعات والباحثين في مجالات البيئة المختلفة.

3/ ب: مسؤولو البيئة: وهم المسؤولون الرسميون عن البيئة مثل العاملين منها وزارة البيئة الفلسطينية، والجهات البيئية الرسمية وغيرها.

3/ ج: الجمهور العادي: وهم شهود العيان والذين يتحدثون برأيهم عن قضايا البيئة، أو يشاركون في أحداث البيئة مثل: طلاب المدارس، والرجل العادي، وربات المنازل وغيرهم.

3/ د: المراجع والدراسات العلمية ومراكز الأبحاث: وهي الوثائق المكتوبة في كتب, ودراسات علمية وأبحاث بيئية، ورسائل علمية، واستطلاعات الرأي العام.

3/ هـ: الجمعيات والمنظمات البيئية: وهي مصادر المنظمات والمؤسسات والجمعيات الأهلية والمجتمعية العاملة في مجال البيئة والتنمية، بالإضافة إلى نشطاء البيئة وجماعات الضغط البيئية مثل منظمة السلام الأخضر العالمية، وجمعية الحياة البرية في فلسطين، والاتحاد العام لجمعيات البيئة الفلسطينية وغيرهم.

3/ و: مصادر المنظمات الحكومية والوزارات والبلديات: وهم رؤساء البلديات والمسؤولون والموظفون فيها والمجالس القروية ومجالس المحافظات وغيرهم.

3/ ي: أخرى وهي الفئة الخاصة بالمصادر الأولية للمعلومات غير ما ذكر سابقاً مثل الشركات والمؤسسات الربحية وغيرها.



- 4- فئة هدف المادة الصحفية: وهي القصد من وراء نشر المادة الصحفية في الصحيفة.
- 4/أ: نشاط: وهو أن تقوم الصحيفة بنشر مادة صحفية الهدف من ورائها هو أي حدث حصل كتنشيط قامت به أي جهة سواء كانت حكومية أو غيرها.
- 4/ب: توعوي: هو أن يتم نشر مادة صحفية الهدف من وراء نشرها هو توعية الآخرين بما في هذه المادة الصحفية.
- 4/ج: علاقات عامة: وهي علاقات يتم نشرها على شكل مادة صحفية كزيارات مسؤولين أو غيرها.
- 4/د: حدث: وهو حدث بيئي تم نشره في الصحيفة لمعرفة ما تم حدوثه كمادة صحفية.

- 5- فئة مكان الحدث: وهي الفئة الخاصة بمكان وقوع الحدث البيئي، وتنقسم إلى:
- 4/أ: الأراضي الفلسطينية المحتلة عام 1967 وهي الضفة الغربية بما فيها القدس وقطاع غزة.
- 4/ب: الأراضي الفلسطينية المحتلة عام 1948م: وهي بقية أرض فلسطين أو ما تعرف الآن بـ (إسرائيل).
- 4/ج: الدول العربية: وهي كل الدول العربية.
- 4/د: بقية دول العالم: وهي دول العالم باستثناء فلسطين والدول العربية.
- 4/هـ: غير محدد: عدم وجود مكان محدد للحدث البيئي.

#### ثانياً: فئات الشكل.

- أ: فئة شكل المادة الصحفية: وهي الفنون الصحفية التي نشرت بها الموضوعات والقضايا البيئية في الصحف عينة الدراسة وتنقسم إلى:
- 1/أ: الخبر الصحفي وهو المعلومات الدقيقة والصادقة التي تصف وتشرح واقعة جرت وتهم فئة من الفئات أو جماعة من الجماعات التي تعرفها لأول مرة.
- 2/أ: الحدث الصحفي: وهو من يقوم على الحوار بين الصحفي وشخصية أو عدة شخصيات؛ بهدف الحصول على معلومات وأخبار جديدة أو شرح وجهة نظر معينة أو تقرير موافق في حياة الشخصية.

- أ/ 3: المقال الصحفي: الأداة الصحفية التي تعبر عن سياسة الصحيفة وعن آراء بعض كتابها في الأحداث اليومية الجارية والقضايا التي تشكل الرأي العام.
- أ/ 4: التحقيق الصحفي: وهو تغطية تحريرية مصورة تضيف مزيداً إلى خبر أو موضوع قديم بالتقديم لظواهره, والربط بين أسبابه ونتائجه وآراء المتصلين به والوقائع المشابهة.
- أ/ 5: التقرير الصحفي: هو من يقع بين الخبر والتحقيق لأنه يسمع بإبراز الآراء الشخصية والتجارب للمحرر.
- أ/ 6: الصورة الصحفية: وهي الصورة المستقلة التي تقدم أخبار كاملة مع اعتمادها البسيط على كلمات.
- أ/ 7: الكاريكاتير: يعد من الفنون الصحفية الحديثة إذا كان مستقلاً عن الموضوعات الصحفية, وهو الشكل الغالب له, ويصنف من الأنواع الساخرة التي تعبر عن المواقف والأفكار بهدف إحداث تأثير معين.
- أ/ 8: أخرى: وهي الفنون الصحفية غير الذي ذكر سابقاً مثل بريد القراء أو خواطر وغيرها.
- ب: فئة الموقع: وهي مكان موضوعات وقضايا البيئة في صحف الدراسة وتفيد في التعرف على مستوى الاهتمام بهذه الموضوعات, وهي على النحو الآتي:
- ب/ 1: الصفحة الأولى: في الصحيفة وتنتشر الموضوعات البيئية في الصفحة الأولى.
- ب/ 2: الصفحات الداخلية.
- ب/ 3: الصفحة الأخيرة: وتأتي من حيث الأهمية بعد الصفحة الأولى.
- ج: فئة عناصر الإبراز: وهي العناصر التي تم استخدامه لإبراز موضوعات وقضايا البيئة في صحف الدراسة:
- ج/ 1: الصورة: وهي من أهم العناصر الطباعية المستخدمة في بناء الوحدات الطباعية لما لها من قدرات تأثيرية ومعاني مهمة للقراء.
- ج/ 2: الكاريكاتير.
- ج/ 3: أخرى: أي عناصر إبراز أخرى لم تذكر سابقاً مثل الرسوم الأرضيات وغيرها.

## الفصل الثاني

### الإطار النظري والدراسات السابقة.

#### 1.2 الإطار النظري

##### 1.1.2 الإعلام:

ويعرف الإعلام بأنه: كافة أوجه النشاط الاتصالية التي تستهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عن القضايا والموضوعات والمشكلات ومجريات الأمور بطريقة موضوعية وبدون تحريف، مما يؤدي إلى تكوين أكبر درجة ممكنة من المعرفة والوعي والإدراك والإحاطة الشاملة لدى فئة جمهور الملتقين للمادة الإعلامية بكافة الحقائق والمعلومات الصحيحة عن هذه القضايا والموضوعات، وبما يساهم في تنوير الرأي العام وتكوين الرأي الصائب لدى الجمهور في الوقائع والموضوعات والمشكلات المثارة والمطروحة (القحباني، 2006).

ويعرف كذلك بالتغير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في الوقت نفسه (الحوشان، 2004).

أو هو ذلك الإعلام الذي يسعى الى تحقيق أغراض حماية البيئة من خلال خطة إعلامية موضوعية على أسس علمية سليمة تستخدم فيها كافة وسائل الإعلام، وتخاطب مجموعة بعينها من الناس أو عدة مجموعات مستهدفة، ويتم أثناء هذه الخطة وبعدها تقييم أداء هذه الوسائل ومدى تحقيقها للأهداف البيئية لهذه الخطة الإعلامية (ملحة، 2000).

## 2.1.2 الإعلام البيئي:

تعتبر البيئة الوسيط أو المجال المكاني الذي يعيش فيه الإنسان، يتأثر به ويؤثر فيه، وهي المحيط الذي يعيش فيه الإنسان، ويشتمل كل ما فيه من تربة، وماء، وهواء، ومكونات جمادية، ومظاهر كونية (مطاوع، 1995).

وعند التطرق لمفهوم الإعلام البيئي، نلاحظ بأنه يتكون من مفهومين مترابطين ألا وهما: الإعلام والبيئية، فواجب الإعلام هنا نقل صور موضوعية وصادقة حول الأخبار والحقائق وعرضها على الجمهور من أجل تكوين رؤية واضحة وحقيقية حول موضوع معين في المجتمع الذي يعيشون فيه. والبيئة هي تشكل المحيط الذي يعيش به هذا الجمهور من أرض، وماء وهواء، إضافة إلى كل العناصر التي توجد حول الفرد وتشكل تأثيراً مباشراً على حياته. وهنا نلاحظ بأنه عندما يخاطب الإعلام البيئي الجمهور، فهو يشكل مصدر أساسي في نقل صورة واضحة من المعلومات التي تكون مرجعية فاعلة لما يدور حول الفرد، وحول أهمية الحفاظ على البيئة، والسلبيات التي ممكن تحدث للمجتمع بإهمالها وعدم رعايتها، هذا إضافة للكوارث التي ستلحق بالبشرية من عدم تبني استراتيجيات فاعلة للحفاظ عليها (غازي، 1988).

وأن ما ينبغي التأكيد عليه في مجال أثر وسائل الإعلام (الإعلام البيئي) في حماية البيئة هو أن هذا الدور يتميز عن سائر الوسائل الأخرى كالعلم والقانون والأسرة والمدرسة والجامعة وغيرها في ميزتين رئيسيتين وهما:

1. أن وسائل الإعلام تشترك مع كافة وسائل حماية البيئة الأخرى.

2. أن وسائل الإعلام، شأنها شأن بعض أنواع التربية غير الرسمية كدور العبادة مثلاً، لا تهم قطاعاً معيناً من الناس ولا تستهدف فئة عمرية محددة كما هو الحال في المدارس والجامعات، وإنما تستهدف قطاعات المجتمع كافة. وعليه فإن كل شرائح المجتمع، صغاراً وكباراً، ذكوراً وإناثاً، متعلمين وأمينين، حضريين، يمثلون المجتمع المستهدف لوسائل الإعلام (target population) في مجال التوعية البيئية. ويتضح من ذلك أن الإعلام البيئي له تأثير أساسي في حل كثير من المشكلات البيئية عبر وسائلها المتعددة ومتنوعة بعد ما يتم توضيح المشاكل أو المخاطر أو الكوارث التي تحدث في البيئة مهما كان سببها. أي سبب المشاكل طبيعية أم بشرية فبعدما تنبه إليها الإنسان وتعامل مع هذه الأحداث بعقلانية وحذر في النتيجة يؤدي إلى التصدي للمشاكل البيئية والمحاولة لحلها. (سعود، 2006).

أما علم البيئة من الناحية البيولوجية كما يعرفه (يسري دعبس) فهو يدرس مجموع العلاقات والتفاعلات بين جميع عناصر البيئة، والتفاعل بين مكونات البيئة عملية مستمرة، تؤدي في النهاية إلى احتفاظ البيئة بتوازنها ما لم ينشأ اختلال نتيجة لتغير بعض الظروف الطبيعية، أو الحيوية، أو تدخل الإنسان المباشر، وهو السبب الرئيس في اختلال التوازن البيئي في عصرنا الحالي، والذي يعد أبرز مظاهره التلوث البيئي ويشكل خطراً داهماً على صحة الإنسان، وحياته، وتطوره (دعبس، 1996).

وأبرز مظاهر الاختفاق في تنفيذ برنامج إقليمي للإعلام البيئي تكمن في إهمال إقامة قنوات اتصالات جدية بين الإعلاميين ومصادر المعلومات البيئية العربية، وعدم إيجاد آلية ثابتة لجمع المعلومات البيئية الإقليمية وتوثيقها وجعلها في متناول الإعلاميين العرب. فما تزال مصادر معلوماتنا الأساسية وكالات الأنباء الأجنبية، في غياب مصدر إقليمي موثوق للمعلومات البيئية (صعب، 2006).

ويمثل الإعلام أداة ووسيلة أساسية لا يمكن الاستغناء عنها أو تهيمش دورها بالنسبة لكل المجتمعات، حيث تضاعفت الوظائف المرتقبة من وسائل الإعلام، وتضاعف الوقت الذي

يخصه الفرد للتعامل مع مخرجات وسائل الإعلام حتى صارت وسائل الإعلام في عصرنا الحالي جزءاً مهماً من حياة المواطن (الحديدي، إمام، 2004).

أصبح لوسائل الإعلام بما تمتلكه من تقنيات حديثة قدرات بارزة على التأثير في المجتمعات، حيث إنها تعد نظاماً متكاملًا، يتأثر بالنظام العام للدولة، ويؤثر على أفرادها ومواطنيها، الأمر الذي دفع إلى الاعتماد عليها في الحملات الخاصة بالتوعية في مجالات متنوعة، ومنها التوعية البيئية (عوض الله، 1995).

تؤدي وسائل الإعلام دوراً كبيراً في جذب انتباه الجمهور، وتوجيه اهتمامه لقضايا معينة، وفي تحديد الموضوعات التي تشغل الرأي العام (طايح، 1992)، وتتركز أهمية الإعلام الأساسية في طرح المشكلات والقضايا الأساسية التي تعاني منها المجتمعات على الرأي العام، لتوجيهه وإرشاده لخطورتها، وقد تقدم الحلول المقترحة لحلها أو حصرها (البطريق، 2004).

وأضاف الشافعي (2008) أن الإعلام العربي يتعاطى بتهاون مع المشكلات البيئية، حيث لا تتجاوز المساحات التي تخصص لها أكثر من موضوع أو صفحة أسبوعية بالأكثر في الصحف، وكذلك في وسائل الإعلام الأخرى من مرئية ومسموعة وإلكترونية، ومعظم الإعلاميين يفتقرون إلى التخصص بهذا المجال.

ويرى الشافعي (2008) أن معظم ما يُنشر في الإعلام العربي يتركز على نقل ما يطلق من مبادرات إيجابية ودعوات جادة، ونداءات حارة، وقوانين محلية ودولية، إضافة إلى تغطيات مجتزأة لمؤتمرات وندوات وورش عمل تُطلق توصيات ونصائح وتوجيهات. إلا أنه أشار إلى أن الإعلام مسؤول أمام الجمهور ولا تقل مسؤوليته عن مسؤولية الجامعات والمؤسسات البيئية والوزارات والحكومة، باعتباره مصدر المعرفة الأول والأساسي لكل الناس. وتنمية الإعلام البيئي مطلوبة بإلحاح ليشكل حلقة وصل بين العلم والأحداث والكوارث

البيئية من ناحية، وبين الجمهور الذي يفترض أن يؤدي الدور الأكبر في حماية الطبيعة والتنوع الأحيائي من ناحية ثانية.

و عرف الشافعي (2008) الإعلام البيئي أنه أحد تخصصات الصحافة والإعلام، وبدأ يظهر بعد مؤتمر البيئة في ستوكهولم عام 1972م. وهو يختص بالقضايا والموضوعات ذات الصلة بالطبيعة والبيئة وانعكاس حالتيهما على مجمل حياة البشر: الصحية، والاقتصادية، والعلمية، والسياحية، والثقافية، والتراثية وغيرها. وهو أيضاً حلقة وصل بين العلوم المتعلقة بالبيئة والجمهور، ويهدف إلى تشكيل رأي عام للمجتمع في هذا الاتجاه.

### 3.1.2 الوعي البيئي:

ارتبط مفهوم الوعي البيئي بتطور مفهوم البيئة التي اتسعت جوانبها الى المجالات الاقتصادية والثقافية والاجتماعية، ولم تعد محصورة في عناصرها البيولوجية، والفيزيائية بحيث اصبحت أهداف الوعي البيئي هي التعريف بالتأثيرات البيئية المختلفة على الكائنات الحية والبيئية مما ينعكس على النظام البيئي ايجابيا أو سلبيا وبشكل مباشر بنوعية الحياة (العوضي، 1996).

يحثل الإعلام مكانة هامة لدى المجتمعات اليوم، لأنه بفضل ما يمتلكه من تقنيات حديثة، وقدرة واسعة على الانتشار بين فئات المجتمع بمختلف مستوياتها الثقافية والفكرية والاجتماعية، أصبح الأداة المناسبة لتوجيه المجتمع ونقل المعرفة، وأن كان الإعلام والاتصال ليس نشاطاً حديثاً " فالاتصال هو النشاط الأساسي للإنسان ومعظم ما نقوم به حياتنا اليومية أن هو إلا مظاهر مختلفة لما نعينه بالاتصال الذي يحدد بدوره معلم الشخصية الإنسانية، من خلال ممارستها الاتصالية" (شرف، 1989).

ولكن المقصود هنا هو ذلك التقدم الذي شهدته وسائل الإعلام والاتصال في العصر الحالي، مما زاد من أهميتها، ودورها في حياة المجتمعات، بل أصبح لهذه الوسائل قدرة

السيطرة على الأفراد والتأثير فيهم، وبخاصة في القضايا المهمة، وخلق رأي عام حولها، ومن ثم فإنه في ما يختص بقضايا البيئة فإن "المهمة التي يمكن أن تضطلع بها وسائل الإعلام هي تحريك الاهتمام الجماهيري بجرائم البيئة وبلورة رأي عام قادر على التصدي لها" (عبد النبي، 1992)، فوسائل الإعلام من أكثر المؤسسات التربوية قدرة على نشر الوعي البيئي بين أفراد المجتمع.

ويهدف الإعلام البيئي إلى تنمية الوعي والمسؤولية البيئية لدى الجمهور والمسؤولين وتوجيه سلوكهم وأنشطتهم للوصول إلى حال من الوعي الكامل بالقضايا البيئية، ما يؤدي إلى تغيير في نمط حياة المجتمع وسلوكياته الضارة بالبيئة والطبيعة، ومن ثم التعامل بتلقائية وعفوية وإحساس معهما. ويهدف الإعلام البيئي إلى إعلام الإنسان بضرورة تحقيق توازن بين مصالحه وأنشطته من جهة، واستدامة الطبيعة وعناصرها من جهة أخرى، بما يضمن استمرار حياته على الأرض وديمومة بقاء الحياة الفطرية وبيئتها الطبيعية وتحسين نوعيتها. بمعنى آخر، يهدف الإعلام البيئي إلى حماية الإنسان من الطبيعة، وحماية الطبيعة من الإنسان، وتحقيق تنمية مستدامة.

وعن أهمية الإعلام البيئي اشارت الباحثة الى الحاجة الماسة له عند ظهور مشكلة بيئية مثل التلوث وانتشار الأوبئة والآفات الزراعية التلوثات البحرية كما انه معني بكل الأحداث المعاصرة التي تتمثل في التلوث بكل أشكاله، في البراري والبحار والأنهار والغابات، وللإعلام البيئي حضور أشمل وأعمق يبدأ منذ لحظة ولادة الاستراتيجيات والقرارات السياسية والتجارية والتشريعات المختلفة، وما ينتج عنها من تأثيرات على البيئة والطبيعة والتنوع الأحيائي، وفي نهاية المطاف على نوعية حياة البشر وحقوقهم.

وللتعرف على أهمية وسائل الإعلام وخصائصها لا بد من الكشف عن دورها التوعوي، فالإعلام هو المحرك والمعبر عن مقومات النشاط الاجتماعي، وهو الذي يعلو بالإنسان عن غريزته إلي المطامح الحضارية، وهو المنبع المشترك الذي ينهل منه هذا



الإنسان الآراء والأفكار، وهو الرابط بين الأفراد، والموحي إليهم بشعور الانتساب إلي مجتمع واحد، وهو الوسيلة لتحويل الأفكار إلي أعمال" ( المصمودي، 1985).

وهذا النشاط من نقل معرفي وتحويل المعرفة إلي سلوك، ما هو إلا عمل التربية، من ثم يمكن للإعلام أن يشارك مشاركة فعالة في نقل مفاهيم الوعي البيئي إلي الأفراد، وينمي بينهم الشعور بأهمية الحفاظ على البيئة التي يشتركون في العيش فيها خاصة، وأنه من المعروف أن دور الإعلام مشارك أساسي في عملية التربية والتنشئة، بل أصبح معروفاً أن تأثير الإعلام قد يفوق تأثير المدرسة بحكم عوامل كثيرة (علي، 1995) ومن هذه العوامل أن لكل وسيلة من وسائل الإعلام ما تتميز به من خصائص تختلف عن الأخرى مما يجعل لها أهميتها في الدور التربوي للإعلام، ويمكنها من مخاطبة شريحة ما من شرائح المجتمع بشكل أفضل من غيرها، ولهذا فإن نشر الوعي البيئي يحتاج إلي الوسائل المسموعة والمرئية والمقروءة ليصل إلي قطاعات المجتمع كافة، فنظراً لارتفاع نسبة الأمية في المجتمع تصبح للإذاعة أهميتها كوسيلة للتثقيف وجعلها تتميز عن غيرها من أجهزة الثقافة الأخرى، لأن الاستماع إلي الكلمة المنطوقة من الراديو لا يحتاج إلي معرفة بأصول القراءة والكتابة كما هو الحال بالنسبة للصحيفة (جاد، 1983).

وأن كانت فئات المجتمع جميعها في حاجة إلي التوعية البيئية، فإن الفئة غير المتعلمة تكون من أشد الفئات حاجة إلي هذه التوعية، وأيضاً ما تشير إليه الدراسات من انتشار أجهزة الاستقبال الإذاعي في العالم والذي كان يوجد به عام 1969 حوالي 653 مليون جهاز راديو لاستقبال البرامج الإذاعية، تشير التقديرات الحديثة أن عدد أجهزة الاستقبال الإذاعي في العالم تبلغ ملياراتاً ومائتين واثنين وعشرين مليوناً وستة عشر ألفاً وثلاثمائة وستة وثلاثين جهازاً (العبد، 1997)، وذلك الانتشار يزيد من أهمية الوسائل المسموعة في نشر الوعي البيئي، وفي مجال الإعلام المرئي يصبح للتلفاز أهميته في مجال التوعية البيئية، وذلك لانتشار أجهزة التلفاز كما التلفاز أكتسب ميزة الصدق لاعتماده على الصورة التي تتميز عن الكلمة المسموعة بأنها وسيلة إقناعية تضيء الصدق (العبد، 1997)، أما الصحيفة كونها رسالة

تستهدف خدمة المجتمع والإنسان الذي يعيش فيه، وهي بهذا المعنى متصلة بالواقع الاجتماعي والاقتصادي في المجتمع الذي تصدر به الصحيفة (أبوزيد، 1998).

والصحفيون البيئيون يحتاجون إلى مصادر معلومات أكثر من غيرهم لتعزيز قصصهم، وفي بعض القصص البيئية التي تنشر على صفحات الجرائد تكاد يكون أكثرها بحثاً متعمقة. كما يجب أن يتعمق الصحفيون البيئيون في التقارير والمصطلحات العلمية (Doppy, 1995).

وفي بعض الأحيان يكون التحدي الأعظم حين يتحدثون مع العلماء أنفسهم، والسبب في ذلك أن العلماء يقضون سنوات طويلة لفهم ظاهرة من ظواهر الحياة، والصحفيون يتدربون ليصبحوا خبراء في موضوع ما خلال يوم واحد، وعندما يفتقر الصحفيون إلى معرفة الحقائق العلمية والعملية، ويحبطون أكثر عندما لا يستطيع العلماء توضيح وتبسيط ذلك لهم . وأجهزة الإعلام تعتمد على القراء في استمرار الصدور لذلك ينبغي أن تكون القصص المنشورة مثيرة، سريعة الفهم سهلة من قبل أغلب القراء، لأنه من غير المفيد نشر موضوع معقد، لهذا يركز الصحفيون في أغلب الأحيان على كل ما هو بسيط (palen, 2005).

#### 4.1.2 أهداف الإعلام البيئي:

يحمل الإعلام والاتصال معنى واحد، فمصطلح الإعلام هو التعبير عن ظاهرة الاتصال الواسع، لأنها إدلاء من جانب واحد لا يعبر عن التفاعل والمشاركة، في حين أن كلمة اتصال تعني التفاعل والمشاركة (عبيد، 1997).

ولضمان الإدراك و الفهم الصحيحين للعلاقة التي تربط الإنسان بالبيئة ينبغي الإهتمام والعناية بقتوات الإتصال و قدرتها على الأداء الجيد في إيصال المعلومات البيئية .

- تكوين الموقف والقيم (البعد المعياري): و المقصود بها مساعدة الأفراد والجماعات على إكتساب مجموعة من مشاعر الإهتمام بالبيئة، وإكتساب المهارات المختلفة لتحديد مشكلاتها وكيفية حلها، و جعل الأفراد و الجماعات على معرفة بوسائل حماية البيئة .  
وتستطيع وسائل الإعلام أن تخلق أنماط جديدة من الإتجاهات الإيجابية لما لها من دور محوري في تنمية المواقف و القيم المختلفة، إضافة إلى إعداد جمهور يتقبل تغيير مواقفه وقيمته التقليدية وسلوكياته المضررة بالبيئة و التأثير فيه من أجل تحسينها .

- المشاركة (البعد الإنفعالي): و هي إتاحة الفرصة للأفراد و الجماعات للمشاركة الفعالة في كافة المستويات على حل المشكلات البيئية، وقد اثبتت التجارب أن إشراك الناس في وضع القرارات التي يتعلق بها مستقبلهم أمر ضروري .

وفي هذا الصدد ينبغي على وسائل الإعلام أن تخلق قنوات للحوار الإجماعي بين المواطنين للوصول إلى القرار المشترك مما يساعد على خلق تيار شعبي ضاغط على الحكومات عندما يتعلق الأمر بالبيئة .

ولتحقيق استمرارية هذا الحوار يتحتم على وسائل الإعلام تخصيص مجال مفتوح لطرح آراء وأفكار ومقترحات الجمهور المهتم بالبيئة، ونقل مشكلات بيئتهم إلى الجهات البحثية والتنفيذية ومتخذي القرار (صالح، السيد، 2003).

### 5.1.2 برامج واستراتيجيات الإعلام البيئي:

ان مهمة الإعلام البيئي والمتمثلة في نشر التوعية والثقافة البيئية بأسلوب وبلغه وبتقنيات تكون سلسلة بسيطة ومفهومة وجذابة للمستقبل بعيدة عن المصطلحات الفنية واللغة العلمية التي تنفر القارئ وتجعله يهرب من كل شيء له علاقة بالبيئة. إضافة الى أهتمامه بقضايا البيئة وحمايتها بصفة دورية ومستمرة وعلى مدار السنة، أي ليس بطريقة موسمية أو ظرفية أو حسب المناسبات. والهدف هو ترشيد السلوك البيئي عن طريق الوعي والثقافة والإدراك البيئي وتشجيع السلوك البيئي الإيجابي عند الأفراد والجماعات و المؤسسات وكذلك العمل على تبني ووضع وتطوير برامج تعليمية وتربوية على مستوى المؤسسات التعليمية

لحماية البيئة ونشر الثقافة البيئية والسلوك البيئي الناضج والوعي بإدخال الأجندة البيئية للمناهج التربوية والأسرة والجمعية والمؤسسة ومختلف مكونات ومؤسسات المجتمع، وأشار قراط الى دور الإعلام البيئي على مستوى التشريع والقوانين سواء محليا أو دوليا في إطار المنظمات المختصة لمعالجة القضايا البيئية التي تتطلب مسؤولية ومهمة السلطة التشريعية والسلطة التنفيذية و كذلك مهمة و مسؤولية المنظومة الدولية (قراط، 2013).

لئن كان الإعلام أداة رئيسية لتحقيق السياسة البيئية، فهو لا يكون فعالاً إلا بالتكامل مع الأدوات الأخرى، من تشريعات وقوانين وحوافز وروادع مالية. فمجرد الاطلاع على المشكلة لا يؤدي دائماً الى استعداد الفرد للمشاركة في حلها، بما قد يستتبعه هذا الحل من قيود. إن نجاح التدابير البيئية على المستوى العام مرتبط بتناسق هذه الأدوات الثلاث ودعمها بعضها بعضاً في حلقة مترابطة. فالإعلام قد يسهل مهمة إقناع الناس بالقوانين، كما قد تؤدي القوانين الى دفع الناس لتقبل الرسالة البيئية. وتساهم الحوافز والروادع المالية في حصول تقبل أفضل للقوانين وتطبيقها بفعالية (صعب، 1997)

ولقد أصبح واضحاً بأن حماية وسلامة الموارد البيئية والتراث هي مسؤولية كل مواطن، وهذا يتطلب وعياً إعلامياً بيئياً تربوياً، لذلك يجب تطوير الوعي البيئي عند المواطن للتعامل مع البيئة بحكمة ورشد. فلا بد من وجود استراتيجية للتوعية البيئية لكي تسعى لتطوير القدرات البيئية في مجالات التعليم والتوعية والإتصال البيئي لغايات المحافظات على عناصر البيئة، والعمل معها بعقلانية لتحقيق تنمية مستدامة تسهم في تحسين نوعية الحياة للمواطن، والرفاه للأجيال (عريبات، ومزاهرة، 2004).

إن قضايا الإعلام والبيئة متشابكة ومترابطة لذلك أصبحت مشكلات التلوث من أولويات واهتمامات وسائل الإعلام والرأي العام خاصة في المجتمعات المتقدمة صناعياً، ومما لا شك فيه أن مسببات اختلال التوازن البيئي لم تعد مقتصرة على الإفرازات السلبية للتقدم العلمي والتكنولوجي والاقتصادي الذي أحرزه الإنسان في عصرنا الحالي، بل يمكن أن يتعدى

ذلك إلى وجود مسببات اجتماعية متعلقة بدرجة الوعي البيئي، فلا يمكننا الفصل بين العوامل الاجتماعية المتعددة وقضايا البيئة.

إن غياب الوعي الاجتماعي بمظاهره المختلفة نتائج متعددة يمكن حصرها في مظاهر السلوك الاجتماعي الذي يصدره الإنسان من غير وعي ويؤدي إلى عواقب ضارة ومتعددة على مظاهر الحياة الاجتماعية والاقتصادية والثقافية، ويؤثر هذا السلوك بدوره تأثيراً مباشراً على تدمير مقومات النظام البيئي (البطريق، 2004).

ويتحدد دور الإعلام خلال مراحل السياسة البيئية كما يلي:

**أولاً:** مرحلة تعيين المشكلات البيئية، وفيها يتمحور دور الإعلام على وضع قضايا بيئية محددة على جدول الأعمال السياسي. هنا تلعب الهيئات الأهلية والعلمية دوراً أساسياً في التنبيه إلى مشكلات بيئية معينة تؤثر في مجموعات من الناس. كما يساعد الإعلام في استقطاب الانتباه والدعم لقضايا محددة وإقامة حوار مع المسؤولين وقادة الرأي.

**ثانياً:** مرحلة الاتفاق على السياسات البيئية، وفيها يساعد الإعلام على فهم أفضل لدوافع السياسات البيئية وخلفياتها، ويسهل إقرارها رسمياً وقبولها شعبياً. وهو هنا يتوجه إلى صانعي القرار والرأي العام معاً.

**ثالثاً:** مرحلة تنفيذ السياسات البيئية، وفيها يساعد الإعلام في تطوير مواقف شخصية ومجتمعية ملائمة للتعامل مع التدابير البيئية، ويعمل على استمرار التزام الناس بهذه المواقف الجديدة. كما يشرح الإعلام مضامين التشريعات والقوانين المرتبطة بالبيئة، وأثرها على الناس المعنيين (صعب، 1997).

## 6.1.2 أساليب إعلامية:

- يتمثل دور الإعلام في حماية البيئة، والتربية البيئية، بالأساليب التالية:
- 1- تنفيذ محاضرات متخصصة وندوات وحلقات بحث لنشر التوعية في قضايا البيئة.
  - 2- تنفيذ البرامج الإذاعية والتلفازية التي تكشف الحقائق البيئية للمواطن.
  - 3- تسخير الصحافة لنشر الوعي البيئي عبر مقالات وتحقيقات ورسوم وصور؟
  - 4- تشجيع الأفراد على زيارة المتاحف والمعارض وحدائق الحيوانات والمحميات الطبيعية.
  - 5- تشجيع الأفراد على تشكيل النوادي والجمعيات المهنية والهيئات الأهلية.
  - 6- إنجاح برامج التوعية الصحية وبرامج التنظيف التي تنفذها المؤسسات الحكومية.
- وهناك دور للمنظمات غير الحكومية في التربية البيئية ودور الديانات السماوية في حماية البيئة (عريبات، ومزاهرة، 2004).

وقد أشارت الأبحاث التي أجرتها منظمة اليونسكو في التسعينيات من القرن الماضي إلى التقنيات الإعلامية التي يمكن أن تقوم وسائل الإعلام من خلالها بنشر الأفكار الجديدة، وهي ما يلي:

- 1 - الحث أو التنشيط وذلك من خلال البرامج المصممة لإثارة الاهتمام والتنبيه وألحت على ضرورة تبني فكرة جديدة.
- 2 - التقييم، وذلك من خلال البرامج المصممة لتقديم المعلومات لهؤلاء المهتمين بموضوع معين ويبحثون مواد إضافية (وصفية - تحليلية) لكي تساعد على تقييم ما يبحثون فيه.
- 3 - الأخبار، ويقصد بها تقديم الفقرات الإخبارية البسيطة التي تتضمن المعلومات الجديدة المرتبطة بالجوانب المختلفة للمسألة محل الاهتمام.
- 4 - التعزيز، وتدور في نطاق وضع خطة إعلامية لدعم الاهتمام بالمسألة المطلوب تبنيها من جانب المتلقين، والتأكيد باستمرار على الرؤية المطلوب توصيلها للمتلقي من خلال التكرار والاتصال غير الممل (أبو عامود، 1992).

## 7.1.2 الصحافة المكتوبة والبيئة:

البيئة منظومة تضم كل العناصر الطبيعية والحياتية والتي توجد حول الكرة الأرضية وعلى سطحها وفي باطنها، والهواء ومكوناته والطاقة ومصادرها والمياه، وسطح التربة وما يعيش عليها وبدخلها من نبات وحيوان، والإنسان بثقافته وعلاقاته الاجتماعية (سويلم، 1999)، ويعرفها معجم العلوم الاجتماعية بأنها العوامل الخارجية التي يستجيب لها الأفراد والمجتمع بأسره استجابة فعلية أو استجابة إجمالية مثل العوامل الجغرافية، والمناخية كالحرارة والرطوبة، والعوامل الثقافية التي تؤثر في حياة الفرد والمجتمع وتشكلهما وتطبعهما بطابع معين (مذكور، 1975) وتعرف أيضاً بأنها الوسط المحيط بالإنسان، والذي يشمل الجوانب المادية وغير المادية، البشرية وغير البشرية، فالبيئة تعني ما هو خارج كيان الإنسان (أرناؤوط، 1994).

ويمكن أن نخلص إلى: أن البيئة ذات بُعدين، بعد مادي ويشمل ما يحيط بالإنسان من مظاهر طبيعية، وبعد اجتماعي يشمل كل علاقات الإنسان وثقافته وتفاعلاته، ومن خلال العلاقة بين البعدين نجد فيها أن البيئة الطبيعية تمارس تأثيرها على الظواهر الاجتماعية بشكل مباشر وغير مباشر، فإن الأساس المادي هو الذي يوجد الظواهر الاجتماعية ويضمن لها الاستمرار (خمش، 1999)، يتضح من هذا أن هناك تأثير وتأثر متبادلان بين البعد المادي والبعد الاجتماعي للبيئة، فالبيئة الطبيعية تؤثر على نوعية نشاط الإنسان، فالبيئة تحدد نوع النشاط الاقتصادي الذي يمارسه الإنسان، وكذلك علاقاته الاجتماعية، فالترابط الاجتماعي في البيئة الريفية يقابله التباين الاجتماعي في البيئة الصناعية، والإنسان باعتباره الوحدة الأساسية للبيئة الاجتماعية يؤثر في البيئة الطبيعية كما يتأثر بها، وهذا التأثير إما بالسلب أو الإيجاب، وسلوك إنسان في عصر العلمية والتكنولوجية كان لها أثرها السلبي على البيئة الطبيعية، لأن الإنسان بدلا من أن يستفيد من التطور العلمي والنمو التكنولوجي لتحسين نوعية حياته وبيئته الطبيعية، أصبح ضحية لهذا النمو الذي أفسد البيئة الطبيعية وجعلها في كثير من الأحيان غير ملائمة لحياته (أبو سرحان، وهماش، 1987).

فالبينة هي ذلك المحيط الواسع الذي يضم كل اشكال الكائنات الحية المرئية وغير المرئية بما فيها الانسان وعلاقتها المتشابكة والمترابطة (الباز، 2001).

ويمكننا معالجة مواضيع البيئة في الصحف اليومية من خلال ما يلي:

- 1- استكتاب عدد من الكتاب المعروفين في مجال البيئة من المختصين والمهتمين بهذا المجال.
- 2- نشر المعلومات البيئية ودرجة التلوث ومخاطره على الإنسان والكائنات الأخرى في قوالب فنية ( كالروبورتاج والتقارير والأعمدة...وغيرها)، والتعريف بقوانين البيئة.
- 3- الإعلان عبر الصحف عن أهم المواد الملوثة للبيئة ووسائل تجنبها والوقاية منها.
- 4- الاعتماد على أسلوب الإثارة بدرجة معينة لجذب القراء نحو هذه المواضيع.
- 5- عرض نماذج من التجارب الناجحة في مجال حماية البيئة ومكافحة التلوث (صعب، 2001).

### 8.1.2 المشاكل التي يواجهها الإعلام البيئي:

وإذا كانت المشكلة في الماضي قلة الأخبار البيئية، فقد تكون المشكلة اليوم كثرتها. غير أن الأخبار والإشاعات شيء، والمعلومات الموثوقة شيء آخر. ففي خضم هذا الكم الهائل من الأخبار البيئية العالمية، تحول معظم الإعلام البيئي العربي الى نقل مبعثر لأخبار مشتتة غير مترابطة، ينقصها التوثيق والتحليل، فأصبحنا نقرأ عن تغير المناخ والتصحر كأننا نتابع روايات عنصرة والزير. ولعلنا نجد في صحافتنا معلومات عن صحراء أريزونا أكثر مما نجد عن الربع الخالي أو الصحراء التي تمتد بين بيوتنا.

وقال نجيب صعب: سألت مذيعة في مقابلة تلفزيونية مرة عن تأثير بيوت الزراعة البلاستيكية (Green houses) على تغير المناخ، بعدما ضاعت في المعلومات المشتتة التي قرأتها بين ظاهرة الدفيئة أو الاحتباس الحراري (Green house effect) وبيوت الزراعة البلاستيكية (Green Houses)، فاختلط عليها التشبيه، وظنت أن هذه البيوت الزراعية هي سبب الاحتباس الحراري في جو الأرض. هناك تقصير في توفير المعلومات،



تتحمل جزءاً كبيراً منه المنظمات المختصة. فالصحافي يحتاج الى معلومات موثوقة وخلفيات علمية لدعم تحقيقاته، وليس الى نشرات ملونة تضم أخباراً اجتماعية مبعثرة وعرضاً لإنجازات لم يعرف بها غالباً إلا كتابها. ويبدو أن أفضل ما يطبقه البعض من رسالة البيئة هو إعادة التدوير (re-cycling). غير أنه، في هذه الحال، لا يتعدى إعادة تدوير الكلام نفسه، الى أن يفقد كل فكرة وكل معنى. لقد طلبنا من منظمة مختصة بمعلومات جديدة عن موضوع هو في صلب اختصاصها، فأرسلت لنا بعد أسابيع تقريراً قالت إنه الأفضل والأحدث، واكتشفنا أننا نحن وضعناه لهذه المنظمة منذ عشرين سنة (صعب، 1997).

هناك مجموعة من المشاكل التي يواجهها الإعلام البيئي في الوطن العربي منها عدم توفر المعلومات للجمهور ولوسائل الإعلام وبالتالي أكد أنه لا نستطيع الكلام عن التوعية البيئية والإعلام البيئي والتنقيف البيئي في غياب بنك معلومات وآليات لتخزين وتوفير وتداول المعلومة في هذا المجال. حيث أننا نعيش في العصر الرقمي وعصر الإنترنت وهذا الأمر يتعلق في المقام الأول بتقديم البيانات والمعلومات والمعطيات إذا أردنا أن نؤثر في الرأي العام ونؤثر في الإدراك والسلوك عند المستقبل. وهناك مشكلة أخرى محورها اعتماد الإعلام البيئي على الوسائل التقليدية وعدم تكيفه مع الوسائط العصرية الحديثة التي تتناغم وتتناسق مع العصر الرقمي لمواكبة التطور المعلوماتي والمعرفي. وأشارت الباحثة الى إفتقاد الإعلام البيئي للكادر الإعلامي المتخصص والمتمرس والمؤهل. نظراً لعدم استجابة أقسام وكليات الإعلام لمتطلبات واحتياجات السوق وعدم التنسيق الكافي بين المؤسسات الإعلامية من جهة والمؤسسات الأكاديمية من جهة أخرى (قيراط، 2013).

غياب مناهج إعلامي واضح للتعامل مع القضايا البيئية و نقشي ظاهرة اللامبالاة و عدم الاهتمام بالقضايا البيئية في المجتمع سواء على المستوى الفردي أو العائلي أو المؤسساتي أو ما يتعلق بالمجتمع المدني أو المجتمع السياسي أو ما يتعلق بالمدرسة أو الأسرة أو المسجد. ويشير الى أن الظن بأن القضايا البيئية هي من اختصاص وسائل الإعلام و المؤسسة الحكومية التي تشرف على قضايا البيئة فقط لا غير، ظن خاطئ لأن البيئة هي مسؤولية الجميع (قيراط، 2013).

وعزا صحفيون إهمال الإعلام الفلسطيني للقضايا البيئية جراء تزامم الأحداث السياسية على الساحة الفلسطينية، وتقسيم الأولويات الصحفية التي يحددها الشارع لنفسه حيث يحظى الوضع السياسي باهتمام الشارع، يليه الاقتصادي ومن ثم الوضع الاجتماعي وهذا ينعكس على وسائل الإعلام التي تسعى وراء الشهرة والانتشار الأوسع، والاتجاه نحو القضايا التي تجلب الدعم المادي للمؤسسة الإعلامية، ولانعدام الثقافة البيئية والوعي البيئي لدى الشارع الفلسطيني فإن وسائل الإعلام أسقطت هذا الأمر عن نفسها فهيمت ما يهيمه الشارع. ورأى آخرون أن الإعلام الفلسطيني بمجملة إعلام حزبي ويخضع لسياسة الحزب الذي يتبعه، والأحزاب السياسية لا تهتم بقضايا البيئة، وإنما تركز على نشر أفكارها ومبادئها بما يخدم مصالحها فهيمت الموضوع البيئي وهمشته بأجنداتها الحزبية (شاهين، 2008).

كما أشارت سمر شاهين إلى خلو الوطن العربي بشكل عام وال الضفة الغربية وقطاع غزة بشكل خاص من خبراء البيئة وان معظمهم مجرد متخصصون لا يمتلكون الخبرة الكافية لطرح قضايا بيئية جادة، هذا بالإضافة إلى النقص الحاد في الإمكانيات المادية، وغياب التوعية بأهمية البيئة من المناهج الدراسية. ورأوا إلى أن وسائل الإعلام المحلية لا تمتلك الصحفيين ذوي الكفاءة لطرح القضايا البيئية وأن معظم الصحفيين فكرهم ينحصر في تغطية الأحداث والأخبار السياسية، والكثير منهم لا يحمل شهادة جامعية ويعتمد على بعض الدورات التي تلقاها في مجال الصحافة والإعلام، فيما عزا اعلاميون آخرون السبب إلى خصوصية الوضع الفلسطيني بوجود الاحتلال وما يصاحب ذلك من أهمية التركيز على القضايا اللحظية المتعلقة بالاحتلال وانتهاكاته المختلفة (شاهين، 2008).

ان انسجام الإعلام البيئي مع ظروف الاحتلال جعلت الإعلام المتخصص ليس على رأس أولويات وسائل الإعلام، إضافة إلى قلة الكوادر الإعلامية المدربة والمتخصصة في مجالات الحياة المختلفة.

الإعلام البيئي الفلسطيني جاء ضمن تطور الإعلام المتخصص، رغم أنه ما زال أقل تطوراً وانتشاراً من غيره من الأنواع، مثل إعلام المرأة، والتربية، والطفل والأسرة والديمقراطية وحقوق الإنسان والثقافة.

الصحف اليومية والمجلات في العادة لا تخصص صفحات للبيئة، وتناول الأمور البيئية قليل جداً، ولا يعتمد بالضرورة على الكادر الصحفي من مراسلين أو محررين، وإن إثارة الأمور البيئية تأتي من خارج الصحف، وأشار يقين (2006) الى ان ذلك يعود إلى نقص خبرة الصحافيين العلمية، إضافة إلى أن التحقيقات الصحفية تعاني من الضعف في الصحف الفلسطينية بشكل عام كونها تحتاج الوقت والمعرفة والتدريب والتحليل والوصف والمقابلة وغير ذلك من المهارات (يقين، 2006).

لا يمكن تحميل وسائل الإعلام وحدها مسؤولية التقصير في إنتاج اعلام يتصدى لقضايا البيئة والتنمية المستدامة بفعالية. فهذه مرتبطة بحلقات ثلاث، هي:

- دول لديها خطط تنموية وبرامج بيئية.
- قاعدة من البحوث البيئية العلمية.
- جمهور واسع من ملايين المواطنين الذين يحتاجون إلى المعرفة البيئية والانخراط في العمل البيئي والتنموي (غياص، 2005).

يشير كل من جميل مطور وشرين زيدان ورناء ابو السعود وحسن عبد الله إلى أن الإعلام المتخصص والاستقصائي في فلسطين دون المستوى؛ وذلك لمجموعة من الأسباب منها: نقص الاعلاميين المتخصصين في البيئة، وعدم أهمية الموضوع ، وعدم الوعي الكامل لأهميته بالنسبة للقائمين بالاتصال، فيما أضاف حسن عبد الله إلى تدني الوعي البيئي في المجتمع الفلسطيني (مقابلة الباحثة مع جميل مطور وشرين زيدان و رنا ابو السعود وحسن عبد الله).

## 9.1.2 تطوير الاعلام البيئي:

يمكن تطوير الاعلام البيئي من خلال إنشاء مركز معلومات رسمي بيئي، وانشاء شبكات بيئية تصب لتغذية مركز المعلومات، وكذلك بناء قدرات الاعلاميين في مجال المعلومة البيئية المتخصصة (مقابلة للباحثة مع شرين زيدان منسقة مشروع في مجموعة الهيدرولوجيين الفلسطينيين)

فبالتالي توجد حاجة ماسة لوجود استراتيجية للتوعية والاعلام البيئي، بحيث يسهم تطبيقها في تفعيل الاعلام البيئي من جهة، ومن جهة اخرى توفر مناخات وفرص تطويرية لكادر الاعلام بما فيها التدريب والتأهيل وابتعاث المهتمين الى الخارج سواء في بعثات تدريبية او التحصيل الاكاديمي المتخصص، ويضاف إلى ذلك التحفيز مثل المكافآت او الشهادات التقديرية للمبدعين والاهم في النهاية هو التوجه الرسمي اي الحكومي في دعم قطاع البيئة على كافة الأصعدة (مقابلة للباحثة مع جميل مطور القائم بأعمال رئيس سلطة جودة البيئة).

وعن امكانية تطوير الإعلام البيئي تقول رنا ابو السعود مدير دائرة التوعية العامة في سلطة المياه أنه يمكن تطوير الاعلام البيئي من خلال تدريب كادر اعلامي متخصص، ومن ثم وسائل اعلامية متنوعة كالإعلام المرئي والمسموع، ومواقع التواصل الاجتماعي، والمقروء الكترونيا "مواقع الانترنت"، ورشات عمل ولقاءات (مقابلة للباحثة مع رنا ابو السعود مدير دائرة التوعية العامة في سلطة المياه).

إن الاعلام البيئي مرتبط بعدة عوامل منها التوجه نحو تربية بيئية عبر ادخالها لمناهج الدراسية في كافة المراحل الدراسية وفي الجامعات لتصبح جزءا من العملية التربوية، وجزءا من هذا التوجه التربوي يتم توجيهه للإعلام، فالتربية البيئية تدعم بشكل مباشر وقوي الاعلام البيئي وتعطيه اهمية ومكانة، فلا بد من ادخال الصحافة المتخصصة للجامعات الفلسطينية

للعمل وبشكل جاد من أجل تطوير الإعلام البيئي (مقابلة للباحثة مع جورج كرزوم مسؤول وحدة الأبحاث والمعلومات - مركز العمل التنموي "معا").

إن الصحف المحلية ووسائل التواصل الاجتماعي Facebook , Twitter الخ والأعلام المسموع والمرئي تعد من أهم الوسائل الاعلامية التي تناسب التوعية البيئية (مقابلة للباحثة مع شرين زيدان منسقة مشروع في مجموعة الهيدرولوجيين الفلسطينيين). وتعد كافة الوسائل الإعلامية مهمة لنشر الوعي البيئي، ولكن بالنسبة لشعبنا فإن أكثر الوسائل تأثيراً هي الاعلام المرئي والمسموع، واما النخب والفئات المتعلمة فلا شك ان بقية الوسائل مؤثرة عليها ومفيدة لإحداث التغيير المطلوب وان كان التغيير بطيئاً بوجه عام (مقابلة للباحثة مع جميل مطور القائم بأعمال رئيس سلطة جودة البيئة).

ويؤكد حسن عبد الله الباحث والاكاديمي الفلسطيني أن من أهم الوسائل الاعلامية المناسبة لنشر الوعي البيئي هي الاعلام المرئي والمسموع ، فالمرئي هو أكثر أهمية من المسموع ، يليه الاعلام الالكتروني بما فيه وسائل التواصل الاجتماعي (مقابلة للباحثة مع حسن عبد الباحث والأكاديمي).

### 10.1.2 محددات و معايير الإعلام البيئي

المحددات الإعلامية في تناول الموضوعات و القضايا البيئية:

يقصد بالمحددات الإعلامية في تناول القضايا البيئية العوامل المتعلقة بالبناء الموضوعي لوسائل الإعلام و طبيعة عملها، ومستوى العاملين بالإعلام من حيث الحرفية و درجة إلمامهم و إدراكهم لقضايا البيئة، ومستوى القضية المتوفرة في هذه المحددات و تشمل المحددات الإعلامية ما يلي:

-الهدف من العملية الإعلامية.

-الجمهور المستهدف.

- الوسيلة الإعلامية المناسبة طبقا لنوع الجمهور المستهدف وهذه الدراسة الإعلامية.
- المرسل الذي ينبغي أن يتمتع بمصداقية لدى الجمهور.
- توفير المعلومات و الحقائق والآراء مع ضرورة ربط الموضوعات بالاهتمامات المباشرة للجمهور.
- شكل الرسالة و أسلوب التقديم و أساليب الإقناع المستخدمة طبقا لنوعية الرسالة و طبيعة الجمهور (مzahرة، 2004).

## 11.1.2 الاستراتيجية البيئية الفلسطينية للتوعية والإعلام البيئي التي أصدرتها وزارة شؤون البيئة:

- خلصت هذه الاستراتيجية إلى ثلاثة أهداف أولها إعلام بيئي فاعل وناجع في رفع المستوى البيئي ثانيها مناهج تعليمية وأساليب وأنشطة تربوية خلاقية ومتكاملة، وثالثها رفع القيم البيئية السامية وممارستها من قبل فئات المجتمع.
- وعلى الصعيد البيئي انبثقت خمسة سياسات أساسية وعدد من التدخلات هي:
- تعزيز مساهمة الإعلام في الرقابة والتعليم البيئي.
  - تأهيل كوادر إعلامية متخصصة في الإعلام البيئي.
  - تفعيل وسائل الإعلام والتواصل الاجتماعي المختلفة للمساهمة في رفع الوعي البيئي.
  - حث الإعلام على التركيز على المبادرات البيئية.
  - الاهتمام بالإعلام المتخصص في البيئة.
  - إدراج مساقات متخصصة في الإعلام البيئي في مختلف كليات الإعلام في الجامعات والمعاهد الفلسطينية.

وبينت الاستراتيجية إن للإعلام البيئي أهمية كبرى وذلك لتنوع وسائل الإعلام من جهة ولقدرتها على الوصول إلى جمهور واسع ومتنوع من جهة ثانية، كما أن الإعلام يهدف أيضا بالإضافة إلى التزويد بالمعلومة إلى اكساب الفرد المعرفة حول بيئة وطبيعة المشاكل البيئية التي يواجهها في الوقت الحالي وفي المستقبل وأثارها الاقتصادية والاجتماعية.

وفي دراسة مسحية صادرة عن المركز الفلسطيني للدراسات المسحية عام 2008 تبين أن 78,1% ممن شملهم الاستطلاع لديهم معرفة بالقضايا البيئية وأنهم قلقون على حالة البيئة الأمر الذي يشير أن المعرفة موجودة لدى جمهور واسع ولكن التأثير العملي لحماية البيئة هي الإشكالية، الأمر الذي يعول عليه في الإعلام، فهل يستطيع الإعلام أن يلعب دورا كبيرا في تحويل المعرفة إلى سلوك؟. خصوصا في ظل تزايد وتنوع وسائل الاعلام .

فواقع التوعية والتعليم البيئي في وسائل الاعلام يعاني من فجوات أساسية كثيرة من أهمها:

- عدم وجود كوادر اعلامية متخصصة في مجال البيئة.
- عدم اهتمام أصحاب الصحف والمجلات أو الجهات القائمة عليها بالقضايا البيئية.
- قلة المسابقات الجامعية في مجال الاعلام البيئي.
- البعد عن القضايا البيئية لصالح الاعلان التجاري الذي يحظى باهتمام الصحف بشكل كبير.
- ان تفعيل الاعلام البيئي موسمي ويرتبط في الغالب بمناسبة أو حدث، ولا يراعي الاستمرارية أو التراكمية في طرح المواضيع.

ولعبت المؤسسات الأهلية دورا محدودا في مجال الاعلام البيئي حيث يصدر مركز العمل التنموي نشرة الكترونية " افاق البيئة والتنمية" حيث تم اصدار 51 عدد حتى شباط 2013، حيث تعالج هذه المجلة الالكترونية قضايا الطاقة المتجددة والتنوع الحيوي، والمياه، وادارة النفايات وغيرها من القضايا، وحديثا تم انشاء " جمعية الاعلام البيئي في فلسطين" كمنظمة أهلية تأسست عام 2012 ولم تباشر نشاطاتها الميدانية بشكل فعلي بعد. بالاضافة الى مركز التعليم البيئي في مدرسة طاليطا قومي الذي يقوم ببعض النشاطات ذات الصبغة الاعلامية. و هناك بعض الأنشطة الاعلامية من قبل المؤسسات الحكومية ولكنها موسمية ومحدودة التأثير لعدم استمراريتها وقلة التراكم في العمل.

كما أن هناك دائرة متخصصة في الاعلام البيئي ضمن الادارة العامة للتوعية والتعليم البيئي في وزارة شؤون البيئة، الا ان هذه الدائرة تنقصها الكوادر وتحتاج الى تطوير وتمكين بشكل اكبر مما هي عليه الان. حيث يقتصر عملها حتى الان على توثيق ونشر الانشطة

البيئية المختلفة ضمن نطاق عمل الوزارة، ولم يتعدى دورها الى تنسيق عمل الاعلام البيئي الوطني وبحث سبل تطوير هذا العمل.

ومن اهم ركائز التوعية البيئية الفعالة هو الارتكاز على المعلومات العلمية الموثقة وحتى يتم الحصول على هذه المعلومات الموثقة لابد من اتاحة حرية الوصول للمعلومات وضرورة توفير هذه المعلومات للباحثين والمدربين والاعلاميين وصناع القرار. ويمكن ضمان سهولة الوصول الى المعلومات من خلال المواقع الالكترونية او قواعد المعلومات الرسمية او التقارير الدورية. وهذا كله سيساهم في تعزيز دور الاعلام والتقصي الاعلامي ويساهم في نشر التقارير البيئية او قصص النجاح (وزارة شؤون البيئة، 2013).

## 12.1.2 مساهمة وسائل الاعلام المكتوبة في التوعية البيئية

تقول شرين زيدان منسقة مشروع في مجموعة الهيدرولوجيين الفلسطينيين خلال مقابلة للباحثة معها إلى أن وسائل الاعلام لا تساهم بدرجة كافية في التوعية البيئية، حيث أن التغطية الاعلامية للمواضيع البيئية تكون موسمية مبتورة غير متراكمة وتفقر للعمق في التغطية الاعلامية بحيث تكفي بمعلومات عامة سطحية (مقابلة للباحثة شرين زيدان منسقة مشروع في مجموعة الهيدرولوجيين الفلسطينيين).

فيما أبدى جميل مطور القائم بأعمال رئيس سلطة جودة البيئة اختلافاً مع شرين زيدان حيث قال أن وسائل الاعلام في السنوات الأخيرة بكافه اشكالها نشطت وابدت اهتماما ملحوظا بالبيئة ومشكلاتها وخاصة بعيد توقيع مذكره التفاهم والتعاون بين سلطه جوده البيئة ونقابه الصحفيين وكذلك تحسن في اداء واهتمامات العديد من الاعلاميين الذين رصدوا او تابعوا او قيموا او... الخ للعديد من القضايا والتحديات البيئية وهي فعلا تساهم في التوعية وتلعب دورا هاما في تسليط الاضواء على العديد من الملفات الحساسة والمهمة (مقابلة للباحثة جميل مطور القائم بأعمال رئيس سلطة جودة البيئة).



أما رنا ابو السعود مدير دائرة التوعية العامة في سلطة المياه فرأت أنه لا توجد أية مساهمة لوسائل الاعلام فيما يتعلق بالتوعية البيئية ولا تحقق الحد الأدنى مما هو مطلوب منها(مقابلة للباحثة رنا ابو السعود مدير دائرة التوعية العامة في سلطة المياه).

واتفق حسن عبد الله الباحث والاكاديمي مع شرين زيدان أن وسائل الإعلام تساهم لكن بشكل محدود جدا وموسمي حيث لا نستطيع القول ان لدينا اعلم متخصص في المجال البيئي وان هنالك محاولات لبلورة اعلام بيئي تبادر اليها بعض المؤسسات غير الحكومية او الخاصة في حين ان المستوى الرسمي اعلاميا مقصر على هذا الصعيد وهذا ما نلاحظه من خلال ندرة البرامج البيئية التي تنتجها وسائل الاعلام الرسمية (مقابلة للباحثة حسن عبد الله الباحث والاكاديمي).

ومن خلال ما سبق نستنتج أن وسائل الاعلام المكتوبة تساهم بشكل محدود جداً في إحداث توعية بيئية.

### 13.1.2 فاعلية الاعلام في توصيل المعلومات البيئية :

يعد الاعلام الاهلي حتى الآن من محطات التلفزة والاذاعة غير الحكومية والصحف والمجلات والبرامج التي يمكن ان تنتجها مؤسسات اهلية مهمة من أجل إعلام فاعل في توصيل المعلومات البيئية، وهذا ما تفعله مؤسسة معا التنمية في برامجها التي انتجتها من خلال تلفزيون وطن، وايضا من خلال نشرتها الالكترونية البيئية التوعوية، ولكن لا بد من الإشارة إلى أن المؤسسات الاهلية تحتاج الى استراتيجية على هذا الصعيد لا مجرد هبات موسمية منقطعة ترتبط بمزاج او توجهات الممول (مقابلة للباحثة حسن عبد الله الباحث والاكاديمي).

وفي مقابلة للباحثة مع شرين زيدان منسقة مشروع في مجموعة الهيدرولوجيين الفلسطينيين قالت أن الإعلام الرسمي مناسب لإيجاد إعلام فاعل في توصيل المعلومات البيئية

(مقابلة للباحثة شرين زيدان منسقة مشروع في مجموعة الهيدرولوجيين الفلسطينيين)، أما جميل مطور القائم بأعمال رئيس سلطة جودة البيئة يؤكد أن الإعلام الرسمي والإعلام الأهلي يؤديان دورا محدودا في إيصال الرسالة، ولكن بصوره متفاوتة وحسب الموضوع، ولكن لا يمكن تفضيل احد على الاخر (مقابلة للباحثة جميل مطور القائم بأعمال رئيس سلطة جودة البيئة)، لكن رنا ابو السعود مدير دائرة التوعية العامة في سلطة المياه تعتبر أن الاعلام الحر هو الوحيد القادر على فعل ذلك (مقابلة للباحثة رنا ابو السعود مدير دائرة التوعية العامة في سلطة المياه)، كما يقول جورج كرزم مسؤول وحدة الابحاث والمعلومات أن الإعلام الاهلي اكثر فاعلية واهتمام في البحث في القضايا البيئية (مقابلة للباحثة جورج كرزم مسؤول وحدة الابحاث والمعلومات).

ومن خلال ما سبق نستنتج أن المؤسسات الأهلية تحتاج إلى استراتيجية تعمل من خلالها من اجل التوعية البيئية.

#### 14.1.2 دور المؤسسة الرسمية في تنمية وتطوير مجال الاعلام البيئي .

يمكن بناء دور للمؤسسة الرسمية في تنمية وتطوير مجال الإعلام البيئي من خلال تكوين صحفيين متخصصين في مجال البيئة، وتنظيم حملات اعلامية بيئية للمواضيع الهامة الطارئة أو ذات الأولوية بالتعاون مع الجهات المعنية، والتعاون مع الجمعيات غير الحكومية ذات الصلة بالشأن البيئي، وتعزيز دور الإعلام البيئي ليكون مشاركا على نحو فعال، وتشجيع التواصل بين الإعلاميين البيئيين مع الخبراء و المتخصصين و المهتمين (مقابلة للباحثة شرين زيدان منسقة مشروع في مجموعة الهيدرولوجيين الفلسطينيين) كما أنه لا بد من الاهتمام بموضوع البيئة بشكل عام، المعرفة بالواقع البيئي والمخاطر البيئية، تدريب كادر اعلامي متخصص حر، فتح المجال اعلاميا لانتقاد الوضع البيئي واقتراح حلول، عرض لتجربة نجاح ان وجد حول تأثير الاعلام على البيئة (مقابلة للباحثة رنا ابو السعود مدير دائرة التوعية العامة في سلطة المياه).

المفروض ان تضطلع المؤسسة الرسمية بالجهد الاكبر في التوعية البيئية، لكن الاعلام الرسمي ما زال ضعيفا على هذا الصعيد الا من بعض المحاولات التي لم تترك اثرا عميقا. فيما لا نجد برامج اعلامية بيئية متخصصة تخاطب كل شرائح المجتمع كون البيئة لا تقتصر على شريحة دون اخرى. المطلوب اولاً: برامج تلفزيونية دورية في التلفزيون الرسمي، ثانياً: برامج بيئية توعوية الاذاعة الرسمية، ثالثاً: وكالة وفا الرسمية من المفروض ان تولي اهتماما للبيئة وان تخصص صحافيين تطورهم في هذا المجال وتكلفهم بمهمات اعلامية تتعلق بالبيئة، كما يفترض ان يبادر الجانب الرسمي الى ايفاد اعلاميين الى الخارج للانتظام في دورات وبرامج توعوية متخصصة بيئياً حتى يعودوا ويسهموا في بلورة اعلام بيئي (مقابلة للباحثة حسن عبد الله الباحث والاكاديمي).

ومن خلال ما سبق نستنتج أن المؤسسات الرسمية يجب أن تبذل جهد اكبر في مجال الإعلام البيئي من خلال برامج إعلامية متخصصة.

### 15.1.2 اللغة المستخدمة في الإعلام المكتوب فيما يتعلق بالخبر البيئي.

لا تعتبر الصحف المحلية مصدراً معرفياً وتوعوياً للقضايا البيئية؛ وذلك لأنه لا يوجد سياسة اعلامية بيئية للصحافة الفلسطينية ، وتفقر لزوايا اعلامية بيئية متخصصة بالقضايا البيئية مثل الصحف المهنية بالعالم ، وان وجد قضايا بيئية فهي غير متخصصة الصحافة الورقية في تراجع في العالم اجمع وتحولت الى صحافة الكترونية، كما لا يوجد اعلام متخصص في الجامعات الفلسطينية والصحفي يجب ان يخضع لتدريب وخبرة في القطاع البيئي واطلاع، وكذلك لا يوجد صحافة بيئية غير تلك الموجودة في مجلة افاق البيئة والتنمية الصادرة عن مركز العمل التنموي "معا"، ولا بد من الإشارة أن هناك جهلاً وطنياً بقضايا البيئة؛ وذلك لأن قضايا البيئة تمس بمصالح متنفذين (مقابلة للباحثة جورج كرزوم مسؤول وحدة الابحاث والمعلومات).

يقول جورج كرزوم إن اللغة المستخدمة في الإعلام المكتوب المتعلقة بالبيئة يجمع بين اللغة العلمية واللغة البسيطة والمفهومة لكل الناس في مجلتنا البيئية "افاق البيئة والتنمية" وهناك

اهتمام على العلمية والمهنية نحاول ان تكون اللغة سلسة وبسيطة ومفهومة لغالبية الناس، وما يهمننا هو توجيه الانتهاكات الاسرائيلية نحو الاعلام الدولي لفضح ممارسات الاحتلال عالميا وتدويل هذه الجرائم وللأسف السلطة تلعب دور في التعتيم والتقصير.

اما في الصحف فهي لغة احيانا ما تكون خليط ما بين الصحافة واللغة الشعبية ، و احيانا هي غير علمية ولا يوجد لغة واحدة للخبر البيئي، ويتم التعامل مع الخبر البيئي كخبر وليس كتخصص، والذي يريد ان يعمل بالصحافة البيئية عليه ان يجمع بين العمل الصحافي والبيئي والخبرة والثقافة والمعرفة (مقابلة للباحثة جورج كرزم مسؤول وحدة الابحاث).

ومن خلال ما سبق نستنتج أنه لا يوجد لغة إعلامية واضحة فيما يتعلق بالخبر البيئي، فاللغة المستخدمة خليط أحيانا تجمع بين العلمية والبسيطة في المجالات المتخصصة، لكنها في الصحف خليط بين اللغة الصحفية واللغة الشعبية.

## 2.2 الدراسات السابقة:

دراسة عبد الباسط خلف (2012): دور رسائل الإعلام المتخصصة في تطوير الوعي البيئي

اشتملت هذه الدراسة خلاصة تجربة ستة أشهر داخل جامعة بيرزيت بهدف فحص تأثير رسائل الإعلام المكتوبة المختصة بالبيئة على مستويات وعي طلبتها، ومدى ترجمته إلى سلوك بفرز النفايات إلى: الورق، والمعدن، والزجاج، والمواد العضوية، والبلاستيك، من خلال (95) حاوية وزعت لهذا الغرض. يحتوي هذا البحث الذي انقسم إلى مرحلتين زمنيتين، على تقييم لوعي الطلبة قبل تعرضهم لرسائل إعلامية بيئية وبعده يستعرض مدى التغيير لديهم، ويقدم نتائج تأثير الأنماط الإعلامية، التي صممها الباحث، وسعى إلى قياس أثر الأنماط الإعلامية في تطوير الوعي البيئي. وسارت الدراسة باتجاه تقديم مساهمات تنتقد غياب القلق البيئي عن الإعلام، وتحاول افتراض أو توقع الأثر الممكن إحدائه، فيما لو انتقل الإعلام الفلسطيني للعب دور أكثر إنصافاً للبيئة، وصمم البحث نماذج إعلامية بيئية مطبوعة ومرئية، ومسموعة، وتفاعلية، وإلكترونية، ثم قاس تأثيرها، وثغراتها، وأهميتها، إضافة إلى استبانة شملت 400 طالب وطالبة ممن تعاملوا مع التجربة بالفعل. إضافة إلى "مجموعة فحص" شملت 75 طالباً على مدة ثلاثة أشهر، تعرف الباحث إلى الكثير من أفكارهم، وتعليقاتهم، واقتراحاتهم، على التجربة، كما أطلق صفحة تفاعلية عبر (الفيس بوك) ووفر فرصة منسقة لمناقشات شؤون بيئة لأول مرة في الجامعة، تستند إلى فكرة تطبيقية، مثلما نفذ أربع حملات اعلانية منظمة داخل الحرم الجامعي، بمساعدة 15 متطوعاً، دربهم الباحث للوصول إلى أكبر عدد من الطلبة، بشكل مباشر في إعلام تفاعلي، وللتعرف على ردود فعلهم، وتعليقاتهم، ومدى تأثيرهم بالتجربة ورسائلها، والتي اشتملت ندوات وعرضاً لأفلام بيئية وتدريباً متخصصاً وتوزيعاً لمواد صديقة البيئة، مطبوعة على ورق معاد تصنيعه، كذليل الأسرة صديقة البيئة، وأقلام حبر، وحقائب قماش، وملصقات واقتراحات بيئية.

وأوضح تحليل النتائج المختلفة لمجموعات الفحص والاستمارة ذات العينة المتيسرة ومضمون الرسائل الإعلامية المتخصصة، والملاحظات والمشاهدات والتعليقات والتفاعلية،

والرموز والشعارات، والإعلانات وموقع الفيس بوك، والعبارات الواردة في الجولات الإعلامية أن عينات

الدراسة المختلفة أكدت غياب شؤون البيئة من الرسائل الإعلام التي يتعرضون لها، ولم يكتف هؤلاء بالإشارة إلى الغياب بل طوروا مواقفهم إلى نقدها.

ودلت التجربة بمراحلها الأولى على تدني الوعي البيئي للطلبة، بفعل غياب البيئة كأولوية في المجتمع عموماً. إذ أوضح 67.8% من أفراد العينة أنهم تأثروا بالرسائل الإعلامية التي شاهدها في الجامعة، وأكد 32.8% من المبحوثين إن الإعلام يهتم بقضايا البيئة، وبلغ معامل الارتباط (0.52) وهذا يعني وجود علاقة إيجابية دالة إحصائياً بين مجالي الوعي البيئي والسلوكيات التي حققتها الرسائل الإعلامية.

وأكدت النتائج أن النفايات الورقية شكلت النسبة الألى من مجموع المخلفات داخل الحرم الجامعي، تليها البلاستيكية، فالزجاج ثم المعدن، وتأتي المواد العضوية في المرتبة الأخيرة، بينما كانت الكليات الأكثر التزاماً بفرز النفايات خلال مرحلتي التجربة: العلوم والهندسة، والتمريض، والدراسات العليا، أما الأقل فهي التجارة والكافتيريا المركزية. بينما التجمعات عالية الاكتظاظ كالكافتيريا المركزية لم تفرز النفايات، بعكس الكليات قليلة الكثافة كالتمريض والدراسات العليا، وكانت الطالبات أكثر التزاماً بالفرز من الطلاب، وأكثر ميلاً للتطوع في قضية البيئة من خلال أربع حملات أطلقها الباحث لإيصال رسالته.

وقال 39.8 من المبحوثين إنهم تأثروا بما نشر من رسائل عبر بوابة (رتاج) فيما أكد العديد منهم أنهم لا يشاهدون مواد البوابة التي لا تتحدث عن شؤونهم الأكاديمية، بالرغم من أن التجربة دفعت بقضية البيئة إلى الواجهة، إلا أنها اصطدمت بالثغرة في قوانين الجامعة، التي لا تراعي البيئة ولا تشمل تعليمات أو عقوبات تجاهها.

## دراسة منير ابو راس (2011): واقع الإعلام البيئي في فلسطين

تطرق الباحث للحديث عن دور الإعلام الفلسطيني في نشر الوعي عند الشرائح المختلفة حول الواقع البيئي في الأراضي المحتلة مستندا لدراسة مسحية صادرة عن المركز الفلسطيني لاستطلاع الرأي في بيت لحم لسنة 2008 والتي خرجت بنتائج أهمها أن(78.1%) ممن شملهم الاستطلاع قلقون على حالة البيئة في الأراضي الفلسطينية، وأن(74.9%) ممن شملهم الاستطلاع يعتقدون أن تلوث البيئة هو المشكلة الأكثر خطورة على الساحة الفلسطينية، و(84.7%) يعتبرون أن سوء إدارة شؤون البيئة السبب الرئيس في تدهور البيئة، و أشار الى أن الإعلام البيئي الفلسطيني يعتبر مغيبا في كثير من الأحيان عن القضايا البيئية الفلسطينية وإن تطرق إليها فبشكل سريع ويمر عليها مر الكرام دون متابعة لها ورصدها بشكل صحيح، وفي كثير من الأحيان يطغى الخبر السياسي على الخبر البيئي.

واستعرض الباحث آليات تعزيز دور الإعلام البيئي الفلسطيني ومنها ضرورة إيجاد إعلام بيئي متخصص يستند إلى العلم والمعرفة والمعلومات. ووجود مناهج دراسية للإعلام البيئي، خاصة في كليات وأقسام الإعلام في الجامعات الفلسطينية، وعقد المزيد من الدورات وورش العمل. والإسهام الإعلامي في إيجاد وعي وطني بيئي يحدد السلوك ويتعامل مع البيئة في مختلف القطاعات. وتعاون مراكز المعلومات البيئية لتزويد وسائل الإعلام المختلفة بالمعلومات الضرورية، فضلا عن آخر الدراسات والنشاطات الإقليمية والدولية. وضرورة وجود لجنة عليا للإعلام البيئي لرسم السياسات والخطط والبرامج وتنظيم حملات إعلامية بيئية للمواضيع الهامة الطارئة أو ذات الأولوية بالتعاون مع الجهات المعنية. والتعاون بين وزارة الإعلام ومختلف وسائل الإعلام الحكومية والخاصة والتابعة للمنظمات الأهلية والشعبية والنقابات وغيرها، لوضع خطة وطنية للإعلام البيئي تتسجم مع الظروف البيئية التي نمر بها في فلسطين. وتنظيم حملات إعلامية بيئية للمواضيع الهامة الطارئة أو ذات الأولوية، بالتعاون مع الجهات المعنية، والتعاون مع الجمعيات غير الحكومية ذات الصلة بالشأن البيئي ووضع خطة تعاون مشترك لمواكبة نشاطاتها خصوصا تلك التي تتطلب حملات توعية للعمل الشعبي التطوعي. وتشجيع التواصل بين الإعلاميين البيئيين والخبراء والمختصين والمهتمين بالشأن

البيئي، من خلال شبكة وطنية، ولوائح تضم أسمائهم وعناوينهم والحصول على آرائهم بصدد المشاكل البيئية المطروحة.

كما تطرق الباحث لأسباب عزوف الإعلاميين عن الإقبال على الإعلام البيئي نذكر منها إن التخصص في العلوم البيئية في المنطقة جديد نسبياً ضمن التخصصات البيئية الكثيرة. طبيعة المشكلة البيئية لا تشكل سبقاً صحفياً إلا إذا تعلقت بكارثة بيئية أو بأضرار فادحة ناتجة عن التلوث. عند تناول البعد البيئي لمشكلة رئيسة فإن ذلك يتطلب الإلمام بتخصصات أخرى لأن قضايا البيئة ذات أبعاد متداخلة مع الاقتصاد والتنمية والاجتماع والسياسة. الزمن المطلوب لكتابة تقرير صحفي بيئي يستغرق وقتاً أطول لمراجعة بعض الأمور الفنية والعلمية والإحصائيات. إن القضايا البيئية تثير معها سياسات صاحب القرار الرسمي، وأصحاب القرار من القطاع الخاص، الذين قد تتعارض مصالحهم مع حماية البيئة والتنمية المستدامة. عدم تشجيع القائمين على المؤسسات الإعلامية الصحفيين ودفعهم للخوض في مجال البيئة وعدم تخصيص صفحات في الجرائد أو برامج في الإذاعة والتلفزيون تهتم بشؤون البيئة والتوعية البيئية والافتقار إلى الأرشيف التخصصي والمكتبة التلفزيونية، وانخفاض الأجور التي يتم منحها عن الموضوعات والريپورتاجات التي تحتاج إلى جهد ومال كبيرين.

#### دراسة أيمن الشيخ (2011): الإعلام البيئي وأثره في الوعي المجتمعي لدول حوض النيل

خلص الباحث الى تعذر قيام إعلام بيئي فاعل يسهم في تحقيق التنمية والوعي المجتمعي لدول حوض النيل في الوقت الراهن مشيراً إلى أن الاتفاقات الثنائية حول تقسيم مياه النيل أدت إلى التوتر وعدم حل القضية بين دول الحوض في ظل تصعيد سياسي وغياب إعلامي، كما أكد على غموض وتعارض المصطلحات البيئية المتعارف عليها (سياسياً وإعلامياً) لدول الحوض مثل (دول المنبع - دول المصب - خط تقسيم المياه - الخط الملاحي لحوض النيل وغيرها)، ونوه الى أن جهل مجتمعات دول حوض النيل بقضايا مياه الحوض جعلها غير معنية بهذه القضية، وأحياناً تكون عرضة للتأثير السالب من الإعلام الدولي. وأشار الى غياب منظومة معلوماتية تسهم في بناء الوعي البيئي (وطنياً وإقليمياً) لدول حوض النيل. وأشار الى



تأثير ضعف اهتمام أجهزة الإعلام في دول الحوض في تدعيم قيم الإعلام البيئي في تنمية الموارد البيئية، وخصوصاً مورد الماء.

ولاحظ الباحث وجود ضعف من قبل وسائل الإعلام المختلفة بشأن الاهتمام بالبيئة وقضاياها، وخصوصاً وسائل الإعلام في دول حوض النيل من خلال رصده للملاحظات التي أظهرتها معظم الدراسات الإعلامية والتي أشارت الى قلة الاهتمام الإعلامي بالبيئة انطلاقاً من قلة المساحات الصحفية المخصصة لذلك، وقلة عدد البرامج الإذاعية والتلفزيونية، مع ضيق مساحتها الزمنية، والمواقع الإلكترونية المهمة بالقضايا البيئية، وكذلك قلة عدد المحطات الفضائية والصحف المتخصصة المهمة بشؤون البيئة، وأشار الباحث الى أن بعض القائمين على أجهزة الإعلام المختلفة لا يمتلكون رؤى وقناعات حقيقية بجدوى الشؤون البيئية وأهميتها للجماهير وعلى ضوء ذلك غالباً ما يتم التضحية بصفحة البيئة أو المساحة المخصصة لها في مقابل نشر أية مواد صحفية أخرى مهما كانت نوعيتها، كما يتم إلغاء أو تأجيل نشر أو عرض المساحة البيئية المقارنة بين إعلان مدفوع يأتي بمورد مالي لوسيلة الإعلام، أو برنامج بيئي لا تقتنع القيادات الإعلامية بجدواه في الأساس. ونوه الباحث الى أن العلاقة بين الإعلاميين ومصادر المعلومات البيئية لا تخضع لاعتبارات مهنية بقدر خضوعها لاعتبارات المصالح المشتركة أو المتبادلة ناهيك عن تأثرها بجماعات الضغط من رجال الصناعة والأعمال في بعض الأحيان بعيداً عن القوانين والاعتبارات البيئية

#### دراسة نجيب صعب (2009): البيئة في وسائل الإعلام العربية

يخلص الباحث الى أن "أقل من عشرة في المئة من الصحافة العربية تخصص محرراً لشؤون البيئة والتنمية المستدامة والنسبة نفسها من الصحف تخصص صفحة أسبوعية ودورية أو مساحة محددة لشؤون البيئة"، مشيراً الى أنه "حتى الصحف التي تخصص صفحة دورية للبيئة، تلغيها عند ضغط الأحداث السياسية والاقتصادية والإعلانات، وغالباً ما تصدرها لفترة ثم تتوقف، إما نهائياً أو لتعود بعد شهور أو سنوات". ويؤكد الباحث على أن كثير من صفحات البيئة في الصحافة العربية ترتبط بدعم أجهزة البيئة الحكومية، مما يفقدها الحيادية ويجعلها

عاجزة عن توجيه النقد الى هذه الأجهزة، وأنه عدا مجلة "البيئة والتنمية" ليس هناك مجلة عربية إقليمية مختصة بموضوع البيئة، توزع على نطاق واسع في العالم العربي.

وأشار الباحث الى أن مصادر المعلومات المحلية الموثوقة عن قضايا البيئة ما تزال ضعيفة أو معدومة. كما أن نسبة مواضيع البيئة في البرامج الحوارية والتحقيقات على القنوات التلفزيونية العربية تقل عن واحد في المئة، في مقابل نحو 10 في المئة على المحطات الأوروبية.

ويلفت الباحث الى أن عدد المواقع العربية على الانترنت شهد توسعاً ملحوظاً خلال السنوات الخمس الأخيرة، لكن محتوى هذه المواقع بقي ضئيلاً، ومعلوماتها غالباً قديمة لا يتم تحديثها، ومعظمها غير موثقة ويصعب استخدامها كمرجع، حتى حين تكون تابعة لجهات حكومية، وأن العناوين البيئية التي حظيت بالاهتمام الأكبر في وسائل الإعلام العربية عامة شملت: الطبيعة والحياة الفطرية، النفايات الصلبة والصحة البيئية، تلوث البحار والكوارث والتلوث الصناعي والتصحر والمياه في حين كان هناك شبه إهمال لمواضيع مثل تلوث الهواء، إلا في حالات الكوارث، وترشيد استهلاك الطاقة، واستخدامات الأراضي، وتنظيم المدن.

#### دراسة طلعت عيسى (2007) " دور الإعلام الفلسطيني في التوعية البيئية"

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الدور الذي تؤديه وسائل الإعلام الفلسطينية المطبوعة والإلكترونية في التوعية بقضايا البيئة المختلفة، ومشكلاتها، وخطورتها، وسبل علاجها، وكيفية تغطية الصحافة المطبوعة والإلكترونية لها، وحجم هذه التغطية، بالإضافة إلى التعرف على مدى اعتماد الجمهور الفلسطيني على الصحافة المطبوعة والإلكترونية في التعرف على القضايا البيئية، والفائدة المتحققة له من هذه الوسائل في زيادة وعيه البيئي.

واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي الذي ينتمي إلى البحوث الوصفية، حيث تم استخدام أسلوب تحليل المحتوى في إطار هذا المنهج، وأسلوب مسح الجمهور، من خلال أداتين هما: استمارة تحليل المحتوى، واستمارة الاستبيان.

وأجريت الدراسة التحليلية على عينة من الصحف اليومية الفلسطينية، وهي: القدس، والأيام، والحياة الجديدة، من خلال أسلوب الحصر الشامل لجميع أعدادها الصادرة في الفترة ما بين 1 يناير 2007م وحتى 30 يونيو 2007م، أما الدراسة الميدانية فتم إجراؤها على عينة طبقية عشوائية من طلبة الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة بلغت 396 مفردة خلال شهر يوليو 2007م.

ومن أهم النتائج التي خرجت بها الدراسة:

1. احتلت قضايا الصرف الصحي مقدمة الموضوعات والقضايا التي ركزت عليها صحف ومواقع الدراسة في تغطيتها للموضوعات البيئية، تلاها قضايا التلوث البيئي بأنواعها المختلفة، وجاءت في المرتبة الثالثة الموضوعات المتعلقة بالنفايات والمخلفات، ثم قضايا التغير المناخي والاحتباس الحراري، تلاها تعريف الأراضي الزراعية.
2. اعتمدت عينة الدراسة كثيراً على المصادر العامة المتمثلة في وكالات الأنباء الأجنبية، ووكالة وفا، تلاها المصادر المجهولة، والتي كانت نسبتها في مواقع الإنترنت أعلى بكثير من صحف الدراسة، ثم المصادر الخاصة، وكان استخدام مواقع الدراسة للمصادر الخاصة ضعيفاً جداً.
3. احتل الخبر الصحفي المرتبة الأولى في الأشكال الصحفية التي استخدمتها عينة الدراسة في عرض موضوعاتها البيئية، تلاه وبفارق كبير التقرير الصحفي، فيما كان اهتمام عينة الدراسة بالفنون الصحفية التفسيرية ضعيفاً، مثل: المقال الصحفي، والحديث الصحفي، والتحقيق الصحفي، وأهملت أشكالاً حديثة مثل: الصورة، والكاريكاتور.
4. ضعف وسائل الإبراز المستخدمة مع الموضوعات البيئية في صحف الدراسة، وقلة نسبتها، فيما أهملت صحف الدراسة تماماً الكاريكاتور، والرسوم.

5. كانت المساحة التي خصصتها صحف الدراسة لموضوعات البيئة قليلة، بما نسبته 0.67% من المساحة الإجمالية للصحف.
6. جاءت وسائل الإعلام في مقدمة ترتيب المبحوثين للوسائل التي يعتمدون عليها في معرفة المعلومات البيئية، فيما احتلت القنوات التلفزيونية مقدمة وسائل الإعلام التي يفضلها المبحوثون في معرفة المعلومات البيئية، وجاء بعدها مواقع الإنترنت الفلسطينية، والصحف الفلسطينية، وأخيراً الإذاعات الفلسطينية.
7. ارتفاع نسبة اعتماد المبحوثين بشكل عام على الصحف ومواقع الإنترنت في معرفة المعلومات البيئية، وتزيد هذه النسبة في مواقع الإنترنت عن الصحف.
8. زيادة نسبة اعتماد المبحوثين على الصحف ومواقع الإنترنت في معرفة المعلومات البيئية عند حدوث كارثة بيئية، أو حدث بيئي مهم أكثر من الأوقات العادية، وتتفوق أيضاً مواقع الإنترنت على الصحف في نسبة زيادة الاعتماد عليها في أوقات الكوارث البيئية، إلا أن الفرق بينهما قليلة.
9. يرى المبحوثون أن كلاً من الصحف ومواقع الإنترنت تهتم بدرجة كافية بموضوعات البيئة، إلا أن درجة اهتمام الصحف الفلسطينية تقل عن درجة اهتمام مواقع الإنترنت.
10. يعتقد غالبية المبحوثين أنهم استفادوا من معالجة الصحف ومواقع الإنترنت لموضوعات البيئة بدرجة مرتفعة، أو متوسطة، وتتفوق مواقع الإنترنت على الصحف بدرجة بسيطة.
11. جاءت صحيفة الأيام في مقدمة الصحف اليومية التي يعتمد عليها المبحوثون في الحصول على المعلومات البيئية، تلاها صحيفة القدس، ثم صحيفة الحياة الجديدة، وفي مواقع الإنترنت جاء موقع وكالة (معاً) الإخبارية في المقدمة، تلاه موقع وكالة رامتان، ثم موقع فلسطين برس، ثم موقع المركز الفلسطيني للإعلام.
12. كانت الأخبار أكثر الأشكال الصحفية التي يفضلها المبحوثون في عرض موضوعات البيئة في الصحف الفلسطينية، ثم الكاريكاتور، ثم المقالات، والحديث، وفي مواقع الإنترنت كانت الأخبار هي أهم الأشكال الصحفية، وجاء بعدها الكاريكاتور، ثم الحديث الصحفي، فالمقال.

13. وصلت نسبة المبحوثين ذوي الوعي البيئي المرتفع إلى 55.1%، فيما كانت نسبة ذوي الوعي المتوسط 29.8%، ووصلت نسبة الذين كان وعيهم البيئي منخفضاً إلى 15.2%.

14. ثبتت صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الوعي البيئي لطلاب الجامعات الفلسطينية بين كل من الذكور والإناث، وكانت الفروق لصالح الإناث.

15. ثبتت صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية في شدة الاتجاهات الإيجابية نحو البيئة عند طلاب الجامعات الفلسطينية بين كل من الطلاب الدارسين في التخصصات الإنسانية، وأولئك الدارسين في التخصصات العلمية، وكانت الفروق لصالح التخصصات العلمية.

16. ثبتت صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين كل من الصحف ومواقع الإنترنت في درجة اعتماد طلاب الجامعات الفلسطينية عليهما في معرفة المعلومات البيئية لصالح مواقع الإنترنت في الأوقات العادية، وفي أوقات الأزمات البيئية.

17. ثبتت صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية إيجابية بين معدل اهتمام الصحف ومواقع الإنترنت الفلسطينية بقضايا البيئة حسب رأي طلاب الجامعات الفلسطينية، وزيادة معدل استفادتهم منها في معرفة معلومات البيئة، وكانت شدة العلاقة أعلى قليلاً من المتوسطة.

18. ثبتت صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية إيجابية بين معدل اهتمام الصحف ومواقع الإنترنت الفلسطينية بقضايا البيئة حسب رأي طلاب الجامعات الفلسطينية، وزيادة مستوى اعتمادهم عليها في معرفة معلومات البيئة، وكانت شدة العلاقة متوسطة.

19. ثبتت صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية إيجابية بين مستوى اعتماد طلاب الجامعات الفلسطينية على الصحف ومواقع الإنترنت الفلسطينية في معرفة المعلومات البيئية ومعدل استفادتهم من تغطية القضايا البيئية في الأوقات العادية، وكانت شدة العلاقة متوسطة، فيما ثبت عدم صحة وجود هذه العلاقة في أوقات الأزمات البيئية.

دراسة خالد محمد (2007): معالجة الصحافة المحلية لبعض المحافظات لقضايا البيئة.

هدفت هذه الدراسة إلى رصد القضايا البيئية التي عالجتها الصحف المحلية في بعض المحافظات المصرية، وتقييم مدى نجاحها في معالجة مشكلات وقضايا البيئة. استخدمت الدراسة منهج المسح من خلال تحليل مضمون القناة وصوت الشارقة وصوت سوهاج لمدة 3 سنوات من 1 يناير 2003 إلى ديسمبر 2005 بواقع 36 عدداً، بالإضافة إلى دراسة ميدانية على عينة من الجمهور في هذه المحافظات بلغت 315 فرداً، وعينة من (50) مبحوثاً من القائمين بالاتصال في هذه الصحف، و16 خبيراً من خبراء البيئة وأساتذة الإعلام، ومن أهم نتائج هذه الدراسة:

- 1- التغطية الخبرية هي السائدة في الصحف، تلاها التقارير ثم التحقيقات ثم رسائل القراء.
- 2- تكتفي الصحف بعرض المشكلة فقط، أو عرض جانب واحد منها، دون الخوض في أبعادها ومسبباتها وعلاقتها بباقي المشكلات.
- 3- يعتقد القائمون بالاتصال أن صحفهم تعاني من ضغوط مهنية ومعوقات كبيرة.

دراسة نايف بن صالح الشلهوب (2007): الإعلام والتوعية البيئية

خلص الباحث إلى إزدياد الحاجة للتوعية البيئية في المجتمعات المعاصرة، وأشار إلى أن الإعلام البيئي لم يزل في تطور مستمر حتى أصبح أحد أدوات نشر وتعميم التنمية المستدامة المبنية على التناغم والترابط بين البيئة وسلامتها والتنمية الاجتماعية والصحة، التي لا غنى عنها في كافة المشاريع والبرامج التنموية. وأشار الباحث إلى أن الرسالة الإعلامية البيئية قد تأتي بمرود عكسي أو تنحرف عن مسارها في حال غياب الإعلامي المتخصص في مجال البيئة وغياب التوجه العام للمصالح العليا في قضايا البيئة والتنمية المستدامة المعاصرة على المستوى العالمي، مما يجعل التخبط نصيب العديد من المحاولات الإعلامية للرقى بالوعي البيئي بتلك القضايا.

وأكد الباحث على وجوب الاهتمام بتحفيز القطاع الخاص للاستثمار في مشاريع وبرامج وأعمال الإعلام البيئي، وإدراج مواضيع وقضايا البيئية ضمن الأعمال والبرامج الإعلامية، وتشجيع المستثمرين على تضمين الأعمال والبرامج الإعلامية الموجهة للنشء على

وجه الخصوص المواضيع البيئية المدرجة في مناهج التعليم العام للفئات العمرية المستهدفة بتلك البرامج.

ونوه الباحث الى ضرورة ربط المفاهيم البيئية التي تطرح في إطار الإعلام البيئي الموجه أساساً للنشء كأفلام الكرتون وبرامج الأطفال وبرامج الأسرة والأفلام السينمائية، بما هو موجود في المنهج العام للتعليم من مواد ومفاهيم بيئية للفئات المستهدفة، بهدف ترسيخ وتعميق تلك المفاهيم لدى النشء. كما طالب بمنح المجتمع المدني ومؤسساته الفرصة للمشاركة في مسؤولياتهم تجاه الحفاظ على البيئة ونشر الوعي البيئي، للارتقاء بوعي المجتمع ولفت انتباهه الى أهمية سلامة بيئته والحفاظ عليها .

وأشار الباحث الى أن نجاح العمل الإعلامي البيئي يتأتى من خلال تبني وانتهاج الجهات البيئية الرسمية والجهات الإعلامية سياسات قائمة على عدة محاور أهمها دعم وتشجيع الإعلاميين والصحفيين والفنانين، وتحفيزهم للإبداع في الطرح البيئي، وتوفير قواعد البيانات ومصادر للمعلومات البيئية مدعومة بالأرقام والبيانات، إضافة الى توعية شاغلي المناصب العليا الإعلامية بأهمية الدور الذي يقومون به للحفاظ على البيئة والمساهمة في استمرارية التنمية المستدامة، كما أكد على ضرورة أن تولي هذه الجهات أهمية للتخطيط الإعلامي المسبق للأهداف المرجوة من الطرح الإعلامي البيئي، وأن تساهم في تبادل الخبرات المكتسبة في مجال التوعية والإعلام البيئي بين الجهات المسؤولة عن التوعية والإعلام البيئي في القطاعين الحكومي والخاص لصقل وتنمية مهارات القائمين على الإعلام البيئي، وان تعمل على منح المجتمع وعلى جميع مستوياته الفرص في تحمل مسؤوليته بالمشاركة في طرح رأيه البيئي عبر القنوات الإعلامية لتكون وسيلة إبداعية تفاعلية لنشر الوعي والثقافة البيئية

## نجاح العلى (2006): دور الإعلام البيئي في الحفاظ على البيئة

يحلل الباحث اسباب عزوف الإعلاميين عن القضايا البيئية في العالم العربي ويرجع ذلك الى ان التخصص في الإعلام البيئي مازال حديثا في الدول العربية، وضرورة المام المتخصص بعلوم كثيرة وثقافة عالية، وان الزمن المطلوب لأعداد تقرير استقصاء بيئي طويل وبدون عائد مادي، ونوه الى أن المشكلة البيئية لا تشكل سبباً صحفياً إلا إذا تعلقت بكارثة بيئية أو بأضرار فادحة ناتجة عن التلوث، وشدد على أن معالجة القضايا البيئية تعالج أحيانا بشكل سطحي جراء غياب التبادل المعرفي بين الصحفيين من جهة والخبراء والمهتمين والمؤسسات البيئية من الجهة الأخرى، كما أضاف الباحث ان ضعف الإعلام البيئي يرجع الى عدم وجود مراكز متخصصة في الإعلام البيئي، مشيراً الى أن القضايا البيئية تثير معها سياسات صاحب القرار الرسمي والقطاع الخاص، الذين قد تتعارض مصالحهم مع حماية البيئة والتنمية المستدامة، وأكد على أن المؤسسات الإعلامية لا تشجع الصحفيين للخوض في مجال البيئة ولا تخصص صفحات في الجرائد او برامج في الاذاعة والتلفزيون تهتم بشؤون البيئة والتوعية البيئية، إضافة الى افتقارهم إلى الأرشيف التخصصي والمكتبة التلفزيونية، مشدداً على إقتصار دور الإعلام على إبراز الإيجابيات، والابتعاد عن كشف السلبيات التي تلحق بالبيئة.

## دراسة مها الصباغ (2005): أولويات قضايا البيئة المحلية في الصحافة البحرينية

جاءت هذه الدراسة عن التغطية الصحافية لمواضيع البيئة في البحرين أنه على الرغم من نشر الصحف البحرينية اليومية الست أكثر من 2000 موضوع عن البيئة المحلية عام 2004، فقد انحصرت معظمها في نقل الأخبار والأحاديث، وكان 4% منها فقط في نطاق التحقيقات والمقالات التحليلية والتعليقات، أن ما وجدته الدراسة هذه من البحرين ينطبق على جميع الدول العربية التي شملها استطلاع لمجلة "البيئة والتنمية" وإن كان لم يُحصَ المواضيع بالأرقام. وقد خرج الاستطلاع بالملاحظات التالية:

1. أقل من عشرة في المئة من الصحافة العربية تخصص محرراً لشؤون البيئة والتنمية المستدامة. والنسبة نفسها من الصحف تخصص صفحة أسبوعية أو دورية أو مساحة محددة لشؤون البيئة.



2. حتى الصحف التي تخصص صفحة دورية للبيئة، تلغيها عند ضغط الأحداث السياسية والاقتصادية والاعلانات، وغالباً ما تصدرها لفترة ثم تتوقف، إما نهائياً أو لتعود بعد شهور أو سنوات. وهذا لا يمكن أن يحصل مع الصفحات الثابتة للسياسة والاقتصاد والرياضة والمجتمع مثلاً.
3. ترتبط كثير من صفحات البيئة في الصحافة العربية بدعم أجهزة البيئة الحكومية، مما يفقدها الحيادية ويجعلها عاجزة عن توجيه النقد إلى هذه الأجهزة.
4. ما تزال مصادر المعلومات المحلية الموثوقة عن قضايا البيئة ضعيفة أو معدومة. لهذا تفتقر معظم المواضيع الصحافية البيئية إلى قوة المعلومات، التي هي أساس الصحافة الحديثة.
5. شهد عدد المواقع العربية على الانترنت توسعاً ملحوظاً خلال السنوات الخمس الأخيرة، مع أنها لا تقارن بغيرها في الدول المتقدمة ومعظم دول العالم الثالث. فقد بقي محتوى هذه المواقع ضئيلاً، ومعلوماتها غالباً قديمة لا يتم تحديثها، ومعظمها غير موثقة، يصعب استخدامها كمرجع، حتى حين تكون تابعة لجهات حكومية. وقد لاحظنا أن محتويات معظم مواقع الانترنت العربية عن البيئة تنشر كمواد أولية، بلا تدقيق وتحريير. لكن في بعض مواقع الانترنت العربية هيكلية جيدة لمشروع قابل للتطوير.
6. العناوين البيئية التي حظيت بالاهتمام الأكبر في وسائل الإعلام العربية عامة شملت: الطبيعة والحياة الفطرية، النفايات الصلبة والصحة البيئية، تلوث البحار والكوارث. التلوث الصناعي والتصرح بألوية في الإعلام الجزائري. وحظي موضوع المياه بألوية في سلطنة عُمان والأردن. وكان لافتاً شبه إهمال لمواضيع مثل تلوث الهواء، إلا في حالات الكوارث، وترشيد استهلاك الطاقة، واستخدامات الأراضي، وتنظيم المدن.

### دراسة جيهاث المرسي (2005م): البعد البيئي في مجلات الأطفال المصرية

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة القضايا البيئية التي تهتم بها مجلات الأطفال المصرية، ومدى مساهمتها في إكساب الأطفال الاتجاهات البيئية، ومدى اتفاق القضايا البيئية التي تقدمها هذه المجلات مع القضايا الأكثر إلحاحاً في المجتمع المصري ومناسبتها للطفل.

استخدمت الدراسة منهج المسح, من خلال تحليل مضمون مجلتي الأطفال الأسبوعيتين: الأبطال وعلاء الدين، من أكتوبر 2002م إلى 30 مارس 2003م بواقع 24 عدداً من كل مجلة، وإعداد مقياس الاتجاهات البيئية عند الأطفال, من خلال عينة تضم (171) طفلاً في محافظة القاهرة، أعمارهم بين 9-12 سنة وتوصلت الدراسة إلى:

- 1- كانت القضية الأكثر تناولاً في مجلة علاء الدين هي مشكلة بيئة الحيوان، تلتها مشكلة الكائنات البحرية، وفي مجلة الأبطال قضية التغذية، تلتها مشكلة بيئة الحيوان.
- 2- كانت قضايا التلوث والمياه والوعي البيئي والتصحر والجفاف الأقل تناولاً في المجلتين.
- 3- أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الاتجاهات البيئية بين العينة التي تقرأ مجلة علاء الدين والعينة التي تقرأ مجلة الأبطال، والعينة التي لا تقرأ أيّاً من المجلتين.

#### دراسة محمد خليل الرفاعي (1997): الإعلام في تكوين الوعي البيئي.

تناولت التعريف بالموضوع البيئي والمخاطر البيئية، وأجريت على عينة عشوائية من جمهور الشباب المصري، بهدف معرفة مساهمة وسائل الإعلام في تكوين الوعي البيئي، وتوصل الباحث إلى عدة نتائج منها مساهمة وسائل الإعلام في تكوين لوعي البيئي أقل من مساهمة المناهج الدراسية والأصدقاء بين أفراد العينة الذكور والإناث على السواء، والموضوعات التي تناقش الشأن البيئي تفتقد لعناصر الجذب والإقناع في وسائل الإعلام كافة، وتعد صحيفة الأهرام أكثر الصحف المصرية اهتماماً بالبيئة، وأوصت الدراسة بأهمية تناول موضوعات البيئة بطريقة مشوقة، وإعطائها مساحة أكبر، ومنح البرامج المهمة بالشأن البيئي العربي الأولوية على تلك المهمة بالبيئة العالمية، وتشجيع المحافظة على البيئة من خلال منح جوائز وإجراء مسابقات.

#### دراسة سمير عبد الوهاب الخويت (1996): التربية وتحديات التنمية البيئية في دول الخليج العربية

تناول الباحث مفاهيم بيئية وتنموية واختص بتعريف التلوث البيئي وقام ببحث المشكلات البيئية الخليجية والتحديات التي تواجه البيئة الخليجية ومن ثم قام بدراسة التربية

البيئية والتي هي جزء مهم من البيئة، وهدفت الدراسة إلى تكوين الوعي الكامل بالمشاكل البيئية، ورفع مستوى الإدراك بقضايا البيئة والاهتمام بها، وتحمل أعباء مشاكل البيئة مع إيجاد الحلول المناسبة لها، و الاهتمام بالتدريب لخلق المهارات وتنميتها في شتى المجالات للمساهمة في حل مشاكل البيئة، ذلك أن الهدف الأساسي من التربية البيئية هو نقل التعلّم من الممارسة التقليدية إلى جعله أداة تربوية لتبني مواقف تتلائم وبنية صحيحة ومتوازنة، كما توصلت الدراسة إلى أن النفط ونتاجه وتكريره تعتبر المصدر الرئيس لتلوث بيئة الخليج العربي، حيث تهدد الثروة الحيوانية والنباتية ومياه الشرب، وأحدث النمو الصناعي تلوثاً خطيراً بالمنطقة والتي تواجه نوعاً من القصور في تنمية الوعي البيئي وعدم توافر العدد الكافي من الإعلاميين البيئيين الذين بإمكانهم توصيل المعلومات البيئية بدقة على الوجه المطلوب لعامة الناس

قامت الباحثة بعمل استبيان لتقييم دور صحافة التربية البيئية لعينة من القراء والمربين وكتاب البيئة والصحفيين في مجال البيئة، وخلصت النتائج إلى أن طلاب شعبة الصحافة أكثر اهتماماً من غيرهم بالموضوعات التي تتناولها وسائل الإعلام البيئي كما طالبت بزيادة التغطية الصحفية للقضايا البيئية وأن تساعد وسائل الإعلام العامة سواء المكتوبة أو المسموعة في نشر المعلومات البيئية وزيادة الاهتمام بالبيئة.

وصفت الكاتبة نماذج نجاح أفراد في المجتمع تمكنوا من إحداث تغير بيئي مؤثر في مجتمعهم، وتوصلت في نتائجها أنه يمكن تعميم هذه النماذج في مجتمعات مختلفة لتحاكي نجاحها الأمر الذي يؤدي إلى زيادة الوعي البيئي لدى الناس في المجتمعات الجديدة وذلك عن طريق نشرها وتعميمها وبالتالي يتم اكتساب مهارات.

### دراسة عزيزة الهمزة (2007)

حاولت الباحثة عمل مقاربه بين التطور في الوسائل التكنولوجية الحديثه في الاتصال والاعلام وقضايا البيئة، وقد وجدت ان هناك تاثير هائل لتغيير في القيم الاجتماعيه والاقتصاديّه نتيجة استغلال هذه الوسائل في الترويج الاستهلاكي وهو الامر الذي يولد

مخلفات كبيره تشكل تهديدا على البيئه، الامر الذي دفع الحكومه الماليزيه على عمل انظمه توازن بين الاعلام الدعائي للاستهلاك وبين الاعلام التوعوي في الحفاظ على البيئه.

### التعقيب على الدراسات السابقة:

يتضح من اطلعنا ومراجعتنا للدراسات السابقة أنه لا توجد أي دراسة تتناول الجانب التحليل للمواد الإعلامية المسموعة والمرئية والإعلام الإلكتروني والأفلام والسينما، كما أن القليل من الدراسات ما تناولت الجانب التحليل للمواد الإعلامية في الصحافة المكتوبة مثل دراسة طلعت عيسى التي كانت حول دور الإعلام الفلسطيني في التوعية البيئية.

من خلال الدراسات السابقة وجدت الباحثة أن مجموعة من الدراسة تناولت الواقع البيئي مثل دراسة منير أبو راس (2001) وبعضها تناول التوعية البيئية مثل دراسة أيمن الشيخ (2011) ودراسة طلعت عيسى (2007) ودراسة نجاح العلي (2006) دراسة محمد خليل الرفاعي (1997)، وجزء من الدراسات تناول معالجة القضايا البيئية في الصحف مثل خالد محمد (2007).

وجاءت هذه الدراسة استكمالاً للدراسات السابقة حيث تناولت الإعلام المكتوب بينما تناولت خلف (2012) الإعلام المتخصص، وكلاهما تحدثا عن التوعية البيئية.

حدود الاستفادة من الدراسات السابقة: تأكدت الباحثة - من خلال الدراسات الميدانية السابقة- من أهمية دراسة الاتجاه نحو دراسة تحليلية للإعلام المكتوب؛ لما له من دور في التعرف على مدى تحقيق قدرة هذا الإعلام في توعية المجتمع بيئياً. كما استعانت ببعض نتائج الدراسات السابقة في وضع مفاهيم أساسية انطلق منها موضوع الدراسة وأهدافها وتساؤلاتها، والأدوات الملائمة لجمع البيانات. وكذلك استفادت منها في تصميم استمارة تحليل المضمون، وتحديد الفئات.

كما استفادت الباحثة من الدراسات السابقة من خلال الاطلاع على الأساليب المستخدمة في تحليل البيانات وكيفية مناقشة هذه النتائج، كما في دراسة طلعت عيسى (2007) التي أظهرت تقارباً مع الدراسة الحالية.

تميزت هذه الدراسة عن الدراسات السابقة بأنها تناولت أثر الإعلام المكتوب في تنمية الوعي البيئي حيث قامت هذه الدراسة بتحليل المادة الصحفية التي نشرت في صحيفتي القدس والأيام حيث تعتبر هاتين الصحيفتين من أهم الصحف الفلسطينية ومن أكثر الصحف انتشاراً في فلسطين، كما وتعد صحيفة الأيام من أكثر الصحف المقربة للحكومة.

## الفصل الثالث

---

### منهجية وإجراءات الدراسة:

#### 1.2 المقدمة

يتناول هذا الفصل منهجية الدراسة، والعينة إضافة إلى أدوات الدراسة وخطوات إجرائها بالمعالجات الإحصائية التي استخدمت في تحليل البيانات للتوصل إلى النتائج، وفيما يلي استعراض لهذه الإجراءات والخطوات:

#### 2.3 منهجية الدراسة وأدواتها:

تدخل هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية، "التي تهدف إلى وصف خصائص الظواهر أو المجموعات محل الدراسة، وتحديد درجة الارتباط بين المتغيرات، والخروج بالنتائج، ولا تقف الدراسات الوصفية عند حدود الوصف والتشخيص، بل تتجاوز ذلك إلى وصف العلاقات السببية لأغراض استكشاف الحقائق المرتبطة بها وتعميمها.

ويمكن تلخيصها بما يلي:

- الإطار النظري والدراسات السابقة: لقد تم جمع المعلومات حول الإطار النظري للدراسة والدراسات السابقة، بالاستناد الى مراجعة الأدبيات من كتب الإعلام والبيئة، بالإضافة الى المقالات والدراسات البحثية حول الإعلام البيئي.
- اداة الدراسة لأغراض إعداد الأداة (تحليل المضمون) تم مراجعة الأدبيات ذات العلاقة اضافة الى مجموعة من المقابلات مع القائمين بالاتصال في الصحافة الفلسطينية المكتوبة والمتخصصين في الإعلام البيئي.
- جمع البيانات : قبل البدء بجمع البيانات تم التأكد من صدق وثبات الأداة بعد إعدادها ثم تم تفريغ بيانات المواد الإعلامية المتعلقة بالبيئة في صحيفتي القدس والأيام، وذلك من خلال استمارة تحليل المضمون.
- تحليل البيانات: قبل البدء بإدخال البيانات الى البرنامج الاحصائي، تم فرز الاستمارات، ثم الإحصائي، واجريت العمليات الإحصائية من خلال برنامج (SPSS): متوسطات، تكرارات، معاملات ارتباط، كا<sup>2</sup>.
- بالاستناد الى نتائج الدراسة تم استخلاص الاستنتاجات والتي بدورها بني عليها التوصيات والمقترحات.

### 3.3 أداة الدراسة:

**الأداة الأولى:** استخدمت الدراسة أداة تحليل المضمون (content analysis)، كونها الأداة التي يمكن أن تساعد في الكشف عن ما يقدمه الإعلام الفلسطيني المكتوب في تنمية الوعي البيئي، وذلك لكون هذا الأسلوب أداة موضوعية، تستخدم في تحليل مضمون المواد الإعلامية المكتوبة والمسموعة والمرئية، وهذا من خلال وصف خصائص مضمون الاتصال، واستنتاج تأثيرات هذا المضمون.

ولقد " وصف الصحفي الفرنسي جاك كايزر تحليل مضمون الصحف بأنها الدراسة التي تجري لتحليل مضمون الصحيفة وتهدف إلي كشف ما تود الصحيفة توصيله إلي قرائها

وإحداث تأثير معين عليهم من خلال هذه المادة" (عبد الرحمن، 1983، ص86)، وهذا ما تسعى إليه الدراسة الحالية من كشف لما تود وسائل الإعلام المكتوبة توصيله للقراء، للتأثير في وعيهم بالبيئة.

- تحليل مضمون كافة المنشورات الخاصة بالبيئة في صحيفتي القدس والايام كونهما الصحيفتين اللتين تستحوذان على السواد الاعظم من القراء في فلسطين ومن ثم تصنيفها وتحليلها.

- اجراء مقابلات مع اعلاميين وأكاديميين ومسؤولين رسميين في المؤسسات الرسمية والأهلية في فلسطين.

**الأداة الثاني:** استخدمت الدراسة أداة المقابلة مع مجموعة من الاعلاميين والأكاديميين ومسؤولين رسميين في المؤسسات الرسمية والأهلية في فلسطين.

اعتمدت هذه الدراسة على المقابلة المتعمقة التي يتم فيها تقسيم الموضوعات المتعلقة بموضوع الدراسة إلى مجموعة من المحاور، تم طرحها على الشخصيات المُقابلة من خلال مجموعة من الأسئلة مع إضافة أسئلة تقاطعية أخرى تستنبط من إجابة الشخص المُقابل. أجريت هذه المقابلات مع كل من:

- ❖ شرين زيدان منسقة مشروع في مجموعة الهيدرولوجيين الفلسطينيين
- ❖ جميل مطور القائم بأعمال رئيس سلطة جودة البيئة
- ❖ رنا ابو السعود مدير دائرة التوعية العامة في سلطة المياه
- ❖ جورج كرزوم مسؤول وحدة الابحاث والمعلومات - مركز العمل التنموي "معا"
- ❖ حسن عبد الله باحث وأكاديمي

#### 4.3 إجراءات الصدق:

وتم اختبار صدق الاستمارة- Face Validity صدقاً ظاهرياً بعرضها على عدد من المحكمين الخبراء في مجالات الإعلام والتربية وعلم الاجتماع والبيئة، ووصل الاتفاق بين



المحكمين إلى نسبة 95%، حيث أبدى بعض السادة المحكمين ملاحظات على ثلاثة أسئلة روعيت في الصياغة النهائية للاستمارة.

### 5.3 إجراءات الثبات:

تم اختبار الثبات في استمارة التحليل بقيام ثلاثة باحثين بتحليل / 15 / خمسة عشر عدداً من عينة الدراسة أو ما يساوي 20.8% من إجمالي العينة . حيث بلغ معامل الثبات 98% بتطبيق معامل ثبات جيتمان [درجة الثبات = 1 - (عدد الأخطاء ÷ عدد الإجابات)] (والذي يحدد الدرجة الدنيا لقبول الثبات بنسبة 85%)، وعلى ذلك يكون ثبات الاستمارة مقبولاً.

### 6.3 مجتمع الدراسة:

يتحدد مجتمع الدراسة ونطاقها في المادة الصحفية التي تدور حول البيئة في الصحف الفلسطينية، كما يتحدد مجتمع الدراسة الميدانية في الإعلاميين والأكاديميين والمسؤولين الرسميين في المؤسسات الرسمية والأهلية في فلسطين الذين لهم علاقة بالبيئة والإعلام.

### 7.3 عينة الدراسة وحدودها

قامت الباحثة بتحليل مضمون عينة من وسائل الإعلام الفلسطينية المقروءة هي صحيفتي القدس والأيام، واعتمدت الدراسة على أسلوب الحصر الشامل لجميع المواد الصحفية المتعلقة بالبيئة من بداية 1 يناير 2012- الى أول شهر كانون الثاني/ 2012 ولغاية نهاية شهر كانون اول/2012.

وقد تم اختيار الصحيفتين وأسلوب الحصر الشامل والفترة الزمنية للأسباب الآتية:  
تعد صحيفة القدس من أقدم الصحف الفلسطينية التي مازالت تصدر، كما أنها من حيث عدد الصفحات فهي أكثر الصحف عدداً وتعد الأكثر توزيعاً في فلسطين حيث حصلت

على نسبة يقرأها 61,3% من ثقة الجمهور الفلسطيني، أما صحيفة الايام فهي صحيفة فلسطينية تصدر يوميا، وهي ثاني أكثر الصحف انتشاراً حيث يقرأها 19.2% من الفلسطينيين، (حسب استطلاع أجراه مركز القدس للاتصال والمعلومات في شهر آب 1998).

### 8.3 حدود الدراسة:

**الحدود المكانية:** تم اختيار صحيفتي القدس والأيام لتحليل المواد الإعلامية المتعلقة بالبيئة المنشورة فيهما.

**الحدود الزمانية:** تتحدد نتائج هذه الدراسة في السياق الزمني التي أجريت فيه وهو العام 2012 من أول شهر كانون الثاني/ 2012 ولغاية نهاية شهر كانون اول/2012، أي بواقع اثني عشر شهراً، وليست هناك أسباب محددة لاختيار الفترة الزمنية، لأن المشكلات البيئية ليست موسمية حتى يتم الاهتمام بها في فترة دون غيرها، بل ينبغي أن يكون الاهتمام بها مستمراً، فأبي فترة يتم اختيارها، وأي مدة زمنية تكون ممثلة لعطاء وسائل الإعلام تجاه البيئة ومشكلاتها.

### 9.3 جمع وتحليل بيانات الدراسة:

بعد جمع البيانات وفرزها وإدخالها إلى الحاسوب، تم معالجتها إحصائياً باستخدام برنامج الرزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) ومن التحاليل الإحصائية التي تم استخدامها (المتوسطات الحسابية، ومعامل الارتباط، لاختبار فرضيات الدراسة).

## الفصل الرابع

### نتائج الدراسة ومناقشتها

#### 1.4 مقدمة:

يتناول هذا الفصل عرضاً ومناقشة للنتائج التي توصلت إليها الدراسة، وفقاً للبيانات التي تم جمعها بواسطة استمارة تحليل المضمون.

#### 2.4 النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة وفرضياتها:

1.2.4 السؤال الأول: ما القضايا والموضوعات التي تناولها الفن الصحفي حول البيئة في الصحف الفلسطينية عينة الدراسة؟

للإجابة على هذا السؤال سيتم استخراج النسب المئوية لفئة الموضوع لصحيفة الأيام وصحيفة القدس كما هو موضح في ملحق (4)

يتضح من بيانات الملحق (4) ما يأتي:

**صحيفة القدس:** إن أكثر المواضيع والقضايا التي تناولتها الصحيفة هي قضية توزيع المياه في الضفة الغربية وغزة بنسبة (16.4%) وجاءت علاقات عامة ومناسبات من وزارات وبلديات بنفس النسبة، فيما تلتها مشكلة مياه الصرف الصحي والتي جاءت في

المرتبة الثالثة بنسبة (10.3%) أما في المرتبة الرابعة فحصلت قضية تلوث المياه على نسبة (9.5%).

**صحيفة الأيام:** كان تركيزها على قضية توزيع المياه في الضفة الغربية وغزة بلغت نسبتها (17.6%) تلتها قضية علاقات عامة ومناسبات من وزارات وبلديات بنفس النسبة وهي (14%).

كما تظهر بيانات الجدول أن مجموع التلوث في البيئة (تلوث المياه، تلوث التربة، تلوث الهواء، التلوث الغذائي، التلوث السمعي والبصري، التلوث بشكل عام) جاء في صحيفة القدس بنسبة (24.9%) وهي نسبة مرتفعة إلى حد ما، أما في صحيفة الأيام فجاءت نسبتها (36%) وهي نسبة أعلى.

#### 2.1.4 السؤال الثاني: ما مصدر المادة الصحفي الذي تناول موضوعات بيئية في الصحف الفلسطينية؟

للإجابة على هذا السؤال سيتم استخراج النسب المئوية لفئة المصدر لصحيفة الأيام وصحيفة القدس كما هو موضح في ملحق (5).

يلاحظ من بيانات الملحق (5) أن وكالات الأنباء الفلسطينية وهي من المصادر العامة حصلت على المرتبة الأولى بنسبة (40.9%) وفي المرتبة الثانية جاءت المصادر الخاصة (المراسل الصحفي) بنسبة (29.6%) ثم تلتها في المرتبة الثالثة وكالات الأنباء العالمية وهي من المصادر العامة وحصلت على نسبة (21%) وهذا ما تضمنته الصحفتان.

• **صحيفة القدس:** حصلت وكالات الأنباء الفلسطينية وهي من المصادر العامة على المرتبة الأولى بنسبة (39.3%) وفي المرتبة الثانية جاءت المصادر الخاصة (المراسل الصحفي) بنسبة (30.6%) ثم تلتها في المرتبة الثالثة وكالات الأنباء العالمية وهي من المصادر العامة وحصلت على نسبة (20.6%).

- **صحيفة الأيام:** لم تختلف النتائج كثيراً حيث حصلت وكالات الأنباء الفلسطينية على المرتبة الأولى بنسبة (43%) فيما جاءت المصادر الخاصة (المراسل الصحفي) في المرتبة الثانية بنسبة (28.3%) ثم تلتها وكالات الأنباء العالمية وهي من المصادر العامة وحصلت على نسبة (21.7%).

#### 3.1.4 السؤال الثالث: ما المصدر الأصلي (الأولي) للمادة الصحفية التي تناولت قضايا البيئة؟

- للإجابة على هذا السؤال سيتم استخراج النسب المئوية للمصدر الأصلي لصحيفة الأيام وصحيفة القدس كما هو موضح في الملحق (6)
- يتبين من نتائج الملحق (6) ما يأتي:
- **صحيفة القدس:** حصلت المنظمات الحكومية والبلديات والوزارات على المرتبة الأولى من بين مصادر المعلومات الأصلية (الأولية) التي تتناول قضايا البيئة وجاءت بنسبة مرتفعة وهي (59.6%) فيما جاءت في المرتبة الثانية وبفارق كبير الجمعيات الأهلية بنسبة (20.1%) فيما تلاها في المرتبة الثالثة الخبراء المختصون بنسبة (14.5%).
  - **صحيفة الأيام:** اتفقت نتيجة صحيفة الأيام مع صحيفة القدس في المرتبة الأولى حيث حصلت المنظمات الحكومية والبلديات والوزارات على نسبة مرتفعة أعلى قليلاً من صحيفة القدس وهي (65.8%) في المرتبة الثانية الجمعيات الأهلية بنسبة (22.4%) وفي المرتبة الثالثة وبفارق كبير جداً حصل الخبراء المختصون على نسبة (8.1%).

#### 4.1.4 السؤال الرابع: أين مكان وقوع الحدث البيئي الذي نشرته الصحف؟

- للإجابة على هذا السؤال سيتم استخراج النسب المئوية لمكان وقوع الحدث البيئي لصحيفة الأيام وصحيفة القدس كما هو موضح في الملحق (7)

يتبين من نتائج الملحق (7) ما يأتي:

• **صحيفة القدس:** حصلت الأراضي الفلسطينية المحتلة عام 1967م على المرتبة الأولى من المناطق التي يقع فيها الحدث البيئي الذي تنشره هذه الصحيفة وجاء بنسبة مرتفعة جداً وبلغت (96.3%) فيما توزعت باقي النسب على الأماكن الأخرى.

• **صحيفة الأيام:** حصلت الأراضي الفلسطينية المحتلة عام 1967م على المرتبة الأولى من المناطق التي يقع فيها الحدث البيئي الذي تنشره هذه الصحيفة وجاء بنسبة مرتفعة جداً وبلغت (99%) فيما توزعت باقي النسب على الأماكن الأخرى.

#### 5.1.4 السؤال الخامس: ما أسلوب عرض المادة الصحفية المتعلقة بالبيئة التي نشرتها الصحف الفلسطينية؟

للإجابة على هذا السؤال سيتم استخراج النسب المئوية لأسلوب عرض المادة الصحفية

المتعلقة بالبيئة لصحيفة الأيام وصحيفة القدس كما هو موضح في الملحق (8)

يتبين من نتائج الملحق (8) ما يأتي:

• **صحيفة القدس:** إن كل المواد الصحفية التي تناولت قضايا البيئة اعتمدت على عرض البيانات بشكل كامل حيث جاءت في المرتبة الأولى وحصلت على نسبة (100%) أي أن كل المواد الصحفية كان فيها عرض للمعلومات.

وتفاوتت باقي أساليب العرض بين نسب منخفضة جداً إذ حصل أسلوب تحديد الأسباب على نسبة (9.8%) تلاها تحديد دور المواطن وتوجيه السلوك بنسبة (7.7%) ثم وضع الحلول المقترحة ثم عرض النتائج والآثار.

• **صحيفة الأيام:** لم تختلف النتائج عن صحيفة القدس، إذ تبين أن كل المواد الصحفية التي تناولت قضايا البيئة اعتمدت على عرض البيانات بشكل كامل حيث جاءت في المرتبة الأولى وحصلت على نسبة (100%) أي أن كل المواد الصحفية كان فيها عرض للمعلومات.

وتفاوتت باقي أساليب العرض بين نسب منخفضة جداً إذ حصل أسلوب تحديد الأسباب وأسلوب تحديد دور المواطن وتوجيه السلوك على نسبة (6.6%) تلاها عرض النتائج والآثار ووضع الحلول المقترحة .

#### **6.1.4 السؤال السادس: ما شكل المادة الصحفي الذي تناول قضية البيئة في الصحف الفلسطينية؟**

للإجابة على هذا السؤال سيتم استخراج النسب المئوية لشكل الفن الصحفي الذي تناول قضية البيئة لصحيفة الأيام وصحيفة القدس كما هو موضح في الملحق (9).

يتبين من نتائج الملحق (9) ما يأتي:

- **صحيفة القدس:** جاء في المرتبة الأولى الخبر الصحفي بنسبة مرتفعة جداً وهذا أمر طبيعي وهي (86.8%) فيما تلاها في المرتبة الثانية وبفارق كبير التقرير الصحفي الذي جاء بنسبة (10.8%) ثم تلاها الصورة الصحفية ثم المقال ثم الحديث.
- **صحيفة الأيام:** لم تختلف النتائج كثيراً عن صحيفة القدس حيث حصل الخبر الصحفي على المرتبة الأولى وبنسبة مرتفعة جداً وأعلى قليلاً من صحيفة القدس وهي (92.6%) ثم تلاها في المرتبة الثانية وبفارق كبير التقرير الصحفي وجاء بنسبة (5.9%) ثم وبنسب متساوية التحقيق الصحفي والمقال الصحفي والحديث الصحفي والصورة الصحفية.

#### **7.1.4 السؤال السابع: ما موقع المادة الصحفية الذي تناول قضية البيئة في الصحف الفلسطينية؟**

للإجابة على هذا السؤال سيتم استخراج النسب المئوية لموقع المادة الصحفية لصحيفة الأيام وصحيفة القدس كما هو موضح في الملحق (10)

يتبين من نتائج الملحق (10) ما يأتي:

- **صحيفة القدس:** جاءت معظم المواد الصحفية المتعلقة بالبيئة في الصفحات الداخلية حيث حصلت على المرتبة الأولى وبنسبة (90%) فيما تلتها الصفحة الأخيرة وبقارق كبير جداً بنسبة (5.5%) ثم الصفحة الأولى بنسبة (4.5%).
- **صحيفة الأيام:** لم تختلف كثيراً نتائج صحيفة القدس عن صحيفة الأيام فجاءت معظم المواد الصحفية المتعلقة بالبيئة في الصفحات الداخلية حيث حصلت على المرتبة الأولى وبنسبة (93.1%) فيما تلتها الصفحة الأخيرة وبقارق كبير جداً بنسبة (6.2%) ثم الصفحة الأولى بنسبة (0.7%).

#### 8.1.4 السؤال الثامن: هل تم استخدام عناصر الإبراز في المادة الصحفية الذي تناول قضية البيئة في الصحف الفلسطينية؟

- للإجابة على هذا السؤال سيتم استخراج النسب المئوية لاستخدام عناصر الإبراز في المادة الصحفية لصحيفة الأيام وصحيفة القدس كما هو موضح في الملحق (11)
- يتبين من نتائج الملحق (11) ما يأتي:
- **صحيفة القدس:** لم يتم استخدام عناصر الإبراز في هذه الصحيفة بشكل كبير حيث جاءت نسبة عدم الاستخدام (82.8%)، فيما تم استخدام عنصر الإبراز الوحيد وهو الصورة الصحفية بنسبة منخفضة جداً وهي (17.2%).
  - **صحيفة الأيام:** لم تختلف كثيراً نتائج استخدام عناصر الإبراز في المواد الصحفية المتعلقة بالبيئة بين الصحيفتين، حيث لم يتم استخدام عناصر الإبراز في هذه الصحيفة بشكل كبير حيث جاءت نسبة عدم الاستخدام (86%)، فيما تم استخدام عنصر الإبراز الوحيد وهو الصورة الصحفية بنسبة منخفضة جداً وهي (14%).



#### 9.1.4: السؤال التاسع: ما هدف المادة الصحفية التي تناولت القضايا البيئية؟

للإجابة على هذا السؤال سيتم استخراج النسب المئوية لهدف المادة الصحفية التي تناولت القضايا البيئية في المادة الصحفية لصحيفة الأيام وصحيفة القدس كما هو موضح في الملحق (12)

يتبين من نتائج الملحق (12) ما يأتي:

يلاحظ بأن أكثر الأهداف التي تضمنتها كلتا الصحيفتين هي العلاقات العامة.

- **صحيفة القدس:** كانت العلاقات العامة في هذه الصحيفة في قمة الأهداف حيث حصلت على (52.5%) من مجموع المادة الصحفية التي تختص بالأمور البيئية. وكان أقل الأهداف المستخدمة في هذه الصحيفة هي الأحداث، بينما حصلت الأهداف التوعوية في هذه الصحيفة على نسبة (22%) من مجموع الأهداف التي تناولتها هذه الصحيفة،
- **صحيفة الأيام:** كانت العلاقات العامة في هذه الصحيفة في قمة الأهداف حيث حصلت على (50.9%) من مجموع المادة الصحفية التي تختص بالأمور البيئية، وكان أقل الأهداف المستخدمة في هذه الصحيفة هي الأحداث، بينما حصلت الأهداف التوعوية في هذه الصحيفة على نسبة (13.3%) من مجموع الأهداف التي تناولتها هذه الصحيفة، والملحق (13) يبين هدف المادة الصحفية موزعة على القضايا البيئية التي تناولها كلتا الصحيفتين.

يلاحظ من الملحق (13) بأن أكثر قضايا البيئة التي تناولها هدف المادة الصحفية (نشاط) هي التشجير واستصلاح الأراضي وعلاقات عامة ومناسبات من وزارات وبلديات.

ويلاحظ من الملحق (13) بأن أكثر قضايا البيئة التي تناولها هدف المادة الصحفية (توعوي) هي علاقات عامة ومناسبات من وزارات وبلديات وتوزيع المياه في الضفة وغزة.

ويلاحظ من الملحق (13) بأن أكثر قضايا البيئة التي تناولها هدف المادة الصحفية (علاقات عامة) هي تلوث المياه وتوزيع المياه في الضفة وغزة.

ويلاحظ من الملحق (13) بأن أكثر قضايا البيئة التي تناولها هدف المادة الصحفية (حدث) هي تلوث الهواء والتلوث بشكل عام.

ويلاحظ كذلك من خلال الملحق (12) أن هدف المادة الصحفية جاء معظمها توعوي.

**10.1.4 السؤال العاشر: هل توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الصحيفة وفئة المصدر؟**

للإجابة على هذا السؤال سيتم اختبار كاي<sup>2</sup> بين الصحيفة وفئة المصدر كما هو موضح في الملحق (14).

تبين النتائج من خلال الملحق (14) أن مستوى الدلالة المقابل لقيمة كاي<sup>2</sup> (0.159) وهي أعلى من قيمة مستوى الدلالة (0.05)، مما يدل على عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الصحيفة وفئة المصدر.

**11.1.4 السؤال الحادي عشر: هل توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الصحيفة والمكان الذي يتناوله الخبر؟**

للإجابة على هذا السؤال سيتم اختبار كاي<sup>2</sup> بين الصحيفة والمكان الذي يتناوله الخبر كما هو موضح في الملحق (15).

من الملحق (15) يلاحظ بأن مستوى الدلالة المقابل لقيمة كاي<sup>2</sup> أعلى من مستوى الدلالة (0.05) مقابل كل فئة من فئات المكان الذي يتناوله الخبر مما يدل على عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الصحيفة والمكان الذي يتناوله الخبر.

كما يلاحظ بأن أكثر النسب بالنسبة لفئة المكان التي تضمنتها كلتا الصحيفتين هي التي تتعلق بالأراضي الفلسطينية المحتلة عام 1967 م.

#### 12.1.4 السؤال الثاني عشر: هل توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين الصحيفة وشكل المادة الصحفية؟

للإجابة على هذا السؤال سيتم اختبار كاي<sup>2</sup> بين الصحيفة وشكل المادة الصحفية كما هو موضح في الملحق (16).

من الملحق (16) يلاحظ بأن مستوى الدلالة المقابل لقيمة كاي<sup>2</sup> مرتفع عن مستوى 0.05 مما يدل على عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين الصحيفة وشكل المادة الصحفية.

#### 13.1.4 السؤال الثالث عشر: هل توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين الصحيفة ومدى استخدام عناصر الإبراز؟

للإجابة على هذا السؤال سيتم اختبار كاي<sup>2</sup> بين الصحيفة ومدى استخدام عناصر الإبراز كما هو موضح في الملحق (17).

من الملحق (17) يلاحظ بأن مستوى الدلالة المقابل لقيمة كاي<sup>2</sup> مرتفع عن مستوى 0.05 مما يدل على عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين الصحيفة ومدى استخدام عناصر الإبراز.

14.1.4 : السؤال الرابع عشر: هل توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين الصحيفة وهدف المادة الصحفية؟

للإجابة على هذا السؤال سيتم اختبار كاي<sup>2</sup> بين الصحيفة وهدف المادة الصحفية كما هو موضح في الملحق (18).

من الملحق (18) يلاحظ بأن مستوى الدلالة المقابل لقيمة كاي<sup>2</sup> انخفض عن مستوى 0.05 مما يدل على وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين الصحيفة وهدف المادة الصحفية، حيث كانت العلاقة لصالح جريدة القدس.

سبب هذه العلاقة هو أن عدد الأهداف التوعوية في صحيفة الأيام كان أقل من المتوقع، في حين كانت الأنشطة عددها أكثر من المتوقع تقريبا، من ناحية أخرى وبالمقابل كان عدد الأهداف التوعوية في صحيفة القدس أعلى من المتوقع تقريبا.

جاءت الأنشطة في صحيفة الأيام أعلى لأنها صحيفة مقربة من السلطة وهي تتناول المادة الصحفية بما يخدم السلطة وتتابع نشاطات المسؤولين في السلطة.

## الفصل الخامس

### مناقشة النتائج والاستنتاجات والتوصيات

#### 1.5 النتائج ومناقشتها:

- إن أكثر المواضيع والقضايا التي تناولتها الصحفتان هي قضية توزيع المياه في الضفة الغربية وغزة بنسبة (17%)، وهذه نتيجة طبيعية لما تعانيه الأراضي الفلسطينية سواء كانت في الضفة الغربية أو قطاع غزة من ممارسات احتلالية تعمل جاهدة على استنزاف مياه الفلسطينيين سواء كانت الجوفية أو غيرها، ولا ننسى في هذا الإطار أن السلطة الفلسطينية والدول المانحة تعمل جاهدة لأقامة مشاريع تساهم بتحقيق التوازن في توزيع المياه بين المحافظات الفلسطينية ومواطنيها، في ظل السيطرة الإسرائيلية والفارق الكبير في استهلاك المواطن الفلسطيني للمياه مقارنة بالمستوطن.
- أحتلت قضية علاقات عامة ومناسبات من وزارات وبلديات المرتبة الثانية من بين الموضوعات البيئية التي تتناولها الصحافة الفلسطينية بنسبة (51.8%)، لكن هذه الفئة ضمت عناصر كثيرة من بينها كل الأخبار التي تناولت الاحتفالات والمناسبات كيوم الشجرة، ومن هنا نرى أن العلاقات العامة تعد قضية محورية لدى المؤسسات.
- حصلت وكالات الأنباء الفلسطينية وهي من المصادر العامة على المرتبة الأولى بنسبة (40.9%)، وهذه نتيجة واقعية وطبيعية جداً حيث سنرى في النتائج اللاحقة أن من أكثر المصادر الأصلية (الأولية) التي تعتمد عليها الموضوعات البيئية التي تتناولها الصحافة

الفلسطينية هي المنظمات الحكومية والوزارات والبلديات، وبالتالي من الطبيعي أن تكون وكالات الأنباء الفلسطينية هي أول من يتلقى الأخبار المتعلقة بالبيئة من منها.

● حصلت المنظمات الحكومية والبلديات والوزارات على المرتبة الأولى من بين مصادر المعلومات الأصلية (الأولية) التي تتناول قضايا البيئة بنسبة (62.7%)، فلو ربطنا هذه النتيجة بسابقتها لوجدنا أن وكالات الأنباء الفلسطينية هي أول من ينشر الأخبار المتعلقة بالبيئة والتي يكون بالفعل مصدرها هي منظمات حكومية وبلديات ووزارات، علماً أن معظم المواد الصحفية المتعلقة بالبيئة الصادرة من المنظمات الحكومية والبلديات والوزارات هي مواد متعلقة بمشاريع وورشات عمل خاصة بالمياه واحتفالات بالمناسبات لها علاقة مباشرة أو غير مباشرة بأمور بيئية.

● حصلت الأراضي الفلسطينية المحتلة عام 1967م على المرتبة الأولى من المناطق التي يقع فيها الحدث البيئي بنسبة (96.3%)، وهذا شيء طبيعي كون هاتين الصحيفتين تصدران من هذه الأراضي، وتتناول كل القضايا المتعلقة بها.

● إن كل المواد الصحفية التي تناولت قضايا البيئة اعتمدت على عرض المعلومات، وتدل هذه النتيجة على عدم العمق في تناول الموضوعات المتعلقة بالبيئة إلى حد ربما يصل إلى السطحية، وهذه النتيجة سنربطها بشكل مباشر مع الأشكال الصحفية التي تظهر من خلالها المواد الصحفية المتعلقة بالبيئة، حيث أظهرت النتيجة أن الخبر الصحفي هو في المرتبة الأولى وبنسبة مرتفعة جداً وهذا يدعم ما تم التوصل له بأن قضايا البيئة اعتمدت على عرض المعلومات، ولا يحاول الدخول والبحث في عمق هذه القضايا عبر تحديد الأسباب وعرض النتائج والآثار ووضع الحلول المقترحة وتحديد دور المواطن والجهات الحكومية.

● جاء الخبر الصحفي بنسبة مرتفعة جداً بنسبة (89.2%) في تناول القضايا والموضوعات البيئية والتي تعد من أهم مقومات المجتمع والبيئة، فالخبر الصحفي لن يتعمق في تناول أي موضوع وذلك لطبيعته الوظيفية في توصيل الخبر أو المعلومة وليس التعمق فيها. ومعظم نتائج الدراسة تشير إلى الترابط الواضح فيما بينها فلن يتم التعمق في مادة صحفية اعتمدت فقط على عرض المعلومة، ووصلت إلى الصحيفة من بلدية أو وزارة تعلن عن عقد ورشة عمل لها علاقة بالبيئة أو احتفال شارك فيه وزير معين، وبالتالي معظم تناول الموضوعات

البيئية يتم من خلال الأخبار البسيطة والقليل جداً منها ما تم تناوله كتقرير أو تحقيق، ففي صحيفة القدس لم يتم تناول أي قضية بيئية على شكل تحقيق، وهذا أمر مؤسف كما أشرنا في السابق.

- جاءت معظم المواد الصحفية المتعلقة بالبيئة في الصفحات الداخلية وبنسبة عالية جداً، ولم تنتشر في الصفحة الأولى أو الأخيرة، وهذا يدل ويؤكد على قلة اهتمام الصحيفتين بالمواد المتعلقة بالبيئة.

- لم يتم استخدام عناصر الإبراز بشكل كبير، ففي الإعلام نعرف أن عناصر الإبراز من صورة أو كاريكاتير أو رسوم أو غيرها هي من أهم العناصر التي تشير إلى أهمية هذا الموضوع في الصحيفة، ومشاهدة صورة مصاحبة للخبر يجذبنا إلى متابعته وقراءته بشكل متعمق، بل ويبعد عنا الملل، وفيما يتعلق بالصحيفتين وعلى الرغم من الضعف الواضح في استخدام عناصر الإبراز، إلا أن هذه العناصر التي استخدمتها الصحيفتين لم تتعد الصورة الصحفية، ونحن هنا لا نقلل من أهمية هذه الصورة الصحفية التي تعد من أهم العناصر الطباعية لما لها من قدرات تأثيرية ومعاني مهمة للقراء، وهذا ما يدل بشكل واضح على السياسة التحريرية في الصحيفتين التي همشت القضايا والموضوعات البيئية ولم تضعها ضمن سلم أولوياتهما.

- جاءت العلاقات العامة في الصحيفتين في قمة الأهداف وكانت أقل الأهداف المستخدمة في الصحيفتين هي الأحداث، بينما حصلت الأهداف التوعوية في الصحيفة القدس على نسبة (22%) من مجموع الأهداف التي تناولتها هذه الصحيفة، وحصلت الأهداف التوعوية في الصحيفة الأيام على نسبة (13.3%) من مجموع الأهداف التي تناولتها هذه الصحيفة، وهذا يدل على أن العلاقات العامة الهدف الأبرز لأي وزارة، كما أن إبراز الشخص أو المؤسسات بحد ذاتها يعد أولوية فيما لم تكن التوعية هدفاً استراتيجياً في نشر الخبر، لذا فإبراز الشخص أو المؤسسات يكون على حساب التوعي البيئية وغيرها من الأخبار.

- اللغة المستخدمة في الإعلام المكتوب المتعلقة بالبيئة يجمع بين اللغة العلمية واللغة البسيطة في المجالات البيئية المتخصصة، أما في الصحيفتين فهي خليط ما بين اللغة الصحفية واللغة الشعبية، وأحياناً هي غير علمية، وعليه لا يوجد لغة واحدة للخبر البيئي ويتم التعامل معه

كخبير وليس كتخصص، ومن هنا فالصحفي الذي يعمل بالقضايا البيئية عليه ان يجمع بين العمل الصحافي والبيئي والخبرة والثقافة والمعرفة.

- عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الصحيفة وفئة المصدر، فإن الصحيفتين تناولتا معظم المواد الصحفية المتعلقة بالبيئة من مصادر متقاربة جداً وكان أكثرها الوكالات الفلسطينية، وهذا ما يؤكد على عدم وجود أي علاقة ارتباطية بين الصحيفة وفئة المصدر.
- عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الصحيفة والمكان الذي يتناوله الخبر، فتلك الصحيفتان تناولتا موضوعات بيئية خاصة بالأراضي الفلسطينية المحتلة عام 1967م بنسبة عالية جداً وذلك لطبيعة العلاقة التي تربط الصحيفتين وسياستهما التحريرية بهذه الأراضي ومواطنيها، فهما صحيفتان فلسطينيتان، ومن هذه النتيجة من الصعب أن يكون هناك اختلاف، فصحيفة الأيام أو صحيفة القدس كلاهما يتناول الحدث البيئي على اختلاف الموقع الذي حدث فيه هذا الحدث.
- عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الصحيفة وشكل المادة الصحفية، نحن تحدثنا عن أن الصحافة الفلسطينية بشكل عام لم تظهر اهتماماً واضحاً بالقضايا البيئية وهذا كان جلياً من نتائج دراستنا هذه، والخبر الصحفي هو خير دليل على عدم الاهتمام والتعمق في القضايا البيئية، والصحيفتان هما جزء لا يتجزأ من الصحافة الفلسطينية فلن يكون هناك اختلاف بين الصحيفتين في كونهما اعتمدتا على شكل الخبر الصحفي.
- عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الصحيفة ومدى استخدام عناصر الإبراز، بما أنه لم يكن هناك اهتمام في القضايا البيئية كما هو مطلوب فإن الصحيفتين لم تظهر اهتماماً بعناصر الإبراز، فنحن نعلم بأن الصورة الصحفية وباقي عناصر الإبراز تعطي للمادة الصحفية أهمية أعلى بل وتدعو القارئ إلى الاهتمام ومتابعة ما هو موجود في الخبر.
- وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الصحيفة وهدف المادة الصحفية، حيث كانت العلاقة لصالح جريدة القدس، وسبب هذه العلاقة هو أن عدد الأهداف التوعوية في صحيفة الأيام كان أقل من المتوقع، في حين كانت الأنشطة عددها أكثر من المتوقع تقريبا، من ناحية أخرى وبالمقابل كان عدد الأهداف التوعوية في صحيفة القدس أعلى من المتوقع تقريبا.



## 5.2 الاستنتاجات

- ان الصحف الفلسطينية المبحوثة هي ابلاغيه (اخباريه) ودورها التوعوي في مجال البيئة محدود.
- تعد الضائقة المائية في الضفة وغزة من أهم القضايا التي تؤرق الشارع الفلسطيني وعلية كانت أكثر المواضيع والقضايا التي تناولتها الصحيفتان هي قضية توزيع المياه في الضفة الغربية وغزة.
- تجميل أداء المسؤولين والوزارات والمؤسسات، والتركيز على الإنجازات والنشاطات وتضخيمها كان أولوية، في مخاطبة الرأي العام، لذلك احتلت قضية علاقات عامة ومناسبات من وزارات وبلديات المرتبة الثانية بين المواضيع البيئية التي تناولتها الصحيفتان.
- وكالات الأنباء الفلسطينية كانت أولوية لدى المؤسسات والوزارات في نشر أخبارها لذلك هي أول من يتلقى الأخبار المتعلقة بالبيئة من تلك المنظمات الحكومية والوزارات والبلديات.
- حصلت المنظمات الحكومية والبلديات والوزارات على المرتبة الأولى من بين مصادر المعلومات الأصلية (الأولية) التي تتناول قضايا البيئة.
- صحيفتا القدس والايام تصدران في الأراضي الفلسطينية المحتلة عام 1967م وعلية حصلت هذه الاراضي على المرتبة الأولى من المناطق التي يقع فيها الحدث البيئي.
- إن كل المواد الصحفية التي تناولت قضايا البيئة اعتمدت على عرض المعلومات بشكل كامل.
- تهميش الصحيفتان للقضايا البيئية دفع نحو بروز الخبر الصحفي بنسبة مرتفعة جداً وإختفاء أشكال صحفية أخرى مثل التحقيق والتقرير.
- تهميش الصحيفتان للقضايا البيئية دفع باتجاه نشر معظم المواد الصحفية المتعلقة بالبيئة في الصفحات الداخلية.
- تهميش الصحيفتان للقضايا البيئية أدى الى عدم استخدام عناصر الإبراز بشكل كبير.

- التركيز على إبراز الشخوص والمؤسسات والوزارات ساهم في تبوؤ العلاقات العامة بالصحيفتين قمة الأهداف.
- تهميش الصحيفتان للقضايا البيئية جعل الصحف المحلية لا تعتبر مصدراً معرفياً وتوعوياً للقضايا البيئية.
- إهمال تدريب المراسلين والصحفيين وتوعيتهم بالقضايا البيئية جعل اللغة المستخدمة في الصحف لغة احيانا تكون خليط ما بين الصحافة واللغة الشعبية، وحيانا هي غير علمية.
- عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الصحيفة وفئة المصدر، وبين الصحيفة والمكان الذي يتناوله الخبر، وبين الصحيفة وشكل المادة الصحفية، وبين الصحيفة ومدى استخدام عناصر الإبراز.
- وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الصحيفة وهدف المادة الصحفية حيث بلغت قيمة الدالة الإحصائية (0.002) وهي أقل من (0.05) مما يدل على وجود علاقة ارتباطية.

### 3.5 التوصيات:

- وبناء على نتائج الدراسة أوصت الباحثة بمجموعة من التوصيات اهمها:
- زيادة الموضوعات البيئية في وسائل الإعلام الفلسطينية وبالذات المحلية المتعلقة بالانتهاكات الاسرائيلية للبيئة الفلسطينية، وتوجيه المراسلين لتغطية أوسع للأحداث كافة والمشاكل والقضايا البيئية وزيادة المساحة المخصصة لهذه القضايا وزيادة الموضوعات المنشور في الصفحتين الأولى والأخيرة.
  - تخصيص صفحة متخصصة لشؤون البيئة في الصحف الفلسطينية وتخصيص محررين ومراسلين لها.
  - تنظيم استطلاعات رأي للجمهور لمعرفة آرائهم في الموضوعات البيئية المنشورة ومشاكلهم وإجراء دراسات حول مدى استفادة الجمهور من أداء وسائل الإعلام المختلفة في مجال البيئة.
  - التنوع في الأشكال الصحفية المستخدمة في عرض الموضوعات البيئية والاهتمام بالتحليل والتفسير مثل التحقيق الصحفي والمقال والحديث بالإضافة إلى الصورة والكاريكاتور.
  - تخصيص مراسلين لشؤون البيئة من أجل زيادة المصادر الإعلامية الخاصة وتأهيلهم وتوعيتهم بقضايا البيئة.
  - تنظيم وسائل الإعلام الفلسطينية لحملات إعلامية منظمة للتوعية بخطورة المشكلات البيئية، ودور المواطن في حماية البيئة، والتخطيط الجيد لهذه الحملات والتنسيق فيما بين هذه الوسائل، والتعاون مع الجهات الرسمية والأهلية لتوحيد الجهود.
  - تنظيم مسابقات دورية لأفضل الموضوعات الصحفية البيئية بالتعاون مع وزارة شؤون البيئة .
  - ادخال الاعلام المتخصص للجامعات والكليات وأقسام الاعلام والتركيز على الاعلام البيئي بشكل يستند الى العلم والمعرفة والمعلومات واعداد مناهج دراسية خاصة بذلك.
  - عقد دورات وورش عمل للإعلاميين تجمع بين الاعلاميين والمختصين البيئيين.
  - تشكيل لجنة عليا للإعلام البيئي لرسم السياسات والخطط والبرامج في المؤسسات الرسمية والاهلية الاعلامية والمختصة تخرج باستراتيجية وطنية للبيئة وتأسيس مركز معلومات

- بيئي يوفر قاعدة بيانات بيئية مدعومة بالأرقام، وتشكيل شبكة وطنية تعمل على تشجيع التواصل بين الاعلاميين والبيئيين والخبراء والمختصين والمهتمين بالشأن البيئي.
- تحفيز القطاع الخاص للاستثمار في مشاريع وبرامج وأعمال الاعلام البيئي وإدراج مواضيع وقضايا البيئة ضمن الاعمال والبرامج الاعلامية .
  - ربط المفاهيم والقيم البيئية في إطار الاعلام البيئي الموجه أساسا للنشء كأفلام الكرتون وبرامج الاطفال ومسابقات وقصص مرفقة بالإعلام المكتوب.
  - منح المجتمع المدني ومؤسساته الفرصة للمشاركة في مسؤولياتهم تجاه الحفاظ على البيئة ونشر الوعي البيئي .
  - منح المجتمع المحلي وعلى جميع مستوياته الفرص في تحمل مسؤولياته بالمشاركة في طرح رؤية البيئي عبر وسائل الاعلام المختلفة.
  - إقرار قانون بيئي إعلامي يحتم على كل وسيلة إعلامية تخصيص مساحة لطرح قضايا بيئية.

## 5.4 المراجع:

### 5.4.1 المراجع العربية:

الباز، علي (2001). الإعلام والإعلام الأمني، ط1، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية.

البطريق، نسمة (2004). الإعلام المجتمع في عصر العولمة، القاهرة، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع.

الحديدي، منى وإمام، سلوى (2004). الإعلام والمجتمع، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة.

الحفار، محمد (2002). التربية البيئية - علمونا حب الطبيعة، هيئة الموسوعة العربية، دمشق.

دايه، جان (1994). جبران تويني وعصر النهضة، دار النهار للنشر، بيروت.

دعبس، يسري (1996). تلوث الهواء وكيف نواجهه، ط2، الإسكندرية.

الدمرداش، إبراهيم (1985). بحوث ودراسات في التربية البيئية، مكتبة الانجلو مصرية، مصر.

سعود، رتب (2006). الانسان والبيئة، دراسة في التربية البيئية، ط2، عمان - الأردن.

سلامي، سهام وكسيرة، أمينة (2009). الإعلام والتوعية البيئية، شهادة ليسانس علوم الإعلام والاتصال، الجزائر.

شرف، عبد العزيز (1989). المدخل إلى وسائل الإعلام، دار الكتاب المصري، مصر.

عابد، زهير وأبو السعيد، أحمد (2011). الإعلام والبيئة بين النظرية والتطبيق، ط1، مكتبة الجزيرة للنشر والطباعة، المملكة العربية السعودية.

العبد. عاطف (2005). الرأي العام وطرق قياسه، ط2، دار الفكر العربي، القاهرة.

عبيد، عاطف (1997). مدخل إلى الاتصال والرأي العام، دار الفكر العربي، القاهرة.

عربيات، بشير ومزاهرة، أيمن (2004). التربية البيئية، دار المناهج، عمان.

عوض الله، عمر (1995). الإعلام والمجتمع، ط1، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة.

مزاهرة، سليمان (2004). التربية البيئية، دار المناهج، عمان.

مطاوع، إبراهيم (1995). التربية البيئية في الوطن العربي، ط1، القاهرة، دار الفكر العربي.

ملحة، أحمد (2000). الرهانات البيئية في الجزائر، مطبعة النجاح، الجزائر.

أبو مصلح، عدنان (2006). معجم علم الاجتماع، ط1، دار أسامة، عمان.

#### 5.4.2 المراجع الأجنبية:

Azizah Hamza (2007). **MEDIA CONVERGENCE ENVIRONMENT: CONFLICTS AND CHALLENGES. THE MALAYSIAN EXPERIENCE** Universiti Malaya.Malyaysia

Palen, John(2005). **Objectivity as Independence Creating the Society of Environmental Journalists**. Proceedings of the National Convention of the Association for Education in journalism and Mass Communications. Society of Environmental Journalists.

Doppy, Dones (1995). Experimental of North Carolina State About of Environmental Education Planning, **Journal of Environmental Education**, Vo. (23), No.(1), PP.5-10.

#### 5.4.3 الرسائل الجامعية:

الحقباتي، تركي (2006). مدى إسهام الإعلام الأمني في معالجة الظاهرة الإرهابية - دراسة تحليل محتوى لعدد من الصحف المحلية اليومية السعودية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، المملكة العربية السعودية.

الحوشان، بركة زامل (2004). الإعلام الأمني والأمن الإعلامي، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، المملكة العربية السعودية

خلف، عبد الباسط (2012). دور الإعلام المتخصص في تطوير الوعي البيئي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة بيرزيت.

صباغ، مها (2005). أولويات قضايا البيئة المحلية في الصحافة البحرينية، (دراسة ماجستير)، برنامج الإدارة البيئية، جامعة الخليج العربي في البحرين.

عبد العزيز، أحمد (2003). الإعلام ودوره في تحقيق الأمن البيئي، رسالة ماجستير غير منشورة، أكاديمية نايف للعلوم الأمنية.

العوضي، عبد الكريم (1996). سبيل نجاح سياسة اعلامية بيئية، جامعة الدول العربية، برنامج الامم المتحدة، القاهرة.

عيسى، طلعت (2007). دور الإعلام الفلسطيني في التوعية البيئية "دراسة تطبيقية على الصحافة المطبوعة والإلكترونية، معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة.

غازي، نادر (2000). تحليل مضمون برنامج التلفزيون العربي السوري في مجال التربية البيئية و آراء المشاهدين، دراسة ميدانية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية، جامعة دمشق، سوريا.

غازي، نادر (1988). دراسة تحليلية لمناهج وكتب العلوم الطبيعية في المرحلة الثانوية في مجال البيئة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية، جامعة دمشق، سوريا.

محمد، خليل (2007). معالجة الصحافة المحلية لبعض المحافظات لقضايا البيئة، رسالة ماجستير غير منشورة، معهد الدراسات والبحوث البيئية، جامعة عين شمس، القاهرة.

مطر، عاطف (2003). دور التلفزيون في تشكيل الوعي الاجتماعي لطلاب الجامعات، رسالة ماجستير، غير منشورة، معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة.



#### 5.4.4 الدوريات والمؤتمرات:

الخويت، سمير (1996). التربية وتحديات التنمية البيئية في دول الخليج العربي، مجلة كلية التربية، جامعة المنصورة، مايو 1996م، العدد 31، ص 120.

الرفاعي، محمد (1997). أثر وسائل الإعلام في تكوين الوعي البيئي، مجلة المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، العدد 215، لبنان، (ص ص 74 - 92).

صعب، نجيب (2006). البيئة في وسائل الإعلام العربية، الملتقى الإعلامي العربي الأول للبيئة والتنمية المستدامة، القاهرة.

صعب، نجيب (1997). قضايا بيئية، المنشورات التقنية، من فصل "الإعلام البيئي: خطة عمل للبنان"، بيروت، ص 34 - 37.

طابع، سامي (1992). دور الإعلام في نشر الوعي البيئي، مجلة النيل الهيئة العامة المصرية للاستعلامات، العدد 50، يوليو، القاهرة، ص 90.

غيطاس، جمال (2005). الإعلام العلمي العربي وقضايا التنمية رؤية معلوماتية، ورقة قدمت في مؤتمر مجلة "العربي" حول الإعلام العلمي، الكويت، كانون الأول (ديسمبر).

الشافعي، مي (2008). تفعيل دور الإعلام في القضايا البيئية، المؤتمر الإقليمي لشبكة الإعلاميين الأفارقة، 18 / 3 / 2008، نواكشوط.

#### 5.4.5 تقارير ووثائق

- اتحاد لجان الاغاثة الزراعية (2008) الوثيقة الاستراتيجية  
استراتيجية " النوع الاجتماعي في قطاع البيئة (بالتركيز على المياه وإدارة النفايات) 2013-  
2017 الصلبة  
التقارير السنوية لعدد كبير من المؤسسات الأهلية  
جهاز الاحصاء المركزي الفلسطيني ( التعداد والسكان 2011).  
سلطة البيئة (1999) الاستراتيجية الوطنية لتنوع الحيوي.  
سلطة المياه الفلسطينية (2010) الخطة الاستراتيجية لقطاع المياه والمياه العادمة (2010-  
2013).  
سلطة جودة البيئة (2012) الاستراتيجية الوطنية برنامج العمل الوطني واستراتيجية التمويل  
المتكاملة لمكافحة التصحر في الاراضي الفلسطينية المحتلة.  
مركز العمل التنموي (2009) الدليل المرجعي في التربية والبيئة.  
مركز معاً للتنموي (2010) الدليل التطبيقي في التربية البيئة (2010).  
وزارة الحكم المحلي (2010) الاستراتيجية الوطنية الادارة النفايات الصلبة في فلسطين  
(2010-2014).  
وزارة الزراعة (2010) استراتيجية قطاع الزراعة (2011-2013).  
وزارة جودة البيئة (2009) استراتيجية التكيف لتغير المناخ.  
وزارة شؤون البيئة (2013) استراتيجية البيئة القطاعية (2011-2013).

#### 5.4.6 المقالات ومواقع إلكترونية:

- أبو عامود، محمد سعد، دور الإعلام في معالجة قضايا البيئة 1972 - 1992، صحيفة  
الأهرام (<http://digital.ahram.org.eg/articles.aspx?Serial=217371&eid=2>)

- الجحاف، أميرة (2013): دراسة نظرية في مفهوم الإعلام المتخصص، مجلة أقواس، العدد الثاني. <http://kawanakurd.com>
- العلى، نجاح (2006). دور الإعلام البيئي في الحفاظ على البيئة. الحوار المتمدن ([www.m.alhewar.org](http://www.m.alhewar.org))، مقال بتاريخ 2009/4/24
- تحسين يقين (2006)، "متى يصبح الهم البيئي في أولويات الإعلاميين الفلسطينيين؟" خاص بأفاق البيئة والتنمية.
- سمر شاهين، مجلة أفاق البيئة والتنمية
- <http://www.maan-ctr.org/magazine/Archive/Issue19/Alrased/index.htm>  
<http://digital.ahram.org.eg/articles.aspx?Serial=217371&eid=2>
- شاهين، سمر (2008): غياب الكوادر الصحفية العارفة بعلوم البيئة ومخاطر تلوثها، مجلة أفاق البيئة والتنمية، العدد 19،  
(<http://www.maan-ctr.org/magazine/Archive/Issue19/Alrased/index.htm>)
- مقابلة مع الباحث البيئي الاردني درويش مصطفى الشافعي، تقرير بعنوان " الإعلام والبيئة علاقة شائكة ومتباعدة" مجلة القافلة الالكترونية
- محمد قيراط: الإعلام البيئي العربي...المشاكل والتحديات، صحيفة البيان.  
<http://www.albayan.ae/opinions/articles/2013-06-21-1.1907402>
- وكالة وفا (<http://www.wafainfo.ps/atemplate.aspx?id=5121>)

## المقابلات التي أجرتها الباحثة:

- ❖ شرين زيدان منسقة مشروع في مجموعة الهيدرولوجيين الفلسطينيين
- ❖ جميل مطور القائم بأعمال رئيس سلطة جودة البيئة
- ❖ رنا ابو السعود مدير دائرة التوعية العامة في سلطة المياه
- ❖ جورج كرزوم مسؤول وحدة الابحاث والمعلومات - مركز العمل التنموي "معا"
- ❖ حسن عبد الله باحث وأكاديمي

## الملاحق

ملحق (1): أسماء المحكمين:

الرقم	أسماء المحكمين	مكان العمل
1.	د. يوسف عمرو	جامعة الخليل
2.	د. قيس أبو عياش	جامعة الخليل
3.	أ. علاء عياش	جامعة الخليل
4.	جورج كرزم	مركز العمل التنموي

ملحق (2): استمارة تحليل المضمون

اسم الصحيفة:

فئة الموضوع	
أخرى تذكر	
مخلفات المصانع	
المبيدات الزراعية	
توزيع المياه بالضفة وغزة	
علاقات عامة ومناسبات من وزارات	
الطاقة البديلة	
قضايا التصحر والجفاف	
التغير المناخي والاحتباس الحراري	
التشجير واستصلاح الأراضي	
مياه الصرف الصحي	
النفايات والمخلفات	
تلوث بشكل عام	
التلوث السمعي والبصري	
التلوث الغذائي	
تجريف الأراضي الزراعية	
تدمير الثروة الحيوانية	
استنزاف مصادر المياه	
تلوث المياه	
تلوث التربة	
تلوث الهواء	
النظافة	
الرقم	
	.1
	.2
	.3
	.4
	.5
	.6
	.7
	.8
	.9
	.10

هدف المادة الصحفية				فئة المصدر							الرقم
				أخرى	بدون مصدر	متعددة المصادر	عامة			خاصة (مراسل)	
							وسائل إعلام أخرى	فلسطينية	عربية		
حدث	علاقات عامة	توعوي	نشاط								
											.1
											.2
											.3
											.4
											.5
											.6
											.7
											.8
											.9
											.10



فئة مصدر المعلومات الأصلي							
أخرى	الجمعيات الأهلية	المنظمات الحكومية والبلديات والوزارات	المراجع والدراسات العلمية ومراكز الأبحاث	الجمهور العادي	مسؤولو البيئة	الخبراء المختصون	الرقم
							.1
							.2
							.3
							.4
							.5
							.6
							.7
							.8
							.9
							.10

فئة المكان					
غير محدد	بقية دول العالم	الدول العربية	الأراضي الفلسطينية المحتلة عام 1948م	الأراضي الفلسطينية المحتلة عام 1967م	الرقم
					.1
					.2
					.3
					.4
					.5
					.6
					.7
					.8
					.9
					.10

أسلوب العرض							
الرقم	عرض المعلومات	تحديد الأسباب	عرض النتائج والآثار	وضع الحلول المقترحة	تحديد دور المواطن وتوجيه السلوك	تحديد دور الجهات الرسمية	أخرى
.1							
.2							
.3							
.4							
.5							
.6							
.7							
.8							
.9							
.10							

شكل المادة الصحفية

الرقم	خبر صحفي	حديث صحفي	مقال صحفي	تحقيق صحفي	تقرير صحفي	صورة صحفية	كاريكاتير	أخرى
.1								
.2								
.3								
.4								
.5								
.6								
.7								
.8								
.9								
.10								

الرقم	فئة الموقع			فئة عناصر الإبراز					
	الصفحة الأولى	الصفحات الداخلية	الصفحة الأخيرة	لم يستخدم	استخدم	الصورة	كاريكاتير	رسوم	أخرى
.1									
.2									
.3									
.4									
.5									
.6									
.7									
.8									
.9									
.10									

### ملحق (3) المقابلات المتعمقة:

#### محاوَر المقابلة:

- ❖ الاعلام المتخصص والاعلام الاستقصائي في فلسطين.
- ❖ مدى مساهمة وسائل الاعلام المكتوبة في التوعية البيئية.
- ❖ كيفية تطوير الاعلام البيئي وخلق اعلام بيئي فاعل.
- ❖ فاعلية الاعلام في توصيل المعلومات البيئية .
- ❖ دور المؤسسة الرسمية في تنمية وتطوير مجال الاعلام البيئي .
- ❖ اللغة المستخدمة في الإعلام المكتوب فيما يتعلق بالخبر البيئي.
- ❖ الإعلام المكتوب وتغطية الانتهاكات الإسرائيلية للبيئة.

ملحق (4) القضايا والموضوعات التي تناولها الفن الصحفي حول البيئة في الصحف الفلسطينية

الصحيفة		فئة الموضوع
الأيام	القدس	
النسبة المئوية	النسبة المئوية	
2.6%	2.6%	النظافة
14.0%	6.9%	تلوث الهواء
2.2%	1.1%	تلوث التربة
9.6%	9.5%	تلوث المياه
9.2%	7.7%	استنزاف مصادر المياه
1.5%	1.8%	تدمير الثروة الحيوانية
3.3%	2.4%	تجريف الأراضي الزراعية
.0%	.5%	التلوث الغذائي
.0%	.3%	التلوث السمعي والبصري
11.0%	6.6%	التلوث بشكل عام
5.5%	5.0%	النفايات و المخلفات
8.1%	10.3%	مياه الصرف الصحي
10.3%	5.8%	التشجير واستصلاح الأراضي
0.7%	1.6%	التغير المناخي والاحتباس الحراري
1.5%	.5%	قضايا التصحر والجفاف
4.0%	6.3%	الطاقة البديلة
14.0%	16.4%	علاقات عامة ومناسبات من وزارات وبلديات
17.6%	16.4%	توزيع المياه بالضفة وغزة
1.1%	2.1%	المبيدات الزراعية
1.1%	2.1%	مخلفات المصانع
2.6%	4.2%	الكهرباء
8.5%	12.4%	أخرى

ملحق (5): مصدر الفن الصحفي

المجموع	الصحيفة		فئة المصدر
	الأيام	القدس	
29.6%	28.3%	30.6%	خاصة (مراسل)
21.0%	21.7%	20.6%	عالمية
.9%	.7%	1.1%	عربية
40.9%	43.0%	39.3%	فلسطينية
1.2%	1.1%	1.3%	وسائل إعلام أخرى
2.2%	.7%	3.2%	متعددة المصادر
3.4%	4.4%	2.6%	بدون مصدر
.8%	0	1.3%	أخرى
100.0%	100.0%	100.0%	المجموع



الملحق (6): المصدر الأصلي (الأولي) للمادة الصحفية التي تناولت قضايا البيئة

الصحيفة		مصدر المعلومات الأصلي
الأيام	القدس	
النسبة المئوية	النسبة المئوية	
8.1%	14.5%	الخبراء المختصون
5.5%	10.3%	مسؤولو البيئة
6.3%	7.9%	الجمهور العادي
4.0%	10.6%	المراجع والدراسات العلمية ومراكز الأبحاث
65.8%	59.1%	المنظمات الحكومية والبلديات والوزارات
22.4%	20.1%	الجمعيات الأهلية
2.6%	3.2%	أخرى

الملحق (7) مكان وقوع الحدث البيئي الذي نشرته الصحف

الصحيفة		فئة المكان
الأيام	القدس	
النسبة المئوية	النسبة المئوية	
96.3%	96.3%	الأراضي الفلسطينية المحتلة عام 1967 م
1.8%	1.6%	الأراضي الفلسطينية المحتلة عام 1948 م
1.1%	2.6%	الدول العربية
1.5%	0.8%	بقية دول العالم
2.6%	1.1%	غير محدد

الملحق (8) أسلوب عرض المادة الصحفية المتعلقة بالبيئة

الصحيفة		أسلوب العرض
الأيام	القدس	
النسبة المئوية	النسبة المئوية	عرض المعلومات
100.0%	100.0%	تحديد الأسباب
6.6%	9.8%	عرض النتائج والآثار
5.5%	6.1%	وضع الحلول المقترحة
4.4%	6.6%	تحديد دور المواطن وتوجيه السلوك
6.6%	7.7%	تحديد دور الجهات الرسمية
3.7%	1.1%	

الملحق (9) شكل الفن الصحفي الذي تناول قضية البيئة

المجموع	الصحيفة		شكل المادة الصحفية
	الأيام	القدس	
89.2%	92.6%	86.8%	خبر صحفي
.6%	.4%	.8%	حديث صحفي
.9%	.4%	1.3%	مقال صحفي
.2%	.4%	%0.0	تحقيق صحفي
8.8%	5.9%	10.8%	تقرير صحفي
.3%	.4%	.3%	صورة صحفية
100.0	100.0	100.0	المجموع
%	%	%	

المحلق (10) موقع المادة الصحفية الذي تناول قضية البيئة

المجموع	الصحيفة		فئة الموقع
	الأيام	القدس	
2.6%	0.7%	4.5%	الصفحة الأولى
91.55%	93.1%	90.0%	الصفحات الداخلية
5.85%	6.2%	5.5%	الصفحة الأخيرة
100.0%	100.0%	100.0%	المجموع

الملحق (11) استخدام عناصر الإبراز في المادة الصحفية

المجموع	الصحيفة		فئة عناصر الإبراز
	الأيام	القدس	
84.2%	86.0%	82.8%	لم يستخدم شيء
15.8%	14.0%	17.2%	استخدام الصورة
100.0 %	100.0 %	100.0 %	المجموع

الملحق (12) هدف المادة الصحفية التي تناولت القضايا البيئية

المجموع	الصحيفة			هدف المادة الصحفية
	الأيام	القدس		
القدس				
116	61	55	العدد	نشاط
17.8%	22.5%	14.5%	النسبة	
122	36	86	العدد	توعوي
18.8%	13.3%	22.7%	النسبة	
337	138	199	العدد	علاقات عامة
51.8%	50.9%	52.5%	النسبة	
75	36	39	العدد	حدث
11.5%	13.3%	10.3%	النسبة	
650	271	العدد	العدد	المجموع
100.0%	100.0%	النسبة	النسبة	

الملحق (13) هدف المادة الصحفية موزعة على القضايا البيئية

هدف المادة الصحفية				قضايا البيئة
حدث	علاقات عامة	توعوي	نشاط	
.0%	1.2%	1.6%	9.5%	النظافة
60.0%	3.9%	4.1%	.9%	تلوث الهواء
2.7%	1.5%	1.6%	.9%	تلوث التربة
1.3%	12.5%	9.8%	6.0%	تلوث المياه
2.7%	9.5%	9.8%	6.9%	استنزاف مصادر المياه
2.7%	.9%	4.1%	.9%	تدمير الثروة الحيوانية
4.0%	1.5%	7.4%	.9%	تجريف الأراضي الزراعية
.0%	.0%	.0%	1.7%	التلوث الغذائي
.0%	.0%	.8%	.0%	التلوث السمعي والبصري
25.3%	5.3%	7.4%	6.9%	التلوث بشكل عام
2.7%	6.2%	4.9%	4.3%	النفايات و المخلفات
5.3%	12.2%	4.1%	9.5%	مياه الصرف الصحي
1.3%	7.7%	2.5%	17.2%	التشجير واستصلاح الأراضي
2.7%	.9%	2.5%	.0%	التغير المناخي والاحتباس الحراري
1.3%	.3%	1.6%	1.7%	قضايا التصحر والجفاف
.0%	7.4%	4.1%	4.3%	الطاقة البديلة
6.7%	11.3%	21.3%	26.7%	علاقات عامة ومناسبات من وزارات وبلديات
5.3%	24.3%	13.1%	6.0%	توزيع المياه بالضفة وغزة
2.7%	1.5%	2.5%	.9%	المبيدات الزراعية
1.3%	.6%	4.1%	2.6%	مخلفات المصانع
.0%	4.5%	4.1%	2.6%	الكهرباء
10.7%	11.0%	11.5%	9.5%	أخرى



الملحق (14) نتائج فحص كاي<sup>2</sup> بين الصحيفة وفئة المصدر

مستوى الدلالة	قيمة كاي <sup>2</sup>	
0.159	10.56	كاي <sup>2</sup>
	651	عدد الحالات

الملحق (15) نتائج فحص كاي<sup>2</sup> بين الصحيفة والمكان الذي يتناوله الخبر

مستوى الدلالة	قيمة كاي <sup>2</sup>	الصحيفة		فئة المكان
		الأيام	القدس	
		النسبة المئوية	النسبة المئوية	
0.99	0.00	96.3%	96.3%	الأراضي الفلسطينية المحتلة عام 1967 م
0.803	0.06	1.8%	1.6%	الأراضي الفلسطينية المحتلة عام 1948 م
0.167	1.91	1.1%	2.6%	الدول العربية
0.41	0.69	1.5%	.8%	بقية دول العالم
0.14	2.20	2.6%	1.1%	غير محدد

الملحق (16) نتائج فحص كاي<sup>2</sup> بين الصحيفة وشكل المادة الصحفية

مستوى الدلالة	قيمة كاي <sup>2</sup>	
0.132	8.48	كاي <sup>2</sup>
	651	عدد الحالات

الملحق (17) نتائج فحص كاي<sup>2</sup> بين الصحيفة ومدى استخدام عناصر الإبراز

مستوى الدلالة	قيمة كاي <sup>2</sup>	
0.273	1.202	كاي <sup>2</sup>
	651	عدد الحالات

الملحق (18) نتائج فحص كاي<sup>2</sup> بين الصحيفة وهدف المادة الصحفية

مستوى الدلالة	قيمة كاي <sup>2</sup>	
0.002	14.42	كاي <sup>2</sup>
	650	عدد الحالات

## فهرس الملاحق:

رقم الصفحة	اسم الملحق	الرقم الملحق
90	أسماء المحكمين	.1
91	استمارة تحليل المضمون	.2
98	القضايا والموضوعات التي تناولها الفن الصحفي حول البيئة في الصحف الفلسطينية	.3
99	مصدر الفن الصحفي	.4
100	المصدر الأصلي (الأولي) للمادة الصحفية التي تناولت قضايا البيئة	.5
101	مكان وقوع الحدث البيئي الذي نشرته الصحف	.6
102	أسلوب عرض المادة الصحفية المتعلقة بالبيئة	.7
103	شكل الفن الصحفي الذي تناول قضية البيئة	.8
104	موقع المادة الصحفية الذي تناول قضية البيئة	.9
105	استخدام عناصر الإبراز في المادة الصحفية	.10
106	هدف المادة الصحفية التي تناولت القضايا البيئية	.11
107	هدف المادة الصحفية موزعة على القضايا البيئية	.12
108	نتائج فحص كاي <sup>2</sup> بين الصحيفة وفئة المصدر	.13
109	نتائج فحص كاي <sup>2</sup> بين الصحيفة والمكان الذي يتناوله الخبر	.14
110	نتائج فحص كاي <sup>2</sup> بين الصحيفة وشكل المادة الصحفية	.15
111	نتائج فحص كاي <sup>2</sup> بين الصحيفة ومدى استخدام عناصر الإبراز	.16
112	نتائج فحص كاي <sup>2</sup> بين الصحيفة وهدف المادة الصحفية	.17
113	القضايا والموضوعات التي تناولها الفن الصحفي حول البيئة في الصحف الفلسطينية	.18

## المحتويات

إهداء.....	د
إقرار: .....	أ
شكر و عرفان .....	ب
التعريفات: .....	ج
Abstract.....	ز
الفصل الأول مقدمة وأساسيات الدراسة .....	1
1.1 المقدمة: .....	1
2.1 مبررات الدراسة.....	3
3.1 أهمية الدراسة .....	4
4.1 مشكلة الدراسة:.....	5
6.1 اسئلة الدراسة:.....	7
7.1 أسلوب القياس: .....	8
الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة. ....	15
1.2 الإطار النظري .....	15
1.1.2 الإعلام: .....	15
2.1.2 الإعلام البيئي: .....	16
3.1.2 الوعي البيئي: .....	19
4.1.2 أهداف الإعلام البيئي: .....	22
5.1.2 برامج واستراتيجيات الإعلام البيئي: .....	23
6.1.2 أساليب إعلامية: .....	26
7.1.2 الصحافة المكتوبة والبيئة: .....	27
8.1.2 المشاكل التي يواجهها الإعلام البيئي: .....	28
9.1.2 تطوير الاعلام البيئي: .....	32
10.1.2 محددات و معايير الإعلام البيئي.....	33
الاستراتيجية البيئية الفلسطينية التي أصدرتها وزارة شؤون البيئة: .....	34
2.2 الدراسات السابقة: .....	41
التعقيب على الدراسات السابقة: .....	56

58.....	الفصل الثالث: منهجية وإجراءات الدراسة:
58.....	1.2 المقدمة
58.....	2.3 منهجية الدراسة وأدواتها:
59.....	3.3 أداة الدراسة:
60.....	4.3 إجراءات الصدق:
61.....	5.3 إجراءات الثبات:
61.....	6.3 مجتمع الدراسة:
61.....	7.3 عينة الدراسة وحدودها:
62.....	8.3 حدود الدراسة:
62.....	9.3 جمع وتحليل بيانات الدراسة:
63.....	الفصل الرابع : نتائج الدراسة ومناقشتها
63.....	1.4 مقدمة:
63.....	2.4 النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة وفرضياتها:
	1.2.4 السؤال الأول: ما القضايا والموضوعات التي تناولها الفن الصحفي حول البيئة في
63.....	الصحف الفلسطينية عينة الدراسة؟
	2.1.4 السؤال الثاني: ما مصدر المادة الصحفي الذي تناول موضوعات بيئية في الصحف
64.....	الفلسطينية؟
	3.1.4 السؤال الثالث: ما المصدر الأصلي (الأولي) للمادة الصحفية التي تناولت قضايا
65.....	البيئة؟
65.....	4.1.4 السؤال الرابع: أين مكان وقوع الحدث البيئي الذي نشرته الصحف؟
	5.1.4 السؤال الخامس: ما أسلوب عرض المادة الصحفية المتعلقة بالبيئة التي نشرتها
66.....	الصحف الفلسطينية؟
	6.1.4 السؤال السادس: ما شكل المادة الصحفي الذي تناول قضية البيئة في الصحف
67.....	الفلسطينية؟
	7.1.4 السؤال السابع: ما موقع المادة الصحفية الذي تناول قضية البيئة في الصحف
67.....	الفلسطينية؟
	8.1.4 السؤال الثامن: هل تم استخدام عناصر الإبراز في المادة الصحفية الذي تناول قضية
68.....	البيئة في الصحف الفلسطينية؟
69.....	9.1.4 السؤال التاسع: ما هدف المادة الصحفية التي تناولت القضايا البيئية؟



10.1.4 السؤال العاشر: هل توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الصحيفة وفئة المصدر؟	70
11.1.4 السؤال الحادي عشر: هل توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الصحيفة والمكان الذي يتناوله الخبر؟	70
12.1.4 السؤال الثاني عشر: هل توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الصحيفة وشكل المادة الصحفية؟	71
13.1.4 السؤال الثالث عشر: هل توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الصحيفة ومدى استخدام عناصر الإبراز؟	71
14.1.4 السؤال الرابع عشر: هل توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الصحيفة وهدف المادة الصحفية؟	72
الفصل الخامس	73
مناقشة النتائج والاستنتاجات والتوصيات	73
1.5 النتائج ومناقشتها:	73
5.2 الاستنتاجات	77
3.5 التوصيات:	79
المراجع:	81
الملاحق	89
ملحق (3) المقابلات المتعمقة:	98
محاور المقابلة:	98
فهرس الملاحق:	114
المحتويات	115