



ISSN: 2663-8118 (Online) | ISSN: 2074-9554 (Print)

Journal of Al-Frahedis Arts

Article Available Online: Iraqi Scientific Academic Journals, Open Journals System

Tikrit University

J.A.A | TU

College of Arts

Journal of Al-Frahedis Arts

Asst. Lecturer. Khamis
Muhammad Karhout

E-Mail: khamees.m83@tu.edu.iq

Mobile: +9647712202744

Department of Media
College of Arts
Tikrit University
Salahuddin
Iraq

Keywords:

- Media Development
- E-Media
- Societal Change
- Pollution

ARTICLE INFO

Article History:

Submitted: 10/08/2020

Accepted: 08/11/2020

Published: 01/01/2021

Developmental Media in Electronic Media and Its Role in Changing Societies Towards A Pollution-Free Environment - A Field Survey Study of a Sample of The Academic Elite

ABSTRACT

Development and environmental media considers to be one of the extreme important subjects in social and economic and media sciences, also has it multiple leverages in media efficient by his tactics and functional development – environmental - educational – instructional – journalistic parts, in development societies, because development media does not materializes in the absence much of complete mentally in hulks economic educational in society roles, also developmental media because the most effective prevalence manner in the current century, and the agile growth opened in electronic media tactics and large expanding use new scopes and increases reaching knowledge and create new social educational environment and the environment and development media works on elevating life level and improve it in societies while it could express in perceived way about social supreme values, that human civilization aiming media should be understood as one of the favors and educational social overcomes and not a commodity or materialist merchandise therefor this study raises to the subject details and seeks to reach many aims.

© 2009 - 2020 College of Arts | Tikrit University

الاعلام التنموي في الاعلام الالكتروني ودوره في تغيير المجتمعات نحو بيئة خالية من التلوث - دراسة مسحية ميدانية لعينة من النخبة الاكاديمية

م. م. خميس محمد كرحوت

البريد الالكتروني: khamees.m83@tu.edu.iq

رقم الجوال: +9647712202744

قسم الإعلام
كلية الآداب
جامعة تكريت
صلاح الدين
العراق

الملخص

يعد موضوع الإعلام التنموي والبيئي من المواضيع البالغة الأهمية في مجال العلوم الاجتماعية والاقتصادية والإعلامية، كما أنه استطاع من رفع كفاءة الإعلام بوسائله المتعددة وأدواره الوظيفية، التنموية، والبيئية، والثقافية، والتعليمية، والتربوية، والصحفية، في المجتمعات النامية، إذ لا يتحقق الاعلام التنموي في غياب قدر من التكامل في وظائف هياكل البنية الاجتماعية والاقتصادية والثقافية في المجتمع، كما أصبح الاعلام التنموي الاداة الاعلامية الاكثر تأثيرا وانتشاراً خلال القرن الحالي، وقد فتح النمو السريع في وسائل الاعلام الالكتروني والتوسع الكبير في استخدامه آفاقاً جديدة وزاد من حرية الوصول الى المعرفة وخلق بيئة اجتماعية وثقافية جديدة، وعمل الإعلام البيئي والتنموي على رفع مستوى الحياة، وتحسينها في، المجتمعات فيما استطاع التعبير بطريقة محسوسة عن القيم الاجتماعية العليا التي تدعو إليها الحضارة الإنسانية، وينبغي فهم الإعلام على أنه من الحسنات الاجتماعية والمنتجات الثقافية وليس سلعة أو بضاعة مادية، لذلك ان هذه الدراسة تتطرق الى تفاصيل الموضوع وتسعى الى الوصول الى اهداف عدة.

الكلمات المفتاحية:

- الاعلام التنموي
- الاعلام الالكتروني
- التغيير المجتمعي
- التلوث

معلومات المقالة:

تاريخ المقالة:

قدمت: ٢٠٢٠/٠٨/١٠

قبلت: ٢٠٢٠/١١/٠٨

نشرت: ٢٠٢١/٠١/٠١

الإطار المنهجي:**أولاً: أهمية البحث:**

تنبع أهمية هذا البحث من أهمية الاعلام التنموي ودوره في خلق بيئة صحية وتقليل التلوث قدر المستطاع كذلك التوعية الصحية من الامراض الانتقالية وخصوصا بعد انتشار وباء كورونا المستجد عالمياً وبعد ملاحظة الباحث لقلة اهتمام الاعلام لنشر التوعية الصحية واعتبار الموضوع هامشياً لا يشكل أهمية لدى الجمهور العراقي خاصة أن نوع العينة قصدية تخصصت بجمهور النخبة الذي يتوجب عليه أن يملك الوعي والثقافة التي تجعله ملماً بهكذا مواضيع.

ثانياً: مشكلة البحث:

تتحدد مشكله البحث بسؤال محوري وهو: ما دور الاعلام الالكتروني في دعم الاعلام التنموي البيئي وهذا يقودنا الى عدة تساؤلات تتفرع من هذا السؤال بالآتي:

١. ما هي المواقع الإلكترونية التي يعتمدها الجمهور لاستقاء المعلومات حول الصحة والبيئة؟
٢. ما دور الاعلام الالكتروني في دعم الاعلام التنموي
٣. اي من مواقع التواصل الاجتماعي عززت معلومات الجمهور البيئية والصحية؟
٤. ما هي الاساليب المستخدمة لإظهار النشاطات في المجال البيئي سواء في الاعلام الالكتروني او التقليدي؟
٥. هل يوجد استراتيجية محدده في صياغة مضمون الوسائل الإعلامية التي تخص موضوع البيئة في وسائل الاعلام الالكتروني وان كان لا يوجد استراتيجية فما السبب؟
٦. هل يتابع الجمهور المضامين المتعلقة بالصحة والبيئة بصورة قصديه ام بالصدفة؟
٧. ما هي الموضوعات التي تخص الصحة والبيئة التي تحقق اهتماماً وتفاعلاً من قبل المبحوثين بالدرجة الاولى؟
٨. ما مدى مساهمه الاعلام الالكتروني في توعيه المواطنين من خطر فيروس كورونا المستجد؟

ثالثاً: الأهداف:

١. معرفه المواقع الإلكترونية التي يعتمدها الجمهور في استقاء المعلومات حول الصحة والبيئة.
٢. تحديد دور الاعلام الالكتروني في دعم الاعلام التنموي.
٣. معرفه اي مواقع التواصل الاجتماعي عززت معلومات البيئية والصحية.
٤. تحديد الاساليب المستخدمة لإظهار النشاطات في المجال البيئي سواء في الاعلام الالكتروني او التقليدي.

٥. التعرف على آراء الجمهور حول تلمسهم لاستراتيجية محددة في صياغة ما يخص البيئة ومضمون الرسائل الاعلامية وأن لم يكن هناك استراتيجية، التعرف على اسباب ذلك برأي الجمهور.

٦. تحديد مدى متابعه الجمهور للمضامين المتعلقة بالصحة والبيئة أن كانت بصورة قصدية ام بالصدفة.

٧. الكشف على أبرز الموضوعات التي تخص الصحة والبيئة والتي حققت تفاعلاً واهتماماً من قبل المبحوثين.

٨. الكشف عن مدى مساهمة الاعلام الالكتروني في توعية المواطنين من خطر فايروس كورونا المستجد.

رابعاً: منهج البحث وادواته:

تعتبر هذه الدراسة دراسة وصفية اتبع فيها المنهج المسحي اذ هو (جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف على الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع البحث من العدد الأحادي من المفردات المكونة لمجتمع البحث ولمدة زمنية كافية للدراسة) ^(١). وقد استخدم الباحث اداة الاستبانة والتي تمثلت باستمارة الكترونية بعد ان عرضت على الخبراء المتخصصين لتحكيمها وصلاحياتها لتحقيق اهداف لدراسة وتعرف بانها الاستبيانات الإلكترونية Online Questionnaire، هي أحد الطرق التي يمكن استخدامها لتوزيع الاستبيانات. تتميز الاستبيانات الإلكترونية والتي تكون غالباً منشورة على موقع ما بأنها طريقة سريعة جداً لعرض المعلومات للزائر أو المستهدف من الاستبيان والحصول على إجابات منه في مدة قصيرة ^(٢).

خامساً: العينة ومجتمع البحث:

بسبب الحظر الصحي في العراق بسبب فايروس كورونا المستجد وعدم استطاعة الباحث من التواصل المباشر بما أن عينة البحث جمهور النخبة من الأكاديميين مما جعل الباحث يقوم بتصميم استمارة الإلكترونية وتم تعميمها في صفحات مواقع التواصل الاجتماعي، وبذلك تمثل مجتمع البحث لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي وتمثل بعينة من النخبة الأكاديميين في كافة التخصصات العلمية والإنسانية وبواقع ٣٠٠ مبحوث من مستخدمي مواقع التواصل وتحديداً صفحات النخبة الأكاديمية وبذلك يكون نوع العينة قصدية تعريف.

نوع العينة قصدية: ويقصد بها بأن (يختار الباحث المفردات في هذه العينة بطريقة قصدية، طبقاً لما يراه من سمات أو خصائص تتوافر في المفردات بما يخدم أهداف البحث) ^(١).

سادساً: مجالات البحث:

١. **المجال المكاني:** تمثل المجال المكاني بمواقع التواصل الاجتماعي والصفحات الخاصة بجمهور النخبة الأكاديميين.

٢. **المجال الزمني:** تحدد المجال الزمني بثلاثة أشهر من ١/٥/٢٠٢٠ لغاية ١/٧/٢٠٢٠.

سابعاً: الصدق الظاهر:

قام الباحث بتصميم استمارة الاستبيان وتم عرض فئاتها على الخبراء من ذوي الاختصاص للتأكد من وملاءمتها لمتطلبات البحث وصلاحيّة تطبيقها في هذا البحث^(٣).

ثامناً: الدراسات السابقة:

١. دراسة أحمد عمر عبد الرسول: الوظائف التنموية لوسائل الإعلام في الدول النامية، مجلة العلوم الانسانية مجلد ١٥، (٤) ٢٠١٤، ص ١٤٨، ويهدف هذا البحث الى استعراض الوظائف التنموية لوسائل الإعلام في الدول النامية، والوقوف حول مدي ارتباط وظائف الإعلام وأهداف التنمية في الدول النامية، ومعرفة أهم الصعوبات التي تواجه التخطيط الإعلامي في الدول النامية، وكل هذه الوظائف تعمل علي تزويد الناس بالآراء والأفكار والمعلومات التي بدورها تؤدي إلي تكوين الرأي العام الصائب تجاه القضايا والموضوعات المطروحة، فيما أكدت الدراسة أن وسائل الاتصال تلعب دوراً كبيراً في نشر الأفكار الجديدة لتحقيق التغيير الإجتماعي من خلال خلق وتطوير الأفكار الجديدة وتوصيل هذه الأفكار الجديدة إلى أعضاء النظام الاجتماعي، توصلت الدراسة الى عدم ارتباط خطة التنمية بخطة الإعلام.

٢. دراسة عبد الباسط خلف: "دور رسائل الإعلام المُتخصّصة في تطوير الوعي البيئي، دراسة تطبيقية على طلبة جامعة بيرزيت، قدّمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات درجة الماجستير في برنامج الدراسات العربية المعاصرة من كلية الدراسات العليا في جامعة بيرزيت. فلسطين، ٢٠١٢، هدف الباحث تحقيق الهدف هو منح قضايا البيئة فرصة للتداول اليومي والتفاعلي بين الشباب، وفي مؤسسة أكاديمية، تغيب عن مناهجها التربوية البيئية، وتختفي منها مظاهر الحديث والاهتمام والتوجه البيئي، شأنها كشأن مؤسسات المجتمع المحلي المختلفة الأخرى، التي تحاصرها قضايا السياسة والتحديات التي أفرزها الاحتلال، وتبُعدها الأولويات الاقتصادية والفنية والحياتية المرتبة بطريقة لا تضمن حضور، الهموم والتحديات البيئية، مع ظهور مُبالغٍ فيه لقضايا أقل وزناً وحيوية، وتوصلت الدراسة إلى جملة من النتائج اهمها المرتبطة بدور الرسائل الإعلامية المتخصصة في تطوير الوعي والمفاهيم البيئية، تراجع الوعي البيئي للطلبة؛ لقلة تعرّضهم لرسائل بيئة، داخل الجامعة وخارجها.

٣. دراسة ربيعة مانع زيدان الحمداني و وفاء كنعان خضر: وسائل الإعلام ودورها في تدعيم التنمية المستدامة من وجهة نظر أساتذة الجامعة، Route Educational & Social Science Journal، February 2019، ص ٤٨٦، ويهدف البحث الى تحديد أهم الأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام في تدعيم التنمية المستدامة من وجهة نظر أساتذة الجامعة، ومن اهم النتائج التي توصلت اليهما الباحثان هو تحديد الأدوار الثلاثة الدور البنائي، والدور الوقائي، والدور العلاج، ومن خلال ذلك أمكّن تحقيق السؤال الثاني للتعرف على درجة قيام وسائل الإعلام بدورها، والتعرف على درجة اسهام وسائل الاعلام في تحقيق التنمية المستدامة من وجهة نظر اساتذة الجامعة.

٤. **دراسة عزوز نش و حفيظة ابوهالي:** الاعلام البيئي والجمهور العربي قراءة تحليلية لاستطلاعات الجمهور نحو الاهتمام بقضايا البيئة عبر وسائل الاعلام العربية، مجلة الدراسات الاعلامية العدد الرابع اغسطس اب ٢٠١٨ المركز الديمقراطي العربي - برلين المانيا ص ١٩٢، ويهدف هذا البحث التعرف على الدور الذي يمكن أن تمارسه وسائل الاعلام في مجال الوعي البيئي والثقافة البيئية، والتعرف على واقع الاعلام البيئي في الوطن العربي والتحديات التي يواجهها، اهم النتائج التي توصل لها أن الاعلام العربي البيئي يعيش أزمة عدم توفر معلومات سواء بالنسبة لوسائل الاعلام في حد ذاتها أو الجمهور، عدم اهتمام المنظومة الاعلامية كافة بالخطاب البيئي في سياق اجندة ترتيب الاولويات التي تعطي أهمية للمواضيع والقضايا السياسية، نقص الاعلاميين والمتخصصين في المواضيع البيئية.

المبحث الأول: الإطار النظري:

أولاً: مفهوم الإعلام التنموي:

الإعلام التنموي:

وهو "الإعلام الذي يهدف إلى استعمال وسائل الاتصال المختلفة عن طريق التخطيط والتنسيق الجيد لتحسين الظروف الاجتماعية والاقتصادية في المجتمع" ^(٤). اذ اخذ هذا المفهوم في الظهور خلال ستينيات القرن الماضي، وأن دراسة علاقة الاعلام التنموي بالتنمية الاقتصادية، اذ يستوجب البحث والتعمق بوظائف هذه الاجهزة الاعلامية في الانشطة الاقتصادية بجوانبها المختلفة والمتعددة التي تبناها في ذلك الحين بعض المنظرين وخبراء الإعلام التنموي الدوليين الذين عملوا على اىصال القدرة الإعلامية في المساهمة في التنمية المجتمعية من خلال عمليات التثقيف والتعليم والعمل على اكتساب المهارات الجديدة ^(٥). وهناك عدد من العوامل التي ساهمت في ظهور الأعلام التنموي منها:

١. **أذ أن الفجوة الاقتصادية، والثقافية، والاجتماعية:** التي برزت بعد انتهاء الحرب العالمية الثانية، اذ ان هذه الفجوة انعكست بشكل كبير على نفسه وثقافيه المجتمع في أوروبا، وقد التف الباحثون إلى مفهوم المسؤولية الاجتماعية، والذي يعني ذلك مسؤولية الإعلام في ترميم ما خلفته تلك الحروب.

٢. **وتعد هذه الفجوة ظاهرة غير عادلة وخاصة في جنوب العالم فهي تؤثر سلباً على كل فرد داخل المجتمع وتضر بالسياسية وتعيق النمو الاقتصادي ولهذا هناك ضرورة لقيام لإعلام بدوره لتقليص الفجوة الاقتصادية والاجتماعية بين الامم والشعوب ^(٦).**

٣. **ظهور نظرية التحديث:** أذ ظهرت هذه النظرية التي تنص على تحقيق التنمية في وجه نموذج النمو الاشتراكي في سياق الحرب الباردة بإبعادها الإيديولوجية والإعلامية والصراع يشير التحديث إلى نموذجٍ يتيح الانتقال التدريجي من مجتمع، ما قبل الحداثة، أو المجتمع، التقليدي.

٤. **التراكم العلمي:** أسهم ذلك في ظهور مراكز الابحاث المتخصصة في دراسة المجتمعات في المراكز البحثية في الاعلام والتجارب العلمية في اكتشافات واسعة يتمتع بها الاعلام في مساهمته في التغيير المجتمعي والاقتصادي الايجابي الذي انعكس على حياة الافراد والمجتمعات. **ثانياً: تعريف الاعلام التنموي^(٧):**

برز مفهوم الإعلام التنموي وتعددت تعريفاته التي وضعها الباحثين والمختصين في الاعلام حول تعريف الاعلام التنموي فمنهم من يرى بأن:

١. ان المؤسسات الإعلامية المتخصصة او الفرعية وهي التي تعمل على معالجة القضايا التنمية الاعلامية التي تمكن من إشباع حاجيات المجتمع وتحقيق اهدافه التنموية.

٢. **يعد الاعلام التنموي:** أحد الافرع الاساسية من فروع النشاط الإعلامي، اذ ان مهمته العمل على إحداث التحول الاجتماعي، بهدف التطوير والتحديث، اي بمعنى آخر هو العملية التي يمكن من خلالها توجيه أجهزة الإعلام ووسائل الاتصال الجماهيري الاخرى ضمن المجتمع يتماشى مع أهداف الحركة التنموية والمصلحة العليا للمجتمع^(٨).

٣. تهدف جهود الاتصال المخططة إلى إنشاء اتجاهات إيجابية ومواتية للتنمية، لذلك لا علاقة لوسائط التنمية بصناعة التنمية، بل تخلق ظروفًا اجتماعية وثقافية ونفسية للأفراد والجماعات التي يستجيبة لها البرنامج بشكل فعال.

٤. أن الفروع الأساسية للنشاط الإعلامي، هو العلم على الاهتمام بالقضايا التنموية إذ يعد اعلماً هادفاً، ويعمل على تحقيق التنمية الاجتماعية، اذ يرتبط ارتباط وثيق بنواحي عدة منها، السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والتربوية، ويعمل على ابراز الحقائق والوقائع وايضاها في التعامل مع الجمهور.

ثالثاً: الإعلام، والتنمية والبيئة^(٩):

ذلك الثالوث المترابط في إطار المنظومة المتزايدة تشابكاً، اذ تكمن جذور هذه المشكلات البيئية الخطيرة في العالم الثالث في العالم بالمنظومة الاقتصادية والاجتماعية، وفقدان التوازن في العلاقة القائمة بين الإنسان والطبيعة. اضافة لذلك كله، فإن المشاكل البيئية تتصاعد نحو المشكلات البيئية الامر الذي يؤدي الى تطويق العالم، ما لم يتم تدبر الأمر بحزم ومن خلال تعاون دولي كامل بالنسبة للمشكلات البيئية بتطوير المنظومة اعلامية رصينة تهتم بالبيئة ويتم التنسيق على المستوى الدولي، وهناك عدد من الاهداف على مستوى القضايا المهمة التي تخص الاعلام البيئي التي يجب أن يتوفر فيها عدد من المحددات الاعلامية اذ تشمل^(١٠):

١. الهدف المحدد من العملية الإعلامية للقضايا البيئية المستهدفة.
٢. انتقاء فئة الجمهور المستهدف والتركيز عليها.
٣. تحديد الوسيلة الإعلامية المناسبة، لجمهور ودراسته.
٤. يجب أن يكون القائم بالاتصال أن يتمتع بمواصفات الشخصية المناسبة لإيصال الرسالة الاعلامية لجمهور.

٥. اعداد شكل الرسالة وأسلوب تقديمها، ودورها في صياغة العقول وتوجيه الافكار وطريقة الإقناع المستخدمة طبقاً لنوعية الرسالة وطبيعة الجمهور المستهدف.
٦. العمل على توفير المعلومات والبيانات والحقائق وجمع والآراء مع ضرورة ربط الموضوع باهتمامات الجمهور.

خصائص الإعلام التنموي^(١١):

١. إنه إعلاماً هادفاً يعمل على تحقيق الأهداف الاجتماعية والتنموية لخلق ارضية مناسبة لإنجاح عملية التخطيط التنموية.
٢. يعد إعلاماً واقعياً، ويستند في أسلوبه في الطرح إلى المهنية والوضوح في تعامله مع الجمهور وتبادل الثقة.
٣. يعمل وفق خطط منظمة ومدرسة في اعماله التنموية المرتبطة في مصلحة المجتمع.
٤. يعمل على تحقيق المصلحة العامة من خلال اقناع الجمهور بالتنمية بضرورة التغيير الاجتماعي.
٥. الاعلام التنموي متعدد الأبعاد، الصحية، والاقتصادية، والاجتماعية، والسياسية^(١٢).
٦. يستخدم الاساليب الحديثة والمشوقة، سمعيه بصرية، مقروءة، مسموعة.
٧. يعمل على تطوير القدرات والامكانيات والاستفادة من خبرات وتجارب البلدان الأخرى.

رابعاً: الاعلام التنموي وتأثيره في المجتمع^(١٣):

يعد الاعلام التنموي احد العوامل المهمة والعناصر الفاعلة في المجتمع اذ يعمل على تحقيق الأهداف السياسية والاعلامية ويسلط الضوء على القضايا المجتمعية المهمة، وتوضح أهميته في المجتمع، كونه أسهم بشكل فاعل في عملية التنمية، السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية، والثقافية، ومن خلال ذلك يتضح دور الاعلام التنموي المهم في المجتمع اذ يعمل على الرصد والمتابعة والنشر للمخطط التنموي والعمل على تفعيل الوعي الجماعي للمجتمع في المشاركة الفاعلة والهادفة من اجل تحقيق أهداف التنمية اذ يرتبط ذلك بتطور أداء الإعلام التنموي ارتباطاً وثيقاً بالرغبة واستعداد الدولة لتحسين الأوضاع، السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية من خلال الارتقاء بها الى مستوى أفضل، اذ أن وسائل الإعلام التنموي تمتلك المسؤولية الكاملة للمساهمة في عملية التنمية، كونها وسائل الاكثر تأثيراً في الأفكار والسلوكيات والاتجاهات وتعد الوسائل الساندة في تعليم وتنقيف المجتمع، ونشر الأفكار المستحدثة.

خامساً: الاعلام الإلكتروني ودوره في التغيير المجتمعي نحو البيئة الصحية^(١٤):

الإعلام الإلكتروني قد فرض واقعاً اعلامياً جديداً على الاعلام التقليدي، من حيث الانتشار الواسع الذي حققه متخطياً الحواجز التي وضعها الاعلام التقليدي، اذ أن الإعلام الإلكتروني استطاع من اختراق الحواجز الجغرافية والزمانية، اضافة الى ذلك التنوع اللامتناهي في المحتوى الإعلامي الذي يقدمه الى الجمهور مكتسباً اهمية واسعة للمحتوى الذي يقدمه، يأتي ذلك لأهمية هذا النوع الجديد من الإعلام، من خلال القدرات المكتسبة، ومقومات الوصول، لجميع

وامتداداته الواسعة وتقنياته الجديدة الفعالة في وسط الاعلام الجديد فضلا عن استخدامه التطبيقات المتنوعة والوسائط المتعددة، والذي يخلق في الفضاء الاعلام الجديد، وبلا حدود جغرافية أو حواجز تعيق تواصله مع الجمهور.

سادساً: الاعلام الالكتروني وعملية نشر الأفكار البيئية المستحدثة^(١٥):

يعني ذلك هو كيفية استخدام الأنشطة الاتصالية في عملية نشر الأفكار البيئية المستحدثة لتحقيق التغيير في المجتمعات ودفعها نحو الاهتمام في البيئة، وقد أكدت الدراسات والبحوث أن وسائل الإعلام الإلكترونية تلعب دوراً كبيراً في نشر الأفكار البيئية الجديدة والمستحدثة في تحقيق التغيير الاجتماعي من خلال ثلاث خطوات متعاقبة وهي:

١. الاقتراح: ويقصد بذلك خلق أو تطوير الأفكار الجديدة والمستحدثة.

٢. الانتشار: يقصد به العمل على توصيل الأفكار الجديدة والمستحدثة إلى أعضاء النظام الاجتماعي.

٣. النتائج: هي التغييرات التي تطرأ داخل المجتمع كنتيجة حتمية لتبني أو رفض الابتكارات أو الافكار الجديدة.

سابعاً: المواقع الإلكترونية^(١٦):

اذ تعمل هذه المواقع الالكترونية التي يتم انشاءها على الشبكة العنكبوتية الانترنت، على تنظيم عمل نشطاء البيئة المشاركين فيها، اذ يعمل نشطاء البيئة الى تنسيق عملهم من خلالها وتسويق نشاطهم الاعلامي، في المواقع الالكترونية التي يتم التواصل من خلالها مع الجمهور المراد التواصل مع نشاطهم البيئي مثل عقد الندوات او المؤتمرات أو اللقاءات أو الزيارات الميدانية كما يقوم الناشطين البيئيين الى استخدام تلك المواقع للدعوة للتبرع لصالح الكوارث بيئية ملحة أو لتنسيق المظاهرات السلمية المناصرة للبيئة في وقت الأزمات والمشاركين في هذه المواقع الإلكترونية هم عادة ما يكونون من الغير منضوين في منظمات المجتمع المدني أي الذين لا يأخذ نشاطهم البيئي طابعاً رسمياً بل افراد مناصرين للبيئة يقومون بمبادرات فردية لا ترتبط أجندتهم البيئية بأية مؤسسة أخرى.

ثامناً: جمهور النخبة:

يأتي تصنيف جمهور النخبة من ضمن تصنيفات جمهور الإعلام حيث أن في ذلك أكثر من تصنيف، فأيتي ذلك على الاختلاف جمهور النخبة من خلال تفاوت المستويات الفكرية ويقع هذا النوع من انواع الجمهور ضمن الشرائح النخبوية، اذ ان هذا جمهور النخبة الاقلية مقابل شريحة الامية في المجتمعات^(١٧)، اذ يمكن القول، إن جمهور النخبة فئة من المجتمع تنتمي إلى مجتمع ما، وانها تشكل الأقلية من حيث العدد في المجتمع قياساً بالأغلبية التي تشكلها الامية من بقية المجتمع من الأفراد العاديين غير النخبويين^(١٨)، وأن الخصائص التي يتمتع فيها افراد النخبة تجعل لأفرادها مكانة اجتماعية خاصة واعتباراً في المجتمعات التي ينتمون لها، كما إن جمهور النخبة لا ينتمي إلى قطاعاً واحداً في المجتمعات ولا يرتبط بتخصصات معينة بل

هناك نخبة في كل قطاع يشكلها الأفراد المتميزون فيه وإن لأفراد هذا الجمهور لهم تأثيراً في مجتمعاتهم وقد يؤثر ذلك حتى خارج محيطهم لما لهم من تأثير على مستوى القطاعات التي ينتمون لها، ولا يحظى جمهور النخبة بوضع اعتباري مجرد في محيطهم، بل تقع عليهم مسؤوليات وتكون لها ريادة ومؤثرة في هذا المجال، وأن لأفراد جمهور النخبة لهم صفات معينة هي التي تكسبهم الصفة النخبوية مثل، الذكاء، والتفوق العلمي، والقوة الاقتصادية، والنفوذ السياسي، والفكر والكاريزما الشخصية.

الإطار العملي: الجداول وتفسيرها لاستعراض النتائج التي توصل إليها الباحث:

جدول (١) يمثل النوع الاجتماعي للمبحوثين

النوع الاجتماعي	مجموع التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
ذكور	١٨٩	٦٣٪	الاولى
اناث	١١١	٣٧٪	الثانية
المجموع	٣٠٠	١٠٠٪	

يوضح جدول رقم (١) النوع الاجتماعي للفئات المبحوثين حيث شكلت فئة (الذكور) اعلى من نسبة الاناث حيث كان مجموع تكرارهم (١٨٩) مبحوث من مجموع (٣٠٠) حيث شكل نسبة (٦٣٪) من العينة أما الاناث فكان مجموع تكرارهم (١١١) من مجموع (٣٠٠) وبنسبة (٣٧٪).

جدول (٢) يوضح الفئات العمرية للمبحوثين

الفئة العمرية	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
٣٥-٢٥	١٤٥	٤٨.٣	الثالثة
٤٦-٣٦	١١١	٣٧	الاولى
٥٧-٤٧	٤٤	١٤.٧	الثانية
المجموع	٣٠٠	١٠٠٪	

يوضح جدول رقم (٢) ان الفئات العمرية لعينة المبحوثين البالغ عددهم (٣٠٠) مبحوث ذكور واناث اذ حصلت الفئة العمرية من (٣٥-٢٥) على (١٦٠) تكراراً من مجموع (٣٠٠) مبحوث وبنسبة (٤٨.٣٪) فيما تليها الفئة العمرية (٤٦-٣٦) بواقع (١١١) مبحوث من مجموع (٣٠٠) مبحوث، وتحل الفئة العمرية بالمرتبة الاخيرة وهي (٥٧-٤٧) بواقع (٤٤) مبحوث من مجموع (٣٠٠) وبنسبة (١٤.٧٪).

جدول (٣) يمثل المستوى التعليمي للمبحوثين

الشهادة	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
بكالوريوس	١٢٩	٤٣٪	الثالثة
ماجستير	٨٧	٢٩٪	الاولى
دكتوراه	٨٤	٢٨٪	الثانية
المجموع	٣٠٠	١٠٠٪	

يوضح هذا الجدول رقم (٣) أن أكثرية العينة من المستوى التعليمي فئة (البكالوريوس) التي حلت بالمرتبة الاولى اذ حصلت على (١٢٩) تكرار من مجموع (٣٠٠) مبحوث وبنسبة (٤٣٪)، يليه بالمرتبة الثانية فئة (ماجستير) اذ حصلت على (٨٧) تكراراً من مجموع (٣٠٠) مبحوث وبنسبة (٢٩٪)، وتأتي بالمرتبة الثالثة والاخيرة فئة (دكتوراه) وقد حصلت بواقع (٨٤) مبحوث من مجموع (٣٠٠) وبنسبة (٢٨٪).

جدول (٤) يوضح مهن المبحوثين

المرتبة	النسبة المئوية	مجموع التكرارات	المهنة
الاولى	٤٤.٣٣	١٣٣	استاذ جامعي
الثانية	١٣	٣٩	تربوي
الثالثة	١٢.٣٣	٣٧	اعلامي
الرابعة	١١.٣٣	٣٤	موظف ذو منصب حكومي
الخامسة	٨	٢٤	طبيب
السادسة	٤.٦٦	١٤	ناشط مدني
السابعة	٢.٦٦	٨	مهندس
الثامنة	٢.٣٣	٧	سياسي
التاسعة	٠.٦٦	٢	وزير
العاشرة	٠.٦٦	٢	برلماني
	١٠٠٪	٣٠٠	المجموع

في الجدول رقم (٤) نجد ان فئة (استاذ جامعي) حلت بالمرتبة الاولى وحصلت على (١٣٣) تكرار من مجموع (٣٠٠) مبحوث وبنسبة (٤٤.٣٣٪)، يليه بالمرتبة الثانية فئة (تربوي) اذ حصلت هذه الفئة على (٣٩) تكراراً من مجموع (٣٠٠) مبحوث وبنسبة (١٣٪)، وتأتي بالمرتبة الثالثة فئة (اعلامي) وقد حصلت على (٣٧) تكراراً من مجموع (٣٠٠) مبحوث وبنسبة (١٢.٣٣٪)، يليه فئة (موظف ذو منصب حكومي) بالمرتبة الرابعة شكل نسبة (١١.٣٣٪) وبواقع (٣٤) مبحوث من مجموع (٣٠٠) مبحوث، وحلت بالمرتبة الخامسة فئة (طبيب) بنسبة (٨٪) وبواقع (٢٤) تكرار من مجموع (٣٠٠) مبحوث، وتأتي بالمرتبة السادسة فئة (ناشط مدني) وذلك بنسبة (٤.٦٦٪) وبواقع (١٤) تكراراً من مجموع (٣٠٠) مبحوث، اما المرتبة السابعة قد حصلت فئة (مهندس) على نسبة (٢.٦٦٪) وبواقع (٨) تكرارات من مجموع (٣٠٠)، أما المرتبة الثامنة فقد جاءت فئة (وزير) وذلك بنسبة (٢.٣٣٪) وبواقع (٧) تكرارات من (٣٠٠) مبحوث، فيما حلت بالمرتبة الاخيرة فئة (برلماني) بنسبة (٠.٦٦٪) وبواقع (٢) تكرار من مجموع (٣٠٠) مبحوث.

جدول رقم (٥) يوضح المواقع الالكترونية التي تستقي العينة الاخبار البيئية منها

المرتبة	النسبة المئوية	مجموع التكرارات	المواقع البيئية
الاولى	٣٦.٥١	٢١٨	موقع منظمة الصحة العالمية

موقع برنامج الأمم المتحدة للبيئة	٩١	١٥.٢٤	الثانية
موقع خلية الازمة المشكلة حول فايروس كورونا في العراق	٨١	١٣.٥٦	الثالثة
موقع البيئة والتنمية، المجلة البيئية العربية الأولى	٥٨	٩.٧١	الرابعة
موقع اليونيسكو	٤٠	٦.٧٠	الخامسة
موقع مجلة بيئة المدن الالكترونية	٣٢	٥.٣٦	السادسة
موقع وزارة الصحة والبيئة العراقية	٣٦	٦.٠٣	السابعة
موقع الاتحاد العربي للتنمية المستدامة والبيئة	١٩	٣.١٨	الثامنة
موقع مركز البيئة للمدن العربية	١٥	٢.٥١	التاسعة
موقع بيرد لايف المتخصص بالشؤون البيئية	٧	١.١٧	العاشر
المجموع	٥٩٧	%١٠٠	

في الجدول رقم (٥) نجد ان اكثر فئة حازت على اكثر مجموع تكرارات هي فئة (موقع منظمة الصحة العالمية) حيث حازت على (٢١٨) تكرار من مجموع (٥٩٧) مبحوث وبنسبة (٣٦.٥١٪)، اما فئة (موقع برنامج الأمم المتحدة للبيئة) حصلت على المرتبة الثانية وذلك بواقع (٩١) تكرار من مجموع (٥٩٧) وبنسبة (١٥.٢٤٪)، اما المرتبة الثالثة فكانت (موقع خلية الازمة المشكلة حول فايروس كورونا في العراق) وذلك بمجموع (٨١) تكرار من اصل (٥٩٧) وبنسبة (١٣.٥٦٪)، وتليها في المرتبة الرابعة فئة (موقع البيئة والتنمية، المجلة البيئية العربية الأولى) بواقع (٥٨) تكرار من اصل (٥٩٧) وبنسبة (٩.٧١٪) مبحوث، اما المرتبة الخامسة فكانت لفئة (موقع اليونيسكو) وذلك (٤٠) تكرار من مجموع (٥٩٧) وبنسبة (٦.٧٠٪)، وتأتي بالمرتبة السادسة فئة (موقع مجلة بيئة المدن الالكترونية) اذ حصلت على (٣٢) تكرار من مجموع (٥٩٧) وبنسبة (٥.٣٢٪)، وتأتي بالمرتبة السابعة فئة (موقع وزارة الصحة و البيئة العراقية) من خلال (٣٦) تكرار من مجموع (٥٩٧) وبنسبة (٦.٠٣٪)، فيما حلت بالمرتبة الثامنة فئة (موقع الاتحاد العربي للتنمية المستدامة والبيئة) بواقع (١٩) تكرار من مجموع (٥٩٧) وبنسبة (٣.١٨٪)، فيما تأتي بالمرتبة التاسعة فئة (موقع مركز البيئة للمدن العربية) بواقع (١٥) تكرار من مجموع (٥٩٧) وبنسبة (٢.٥١٪)، وتأتي بالمرتبة العاشرة والاخيرة فئة (موقع بيرد لايف المتخصص بالشؤون البيئية) حصل على (٧) تكراراً من مجموع تكرارات هذه الفئة (٥٧٩) مبحوث وبنسبة (١.١٧٪).

جدول رقم (٦) يوضح دور وسائل الاعلام الالكتروني في دعم الاعلام التنموي

الاعلام الالكتروني ودوره في دعم الاعلام التنموي	مجموع التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
المساهمة في تغيير المجتمعات نحو بيئة أفضل	١٧٥	٣٠.٠١	الاولى
تطور الاعلام الالكتروني سببا رئيسا في ابراز الاعلام التنموي	١٣٠	٢٢.٢٩	الثانية

ساهم في زيادة النتاج العلمي كالبحوث والدراسات من اجل بيئة أفضل	١٢٩	٢٢.١٢	الثالثة
التطور الالكتروني ادى الى معرفة المتخصصين في الجوانب البيئية وايصال المعلومات للمجتمع	٩٨	١٦.٨٠	الرابعة
المواقع الإلكترونية خصصت صفحات متخصصة بالنشرات البيئية	٥١	٨.٧٤	الخامسة
المجموع	٥٨٣	%١٠٠	

في الجدول رقم (٦) نجد ان اكثر فئة حازت على اكثر مجموع تكرارات هي فئة (المساهمة في تغيير المجتمعات نحو بيئة افضل) التي حلت بالمرتبة الاولى حيث حازت على (١٧٥) تكراراً من مجموع (٥٨٣) مبحوث وبنسبة (٣٠.٠١٪)، فيما حلت بالمرتبة الثانية فئة (تطور الاعلام الالكتروني سبباً رئيساً في ابراز الاعلام التتوي) اذ حصلت على المرتبة الثانية وذلك بواقع (١٣٠) تكرار من مجموع (٥٨٣) وبنسبة (٢٢.٢٩٪)، اما بالمرتبة الثالثة فجاءت فئة (ساهم في زيادة النتاج العلمي كالبحوث والدراسات من اجل بيئة افضل) وذلك مجموع (١٢٩) تكرار من مجموع (٥٨٣) مبحوث وبنسبة (٢٢.١٢) وتليها في المرتبة الرابعة فئة (التطور الالكتروني ادى الى معرفة المتخصصين في الجوانب البيئية وايصال المعلومات للمجتمع) بمجموع تكرارات (٩٨) من (٥٨٣) وبنسبة (١٦.٨٠٪)، اما المرتبة الخامسة والاخيرة فقد فكانت لفئة (المواقع الإلكترونية خصصت صفحات متخصصة بالنشرات البيئية) وذلك (٥١) تكرار من مجموع (٥٨٣) مبحوث وبنسبة (٨.٧٤٪).

جدول رقم (٧) يوضح تطبيقات التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المبحوثين

المرتبة	النسبة المئوية	مجموع التكرارات	التطبيقات
الاولى	٥٠.٣٣	١٥١	جميع التطبيقات
الثانية	٢٣	٦٩	فيسبوك
الثالثة	١٦	٤٨	يوتيوب
الرابعة	٦	١٨	تلكرام
الخامسة	٢.٣٣	٧	تويتر
الخامسة	٢.٣٣	٧	انستغرام
	%١٠٠	٣٠٠	المجموع

في الجدول رقم (٧) نجد ان فئة (جميع التطبيقات) قد حصلت على (١٥١) تكرار من مجموع (٣٠٠) مبحوث وبنسبة (٥٠.٣٣٪)، وتأتي بالمرتبة الثانية فئة (تطبيق فيسبوك) من خلال (٦٩) تكرار من مجموع (٣٠٠) مبحوث وبنسبة (٢٣٪)، فيما حلت بالمرتبة الثالثة فئة (تطبيق يوتيوب) بواقع (٤٨) تكرار من مجموع (٣٠٠) تكرار وبنسبة (١٦٪)، فيما حل في المرتبة الرابعة فئة (تطبيق تلكرام) بواقع (١٨) تكرار من مجموع (٣٠٠) مبحوث وبنسبة (٦٪)، وتأتي بالمرتبة

الخامسة والاحيرة فئتي (تطبيق تويتر وتطبيق انستغرام) فقد حازت على (٧) تكرارات من مجموع (٣٠٠) مبحوث وبنسبة (٢.٣٣).

جدول رقم (٨) يوضح الاساليب التوعوية في عرض الانشطة البيئية

المرتبة	النسبة المئوية	مجموع التكرارات	الاساليب التوعوية
الاولى	٤١.٦٦	١٣٠	المنشورات في مواقع التواصل الاجتماعي
الثانية	٣٤.٣٣	١٠٣	كلها
الثالثة	٨.٦٥	٢٧	الندوات والاجتماعات
الرابعة	٥.٧٦	١٨	المؤتمرات البيئية
الخامسة	٣.٨٤	١٢	المعارض
السادسة	١.٦٠	٥	الخطابات والمحاضرات
السابعة	٠.٩٦	٣	الرحلات والمعسكرات
الثامنة	٠.٦٤	٢	الدعوات والاحتفالات
	%١٠٠	٣٠٠	المجموع

في الجدول رقم (٨) نجد ان فئة (المنشورات في مواقع التواصل الاجتماعي) قد جاءت بالمرتبة الاولى وتصدرت اعلى الفئات حيث حصلت على (١٣٠) تكراراً من مجموع (٣٠٠) مبحوث وبنسبة (٤١.٦٦٪) يليه فئة (كلها) بالمرتبة الثانية وبواقع (١٠٣) تكراراً من مجموع (٣٠٠) مبحوث وبنسبة (٣٤.٣٣٪)، ومن ثم تليها فئة (الندوات والاجتماعات) بالمرتبة الثالثة بواقع (٢٧) تكراراً من مجموع (٣٠٠) مبحوث وبنسبة (٨.٦٥٪) يليه بالمرتبة الرابعة فئة (المؤتمرات البيئية) بواقع (١٨) تكراراً ومن مجموع (٣٠٠) مبحوث وبنسبة (٥.٧٦٪)، فيما حلت بالمرتبة الخامسة فئة (المعارض) بواقع (١٢) من مجموع (٣٠٠) مبحوث وبنسبة (٣.٨٤٪)، فيما حلت بالمرتبة السادسة فئة (الخطابات والمحاضرات) بواقع (٥) تكرار من مجموع (٣٠٠) تكرار وبنسبة (١.٦٠٪)، فيما حلت بالمرتبة السابعة فئة (الرحلات والمعسكرات) بواقع (٣) تكرار من مجموع (٣٠٠) مبحوث وبنسبة (٠.٩٦٪) فيما حلت في المرتبة الثامنة والاحيرة فئة (الدعوات والاحتفالات) حيث حازت على (٢) تكرار من مجموع (٣٠٠) مبحوث وبنسبة (٠.٦٢٪).

جدول رقم (٩) يوضح نسبة ثقة العينة بالتخطيط لعرض الانشطة البيئية في المواقع الالكترونية

المرتبة	النسبة المئوية	مجموع التكرارات	
الاولى	٥٠.٣٣	١٥١	نعم
الثانية	٤٩.٦٦	١٤٩	كلا
	%١٠٠	٣٠٠	المجموع

يوضح جدول رقم (٩) فئة خيار (نعم) اذ حازت على (١٥١) تكراراً من مجموع (٣٠٠) مبحوث وبنسبة (٥٠.٣٣٪)، فيما جاءت فئة خيار (كلا) بواقع (١٤٩) تكرار من مجموع (٣٠٠) مبحوث وبنسبة (٤٩.٦٦٪).

جدول (١٠) يوضح اسباب عدم ثقة العينة بالتخطيط لعرض الانشطة البيئية في المواقع الإلكترونية

المرتبة	النسبة المئوية	مجموع التكرارات	الموضوع
الاولى	٢٧.٩٨	١٦٤	لا يوجد وعي بيئي لدى الجمهور مما يسبب عدم الاهتمام بهكذا معلومات
الثانية	٢٣.٨٩	١٤٠	عدم وجود متخصصين في الاعلام البيئي
الثالثة	١٥.٦٩	٩٢	عدم وجود تعاون بين المؤسسات الصحية والمؤسسات الاعلامية لغرض التوعية الصحية والبيئية
الرابعة	١٥.١٨	٨٩	عدم اهتمام الناس بالمعلومات الصحية الا خلال الازمات الصحية مثل الامراض والابوة
الخامسة	١٠.٤٠	٦١	عدم وجود اهتمام من الجهات الحكومية بالبيئة
السادسة	٦.٨٢	٤٠	عدم الانفتاح على المنظمات العالمية المعنية بالبيئة
المجموع	%١٠٠	٥٨٦	

في جدول رقم (١٠) نجد ان فئة (لا يوجد وعي بيئي لدى الجمهور مما يسبب عدم الاهتمام بهكذا معلومات) قد جمعت اعلى نسبة من ضمن وهي (٣٧.٩٨٪) بواقع (١٦٤) تكرار من مجموع (٥٨٦) تكرار يليه في المرتبة الثانية فئة (عدم وجود متخصصين في الاعلام البيئي) بنسبة (٢٣.٨٩٪) وبواقع (١٤٠) تكرار من مجموع (٥٨٦) مجو، اما المرتبة الثالثة فكانت لفئة (عدم وجود تعاون بين المؤسسات الصحية والمؤسسات الاعلامية لغرض التوعية) وبنسبة (١٥.٦٩) وبواقع (٩٢) تكرار من مجموع (٥٨٦) تكرار، وتأتي بالمرتبة الرابعة فئة (عدم اهتمام الناس بالمعلومات الصحية الا خلال الازمات الصحية مثل الامراض والابوة) (١٥.٨٩٪) وبواقع (٨٩) تكرار من مجموع (٥٨٦) تكرار، وتأتي بالمرتبة الخامسة فئة (عدم وجود اهتمام من الجهات الحكومية بالبيئة) وذلك بنسبة (١٠.٤٠٪) وبواقع (٦١) تكرار من مجموع (٥٨٦) تكرار، اما بالمرتبة السادسة والاخيرة هي فئة (عدم الانفتاح على المنظمات العالمية المعنية بالبيئة) وذلك بنسبة (٦.٨٢٪) وبواقع (٤٠) تكرار من مجموع (٥٨٦).

جدول رقم (١١) يوضح موقع متابعة المضامين المتعلقة بالإعلام التنموي

المرتبة	النسبة المئوية	مجموع التكرارات	المواقع
الاولى	٣٦.٣٣	١٠٩	في المواقع الكترونية البيئية المتخصصة في هذا المجال
الثانية	٢٨.٣٣	٨٥	في برامج القنوات الفضائية

الثالثة	١٦.٣٣	٤٩	ليس بشكل قصدي وإنما اتعرض لهذه المعلومات بالصدفة من خلال تصفحي على الانترنت
الرابعة	١٠.٦٦	٣٢	اتعرض للمعلومات بصورة قصدية
الخامسة	٨.٣٣	٢٥	في مواقع الكترونية اجنبية متخصصة في هذا المجال
	%١٠٠	٣٠٠	المجموع

في جدول رقم (١١) نجد أن فئة (في المواقع الكترونية البيئية المتخصصة في هذا المجال) قد جاءت بالمرتبة الاولى وقد حصلت على (١٠٩) تكرار من مجموع (٣٠٠) مبحوث وبنسبة (٣٦.٣٣٪)، تليها بالمرتبة الثانية فئة (في برامج القنوات الفضائية) وبواقع (٨٥) تكرار من مجموع (٣٠٠) مبحوث وبنسبة (٢٨.٣٣٪) تليها الثالثة فئة (لا بشكل قصدي وإنما اتعرض لهذه المعلومات بالصدفة من خلال تصفحي على الانترنت) بواقع (٤٩) تكرار من مجموع (٣٠٠) مبحوث وبنسبة (١٦.٣٣٪) فيما حلت بالمرتبة الرابعة فئة (اتعرض للمعلومات بالصدفة) فشككت نسبته (١٠.٦٦٪) وبواقع (٣٢) تكرار من مجموع (٣٠٠) مبحوث و تليها بالمرتبة الخامسة والاخيرة فئة (في مواقع الكترونية متخصصة في هذا المجال) وبنسبة (٨.٣٣٪) وبواقع (٢٥) تكراراً من مجموع (٣٠٠) مبحوث.

جدول رقم (١٢) يوضح الموضوعات التي تهتم المبحوثين في مجال الاعلام البيئي

المرتبة	النسبة المئوية	مجموع التكرارات	الموضوعات
الاولى	٣١.٩٨	٢٠٥	موضوعات عن الامراض المعدية
الثانية	١٤.١٩	٩١	موضوعات عن ثقب الاوزون
الثالثة	١٣.٥٧	٨٧	موضوعات عن التلوث الاشعاعي
الرابعة	١٥.٢٨	٩٨	موضوعات عن الاحتباس الحراري والتغير المناخي
الخامسة	١٠.٢٩	٦٦	موضوعات عن المخدرات والتدخين
السادسة	١٤.٦٦	٩٤	موضوعات عن التلوث الناتج بسبب انبعاث الغازات السامة للمعامل والمصانع وعادم السيارات والمولدات الكهربائية
	%١٠٠	٦٤١	المجموع

جدول رقم (١٢) والذي يبين فيه فئات (الموضوعات التي يتعرض لها المبحوثين) نجد أن أعلى فئة سجلت أعلى تكرار هي فئة (موضوعات عن الامراض المعدية) التي جاءت بالمرتبة الاولى اذ سجلت (٢٠٥) تكرار من مجموع (٦٤١) وبنسبة (٣١.٩٨٪) يليه فئة (التوصل الى حلول وتقديم المساعدة) التي جاءت بالمرتبة الثانية وبواقع (٩١) تكرار من مجموع (٦٤١) تكرار وبنسبة (١٤.١٩٪) ثم تأتي فئة (موضوعات عن التلوث الاشعاعي) بالمرتبة الثالثة وبواقع (٨٧)

وبنسبة (١٥.٢٨٪) وتلتها فئة (موضوعات عن الاحتباس الحراري والتغير المناخي) بالمرتبة الرابعة و بواقع (٩٨) من مجموع (٦٤١) تكرار وبنسبة (١٥.٢٨٪) من ثم فئة (موضوعات عن المخدرات والتدخين) بالمرتبة الخامسة من خلال (٦٦) تكرار ونسبته (١٠.٢٩٪) من ثم تأتي فئة (موضوعات عن التلوث الناتج بسبب انبعاث الغازات السامة للمعامل والمصانع وعادم السيارات والمولدات الكهربائية) بالمرتبة السادسة وبواقع (٩٤) تكرار من مجموع (٦٤١) تكرار وبنسبة (١٤.٦٦٪).

جدول رقم (١٣) يوضح مساهمة الاعلام الالكتروني في توعية المواطنين من فايروس كورونا المستجد

المرتبة	النسبة المئوية	مجموع التكرارات	
الاولى	٨٠.٣٣	٢٤١	ساهمت بشكل كبير
الثانية	١٦.٣٣	٤٩	كان لها أثر طفيف في التوعية
الثالثة	٣.٣٣	١٠	لم تساهم
المجموع	١٠٠٪	٣٠٠	

جدول رقم (١٣) وهو يتعلق بفئة، مساهمة الاعلام الالكتروني في توعية المواطنين من فايروس كورونا المستجد، اذ جاءت بالمرتبة الاولى فئة (ساهمت بشكل كبير) وذلك بواقع (٢٤١) تكرار من مجموع (٣٠٠) وبنسبة (٨٠.٣٣٪) وهي اعلى نسبة سجلتها هذه الفئة تليها فئة (كان لها أثر طفيف في التوعية) بالمرتبة الثانية وبواقع (٤٩) تكرار من مجموع (٣٠٠) تكرار وبنسبة (١٦.٣٣٪) تليها بالمرتبة الثالثة والاخيرة فئة (لم تساهم) بواقع (١٠) تكرار من مجموع (٣٠٠) مجوٲ وبنسبة (٣.٣٣٪).

جدول رقم (١٤) يوضح المواقع الالكترونية المهمة بنشر التوعية عن خطر فايروس كورونا المستجد

المرتبة	النسبة المئوية	مجموع التكرارات	المواقع الالكترونية
الاولى	٣٨.٥٠	١٢٩	مواقع التواصل الاجتماعي
الثانية	٢٠.٨٩	٧٠	موقع وزارة الصحة
الثالثة	١٠.٤٤	٣٥	موقع خلية الازمة
الرابعة	١٨.٢٠	٦١	موقع الصحة العالمية
الخامسة	١١.٩٤	٤٠	مواقع وسائل الاعلام الاخرى والصحف الالكترونية
المجموع	١٠٠٪	٣٣٥	

في جدول رقم (١٤) نلاحظ أن فئة المواقع الالكترونية المهمة بنشر التوعية عن خطر فجاءت بالمرتبة الاولى فئة (مواقع التواصل الاجتماعي) وذلك بواقع (١٢٩) تكرار من مجموع (٣٣٥) تكرار وبنسبه (٣٨.٥٠٪)، فيما بالمرتبة الثانية فئة (موقع وزارة الصحة) اذ حصلت على (٧٠) تكرار من مجموع (٣٣٥) تكرار وبنسبة (٢٠.٨٩٪) يليه بالمرتبة الثالثة فئة (موقع خلية الازمة) بواقع (٣٥) تكرار وبنسبة (١٠.٤٤٪) فيما جاءت بالمرتبة الرابعة فئة (موقع الصحة العالمية) اذ حصلت على (٦١) تكراراً من مجموع (٣٣٥) تكرار وبنسبة (١٨.٢٠٪)، فيما حلت

بالمرتبة الخامسة والاطيرة فئة (مواقع وسائل الاعلام الاخرى والصحف الالكترونية) بواقع (٤٠) تكرار من مجموع (٣٣٥) تكرار وبنسبة (١١.٩٤٪).

جدول رقم (١٥) يوضح قناعة المبحوثين بقرارات خلية الازمة بسبب انتشار فايروس كورونا المستجد

نعم - كلا	مجموع التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
نعم	٢٤٧	٨٢.٣٣	الاولى
كلا	٥٣	١٧.٦٦	الثانية
المجموع	٣٠٠	١٠٠٪	

في جدول رقم (١٤) يوضح قناعة المبحوثين بقرارات خلية الازمة بسبب انتشار فايروس كورونا فيما حصلت فئة خيار (نعم) على (٢٤٧) تكرار من مجموع (٣٠٠) مبحوث وبنسبة (٨٢.٢٤٧٪)، فيما حصلت فئة خيار (كلا) على (٥٣) تكرار من مجموع (٣٠٠) مبحوث وبنسبة (١٧.٦٦٪).

الاستنتاجات:

١. أكثر هذه الفئة هم فئة الذكور من المهتمين بهذا النوع من المواضيع وهم من الفئة العمرية ٢٥-٣٥ سنة وتمثل هذه فئة الشباب الواعين والناضجين.
٢. ان اكثرية المبحوثين كان تحصيلهم الدراسي شهادة البكالوريوس ومن جهة اخرى نجد ان أكثر فئات من ناحية المهنة الاستاذ الجامعي وهذا يمثل تناقضاً حيث لا يمكن استاذ جامعي وهو يحمل شهادة البكالوريوس مما يدل عدم مصداقية اكثرية المبحوثين.
٣. يتابع المبحوثين موقع الصحة العالمية كمصدر للمعلومات في نشر المستجدات اليومية التي تخص جائحة كورونا مما يدل على أن متابعة الجمهور تعتمد على الوضع الصحي الان في البلد حيث أن الازمات الصحية تولد اندفاعاً لمتابعة هذا النوع من الاعلام.
٤. يعتقد اكثرية المبحوثين ان الاعلام الالكتروني قد ساهم في تغيير المجتمعات نحو بيئة افضل وقد تبين ذلك من خلال استخدامهم لجميع التطبيقات والمواقع الإلكترونية في استقاء معلوماتهم في فترة انتشار وباء كورونا المستجد ١٩ كذلك فان العينة تتفق باستراتيجية عمل الاعلام البيئي من خلال عرض الأنشطة البيئية في المواقع الإلكترونية حيث شكلت هذه الفئة نصف العينة اما النصف الثاني فهم لا يثقون بأن الاعلام البيئي لديه خطط واستراتيجيات في توعية المواطنين وهذا يدل على وجود خلل في استراتيجيات البيئي والتموي لأنه لا يحقق استجابة وفعالية على اغلبية الجمهور.
٥. ان اهتمام المبحوثين كان حول موضوعات الامراض المعدية كون المجتمع العالمي يعاني حالياً من وباء منتشر في جميع دول العالم، مما يدل على ان الازمات هي من تخلق الدافع للاطلاع على هذه المعلومات من المواقع المتخصصة في هذا المجال، كونها تقوم بنشر التوعية من خطر فايروس كورونا وبما أن اغلبية افراد العينة يتابعون هذه الاخبار من مواقع الاخبار حيث ان اغلب صفحات ومنها صفحة خلية الازمة والتي هي أكثر متابعة من قبل المبحوثين قد ساهمت بشكل كبير في توعية الجمهور.

الهوامش

- (١) د. سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، (القاهرة، عالم الكتب، ١٩٩٢)، ص ١٣٢-١٣٤.
- (٢) تم زيارة الموقع بتاريخ ٢٧/٦/٢٠٢٠: <https://www.manaraa.com/post/56424>
- (٣) محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط١، القاهرة، عالم الكتب، ٢٠٠٠، ص ٧٠.
- (*) الخبراء هم:
 ١. أ.د. سلام خطاب، جامعة تكريت، كلية الآداب، قسم الاعلام.
 ٢. أ.م.د. يوسف حسن محمود، جامعة تكريت كلية الآداب، قسم الاعلام.
 ٣. م.د. اسمى نوري صالح، الجامعة العراقية، كلية الإعلام، قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية.
 - (٤) الاعلام الانمائي على اجندة العالم للتنمية المستدامة، مركز هردو لدعم التعبير الرقمي، القاهرة، ٢٠١٦، ص ٦.
 - (٥) علي فلاح الضلاعين وآخرون، الاعلام التنموي، عمان، مكتبة المجتمع العربي لنشر والتوزيع، ٢٠١٤، ص ١١٣.
 - (٦) للمزيد الاطلاع على الرابط التالي: الموقع الرسمي لمنظمة اليونسكو، والذي تم زيارة الموقع بتاريخ، ٢٠٢٠/٣/٣٠: <https://ar.unesco.org/news/ts-lfjw-lqtsdy-y>
 - (٧) الاعلام الانمائي على اجندة العالم للتنمية المستدامة، مصدر سابق، ص ٧.
 - (٨) عبد الرحمن عبد العوضي، دور وسائل الاعلام في نشر الوعي البيئي، محاضرة أُلقيت في ملتقى دور وسائل الاعلام في نشر الوعي البيئي، جامعة الدول العربية، القاهرة، ١٥-١٦ ديسمبر ١٩٩٣، ص ٥.
 - (٩) علي فلاح الضلاعين وآخرون، الاعلام التنموي، مصدر سابق، ص ١١٨.
 - (١٠) نجاح العلي، مقال منشور في موقع الحوار المتمدن على الانترنت، بتاريخ ٢٠٠٩ / ٤ / ٢٤، على الرابط: <http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid>
 - (١١) مدونة الكترونية على شبكة الانترنت، تم زيارتها بتاريخ ٢٠٢٠ / ٤ / ٣ على الرابط التالي: <http://developmentmedi-abdulhadi.blogspot.col>
 - (١٢) جمال الجاسم المحمود، دور الاعلام في تحقيق التنمية والتكامل الاقتصادي العربي، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد ٢٠، العدد الثاني، ٢٠٠٤ ص ٢٢٥.
 - (١٣) أسير خليل ابراهيم، دور الاعلام التنموي في عملية التطوير الاجتماعي، مجلة جامعة الانبار للعلوم الانسانية، العدد ٢ حزيران، ٢٠١٨.
 - (١٤) عامر ابراهيم قنديلجي، الاعلام الالكتروني، الاردن، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ٢٠١٥، الاردن، ص ٦٧.
 - (١٥) احمد عبد الرسول، الوظائف التنموية لوسائل الاعلام في الدول النامية، بحث منشور في مجلة العلوم الانسانية / مجلد ١٥ (٤) ٢٠١٤، ص ١٥٦.
 - (١٦) عزوز نش، حفظة بوهالي، الاعلام البيئي والجمهور العربي قراءة تحليلية للاستطلاعات الجمهور نحو الاهتمام بقضايا البيئة عبر وسائل الاعلام العربية، مجلة الدراسات الاعلامية، العدد الرابع، أ ب، ٢٠١٨، ص ٢٠١.
 - (١٧) عمر عناد شلال، معايير النخبة الأكاديمية العراقية في التعرض للتلفزيون وحدود الإشباع المتحققة، اطروحة دكتوراه، مقدمة الى جامعة بغداد، كلية الاعلام، ٢٠٠٧، ص ١٣٢.
 - (١٨) عمر عناد شلال، معايير النخبة الأكاديمية العراقية في التعرض للتلفزيون وحدود الإشباع المتحققة، مصدر سابق، ص ١٢٢.

Resources

- 1- Dr. Samir Muhammad Hussein, Media Research (Cairo, Alam al-Kutub, 1992), pp. 132-134.
- 2- The website was accessed on 6/27/2020: <https://www.manaraa.com/post/56424>
- 3- Muhammad Abd al-Hamid, Scientific Research in Media Studies, 1st Edition, Cairo, The World of Books, 2000, p. 70.
- (*) The Experts Are:
 1. Prof. Salam Khattab, Tikrit University, College of Arts, Department of Media
 2. Prof. Youssef Hassan Mahmoud, Tikrit University, Faculty of Arts, Department of Media
 3. M.D. My name is Nouri Saleh, Iraqi University, College of Mass Communication, Department of Radio and Television Journalism
- 4- Development media on the world agenda for sustainable development, Hardo Center for Digital Expression Support, Cairo, 2016, p. 6.
- 5- Ali Falah Al-Dhala'in and Others, Development Media, Amman, Arab Society Library for Publishing and Distribution, 2014, p. 113.
- 6- For more information, see the following link: The official UNESCO website, which was visited on 3/30/2020 <https://ar.unesco.org/news/ts-lfjw-lqtsdy-y>
- 7- Development media on the world's sustainable development agenda, previous source, p. 7.
- 8- Abdel-Rahman Abdel-Awadi, The Role of the Media in Spreading Environmental Awareness, a lecture given at the Forum on the Role of the Media in Spreading Environmental Awareness, League of Arab States, Cairo, 15-16 December 1993, p. 5.
- 9- Ali Falah Al-Dhala'in and others, Development Media, previous source, p. 118.
- 10- Najah Al-Ali, an article published on the Al-Hiwar Al-Mutmadin website, on 24/4/2009, at the link <http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid>
- 11- An electronic blog on the Internet, visited on 4/3/2020, at the following link: <http://developmentmedi-abdulhadi.blogspot.col>
- 12- Jamal Al-Jassim Al-Mahmoud, The Role of the Media in Achieving Development and Arab Economic Integration, Damascus University Journal of Legal Economic Sciences, Volume 20, Second Issue, 2004, p. 225.
- 13- Isser Khalil Ibrahim, The Role of Developmental Media in the Process of Social Development, Anbar University Journal for Human Sciences, Issue 2 June, 2018.
- 14- Amer Ibrahim Kandilji, Electronic Media, Jordan, Amman, Dar Al-Masirah for Publishing, Distribution and Printing, 2015, Jordan, p. 67.
- 15- Ahmed Abdel-Rasoul, The Developmental Functions of Media in Developing Countries, a research published in the Journal of Human Sciences / Volume 15 (4) 2014, p. 156.
- 16- Azouz Nash, Hafizh Buhali, Environmental Media and the Arab Public, An Analytical Reading of Polls, The Public Towards Concern about Environmental Issues through the Arab Media, Journal of Media Studies, Issue 4, August 2018, p. 201.
- 17- Omar Inad Shalal, Standards of the Iraqi Academic Elite in Exposure to Television and Achieved Limits of Saturation, PhD Thesis, submitted to Baghdad University, College of Information, 2007, p. 132.
- 18- Omar Inad Shalal, Standards of the Iraqi Academic Elite in Exposure to Television and Achieved Limits to Satisfaction, Previous source, pg. 122.

المصادر

- ١- د. سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، (القاهرة، عالم الكتب، ١٩٩٢)، ص ١٣٢-١٣٤.
- ٢- تم زيارة الموقع بتاريخ ٢٧/٦/٢٠٢٠: <https://www.manaraa.com/post/56424>
- ٣- محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط١، القاهرة، عالم الكتب، ٢٠٠٠، ص ٧٠.
- (*) الخبراء هم:
- ١- أ.د. سلام خطاب، جامعة تكريت، كلية الآداب، قسم الاعلام.
- ٢- أ.م. د. يوسف حسن محمود، جامعة تكريت كلية الآداب، قسم الاعلام.
- ٣- م. د. اسمى نوري صالح، الجامعة العراقية، كلية الإعلام، قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية.
- ٤- الاعلام الانمائي على اجندة العالم للتنمية المستدامة، مركز هردو لدعم التعبير الرقمي، القاهرة، ٢٠١٦، ص ٦.
- ٥- علي فلاح الضلاعين وآخرون، الاعلام التنموي، عمان، مكتبة المجتمع العربي لنشر والتوزيع، ٢٠١٤، ص ١١٣.
- ٦- للمزيد الاطلاع على الرابط التالي: الموقع الرسمي لمنظمة اليونسكو، والذي تم زيارة الموقع بتاريخ، ٢٠٢٠/٣/٣٠: <https://ar.unesco.org/news/ts-lfjw-lqtsdy-y>
- ٧- الاعلام الانمائي على اجندة العالم للتنمية المستدامة، مصدر سابق، ص ٧.
- ٨- عبد الرحمن عبد العوضي، دور وسائل الاعلام في نشر الوعي البيئي، محاضرة أقيمت في ملتقى دور وسائل الاعلام في نشر الوعي البيئي، جامعة الدول العربية، القاهرة، ١٥-١٦ ديسمبر ١٩٩٣، ص ٥.
- ٩- علي فلاح الضلاعين وآخرون، الاعلام التنموي، مصدر سابق، ص ١١٨.
- ١٠- نجاح العلي، مقال منشور في موقع الحوار المتمدن على الانترنت، بتاريخ ٢٠٠٩ / ٤ / ٢٤، على الرابط: <http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid>
- ١١- مدونة الكترونية على شبكة الانترنت، تم زيارتها بتاريخ ٢٠٢٠ / ٤ / ٣ على الرابط التالي: <http://developmentmedi-abdulhadi.blogspot.col>
- ١٢- جمال الجاسم المحمود، دور الاعلام في تحقيق التنمية والتكامل الاقتصادي العربي، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد ٢٠، العدد الثاني، ٢٠٠٤ ص ٢٢٥.
- ١٣- أيسر خليل ابراهيم، دور الاعلام التنموي في عملية التطوير الاجتماعي، مجلة جامعة الانبار للعلوم الانسانية، العدد ٢ حزيران، ٢٠١٨.
- ١٤- عامر ابراهيم قنديلجي، الاعلام الالكتروني، الاردن، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ٢٠١٥، الاردن، ص ٦٧.
- ١٥- احمد عبد الرسول، الوظائف التنموية لوسائل الاعلام في الدول النامية، بحث منشور في مجلة العلوم الانسانية / مجلد ١٥ (٤) ٢٠١٤، ص ١٥٦.
- ١٦- عزوز نش، حفظة بوهالي، الاعلام البيئي والجمهور العربي قراءة تحليلية للاستطلاعات الجمهور نحو الاهتمام بقضايا البيئة عبر وسائل الاعلام العربية، مجلة الدراسات الاعلامية، العدد الرابع، أ ب ٢٠١٨، ص ٢٠١.
- ١٧- عمر عناد شلال، معايير النخبة الأكاديمية العراقية في التعرض للتلفزيون وحدود الإشباع المتحققة، اطروحة دكتوراه، مقدمة الى جامعة بغداد، كلية الاعلام، ٢٠٠٧، ص ١٣٢.
- ١٨- عمر عناد شلال، معايير النخبة الأكاديمية العراقية في التعرض للتلفزيون وحدود الإشباع المتحققة، مصدر سابق، ص ١٢٢.