ISSN(Print): 1813-4521 OnIine ISSN:2663-7502
Journal Of the Iraqia University
available online at
https://iasj.rdd.edu.iq/journals/journal/view/247

# توظيف الإعلام السياحي لموضوعات البيئة المستدامة في مواقع التواصل الاجتماعي دراسة تحليلية لصفحة وزارة الثقافة والسياحة والآثار

م.م سيماء سعدون عزيز كلية العلوم السياحية / الجامعة المستنصرية
قسم الدراسات السياحية

# Employing the touristic media of sustainable ecology topics in social media sites. Analytical study of ministry of Culture and Tourism and Archaeology page.

**Semaa Sadoon Azziz**
**Department of Touristic Studies ,College of Tourism Sciences, Mustansiriyah University, Baghdad, Iraq**
**semaa.sadoon@uomustansiriyah.edu.iq**

Abstract
The study aims to analyze the touristic media of the touristic sustainable developments topics in the main page of ministry of culture, tourism and archaeologyon Facebook to know how to tackle the touristic sustainable issues by making procedures to encompass the media materials related to the ecological and sustainable development issues and published by using the survey method and by analyzing it from 1/12/2024 to 31/12/2024 due to witnessed intensity in media publication related to the sustainable development besides selecting Baghdad as the capital of Arab tourism. The study concludes with many results. The most important one is to shed light on specific issues of sustainable ecological development and the concern of the main page in persuading emotional styles in attracting the audience and selecting words that reflect the beauty, history and heritage of Baghdad. Moreover, it concernsthe electronic news rather than the other journal arts, such as essays and news stories. Also, it concerns photographical images of various other media. The most important recommendations are to ask help of the renowned personalities in the tourist promotionof sustainable ecological development as being the elements of attracting the received audience to the one who sends message and concerning the issues of different ecological sustainable issues, especially orientalist and future issues.
**Keywords: media employment, touristic media, sustainable ecology, social media sites, sustainable development.**

## مستخلص
هدف البحث إلى تحليل الإعلام السياحي لموضوعات التنمية السياحية المستدامة في الصفحة الرسمية لوزرة الثقافة والسياحة و والآثار على الفيس بوك من اجل معرفة كيفية معالجة قضايا التنمية السياحية المستدامة وذلك بإجراء حصر شامل للمادة الإعلامية المتعلقة بقضايا السياحة البيئية المستدامة والمنشورة باستخدام المنهج المسحي وبإتباع طريقة تحليل المضمون للمدة من ٢٠٢٤/١٢/١-٢٠٢٤/١٢/٣١ لان هذه المدة شهدت كثافة في النشر الإعلامي الخاص بالتنمية المستدامة لاختيار بغداد عاصمة للسياحة العربية وخلص البحث إلى نتائج من اهمها:اهتمام الصفحة بالأساليب الاقناعية العاطفية في جذب انتباه الجمهور واختيار مفردات تعكس جماليتها وتاريخها وتراثها,الاهتمام بالخبر الالكتروني على حساب الفنون الصحفية الأخرى كالمقال والقصة الخبرية ,اهتمام الموقع بالصور الفوتوغرافية على حساب الوسائط المتعددة الأخرى.
**الكلمات المفتاحية:** التوظيف الإعلامي،الإعلام السياحي،البيئة المستدامة، مواقع التواصل الاجتماعي،التنمية المستدامة

## مقدمة

يعد الإعلام الرقمي احد أهم الوسائل المتبعة في الحفاظ على البيئة عن طريق قدرته في خلق الوعي البيئي لدى الجمهور وإيصال المعلومات والتجارب والمعالجة الإعلامية نحو الحفاظ على البيئة ونشر الوعي بضرورة الإدراك السليم بأهمية البيئة .وبما ان السياحة البيئية إحدى مخرجات التنمية المستدامة بتأديتها دورا مهما في الربط بين الجانب البشري والبيئي في الحفاظ على الموارد الطبيعية والثقافية كونها انعكاسا للوجهات السياحية و باعتبارها مصدرا اقتصاديا مهما وموردا من موارد الدولة.سعى البحث إلى معرفة توظيف الإعلام السياحي لموضوعات البيئة المستدامة في الصفحة الرسمية لوزارة الثقافة و السياحة والآثار.

## أولا:الإطار المنهجي

## مشكلة البحث

تشكل السياحة البيئية موردا مهما من موارد الدولة ومصدرا مهما يعكس ماضيها وحاضرها ومستقبلها وخصوصا بما يتعلق بالتراث الطبيعي والثقافي للبلد وعليه تتمثل مشكلة البحث قي التساؤل الرئيس الأتي (ما الموضوعات التي يتم تسليط الضوء عليها في الترويج الإعلامي للسياحة البيئية في العراق عبر موقع وزارة الثقافة والسياحة والآثار وكيف يتم توظيفها لتحقيق أهداف التنمية البيئية المستدامة؟ وذلك عن طريق الإجابة عن التساؤلات الفرعية الآتية: –

١– ما موضوعات البيئة السياحية المستدامة التي تناولها الصفحة؟

٢– ما الفنون الخبرية المستخدمة في الصفحة؟

٣– ما الوسائط المتعددة المستخدمة؟

٤– ماالاساليب الاقناعية التي تم توظيفها؟

٥– من الجمهور المستهدف في موضوعات التنمية البيئية؟

## أهداف البحث

تتمثل أهداف البحث في الإجابة عن تساؤلاته:

١–التعرف على موضوعات البيئة السياحية المستدامة .

٢–معرفة الفنون الخبرية المستخدمة.

٣–الكشف عن الوسائط المتعددة المستخدمة

٤–الاطلاع على الأساليب الاقناعية

٥–التوصل الى الجمهور المستهدف في عملية الجذب السياحي.

## أهمية البحث

ا– البعد النظرية :تكمن أهمية البحث في تناوله لمواضيع التنمية السياحية المستدامة في مجال الإعلام الرقمي في سبيل معرفة المعالجات الإعلامية لتحقيق أهداف التنمية المستدامة.

ب– البعد العلمي:

١– تكمن الأهمية العلمية لهذه الدراسة في معرفة التحديات والصعوبات التي تواجه الترويج الإعلامي لمواضيع التنمية السياحية المستدامة في المواقع الالكترونية.

٢– يعد إضافة علمية للمكتبة العربية لقلة الدراسات التي تناولت قضايا البيئة السياحية المستدامة في الإعلام.

البعد العملي:اذ يعد ذا أهمية للقائمين بالاتصال في المواقع الالكترونية وتعريفهم بأهمية الترويج الإعلامي للتنمية السياحية المستدامة لأهميتها الاقتصادية والعمرانية والبيئية .

## منهج البحث

يعد هذا البحث احد البحوث الوصفية التي تهدف إلى التحليل والتفسير والبحث في الأسباب للوصول إلى نتائج وتعميمات بشأنها اذ تم استخدام المنهج المسحي للوصول إلى نتائج تتفق مع أهداف الدراسة للوصول على بيانات ومعلومات تحقق أهداف البحث وتجيب عن تساؤلاته.

**خطوات التحليل**

**.تحديد وحدات التحليل:**ترى الباحثة إن أكثر الوحدات التي تتناسب مع موضوع البحث والتي يمكن ان تعطي نتائج تتوافق مع أهدافه هي وحدة الموضوع أو الفكرة والتي يمكن عن طريقها التوصل إلى معرفة التوظيف الإعلامي لموضوعات البيئة المستدامة في الموقع الرسمي لوزارة الثقافة والسياحة والآثار على الفيس بوك

## تحديد فئات التحليل

يمكن تقسيم فئات التحليل الى نوعين رئيسين هما*:الأول: مجموعة الفئات التي تصف المعاني والأفكار التي تظهر في المضمون " ماذا قيل تم اختيار فئة الموضوع وذلك للتعرف على درجة الاهتمام بموضوعات البيئة المستدامة ترويج , نشاطات , الاهتمام بالمساحات الخضراء , تأهيل البني التحتية ...الخ. وأيضا فئة مكان الحدث أو المعلومة للتعرف على النطاق الجغرافي للموضوعات محلي,دولي.

١-طبيعة المادة المنشورة على صفحة الفيس بوك لوزارة الثقافة والسياحة والآثار: ,نص مع صورة , نص مع فيديو.

٢-الوسائط المتعددة المستخدمة: صور فوتوغرافية , فيديو .

٣-الأساليب الاقناعية المستخدمة : أساليب اقناعية , أساليب عاطفية.

٤- الجمهور المستهدف في الترويج الإعلامي:عام , خاص

٥-طبيعة المواضيع السياحية المنشورة: ترويج, نشاطات ,إدارة البيئة المستدامة , تأهيل , تطوير... الخ

٦-النطاق الجغرافي للمواضيع السياحية: محلي , دولي

٧-الفنون الإعلامية: خبر , تقرير صحفي , تقرير تلفزيوني

الثاني: مجموعة من الفئات التي تصف كيفية أو أسلوب تقديم أو عرض المضمون " كيف قيل".

تم استعمال فئة شكل أو نمط المادة الصحفية للتعرف على الفنون الإعلامية المستخدمة في الموقع الالكتروني لوزارة الثقافة والسياحة والاثار على الفيس بوك (خبر, تقرير, قصة خبرية ...الخ )

## مجتمع البحث وعينته

للوصول إلى نتائج علمية دقيقة يمكن تعميمها تم تحليل الصفحة الرئيسة على الفيس بوك لوزارة الثقافة والسياحة والآثار في العراق للتعرف على الترويج الإعلامي لموضوعات التنمية السياحية المستدامة للمدة من ٢٠٢٤/١٢/١-٢٠٢٤/١٢/٣١وتم اختيار هذه المدة لأنها شهدت اهتماما بمواضيع التنمية البيئية المستدامة ولاختيار بغداد عاصمة للسياحة العربية.

## حدود البحث

:تتمثل حدود البحث بكل مما يلي:الحدود الزمانية :تتمثل الفترة الزمنية للبحث للمدة من ٢٠٢٤/١٢/١-٢٠٢٤/١٢/٣١الحدود المكانية:اقتصر المجال المكاني بالموقع الالكتروني لوزارة الثقافة والسياحة والاثارعلى الفيس بوك.الحدود الموضوعية:يتمثل في الترويج الإعلامي لموضوعات السياحية البيئية المستدامة.

## الدراسات السابقة

سعت دراسة (محمد، ٢٠٢٣)في البحث عن كيفية معالجة مواقع التواصل الاجتماعي (اليوتيوب) للمشكلات البيئية المتمثلة في التلوث البيئي ونقص المياه والاحتباس الحراري والتصحر والقمامة والمخلفات الصلبة والنفايات الالكترونية وتلوث الموارد المائية بتحليل الفيديوهات المنشورة عبر اليوتيوب من حيث الشكل والمضمون متوصلة إلى نتائج من أهمها :تصدر مشكلات معينة في المعالجة على اليوتيوب وخاصة مشكلة نقص المياه والمخلفات الالكترونية فضلا عن استخدام أسلوب التبسيط وأحيانا الترهيب في معالجة المشكلات البيئية وتفاعل الجمهور بالإعجاب أو التعليق أو الاشتراك تبعا لنوع الاهتمام.هدفت دراسة (علي، ٢٠٢٤)إلى تسليط الضوء على أهمية الإعلام الرقمي في دعم جهود التنمية المستدامة وترسيخ مفاهيم الحزام الأخضر في مصر وذلك بتحليل استخدام المواقع الالكترونية الرقمية والمنصات الرقمية في تناول الوعي البيئي وتعزيز دور الجمهور في التنمية وتحفيزهم لتبني حلول صديقة للبيئة عن طريق فهم العلاقة بين الاعلام الرقمي والجمهور ودورها في تحقيق اهداف التنمية المستدامة .ومن ابرز النتائج التي تم الوصول اليها محدودية المحتوى الفعال والنقص في الخطط الاستراتيجية الشاملة.سعت دراسة (احمد، ٢٠٢٤) إلى رصد وتحليل الدراسات الاعلامية العربية والاجنبية والمتعلقة بالبيئة والتغيرات المناخية للمدة من (٢٠١٣-٢٠٢٣) عن طريق التحليل الكيفي والكمي (٢٣٤) من الدراسات باستخدام البحوث الوصفية والمنهج المسحي وتوصلت الدراسة إلى ان البحوث الأجنبية ركزت على التغيرات المناخية

وقياس تاثيراتها واستجابات الجمهور لقضايا التغيرات المناخية , في حين ركزت الدراسات العربية على قضايا الوعي والتنشئة الاجتماعية والثقافية البيئية , مع وجود غياب لبحوث استقراء المستقبل والبحوث التجريبية في مجال البيئة والتركيز على البحوث الوصفية.

## تعريف المصطلحات

الإعلام السياحي:هو تزويد الجمهور بالإخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عن السياحة وأنواعها ومجالاتها بهدف تحقيق الجذب السياحي.البيئة المستدامة:الإجراءات التي من شانها الحفاظ على البيئة وتحويلها إلى حال أفضل عن طريق توظيف المقومات كافة الاقتصادية والبيئية والعلمية وغيرها في تحقيق اهدافها.التنمية المستدامة :هي عملية تطوير هيكلية مستدامة تشمل ابعاد المجتمع كافة بجميع مجالاته.مواقع التواصل الاجتماعي:هي شبكات الكترونية اجتماعية تربط بين أعداد كبيرة من الجمهور المتعدد والمتنوع بهدف المشاركة إيصال محتويات معينة بينهم.

## ثانيا : الاطار النظري

## مفهوم السياحة البيئة المستدامة

بعد التطور الكبير الذي شهدته السنوات الأخيرة في مجالات متعددة ومنها البيئة والتنمية وتأثير ذلك على حياتنا ,ظهرت الحاجة إلى تعريف الجمهور بمكونات البيئة وكيفية المحافظة عليها وإشراكه ضمن الخطة التنموية للمجتمع في سبيل المحافظة على البيئة والتي تسهم في تحسين الصحة ونوعية البيئة كونها تؤمن خطط العمل وتحفز الإفراد والمجتمعات بما ينسجم مع أولياتهم واستغلال مواردهم والحفاظ عليها.(السراج، ٢٠١٨، صفحة ٤٠٢)فيمكن تعريف السياحية البيئية المستدامة بانها ( السفر إلى مناطق طبيعية لم يلحق بها التلوث ولم يتعرض توازنها الطبيعي إلى الخلل ,وذلك للاستمتاع بمناظرها ونباتاتها وحيواناتها البرية وتجليات حضاراتها ماضيا وحاضرا .(الدين، ٢٠١٦، صفحة ٤١) وهي ( نشاط يحافظ على البيئة ويحقق التكامل الاقتصادي والاجتماعي ويرتقي بالبيئة المعمارية ).(الدين، ٢٠١٦، صفحة ١٤)ويحافظ على التغيرات البيولوجية للبيئة عن طريق السيطرة على التلوث البيئي الناتج عن الاستعمال غير الصحيح للطاقة(علي ر.، ٢٠٢٥، صفحة ٦٤)والتوسع بالخدمات السياحية عن طريق التخطيط العلمي للوصول إلى النمو السياحي وفقا للإمكانيات المادية.(محمد ر.، ٢٠٢٥، صفحة ٢٢١)وتسعى المؤسسات الحكومية إلى التعريف بالخدمات المقدمة للجمهور أو السياح عن طريق الترويج السياحي عبر مواقعها الالكترونية التي تمكن المروج إلى اقناعهم بما لديهم من خدمات سياحية بما ينطوي عليها من عملية اتصال اقناعي أو اتصالات ترويجية .(الجنيدي، ٢٠٢١، صفحة ١٦)ولذلك فان الاعلام البيئي أو الاعلام المرتبط بالبيئة والتنمية المستدامة له دورا مهما ليس فقط في نقل أخبار البيئة والتعريف بها أو سرد المعلومات والتوجيهات البيئية للحفاظ على البيئة عن طريق الممارسة النقدية الفعالة وتسليط الضوء عليه في التخطيط التنموي . (واخرون، ٢٠١٩، صفحة ١٣٢)اذ ادى انخفاض الوعي السياحي لدى الجمهور إلى تعوق السياحة عن أداء دورها في التنمية المستدامة للمجتمع وعليه تزداد أهمية الإعلام السياحي في التوعية والتثقيف الجماهيري محليا عن طريق إتباع الأساليب والوسائل المناسبة لزيادة إدراك المجتمع لواقع السياحة وأهميتها في المحافظة على معالم السياحة والآثار الموجودة وتنمية الوعي السياحي.(السراج، ٢٠١٨، صفحة ٣٧٨)عن طريق السيطرة على التلوث وزيادة الموارد المائية وخطط استعمال الأرض وإنشاء الغابات والمدن (احمد س.، ٢٠٢٤، صفحة ١٧٢)عن طريق زيادة الوعي لدى الجمهور في الحفاظ على موارد الطبيعة .(الحميد، ٢٠٢٢، صفحة ١٨٨)ان تحقيق التنمية السياحية المستدامة يحكمه اعتبارات عدة ,اهمها:(دغيم، ٢٠١٤، صفحة ١٣٧)

١-المحافظة على واقع البيئة السياحية والتي تعمد على المناخ أو الطبيعة أو التاريخ وعوامل أخرى.

٢-الاستغلال التام للموارد السياحية المتاحة مع توفير المرونة وفقا لاحتياجات الطلب السياحي المحلي أو العالمي.

٣-تحقيق توافق خطة التنمية السياحية مع الخطة الاقتصادية لتحقيق نمو متوازن مع القطاعات الأخرى الزراعية والصناعية والاجتماعية وليس مجرد الاهتمام بقطاع واحد فقط.

٤-تحديد المشاكل التي تواجه التنمية السياحية المستدامة للوقوف عليها ومعالجتها .

٥-توفير الخدمات السياحية الضرورية لدورها في تطوير التنمية المستدامة.

٦-تهدف التنمية السياحية المستدامة إلى تحقيق زيادة متوازنة ومستمرة للموارد السياحية فضلا عن ترشيد وتعميق درجة الإنتاجية في قطاع السياحة.

٧-تعزيز وتنسيق السياسات المختلفة داخل البلد وربطها بأنشطة أخرى مثل النقل والجمارك والتجارة والخدمات .

ان التنمية السياحية المستدامة تسعى إلى تسليط الضوء على الأراضي الزراعية والموارد المالية وحماية الأصناف الحيوانية والنباتية من خطر الانقراض والحد من تغيرات المناخ العالمي عن طريق ...اذ ان التنمية السياحية المستدامة ستساعد على استخدام الموارد الطبيعية كمدخلات إنتاج كونها احد المفاتيح للتنمية المستدامة .(واخرون ع.، ٢٠١٥، صفحة ٣٤٩)

## ثالثا :الإطار العملي

تحليل الصفحة الرسمية لوزارة الثقافة والسياحة والآثار

يتمثل مجتمع البحث في الصفحة الرئيسة لوزارة الثقافة والسياحة والآثار على موقع فيسبوك, اذ تم إجراء حصر شامل لموضوعات البيئة المستدامة للمدة من (١٢/١-٢٠٢٤/١٢/٣١) للتوصل الى نتائج قابلة للتعميم وذلك باختيار الصفحة الرسمية والإعلامية لوزارة الثقافة والسياحة والآثار العراقية على الفيس بوك في جذب الجمهور لموضوعات التنمية البيئية المستدامة خاصة بعد اختيار بغداد عاصمة للسياحة العربية وبعد إخضاع موضوعات الموقع للتحليل لمعرفة توظيف الإعلام السياحي لموضوعات البيئة المستدامة تم استخراج الفئات الرئيسية والفرعية الآتية

جدول (١)يبينموضوعات البيئة المستدامة

| | موضوعات البيئة المستدامة | التكرار | النسبة المئوية | المرتبة |
|---|---|---|---|---|
| ١ | الإدارة البيئية المستدامة | ١٦ | ٤٨,٤٩٪ | الأولى |
| ٢ | الاهتمام بالمساحات الخضراء | ٧ | ٢١,٢١٪ | الثانية |
| ٣ | تأهيل البني التحتية | ٦ | ١٨,١٨٪ | الثالثة |
| ٤ | الحفاظ على مصادر البيئة | ٤ | ١٢,١٢٪ | الرابعة |
| | المجموع | ٣٣ | ١٠٠٪ | |

يتضح من الجدول ان موضوعات( الإدارة البيئية المستدامة) احتلت المرتبة الأولى وبواقع (١٦) تكرارا وبنسبة (٤٨,٤٩٪) فيما جاءت (الاهتمام بالمساحات الخضراء)بالمرتبة الثانية وبواقع (٧) تكرار وبنسبة (٢١,٢١٪) واحتلت(تأهيل البني التحتية) المرتبة الثالثة بواقع (٦) تكرار وبنسبة (١٨,١٨٪)وجاءت فئة ( الحفاظ على مصادر البيئة)بالمرتبة الأخيرة وبواقع (٤) تكرار وبنسبة( ١٢,١٢٪) وهذا يدل على التنوع في تناول موضوعات البيئة بما ينسجم مع اهتمامات واحتياجات البلد في الحفاظ على البيئة.جدول (٢) يبين طبيعة المادة المنشورة

| | طبيعة المادة المنشورة | التكرار | النسبة المئوية | المرتبة |
|---|---|---|---|---|
| ١ | نص مع صورة | ٢٤ | ٧٢,٧٣٪ | الأولى |
| ٢ | نص مع فيديو | ٩ | ٢٧,٢٧٪ | الثانية |
| | المجموع | ٣٣ | ١٠٠٪ | |

يتضح من الجدول (٢) ان النص مع الصورة احتلت المرتبة الاولى وبواقع (٢٤) تكرارا وبنسبة (٧٢,٧٣%), وجاء النص مع الفيديو بالمرتبة الثانية وبواقع (٩) تكرار وبنسبة (٢٧,٢٧%) وهذا يدل على اعتماد الصفحة على الصور الفوتوغرافية في التوظيف الاعلامي لموضوعات البيئة المستدامة لكون اغلب الموضوعات المنشورة اخبار وتقارير صحفية. جدول (٣) يبين الأساليب الاقناعية المستخدمة في الصفحة

| | الأساليب الاقناعية المستخدمة | التكرار | النسبة المئوية | المرتبة |
|---|---|---|---|---|
| ١ | عاطفية | ٢٠ | ٦٠,٦١٪ | الأولى |
| ٢ | اقناعية | ١٣ | ٣٩,٣٩٪ | الثانية |
| | المجموع | ٣٣ | ١٠٠٪ | |

يتضح من الجدول(٣) ان الأساليب العاطفية في التوظيف الإعلامي لموضوعات البيئة المستدامة والتي تضمنتها منشورات الصفحة جاءت بالمرتبة الأولى وبواقع (٢٠) تكرارا وبنسبة (٦٠,٦١%) لاثارة العواطف والمشاعر في استثارة روح المحبة والانتماء للعاصمة بغداد في الجذب السياحي وإقناع الجمهور في تقبل الرسالة الإعلامية مثل (بغداد الحبيبة ,ام الحضارة ,حلوة الحلوات ,بغداد الأجمل ), في حين جاء استخدام الحجج والدلالات والإقناع كعرض المشاريع والاجتماعات والزيارات الميدانية كأساليب اقناعية في المرتبة الثانية وبواقع (١٣) تكرارا وبنسبة (٣٩,٣٩%) وذلك لإضفاء نوع من المصداقية في عرض الموضوعات جدول (٤) يبين نوع الجمهور المستهدف

| | الجمهور المستهدف | التكرار | النسبة المئوية | المرتبة |
|---|---|---|---|---|
| ١ | عام | ٣٠ | ٪٩٠,٩١ | الاولى |
| ٢ | خاص | ٣ | ٪٩,٠٩ | الثانية |
| | المجموع | ٣٣ | ٪١٠٠ | |

يتضح من الجدول (٤) ان الجمهور العام احتل المرتبة الأولى وبواقع (٣٠) تكرار وبنسبة (٩٠,٩١%)لأنها صفحة رسمية تسعى الى الجذب السياحي للجمهور العام عبر توظيف موضوعات البيئة المستدامة خاصة بعد اختيار بغداد عاصمة للسياحة العربية , وجاء الجمهور الخاص بالمرتبة الثانية وبواقع (٣) تكرارا وبنسبة (٩,٠٩%) في تقديم نشاطات الوزارة مثل الاجتماعات والتحضيرات والاستعدادات للحدث السياحي.جدول(٥)يبين الوسائط المتعددة المستخدمة في توظيف الموضوعات الإعلامية للبيئة

| | الوسائط المتعددة المستخدمة | التكرار | النسبة المئوية | المرتبة |
|---|---|---|---|---|
| ١ | صور فوتوغرافية | ١٠٤ | ٪٩٢,٠٤ | الأولى |
| ٢ | فيديو | ٩ | ٪٧,٩٦ | الثانية |
| | المجموع | ١١٣ | ٪١٠٠ | |

يتضح من الجدول (٥) ان أكثر الوسائط المتعددة استعمالا في الموقع والتي غطت موضوعات البيئة المستدامة كانت الصور الفوتوغرافية وبواقع (١٠٤) تكرارا وبنسبة (٩٢,٠٤%) واحتلت مقاطع الفيديو المرتبة الثانية وبواقع (٩) تكرارا وبنسبة (٧,٩٦%) وهذا يدل على ان الموقع اهتم بالصورة الصحفية في تأكيد الأخبار وتوثيقها وبيان مصداقيتها في حين لم يتم توظيف وسائط أخرى كالانفوجرافيك او الرسوم بأنواعها كأساليب جذب للمحتوى البيئي جدول (٦) يبين النطاق الجغرافي للمواضيع المنشورة

| | النطاق الجغرافي | التكرار | النسبة المئوية | المرتبة |
|---|---|---|---|---|
| ١ | دولي | ٢٠ | ٪٦٠,٦١ | الأولى |
| ٢ | محلي | ١٣ | ٪٣٩,٣٩ | الثانية |
| | المجموع | ٣٣ | ٪١٠٠ | |

يتضح من الجدول (٦) ان النطاق الدولي احتل المرتبة الأولى وبواقع (٢٠) تكرارا وبنسبة (٦٠,٦١%) وجاءت المواضيع المحلية بالمرتبة الثانية وبواقع (١٣)تكرارا وبنسبة (٣٩,٣٩٪) لأهمية موضوعات البيئة على النطاق الدولي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة و تحقيق الشراكات والتعاون الدولي.جدول (٧) يبين الفنون الخبرية المستخدمة في موضوعات البيئة المستدامة

| | الفنون الخبرية | التكرار | النسبة المئوية | المرتبة |
|---|---|---|---|---|
| ١ | الخبر | ٢٠ | ٪٦٠,٦١ | الأولى |
| ٢ | التقرير التلفزيوني | ٩ | ٪٢٧,٢٧ | الثانية |
| ٣ | التقرير الصحفي | ٤ | ٪١٢,١٢ | الثالثة |
| | المجموع | ٣٣ | ٪١٠٠ | |

يتضح من الجدول (٧) ان اكثر أنواع الفنون الخبرية استخداما في موضوعات البيئة المستدامة هو الخبر الصحفي بواقع (٢٠) تكرارا وبنسبة (٦٠,٦١٪) كونه من اهم الفنون الخبرية في جذب الانتباه عن الإحداث , وجاء التقرير التلفزيوني بالمرتبة الثانية وبواقع (٩) تكرارا وبنسبة (٢٧,٢٧%) لتسليط الضوء على معالم بيئية مهمة في الجذب السياحي واحتل التقرير الصحفي المرتبة الأخيرة وبواقع (٤) تكرار وبنسبة (١٢,١٢%)وهذا يدل على توظيف الموقع لثلاثة أنواع من الفنون الصحفية ولم يولي اهتماما لفنون اخرى مهمة كالتحقيق والمقال والقصة الخبرية.

## الاستنتاجات

من أهم الاستنتاجات التي تم التوصل اليها:

١-اهتمام الصفحة بالأساليب الاقناعية العاطفية في جذب انتباه الجمهور لموضوعات البيئة المستدامة وذلك لارتباط الترويج السياحي في مدة البحث باختيار بغداد عاصمة للسياحة العربية فتم جذب انتباه الجمهور بالاستمالات العاطفية واختيار مفردات تعكس جماليتها وتاريخها وتراثها.

٢-التوجه للجمهور العام في إيصال الرسالة الإعلامية وذلك لأهمية السياحة على النطاق العالمي ولكون الصفحة تابعة لمؤسسة حكومية رسمية.

٣-اهتمام الموقع بالصور الفوتوغرافية على حساب الوسائط المتعددة الأخرى كالرسوم والانفوجرافيك والفيديوهات التي تساعد في إنتاج محتوى جذاب للجمهور المستقبل.

٤-الاهتمام بالخبر الالكتروني على حساب الفنون الصحفية الأخرى.

٥-لم يتم تسليط الضوء على أماكن سياحية بيئية مهمة وتناولها إعلاميا.

## التوصيات

### من ابرز التوصيات :

١- ضرورة الاستعانة بالشخصيات المهمة والبارزة والمشهورة في الترويج السياحي لموضوعات التنمية البيئية المستدامة كونهم يعدون من عناصر جب انتباه الجمهور المستقبل لرسالة القائم بالاتصال.

٢- ايلاء اهتماما اكبر بالوسائط المتعددة الأخرى كالرسوم وأساليب الإيضاح والخرائط الجغرافية فضلا عن الفنون الخبرية كالمقال والقصة الخبرية إلى جانب الخبر كونها فنون إعلامية مهمة في إيصال الرسالة الإعلامية.

٣- ضرورة الاهتمام بموضوعات البيئة المستدامة على اختلاف أنواعها فضلا عن الموضوعات الاستشراقية والمستقبلية.

٤- الاهتمام بالتوعية بمفهوم السياحة البيئية المستدامة والتنمية المستدامة عن طريق الإخبار والتقارير الصحفية والتلفزيونية وغيرها من الفنون الصحفية

## المصادر والمراجع


١-اسماء محمد بهاء الدين مصطفى و ابو الحسن راشد علي احمد. (يناير , ٢٠٢٤). واقع الدراسات الاعلامية العربية والاجنبية حول قضايا البيئة والتغيرات المناخية دراسة تحليلية من المستوى الثاني في الفترة (٢٠١٣-٢٠٢٣). مجلة البحوث الاعلامية , جامعة الازهر ,كلية الاعلام,العدد التاسع والستون ,ج٣ .

٢- افنان صلاح الجنيدي. (٢٠٢١). الترويج السياحي وعلاقته بالفاعلية التسويقية في المؤسسات السياحية في الخليل,ر سالة ماجستير غير منشورة ,كلية الدراسات العليا والبحث العلمي في جامعة الخليل .

٣- خالد بن عبد الرحمن ال دغيم. (٢٠١٤). الاعلام السياحي وتنمية السياحة الوطنية . عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع.

٤- رغد حسين علي. (اذار , ٢٠٢٥). تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي ودوره في تحقيق اهداف التنمية المستدامة . مجلة الادارة والاقتصاد ( JAE) , كلية الادارة والاقتصاد ,الجامعة المستنصرية ,المجلد (٥٠) العدد ١٤٧ يمكن الوصول اليه عبر الرابطhttps://admics.uomustansiriyah.edu.iq/index.php/admeco/article/view/1378/1161 ، صفحة ٦٤.

٥- رفاه مهنى محمد. (١٤ ١, ٢٠٢٥). تنمية السياحة البيئية والاثرية واستدامتها في محافظة كركوك . مجلة المستنصرية للعلوم الانسانية, كلية التربية , الجامعة المستنصرية , المجلد (٣) العدد (١)يمكن الوصول اليه عبر الرابطhttps://mjh.uomustansiriyah.edu.iq/index.php/mjh/article/view/664/814 ، صفحة ٢٢١.

٦- سعيد كاظم احمد. (٢٦ ٣, ٢٠٢٤). العراق والتغير المناخي -الاثار ومواجهة التحديات. المجلة السياسية الدولية , كلية العلوم السياسية , الجامعة المستنصرية ,العدد (٥٨)https://ipj.uomustansiriyah.edu.iq/index.php/political/article/view/302/177يمكن الوصول اليه عبر الرابط ، صفحة ص ١٧٢.

٧- شروق مصطفى محمد واخرون. (٢٠١٩). الاعلام المتخصص. لبنان: دار المعرفة للطباعة والنشر .

٨- صباح جاسم الشمري و شكرية كوكز السراج. (٢٠١٨). الاعلام والاعلام المتخصص. الامارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي .

٩- صلاح زين الدين. (٢٦-٢٧ ابريل, ٢٠١٦). دراسة لفرص وتحديات التنمية السياحية المستدامة في مصر . المؤتمر العلمي الدولي الثالث القانون والسياحة ,كلية الحقوق ,جامعة طنطنا ، صفحة ١٤.

١٠- صلاح محمد عبد الحميد. (٢٠٢٢). الاعلام والتنمية. القاهرة: مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع.

١١- عبدالله حسون محمد واخرون. (٢٠١٥). التنمية المستدامة المفهوم والعناصر والابعاد. مجلة ديالى ,العدد السابع والستون ، صفحة ٣٤٩.

١٢- علا عبد القوي عامر محمد. (ابريل , ٢٠٢٣). فعالية الاعلام الرقمي في معالجة المشكلات البيئية -دراسة تحليلية على موقع اليوتيوب. مجلة البحوث الاعلامية , جامعة الازهر .كلية الاعلام ,العدد الخامس والستون ,ج١ ، صفحة ١٠.

١٣-وفاء علي. (اغسطس, ٢٠٢٤). دور الاعلام الرقمي في رسم ملامح التنمية المستدامة وصناعة المستقبل الاخضر في مصر. مجلة جامعة مصر للدراسات الانسانية, كلية الاعلام , جامعة مصر ,مجلد ٤ ، صفحة ص١.

**Sources and references**

1- Asmaa Mohamed Bahaa El-Din Mustafa & Abu Al-Hassan Rashid Ali Ahmed. (January 2024). The Reality of Arab and Foreign Media Studies on Environmental Issues and Climate Change: An Analytical Study of Level Two Studies from 2013 to 2023. Media Research Journal, Al-Azhar University, Faculty of Media, Issue 69, Part 3.

2- Afnan Salah Al-Junaidi. (2021). Tourism Promotion and Its Relationship with Marketing Effectiveness in Tourism Institutions in Hebron. Unpublished Master's Thesis, Graduate Studies and Research Faculty, Hebron University.

.3- Khalid bin Abdul Rahman Al-Dugheim. (2014). Tourism Media and the Development of National Tourism. Amman: Dar Osama for Publishing and Distribution.

.4- Raghad Hussein Ali. (March 2025). Artificial Intelligence Technology and Its Role in Achieving Sustainable Development Goals. Administration and Economics Journal (JAE), Faculty of Administration and Economics, Al-Mustansiriyah University, Volume 50, Issue 147. Available at: https://admics.uomustansiriyah.edu.iq/index.php/admeco/article/view/1378/1161, Page 64.

5-Rafah Mhana Mohammed. (January 14, 2025). The Development of Environmental and Archaeological Tourism and Its Sustainability in Kirkuk Governorate. Al-Mustansiriyah Journal of Humanities, Faculty of Education, Al-Mustansiriyah University, Volume 3, Issue 1. Available at: https://mjh.uomustansiriyah.edu.iq/index.php/mjh/article/view/664/814, Page 221.

6-Saeed Kazem Ahmed. (March 26, 2024). Iraq and Climate Change - Impacts and Addressing Challenges. International Political Journal, Faculty of Political Science, Al-Mustansiriyah University, Issue 58. Available at: https://ipj.uomustansiriyah.edu.iq/index.php/political/article/view/302/177, Page 172.

7- Shorouk Mustafa Mohamed et al. (2019). Specialized Media. Lebanon: Dar Al-Ma'arifah for Printing and Publishing.

.8-Sabah Jasem Al-Shammari & Shukriya Kawkaz Al-Sarraj. (2018). Media and Specialized Media. United Arab Emirates: Dar Al-Kitab Al-Jami'i.

.9-Salah Zain Al-Din. (April 26-27, 2016). A Study of Opportunities and Challenges of Sustainable Tourism Development in Egypt. The Third International Conference on Law and Tourism, Faculty of Law, Tanta University, Page 14.

10-Salah Mohamed Abdul Hamid. (2022). Media and Development. Cairo: Taiba Publishing and Distribution Foundation.

11-Abdullah Hassan Mohamed et al. (2015). Sustainable Development: Concept, Elements, and Dimensions. Diyala Journal, Issue 67, Page 349.

12-Ola Abdul-Qawi Amer Mohamed. (April 2023). The Effectiveness of Digital Media in Addressing Environmental Issues - An Analytical Study on YouTube. Media Research Journal, Al-Azhar University, Faculty of Media, Issue 65, Part 1, Page 10.

13-Wafa Ali. (August 2024). The Role of Digital Media in Shaping Sustainable Development and Building the Green Future in Egypt. Journal of Egypt University for Human Studies, Faculty of Media, Egypt University, Volume 4, Page 1.

## هوامش البحث

*عرضت الاستمارة على مجموعة من المحكمين من ذوي الاختصاص:

ا.د ليث بدر يوسف ,كلية الاعلام , جامعة بغداد

ا.م.د محمد عبود, كلية الإعلام ,جامعة النسور

ا.م.د نصيف جاسم , كلية الاعلام , جامعة الامين