

**دور الإعلام في تشكيل الاتجاهات والمواقف الايجابية البيئية لدى الجمهور
- الإعلام البيئي في الجزائر أنموذجاً -**

**The role of the media in the trends And the positive attitudes
of the public toward the environment
-Environmental information in Algeria as a model -**

الدكتورة وردة حمدي - جامعة المدية - الجزائر

الدكتور بن مهدي مرزوق - جامعة تبسة - الجزائر

**Dr Ouerda Hamdi Medea university Alger
Dr Marzoug Ben Mahdi Tebessa university ALger**

قسم علوم الإعلام والاتصال تخصص إعلام واتصال

الملخص

إن الإعلام بأنواعه المختلفة من أهم وأنجع الوسائل في نشر الوعي البيئي لما له من تأثير عميق في فئات المجتمع على اختلاف بنيتهم، تركيبته وظروفهم، فهو يقوم بالتحسيس لمشاكل البيئة من خلال إكساب الفرد المعارف، القيم والاتجاهات، المهارات وأساليب السلوك التي تجعل الفرد مسؤولاً اتجاه بيئته، من خلال تزويده بالمعطيات الصحيحة والمستجدة حول بيئته بالتفسير والتحليل، التثقيف والتعليم، إحداث الدوافع وتعزيزها، الإقناع، التنشئة الاجتماعية، الإرشاد والتوجيه وأخيراً الإعلان عن أنشطة المؤسسات المعنية بالبيئة.

الكلمات الافتتاحية: الإعلام، البيئة، نشر الوعي.

Abstract

The media of various types of the most important and most effective means in the dissemination of environmental awareness because of its profound impact in the social groups of different structure and composition and circumstances, It educates the environment by providing the individual with the knowledge, values, attitudes, skills and behaviors that make the individual responsible for his or her environment by providing him with the correct and new information about his environment through interpretation and analysis, Education and education, motivation and promotion, persuasion, socialization, guidance and guidance, and finally the activities of environmental institutions.

Key words: Media, environment, Spread awareness.

المقدمة

تحتل وسائل الإعلام في المجتمعات المعاصرة دور مهم في توجيه الرأي العام نحو القضايا ذات الاهتمام المشترك، وقد كان للتطور التكنولوجي الكبير الذي شهدته هذه الوسائل بتعدد أشكالها وصورها انعكاسه الايجابي على تضاعف قدراتها وفعاليتها في تعبئة الرأي العام ، ويعتبر الوعي البيئي الوسيلة الأكثر فعالية التي تضع المجتمع أمام مسؤوليته في التعامل مع قضايا البيئة، عليه فان دراستنا تقوم على سؤال محوري مفاده :

ما دور الإعلام في تعديل السلوك الخاطئ اتجاه البيئة وتشكيل الاتجاهات والمواقف الايجابية مكانها لدى الجمهور؟

يندرج تحت هذا السؤال مجموعة من الأسئلة الفرعية هي :

- ما موقع القضايا البيئية ومشكلاتها في وسائل الإعلام الجزائرية ؟

- إلى أي مدى ساهمت وسائل الإعلام الجزائرية في تعديل السلوك البيئي لدى الجمهور؟

أهداف الدراسة:

يتمحور هدف الدراسة حول استخلاص المعالم المحددة لمعالجة وسائل الإعلام محل الدراسة وتحليلها لقضايا البيئة، وسنحاول التوصل إلى هذه المعالم التي ترسخ مع الممارسة والتكرار بطريقة موجهة ومدروسة ، كما تهدف هذه الدراسة بوجه عام إلى محاولة التعرف على مدى معالجة وسائل الإعلام للقضايا البيئية ومساهمتها في نشر الوعي البيئي لدى الجمهور الجزائري، بالإضافة إلى محاولة الكشف عن حجم الاهتمام

الذي تركزه وسائل الإعلام الجزائرية للوعي بمشكلات البيئة، والتعرف كذلك على درجة الوعي البيئي لدى القارئ بالانتماء الذين يقدمون المضمون الإعلامي الذي تتناوله معظم وسائل الإعلام الجزائرية، وفي الأخير الوقوف على الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في عملية المحافظة على البيئة، ودورها في غرس وتشكيل القيم البيئية وإرساء الثقافة البيئية .

منهج الدراسة:

حتى تتمكن من إقامة دراستنا على أسس علمية، يتوجب علينا الاعتماد على منهج من المناهج العلمية، وهذا يعتبر أمر ضروري في أي بحث علمي، فدراستنا هي دراسة استطلاعية ، تعتمد على المنهج المسحي لصحف وبرامج وسائل الإعلام الجزائرية للتعرف على دورها في عملية نشر الوعي البيئي لدى الجمهور، ويعتبر أسلوب المسح من المناهج الرئيسية المستخدمة في إعداد البحوث الوصفية ، وتتم الدراسات المسحية من خلال جمع البيانات والمعلومات عن الظاهرة المبحوثة كما هي في الواقع من اجل التعرف على طبيعة وواقع هذه الظاهرة ومعرفة جوانب القوة والضعف فيها من اجل التوصل إلى تصور قد يقود إلى إحداث تغيير على الظاهرة.

مفاهيم حول الإعلام والتوعية:

إن الإعلام والتوعية هما أهم نقاط الارتكاز لانطلاق أي فكرة أو قضية بيئية ، ولأن القضايا والمشكلات البيئية تصدرت أجندة الاهتمامات الدولية والقومية، وللحد من النتائج والآثار السلبية المتوقعة لهذه المشكلات ، فقد اتفقت غالبية المؤتمرات على ضرورة توعية الشعوب بها، لذا أُلقيت مسؤولية التوعية والتصبير بالقضايا البيئية على كاهل الإعلام باعتباره أداة الاتصال الجماهيري الفعال، وتعني كلمة الدور : "التعبات والمسؤولية والمهام الملقاة على عاتق وسائل الإعلام في تحقيق وظيفة التوعية البيئية" (الشايح، ٢٠٠٣ ، ص١٠).

أما التوعية فتعني " نشر الحقائق والمعارف البيئية بين أفراد المجتمع لتحسين سلوكهم وأسلوب حياتهم اتجاه البيئة عن طريق برامج او نشاطات توجه للناس عامة او لشريحة معينة بهدف توضيح وتعريف مفهوم بيئي معين، او مشكلة بيئية لخلق اهتمام وشعور بالمسؤولية وبالتالي تغيير اتجاهاتهم ونظرتهم ، وإشراكهم في إيجاد الحلول المناسبة لمشكلة البيئة" (الشايح، ٢٠٠٣ ، ص٧٩).

والوعي البيئي هو " أحد نواتج التربية البيئية الذي يقوم على الإحساس بالبيئة والإدراك لمكوناتها وفهم مشكلاتها بالشكل الذي يؤدي إلى تكوين قيم واتجاهات وسلوك بيئي سليم " (كرايدان، ٢٠٠٥، ص ١٧).

ويمثل الوعي البيئي " كل النشاطات العقلية التي تعمل على زيادة الإدراك والشعور والإحساس بالمشاكل والقضايا البيئية كافة " (مشهد، ٢٠٠٤، ص ٢٧٠).

أما الإعلام البيئي: فهو "عملية إنشاء ونشر الحقائق العلمية المتعلقة بالبيئة من خلال وسائل الإعلام بهدف إيجاد درجة من الوعي البيئي وصولاً إلى التنمية المستدامة " (سليمان، ١٩٩٨، ص ٣٧)، كذلك هو " أداة تعمل على توضيح المفاهيم البيئية بكافة الحقائق والمعلومات الموضوعية بما يساهم في تأجيل تنمية البيئة المستدامة، وتنوير المستهدفين برأي سديد في الموضوعات والمشكلات البيئية الشارة والمطروحة " (برغي، ١٩٨٧، ص ٥٤).

فالإعلام البيئي هو " الجهاز الذي يمكنه أن يغرس حب البيئة لدى أفراد المجتمع وي طرح القضايا التي تهمهم في هذا الشأن، كما انه يقوم بإيصال صوتهم إلى المسؤول لتكون حياتهم أكثر صفاء ونقاء، خاصة عندما يكون صدى الصوت مؤثراً وبنغمات متفاوتة وذات تأثير ايجابي، لذلك علينا جميعاً أن نهتم بهذا النوع من الإعلام ونشجعه ونعمل على تحفيزه كي يستمر في العطاء " (إمام، ١٩٩١، ص ٢٠٣).

نشأة وتطور الإعلام البيئي:

ترجع الأصول الأولى لاهتمام وسائل الإعلام بالبيئة إلى السبعينات في القرن التاسع عشر ١٨٧٠ وذلك في مدينة ميني سوتا- بالولايات المتحدة الأمريكية، فالمدينة أهميتها في تاريخ العلاقة بين وسائل الإعلام والصراع الدائر بشأن البيئة، فقد أسس Hallock مجلة عنيت بقضايا البيئة وعلى وجه التحديد الحياة البرية في المدينة، والمجلة التي اختفت تماماً من الوجود تركت أثراً كبيراً في تشكيل جماعات حماية البيئة لمدة طويلة بعد اختفائها، وفي إنجلترا انشأ "ادوارد هيث" رئيس وزراء بريطانيا "وزارة البيئة" في أوائل السبعينات من القرن الماضي وبدأ الصحفيون والإعلاميون يهتمون بمعالجة القضايا البيئية على نحو مختلف عندما أولت ملكة إنجلترا والأمير تشارلز شرعية للقضايا البيئية التي تبنتها جماعات الضغط (حمادة، ٢٠٠٨، ص ٥١٢-٥١١).

ويؤكد الخبير البيئي الدكتور عصام الحناوي أن الإعلام عن قضايا البيئة ليس جديداً، فمنذ أكثر من ١٠٠ عام أنشأت جمعيات أهلية للحفاظ على البيئة البرية وكان من نشاطاتها إعلام الناس عن فوائد الحياة البرية

وضرورة صونها ، واتخذت تلك الجمعيات من الصحافة والمجلات العامة وسائط لنشر رسالتها، واصدر البعض منها المجلات العلمية العامة التي أولت البيئة الطبيعية اهتماما خاصا، مثل مجلة الجغرافيا الوطنية التي أصدرت في أمريكا (عبادي، ٢٠١٠، ص ٨٦)، ويمكن تقسيم مراحل تطور الإعلام البيئي إلى : (الجور، ٢٠١١، ص١٢٣).

المرحلة الأولى: وهي التي تناولت القضايا البيئية المنبهة والمثيرة فور حدوثها.

المرحلة الثانية : وهي مرحلة الإعلام المتخصص والموجه إلى قطاع معين من المهتمين والمتخصصين وما صاحبه من اهتمام إخباري محدود.

المرحلة الثالثة : هي مرحلة الإعلام الجماهيري الواسع الانتشار والذي يهدف إلى بلورة رؤية معينة لدى جمهور المتلقين من خلال مستويين هما المستوى الإخباري ومستوى خلق رأي حول القضايا والموضوعات البيئية .

وقد ازداد اهتمام الإعلام بقضايا البيئة في منتصف القرن العشرين ، بعد أن أخذت القضايا البيئية الصبغة الدولية بعد سلسلة الندوات والمؤتمرات، التي تناولت وبجثت سبل الحفاظ على البيئة ، والتي لا يمكن أن تتجسد فعليا وعلى ارض الواقع إلا من خلال نشر معالم الوعي البيئي بمكوناته المختلفة التعليم ، التربية و الإعلام البيئي.

مهام الإعلام البيئي: الإعلام البيئي كأحد أوجه الإعلام المتخصص يؤدي مهام عديدة تتمثل في :

تنمية الوعي البيئي من خلال تنمية الوعي العام تجاه القضايا البيئية، مما يساعد على خلق تيار شعبي ضاغط على الحكومات للاهتمام بالمشكلات البيئية.

إيقاظ الهمم و شحذ الأفراد لتحريك الجمود في الساحة البيئية، وتحفيز أصحاب القرار من خلال المعلومات البيئية الصحيحة، بغية التصرف بمسؤولية اتجاه البيئة، وتحسين نوعية الحياة دون تعريض حياة الأجيال القادمة للخطر.

الدعوة إلى ضرورة تحسين مستوى المعيشة وحفظ التنوع وخفض استنزاف الموارد غير المتجددة ومراعاة الحفاظ على القدرة الاستيعابية للأنظمة الايكولوجية، وتغيير العادات والسلوكيات البيئية السيئة.

كذلك مواجهة العبث والاستهتار وتعزيز قدرات الفئات الراغبة في التغيير للأفضل وتمكين المجتمعات من حماية بيئتها وتسليط الضوء على الايجابيات والجهود المبذولة لحماية البيئة.

أهداف الإعلام البيئي: تلخص أهداف الإعلام البيئي في : (بوذراع، ٢٠١٠، ص ١٥٠-١٥١)

طرح القضايا وتقديمها بصفة مبسطة وشاملة للجمهور وتزويدهم بالمعلومات ذات الصلة بالبيئة ، وإعلامهم بكل جديد محليا وعالميا من خلال نقل أهم الأخبار والمواضيع المتعلقة بالبيئة ومتابعة كل الإجراءات والقرارات التي تتخذها جهات ما في القطاعين العام والخاص ، ويكون من شأنها الأضرار بالبيئة.

تشكيل الوعي البيئي بصورة ايجابية بهدف المساهمة في دفع المواطنين إلى تغيير سلوكياتهم الضارة بالبيئة ، والمشاركة بفعالية في رعاية البيئة، وإيصال أرائهم إلى المسؤولين، فيكون لهم رأي مسموع يساهم في صنع القرار.

تبني وضع وتطوير برامج تعليمية وتربوية لحماية البيئة، والتوعية بقوانين حماية البيئة الصادرة عن الجهات المسؤولة عن البيئة محليا وإقليميا وعالميا وبالتالي تحفيز الأفراد إلى التغيير وخلق الحماس للتغلب على الصعاب والعقبات.

تصحيح بعض المقولات والتصورات القاصرة في معالجة قضايا البيئة ، فمن المهم الربط بين البيئة والتنمية ، إذ أن تنمية البيئة وتطويرها وتحسينها يتيح الفرصة لأجيال الحاضر والمستقبل في حياة أفضل.

وظائف الإعلام البيئي : من أهم الوظائف المنوطة بالإعلام البيئي، يمكن أن نذكر ما يلي:

١- الإعلام: تعتبر وظيفة الإعلام محور الارتكاز ونقطة الانطلاق لوظائف وسائل الإعلام المختلفة ، وهي من أهم الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام ، وتعتبر في مقدمة وظائف الإعلام البيئي.

٢- التفسير والتحليل : تعتبر هذه الوظيفة مكملة للوظيفة الأولى ، فالأخبار والمعلومات والبيانات تبثها وسائل الإعلام عن شؤون البيئة وقضاياها تحتاج إلى تفسير أسبابها وأثارها، وتوضيح أبعادها وتداعياتها ، وتبيان تفاصيلها ونتائجها " (عابد و أبو السعيد، ٢٠١٤ ص ٤٠).

٣ التثقيف والتعليم: يعد الإعلام من أهم وسائل التعليم والتثقيف، لما له من قدرة على التأثير في حياة الناس وطرق معيشتهم، وعن طريق بث الأفكار، القيم، المفاهيم والمعتقدات يمكن أن تتم عملية التوعية بقضايا البيئة.

٤ إحداث الدوافع وتعزيزها: وتعني حث الاختبارات الشخصية والتطلعات، ودعم الأنشطة الخاصة بالأفراد والجماعات بهدف التركيز الكلي على تحقيق الأهداف المرجوة، وهذا الأمر مهم في القضايا المرتبطة بالبيئة ومكوناتها، إذ يساهم في تعزيز الوعي المجتمعي العام بهذا المجال الحيوي الذي أصبح شانا عالميا.

٥ التنشئة الاجتماعية: وتتمثل هذه الوظيفة في توفير رصيد مشترك من المعارف والمهارات المرتبطة بالبيئة، فيتأزرون وواعين بمشكلاتهم بما يحقق مشاركتهم في الحياة العامة، إضافة إلى التعاون ضمن الأقاليم وصولاً إلى التعاون الدولي لهذه المجتمعات بما يضمن تنسيق الجهود للحد من تدهور البيئة وإتلاف مواردها، ويساهم في وضع الحلول المناسبة لمشكلاتها (عابد و أبو السعيد، ٢٠١٤ ص ٤٠).

٦ الإقناع : يعتبر الإقناع جهداً إعلامياً مخططاً ومدروساً للتأثير في الآخرين وتعديل سلوكهم ومعتقداتهم وقيمهم وميولهم، من خلال الاستخدام المركز لوسائل الإعلام ، وذلك لدفع الجمهور إلى اتخاذ مواقف إيجابية وفعالة تجاه قضايا البيئة وصون مواردها والحد من تدهورها، وعملية الإقناع تحتاج إلى جهود ودراسات من خبراء معينين بمجالات إنسانية عدة للوصول إلى أفضل أساليب الإقناع وأكثرها رسوخاً .

٧ الإرشاد وتوجيه : تهدف هذه الوظيفة إلى إحداث التوجيه والإرشاد المطلوبين لتعزيز الوعي البيئي لدى الجمهور من خلال توضيح السبل المثلى للتعامل مع المسائل البيئية، وأساليب الوقاية والعلاج ، وتسليط الضوء على الأحداث والمشكلات السابقة للحدث والتوقعات للأحداث اللاحقة، لمساعدة الأفراد والجماعات على فهم ما يجري حولهم وتعزيز مشاركتهم البناءة تجاهها (عابد وأبو السعيد، ٢٠١٤ ، ص٤١).

٨ الإعلان : حيث تلجأ المؤسسات المعنية بالبيئة للإعلان مما تقوم به من أنشطة عدة، ودعوة الجمهور إلى التفاعل معها، وتسويق حملاتها الإعلامية ذات المضامين الداعية إلى حماية البيئة.

تأثيرات وسائل الإعلام في تشكيل الوعي البيئي :

ارتبط مفهوم الوعي البيئي بتطور مفهوم البيئة التي اتسعت جوانبها إلى المجالات الاقتصادية، الاجتماعية والثقافية ولم تعد محصورة في جوانبها البيولوجية والفيزيائية، بحيث أصبحت أهداف الوعي هي التعريف

بالتأثيرات البيئية المختلفة على الكائنات الحية بما فيها الإنسان، وما ينعكس على النظام البيئي ايجابيا او سلبيا وبشكل مباشر بنوعية الحياة (العوضي، بدون سنة النشر، ص ٥٦) ، كما أثبتت البحوث الامبريقية حول تأثيرات وسائل الإعلام بان لهذه الأخيرة مقدرة فائقة في التأثير على الجمهور المتلقي التي تمس جوانبه المعرفية والوجدانية والسلوكية وفي مختلف القضايا التي تمهه، ومن ضمنها قضايا البيئة، إذ تستطيع وسائل الإعلام بناء تصورات الإنسان عن عالمه ومحيطه وتؤثر في النهاية إلى تشكيل الصورة الذهنية التي تؤثر في تصرفات الإنسان وسلوكياته (العبد و الحلواني، ١٩٨٧، ص٢٨٧)، غير أن تأثيرات الإعلام على الجمهور تختلف من بيئة إلى أخرى ومن مرحلة عمرية إلى مرحلة عمرية أخرى (سلطان ، ١٩٩٦، ص١٣٨) ، وهذا عكس الاعتقاد الذي كان سائدا حول التأثير المطلق لوسائل الإعلام، وان الجمهور متلق سلبي (ديفلر و روكيتش، ١٩٩٢، ص٨٥)، إن الثابت أن هناك حاجة ماسة إلى برامج إعلامية لتشكيل وعي بقضايا البيئة.

وعلى ضوء أهداف الإعلام البيئي يمكن عرض تأثيرات وسائل الإعلام في تشكيل الوعي البيئي بقضايا البيئة والتنمية المستدامة:

١- تشكيل الإدراك البيئي: وهو عملية عقلية نتعرف بها على العالم الخارجي المحيط بنا وذلك عن طريق ما تلتقطه حواسنا من مثيرات مختلفة (سكر و الأنصاري، ١٩٨٩، ص ٢٦٠) ، وهي تعتمد على الإحساسات المباشرة بالإضافة إلى العمليات العقلية كالتذكر والتخيل والحكم، ونحن لا ندرك إلا الأشياء التي تممنا بالإدراك يسبق الأشياء الفرعية (Boudons ,1992,p 542).

٢- تشكيل المعرفة البيئية: حيث تعمل وسائل الإعلام على نشر المعرفة وجعل الفرد يتجاوز الغموض الناتج عن نقص المعلومات وعدم كفايتها في فهم الظواهر وتفسيرها، وتشير المعرفة إلى العلاقة التي تقوم بين المفهوم والواقع الفعلي فهي الفعل الذي بواسطته يمسك الفكر او العقل بالأشياء وهي نتاج فعل التعرف (Russ ,1991,p53).

وتساعد المعرفة البيئية على اتخاذ القرار في مواجهة الأخطار ومقاومة الآفات الضارة بالبيئة ، وجميع الآثار الناجمة عن السلوك الضار في التعامل مع البيئة (عبد الحميد، ١٩٨٨، ص ٢٥٧-٢٥٨).

٣- تشكيل الاتجاهات البيئية: يشكل مفهوم الاتجاهات وتعريفها إحدى الإشكاليات التي تتباين حولها وجهات نظر الكثير من الباحثين، ويمكن لنا أن نتفهم هذا التباين في دلالات المفهوم ، بالنظر إلى التمايز بين المنظومات القيمية لدى الأفراد والجماعات، حيث تكتشف القيم عن نفسها في المواقف والاتجاهات

والسلوك اللفظي والفعلي والعواطف التي يكونها الأفراد نحو موضوعات معينة (محمد ، ١٩٨٢ ص ٤٣) ، إن التأثيرات الأساسية لوسائل الإعلام تظهر في جانب المعرفة البيئية للفرد عندما تقدم له معلومات جيدة تختلف عن معلوماته السابقة وتخلق له أيضا صورة ذهنية عن قضايا البيئة، وهناك تأثيرات معرفية أخرى تظهر في حالات بناء السياق الذي تظهر به من خلال القيم، ولا تقوم وسائل الإعلام بإيضاح القيم فقط ولا تقوم المعلومات بصفاتها تغطية إخبارية فقط حول حركة الحقوق المدنية والبيئية مثلا وإنما تقدم المعلومات التي تبرز الصراع بين القيم التي يشترك في اعتناقها أفراد المجتمع او الجمهور المتلقي لوسائل الإعلام (عبد الحميد ، ٢٠٠٠، ص٢٣٨).

٤- تشكيل السلوكيات البيئية: تؤدي الاتجاهات دورا أساسيا في توجيه سلوك الفرد حيث يعبر هذا الأخير عن رصيده المعرفي وخبراته الشخصية وعواطفه المصاحبة لهذه المعرفة ، ولذلك يعتبر المكون السلوكي المحصلة النهائية للترجمة العملية لتفكير الإنسان وانفعالاته حول موضوع معين ، او هو تصرف وحدة معينة في إطار وزمان معينين والسلوك الذي يرتبط بالفرد والمكان له دائما معنى، فهو يتمثل في البحث عن حالة او شيء قادر على تقليص الضغوطات والحاجات لدى الفرد (Sillamy ,1989,p63).

ومن الحقائق الثابتة أن وسائل الإعلام تؤثر في مجرى تطور الإنسان، وان هناك علاقة مسببة بين التعرض لوسائل الإعلام والتأثير على المتلقي في مفاهيمه وقيمه وعاداته وتقاليده وأصبحت وسائل الإعلام إحدى المحددات الرئيسية التي تشارك في تحديد ملامح سلوك الجمهور وحياته اليومية (Denis,1988,p122,113) ومن أكثر الطرق شيوعا في محاولة تغيير السلوكيات البيئية هي حملات التوعية في شكل إعلانات او حملات في التلفزيون او الراديو وكان المنطق وراء هذه البرامج بان المعلومات سوف تؤدي إلى إدراك أكبر للمشكلات البيئية وتجعل الأفراد يغيرون اتجاهاتهم وبالتالي سلوكهم.

وسائل الإعلام البيئي ودورها في التوعية البيئية:

ينصرف مضمون الإعلام البيئي لكل صور وأشكال العمل الإعلامي التي تهدف لتمكين الأفراد والجماعات من الاطلاع على المعلومات والأخبار المتعلقة بقضايا البيئة ، بغية التأثير في سلوكياتهم ومواقفهم اتجاهها والرفع من مستوى إدراكهم وشعورهم بمسؤولياتهم المباشرة في الحفاظ على المحيط البيئي والعمل على تنمية وحماية موارده وتوازنته، فالإعلام البيئي هو إعلام معلومات وتحليل وليس إعلام دعاية وافتراسات نظرية ، وذلك من خلال تعامله مع موضوع البيئة كقضية إعلامية تتطلب البحث والتدقيق في مختلف تفاصيلها

وفتح النقاشات والحوارات العامة بخصوصها ، وليس مجرد أخبار يتم تداول نقلها بدون أي تحليل موضوعي وموثق .

تلعب وسائل الإعلام البيئي دورا هاما في عملية التوعية البيئية، لما تمتاز به من دور فعال في المجتمع، وقدرتها الكبيرة في التأثير على الجماهير وهذا ما يجعلها تؤدي دورا مهما في عملية تعديل السلوك الخاطئ اتجاه البيئة، تشكيل الاتجاهات والمواقف الايجابية مكانها، ويمكن توضيح هذا الدور فيما يلي:

١ - الإذاعة:

تعرف الإذاعة انتشارا واسعا في معظم بقاع العالم فهي تخاطب كل الشرائح الاجتماعية ، فضلا على أنها تصاحب الفرد ساعات طويلة من الزمن، هذا ما أتاح لها القدرة على الإقناع والتأثير، إذ تستطيع أن تضيف معلومات جديدة، او توضح الرؤى وكثيرا ما ترد على استفسارات المستمعين، لذلك يمكننا توجيه الإذاعة واستخدامها في نشر الوعي البيئي.

يحقق استخدام الإذاعة في الإعلام البيئي عددا من المزايا والفوائد منها : (الحديدي، ١٩٩١، ص ٧٤-٧٥)

تساعد الإذاعة على تحقيق ميزة مهمة في الإعلام البيئي هي فورية الاتصال، حيث يصل إلى الجمهور في أي موقع او منطقة جغرافية وبأسرع وقت، ونبأهم بأخر المستجدات على الساحة البيئية .

يمكن الاستفادة من تنوع وكثرة عدد البرامج الإذاعية وقصر المدة الزمنية المحدد لكل برنامج في الراديو، بتقديم بعض الرسائل الإعلامية البيئية المختصرة او بعض الإرشادات البيئية قبل البرامج الإذاعية المناسبة وبعدها ، بهدف مخاطبة الجمهور المستهدف.

يمكن كذلك الاستفادة من التلوين الصوتي واستخدام الموسيقى والمؤثرات الصوتية في تدعيم وإضفاء الحيوية على مضمون الرسالة الإعلامية ، وبخاصة في المشاهد التمثيلية التي تعالج سلوكيات بيئية خاطئة ، فضلا عن الاستفادة من تدعيم القدرة على التخيل لدى المستمع.

بعض الأساليب الإذاعية لنشر الوعي البيئي

يمكن التطرق إلى أخبار البيئة في أي موجز إخباري، خاصة وان الإذاعة لها موجز إخباري في رأس كل ساعة ، وهذه الكثافة في الأخبار البيئية ستولد وعي بيئي راسخ لدى المستمعين .

كذلك عن طريق حصص إذاعية او اجتماعات الراديو التي تقدم للمستمعين في شكل حوار ومناقشات مع المختصين والقائمين على شؤون البيئة ، وبمشاركة المواطنين في كل جوانب الموضوع .

لقد أثبتت التجارب أن النوادي الإذاعية لها ميزة خاصة من شأنها تقوية وزيادة الوعي بالمشكلات وحلولها وهذا تحت شعار « استمع وناقش ونفذ » (حسن، ١٩٩٦، ص ٢٢٣)

كذلك استماع الأغاني والحصص والتمثيلات الراديوفونية، فعالة في التوعية البيئية ، فالفرد وبطريقة غير مباشرة يتعلم ويوعى بكل مرونة، فهي يتلقى الرسالة بلباقة تامة دون أن نرغمه على تغيير رأيه (بوخبزة، ١٩٩٧، ص ١٥٨)

الإعلانات الإذاعية المتعلقة بالبيئة والتي يمكن عرضها على أمواج الإذاعة ، والغرض منها التأثير في سلوك المستمعين ايجابيا وحثهم على المشاركة في رفع الوعي البيئي .

يمكن نشر الوضع البيئي الفعلي عن طريق تكرار العملية حتى ترسخ الرسالة البيئية في أذهان المستمعين ، شرط أن تكون الرسالة بسيطة وواضحة لجميع فئات المجتمع.

يمكن معالجة قضايا البيئة من خلال الإذاعة المحلية ، فقد لاقت هذه الأخيرة نجاحا لما لها من ميزة في معالجة القضايا المحلية وبلغة ذات المجتمع (سلامن، ٢٠٠٥، ص ١٤٠) .

٢ - التلفزيون:

مما لاشك فيه أن لكل وسيلة إعلامية القدرة على إحداث الأثر في جمهورها من خلال ما تعالجه في أي مجتمع من المجتمعات ، ويعد التلفزيون أقوى هذه الوسائل من حيث تأثيرها على المشاهدين على اختلاف أعمارهم ومستوياتهم الاجتماعية والثقافية، لما له من إمكانيات متعددة ومتنوعة ، خاصة في اختلاف أعمارهم ومستوياتهم الاجتماعية والثقافية، خاصة في المجال الاجتماعي وما يترتب عن ذلك من توعية ووقاية من مختلف الأزمات والظواهر التي تشكل خطورة على المجتمع وأفراده ، ففي دراسة أجريت بانجلترا وجد نسبة ٥٢ بالمائة من الناس يثقون أكثر في البرامج التلفزيونية، بينما يثق ٣٣ بالمائة منهم في الصحف والمجلات (الجلاد، ٢٠٠٣، ص ٧٧).

إن بإمكان التلفزيون من خلال الصورة والصوت والألوان والحركات والتعليق المؤثر الفعال، تناول قضايا البيئة إيصالها إلى الجمهور المشاهد بشكل جذاب يجعلهم يتعرفون على واقع بيئتهم، مما يؤثر فيهما على

نحو يتيح لهم تعديل بعض السلوكيات او تحسينها او تثبيتها، ويمكنهم أيضا من المشاركة في حل المشاكل البيئية.

يقدم التلفزيون مميزات عدة لاستخدامه في المجال البيئي، منها :

يساعد التلفزيون على زيادة جذب الانتباه للرسالة الإعلامية البيئية، وتدعيم الفكرة البيئية المتضمنة في الرسالة وترسيخها في ذهن المتلقي بالعديد من المشاهد الحية والمصورة .

تعدد وتنوع الإشكال والقوالب التي يمكن بها تقديم الرسالة الإعلامية التلفزيونية، مثل أفلام الحركة الحية والكرتون والعرائس والصور الفوتوغرافية والأغاني، مما يساعد على استخدام عدة أشكال فنية في البرنامج الإعلامي الواحد.

المرونة في عرض الرسالة الإعلامية البيئية، خاصة مع تعدد البرامج وتنوعها وزيادة عدد القنوات التلفزيونية، والاستفادة من قصر المدة الزمنية للرسالة الإعلامية لتكرار بثها بصفة دورية بين البرامج و الإعلانات .

توظيف الفنون التشكيلية والرسم والنحت من خلال لوحات ثابتة بين البرامج تستخدم كخلفيات للمذيعين للارتقاء إلى أذواق الجمهور (الحديدي، ١٩٩١، ص ١٩٠ - ١٩٣).

الأساليب المساعدة لقيام التلفزيون بدوره المنوط في التوعية البيئية:

- تناول أخبار البيئة في أي موجز او في أي نشرة من النشرات الإخبارية.
- استخدام التمثيليات الإنسانية او الاجتماعية لتوجيه الجمهور وتقريبه من واقع البيئة.
- إدراج قضايا البيئة في البرامج الخاصة بالأسرة او الطفل .
- إجراء مقابلات ميدانية مع القائمين على شؤون البيئة، ونقل انشغالات المواطنين وعرض نماذج من مظاهر التلوث وأسباب تفاقمه دون إهمال الجانب الجمالي للبيئة .
- الابتعاد عن أسلوب الإثارة والتهويل عند تناول بعض المشكلات البيئية الخطيرة .
- إن نظرة عن واقع برامج تلفزيون اليوم يجعلنا نقف أمام حقيقة مفادها أن مواضيع البيئة لازالت ضعيفة مقارنة بمواضيع أخرى كالسياسة وأخبار الحروب، وأفلام العنف والأفلام الاجتماعية وغيرها...

لازالت الصحافة تحتل مكانة هامة بين وسائل الإعلام الأخرى، فالصحيفة وسيلة ميسرة ومريحة في الوقت نفسه، كما أن الفن الصحفي وتنوع ما تحتويه من أخبار وتعليقات وآراء المختصين والعامّة، وشكاوي واقتراحات ورسوم كاريكاتورية وصور ، كل ذلك يؤدي إلى أهمية الصحافة بين وسائل الإعلام بالنسبة للرأي العام ، هذه المكانة تمنح للصحافة دورا فعالا في التوعية بمختلف مجالاتها (الباز، ٢٠٠١، ص١٦) وعلى وجه الخصوص التوعية بقضايا ومشكلات البيئة والتلوث على المستوى المحلي والوطني والإقليمي والعالمي .

تعد الصحافة المكتوبة أقدم وسائل الإعلام في التاريخ البشري ، يعود إليها الفضل في الحفاظ على تواصل المعارف والعلوم بين الأجيال منذ القرن الخامس عشر ، واستطاعت الحفاظ على حضورها في حياة المجتمع بالرغم من التطور المطرد الكمي والكيفي للوسائل الإعلامية الاليكترونية في العصر الحديث.

لكن في مجال الصحافة البيئية لم تبدأ بالتشكل إلا في الأربعينات والستينات من القرن العشرين ، وفي أوائل التسعينات كانت نقطة تحول جوهرية في الصحافة البيئية، فقد ازداد عدد المراسلين المختصين بشؤون البيئة وأسس مجمع الصحفيين البيئيين لتأمين الدعم للصحفيين حيث بلغ الاهتمام بالبيئة لحد الذروة ، وارتفعت الدعوات المناادية بوضع قوانين حماية البيئة (الرفاعي، ١٩٩٧، ص٧١٦).

فقد وسعت الصحافة المكتوبة اهتماماتها في معالجة كل القضايا والأحداث السياسية والاقتصادية والثقافية والاجتماعية وحتى البيئية، وكانت منبرا لكل الفاعلين في مجال البيئة للتعبير عن آرائهم وعرض نشاطاتهم فيما يتعلق بالبيئة ، وأصبحت بذلك من المصادر التي تساهم تنمية الوعي البيئي ، وترسيخ أسس التنمية المستدامة، وهذا ملائمتها في معالجة القضايا البيئية التي تتسم بالتعقيد وتحتاج للشرح والتفسير ، وظهر ما يسمى بالصحافة البيئية التي تعتبر حلقة وصل بين المواطنين والمؤسسات الحكومية المعنية بشؤون البيئة ، الإدارة المحلية، حيث

تكتشف التحقيقات الصحفية، والأعمدة الصحفية والصور الصحفية وغيرها من فنون الصحافة البيئية الكثير من السلبيات والمشاكل التي تعاني منها البيئة الطبيعية للمواطن ، فتعمل على حلها ومعالجتها بالإضافة إلى قدرتها التأثيرية على المعرفة والاتجاه والسلوك، وذلك على النحو التالي:

تكوين وعي بيئي لدى الجمهور المتلقي من خلال تزويده بالمعارف والمعلومات والمفاهيم والحقائق المتعلقة بقضايا البيئة ومشكلاتها للتعريف بها وبأسبابها وتأثيراتها وكيفية معالجتها.

إلقاء الضوء على كافة القوانين المنظمة لمقاومة التلوث البيئي ، وكذا تعريف المواطن بحقوقه البيئية، وكذلك الواجبات التي يتحتم عليه القيام بها للحفاظ على سلامة البيئة وصيانة مواردها.

تركيز انتباه الجمهور المتلقي على القرارات التي يتخذها الهيئات والجهات المختصة بحماية البيئة من التلوث.

التثقيف البيئي حيث تعمل الصحافة البيئية على صقل قدرات ومهارات الارتقاء بخبرات الكوادر العاملة في مجال البيئة، سواء بمؤسسات الحكومة او جمعيات المجتمع المدني عن طريق عرض كل ما يستجد من تطورات.

التصدي للأنشطة التي تؤدي إلى هدر الموارد الطبيعية، سواء كانت أنشطة بشرية جائزة، او ما تقوم به المؤسسات الحكومية من أنشطة استثمارية. تُشعش

مزايا اهتمام الصحف بالإعلام البيئي:

تعتبر الصحافة البيئية هي التخصص المعني بتناول ومناقشة ومتابعة مشكلات البيئة، يشيد ويدعم ما يطرأ عليها من إيجابيات ترتقي بعناصرها وتبني الأفكار البناءة، ويتصدى للسلبيات والممارسات الخاطئة والجائرة التي تهدد عناصر البيئة الطبيعية والايكولوجية بالتدهور والتدمير والانقراض، ودور الصحافة البيئية في غاية الأهمية في هذا العصر الذي يعرف بتفاقم الأنشطة الجائرة التي نجمت عن التقدم الصناعي الهائل (سمير ، ٢٠٠٨، ص ١٥٢).

وتتصف الصحافة البيئية بالعديد من المزايا منها :

- تسمح الصحف بالسيطرة على ظروف التعرض، كما تتيح له الفرصة لقراءة المواد الخبيرة أكثر من مرة.
- تسمح للقارئ بحرية أكبر في التخيل والتفسيرات مما يجعله يساهم بصورة ايجابية وخلاقة في العملية الاتصالية، ومن ثم يزيد من القدرة الاقناعية للرسالة البيئية المنشورة فيها.
- تساعد على التغطية الخبيرة لجميع الأنشطة البيئية على المستوى الإقليمي المحلي والقومي ، ويسهم هذا في تعزيز العملية الاتصالية للإدارة المعنية بالتوعية بالجماهير النوعية المستهدفة.

- تتيح الصحف نشر المواد البيئية المختلفة مستخدمة فنونا خبرية متنوعة، كالتقرير والتحليل والتحقيق ، في حين لا يمكن استعمال عدد من هذه الفنون في وسائل إعلامية أخرى.

المجلات:

تعد المجلة نوع من أنواع الصحافة المكتوبة لان دورها دوري مطبوع وتعتبر وسائل المجلات ووسائل تنوير و تثقيف بأسلوب جديد يصل إلى الجماهير ، وهي كفن تختلف عن فن الكتاب العادي، لأنها تنطوي على تحرير صحفي ، وتجسيد المعاني، وتبسيط الحقائق ، وإخراج صحفي ، ونماذج تيسر الفهم لكافة المستويات الثقافية.

والمجلة كما يقول -ديهاميل- على الحوادث اليومية نوع من الرقابة ، وهي تنقل المعلومات إلى القارئ ، وتؤدي وظائف الفن الصحفي ، من إعلام ، تثقيف، تنشئة اجتماعية، توجيه و إرشاد، تسويق ومؤانسة، عن طريق تحريرها وإخراجها ، شأنها في ذلك شأن الجريدة اليومية، غير أن المجلات عادة لا تظهر أكثر من مرة في الأسبوع

الأمر الذي يتيح لكتابتها ومحرريها الوقت الكافي في البحث في المسائل والمواقف التي تتناولها ، عن تلك التي تظهر في الصحف اليومية ، وبالتالي يكون لديها فرصة أفضل لإبراز الأحداث وتبسيط الأضواء عليها وتفسير معناها ، إضافة إلى أن المجلة تتوجه غالبا إلى الجمهور المتخصص، عكس الجريدة اليومية التي تتوجه إلى الجمهور العام.

الإعلام البيئي الجزائري :

لقد تطرق الكثير من الكتاب مثل "سوندمان" في سنة ١٩٧٤ في مؤلفه "التربية البيئية" إلى أهمية وسائل الإعلام ودورها الوظيفي في التوعية البيئية ، من حيث نقل المعرفة والمهارات للجماهير (حجاب، ٢٠٠٢، ص٧٨)، من هذا المنطلق يمكننا أن نتعرف على كيفية توظيف وسائل الإعلام في الجزائر لمعالجة القضايا البيئية المطروحة، ولتحقيق دورها ووظيفتها الأساسية وهي التوعية والتربية البيئية، وذلك من خلال مختلف أنواعها سواء الصحافة المكتوبة او السمعية البصرية .

تعتبر الإذاعة إحدى وسائل الاتصال الجماهيرية التي تصل للفرد أينما وجد وتمتد بخاصية الانتشار الواسع حيث لها القدرة على النقل السريع للمعلومات والأحداث من أماكن حدوثها إلى أي مكان آخر في نفس الوقت، وتتميز بان برامجها تتسم بالمرونة حيث يمكن تغيير الخريطة الإذاعية في وقت قصير ليحل مكانها برامج أخرى أكثر إثارة وجدية، كما أنها لا تتطلب الانتباه والتركيز الذي تحتاجه الصحافة المكتوبة مثلاً.

وتكتسب الكلمة المسموعة قوة إيجابية فلها خصائص متعددة منها السرعة الفائقة التي تنتقل بها محطة الإذاعة إلى آذان المستمع متخطية حواجز المسافات والأمية، كما أنها تخاطب مختلف فئات الجماهير وتنقل لهم الثقافة والأخبار حيث يمكن التطرق إلى أخبار البيئة في أي موجز إخباري عادي، إضافة النوادي الإذاعية التي أثبتت الكثير من التجارب أن لها ميزة خاصة من شأنها تقوية وزيادة الوعي بالمشكلات وحلها، إضافة إلى كل هذا البرامج التي تستطلع آراء الجماهير إزاء العديد من القضايا البيئية ونقل التجارب البيئية الناجحة وأساليب نجاحها لتحفيز الأفراد على تنفيذ الأنشطة البيئية. كما لا ننس دور الإعلانات الخاصة بالبيئية والتي يمكن عرضها على أمواج الإذاعة للتأثير في سلوكيات المستمعين وحثهم على المشاركة في رفع الوعي البيئي، كما يمكن نشر الوعي البيئي الفعلي عن طريق تكرار العملية حتى ترسخ الرسالة البيئية في أذهان المستمعين شرط أن تكون الرسالة بسيطة وواضحة ويمكن معالجة قضايا البيئة من خلال الإذاعة المحلية والتي لاقت نجاحاً من خلال معالجتها الفورية للقضايا المحلية وبلغة وثقافة ذلك المجتمع.

فوجد في الجزائر سنة ١٩٩٩ برنامجاً إذاعياً متخصصاً بالبيئة في الجزائر على المستويين الوطني والمحلي، ففي القناة الأولى كان يعرض برنامجاً تحت عنوان "البيئة والمحيط" يقدمه الصحفي "أحمد ملة" لمدة خمسون دقيقة يفتح فيه هذا الأخير ملفات تتعلق بتلوث الشواطئ والمياه بالنفايات الصلبة، قنوات مياه الصرف، التصحر والتي لقيت صدى كبير ما جعل المقدم ينتقل إلى قناة البهجة لينشط ركن إرشادات فلاحية. كذلك نجد في القناة الأولى برنامجاً أسبوعياً بيئياً بعنوان "رهانات بيئية" تقدمه الصحفية فتيحة الشرع والتي كانت تعد وتقدم برنامجاً إذاعياً في قناة محلية بالجنوب بعنوان "العالم الأخضر"، وعلى المستوى القنوات الإذاعية المحلية فنجد القناة الثقافية في بث برنامج أسبوعي بعنوان "البيئة والحياة" يقدمه بدر

الدين داسة يركز على التنوع البيولوجي والتلوث، كذلك قناة الثالثة لها برنامج أسبوعي كل يوم أربعاء على الساعة العاشرة صباحا بعنوان " أربعاء البيئة".

إضافة إلى البرامج نجد التغطيات الصحفية والتي تتميز بها معظم القنوات الإذاعية الجزائرية وعلى سبيل المثال تغطية القناة الجهوية لولاية المدية فعاليات الاحتفال باليوم الوطني للتعميم الفلاحي في الفاتح من أكتوبر من كل سنة والاحتفال باليوم العالمي للفلاحة في ١٦ أكتوبر من خلال تقديم مداخلات وحوارات مع مختصين ومناقشة كل ما يخص مشاكل البيئة لاسيما وان القناة تفتح برامجها كل صباح من كل يوم بالركن الأخصر الخاص بالبيئة لتمييز الولاية بالطابع الفلاحي والجبلي في نفس الوقت.

الإعلام البيئي السمعي البصري في الجزائر:

يملك التلفزيون تأثيرا كبيرا على المتلقين بسبب المؤثرات السمعية البصرية من خلال الصوت والصورة فهو يتجه لكل شرائح المجتمع لذا يمكن استغلاله بكلى نوعيه الأرضي والفضائي لعرض مشاكل البيئة من خلال الحصص والأخبار والأشرطة الوثائقية والرسوم المتحركة والريپورتاجات والتحقيقات البيئية (حسن، ١٩٩٦، ص ٢٣٣).

والتلفزيون الجزائري لم يفوت الأمر فنجد برنامجا حول الإرشادات الفلاحية يعده ويقدمه "احمد ملحة" إضافة إلى برنامج حول البيئة بعنوان "البيئة والمجتمع" يهتم بالمواضيع ذات الصلة بالمشاكل البيئية، مثله مثل برنامج كان سابقا تحت عنوان "الإنسان والبيئة" كما يقدم برنامج "أوراق خضراء" يتناول فيها موضوعات متعددة كالمنتجات الفلاحية والري إضافة الى برنامج حول البيئة بعنوان "بيئتنا" من تقديم وداد سعدي يهتم بالمواضيع ذات الصلة بالمشاكل البيئية وتأثيرها على المواطنين من خلال التحقيقات الميدانية.

كما نجد قناة الشروق تركز بشكل دوري على مواضيع البيئة في برامجها وتغطياتها الإخبارية المصاحبة لقرارات و خرجات مسؤولي وزارة البيئة.

قناة الأجواء الخاصة أيضا تبث بشكل دوري برنامج "البيئة وحماية المحيط" من تقديم الصحفية حسنى تلايلية وكل هذا إن دل على شيء فيدل على أن التلفزيون من أقوى وسائل الإعلام والاتصال متابعة على الجمهور المتلقي.

إن غياب الوعي الاجتماعي بمظاهره المختلفة نتائج متعددة يمكن حصرها في مظاهر السلوك الاجتماعي الذي يصدره الإنسان من غير وعي، ويؤدي الى عواقب ضارة ومتعددة على مظاهر الحياة الاجتماعية والاقتصادية والثقافية، ويؤثر هذا السلوك بدوره تأثيرا مباشرا على تدمير مقومات النظام البيئي (بطريق، ٢٠٠٤، ص ٣١١) الذي هو أساس تحقيق الاستدامة البيئية، فإذا لم يكن هناك وعي اجتماعي حقيقي لدى كافة أفراد المجتمع وفتاته بمواجهة مشكلات البيئة بشكل جاد وإيجابي فلن تفلح أي جهود لتحقيق الاستدامة سواء كان هذا في أي دولة كانت متقدمة او في طريق النمو، إن مسألة تكوين الوعي البيئي هو عنصر مهم في حماية البيئة وتحقيق استدامتها، يقع جزء كبير منه على عاتق وسائل الإعلام لما لها من تأثير في فئات المجتمع او الجمهور المتلقي على اختلاف بنيته الاجتماعية وتركيبته الثقافية وظروفه الاقتصادية وطبيعة نظامه السياسي.

الصحافة المكتوبة البيئية في الجزائر:

تعتبر الصحف والمجلات أدوات فعالة فالصحف تنقل الأخبار والتحليلات السريعة والآنية تعمل على نشر المعلومات البيئية المختلفة في قوالب فنية متعددة وتعرف بالقوانين البيئية كما أنها تعتمد على أسلوب الإثارة بدرجة معينة لجلب القراء من خلال عرض تجارب الدول الناجحة في حماية البيئة ومكافحة التلوث ومن بين الصحف الجزائرية المعنية بمشاكل البيئة نجد جريدة " الصباح " وهي صحيفة يومية محدودة التوزيع تخصص صفحة أسبوعية للبيئة ومشاكلها محليا ودوليا تهدف للتوعية البيئية

بالإضافة إلى جريدة الشروق التي أصدرت صفحة خاصة بالبيئة لمدة معينة ثم انقطعت تطرقت خلال صدورها إلى مواضيع هامة كالنفايات المنزلية والمياه القذرة والمساحات الخضراء وقد حققت في عدة قضايا تمس البيئة.

كما تميزت صحيفة "الوطن" الناطقة باللغة الفرنسية والتي تعتبر مثالا يقتاد به لاهتمامها بالقضايا البيئية باستمرارها تغطيتها المعمقة حول كل ما يمس موضوع البيئة والحفاظ على المحيط وتخصيصها لمساحات كبيرة للقضايا البيئية .

صحيفة " الخبر " اليومية هي الأخرى لم تفوت تغطية مواضيع البيئة بشكل مستمر من خلال متابعة مراسيم، قرارات ونشاطات وزارة البيئة والطاقت المتجددة بالإضافة إلى تحقيقات الصحفي "كريم كالي"

وهي عبارة عن تحقيقات ميدانية عن تلوث الساحل بمياه الصرف غير المعالجة وفضلات السفن واستنزاف الثروات الغابية.

نتائج الدراسة: على ضوء ما تقدم من تحليل وتحميص عن دور الإعلام البيئي، نستنتج التالي:

سيطر الطابع الإخباري على محتوى المادة الإعلامية المتعلقة بقضايا البيئة والتنمية المستدامة حيث تضمنت مختلف الصحف والبرامج الإذاعية والتلفزيونية محل الدراسة قيما إخبارية تحذيرية مواجهة وأخرى قيما وقائية في أهم المشكلات التي تعاني منها الجزائر، وهذا ما يعكس وجود قدرا مهما من وعي القائمين بالاتصال في هذه الوسائل الإعلامية بخطورة مشاكل البيئة.

ما يعاب على مسيرة الإعلام البيئي الجزائري هو عدم الاستمرارية وتقليص النشاطات وربطها بمواعيد ومناسبات معينة وعدم وجود تنسيق بين مختلف المؤسسات الفاعلين في المجتمع، إضافة إلى ضعف محتوى الرسائل الإعلامية .

الخاتمة

تستطيع وسائل الإعلام التوعية بقضايا البيئة والحفاظ عليها انطلاقا من قدرتها على نقل الأخبار البيئية ونشرها وتفسيرها وتحليلها، وتوجيه اهتمام الجمهور والرأي العام نحو هذه القضايا وجعلها ضمن أولوياتها الرئيسية مما يخلق ثقافة ووعيا بيئيين، وينبع ذلك من قدرة القائمين بالاتصال في هذه الوسائل الإعلامية على التأثير في المدركات والمعارف، الاتجاهات، السلوكيات والقيم البيئية لأفراد الجمهور، وقد عرف المشهد الإعلامي في الجزائر تصاعدا في وتيرة الاهتمام بقضايا البيئة ومشكلاتها والتنمية في أبعادها البيئية ومؤشرات تحقيقها حيث أثارت مشكلات البيئة في العصر الحالي انتباه وسائل الإعلام فظهر بذلك تخصص الإعلام البيئي الذي يعنى بمعالجة الظاهرة البيئية ويعمل على نشر المعرفة البيئية وتكوين الاتجاهات والقيم والسلوكيات الإيجابية تجاه البيئة، من اجل ترسيخ الوعي البيئي الذي يعد سبيلا مجديا لمحاولة تخفيف المشاكل البيئية، إن مسالة تحقيق الوعي البيئي عند الإنسان ليست امراً فطريا في جميع الأحوال ، ولكنها مسالة تكتسب وتنمى وتحتاج إلى بذل الكثير من الجهود المشتركة لمختلف المؤسسات الاجتماعية التي عليها أن تعنى بهذا الشأن وان توليه جانبا كبيرا لتيسير المعرفة البيئية وكشف الحقائق المتصلة بالمشاكل البيئية وخطورتها وتكوين اتجاهات ايجابية نحو البيئة بتبني سلوكيات تؤدي إلى الإقلال من الأخطار التي تتعرض لها البيئة وتحفز على المساهمة في العمل التطوعي.

- نظرا إلى أهمية دور الصحافة في المجال البيئي لا بد من إعادة النظر بممارستها ولاسيما ما يتعلق منها بالمبالغة في تركيزها على الوظيفة الإخبارية المعتمدة أساسا على معلومات بسيطة على حساب الوظائف الأخرى كالتروعية والتثقيف والتحليل لتشكيل الآراء وخلق الاتجاهات الأكثر عمقا إزاء البيئة.
- ضرورة إنشاء قواعد بيانات بيئية تحدث باستمرار تغطي المجالات البيئية العالمية والعربية والوطنية و إتاحتها للصحفيين والباحثين .
- ضرورة استغلال المناسبات البيئية لمعالجة اشمل وأعمق لجوانب جديدة في مجال البيئة وفرصة لتعميق الوعي بمضمون المناسبة ذاته.

المراجع باللغة العربية:

- الباز ، علي . (٢٠٠١). الإعلام والإعلام الأمني . مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية . الإسكندرية.مصر.
- الجبور ، سناء محمد. (٢٠١١). الإعلام البيئي . ط١ . دار أسامة . عمان .الأردن.
- الجلاد ، احمد . (٢٠٠٣). دراسات بيئية في التنمية والإعلام السياحي المستدام. عالم الفكر. القاهرة. مصر .
- العبد ،عدي عاطف و الحلواني، ماجي . (١٩٨٧). الأنشطة الإذاعية و التلفزيونية . دار الفكر العربي . القاهرة . مصر.
- إمام ، سلوى . (١٩٩١). الإعلام وقضايا البيئة . معهد البحوث والدراسات العربية. القاهرة .مصر.
- برغي، حمزة . (١٩٨٧). الإعلام البيئي. المنظمة العربية للتربية والثقافة. تونس.
- بطريق، نسمة . (٢٠٠٤). الإعلام والمجتمع في عصر العولمة . دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع. القاهرة. مصر .
- حجاب ، منير محمد . (٢٠٠٢). التلوث وحماية البيئة، ط٣ . دار الفجر للنشر والتوزيع. مصر .
- حسن ، سمير محمد. (١٩٩٦). الإعلام والاتصال بالجمهير والرأي العام، ط٣. عالم الكتب . القاهرة .مصر
- حمادة ، إبراهيم بسيوني . (٢٠٠٨). دراسات في الاعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام . ط١ . عالم الكتب. القاهرة . مصر.
- ديفلر ، سيلفين وسندرا ، روكيتش بول . (١٩٩٢). نظريات وسائل الإعلام . تر:محمد كمال عبد الرؤوف. الدار الدولية للنشر والتوزيع .القاهرة. مصر .
- سكر ، علي والأنصاري. محمد (١٩٨٩). علم النفس البيئي، البعد النفسي للعلاقة بين البيئة والسلوك. ط١ . دار الكتاب الحديث. بيروت. لبنان .
- سلطان، عماد . (١٩٩٦). مختصر الدراسات الأمنية. المركز العربي للدراسات الأمنية و التدريب. ج٣. الرياض.
- سمير ، محمود . (٢٠٠٨). الإعلام العلمي. ط١ . دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.

عابد، زهير عبد اللطيف و أبو السعيد، احمد العابد . (٢٠١٤)، الإعلام والبيئة بين النظرية والتطبيق . دار البازوري العلمية للنشر. عمان .الأردن.

عبد الحميد محمد، (٢٠٠٠). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط ٢ . عالم الكتب. القاهرة. مصر.

عجوة، علي . (٢٠٠٤). الإعلام وقضايا التنمية. ط ١ . عالم الكتب. القاهرة . مصر .

محمد، علي محمد . (٢٠٠٨). مفهوم القيم الاجتماعية: الأسس النظرية والمؤثرات الإجرائية . المركز الإقليمي للبحوث والتوثيق والعلوم الاجتماعية . القاهرة . مصر .

يحيى، احمد عبد الحميد. (١٩٨٨). الأسرة والبيئة . مراجعة د. عبد الهادي الجوهري . المكتب الجامعي الحديث. القاهرة . مصر.

المراجع باللغة الفرنسية:

boudons, Raymond . (1992) Traité de sociologie .paris. presses Universitaires de France .

Denis, McQueen. (1988) Mass communication theory :an introduction. Callifornia: Sage publications.

المجلات العلمية:

الحديدي، منى . (١٩٩١). 'الراديو والتلفزيون والتوعية البيئية' مجلة الإعلام العربي والقضايا البيئية. معهد البحوث والدراسات البيئية . القاهرة.

الشايح ، عبد الله احمد عبد العزيز. (٢٠٠٣). 'الإعلام ودوره في تحقيق الأمن البيئي' مذكرة ماجستير غير منشورة . أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية.

بوخيزة، نبيلة. (١٩٩٧). 'الاتصال الاجتماعي الصحي في الجزائر'، المجلة الجزائرية للاتصال، الجزائر.

خليل ، الرفاعي محمد . (يناير ١٩٩٧). 'اثر وسائل الاعلام في تكوين الوعي البيئي' . مجلة المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية.بيروت. العدد ٢١٥ .

الرسائل الجامعية:

بوزراع ،ياسين . (٢٠١٠). 'دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين'، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم علوم الاجتماع، قسنطينة، الجزائر.

سلامن ، رضوان. (٢٠٠٥). 'الإعلام والبيئة'، مذكرة ماجستير غير منشورة. جامعة الجزائر. الجزائر .

سليمان، ماري . (١٩٩٨). 'الإعلام البيئي' . رسالة ماجستير غير منشورة . قسم الاجتماع كلية الآداب . جامعة عين شمس . مصر.

عبادي، أسماء . (٢٠١٠). ' المعالجة الإعلامية للتلوث الصناعي في الصحافة الجزائرية' .مذكرة ماجستير غير منشورة. قسم الإعلام والاتصال. جامعة منتوري. قسنطينة. الجزائر.

كرايبيديان ، سيتا ارام كيورك . (٢٠٠٥). 'بناء أداة لقياس الوعي البيئي عند تلميذ الصف السادس ابتدائي'، رسالة ماجستير غير منشورة. كلية التربية. جامعة البصرة بالعراق.

منشد، فيصل. (٢٠٠٤). 'معيار الوعي البيئي لدى طلبة أقسام الجغرافيا في الجامعات العراقية، بناء وتطبيق' رسالة دكتوراه غير منشورة.. جامعة البصرة. العراق.

القواميس:

Russ, Jacqueline . (1991) Dictionnaire de philosophie . Paris ;Bardas .

Sillamy, Norbert . (1989) Dictionnaire de la psychologie,Canada :librairie Larousse.