



الإعلام البيئي في الجزائر... الواقع والتحديات

The Environmental Media in Algeria ... Reality and Challenges

جفال إيمان¹، بلخيري رضوان²

¹ مخبر البحث في دراسات الإعلام و المجتمع، جامعة العربي التبسي - تبسة (الجزائر). imene.djaffal@univ-tebessa.dz

² مخبر البحث في دراسات الإعلام و المجتمع، جامعة العربي التبسي - تبسة (الجزائر). belkhiri.radouane@univ-tebessa.dz

تاريخ النشر: 2019-12-31

تاريخ القبول: 2019-12-24

تاريخ الإستلام: 2019-12-01

ملخص

يهدف هذا البحث إلى التعريف بالإعلام البيئي وظائفه ودوره في التوعية بحماية البيئة وترسيخ قيم المواطنة البيئية من خلال دفع المواطنين إلى تبني سلوكيات بيئية سليمة واكتساب المهارات اللازمة للتصدي لمختلف المشكلات البيئية التي تعترضهم.

وقد توصلنا في بحثنا هذا إلى عديد النتائج أهمها أن الإعلام البيئي كإعلام متخصص في مجال البيئة غير موجود في الجزائر، وأن وسائل الإعلام بمختلف قنواتها من صحافة مكتوبة وإذاعة وتلفزيون بشقيها العمومي والخاص تقوم بتغطية حالة البيئة في الجزائر والتي تعرف تدهورا كبيرا وفق التقارير السنوية التي تصدرها وزارة البيئة، غير أن هذه التغطية تتميز بكونها مناسباتية و سطحية ولا تتسم بالدقة المطلوبة لإعطاء الصورة الحقيقية عن الوضع البيئي في الجزائر.

الكلمات مفتاحية: الإعلام، البيئة، الإعلام البيئي، التحديات البيئية.

Abstract

This research aims at introducing environmental media, its functions and the role it plays in raising awareness about environment protection and the consolidation of citizenship principles through urging citizens to adopt the seemly environmental attitudes and acquire the necessary skills that would enable them to resolve the different environmental issues they happen to encounter.

This research has attained a number of results, the most pivotal of which infers that environmental media, as media that is specialized in the field of environment, does not exist in Algeria, and that media, through its print and broadcasting outlets both state-owned and private, do provide coverage of the condition of environment in Algeria; a condition that is marked by a major degradation according to the annual reports issued by the Ministry of Environment. However, this coverage is oftentimes occasional as well as superficial and lacks the precision required for supplying a realistic representation of the state of environment in Algeria.

Keywords: Media, Environment, Environmental Media, Environmental Challenges.

¹ المؤلف المرسل: إيمان جفال، الإيميل: imene.djaffal@univ-tebessa.dz

مقدمة:

يلعب الإعلام البيئي دورا أساسيا في زيادة الوعي بالمشكلات البيئية والدفع نحو ترشيد السلوك البيئي للمواطنين، وذلك بتوجيههم نحو فهم أفضل لعلاقة التأثير المتبادل بين الإنسان والبيئة، وحثهم على تغيير سلوكياتهم السلبية نحوها، وكذا تحسيسهم بضرورة المشاركة بفاعلية في إدارة الشأن البيئي، ومن ثم تكوين مواطن بيئي متصالح من البيئة المحيطة به.

فزيادة على الدور الفعال الذي تلعبه مختلف فعاليات المجتمع المدني في التوعية البيئية لأفراد المجتمع، يحظى الإعلام البيئي بدور حاسم وهام في بناء رأي عام واع بمختلف التحديات البيئية الراهنة، وذلك اعتمادا على أبعاد العملية الإعلامية الثلاث (بعد إدراكي، بعد مهاري، بعد انفعالي)، وأيضا بالنظر إلى مستويات تأثير الرسالة الإعلامية (معرفي، عاطفي، سلوكي)، حيث تساهم في تغيير طريقة تعامل المواطنين مع مختلف المشكلات البيئية التي تصادفهم وذلك من خلال تزويدهم بالقيم والمعتقدات والمعلومات الصحيحة والمهارات اللازمة التي تساعد في التصدي لهذه المشكلات.

وبالموازاة مع التطور التكنولوجي والصناعي الكبير، فقد نما الوعي العالمي بمشكلات البيئة بسرعة هائلة، وزاد الضغط من أجل إصدار قوانين تحمي البيئة واتخاذ احتياطات وإجراءات كفيلة بصيانة هذه البيئة للحد من التدخل الزائد على توازنها الطبيعي، كما تعالت الأصوات المنادية بإدخال تعديلات جديدة على المناهج التربوية لتصبح التربية البيئية جزء لا يتجزأ منها، إضافة إلى الدعوة إلى توظيف أمثل لوسائل الإعلام في مجال التوعية بالقضايا البيئية والرهانات التي تواجه البشرية جمعاء وذلك من خلال تكثيف الحملات الإعلامية البيئية وتكثيف المحتويات الإعلامية المتخصصة في مجال البيئة (العابد، 2014، صفحة 16).

فمنذ أكثر من 100 عام أنشئت جمعيات أهلية للحفاظ على الحياة البرية، وكان من نشاطاتها إعلام الناس عن فوائد الحياة البرية وضرورة صونها، واتخذت تلك الجمعيات من الصحافة والمجلات العامة وسائط لنشر رسالتها، وأصدر بعض منها المجلات العلمية العامة، التي أولت البيئة الطبيعية اهتماما خاصا، مثل مجلة الجغرافيا الوطنية التي صدرت في أمريكا، ومنذ منتصف القرن العشرين ومع تزايد نشاط الحركة البيئية، خاصة في أمريكا وأوروبا، اهتمت وسائل الإعلام الأخرى، مثل الإذاعة والتلفزيون، اهتماما متزايدا بقضايا البيئة المختلفة (ربيع، 2009، صفحة 145).

في الجزائر الوضع البيئي متدهور جدا حسب التقارير السنوية لوزارة البيئة، التي أكدت بالأرقام على الحالة الكارثية للبيئة بمختلف عناصرها ومكوناتها، الأمر الذي يستدعي جهود كبيرة ومشتركة بين مختلف القطاعات المعنية للتقليل من الأضرار التي تلحق بمختلف العناصر والمكونات والموارد البيئية، وذلك من خلال التوعية بضرورة تغيير أنماط الاستهلاك والسلوكيات السلبية، ومنها قطاع الإعلام حيث تتظافر جهود وسائل الإعلام من أجل جعل قضية حماية البيئة من أولويات المؤسسات الرسمية وغير الرسمية، وكذا أفراد المجتمع بكل فئاته.

وبناء على ما سبق فإن دراستنا تتمحور بشكل رئيسي حول الإعلام البيئي في الجزائر ودوره في تطوير علاقة الإنسان ببيئته والانتقال بها من المستوى الإدراكي المعرفي إلى مستوى التجسيد الميداني، وذلك من خلال طرح التساؤل الرئيسي التالي: ما هو واقع الإعلام البيئي في الجزائر وماهي تحدياته؟ وتحاول الدراسة معالجة الإشكالية من خلال الإجابة على التساؤلات الفرعية التالية:

- 1- ما هو مفهوم الإعلام البيئي؟
 - 2- ما هي وظائفه وأهدافه؟
 - 3- ما هي خصائص المعالجة الإعلامية لقضايا البيئية؟
 - 4- ما هو واقع الإعلام البيئي في الجزائر؟
 - 5- ما هي رهانات الإعلام البيئي مقارنة بالمشكلات والتحديات البيئية في الجزائر؟
- ونهدف من خلال اختيارنا لموضوع الدراسة إلى إبراز أهمية الإعلام البيئي كإعلام متخصص في التعريف بالمشكلات البيئية وبناء وعي بيئي لدى المواطنين ودفعهم إلى تبني قيم وعادات بيئية سليمة تنعكس إيجابا على تعاملهم مع بيئتهم بمختلف مكوناتها وعناصرها، كما تجعلهم يشعرون بمسؤوليتهم في إدارة الشؤون البيئية الوطنية والمحلية والتجديد ضد كل الممارسات والمشاريع المضرّة بالبيئة.

1- الإعلام البيئي المفهوم والأهداف

1.1. مفهوم الإعلام البيئي:

يعرف الإعلام البيئي على أنه "نوع من الإعلام المتخصص يرمي إلى نشر المعلومات والبيانات الصحيحة عن البيئة والآراء والاتجاهات المتصلة بها بهدف تبصير الجمهور بكل ما يرتبط بالبيئة المحيطة بهم وإحداث وعي مناسب حيالها" (العابد، 2014، صفحة 33).

ويقصد بالإعلام البيئي استخدام كافة وسائل الإعلام المكتوبة والمسموعة والمرئية في توعية المواطنين ومدهم بكافة المعلومات والحقائق والآراء عن القضايا البيئية وأسبابها وأبعادها والحلول المقترحة لمعالجتها (كنعان، 2014، صفحة 103).

يعتبر الإعلام البيئي من أهم أدوات التربية والتوعية البيئية التي تتوجه بمضامينها الإعلامية البيئية لأفراد المجتمع بمختلف فئاتهم العمرية ومستوياتهم الاجتماعية والثقافية، بهدف تكوين رأي عام واعي بقضايا البيئة، ومتحفز للمشاركة بإيجابية وفعالية في أنشطة حماية البيئة.

وفي ذات السياق يعتبر الإعلام البيئي تخصصا جديدا في مجال الإعلام بدأ ينمو في مطلع السبعينات، المصطلح تعبير مركب من مفهومين، هما الإعلام والبيئة، فالإعلام هو الترجمة الموضوعية والصادقة للأخبار والحقائق وتزويد الناس بها بشكل يساعدهم على تكوين رأي صائب في مضمون الوقائع، وأما البيئة فهي المحيط الذي يعيش فيه الإنسان أرضا وماء وهواء، وتأثير الموجودات التي تؤثر على حياته، ويعتبر الإعلام أحد المقومات الأساسية في الحفاظ على البيئة حيث يتوقف إيجاد الوعي البيئي واكتساب المعرفة ونقلها وعلى استعداد الجمهور نفسه للتفاعل معها في

التوعية لنشر القيم الجديدة الخاصة بحماية البيئة أو الدعوة للتخلي عن سلوكيات ضارة بها (جبور، 2010، صفحة 94).

2.1. أهمية الإعلام البيئي:

يكتسب الإعلام البيئي كإعلام متخصص في مجال البيئة أهميته من دوره المحوري الذي يلعبه في تزويد الأفراد بالمعارف العلمية الأساسية حول بيئتهم المحيطة وكذا يعمل على إكسابهم قيم جديدة تشكل لهم الدافع الذاتي نحو تبني اتجاهات وسلوكيات إيجابية اتجاه محيطهم بمختلف عناصره ومكوناته.

إن الدور المهم للإعلام البيئي في نشر الثقافة البيئية والرقى بالوعي البيئي من خلال وسائل الإعلام المختلفة المقروءة والمرئية والصحافة الالكترونية، من أجل توضيح أساسيات عمل التوعية البيئية وما تتعرض له مكوناتها من التلوث (العابد، 2014، صفحة 16).

أما نجيب صعب فيعتبر الإعلام البيئي (صعب، 2006، صفحة 67):

- وسيلة لإيصال الحقائق والمعلومات البيئية الموثوقة إلى الجمهور، وأيضا كوسيلة ينقل من خلالها الجمهور آراءه إلى المسؤولين، ويتحاور معهم، الإعلام هنا أداة حوار مفتوحة ومشاركة في القرار.
- وسيلة لإبلاغ الجمهور عن السياسات الحكومية وشرح المخططات والتدابير المتعلقة بالبيئة، لإعطاء الناس حقهم الطبيعي في حرية الوصول إلى المعلومة، وتأمين شفافية العمل الرسمي.
- أداة لإحداث تغيير في سلوك الناس وتعاملهم مع البيئة، إما في إطار شخصية طوعية، وإما في إطار تأمين الدعم لسياسات وتشريعات بيئية رسمية.
- وسيلة للعلاقات العامة، إذ أن إقامة شبكة من العلاقات بين المسؤولين عن السياسة البيئية من جهة، والهيئات الأهلية الصناعية والتجار والمهنيين والتربويين والمستهلكين وجميع الفئات الشعبية والرسمية من جهة أخرى.
- في ذات السياق يرى باحثون آخرون بأن:
- الإعلام البيئي من أدوات التغيير الواعي الموجه نحو خلق مجتمع متوازن قادر على التفاعل إيجابيا مع البيئة من خلال تنمية الشعور بالمسؤولية حيال البيئة (جبور، 2010، صفحة 21).
- كما ينبغي على الإعلام البيئي أيضا، التوجه إلى المسؤولين ومتخذي القرار، لمدهم بالمعلومات والآراء والتحليلات الدقيقة عن الأوضاع والخيارات البيئية المتاحة، وتوعية شاغلي المناصب العليا الإعلامية بأهمية الدور الذي يقومون به للحفاظ على البيئة والمساهمة في استمرارية التنمية المستدامة (ربيع، 2009، صفحة 150).
- الإعلام البيئي أداة تعمل على توضيح المفاهيم البيئية من خلال إحاطة الجمهور المتلقي والمستهدف للرسالة والمادة الإعلامية البيئية بكافة الحقائق والمعلومات الموضوعية (الصحيحة) بما يساهم في تأصيل التنمية

البيئية المستدامة، وتنوير المستهدفين لتكوين رأي صائب في الموضوعات والمشكلات البيئية المثارة والمطروحة في حال تسييسها وتوجيهها لخدمة أغراض أخرى (كنعان، 2014، صفحة 107).

3.1. أهداف الإعلام البيئي:

إن هدف الإعلام البيئي هو توعية الجماهير وأصحاب القرار على أهمية الحفاظ على البيئة الطبيعية وإدارة مواردها بتوازن، من خلال تعامل الأفراد والمجموعات الشخصي السليم مع المحيط الطبيعي، ودمج الاعتبار البيئي في خطط التنمية القومية، غير أن القرارات الكبرى التي تحدد مصير البيئة هي تلك التي تبقى في يد السلطات المركزية، من هنا فإن توعية الجماهير لا يتوقف عند حثهم على العمل الفردي، بل يتجاوز ذلك إلى إعدادهم بالمعرفة والدافع لتشكيل رأي عام يحترم البيئة ويضغط على أصحاب القرار لاعتماد خطط تنمية متكاملة تأخذها في الاعتبار.

ومن مسؤوليات الإعلام البيئي أيضا التوجه إلى المسؤولين ومتخذي القرار لمدهم بالمعلومات والآراء والتحليلات الدقيقة عن الأوضاع والخيارات البيئية المتاحة (كنعان، 2014، صفحة 286).

كما تجدر الإشارة إلى أن الإعلام البيئي يهدف أساسا إلى حفز الجمهور للمشاركة الفعالة في رعاية البيئة، من خلال دفع الناس إلى العمل الشخصي، وتشجيعهم على الحوار وإيصال آرائهم بقوة إلى المسؤولين، فيكون لهم رأي مسموع يساهم في صنع القرار، وهذا يستدعي إقامة حوار تصل من خلاله آراء الناس إلى المسؤولين، كما يوصل المسؤولون إلى الجمهور إيضاحات عن جدوى التدابير والإجراءات التي تتخذها الحكومات والهيئات الرسمية لحماية البيئة (صعب، 2006، صفحة 46).

كما يهدف الإعلام البيئي إلى تنمية الوعي والمسؤولية البيئية لدى الجمهور والمسؤولين وتوجيه سلوكهم وأنشطتهم للوصول إلى حال من الوعي الكامل بالقضايا البيئية، ما يؤدي إلى تغيير في نمط حياة المجتمع وسلوكياته الضارة بالبيئة والطبيعة، ومن ثم التعامل بتلقائية وعفوية وإحساس معهما (كنعان، 2014، صفحة 115).

وفي ذات السياق يهدف الإعلام البيئي إلى تنمية القدرات البيئية وحمايتها بما يتحقق معه تكيف وظيفي سليم اجتماعيا وحيويا للمواطنين. ينتج عنه ترشيد السلوك البيئي في تعامل الإنسان مع محيطه وتحضيره للمشاركة بمشروعات حماية البيئة والمحافظة على الموارد البيئية (كنعان، 2014، صفحة 159).

4.1. وظائف الإعلام البيئي:

العلاقة بين البيئة بقضاياها وإشكالياتها وبين الإعلام هي ذات العلاقة بين الإعلام وغيره من منظوماتنا الاجتماعية والاقتصادية والسياسية وغيرها، غير أنها تأخذ أبعادا أعمق فيما يتعلق بالبيئة كونها ذات تأثير غير مرئي على المدى القريب خلاف ما يمكن أن تلمسه من تأثير الإعلام على قضايا أخرى نرى أثرها واضحا وجليا ويمكن قياسه وفق أساليب القياس المعتمدة (جبور، 2010، صفحة 23).

إن الوظائف التي يقوم بها الإعلام البيئي هي ما تحقق فعليا من الأهداف، وما يلمسه الجمهور من بنودها وما يعيشونه واقعا عمليا، ومن أهم الوظائف المنوطة بالإعلام البيئي (العابد، 2014، الصفحات 38-39):

الإعلام: وهي من أهم الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام، لأن من يقومون بهذه الوظيفة هم الذين يلاحظون ويعيشون الأحداث المختلفة، وتعتبر في مقدمة وظائف الإعلام البيئي، إذ يصعب القيام بالوظائف الأخرى في غيابها، كما أنها محور الارتكاز ونقطة الانطلاق للوظائف الأخرى،

التفسير والتحليل: تعتبر هذه الوظيفة مكملة للوظيفة الأولى، فالأخبار والمعلومات والبيانات التي تبثها وسائل الإعلام عن شؤون البيئة وقضاياها تحتاج إلى تفسير أسبابها وآثارها، وتوضيح أبعادها وتداعياتها، وتبيان تفاصيلها ونتائجها، إحداث الدوافع وتعزيزها: وتعني حث الاختيارات الشخصية والتطلعات، ودعم الأنشطة الخاصة بالأفراد والجماعات بهدف التركيز الكلي على تحقيق الأهداف المرجوة، وهذا الأمر مهم جدا في القضايا المرتبطة بالبيئة ومكوناتها، إذ يسهم في تعزيز الوعي المجتمعي العام بهذا المجال الحيوي الذي أصبح شأنًا عالميًا،

التثقيف والتعليم: يعد الإعلام من أهم وسائل التعليم والتثقيف، لما له من قدرة على التأثير في حياة الناس وطرق معيشتهم، وعن طريق بث الأفكار والقيم والمفاهيم والمعتقدات، يمكن أن تتم عملية بقضايا البيئة ومكوناتها، والإسهام في صون مواردها،

التنشئة الاجتماعية: وتعني هذه الوظيفة توفير رصيد مشترك من المعارف والمهارات المرتبطة بالبيئة بما يمكن الناس من العمل بفعالية في المجتمعات التي يعيشون فيها، فيتأزرون واعين 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، ويسهم في وضع الحلول المناسبة لمشكلاتها،

الإقناع: يعتبر الإقناع جهداً اتصالياً وإعلامياً مخططاً ومدروساً ومستمرًا 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 ليست أمراً سهلاً، بل يحتاج إلى جهود ودراسات من خبراء معينين بمجالات إنسانية عدة للوصول إلى أفضل أساليب الإقناع وأكثرها رسوخاً،

الحوار والنقاش: أي تعزيز عملية تبادل الآراء والأفكار بين المعنيين والمهتمين في الحقائق القائمة للوصول إلى اتفاق حولها، وتوضيح مختلف وجهات النظر حول القضايا المهمة للجمهور الراغب في معرفة تلك القضايا بصورة مبسطة لاتخاذ موقف حيالها،

الإرشاد والتوجيه: ترمي هذه الوظيفة إلى إحداث التوجيه والإرشاد المطلوبين لتعزيز الوعي البيئي لدى الجمهور من خلال توضيح السبل المثلى للتعامل مع المسائل البيئية، وأساليب الوقاية والعلاج، وتبسيط الضوء على الأحداث والمشكلات السابقة والتوقعات للأحداث اللاحقة، لمساعدة الأفراد والجماعات على فهم ما يجري حولهم وتعزيز مشاركتهم البناءة تجاهها،

التكامل: يتطلع الإعلام إلى تحقيق التكامل والتنسيق الكلي بين المجتمعات والأمم فيما يتعلق بالتنوع اللغوي، وحاجات التفاهم، والتعرف إلى تطلعات الآخرين وثقافتهم، وهذا يسهم في معالجة القضايا البيئية التي تتسم بأبعاد إقليمية وعالمية وتتخطى حدود المحلية،

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

2. المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة:

1.2. تطور المعالجة الإعلامية المتخصصة في مجال البيئة:

يمكن القول بأن المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة قد بدأت مرحلة جديدة منذ منتصف الثمانينات وأهم الخصائص الإعلامية لهذه المرحلة ما يلي (كنعان، 2014، الصفحات 193-194):

- تبسيط المعلومات العلمية المتعلقة بمشكلات تلوث البيئة، وربطها ببعض المشكلات الحياتية المباشرة للإنسان، وهو الأمر الذي ساعد على صياغة الرسالة الاتصالية الموجهة إلى قطاعات واسعة من الجماهير أو المتلقين في صورة مفهومة ومناسبة،
 - تبلور هدف محدد أو رؤية متكاملة للرسائل في الوسائل الإعلامية الموجهة بصدد هذه الموضوعات وهو هدف تحقيق التوازن البيئي،
 - ازدياد المساحة المخصصة لهذه الموضوعات في كافة وسائل الإعلام الجماهيرية نتيجة لوجود طلب من جانب المتلقين للحصول على المعلومات بصدد موضوعات البيئة،
 - تحقيق درجة واضحة من المزج بين الرسالة الاتصالية والإعلامية الموجهة إلى النخبة العلمية والموجهة إلى المواطن العادي غير المتخصص الأمر الذي أدى إلى ازدياد درجة الثقة من جانب المتلقي فيما تقدمه وسائل الإعلام الجماهيرية من معلومات في هذه الموضوعات.
- وخلاصة القول أن المعالجة الإعلامية للقضايا البيئية قد مرت بمراحل ثلاث، على الأقل، الأولى مرحلة التناول الظرفي المرتبط بوقوع حادث ضار، مرحلة الإعلام المتخصص الموجه إلى قطاع معين من المهتمين، إضافة إلى الاهتمام الإخباري الجزئي، وأخيراً مرحلة الإعلام الجماهيري الواسع الانتشار والذي يهدف إلى بلورة رؤية معينة لدى جمهور المتلقين. ولا تزال البيئة تتذيل ترتيب أولويات القائمين على وسائل الإعلام مقارنة بالقضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية وبرامج الترفيه.

2.2. خصائص الرسائل الإعلامية البيئية:

أهم خصائص الرسائل الإعلامية البيئية المقنعة كما يلي:

الدقة: تعرف الدقة بأنها ذكر الحقيقة الكاملة لأي حدث دون أي تدخل يخل بمضمونها أو حذف أو إضافة تشوها وتفرغها من محتواها الحقيقي، أو تؤدي إلى عكس المعنى المراد منها. وهي تعني أيضاً الالتزام ببث المعلومات الصحيحة والتثبت من صحة الآراء والمواقف والبيانات ونسبها.

وتتحقق الدقة في الرسالة الإعلامية البيئية عبر التركيز على الحقائق، فالعمل الإعلامي يعتمد على الحقائق فقط والبعد عن الأخبار والمعلومات المختلفة والمفبركة، وتحري الصحة في حالات الغموض واللبس بتكرار البحث والسؤال والتقصي.

الوضوح والضمنية: كلما كانت الرسالة الإعلامية واضحة المعنى، سهلة الفهم والاستيعاب، تصل إلى المتلقين بسهولة ويسر، لكن بعض الرسائل تكون ذات معنى ضمني، أي أن معناها يحتاج إلى بذل مجهود ذهني -بسيط أو كبير- من المتلقي لإدراك معنى الرسالة ومراميها.

ولما كانت القضايا البيئية حديثة نسبيا، ويحتوي على معلومات وبيانات علمية تراوح بين البساطة والتعقيد، وتتوجه إلى جميع الفئات - في معظم الأحيان - فإن معظم الرسائل الإعلامية البيئية يجب أن تكون ذات مضمون واضح وجلي، وتستوعبها تلك الفئات دون حاجة إلى أعمال الفكر أو تأويل المضمون والمقصد.

التكرار والتنوع: إن تكرار الرسالة الإعلامية بين الفينة والأخرى أمر ضروري ومفيد، ولا سيما في القضايا البيئية المتسمة بالاستمرار والاستدامة، لكن تأثير هذا التكرار سيأخذ بالتناقص والاضمحلال بمرور الزمن ما لم يتم إدخال تنوع متميز على الرسالة لجعلها قابلة للتجاوب والاهتمام وجذب الانتباه.

وغالبا ما تتكرر الرسائل الإعلامية عند تناول المناسبات البيئية العامة أو الخاصة، وفي الحملات الإعلامية البيئية، ويفضل عند التخطيط لهذه الحملات تقسيم الموضوع إلى أفكار رئيسية وأفكار نوعية، ثم تناول كل فكرة محددة في الرسالة، وتكرارها لعدد محدد من المرات والانتقال لفكرة أخرى، ويتطلب هذا بالطبع جمع معلومات متكاملة حول القضايا البيئية ومعالجة الأبعاد المختلفة بشكل يتسم بالتكامل وبأساليب متنوعة في التقديم.

التعزيز بالأدلة والشواهد: تلقى الرسالة الإعلامية البيئية المدعمة بالأدلة والشواهد تجاوبا أكبر وقبولا أوسع لدى فئات الجمهور، باعتبارها تتضمن أمورا منطقية ومعلومات صحيحة وبيانات موثوقة، معززة بالرسوم التوضيحية والأشكال الشارحة والصور المعبرة.

وثمة موضوعات بيئية تحتاج إلى أدلة وشواهد أكثر من غيرها، ومن الأفضل أن يصاحب تقديم الأدلة اتخاذ الشكل الأكثر ملاءمة لتقديم الرسالة الإعلامية، وأن يتم التنوع في تقديم الأدلة، إذ إن معرفة أو اعتياد الجمهور على الدليل سيقول من فعاليته وتأثيره فضلا عن ذلك فإن الرسالة الإعلامية التي تضمنت أسانيد عبارة عن حقائق محددة كانت أكثر فعالية في الإقناع من الرسائل التي تتضمن حقائق غير محددة أو لم تتضمن أسانيد واقعية.

الخطاب المباشر: تتناول الرسائل الإعلامية البيئية موضوعات يكون معظمها ذا ارتباط مباشر بالإنسان ومتطلباته، وفي بعض الأحيان تكون وثيقة الصلة بموضوعات يواجهها وتلمس أخطارها ويحتاج إلى توعية صحيحة بشأنها.

وعند طرح تلك الموضوعات فإن الرسائل المباشرة، أي تلك التي تخاطب المتلقين بصورة مباشرة وكأنها موجهة إليهم شخصا، تحظى باهتمام بالغ، وتحدث التأثير المنشود، وتلبي متطلبات المتلقي وحاجاته الخاصة.

الموضوعية والحيادية: ثمة دراسات وأبحاث كثيرة عن مفهوم كل من الموضوعية والحيادية في وسائل الإعلام، وضرورة تحلي أي وسيلة إعلامية بهما لتحظى بالانتشار والمتابعة والقبول.

ولما كانت الرسالة الإعلامية البيئية تتناول موضوعات تهم معظم شرائح المجتمع، وتتعامل مع قضايا ذات ارتباط وثيق بالمجالات الصحية والاقتصادية والاجتماعية، فإن من الضرورة بمكان تحلي هذه الرسائل بالموضوعية في طرح هذه الموضوعات، والحيادية التامة في التعرض لتلك القضايا على الرغم مما قد يسببه ذلك من إزعاج لبعض الجهات المعنية، أو إضرار بسمعة الشركات والمؤسسات المسيئة، أو الحديث الصريح حول موضوعات حساسة يتجنب المجتمع عادة التطرق إليها.

3.2. مستويات تأثير الرسالة الإعلامية البيئية (كنعان، 2014، صفحة 87):

تسهم الرسالة الإعلامية البيئية في إحداث تغييرات جوهرية في طريقة تعامل الجمهور مع قضايا البيئة ومكوناتها، وتعديل سلوكياتهم بما يتناسب مع الحفاظ عليها وحماية مواردها والحد من إحداث الضرر فيها، والتأثير في اتجاهاتهم حيال البيئة واستشعارهم لمشكلاتها.

أولاً- نشر المعرفة: يقصد بالمعرفة البيئية مجموعة من المعاني والمفاهيم والأحكام والمعتقدات والتصورات الفكرية لدى الفرد عن البيئة ومشكلاتها والمؤسسات المعنية بشؤونها، وللتعليم الرسمي أو غير الرسمي دور بارز في نشر المعارف البيئية، إذ إن الفرد الأكثر تعليماً يكون أكثر إلماماً بالمعلومات والمعارف البيئية. ووفقاً لذلك تهدف الرسالة الإعلامية إلى زيادة الجانب المعرفي لدى الفرد من خلال المعلومات والحقائق التي تقدم حلولاً للمشكلات البيئية، ومعرفة الدور المطلوب منه للمساهمة في علاجها.

ثانياً- التأثير في الاتجاهات: الاتجاهات البيئية هي المواقف التي يتخذها الأفراد نحو بيئتهم واستشعارهم بمشكلاتها أو عدم شعورهم بها واستعدادهم للمساهمة في حل هذه المشكلات وتطوير الظروف البيئية نحو الأفضل أو عدم استعدادهم لذلك، وموقفهم من استغلال الموارد الطبيعية استغلالاً رشيداً أو جائراً، وكذلك موقفهم من المعتقدات السائدة رضا أو قبولاً سلبياً أو إيجابياً.

ثالثاً- التأثير في السلوك: يتم التأثير في السلوك من خلال إكساب المواطن سلوكيات بيئية سليمة، وإقناعه بترك اتجاهات وسلوكيات بيئية غير سليمة، والسلوك الإنساني هو ما يقوم به الفرد من أنشطة مختلفة وما يؤتية من أفعال وردود أفعال في حياته اليومية الخاصة، وفي علاقته مع الآخرين، وهو انعكاس للمواقف التي تحيط به نتيجة اتصاله بمجال اجتماعي معين.

والرسائل الإعلامية البيئية تهدف إلى تعديل أنماط السلوك وتغييرها في الاتجاه المستهدف بهدف إكساب الجمهور عادات سلوكية جديدة غير ضارة بالبيئة، وتمثل هذه المرحلة أصعب مراحل العملية الاتصالية البيئية، إذ أن وسائل الإعلام تبدو ضعيفة الأثر في إحداث تغيير ما في المواقف والاتجاهات، وتكون أضعف إذا كان هدفها تغيير السلوك، فالفرد قد تزداد معرفته بالموضوعات والمشكلات البيئية من خلال التعرض لوسائل الإعلام عموماً (كنعان، 2014، صفحة 88).

4.2. الحملات الإعلامية المتخصصة في مجال التوعية البيئية:

طغت قضية البيئة على سائر القضايا التي تستأثر اهتمام النظام العالمي الجديد وأصبحت القضايا البيئية المعاصرة من أهم القضايا التي يعاني منها العالم اليوم، وازداد القلق العالمي المشترك بأن الكرة الأرضية أصبحت مهددة وملوثة وذلك عندما أسهم الإنسان بشكل سلبي من خلال استغلاله السيئ للموارد البيئية وممارسته الخاطئة اتجاهاها، وإدخاله التلوث بأنواعه المختلفة على البيئة ومن هنا تأتي مهمة التوعية البيئية في تغيير سلوكيات الأفراد وطريقة تعاملهم مع البيئة التي يعيشون عليها، وتعتبر وسائل الإعلام المقروءة والمرئية والمسموعة من صحف يومية ومجلات عامة ومتخصصة وقنوات إذاعية وتلفزيونية من أهم الوسائل لنشر الوعي البيئي لدى الجمهور وذلك كما أكد عليه المؤتمر الدولي للبيئة البشرية الذي انعقد في استوكهولم عام 1972م الحق في الإعلام البيئي بمعنى حق كل إنسان دون تمييز أو تفرقة في أن يعرف الأنباء والمعلومات المتعلقة بالحقائق البيئية، وكما أكد أيضا مؤتمر ريو دي جانيرو عام 1992م في توصياته على أهمية وسائل الإعلام في الترويج لقضايا البيئة وصونها من كافة مظاهر التدهور، فوسائل الإعلام تلعب دورا في خدمة قضايا المجتمع (كنعان، 2014، صفحة 103).

هذا وقد أولى مؤتمر تبليسي أهمية خاصة لبرامج واستراتيجيات الإعلام البيئي، موصيا الدول الأعضاء بأن تنظم حملة إعلامية بشأن المشكلات البيئية التي لها أهمية على الصعيدين الوطني والإقليمي، مثل مشكلة المياه العذبة، لتعزيز التوعية العامة للجمهور.

يستهدف ذلك توظيف كافة وسائل الاتصال في نفس التوقيت ولمدة زمنية معينة بغرض تنمية الوعي الجماهيري بإحدى المشكلات البيئية، وذلك اعتمادا على الأسس العلمية في تخطيط وتنفيذ الحملات الإعلامية، بدءا من تحديد موضوع الحملة مرورا بتحديد أهدافها وجمهورها المستهدف، ووسائل التوعية المستهدف نقلها للجمهور، ووسائل الاتصال الملائمة للحملة، والانتاج الإعلامي للحملة والجدولة الزمنية، وتكلفتها المالية وعرضها في وسائل الإعلام، وانتهاء بتقييم الحملة، وتحديد درجة نجاحها في تحقيق الأهداف المرجوة والاستفادة من آليات ومعطيات التسويق الاجتماعي، للنجاح في اقناع الجمهور بإحدى الأفكار، أو ترشيد سلوكياته لمواجهة إحدى المشكلات أو القضايا البيئية (كنعان، 2014، صفحة 148).

3. الإعلام البيئي في الجزائر:

1.3. التحديات البيئية في الجزائر:

تتعدد الرهانات والتحديات البيئية في الجزائر نظرا للمستويات القياسية التي بلغها الإضرار بالبيئة والذي انعكس بشكل مباشر على حياة المواطنين وعلى جهود التنمية بالبلاد، غير أننا سنسلط الضوء على التحديات البيئية الرئيسية الأكثر خطورة والأكثر استقطابا للجهود الرسمية والشعبية من أجل معالجتها والتقليل من خطورتها.

أ- ندرة المياه العذبة: إن ندرة المياه في الجزائر تحظى باهتمام كبير نظرا لحساسية الموضوع، علما بأن الجزائر تعتبر من الدول الأكثر فقرا في الموارد المائية، وهي تحت المستوى النظري الذي وضعه البنك العالمي، تبقى مسألة الموارد

المائية تشكل انشغالا عظيما في الجزائر لأن 95% من الإقليم خاضعة لمناخ جاف، ولكون الموارد المتولدة عن الحجم السنوي لمياه الأمطار التي تستقبلها الأحواض المنحدرة لا تعبا إلا جزئيا وبصعوبة (MELHA, 2000, p. 57).

كما أن وفرة الموارد المائية لا تتعدى (3383م³) لكل ساكن سنويا، وهو وضع يرتب الجزائر مع البلدان التي تقع تحت الندرة في وفرة المياه المحدد دوليا ب(1000م³) سنويا لكل ساكن، ونسبة التسريبات في القنوات بلغت 50%(الطاهر، 2014، صفحة 76)

وهذه مشكلة بيئية وصحية في نفس الوقت فعدم معالجة المياه وتصفيتها لا يتوقف أثره عند حدود تلويث الماء بل يتعداه إلى تهديد صحة الإنسان ولذلك تصبح البيئة قضية عمومية، وتصير الصحة أيضا قضية بيئية، وهذه المعادلة تمثل تحديا بيئيا حقيقيا في الجزائر(الطاهر، 2014، صفحة 77).

ب- التصحر: إن التصحر من أهم المشاكل التي تؤكد التدهور البيئي، هو كارثة طبيعية تمس حتى المجتمع، فهو يؤثر على حد معين من اختلال التوازن بين المكونات المختلفة للأنظمة البيئية الشيء الذي يؤدي إلى تدهور خصائصها الحيوية وضعف إنتاجيتها ومن ثم تصبح غير قادرة على الاستجابة لمتطلبات الحياة الإنسانية والحيوانية(MELHA, 2000، صفحة 65).

عشرون مليون هكتار من المساحة الاجمالية للجزائر مهددة بالتصحر، وهي المناطق السهبية والأراضي الجافة وشبه الجافة، كما تهدد الظاهرة حوالي 3 ملايين ساكن في هذه المناطق، وهو الأمر الذي شغل ويشغل الدولة الجزائرية في الماضي والحاضر(MELHA, 2000، صفحة 67).

لقد بات التصحر يمثل تهديدا حقيقيا للمجال السبي الواسع وهو المنطقة الرعوية العالية الجودة للبلاد، وقد أوضحت الصور الملتقطة بالأقمار الصناعية أن (69%) من مساحة السهوب مهددة بالتصحر، وذلك لتأثير عدة عوامل كالجفاف والأنشطة البشرية (الطاهر، 2014، صفحة 80).

ج- تسيير النفايات: يمثل تسيير النفايات الصلبة واحدا من المشاكل الكبرى التي تؤثر على البيئة في الجزائر، فزيادة على التلوث والتوسع الحضري وتطور نمط الحياة ومن ثم الاستهلاك اليومي كلها عوامل خلقت عدد كبير من المشاكل مثل تكديس النفايات المنزلية (MELHA, 2000، صفحة 85).

إن معظم النفايات وحتى المسموح بها من البلدية هي نفايات خام لا تخضع لمعايير حماية البيئة، خاصة المنزلية، ولذلك فهي تمثل مصدرا لتلوث البيئة، فهي سمية ومشوهة لجمال المنظر الطبيعي، والجزائري ينتج يوميا ما يعادل (0.5 كلغ) من النفايات الحضرية وتصل هذه النسبة إلى (1.5 كلغ) في كبرى المدن بالإضافة إلى تصرفات المواطن اللامسؤولة، كذلك فإن تسيير النفايات يعرف نقائص كضعف إعلام وتحسيس المستهلك، وكنعدام فرز النفايات في مصدرها، وانعدام المزايل الخاضعة للمراقبة(الطاهر، 2014، الصفحات 84-85).

وقد ردت النفايات في الجزائر ب70% نفايات عادية، 24% نفايات معدية، 4.8% نفايات سامة، 1.2% نفايات خاصة، بمجموع يقدر ب125000 طن سنويا.

د- التلوث الصناعي: خلال سنوات السبعينات، عرفت الجزائر تطورا صناعية هاما وسريعا، حيث أنجزت المركبات الصناعية الضخمة في البلاد، إضافة إلى الكثير من الوحدات الصناعية الملوثة وغير المجهزة بأنظمة مكافحة التلوث، وحتى البعض منها المدعمة بهذه التجهيزات فهي لا تعمل بالشكل الصحيح.

كما تجب الإشارة إلى أن العديد من مركبات تخزين، توزيع ونقل المنتجات البترولية المبنية قرب مناطق حساسة الأمر الذي يشكل خطرا كبيرا على الموارد المائية، علما بأن هذه الوحدات الصناعية تنتج سنويا أكثر من 220 مليون م3 من المياه المستعملة المحملة بمختلف الملوثات.

وفي ذات السياق تواجه هذه الوحدات الصناعية مشكل كبير في التخلص من النفايات الخطيرة التي تخلفها، فالصناعة الوطنية تنتج سنويا حوالي 185000 طن من النفايات الخطيرة والسامة متركزة بشكل أساسي في المناطق التالية: عنابة (36.3%)، المدية (16.5%)، تلمسان (15.1%)، ووهران (14.1%) (MELHA، 2000، الصفحات 98-99). وبعد ما كان مشكل تلوث البيئة لسنوات طوال من المشاكل الثانوية أصبح يشكل مركز اهتمام الحكومات المتعاقبة، ولعل أهم المشاريع الهادفة لمكافحة تلوث البيئة، هو الذي موله البنك العالمي بقيمة 100 مليون دولار، وهو مخصص في الأساس لمكافحة التلوث الذي تخلفه المركبات الصناعية الكبرى الموجودة في شرق البلاد، كمركب الحديد والصلب، ومركب إنتاج الأسمدة التابع لمؤسسة أسميدال، ومركب الزئبق بعزابة، وكذا مؤسسة إنتاج البلاستيك بسكيكدة (أوهايبيية، 2013).

2.3.2 الإعلام البيئي في الجزائر:

لا يمكننا الحديث عن إعلام متخصص في قضايا البيئة في الجزائر رغم الحاجة الملحة لهذا النوع من الإعلام نظرا للتدهور البيئي الكبير الذي تشهده الجزائر، إذ أن جل ما يمكن أن نحصل عليه هو تغطيات إعلامية منفردة تقوم بها مختلف وسائل الإعلام المقروءة والسمعية البصرية لما قد يحصل من مشكلات بيئية، مع غياب الطرح العلمي المعمق و عدم توفر صحفيين متخصصين في مجال البيئة، ومن أمثلة ما نجد من معالجة إعلامية لقضايا البيئة ما يلي:

1.2.3. في الصحافة المكتوبة:

إن البيئة تبقى موضوعا مطروحا في الصحافة الجزائرية على مستوى الصفحات المحلية والمنوعات والتحقيقات على الرغم من عدم تخصيص صفحات خاصة بها، ويأتي التلوث الصناعي وتلوث البحر والشواطئ في طليعة اهتمام الإعلام البيئي الجزائري، تليه مشكلة النفايات الصلبة والكوارث والتصحر والصحة البيئية (صعب، 2006، صفحة 27).

وتتميز صحيفة الوطن (El Watan) التي تصدر بالفرنسية، بتغطية معمقة لقضايا البيئة، خاصة تلك المرتبطة بالمعاهدات والمؤتمرات البيئية الدولية، ومن بين الصحافة الجزائرية الصادرة بالعربية، تبرز "الخبر" وهي الأكثر انتشارا بتغطيتها المتواصلة لمواضيع البيئة، من خلال الأخبار والتحقيقات التي يتولاها محرر متخصص، وتكاد تكون موضوعا يوميا في جريدة "الخبر" إذ قام المحرر البيئي كريم كالي بتحقيقات ميدانية عن تلوث الساحل بمياه الصرف غير المعالجة وفضلات السفن، وسرقة مرجان منطقة القالة، واستنزاف الثروة الغابية، ويقول كالي إن معظم مصادر

معلوماته المحلية تأتي من الجمعيات البيئية، والخارجية من المجلات والوكالات الأجنبية ومواقع الأنترنت، وإلى جانب التحقيقات عن المشاكل تغطي جريدة "الخبر" بشكل مكثف نشاطات وزارة تهيئة الإقليم والبيئة واللائق اهتمام وكالة الأنباء الجزائرية بالمواضيع البيئية قد تزايد مؤخرًا (كنعان، 2014، الصفحات 260-261).

إن الصحيفة اليومية الوحيدة في الجزائر التي تخصص صفحة أسبوعية للبيئة هي "الصباح" الحديثة النشأة والمحدودة التوزيع، مواضيعها محلية وعالمية عامة، وهي تركز على المعلومات المبسطة الهادفة إلى التوعية البيئية، أما صفحة البيئة الأسبوعية التي ظهرت لثلاث سنوات في جريدة الشروق فقد توقفت على الرغم من أنها تطرقت خلال صدورها إلى مواضيع هامة بدأت بالنفائات المنزلية والمياه القذرة والاعتداء على المساحات الخضراء، ووصلت إلى كشف بعض المخالفات البيئية الكبيرة، ويبرز في الجزائر برنامجا إذاعيا بيثان أسبوعيا (كنعان، 2014، الصفحات 214-215).

تعد قضايا البيئة ومشكلاتها من المواضيع التي قامت بتغطيتها الصحف الأربعة - محل الدراسة - وهذا بنسب مختلفة على امتداد فترة التحليل، حيث بلغت نسبة مساحة التغطية للصحف الثلاثة - محل الدراسة - L'estRépublicain ، الشروق وآخر ساعة 40.44% ، 28.33% ، 22.14% على الترتيب، وانخفضت نسبة مساحة التغطية الإعلامية للقضايا البيئية ومشكلاتها في صحيفة Le Matin 9.08%. رغم استخدام الصحف الأربعة لمجموعة من القوالب الصحفية المعروفة لتغطية قضايا البيئة ومشكلاتها إلا أن الخبر كان أكثر القوالب استخداما بنسبة 55%، يليها التقرير وهو نوع خبري بنسبة 31.25%، لينخفض بعد ذلك استخدام بقية القوالب (سهام، 2005، صفحة 202).

ضعف المساحة المخصصة للمواضيع البيئية في جريدتي "وقت الجزائر" و "الشعب" مقارنة مع المساحة المخصصة لمواضيع أخرى كالسياسة والرياضة، وإن كانت جريدة وقت الجزائر أكثر اهتماما قليلا بعرض قضايا البيئة، حيث شغلت المساحة الإجمالية لمواضيع البيئة 07.16% عن جريدة الشعب بحوالي 06.10% من المساحة الإجمالية (دحمار، 2012، صفحة 167).

إن القضايا البيئية في الصحافة الوطنية لا تحظى باهتمام كبير، أما نوع المعالجة الإعلامية لهذه القضايا فتركز في أغلب الأحيان في قالب الخبري دون غيره من القوالب، كما توصل البحث إلى نتيجة مفادها أن جريدة الخبر تتناول أكثر في معالجتها للمواضيع البيئية، القضايا البيئية المحلية، وأن موقفها من هذه القضايا كان سلبيا حيث اقتصر على العرض السطحي دون الدعوة إلى تغيير وضع قائم وشرح المخاطر بهدف التوعية (الحليم، 2012).

2.2.3. في الإذاعة الجزائرية:

منذ عام 1999م ظهر برنامجا إذاعيا مختصا بالبيئة في الجزائر، على المستويين المحلي والوطني، ففي القناة الوطنية الأولى قدم أحمد ملحة برنامجا بعنوان "البيئة والمحيط" مدته خمسون دقيقة وكان يذاع بعد الظهر، وقد فتح البرنامج ملفات ساخنة، منها تلوث الشواطئ والمياه والنفايات الصلبة والتصحّر ومياه الصرف، وبعد توقف البرنامج انتقل ملحة إلى التلفزيون الجزائري ليقدّم فقرة إرشادات فلاحية يومية، أما البرنامج الإذاعي الثاني الذي

تعدّه وتقدمه فتيحة شرع على قناة محلية في الجنوب الجزائري بعنوان "العالم الأخضر" فهو شكل مجلة مسموعة مدتها 55 دقيقة، تحتوي فقرات الأخبار والتحقيقات والمنوعات والرسائل وتحولت فتيحة شرع مؤخرا إلى برنامج إذاعي أسبوعي بيئي متخصص على المستوى الوطني، تذييعه القناة الأولى تحت عنوان "رهانات بيئية".

ومنذ عام 2004م بدأت الإذاعة الثقافية الجزائرية بث برنامج أسبوعي ناجح بعنوان "البيئة والحياة" مساء كل أحد، البرنامج الذي يقدمه "بدر الدين داسة" يركز على المحميات الطبيعية والتنوع البيولوجي والتلوث الصناعي وفيه أخبار وتحقيقات ومقابلات ومعلومات علمية بيئية.

وقد نظمت الإذاعة الجزائرية بكل قنواتها الوطنية والمحلية، "حملة السنة البيئية" التي تواصلت على مدار سنة كاملة تحت شعار "2013 - سنة من أجل البيئة والتنمية المستدامة"، انطلقت يوم 13 فيفري 2013 واستمرت إلى غاية 31 ديسمبر 2013.

وكانت أهداف هذه الحملة (الجزائرية، صفحة 3):

- 1- تحسيس المواطنين بالآخطار التي يشكلها تدهور محيطهم المعيشي،
- 2- تحسيس الجماعات المحلية بضرورة جمع النفايات المنزلية ومعالجتها،
- 3- تحسيس المتعاملين الاقتصاديين والصناعيين بالخطورة التي تشكلها أنشطتهم الملوثة،
- 4- المساهمة في القضاء النهائي خلال سنة 2013 على استعمال الكيس البلاستيكي،
- 5- المساهمة في ربط جميع السكنات بشبكات صرف المياه والتطهير الصحي،
- 6- تحسيس مختلف الشركاء بضرورة إنشاء المساحات الخضراء والعناية بها،
- 7- تحديد يوم يتم فيه تقديم درس حول البيئة في جميع المدارس.

إن القضايا البيئية في الإذاعة الجزائرية القناة الأولى تحظى بتغطية إعلامية يومية ضمن مختلف البرامج والأركان التي تضمها الشبكة البرمجية العادية، حيث تتراوح بين التغطيات الإخبارية للشأن البيئي على المستوى الوطني أو المحلي، والتغطيات الخاصة التي ترمج بهدف مواكبة مناسبات بيئية أو أنشطة رسمية ومجتمعية في مجال حماية البيئة.

كما يعتبر برنامج "الأوزون" البرنامج البيئي الوحيد ضمن الشبكة البرمجية العادية للقناة الأولى والتي تتضمن حوالي 80 برنامجا، إضافة إلى الركن الأخضر وهو ركن بيئي قار ضمن المجلة المسائية "الجزائر اليوم"، ما يعني أن المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة تعتبر ضئيلة مقارنة مع البرامج الأخرى ذات الطابع السياسي والاجتماعي والثقافي، ومرد ذلك إلى غياب سياسة بيئية وطنية واضحة المعالم وكذا إستراتيجية اتصالية متكاملة تكون وسائل الإعلام شريكا محوريا في إعدادها وتنفيذها، لذا نجد أن حجم المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة لا زال دون المستوى المطلوب (إيمان، 2018، صفحة 240).

3.3.3. في التلفزيون الجزائري:

من خلال رصد البرامج البيئية التي يبثها التلفزيون الجزائري، يتبين أن برنامج "صباح الخير" يهتم بالمواضيع البيئية من خلال الأركان والريبورتاجات المتعلقة بالجوانب البيئية: فنجد الركن اليومي في برنامج صباح الخير بعنوان "إرشادات فلاحية"، من تقديم المهندس الفلاحي أحمد ملحة، وكذلك "الركن الأخضر" لنسرين بومعزة والذي يبث يومين في الأسبوع السبت والثلاثاء، 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" ويتناول 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، تهتم بالمواضيع ذات الصلة بالمشاكل البيئية وتأثيرها على المواطنين من خلال التحقيقات الميدانية، استجواب المواطنين الذين يوجدون في مواجهة هذه المشكلات (دواحي، 2013، صفحة 146).

خاتمة

إن التدهور البيئي في الجزائر بلغ أرقاما قياسية، ما يستدعي تضافر الجهود الرسمية وغير الرسمية للحد من الآثار الخطيرة لهذا التدهور، وحماية ما تبقى من عناصر البيئة ومكوناتها، من خلال وضع إستراتيجية وطنية تكون وسائل الإعلام شريكا فاعلا في إعدادها وتنفيذها وذلك انطلاقا من دورها الريادي في التأثير على أفراد المجتمع ودفعهم إلى تبني اتجاهات إيجابية اتجاه بيئتهم.

ورغم الجهود المبذولة في مجال الإعلام البيئي في الجزائر غير أنها تبقى دون تخطيط وغير كافية مقارنة مع المشاكل البيئية في الجزائر، كما أن وسائل الإعلام المختلفة وبكل ما تمتلكه من إمكانيات بشرية ومادية، لازالت بعيدة كل البعد عن المستوى المطلوب في مجال حماية البيئة.

المراجع:

1. MELHA, A. (2000). Les enjeux environnementaux en Algerie. Algerie: Imprimerie Elbajah.
2. الإذاعة الجزائرية, 2013. (s.d.). سنة من أجل البيئة والتنمية المستدامة -المخطط الإعلامي. الجزائر.
3. الحليم, ع. ع. (2012). المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة في الصحيفة الجزائرية. دراسة تحليلية ليومية الخبر. جامعة الجزائر.3
4. الطاهر, ا. (2014). في سبيل مقارنة سوسيولوجية للبيئة في الجزائر تصور مفتوح. الجزائر: منشورات مخبر الدراسات النفسية والاجتماعية جامعة بسكرة.
5. العابد, ع. ز. (2014). الإعلام والبيئة بين النظرية والتطبيق. عمان, الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
6. أوهابية, ف. (2013). ديسمبر. (الإطار التنظيمي لحماية البيئة في الجزائر. الجزائر: مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية.
7. جبور, س. م. (2010). الإعلام الاجتماعي. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
8. دحمار, ن. ا. (2012). قضايا البيئة في الصحافة المكتوبة. دراسة تحليلية لجريدتي وقت الجزائر والشعب. جامعة الجزائر.3
9. دواجي, ك. (2013). البعد القيمي والثقافي البيئي في التلفزيون الجزائري. دراسة تحليلية وصفية لحصة "بيتنا". جامعة الجزائر,3الجزائر.
10. ربيع, ع. م. (2009). التوعية البيئية. الأردن: مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع.
11. سهام, ب. ي. (2005). الصحافة المكتوبة وتنمية الوعي البيئي في الجزائر. دراسة تحليلية لمضمون صحيفتين وطنيتين الشروق و Le matin وصحيفتين جهويتين آخر ساعة و L'est républicain. جامعة قسنطينة.
12. صعب, ن. (2006). البيئة في وسائل الإعلام العربية. القاهرة, الملتقى الإعلامي الأول للبيئة والتنمية المستدامة.
13. كنعان, ع. ع. (2014). الإعلام البيئي. الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.