

وسائل الإعلام وترسيخ القيم البيئية

قراءة في الخطاب الإعلامي حول القضايا البيئية في الجزائر

أ ، كريم دواجي

كلية علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر3

ملخص :

تتحمل وسائل الإعلام مسؤولية كبيرة في ترسيخ القيم والسلوكات البيئية، وقدرة فائقة على التأثير في الاتجاهات البيئية الإيجابية عن طريق إعطاء الأولوية البيئية ضمن البرامج الإعلامية وتوفير المعلومات عن حالة البيئة، وتمكين الجمهور والمهتمين بالشأن البيئي من المشاركة الفعالة في تداعيات قضايا البيئة .

فللإعلام مكانة هامة في أي مجتمع من المجتمعات لماله من دور فعال في تشكيل وتفعيل مظاهر الحياة المختلفة ، وربط قنوات الاتصال بين الأفراد والشعوب والأمم، وأن مسألة الحفاظ على البيئة اعتبرت مسألة تربية توعوية بالدرجة الأولى تقع مسؤوليتها على دور مختلف وسائل الإعلام في غرس المفاهيم الصحيحة عن البيئة لدى جميع فئات المجتمع

فالحديث عن تناول القضايا البيئية في مختلف وسائل الإعلام ظل مهما لفترات طويلة من الزمن، وأن الاهتمام بهذا الموضوع يعتبر حديثا نسبيا مقارنة بحجم التدهور الذي تعاني منه مناطق كبيرة من الوطن، فما تواجهه البيئة اليوم من مشاكل له علاقة بمحدودية الإجراءات السياسية وتأثيراتها على المنظومة الإعلامية ، ودورها في التكفل والتعامل مع القضايا البيئية ، كما يمكن ربطها أيضا بالأدوار والوظائف الثقافية والاجتماعية والاقتصادية

Abstract :

the media Adopts a great responsibility in establishing values and environmental behaviours, and big capacity to influence in positive environmental trends by giving environmental priority within the media programs and providing information about the environmental situation , and help the public and the persons interested about the environmental issue to participate effectively in the repercussions of environmental issues.

The Media has an important place in any society from it's active role in the formation and the activation of different aspects of life, and connecting channels of communication between individuals, peoples and nations, and that the issue of preserving the environment is considered an awareness educational issue primarily. And it's responsibility is based on the role of the various media to instil correct environmental concepts among all segments of society.

speaking about addressing environmental issues in different media has been neglected for long periods of time, and the interest in this subject is relatively new comparing to the size of the deterioration experienced by large parts of the country, the problems faced by the environment today has to do with the limitations of political action sand their impact on the media system, and provide frothier role in dealing with environmental issues, and linked to the cultural, social and economic role sand functions.

الكلمات المفتاحية : البيئة، الإعلام البيئي، الوعي البيئي، القيم البيئية

مقدمة

أصبح موضوع البيئة في عصرنا الحاضر من القضايا الحيوية التي تلقى عناية متزايدة في سائر ومختلف أنحاء العالم ، لاسيما المتقدمة منها ، بفضل الدور الذي تقوم به مختلف وسائل الإعلام خاصة الثقيلة منها وهو التلفزيون ، لوسائل الإعلام إسهام كبير في تعميق الوعي بالثقافة البيئية وترسيخ القيم البيئية الإيجابية وإيجاد الحلول الملائمة لكل المشكلات والقضايا البيئية.

فالإعلام لا يشكل سوى جانب من الاتصال بما يوفره من مجالات فسيحة لعلاقات تفاعلية وروابط عضوية ومتينة مع مختلف أطراف العملية الاتصالية ، والثقافة باعتبارها مكونا للوعي تشكل عنصرا أساسيا في العملية الاتصالية لتوجيه فعل التنمية نحو الاستدامة ، ولقد تأكد أن تجاوز مفهوم الإعلام إلى مفهوم الاتصال من شأنه أن يساعد على إقامة علاقة تفاعلية خصبة بين ثلاثي الاتصال ، الثقافة والتنمية ، بحيث يتفاعل كل عنصر مع العنصرين الآخرين.

فالحديث عن تناول القضايا البيئية في مختلف وسائل الإعلام ظل مهملا لفترات طويلة من الزمن ، وأن الاهتمام بهذا الموضوع يعتبر حديثا نسبيا مقارنة بحجم التدهور الذي تعاني منه مناطق كبيرة من هذه البلدان ، فما تواجهه البيئة اليوم في الجزائر من مشاكل له علاقة بمحدودية الإجراءات السياسية وتأثيراتها على المنظومة الإعلامية ، ودورها في التكفل والتعامل مع القضايا البيئية ، كما يمكن ربطها أيضا بالأدوار والوظائف الثقافية والاجتماعية والاقتصادية التي تقوم بها مؤسسات التنشئة الاجتماعية ، فالتربية والثقافة البيئية نجدها مع وظيفة كل مؤسسة وتختلف من مؤسسة إلى أخرى.

و من خلال هذا التقديم تطرح الإشكالية التالية : إلى أي مدى تساهم وسائل الإعلام في تنمية القيم والوعي البيئي لدى الجمهور ؟

I- الإعلام البيئي ونشأته :

1- تعريف الإعلام البيئي :

ظهر مصطلح الإعلام البيئي وأخذ هذا المصطلح في التطور المتواتر في التعريف والمفهوم والاستخدام منذ السبعينات من القرن الماضي فبعدما كان نقلا للخبر البيئي والإثارة الصحفية لمزيد من المبيعات، أصبح له سياسات وخطط ووظف لتحقيق أهداف مختلفة.

والإعلام البيئي هو أداة تعمل على توضيح المفاهيم من خلال إحاطة الجمهور المتلقي والمستهدف بالرسالة الإعلامية البيئية بكافة الحقائق، والمعلومات الموضوعية بما يساهم في تأصيل تنمية البيئة المستدامة، وتثوير المستهدفين برأي سديد في الموضوعات والمشكلات البيئية المثارة والمطروحة¹.

كما عرف البنك العالمي البيئي أنه : "تقل ذو طابع بيئي من وكالات أو منظمات غير حكومية من أجل إثراء معارف الجمهور والتأثير على آرائه وأفكاره وسلوكياته اتجاه البيئة"²

و يعد الإعلام البيئي³ أحد أهم أجنحة التوعية البيئية، وهو أداة إن حسن استثمارها كان لها المردود الإيجابي للرقعي بالوعي البيئي، ونشر الإدراك السليم للقضايا البيئية، كما يعمل الإعلام البيئي على توعية المتلقي بقضايا البيئة المعاصرة وبناء قناعات معينة تجاه البيئة وأحوالها.

و منه يمكن القول بأن الإعلام البيئي يعني " عملية إنشاء ونشر الحقائق العلمية المتعلقة بالبيئة من خلال وسائل الإعلام بهدف إيجاد درجة من الوعي وصولا إلى التنمية المستدامة"⁴.

و تتعدد وسائل الإعلام البيئي ما بين مطبوعة كالصحف والمجلات والكتب والتقارير والكتيبات والنشرات والملصقات والوسائل المسموعة كالراديو، والمرئية كالتلفزيون والسينما والانترنت، هذا بالإضافة إلى الأحداث الخاصة، كالمناسبات البيئية، المعارض، المسابقات، المؤتمرات والندوات.

إن الموضوع البيئي الذي يتناوله البرنامج التلفزيوني يجب أن ينجح في التأثير على اتجاهات الرأي العام والإحساس بنبض الجمهور وتأثيره على أوضاع الناس الشخصية ونوعية حياتهم ومستقبلهم.

ويجب الإشارة هنا إلى أنه يجب في البداية تحديد الموضوع ثم مناقشة زواياه ومحاوره المختلفة، وتحديد مدى أهمية الجماهيرية والاقتصادية والاجتماعية والعلمية، ثم تحديد مصادر معلومات الموضوع⁵.

2- نشأة وتطور الاهتمام بالإعلام البيئي :

ترجع الأصول الأولى لاهتمام وسائل الإعلام بالبيئة إلى التسعينات من القرن التاسع عشر (19) 1870، وذلك في مدينة سونا بالولايات المتحدة الأمريكية فللمدينة أهميتها في تاريخ العلاقة بين وسائل الإعلام والصراع الدائر بشأن البيئة، فقد أسس "HALLOCK" مجلة عنيت بقضايا البيئة عام 1870 وعلى وجه التحديد الحياة البرية في المدينة، والمجلة التي اختفت تماما من الوجود تركت أثرا كبيرا في تشكيل جماعات حماية البيئة لمدة 100 سنة عام بعد اختفائها⁶.

وفي العشرينيات من القرن 20 بدأ اهتمام وسائل الإعلام الأمريكية بالبيئة، وقد اعتبر العديد من الباحثين هذا التوجه الصحفي ظاهرة جديدة على الصحافة الأمريكية، ولمثل كتاب "رshal كرسون" والمعنون بـ "الربيع الصامت" "Sillent Spring" 1962 نقطة تحول في تاريخ الحركات البيئية، كما أعلن الرئيس الأمريكي "نيكسون" والكونغرس الأمريكي، السياسة القومية الأمريكية في مجال البيئة⁷، وأعلن عن إنشاء وكالة حماية البيئة.

كما شهد الإعلام البيئي مراحل مختلفة من التطور، يمكن اختصارها في ثلاث مراحل أساسية:

- المرحلة الأولى: هي التي تناولت القضايا البيئية الطائفة والمثيرة والتي تميزت بالتغطية الفورية المناسبة.

- المرحلة الثانية: هي مرحلة الإعلام المتخصص والموجه إلى قطاع معين من المهتمين والمتخصصين، وما صاحب ذلك من اهتمام محدود.

- المرحلة الثالثة : هي مرحلة الإعلام الجماهيري الواسع الانتشار الذي يهدف إلى بلورة رؤيا معينة لدى الجمهور المتلقي للقضايا والمشكلات البيئية من خلال مستويين :

• المستوى الإخباري: وهو ما يرتبط بالتغطية الإخبارية للأحداث السريعة المتعلقة بالبيئة كالمؤتمرات والندوات البيئية بالإضافة إلى الأحداث البيئية الطارئة.

• مستوى خلق رأي عام حول القضايا والموضوعات البيئية: من خلال تبني الجمهور المتلقي لآراء واتجاهات جديدة نحو حماية البيئة، خاصة الموضوعات التي لا يكون المتلقين قد كونوا نحوها آراء مسبقة.

وعلى الرغم من أن الدول النامية والمقدمة على السواء بدأت تهتم بالبيئة إلا أن هناك اختلافات كبيرة بين اتجاهات المواطنين في كل من الدول المتقدمة والنامية تجاه البيئة.

فهناك مصادر عديدة تؤثر في تشكيل الرأي العام في الدول المتقدمة مقارنة بالدول النامية.

II- مهام الإعلام البيئي وأهدافه :

1- مهام الإعلام البيئي :

من بين مهام الإعلام البيئي "التثوير" عن طريق تقديم المعلومات التي تساعد على اتخاذ القرارات والتحفيز على التغيير إلى الأفضل وخلق الطموحات المشروعة والممكنة دون مبالغة، من خلال الدعوة للمشاركة بتغيير السلوك وترسيخ المواطنة البيئية.

وذلك بعرض الخطط والسياسة المتعلقة بالبيئة على الجماهير عن طريق وسائل الإعلام بأسلوب مبسط وبلغة يفهمها عامة الناس ودعوتهم للمساهمة في تنفيذها عن طريق تحفيزهم وتنمية إحساسهم بالمسؤولية المشتركة بين الجمهور والهيئات التنفيذية مع تصحيح المفاهيم الخاطئة⁸.

و منها على سبيل المثال : أن التنمية تؤدي بطبيعتها إلى إهدار الموارد البيئية أو تلويث البيئة، وهنا ينبغي الربط الإيجابي بين البيئة والتنمية

باعتبار أن التنمية المستدامة هي تلك التي تراعي المصالح الآنية والمستقبلية للإنسان والبيئة في وقت واحد.

ويلعب الإعلام البيئي في التعريف بقضايا البيئة لكل مجتمع من المجتمعات دور كبيراً في التوعية والإحساس بالقضايا البيئة ذات الأهمية الكبرى في حياة الشعوب والتي بدأت تبرز بعد العديد من المشكلات الحياتية والتي من أهم أسيائها عدم المحافظة على البيئة وصون مواردها.

2- أهداف الإعلام البيئي :

لقد انتشر مؤخرًا مفهوم التثوير البيئي كمطلب أساسي لكل مواطن يعيش في هذا العصر، وذلك حتى يكون مدركاً للمشكلات البيئية وأسبابها ووسائل معالجتها وعليه ينبغي تزويد هذا الأخير بالمفاهيم والمهارات والقيم التي تساعد على ذلك، وهنا كان على وسائل الإعلام أن تؤدي دورها كما ينبغي في عملية التوعية البيئية⁹ ولكي نحدد أهداف الإعلام البيئي بدقة ندرج المفاهيم التالية :

أ- المعرفة (البعد الإدراكي) :

ونقصد بها المعلومات والمفاهيم التي ينبغي أن يعرفها الأفراد والجماعات عن النظم البيوفيزيائية، وكل ما تحتويه البيئة الطبيعية من موارد وعلاقات وقدرات وما تتعرض له من مشكلات، وهنا تبرز دور المؤسسات غير النظامية في عمليتي التعليم والتثقيف البيئتين.

وتعتبر وسائل الإعلام الأكثر فاعلية في نشر الوعي البيئي بين المواطنين، على اختلاف أعمارهم ودرجات ثقافتهم وأماكن تواجدهم¹⁰.

ولضمان الإدراك والفهم الصحيحين للعلاقة التي تربط الإنسان ببيئته، ينبغي الاهتمام والعناية بقنوات الاتصال وقدراتها على الأداء في إيصال المعلومات والبيانات البيئية.

ونقصد هنا وسائل الإعلام المتعددة لما لها من القدرة التقنية والفنية في نقل كل منا يتعلق بالبيئة على المستوى المحلي والإقليمي والدولي، من خلال المعالجة الشاملة للأحداث بغية إيصالها إلى كافة الشرائح الاجتماعية ورفع

وعينهم بأبعاد ومخاطر المشكلات البيئية، ويمكن لوسائل الإعلام أن تخصص نشرات إخبارية أو برامج وحصص إذاعية وتلفزيونية وأفلام وثائقية، بهدف طرح المشاكل البيئية وتبيان طرق التصدي لها من أجل لفت انتباه الجمهور إليها¹¹، كما يمكن للصحف إصدار ملاحق مستقلة بالبيئة، أو إنشاء صحف ومجلات وبنك للمعلومات البيئية على شبكة الانترنت¹²، وإذا ما توفرت المعلومات البيئية بصفة دورية مستمرة يمكن حينئذ تجنب حدوث الخل والمشكلة لو بشكل نسبي.

ب- تكوين المواقف والقيم (البعد المهاري) :

والمقصود بها مساعدة الأفراد والجماعات على اكتساب مجموعة من مشاعر الاهتمام بالجوانب المختلفة المرتبطة بالبيئة، وأيضا اكتساب المهارات لتحديد مشكلاتها وكيفيات حلها، وجعل الأفراد والجماعات على معرفة بوسائل حماية البيئة، ومن هنا يأتي دور وسائل الإعلام باعتبارها جزءا من منظومة التعليم والتوعية البيئية المستمرة، خاصة فيما بعد مراحل التعليم والتدريب المدرسي.

كما تستطيع وسائل الإعلام أن تخلق أنماط جديدة من الاتجاهات الإيجابية لما لها من دور محوري في تنمية المواقف والقيم البيئية المختلفة، وجعل المواطنين يعيشون مشكلات البيئة، ويشعرون بوجودها ويحسنون بأضرارها وتأثيراتها عليهم، هذا ما يعزز الوعي البيئي العام والخاص في المناطق الحضرية والريفية على حد سواء.

كما يتعين على وسائل الإعلام في هذا الصدد إعداد جمهور يتقبل تغيير مواقفه وقيمه التقليدية وسلوكاته السلبية المضررة بالبيئة والتأثير فيه من أجل تحسينها ورفع مستوى معيشتة، مع الحفاظ على التنوع البيولوجي والمواد غير المتجددة والقدرة الاستيعابية للأنظمة الإيكولوجية¹³.

ت- المشاركة (البعد الانفعالي) :

وهي إتاحة الفرصة للأفراد والجماعات للمشاركة الفعالة في كافة المستويات على حل المشكلات البيئية، حيث أنه إذا لم تكن هناك

مشاركة جادة وإيجابية لكافة فئات المجتمع في مواجهة المشاكل البيئية، لن تفلح أي جهود أخرى للوصول إلى وعي بيئي مسؤول.

وقد أثبتت التجارب أن إشراك الناس في صنع القرارات التي تتعلق بها مستقبلهم أمر ضروري، وهذا ما يبرز دور وسائل الإعلام في إعداد أفراد المجتمع للقيام بدورهم وتحفيزهم لبذل كل الجهود وتحمل مسؤولياتهم تجاه البيئة عن رضا واقتناع يصل إلى حد التأدب مع البيئة، شريطة أن يكون ذلك الاتصال مدعماً بكل الخدمات والإمدادات اللازمة والمناخ المناسب¹⁴، ولتعزيز المشاركة الجماهيرية في هذا الصدد ينبغي على وسائل الإعلام أن تخلق قنوات للحوار الاجتماعي بين المواطنين للوصول إلى القرار المشترك، مما يساعد على خلق تيار شعبي ضاغط على الحكومات عندما يتعلق الأمر بالبيئة، ولتحقيق استمرارية هذا الحوار يتحتم على وسائل الإعلام¹⁵ تخصيص مجال مفتوح لطرح آراء وأفكار ومقترحات الجمهور المهتم بالبيئة، ونقل مشكلات بيئاتهم إلى الجهات البحثية والتنفيذية ومتخذي القرار، ومتابعة حلولها ونقلها مرة أخرى إلى الجمهور حتى يتحقق رجع الصدى، وتحفيز صنّاع القرار من القيادات السياسية على قيادة العمل البيئي واتخاذ القرارات السليمة بيئياً، وتوليد الإدارة السياسية لإيجاد الحلول لمشكلات البيئة¹⁶.

III- دور وسائل الإعلام في نشر الوعي البيئي وطرق معالجتها:

1- عناصر أساسية في الإعلام البيئي :

يحتوي الإعلام البيئي على مجموعة من العناصر الأساسية التي يجب توفرها لتحقيق جملة الأهداف المراد تحقيقها ومن بين هذه العناصر :

أ- جودة المعلومات البيئية :

كل المحاولات التي حرصت على تعريف جودة المعلومات البيئية ركزت على عدد من الخصائص التي تعد مهمة من وجهة نظر منتج الرسالة ومتلقيها، ويختلف مفهوم الجودة من جهة لأخرى.

فالمسؤولون عن الهيئات البيئية الرسمية يرون أن الجودة في الدقة المعلوماتية وفي نشر بعض المفاهيم البيئية الإيجابية ، بينما يرى الصحفيون الجودة في المصداقية والموضوعية أثناء المعالجة الإعلامية للقضايا البيئية والاستقلال عن أي جهة باستثناء المعايير الموضوعية للعمل الصحفي¹⁷.

وبتطبيق مفهوم الجودة الإعلامية على العلاقة التي تحكم الصحفيين بمصادرهم يمكن القول بوجود التواصل البناء بين الطرفين من أجل الحصول على نوعية جيدة من المعلومات التي تشبع احتياجات الجمهور ، والأهم من ذلك أن يكون الصحفيين على صلة وثيقة بالأحداث البيئية.

ب- حجم الإعلام البيئي :

يحدث العجز في المعلومات البيئية في حالتين - الأولى عندما يكون الطلب على المعلومات من جانب الجهات المختلفة أعلى من المعروض منها ، والحالة الثانية عندما يكون المعلومات المتاحة على الرغم من وفرتها غير قادرة على المساهمة في حل مشكلة معينة¹⁸.

فالهيئات الرسمية البيئية مثلا تعتمد على التلفزيون كوسيلة لعرض مخططاتها وبرامجها دون التركيز على الوسائل والوسائط الإعلامية والتكنولوجية الأخرى ، وهذا ما يؤثر على الإلمام بحجم المعلومات البيئية في وقتها المناسب.

• التفاعل والتعددية :

وفقا للنموذج التقليدي يختار الصحفيون الأخبار والموضوعات البيئية حسب تقديرهم الشخصي لأهميتها مع إغفال وجهة نظر الآخرين في عملية تناول المادة الصحفية ، أو حتى إتاحة الفرصة للجمهور للتعبير عن وجهة نظره ولذلك يغيب التفاعل بين طرفي العملية الاتصالية وتختفي التعددية الإعلامية في التعرض لقضايا بيئية معينة دون أخرى.

أما النموذج الحديث فيفرض تصورا مختلفا للأداء الصحفي أساسه التفاعل المشترك وتعدد الأصوات الصحفية من خلال إتاحة الفرصة أمام

كل الأطراف المعنية للمساهمة في تقديم المادة الإعلامية ومعالجة كل القضايا والموضوعات البيئية كونها مترابطة ومتداخلة فيما بينها¹⁹.

2- المضمون البيئي لوسائل الإعلام :

تشير نتائج الدراسة التي بني عليها النموذج الأوروبي إلى أن المضمون الإعلامي البيئي الحالي في أوروبا يتجه نحو تعزيز وتثبيت الوضع الحالي بدلا من محاولة تغييره، وهذا بالطبع توجه لا يتفق مع طبيعة الدور المنتظر للإعلام البيئي.

فإذا كانت المشكلات البيئية تشكل تهديدا للمجتمع في حاضره ومستقبله، فإن المضمون الإعلامي المتعلق بالبيئة عليه أن يبينه المجتمع إلى أوجه الخلل ومصادر الخطر المتوقع وإلا فإنه لا يكتب له دور يذكر والمشكلة هنا أن بعض وسائل الإعلام تعاملت مع التهديدات البيئية على أنها مصادر قوة، فالنمو الاقتصادي نظرا إليه على أنه وسيلة لنمو المجتمع وتقدمه في حين لم يعالج هذا النمو من منظور بيئي يكشف للعلاقة بين النمو الاقتصادي والتدهور البيئي وتأثيراته المدمرة على الإنسان والحياة عموما فضلا عن إعاقته لمفهوم التنمية المستدامة²⁰، فوسائل الإعلام في الواقع تبني إدراك الجمهور للواقع الاجتماعي ثم تؤثر في بناء الواقع الاجتماعي نفسه فيما بعد، وتؤثر وسائل الإعلام في التغيير الاجتماعي لصالح قضايا البيئة بقدر ما تطرح من بدائل يمكن أن توجه خطط العمل ولكنها قد لا تترك أثرا مباشرا في الحل النهائي للمشكلة، فوسائل الإعلام قد لا تقدر التغيير الاجتماعي نفسه ولكنها توضح للجمهور البدائل الاجتماعية والفردية المتاحة والتي يمكن أن تشكل التغيير الاجتماعي.

والمفترض أن وسائل الإعلام تؤثر في إدراك الجمهور وسلوكه نحو البيئة إلا أن المؤكد أن معظم الخطط والقرارات والأفعال المجانية للبيئة تم تنفيذها قبل تناول وسائل الإعلام لها.

ومعنى هذا ببساطة أن وسائل الإعلام لا تبادر بطرح قضايا بيئية جديدة وأن وظيفتها تكاد تنحصر في متابعة المطروح من قضايا.

إن التعرف على أهمية وسائل الإعلام وخصائصها يكشف عن أهمية دورها التربوي، فالإعلام هو المحرك والمعبر عن مقومات النشاط الاجتماعي، وهو الذي يعلو بالإنسان عن غريزته إلى المطامح الحضارية ويدفعه إلى تبني سلوكيات إيجابية راقية لصالح البيئة، ومن ثم يمكن للإعلام أن يشارك مشاركة فعالة في نقل مفاهيم الوعي البيئي إلى الأفراد وينمي بينهم الشعور بأهمية الحفاظ على البيئة خاصة وأنه من المعروف أن للإعلام دور أساسي في عملية التربية والتنشئة، بل أصبح تأثيره معروفاً ويفوق تأثير مختلف المؤسسات التربوية الأخرى بحكم عوامل كثيرة²¹.

ومن خلال هذه العوامل نستنتج أنه لكل وسيلة من وسائل الإعلام مميزات وخصائصها تختلف بها عن الأخرى مما يجعل لها أهميتها في الدور التربوي للإعلام عن طريق مخاطبة شريحة ما من شرائح المجتمع بشكل أفضل.

لهذا فإن نشر الوعي البيئي يحتاج إلى الوسائل السمعية البصرية والمقروءة ليصل إلى قطاعات المجتمع كافة.

ففي مجال الإعلام البيئي أصبح للتلفزيون أهمية كبيرة في مجال التوعية البيئية، وذلك لانتشار جهاز التلفزيون، واكتسابه ميزة الصدق لاعتماده على الصورة التي تتميز عن الكلمة المسموعة، وبأنها وسيلة إقناعية تضيي الصدق²².

3- أساليب وطرق المعالجة الإعلامية للقضايا والأزمات البيئية :

أ- النموذج الأول :

تمثل التغطيات الصحفية والإعلامية التي تركز على المتابعة الإخبارية والتغطية الصحفية التي تفصل الحدث عن أسبابه ونتائجه وتركز عليه لذاته، ويقل في هذا النموذج الاهتمام بالتحقيقات الميدانية الموثقة عن البيئة، مما لا يساعد الجمهور على اكتساب المعرفة التي تسمح له بتبني اتجاهات إيجابية إزاء القضايا البيئية عن طريق تعديل السلوك وتحسين نمط التفاعل مع البيئة.

ب-النموذج الثاني :

يتمثل في النظرة المتكاملة لقضايا البيئة في علاقتها العضوية بالقضايا المجتمعية الأخرى، وهو نمط من المعالجة يتبنى مفهوم الاستمرارية والشمول والمتابعة الدائمة، وإبراز علاقة التأثير والتأثر بين مشكلات البيئة والمشكلات الحياتية للمواطنين مع تبني نمط معالجة يركز على إبراز قيم المشاركة وتحديد المسؤوليات وإبراز أهمية التنسيق بين أبعاد التصدي للقضايا البيئية وإبراز دور الجهات المسؤولة والمشاركة في تحمل أعباء الحفاظ على البيئة ومواجهة الأزمات والمشكلات البيئية²³.

4- نماذج التغطية الإعلامية للبيئة :

أ- التغطية الإعلامية القائمة على الإشارة المرتبطة بالأزمات والمشكلات البيئية :

حيث يكتفي بعرض الجوانب الصارخة في الأحداث البيئية²⁴، وتغيب الإشارة إلى الأسباب مع الميل إلى التهويل والمعالجة السطحية، وتنتهي التغطية الإعلامية بانتهاء الحدث دون الحرص على متابعتها أو تفسير آثاره، وتوصف هذه المعالجة بالآنية والمبتورة والمتسرفة، والاهتمام البيئي هنا لا يزيد عن كونه استجابة لما يفرضه أداء هذه الوسائل الإعلامية، وليس نابع من خطط وبرامج مدروسة مسبقا لحماية البيئة.

ب- التغطية الإعلامية المستمرة والمتكاملة لقضايا البيئية :

حيث تتسم التغطية هنا بالاستمرارية مما يستلزم معها الشمول والمتابعة ولا تقتصر التغطية على الأزمات البيئية، وي طرح هذا النموذج نمطين من أنماط المعالجة الإعلامية للبيئة هما²⁵ :

- النمط الإخباري، النمط التربوي التوعوي.

فالأول يكمن دوره في مجرد نشر الحقائق والمعلومات عن البيئة وما يترتب عنها، أما النمط الثاني فيهتم بنوعية الجمهور ومحاولة إشراكه في عملية

معالجة الموضوعات والقضايا البيئية التي تشرها وتبثها وسائل الإعلام، ومن ثم تتزايد فرص المشاركة الإيجابية من جانب المتلقي في حل مشاكل البيئة.

5- مميزات ومواصفات التغطية الإعلامية في الوطن العربي :

تتميز التغطية الإعلامية للقضايا البيئية²⁶ في عالمنا العربي بمجموعة من المميزات منها :

- النظرة الجزئية للقضايا البيئية في مواجهة النظرة الكلية والمتعمقة لها.
- التعامل مع البيئة من منظور الأزمات والكوارث لا المنظور البيئي التنموي التوعوي الذي يعرض تناولا مستمرا بعض النظر عن وجود الكوارث .
- غياب النص الواضح في السياسات الإعلامية العربية سواء أكانت صحيفة أو إذاعية أو تلفزيونية ونظرتها للقضايا البيئية كجزء لا يتجزأ من بنية العمل الإعلامي.

- غياب آليات التنسيق والتعاون بين الهيئات البيئية الرسمية وأطراف المجتمع المدني المهتمة بالبيئة مع وسائل الإعلام.

- غياب الإطار الإعلامي المتخصص في القضايا البيئية مما ينعكس سلبا على أسلوب المعالجة وتقديم المعلومات بأساليب وطرق غير مفهومة أحيانا لا تتماشى وأذواق الجمهور أحيانا.

- ارتباط الاهتمام الإعلامي العربي بالبيئة كرد فعل للاهتمام الدولي مما يجعل الاهتمام البيئي العربي موسميا في طابعه ومتأرجحا بين الاهتمام وعدمه.

- غياب مناهج الإعلام البيئي في كليات وأقسام الإعلام العربي مما ينعكس سلبا على مستوى الكوادر الإعلامية في هذا المجال.

- ندرة جمعيات ومنظمات المجتمع المدني ذات الاهتمام الإعلامي البيئي مما يخلق فجوة بين حجم المشكلات البيئية المتنامية وحجم الاهتمام المتناقض الذي يوليه الفرد.

- وجود الدول والمؤسسات الرسمية كعائق رئيسي ومشارك فاعل في أعمال ومشروعات تتعارض مع كل ما هو متعارف عليه عالميا للمحافظة على البيئة (المشروعات الصناعية والإنتاجية وطرق التخلص من النفايات).

و على هذا الأساس فإن التغطية الصحفية تكون تغطية جزئية للمشكلات البيئية في ظل وجود ملكية معظم وسائل الإعلام العربية القوية تحت إشراف مباشر للدولة.

وبالتأكيد فإن النتيجة الحتمية هي غياب المصداقية والموضوعية أثناء المعالجة وضياح الحقيقة والتكتم عليها وعدم وصولها إلى الرأي العام.

IV- توصيات حول الإعلام البيئي :

1- بناء شراكة مع الإعلام من أجل تفعيل الوعي البيئي :

ولتفعيل دور الإعلام في تشر الوعي البيئي وترسيخ القيم البيئية الإيجابية يجب التركيز على سياسة إعلامية بعيدة المدى وواضحة الأهداف ومنها :

أ- تكوين شبكات إعلامية: إن الهدف من تكوين شبكات إعلامية هو نشر وتطوير الوعي بالقضايا البيئية على المستوى الوطني والإقليمي، وتلك عن طريق رصد وتبادل المعلومات حول الإدارة الجديدة للبيئة وتشجيع تبادل الخبرات والتجارب بين أعضاء الشبكات وتأهيل العاملين في مجال الإعلام على استخدام الوسائل التقنية الحديثة مثل الانترنت وخلق إطارات إعلامية متميزة تستطيع المشاركة في النشاطات المختلفة بالإضافة إلى تشجيع الإعلاميين البيئيين على إعداد برامج علمية وبيئية تحث على حماية البيئة والمحافظة عليها.

ب- تعزيز قدرات الإعلام: من بين وسائل تعزيز قدرات الإعلام، العمل على تنظيم الدورات التدريبية للإعلاميين للتعرف على القضايا والمفاهيم البيئية المختلفة مع التدريب على التحليل المتعمق لتلك القضايا واقتراح الحلول لها²⁷، هذا بالإضافة إلى تنظيم المشاورات الإعلامية البيئية التي تركز على الحوار كوسيلة للتعليم ونقل المعرفة التي يحضرها الإعلاميون من جهة والعاملون في مجالات التنمية من جهة أخرى.

ت- بناء الشراكة الإقليمية والدولية: والهدف من بناء هذه الشراكة هو التواصل بين الإعلام والبيئة على المستوى الوطني والإقليمي والدولي

قصد العمل على تبني الأفكار وتنسيق الجهود للوصول إلى أفضل النتائج بتنفيذ الاستراتيجيات الإعلامية الخاصة بتفعيل الوعي البيئي، فدور الإعلام اليوم في خلق الوعي البيئي يركز أساساً على المستوى الفردي (المرأة، الطفل، الشباب) عن طريق تغيير أنماط سلوكهم وتغيير عاداتهم اتجاه البيئة والمجتمع، وفي هذا الصدد تعد برامج التلفزيون والإذاعة بالإضافة إلى الوسائل الحديثة كالانترنت من بين أكثر الوسائل فعالية في مخاطبة هذه الفئة على المستوى الاجتماعي.

ث- ربط الإعلام البيئي بالتنمية المستدامة:

إن تحقيق التنمية المستدامة أصبح مؤشراً رئيسياً لاستمرار البشرية، كما أصبحت أبعاد التنمية المختلفة تمثل أولوية الأولويات على جدول أعمال معظم دول العالم التي تعمل من أجل إصلاح وتحديث مجتمعاتها وتشمل أبعاد التنمية المستدامة، البعد الاقتصادي والسياسي والاجتماعي والثقافي والبيئي²⁸.

ومن أهم التحديات التي يواجهها الإعلام البيئي قضية ربط حماية البيئة بالتنمية المستدامة عن طريق وضع سياسات إعلامية تحث على الاستغلال الرشيد والعقلاني للثروات والموارد المتاحة، فمسألة حماية البيئة في إطار التنمية المستدامة تعد مسألة هامة في حياة الإنسان لما لها من بعد اقتصادي واجتماعي وثقافي وبيئي تقع مسؤولية تحقيقها على أداء وسائل الإعلام المختلفة.

2- الخطة الإعلامية والرؤية المستقبلية في مجال الثقافة البيئية :

رأينا كيف أن الثقافة البيئية تحتاج إلى إعلام ينشر مضامينها ويعرف بأهدافها ومراميها وأن للإعلام دور كبير في ترسيخ هذه الثقافة في الأذهان وتماسكها في المجتمع، وهذا الأمر يتطلب ويستلزم وضع سياسة اتصالية شاملة واعتماد تخطيط نابع من معرفة دقيقة بالواقع البيئي وإدراك جيد لميول المتلقي ورغباته، فالمدرسة والحي والشارع والمسجد والجامعة والأسرة ووسائل الإعلام ومنابر الحوار ومواقع القرار جميعها تساهم في تشكيل هذا المناخ،

فأمر البيئة أهم من أن يترك للعفوية ، وعلاقته بالإعلام اخطر من أن ينحصر في مجرد إجراء لسد فراغ في البرمجة التلفزيونية.

وفيما يلي مشروع خطة البرامج البيئية التلفزيونية لنشر الثقافة البيئية التي يحتاج جميع البشر إلى التحلي بها في كل زمان ومكان.

3- الحاجة إلى الاتصال البيئي :

يعتبر الاتصال البيئي هو الحلقة المكتملة في عملية رصد المشكلات البيئية وتهيئة وسائل الإعلام لمعالجتها بمختلف أبعادها لذا أصبح إدماج البعد الاتصالي ضرورة ملحة تفرضها إلزامية تدخل كل الأطراف، من مؤسسات رسمية وجماعات محلية وتنظيمات وجمعيات وأفراد في إنجاح السياسة الإعلامية التي يتبناها التلفزيون من أجل تحقيق المواطنة البيئية التي أصبحت اليوم تتحدد أيضا في عديد البلدان بمدى مساهمة الفرد في وضع الخطط والبرامج الإعلامية ، وهذا ما يفسر مثلا انتشار مفهوم المواطن الإيكولوجي Ecocitoyenneté.

4- الحاجة إلى الإعلام البيئي المتخصص :

إن ما نلاحظه في البلدان المتقدمة من تنوع في العناوين والقنوات التلفزيونية المتخصصة في مجال البيئة يقابله ندرة في وسائل الإعلام المهتمة بهذا المجال.

فإذا استثنينا النشريات التي تصدرها الهيئات الحكومية وبعض الجمعيات والمنظمات والتي لا تحظى بالانتشار الواسع، يكاد ينحصر الاهتمام البيئي في بعض الصفحات والأركان غير الثابتة لبعض الصحف للأحداث المتعلقة بالبيئة.

ويتبين أن التغطية الإعلامية لمواضيع البيئة موسمية وتهم أساسا بأنشطة وزارة البيئة وتهيئة الإقليم فقط، واتضح أيضا أن هذه التغطية في مجملها تقارير إخبارية.

ويقتصر الدور الإعلامي هنا على تقديم الأخبار دون تحليل أو تعمق أم أنه مطالب بالذهاب إلى أبعد من ذلك والخروج عن التغطية الإخبارية، قصد إثارة إشكالات يمكن أن تحرج الدوائر المختصة ودوائر اتخاذ القرار.

5- دور الصحفي في إثارة المواضيع والقضايا البيئية :

من المعلوم أن للصحفي دور أساسي في إثارة المواضيع والقضايا التي تهم الرأي العام وتقديم المعطيات الدقيقة والكاملة بشأنها.

لكن قيام الصحفي بهذا الدور مرهون بمدى الدراية الكافية والمعمقة بالمسألة البيئية ليستطيع الخوض في تفاصيلها وجزئياتها.

وفي هذا الشأن هناك من يرى أنه لا يمكن للصحفي المتخصص في البيئة أن ينجح في مسيرته المهنية ، إلا إذا كان من المناصرين لقضايا البيئة ومن الملزمين بها.

ومن أبرز المدافعين عن هذا الموقف نجد الصحفي الأمريكي "مايكل فروم" والذي بدأ مسيرته الصحفية في البيئة في التسعينات من القرن الماضي والذي كان يعتبر أن الإعلام البيئي هو أكثر من مجرد الكتابة الصحفية في موضوع البيئة ، بل هو مجال مرتبط أشد الارتباط بطريقة عيش الإعلامي ونظرته إلى العالم وإلى ذاته ، وفي معظم الأحيان يتطلب هذا النوع من الإعلام القيام ببعض التوضيحات ومواجهة بعض المخاطر.

كما يرى صنف آخر من الإعلاميين البيئيين أن نجاح الصحفي المتخصص في البيئة لا يتحدد بمناصرته لقضايا البيئة والتزامه نحوها ولكن بسعيه إلى الالتزام بأخلاقيات المهنة الصحفية وخاصة توخي الموضوعية.

وما يمكن استنتاجه من كل هذا هو وجود قاسم مشترك واضح بين الصحفيين يتمثل في ضرورة التخصص في الإعلام البيئي ، الذي يوفر إعلاميين قادرين على تناول المعلومة البيئية بتعمق وحرفية مهنية.

- الأهداف المرجوة من تطبيق هذه الخطة الإعلامية :

1. إكساب الأفراد معلومات عن البيئة المحيطة بهم بأبعادها المختلفة.
2. تكوين اتجاه لدى الأفراد نحو المشاركة الإيجابية في حل مشكلات البيئة.
3. غرس القيم البيئية التربوية في عقول ونفوس أفراد المجتمع والتي تساهم في المشاركة الفعالة في الحفاظ على البيئة ، وترشيد استهلاك مواردها.

4. تشجيع أصحاب الأفكار والتجارب الناجحة في حل المشكلات البيئية.

5. تكوين اتجاه نحو احترام التشريعات البيئية والالتزام بتطبيقها.

- ولتحقيق أهداف الخطة الإعلامية يجب إتباع ما يلي :

1. إعداد الإعلاميين البيئيين المؤهلين للعمل مع قطاعات البيئة المختلفة.

2. التنسيق بين كافة الوسائل المملوكة للدول والأحزاب والأفراد

والهيئات لتحقيق أهداف الخطة.

3. عند التنفيذ يجب مراعاة أن الخطة موجهة لفئات المجتمع كافة،

مما يستلزم اتخاذ التدابير اللازمة لمخاطبة كافة المستويات التعليمية والثقافية في المجتمع.

4. أن تقوم المؤسسات التربوية المختلفة بدورها في نشر الوعي البيئي

إي المساهمة في دعم وتفعيل دور وسائل الإعلام وذلك عن طريق :

• أن تقوم المؤسسات التربوية التعليمية بتضمين التربية البيئية في مناهجها .

• أن تؤدي المؤسسات التربوية على اختلاف أشكالها دورها التربوي

في تكوين الاتجاه الإيجابي لدى الأفراد نحو البيئة .

• أن تتضمن برامج الأحزاب نشر الوعي البيئي بين المواطنين.

• تدعيم الدور التربوي للأندية ومراكز الشباب ومراكز الثقافة

الجماهيرية.

5. أن تقوم الدولة ممثلة في وزارة البيئة وتهيئة الإقليم بدعم الجمعيات

العاملة في مجال البيئة والمحافظة على صحة الإنسان.

6. تشجيع البحوث والدراسات البيئية، واستحداث تخصصات بيئية

في مختلف الجامعات وإنشاء مراكز للبحوث الدراسات البيئية.

7- الإعلام البيئي في الجزائر :

1- الحق في الإعلام البيئي بالجزائر :

بدأ الاهتمام بالحق في الإعلام البيئي بالجزائر الفترة الأخيرة من

خلال قانون البيئة رقم 03-10 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بحماية

البيئة في إطار التنمية المستدامة وقد جاء في بابه الثاني فصلا كاملا حول

الإعلام البيئي والحق فيه فقد جاء في المادة 07 المتعلقة بالحق العام في

الإعلام البيئي " أنه لكل شخص (طبيعي أو معنوي) يطلب من الهيئات

المعنية معلومات متعلقة بحالة البيئة، والحق في الحصول عليها ويمكن أن تتعلق هذه المعلومات بكل المعطيات البيئية والتنظيمات والتدابير والإجراءات الموجهة لضمان حماية البيئة، وطرق وكيفية إبلاغها²⁹.

من خلال هذا يبدو أن اهتمام القانون الجزائري بمجال الحق في الإعلام البيئي قد جاء متأخرا بعض الشيء، ذلك أن التجربة الجزائرية في مجال البيئة ذاتها لا تزال حديثة وأن الاهتمام البيئي للقيادات السياسية وأصحاب القرار يعكس ضعف الوعي البيئي لديهم وأن هذه النصوص تشبه النصوص الأوروبية إلى حد ما وهذا ما يدل على ضعف الاجتهاد القانوني في مجال الحق في الإعلام البيئي.

2- دور وسائل الإعلام الجزائرية في التوعية البيئية :

أ- الصحافة المكتوبة :

الصحيفة اليومية الوحيدة في الجزائر التي كانت تخصص صفحة أسبوعية للبيئة هي جريدة "الصباح" الحديثة النشأة والمحدودة التوزيع، مواضيعها محلية وعالمية عامة.

وهي تركز على المعلومات المبسطة الهادفة إلى التوعية البيئية.

يأتي التلوث الصناعي وتلوث البحر والشواطئ في طليعة اهتمام الإعلام البيئي الجزائري، تليه مشكلة النفايات الصلبة والكوارث والتصحر والصحة البيئية.

جريدة "الخبر" تتميز بتغطيتها المتواصلة لمواضيع البيئة من خلال الأخبار والتحقيقات التي يتولاها محرر متخصص، وتكاد البيئة تكون موضوعا يوميا في "جريدة الخبر" إذ قام المحرر البيئي كريم كالي بتحقيقات ميدانية عن تلوث الساحل بمياه الصرف الغير المعالجة وفضلات السفن، وسرقة مرجان منطقة القالة، واستنزاف الثروة الغابية³⁰. ويقول كالي إن معظم مصادر معلوماته المحلية تأتي من الجمعيات البيئية، والخارجية من المجلات والوكالات الأجنبية ومواقع الانترنت، وإلى

جانب التحقيقات عن المشاكل، تغطي جريدة الخبر بشكل مكثف نشاطات وزارة تهيئة الإقليم والبيئة.

أما صفحة البيئة الأسبوعية، التي ظهرت لثلاث سنوات في "جريدة الشروق" فقد توقفت على الرغم من أنها تطرقت خلال صدورها إلى مواضيع هامة بدأت بالنفايات المنزلية والمياه القذرة والاعتداء على المساحات الخضراء، ووصلت إلى كشف بعض المخالفات الكبيرة.

غير أن البيئة تبقى موضوعا مطروحا في الصحافة الجزائرية على مستوى الصفحات المحلية والمنوعات والتحقيقات، على الرغم من عدم تخصيص صفحات خاصة لها.

صحيفة الوطن التي تصدر بالفرنسية تتميز بتغطية معمقة لقضايا البيئة، خاصة تلك المرتبطة بالمعاهدات والمؤتمرات البيئية الدولية.

ب- الإذاعة :

الإذاعة الوطنية بمختلف إذاعاتها الجهوية عبر التراب الوطني وقنواتها الأخرى، تلعب دورا توظيف وسائلها لمعالجة القضايا البيئية ونشر الوعي والتربية البيئية³¹.

في عام 1999 ظهر برنامجان إذاعيان متخصصان بالبيئة في الجزائر على المستويين الوطني والمحلي، ففي القناة الأولى قدم "أحمد ملحة" برنامجا بعنوان "البيئة والمحيط" مدته خمسون (50) دقيقة، وقد فتح البرنامج ملفات ساخنة منها تلوث الشواطئ والمياه بالنفايات الصلبة، التصحر ومياه الصرف، ثم انتقل إلى قناة البهجة حيث ينشط الآن فقرة إرشادات فلاحية.

وفي بداية 2004 بدأت الإذاعة الثقافية في بث برنامج أسبوعي بعنوان "البيئة والحياة" يقدمه "بدر الدين داسة" يركز على المحميات والتنوع البيولوجي والتلوث. وعلى مستوى الإذاعات المحلية نجد القناة المحلية في الجنوب برنامجا إذاعيا بعنوان "العالم الأخضر" تقدمه الصحفية "فتيحة الشرع" مدته خمسة

وخمسون دقيقة (55 د) ثم انتقلت إلى القناة الأولى لتقديم برنامجا أسبوعيا بيثيا بعنوان "رهانات بيئية" ومؤخرا فهي تقدم برنامج zoom على البيئية³² كذلك في القناة الأولى كل خميس على الساعة 11 صباحا.

القناة الثالثة Chaîne 3 لها برنامج أسبوعي "أربعاء البيئية" كل يوم أربعاء على الساعة 10.00 صباحا.

"إذاعة المتيجة" مثلا قدمت هذه السنة عدة برامج بيئية من بينها :

إيكولوجيا : كل أحد من الساعة 11-12 صباحا تقدمه ريمه حجوطي يتناول مواضيع بيئية تخص النطاق المحلي للمتيجة.

الركن الأخضر : مرتين في الأسبوع لمدة 3 د هو ركن بيث في صباح الخير يعتبر كإرشادات فلاحية يقدمه مهندسين مختصين بالمعاهد الفلاحية بالولايات المتيجية.

الأرض الطيبة : كل إثنين 52 د برنامج يهدف إلى تحقيق التنمية الفلاحية، ينقل انشغالات الفلاحين³³.

- الحصص البيئية :

أولى هذه الحصص كان في السبعينيات مع حصة "الأرض والفلاح" لأحمد وحيد والمتضمنة جملة من النصائح للفلاحين، والآن أخذت الحصة تسمية مختلفة وهي "آفاق فلاحية" التي تبث على القناة الأرضية مساء كل أربعاء (18:30) من تقديم بوعلام لعبادي ، والذي يعطي في مجمله نصائح وإرشادات للفلاحين وينقل التجارب الناجحة من استصلاح للأراضي، والتقنيات الجديدة المستخدمة كالري..... (مدتها 26 دقيقة).

و كذلك نجد الحصة نصف الشهرية "الأوراق الخضراء" لـ "أحمد ملحة" والتي تبث على التلفزيون الجزائري مساء كل خميس على الساعة الخامسة والنصف مدتها (26 دقيقة) والتي تهتم بالنباتات وإعطاء النصائح والإرشادات.

ومن خلال رصد البرامج البيئية التي يبثها التلفزيون الجزائري، يتبين أن برنامج "صباح الخير" يهتم بالمواضيع البيئية من خلال الأركان والريبورتاجات المتعلقة بالجوانب البيئية بالمقارنة بالبرامج التلفزيونية الأخرى :

فنجد الركن اليومي في برنامج صباح الخير بعنوان "إرشادات فلاحية" من تقديم المهندس الفلاحي "أحمد ملحة" مدته من (5 إلى 7) دقائق. كذلك "الركن الأخضر" لـ "لنسرين بومعزة" والذي يبث يومين في الأسبوع السبت والثلاثاء (15 دقيقة)، ويوم الخميس مسجل (خرجة ميدانية لإحدى المشاتل) ويعنى بجانب النباتات المنزلية وطريقة الاعتناء بها، وكل هذا في شكل برامج تحسيسية وتوعوية.

وهناك ركن يخص البيئة مباشرة وهو ركن "نظرة على البيئة" الذي يبث صباح كل جمعة من تقديم وإعداد الصحفية "نسيمة شاوش" مدته 15 دقيقة تقريبا، يتناول مواضيع مختلفة (حسب المناسبات) وتستضيف كل مرة ضيف مختص حسب الموضوع

إضافة إلى الحصة الوحيدة المتعلقة بالبيئة على القناة الأرضية بعنوان "بيئتنا" مدتها 29 دقيقة مساء كل اثنين على الساعة 18:45 التي تهتم بالمواضيع ذات الصلة بالمشاكل البيئية وتأثيرها على المواطنين من خلال التحقيقات الميدانية، واستجواب المواطنين الذين يوجدون في واجهة هذه المشكلات البيئية، وقبل هذا البرنامج كان هناك برنامج تحت عنوان

"الإنسان والبيئة"، ثم "البيئة والمجتمع" الذي أصبح اليوم تحت عنوان "بيئتنا"، هذا البرنامج يتناول مواضيع مختلفة : كالتنوع البيولوجي، الصحة والبيئة، المناطق الرطبة، المحميات الطبيعية في الجزائر، تسيير النفايات بكل أنواعها الخاصة والحضرية والتلوث الصناعي، بالإضافة إلى التحسين الحضري وتهيئة الأحياء والمخاطر البيئية³⁴.

(الحصة كانت من إعداد "عبد القادر قطشة" سنة 2008/2009 ثم أصبحت من إعداد كمال بوسالم وتقديم "وداد سعدي"، ومن إخراج "شهرزاد زبيري")

- الأفلام الوثائقية :

بث التلفزيون الجزائري في اليوم العالمي للمناطق الرطبة أفلام وثائقية خاصة بالمناسبة والمصادف ليوم 02 فيفري (وخصت كل النشاطات

الخاصة بالمناسبة ، والفيلم الوثائقي الخاص بالمنطقة الرطبة الواقعة بالرغاية كنموذج لهذه الأماكن).

والملاحظ من خلال هذا الرصد اهتمام نسبي للتلفزيون الجزائري ببيت مجموعة من الأفلام الوثائقية الخاصة بالحضائر الوطنية (الحظيرة الوطنية لتلمسان والحظيرة الوطنية للقالا والتعريف بالتنوع البيولوجي الموجود في مثل هذه المناطق).
مثلا: سلسلة دنيا الطيور على الساعة 17:30

خاتمة

نجاح العمل الإعلامي البيئي :

إن من أهم سياسات إنجاح وإحداث نقلة نوعية في العمل الإعلامي البيئي والتي تساهم في الرقي بثقافة البيئة والحفاظ عليها ، وإحداث انعكاسات إيجابية في واقع عمل التوعية والإعلام البيئي هو السعي في تبني وانتهاج السياسات التالية من قبل الجهات البيئية الرسمية والجهات الإعلامية وهي :

1. الدعم والتشجيع الدائمين من قبل الإدارات البيئية للإعلاميين والصحفيين وتحفيزهم للإبداع في الطرح البيئي، وتوفير قواعد البيانات ومصادر المعلومات البيئية وتعيين جهة مسؤولة لديها القدرة على إيصال المعلومة البيئية بشكل جيد مدعومة بالأرقام والبيانات.
2. توعية المسؤولين والقائمين على المؤسسات الإعلامية بأهمية دور هذه المؤسسات في ترسيخ قيم المحافظة ، والمساهمة في استمرارية التنمية المستدامة بالوطن.
3. التخطيط الإعلامي المسبق للأهداف المرجوة من طرح الإعلام للقضايا البيئية، وما تقدمه من خدمات جليلة للمواطن البيئي.
4. منح المجتمع وعلى جميع مستوياته الفرص في تحمل مسؤوليته عن طريق المشاركة في طرح رأيه البيئي عبر القنوات الإعلامية لتكون وسيلة إبداعية تفاعلية لنشر الوعي والثقافة البيئية.
5. منح المجتمع المدني ومؤسساته الفرصة للمشاركة في مسؤولياتهم تجاه الحفاظ على البيئة ونشر الوعي البيئي³⁵.

إن الحاجة للتوعية البيئية في المجتمعات المعاصرة في ازدياد ، والإعلام البيئي هو أحد أهم الركائز الأساسية لتحقيق هذه التوعية التي لا تزال في تطور مستمر من حيث الاهتمام بها كونها تعتبر أحد أدوات نشر وتعميم الثقافة المستدامة المبنية على الترابط الموجود بين البيئة وسلامتها والتنمية الاجتماعية والصحة التي لا غنى عنها في كافة المشاريع و البرامج التنموية.

إلا أن الرسالة الإعلامية سيف ذو حدين قد تأتي بمردود عكسي أو تتحرف عن مسارها في حال غياب الإعلامي (الصحفي المتخصص) في مجال البيئة³⁶، وغياب التوجه العام للمصالح العليا في قضايا البيئة والتنمية المستدامة المعاصرة على المستوى العالمي، الإقليمي والمحلي.

80. ريد ، 2005 ، قتلوه 05 في تم رها ، 23 عتال ، قيسريه قنويوما ، قنوييه زهلا .¹
81. ريد ، 2005 ، قتلوه 05 في تم رها ، 23 عتال ، قيسريه قنويوما ، قنوييه زهلا .²
82. ريد ، 2005 ، قتلوه 05 في تم رها ، 23 عتال ، قيسريه قنويوما ، قنوييه زهلا .³
83. ريد ، 2005 ، قتلوه 05 في تم رها ، 23 عتال ، قيسريه قنويوما ، قنوييه زهلا .⁴
84. ريد ، 2005 ، قتلوه 05 في تم رها ، 23 عتال ، قيسريه قنويوما ، قنوييه زهلا .⁵
85. ريد ، 2005 ، قتلوه 05 في تم رها ، 23 عتال ، قيسريه قنويوما ، قنوييه زهلا .⁶
86. ريد ، 2005 ، قتلوه 05 في تم رها ، 23 عتال ، قيسريه قنويوما ، قنوييه زهلا .⁷
87. ريد ، 2005 ، قتلوه 05 في تم رها ، 23 عتال ، قيسريه قنويوما ، قنوييه زهلا .⁸
88. ريد ، 2005 ، قتلوه 05 في تم رها ، 23 عتال ، قيسريه قنويوما ، قنوييه زهلا .⁹
89. ريد ، 2005 ، قتلوه 05 في تم رها ، 23 عتال ، قيسريه قنويوما ، قنوييه زهلا .¹⁰
90. ريد ، 2005 ، قتلوه 05 في تم رها ، 23 عتال ، قيسريه قنويوما ، قنوييه زهلا .¹¹
91. ريد ، 2005 ، قتلوه 05 في تم رها ، 23 عتال ، قيسريه قنويوما ، قنوييه زهلا .¹²
92. ريد ، 2005 ، قتلوه 05 في تم رها ، 23 عتال ، قيسريه قنويوما ، قنوييه زهلا .¹³
93. ريد ، 2005 ، قتلوه 05 في تم رها ، 23 عتال ، قيسريه قنويوما ، قنوييه زهلا .¹⁴
94. ريد ، 2005 ، قتلوه 05 في تم رها ، 23 عتال ، قيسريه قنويوما ، قنوييه زهلا .¹⁵
95. ريد ، 2005 ، قتلوه 05 في تم رها ، 23 عتال ، قيسريه قنويوما ، قنوييه زهلا .¹⁶
96. ريد ، 2005 ، قتلوه 05 في تم رها ، 23 عتال ، قيسريه قنويوما ، قنوييه زهلا .¹⁷
97. ريد ، 2005 ، قتلوه 05 في تم رها ، 23 عتال ، قيسريه قنويوما ، قنوييه زهلا .¹⁸
98. ريد ، 2005 ، قتلوه 05 في تم رها ، 23 عتال ، قيسريه قنويوما ، قنوييه زهلا .¹⁹
99. ريد ، 2005 ، قتلوه 05 في تم رها ، 23 عتال ، قيسريه قنويوما ، قنوييه زهلا .²⁰
100. ريد ، 2005 ، قتلوه 05 في تم رها ، 23 عتال ، قيسريه قنويوما ، قنوييه زهلا .²¹
101. ريد ، 2005 ، قتلوه 05 في تم رها ، 23 عتال ، قيسريه قنويوما ، قنوييه زهلا .²²
102. ريد ، 2005 ، قتلوه 05 في تم رها ، 23 عتال ، قيسريه قنويوما ، قنوييه زهلا .²³
103. ريد ، 2005 ، قتلوه 05 في تم رها ، 23 عتال ، قيسريه قنويوما ، قنوييه زهلا .²⁴
104. ريد ، 2005 ، قتلوه 05 في تم رها ، 23 عتال ، قيسريه قنويوما ، قنوييه زهلا .²⁵
105. ريد ، 2005 ، قتلوه 05 في تم رها ، 23 عتال ، قيسريه قنويوما ، قنوييه زهلا .²⁶
106. ريد ، 2005 ، قتلوه 05 في تم رها ، 23 عتال ، قيسريه قنويوما ، قنوييه زهلا .²⁷
107. ريد ، 2005 ، قتلوه 05 في تم رها ، 23 عتال ، قيسريه قنويوما ، قنوييه زهلا .²⁸
108. ريد ، 2005 ، قتلوه 05 في تم رها ، 23 عتال ، قيسريه قنويوما ، قنوييه زهلا .²⁹
109. ريد ، 2005 ، قتلوه 05 في تم رها ، 23 عتال ، قيسريه قنويوما ، قنوييه زهلا .³⁰
110. ريد ، 2005 ، قتلوه 05 في تم رها ، 23 عتال ، قيسريه قنويوما ، قنوييه زهلا .³¹
111. ريد ، 2005 ، قتلوه 05 في تم رها ، 23 عتال ، قيسريه قنويوما ، قنوييه زهلا .³²
112. ريد ، 2005 ، قتلوه 05 في تم رها ، 23 عتال ، قيسريه قنويوما ، قنوييه زهلا .³³
113. ريد ، 2005 ، قتلوه 05 في تم رها ، 23 عتال ، قيسريه قنويوما ، قنوييه زهلا .³⁴
114. ريد ، 2005 ، قتلوه 05 في تم رها ، 23 عتال ، قيسريه قنويوما ، قنوييه زهلا .³⁵
115. ريد ، 2005 ، قتلوه 05 في تم رها ، 23 عتال ، قيسريه قنويوما ، قنوييه زهلا .³⁶

قائمة المراجع

- 1 - سمير محمود، الإعلام البيئي، دار الفجر للنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر، 2008، ص 98.
- 2 - قانون البيئة، الجريدة الرسمية، العدد 43، المؤرخة في 20 جويلية 2003، ص 08.
- 3 - عبد الله أحمد الشايع عبد العزيز، الإعلام ودوره في تحقيق الأمن البيئي، أكاديمية نايف للعلوم الأمنية، السعودية، 2003، ص 18.
- 4 - علي عجوة، الإعلام وقضايا التنمية، ط 1؛ عالم الكتب، القاهرة، 2004، ص 120.
- (*) - الإعلام البيئي هو أيضا إعلام يسلط الضوء على كل المشاكل البيئية من بدايتها وليس بعد وقوعها، وينقل للجمهور المعرفة والاهتمام والقلق على بيئته....
- 5 جمال الدين السيد علي صالح، الإعلام البيئي بين النظرية والتطبيق، الإسكندرية، مصر، ص 93.
- 6 - أيمن سلميان مزاهرة، التربية البيئية، دار المناهج، عمان، الأردن، 2004، ص 16.
- 7 - نجيب صعب، البيئة في وسائل الإعلام العربية، مجلة البيئة والتنمية، القاهرة، 2006، ص 48.
- 8 - الإعلام البيئي، برنامج الأمم المتحدة للبيئة المكتب المعتمد لدى المنظمة في تونس، تونس، 2009.
- 9 - عبد الله العوضي عبد الرحمن، الإعلام والوعي الاجتماعي البيئي، هيئة المحميات البيئية والمحميات الطبيعية الشارقة، 2002، ص 05.
- 10 - أحمد الجلال، دراسات بيئية في التنمية والإعلام السياحي المستدام، عالم الكتب، القاهرة، 2003، ص 161.
- (*) - يمكن لوسائل الإعلام أن تقرب الجمهور من الخبراء ومراكز البحوث للاضطلاع أكثر على مجال البيئة أو الإخبار عن كل ما هو جديد في هذا الشأن....
- 11 - أحمد ملحة، الرهانات البيئية في الجزائر، مطبعة النجاح، 2000، الجزائر، ص 108.
- 12 - حسن رجب، الصحافة البيئية، دليل المدرب الصحفي، مطابع الأهرام التجارية، مصر 2000، ص 72.

¹³ - ابن مصطفى زكريا، الملوخ، براوي، دور وسائل الإعلام في التوعية بقضايا البيئة وتنمية الوعي البيئي، مجلة الثقافة في الوطن العربي، 2002، ص 212.

¹⁴ - وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة، الصحافة من أجل البيئة، مجلة تكوين صحافيين من أجل البيئة، فيفري- ماي 2008، ص 14.

¹⁵ - الموقع الإلكتروني:

<http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=169847>، تم تصفحه بتاريخ 20:15، 2012/02/22

¹⁶ - زهير عابد، دور الإعلام في تنمية الحس البيئي، مجلة الإذاعات العربية، 2009، ص 53.

¹⁷ - برنامج الأمم المتحدة للبيئة، المكتب المعتمد لدى المنظمة في تونس، الإعلام البيئي، تونس، 2009.

¹⁸ - محمود عبد الرحمان، المعالجات الإعلامية للقضايا البيئية المعاصرة، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد 91، المركز العربي الإقليمي للدراسات الإعلامية، 2003، ص 26.

¹⁹ - محمد عبد الكافي، واقع تناول القضايا البيئية والتنمية المستدامة في الإعلام المرئي والمسموع في المنطقة العربية، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، تونس 2011، ص 49.

²⁰ - فتيحة الشرع، الإعلام البيئي في الجزائر، تقرير أعد سنة 2007.

²¹ - تم الحصول على هذه المعلومات من خلال إجراء مقابلة مع الصحفية فتيحة الشرع معدة برنامج بيئي بالإذاعة الوطنية، يوم 2012/05/06، على الساعة 09:00 صباحا .

²² - تم الحصول على المعلومات من خلال إجراء مقابلة مع مدير إنتاج إذاعة المتيجة، يوم 2012/05/06، على الساعة 11:00 صباحا.

²³ - تم الحصول على هذه المعلومات من خلال إجراء مقابلة مع السيدة "وداد سيعيدي"، مقدمة ومنشطة حصة بيئتنا بالتلفزيون الجزائري بتاريخ 2012/04/15، على الساعة 10:00.

¹ Neuzil and William Kovarik, *Environnement journalism, how to Mark*, America's green crusades, thousands oaks, CA, sage publications, 1996, P 87.

² Peter M Sandman and Others, *Environmental Risk and the press*, New brunswick, New Jersey , 1987, P 64.

J.S Gambro, The environmental worldview of presses services teacher, the annual meeting of American educational association, san Francixo, April, 1995, P 69.

³Parleur, J.W, S. Schat Zow, the mass media and public concern for environmental problems in canada, Canada, 1987, P 101.

11- البيئة والتنمية

12- http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs104/en/, تم استرجع من الموقع بتاريخ 2012/03/23

13- تقرير المجلس الأعلى للبيئة والموارد الطبيعية، وزارة البيئة، 2009

14- البيئة والتنمية، 2009، ربيع

15- البيئة والتنمية، 2005، ربيع

16- البيئة والتنمية، 2011، ربيع

17- البيئة والتنمية، 2007، ربيع

18- البيئة والتنمية، 2012/03/23، ربيع

19- البيئة والتنمية، 2012/03/23، ربيع

20- البيئة والتنمية، 2012/03/23، ربيع

21- البيئة والتنمية، 2012/03/23، ربيع

22- البيئة والتنمية، 2012/03/23، ربيع

الهوامش

- ¹ - عبد الله أحمد الشايع عبد العزيز، الإعلام ودوره في تحقيق الأمن البيئي، أكاديمية نايف للعلوم الأمنية، السعودية، 2003، ص 18.
 - ² - علي عجوة، الإعلام وقضايا التنمية، ط 1؛ عالم الكتب، القاهرة، 2004، ص 120.
 - ³ - الإعلام البيئي هو أيضا إعلام يسلط الضوء على كل المشاكل البيئية من بدايتها وليس بعد وقوعها، وينقل للجمهور المعرفة والاهتمام والقلق على بيئته....
 - أنظر، جمال الدين السيد علي صالح، الإعلام البيئي بين النظرية والتطبيق، الإسكندرية، مصر، ص 93.
 - ⁴ - أيمن سليمان مزاخره، التربية البيئية، دار المناهج، عمان، الأردن، 2004، ص 16.
 - ⁵ - نجيب صعب، البيئة في وسائل الإعلام العربية، مجلة البيئة والتنمية، القاهرة، 2006، ص 48.
 - ⁶ - Neuzil and William Korari, Environnement journalism, how to Mark, America's green crusades, thousands oaks, CA, sage publications, 1996, P 87.
 - ⁷ - Peter M Sandman and Others, Environmental Risk and the press, New brunswick, New Jersey , 1987, P 64.
 - ⁸ - Parlier, J.W, S. Schat Sow, the mass media and public concern for environmental problems in Canada, Canada, 1987, P 101.
 - ⁹ - جمال الدين السيد علي صالح، مرجع سبق ذكره، ص 94.
 - ¹⁰ - علي عجوة، مرجع سبق ذكره ص 125.
 - ¹¹ - الإعلام البيئي، برنامج الأمم المتحدة للبيئة المكتب المعتمد لدى المنظمة في تونس، تونس، 2009.
 - ¹² - عبد الله العوضي عبد الرحمن، الإعلام والوعي الاجتماعي البيئي، هيئة المحميات البيئية والمحميات الطبيعية الشارقة، 2002، ص 05.
 - ¹³ - أحمد الجلاد، دراسات بيئية في التنمية والإعلام السياحي المستدام، عالم الكتب، القاهرة، 2003، ص 161.
 - ¹⁴ - علي عجوة، مرجع سبق ذكره، ص 125.
 - ¹⁵ - يمكن لوسائل الإعلام أن تقرب الجمهور من الخبراء ومراكز البحوث للاضطلاع أكثر على مجال البيئة أو الإخبار عن كل ما هو جديد في هذا الشأن....
- أنظر أحمد الجلاد، مرجع سبق ذكره، ص 108

- ¹⁶- أحمد ملحة، الرهانات البيئية في الجزائر، مطبعة النجاح، 2000، الجزائر، ص 108.
- ¹⁷-J.S Gambro, The environmental worldview of presses services teacher, the annual meeting of American educational association ,san Franchisor, April, 1995, P 69.
- ¹⁸ - حسن رجب، الصحافة البيئية، دليل المدرب الصحفي، مطابع الأهرام التجارية، مصر 2000، ص 72.
- ¹⁹ - حسن رجب، نفس المرجع، ص 74.
- ²⁰ - ابن مصطفى زكريا، الملوّح، براوي، دور وسائل الإعلام في التوعية بقضايا البيئة وتنمية الوعي البيئي، مجلة الثقافة في الوطن العربي، 2002، ص 212.
- ²¹ - سناء محمد الجبور، مرجع سبق ذكره، ص 42.
- ²² - وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة، الصحافة من أجل البيئة، مجلة تكوين صحفيين من أجل البيئة، فيفري- ماي 2008، ص 14.
- ²³ - الموقع الإلكتروني:
- <http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=169847>، تم تصفحه بتاريخ 20:15، 2012/02/22
- ²⁴ - زهير عابد، دور الإعلام في تنمية الحس البيئي، مجلة الإذاعات العربية، 2009، ص 53.
- ²⁵ - برنامج الأمم المتحدة للبيئة، المكتب المعتبر لدى المنظمة في تونس، الإعلام البيئي، تونس، 2009.
- ²⁶ - نجيب صعب، مرجع سبق ذكره، ص 12.
- ²⁷ - محمود عبد الرحمان، المعالجات الإعلامية للقضايا البيئية المعاصرة، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد 91، المركز العربي الإقليمي للدراسات الإعلامية، 2003، ص 26.
- ²⁸ - أسماء مطوري، مرجع سبق ذكره، ص 100.
- ²⁹ - قانون البيئة، الجريدة الرسمية، العدد 43، المؤرخة في 20 جويلية 2003، ص 08.
- ³⁰ - فتيحة الشرع، الإعلام البيئي في الجزائر، تقرير أعد سنة 2007.
- ³¹ - نجيب صعب، مرجع سبق ذكره، ص 48-49.

³²- تم الحصول على هذه المعلومات من خلال إجراء مقابلة مع الصحفية فتيحة الشرع معدة برنامج بيثي بالإذاعة الوطنية، يوم 2012/05/06، على الساعة 09:00 صباحا .

³³- تم الحصول على المعلومات من خلال إجراء مقابلة مع مدير إنتاج إذاعة المتيجة، يوم 2012/05/06، على الساعة 11:00 صباحا.

³⁴- تم الحصول على هذه المعلومات من خلال إجراء مقابلة مع السيدة "وداد سيعيدي"، مقدمة ومنشطة حصة بيثتسا بالتلفزيون الجزائري بتاريخ 2012/04/15، على الساعة 10:00.

³⁵ - جمال الدين السيد صالح، مرجع سبق ذكره، ص 13.

³⁶- زهير عابد، مرجع سبق ذكره، ص 55.