

أ/بن يحي سها م *

ملخص:

يهدف هذا المقال إلى معرفة دور وسائل الإعلام بكل أنواعها المقروءة، المسموعة و المرئية في تنمية الوعي البيئي في الجزائر من خلال تغطية إعلامية مستمرة ومتواصلة تساهم في تغيير أنماط سلوكيات الأفراد وعاداتهم القديمة ،مما يدفعهم للمشاركة في النشاطات المتعلقة بالبيئة والتعامل معها بطريقة إيجابية، وذلك من خلال تزويدهم بالمعلومات والقيم والمهارات البيئية و إكسابهم إتجاهات إيجابية نحو البيئة وهذا الأمر لا يتحقق إلا من خلال توفر مجموعة من المتغيرات عند التغطية الإعلامية ابتداءا بتحديد الهدف مع التركيز على نوعية المضمون الإعلامي الذي يتناول المشكلة البيئية ،اختيار الوسيلة الإعلامية المناسبة،وتحديد الجمهور المستهدف،وأخيرا تبيان المعوقات التي تتعرض لها التغطية الإعلامية للقضايا البيئية ومشكلاتها وكيفية مواجهتها لتنمية الوعي البيئي لأفراد المجتمع .

Résumé :

L'environnement est un sujet vaste, complexe, et requiert une stratégie efficace, notamment la lutte contre la pollution, les dangers des déchets....

Cet article essaye de montrer le rôle très important des médias que jouent dans le développement de la conscience écologique. de même, les citoyens doivent changer leurs habitudes et leurs comportements et s'engager dans les actions collectives dans le but de protéger l'environnement.

*أستاذة بقسم علم الاجتماع .جامعة جيجل

مدخل :

ارتبطت التغيرات الاجتماعية والاقتصادية و التكنولوجيا التي عرفها الإنسان خلال السنوات العديدة بظهور مشكلات بيئية ذات طابع عالمي معقدة و متشابكة أثرت على صحة الإنسان و كلفته خسائر اقتصادية جسيمة ،و أحدثت اختلالا في النسق البيئي و بالموازاة مع هذه التغيرات، ظهرت أنماطا استهلاكية و احتياجات جديدة تتماشى مع متطلبات التكنولوجيا الحديثة ،و مفاهيم و قيم جديدة كالنمو ، الرفاهية و الرخاء مما أدى إلى زيادة استنزاف الموارد الطبيعية بطرق غير رشيدة لتلبية متطلبات التنمية و تحسين مستوى معيشة الفرد .

فانتسعت البيئة الحضرية و زادت كثافتها السكانية، وانتشرت المصانع و ظهر التلوث بكل أنواعه ، كما ارتفعت درجة الحرارة بسبب انبعاث الغازات وظهر ثقب الأوزون ،... وغيرها من المشكلات التي أصبحت تتفاقم و تتعقد باستمرار والتي لا يمكن أن ننسب أسبابها إلا في السياق الاجتماعي و الاقتصادي و الثقافي للمجتمع الذي أنتجها، لأن البيئة ليست فقط المكان الذي يعيش فيه الفرد و يلبي احتياجاته ولكن أيضا تشكل ثقافته وتاريخه، فقد ارتبطت حيوانات ونباتات بتاريخه وشكلت رموزا ثقافية منذ القدم.

وفي عصرنا الحالي أصبحت قضية البيئة قضية قيمية وأخلاقية تعود أسبابها إلى سلوكيات الأفراد اللامسؤولة تجاه البيئة و معتقداتهم الخاطئة و عاداتهم السلبية التي يقومون بها عند تفاعلهم معها ،و في هذا المنحى يشير "رواد الاتجاه المحافظ الذي هو امتداد لدوركايم إلى اعتبار القيم و تغييرها العامل الأساسي في توجيه المجتمعات إلى الانحدار البيئي حيث تبين الفئة الأولى من هذا الاتجاه أن ظهور المشكلات البيئية في المجتمعات الغربية ارتبط بتغير نسق القيم الذي أدى إلى ظهور قيم الفردية و العالمية و الانجازات في المجتمعات الصناعية التي ترتبط بالنمو الاقتصادي ، أما الفئة الثانية فتري أن هذه المجتمعات تستخدم تكنولوجيا تؤدي إلى التلوث البيئي و بما أن تغير القيم يؤدي إلى تقسيم معقد في العمل ،فإن العناصر الثقافية لابد أن تعتبر السبب الرئيسي في انحدار البيئة الناتج عن الصناعة". (1)

وتأسيسا على ما تقدم ، فالنسق القيمي الذي يوجد في المجتمع هو الموجه لسلوك الفرد نحو البيئة التي يعيش فيها، لهذا أصبحت علاقة الفرد ببيئته في عصرنا الحالي غير متوازنة و مبنية على المنفعة و اللامبالاة ،و هدفه تحقيق الأرباح و النمو الاقتصادي و إشباع حاجاته الاستهلاكية و هذا ما أشار إليه "رواد الاتجاه الليبرالي المستند من فكر" ماكس فيبر " عند تفسيره للمشكلات البيئية إذ يرى أن الحكومة و النسق القانوني تهيمن عليهما جماعات ليس لديها اهتمام بالبيئة ، و اهتماماتها مركزة على زيادة أرباحها و المنافع التي تؤدي إلى اتساع مجالات قوتها من جهة و من جهة أخرى يرون أن المستفيد من الانحدار و الاستنزاف البيئي يستخدمون وسائل الإقناع الجمعي - الإعلام- و إعطاء صفة الشرعية لأهدافهم و أعمالهم أيضا إقناع الناس بواسطة الإعلام بزيادة الاستهلاك و بأن الاقتصاد الدائم و النمو أفضل وسيلة لرفع مستوى المعيشة". (2)

كما أن الأنماط الاقتصادية المستخدمة في العالم لتحقيق النمو الاقتصادي لا تتماشى مع احتياجات وقوانين البيئة لأنها تستنزف الموارد الطبيعية بشكل غير عقلاني و بطرق عشوائية لتحقيق متطلبات النمو الاقتصادي ، وهذا ما أكده "الاتجاه الراديكالي المستمد من فكر" كارل ماركس" الذي أرجع ظهور المشكلات البيئية نتيجة للاعقلانية المتوارثة في نماذج الإنتاج الرأسمالي" (3) .

و إن اختلفت هذه الاتجاهات في علم الاجتماع البيئي عند تفسيرها لأسباب ظهور المشكلات البيئية إلا أنها تتفق على أن الإنسان هو المتسبب الأول في تدهورها بسلوكياته وعاداته و أنماطه الاقتصادية و اللامبالاة بمتطلبات البيئة و احتياجاتها و هذا راجع لنقص وعيه البيئي.

وفي هذا السياق، حاول علماء الاجتماع البحث عن سلاح أقوى وأكثر فعالية واستمرارا من القوانين والتشريعات وينجح في تنظيم استغلال الإنسان للموارد وصيانة البيئة وهذا السلاح هو الوعي البيئي، ويقصد به الوصول بالإنسان إلى درجة من الإدراك الواعي بكيفية التعامل مع البيئة بما يصونها ويحافظ على صحة الأفراد وسلامتهم، فهو بذلك الإحساس بروح المسؤولية الخاصة والعامة. "(4)

ومن هنا تنبثق أهمية نشر و تنمية الوعي البيئي لتعريف الأفراد بالبيئة و مواردها و مكوناتها و مسؤوليتهم تجاهها و علاقتهم بها و السلوكيات السلبية التي يجب التخلي عنها لأنها مضرّة بالبيئة ،و دفعهم للمشاركة في الأنشطة المرتبطة بحمايتها و احترام القوانين التي وضعت للمحافظة عليها والالتزام بها.

وتساهم في توعية الأفراد بيئيا كل مؤسسات التنشئة الاجتماعية لاسيما منها وسائل الإعلام بكل أنواعها المقروءة، المسموعة و المرئية لقدرتها التأثيرية على المعرفة و الاتجاه و السلوك.

وعرفت البيئة في الجزائر تغيرات وتطورات حسب الظروف التاريخية والاقتصادية والاجتماعية التي عاشها المجتمع الجزائري، فخلال المرحلة الاستعمارية قام الاستعمار الفرنسي باستنزاف الثروات الطبيعية وتحويلها إلى فرنسا، وبعد الاستقلال كان هناك اهتماما كبيرا بحركة التصنيع وتعميقها في كل المناطق لتحقيق التنمية كما ازدادت الكثافة السكانية في المدن مما أدى ذلك إلى ظهور مشكلات بيئية كالتلوث الصناعي، التعدي على الأراضي الزراعية، استنزاف الثروة الغابية، النفايات المنزلية والمياه الملوثة وغيرها من المشكلات التي تفاقمت في السنوات الأخيرة فتزايد بذلك اهتمام الجزائر بالبيئة ووضعت عدة إجراءات قانونية وتنظيمية لمواجهة هذه المشكلات بالإضافة إلى برمجة حصص خاصة بالبيئة في وسائل الإعلام لتسليط الضوء على واقع البيئة في الجزائر لتنمية الوعي البيئي للفرد من أجل المحافظة على بيئته من التدهور.

وفي هذا المقال نحاول أن نبين مساهمة وسائل الإعلام في نشر وتنمية الوعي البيئي للأفراد المجتمع

من أجل اكتساب سلوك بيئي يحافظ على البيئة ويحميها من التدهور البيئي من خلال الإجابة على التساؤل

الرئيسي التالي:

ما هو دور وسائل الإعلام بكل أنواعها المقروءة، المسموعة والمرئية في نشر و تنمية الوعي البيئي لأفراد المجتمع لحماية البيئة من التدهور البيئي في الجزائر؟

ويتفرع عن هذا التساؤل الأسئلة الفرعية التالية:

- ما هو الوعي البيئي ؟ وما هي مكوناته ؟

-ما هو واقع التغطية الإعلامية للقضايا البيئة ومشكلاتها في الجزائر؟

-ماهي المتغيرات التي يتطلب مراعاتها عند الإعلام بقضايا البيئة؟

-ما هي معوقات التغطية الإعلامية و ما هي البدائل المقترحة لمواجهتها؟

1- مفهوم الوعي البيئي:

تنوعت تعريف مفهوم الوعي البيئي بتنوع و تباين اهتمامات الباحثين و اتجاهاتهم، نذكر منها على سبيل المثال لا الحصر:

- يعرف " الحفار " الوعي البيئي بأنه:

" عبارة عن معرفة القيم و توضيح المفاهيم التي تهدف إلى تنمية المهارات اللازمة لفهم و تقدير العلاقات التي تربط بين الإنسان و ثقافته، وبيئته الطبيعية الحيوية".(5)

- يعرف "مجاهد " الوعي البيئي بأنه:

" وعي المواطنين بالبيئة و المشكلات المتعلقة بها و تزويدهم بالمعرفة والمهارات والاتجاهات و تحمل المسؤولية الفردية والجماعية تجاه حل المشكلات المعاصرة والعمل على منع مشكلات بيئية جديدة ".(6)

- أما (السلامة) فيعرف الوعي البيئي على أنه:

" عملية تكوين القيم و الاتجاهات والمهارات و المدركات اللازمة لفهم و تقدير العلاقات المعقدة التي تربط الإنسان و حضارته بمحيطه الحيوي الفيزيقي، و توضح حتمية المحافظة على مصادر البيئة و ضرورة حسن استغلالها لصالح الإنسان، و حفاظا على حياته الكريمة و رفع مستويات معيشته ".(7)

ورغم تأكيد هذه التعاريف على أبعاد الوعي البيئي المتمثلة في القيم البيئية ، المعلومات البيئية ، الاتجاهات البيئية، والمهارات البيئية، وعلى أهميته لحث الفرد على المحافظة على البيئة إلا أنها لم تشير إلى المصادر التي تساهم في نشره و تنميته و تتمثل هذه المصادر في المؤسسات التنشئة الاجتماعية كالأسرة، المدرسة ،الجامعة،

المسجد، ووسائل الإعلام بكل أنواعها والذي يتطلب التنسيق و التكامل بينهم لنشر وتنمية الوعي البيئي لأفراد المجتمع .

و بالتالي فالوعي البيئي هو عملية إعداد الفرد أو الجماعة للتعامل مع البيئة بطريقة رشيدة و يكون الفرد قادرا على تحمل المسؤولية تجاه البيئة والمحافظة عليها و المشاركة في الأنشطة المتعلقة بذلك، من خلال تزويده بالاتجاهات و القيم والمعلومات والمهارات البيئية و القوانين التي توجه سلوكه بالاعتماد على كل مؤسسات التنشئة الاجتماعية كالأُسرة، وسائل الإعلام، الجامعة و غيرها .

الواعي بيئيا: " إنه الشخص الذي لديه وعي بطبيعة العلاقة بين الإنسان و البيئة التي يعيش فيها و تفاعلها معا، و مدى فهم هذا الإنسان لاستخدامات البيئة في تحسين أساليب الحياة هذا بالإضافة إلى فهم المشكلات الناتجة عن تعامله مع البيئة(8).

2-مكونات الوعي البيئي:

و للوصول إلى برامج فعالة للوعي البيئي، لابد من تكامل ثلاثة مكونات أساسية و هي:(9)

1-التعليم البيئي:ويقصد به خلق الكوادر السياسية والاقتصادية والفنية والعلمية القادرة على التعامل مع المشكلات البيئية المختلفة من خلال أساليب علمية مختلفة.

2-الثقافة البيئية: المقصود بها خلق وعي عام على مستوى الدول والتي غالبا ما يكون موجها للطبقة المثقفة والعاملة من خلال الكتب، النشرات، والمقالات العلمية المبسطة.

3-الإعلام البيئي:وهو شامل لكافة شرائح المجتمع لطرح أفكار محددة، وأسلوب طرح هذه الأفكار لابد وأن يكون متغير ليناسب كافة المستويات.

3-واقع التغطية الإعلامية للقضايا البيئية و مشكلاتها في الجزائر:

لقد طرحت التغطية الإعلامية لقضايا البيئة في الأدبيات الإعلامية مما أسفر عن اهتمام العلماء بهذه القضية القيام بدراسات وأبحاث للكشف عن ملامح هذه التغطية وتأثيراتها على اتجاهات وسلوكيات الفرد، وفي هذا الصدد نشير إلى "نظرية وضع الأجندة التي تعد من أهم النظريات التي اعتمد عليها الباحثون في دراسة أثر التغطية الإعلامية البيئية و هي تشير إلى وجود علاقة ارتباط قوية بين التغطية الإعلامية للقضايا البيئية و إهتمام الجمهور بنفس القضايا البيئية ، ولا تقف حدود تأثيرات وضع الأجندة على صياغة إهتمام الجمهور بالقضايا التي تثار في وسائل الإعلام ، و لكن الأهم أن هذه الاهتمامات تساهم في تشكيل اتجاهات الجمهور و سلوكياته نحو ذات القضايا المثارة و هذا التأثير الأشمل لوضع الأجندة".(10)

ونظرا لدور وسائل الإعلام في نشر المعلومات باعتبار أن هذه الوسائل تعتبر المصدر الأساسي للمعلومات التي يكتسبها الجمهور لاسيما منها المتعلقة بالبيئة للتعريف بمواردها ومكوناتها "قامت دراسات عديدة وفقا لنظرية الفجوة المعرفية و فيها يفترض الباحث وجود فجوة واسعة في كم المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام حول القضايا و الأزمات البيئية و بين المستوى المعرفي للجمهور حول ذات القضايا ، كما اتجهت بعض الدراسات إلى البحث في التأثير الإيجابي لوسائل الإعلام على الجمهور ، و فيها اتضح أن ثمة علاقة بين التغطية الإعلامية و إتجاه الجمهور نحو ما تدعو إليه وسائل الإعلام من السلوكيات " (11) وبالتالي يمكن استغلال إمكانيات وسائل الإعلام للتأثير على المعرفة والإتجاه والسلوك للفرد من خلال إنتاج برامج مختلفة كالرسوم المتحركة و الأفلام الوثائقية التي تحت على الحفاظ على البيئة.

وفي هذا السياق " استخدمت بعض دراسات الإعلام نظرية الغرس الثقافي للكشف عن التأثيرات الإعلامية البيئية الطويلة المدى و فيها اتضح أن المشاهدين الذين يقضون وقتا أطول في متابعة الإعلام البيئي - على خلاف ما تفرضه نظرية الغرس الثقافي - اقل دراية بالقضايا البيئية و أكثر احتمالا للاعتقاد بأن العلم و التكنولوجيا لهما أضرارا على البيئة كما أنهم كانوا أقل رغبة في التضحية من أجل حماية البيئة(12).

ولا تزال المحاولات المطروحة حول رصد وتشخيص ملامح التغطية الإعلامية للبيئة وتأثيراتها على اتجاهات وسلوكيات الأفراد قليلة ومحدودة مما يتطلب إجراء بحوث كثيرة للتوصل إلى نتائج دقيقة .

تواجه الجزائر كباقي الدول العربية بحكم موقعها الجغرافي و خصائصها الإيكولوجية العديد من المشكلات البيئية التي تتأثر بها أو تأثر فيها بسبب تعرضها لكوارث طبيعية كالجفاف و التصحر و الفيضانات و الزلازل أوبسب أنشطة الإنسان سواء في فترة الإستعمار حيث تعرضت مواردها للإستنزاف أو بعد الإستقلال عند تبنيتها سياسة التصنيع و إستيراد التكنولوجيا لتحقيق التنمية دون مراعاة احتياجات البيئة، كما ازدادت الكثافة السكانية في المدن و تفاقمت معها المشكلات البيئية المتعلقة بها كالتلوث و إنتشار القمامات و الأمراض .

و في هذا الإطار ولت الجزائر اهتماما بالغا بالبيئة في سنة 2000 " أنشئت وزارة التهيئة العمرانية و البيئة ، الأولى في الجزائر ، و تم إصدار قوانين جديدة خاصة بالبيئة كقانون النفايات 2001 ، وقانون السواحل 2002 و في 2003 صدر قانون البيئة في إطار التنمية المستدامة يعوض قانون فيفري 1983 ، و كذلك قانون لحماية المناطق الغابية 2003" (13)

و رغم الأهمية الكبيرة لهذه القوانين إلا أنها وحدها غير كافية لحماية البيئة بل يتطلب نشر و تنمية الوعي البيئي لأفراد المجتمع ، لأن ذلك يحثهم على تطبيق هذه القوانين للمحافظة على بيئتهم من التدهور .

" و في ظل التعددية الإعلامية التي عرفت الجزائر استفادت البيئة من هذا المناخ الإعلامي حيث ظهرت في 2004 عدة جرائد و حصص في الراديو و التلفزيون تطرح المواضيع البيئية في وسائل الإعلام".(14)

ومن بين الجرائد التي اهتمت بالمواضيع البيئية نجد "جريدة الصباح التي تخصص صفحة أسبوعية للبيئة، وهي تركز على المعلومات المبسطة الهادفة إلى التوعية البيئية. أما صفحة البيئة الأسبوعية، التي ظهرت لثلاث سنوات في جريدة "الشروق"، فقد توقفت وقد تطرقت إلى مواضيع هامة بدأت بالنفائيات المنزلية والمياه القدرة والاعتداء على المساحات الخضراء ووصلت إلى الكشف عن المخالفات الكبيرة.

غير أن البيئة تبقى موضوعا مطروحا في الصحافة الجزائرية، ويأتي التلوث الصناعي وتلوث البحر والشواطئ في طليعة اهتمام الإعلام البيئي الجزائري، تليه مشكلة النفائيات الصلبة والكوارث والتصحّر والصحة البيئية. وتتميز صحيفة "الوطن" بتغطية معمقة لقضايا البيئة، خاصة تلك المرتبطة بالمعاهدات والمؤتمرات البيئية والدولية" (15)

كما أنها في سنة 2009 خصصت صفحة أسبوعية للبيئة تعرض فيها مختلف القضايا البيئية ومشكلاتها وأيضا حوارات مع المختصين في البيئة.

"كما تبرز" الخبر "بتغطيتها المتواصلة لمواضيع البيئة من خلال الأخبار والتحقيقات التي يتولها محرر متخصص وتكاد البيئة 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 المجالات والوكالات الأجنبية ومواقع الأنترنت. إلى جانب تغطيتها بشكل مكثف نشاطات وزارة تهيئة الإقليم والبيئة. كما تزايد مؤخرا اهتمام وكالة الأنباء الجزائرية بالمواضيع البيئية." (16)

وغالبا ما يكون القالب الخبري الأكثر استخداما في طرح القضايا البيئية ومشكلاتها مما ينقص من إمكانية نشر وتنمية الوعي البيئي، لأنه يقدم أخبارا دون أن يوضح كيفية التعامل مع المشكلة والسلوكيات الخاطئة المضرة بالبيئة لتجنبها.

ويمكن تفسير غلبة الطابع الخبري حسب رأينا، إلى طبيعة موضوع البيئة ذات الطابع العلمي، ومصطلحاتها أحيانا غير مفهومة، ومعقدة عند غالبية الجمهور. كما أن الصحفي غير المتخصص يجد صعوبة كبيرة في معالجة هذه المواضيع ومناقشتها كباقي المواضيع الأخرى.

أما بالنسبة للتغطية الإعلامية للقضايا البيئية في الإذاعة "فقد قدم أحمد ملحة برنامجا بعنوان "البيئة والمحيط" في القناة الوطنية الأولى، مدته خمسون دقيقة وكان يذاع بعد الظهر. وقد فتح البرنامج ملفات ساخنة، منها تلوث الشواطئ و المياه بالنفائيات الصلبة، والتصحّر، ومياه الصرف وبعد توقف البرنامج أما البرنامج الإذاعي الثاني، الذي تعدّه وتقدمه فتيحة الشرع على قناة محلية في الجنوب الجزائري بعنوان "العالم الأخضر"، فهو على شكل

مجلة مسموعة مدتها **55** دقيقة، تحوي فقرات الأخبار والتحقيقات والمنوعات والرسائل. وتحولت فتحة الشرع مؤخرا إلى برنامج أسبوعي بيئي متخصص على المستوى الوطني، تذييعه القناة الأولى تحت عنوان "رهانات بيئية" (17).

فقد تميزت البرامج المختصة حول البيئة في الإذاعة بعدم استمراريتها وقلتها مقارنة بالمشكلات البيئية التي عرفت الجزائر مما يتطلب تغطية إعلامية واسعة ومستمرة لتوعية الأفراد بيئيا.

وبدأت أيضا الإذاعة الثقافية الجزائرية بث برنامج أسبوعي ناجح بعنوان "البيئة والحياة"، يقدمه بدرالدين داسة، يركز على المحميات والتنوع البيولوجي والتلوث الصناعي، وفيه أخبار وتحقيقات ومقابلات ومعلومات علمية بيئية (18). كما ظهر ركن البيئة والتنمية في برنامج لكل البيوت يناقش فيه مع الضيوف مشكلات بيئية يعاني منها المواطن حاليا وبذلك تتماشى مع الأحداث لتقديم التفسيرات للمواطن وتبين مسؤوليته، وكيفية التعامل مع المشكلة.

كما أن هناك برامج دائمة في التلفزيون الجزائري تبث حصص حول البيئة والمجتمع كل أسبوع، يعالج فيه مشكلات بيئية، في مختلف ولايات الوطن، كما يتطرق إلى إنجازات وتخصصات في مجال البيئة. أما ركن البيئة في صباحيات فيناقش فيها مع الضيوف المشكلات البيئية الحالية، كما نجد أن التلفزيون يدمج البيئة في برامج مختلفة كالأخبار مثلا، أو يعرض حصص في المناسبات حول قضية بيئية معينة. والمتتبع للتغطية الإعلامية في الجزائر يلاحظ أن هناك تغطية إعلامية غير مستمرة، حيث تثار القضايا البيئية عند حدوثها أو في يومها العالمي ثم تتوقف التغطية فعندما عرفت الجزائر الزلازل كانت هناك تغطية إعلامية واسعة وبعد زوال الحدث يتوقف الحديث عنها، رغم أن الزلازل ظاهرة طبيعية ويمكن تكرارها، ويبقى الفرد يجهل أبسط الأمور حول كيفية حدوثها وكيف يتصرف أثناء وقوعها والاحتياطات التي يجب أن يتخذها. وبالتالي يمكن القول أن الإعلام الجزائري مازال دوره هامشيا في نشر وتنمية الوعي البيئي لأفراد المجتمع.

4- دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي البيئي في الجزائر:

إن العالم اليوم يواجه العديد من المشكلات البيئية التي تتزايد باستمرار وبطبيعة الحال لمواجهة هذه المشكلات لابد من البحث عن وسائل كفيلة تمكننا من تنمية قدراتنا على الفهم والإدراك الصحيح لها ولعلاقات الفرد بالبيئة من جهة، ومن جهة أخرى التغلب على تأثيراتها في كل المجالات الاقتصادية والاجتماعية والصحية. وهنا نكون بالضرورة أمام عملية لازمة تتمثل في تنمية الوعي البيئي الذي يعد عاملا حاسما في مواجهة المشكلات البيئية التي تؤثر على النسق البيئي، ولأن وسائل الإعلام لم يكن اهتمامها مقتصر على معالجة القضايا والأحداث السياسية والاقتصادية والثقافية والاجتماعية بل شمل أيضا الحديث عن المشكلات البيئية، فكانت بذلك منبرا للمهتمين بالبيئة من جمعيات وعلماء للتعبير عن آرائهم وعرض نشاطاتهم فيها، فأصبحت بذلك من المصادر التي تساهم في تنمية الوعي البيئي لقدرتها التأثيرية على المعرفة والاتجاه والسلوك، وذلك على النحو التالي:

أولاً: الجانب المعرفي:

- ✓ 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 (التربة، الجو، الماء).
- ✓ تركيز انتباه الجمهور المتلقي على القرارات التي تتخذها الهيئات والجهات المختصة بحماية البيئة من التلوث.
- ✓ تعريف الجمهور بالمخاطر الناتجة عن ملوثات المياه أو الهواء أو التربة ...

ثانياً: الجانب المهاري:

- ✓ إكساب الجمهور مهارة الاتصال الفعال مع الآخرين في الأعمال المشتركة لمجابهة مشكلات التلوث البيئي.
- ✓ حث الجماهير على زراعة النباتات والمحافظة على المساحات الخضراء...

ثانياً : الجانب الوجداني :

يجب أن يرتقي دور الإعلام إلى تكوين الاتجاهات الايجابية وقيمهم وأنماطهم السلوكية البيئية السليمة باعتبار أن الأسباب الرئيسية لمشكلات التلوث البيئي تكمن في أوجه سلوك الأفراد والجماعات تجاه البيئة . (19) ويبقى نجاح أي رسالة إعلامية تستهدف خلق الوعي البيئي لأفراد المجتمع مرهون بقدرة الصحفي على توظيف المعلومات البيئية التي تزيل أي غموض حول قضية أو مشكلة بيئية معينة وتجاوز التناقضات الناتجة عن نقص المعلومات بالإضافة إلى تكوين اتجاهات ايجابية نحو البيئة أو تغيير الاتجاهات الخاطئة والمضرة بالبيئة وهكذا يتمكن الفرد من الانتقال من حالة اللاوعي إلى حالة الوعي ومن ثم المشاركة في النشاطات المتعلقة بحماية البيئة وتحمل المسؤولية الفردية والجماعية لحل مشكلاتها .

وتتمية الوعي البيئي مهمة تتقاسمها وسائل الإعلام الوطنية والمحلية، هذه الأخيرة التي تعد أقرب إلى المجتمع المحلي لأنها تعبر عن احتياجاتهم ومطالبهم، وتزداد أهمية وسائل الإعلام المحلية عند تركيز محتواها على المشكلات البيئية المحلية ومعالجتها بأكثر فعالية من وسائل الإعلام الوطنية التي قد تهملها أو تخصص لها حيزاً ضيقاً في الجريدة أو مساحة محدودة في الإذاعة أو التلفزيون مقارنة مع البرامج الأخرى وبالتالي فإن استغلال هذه الوسائل لعرض هذه المشكلات وربطها باحتياجات الأفراد اليومية وشرح السلوكيات المطلوبة للقيام بها للمحافظة على البيئة يساعد على تفاعل أفراد المجتمع المحلي مع كافة الجهود التي تقوم بها الجهات الحكومية والغير الحكومية لحماية البيئة وصيانتها.

إلا أن فعاليتها تبقى مرهونة بتحقيق التكامل بينها وبين وسائل الإعلام الوطنية لكن كيف يمكن التحضير للقيام بمعالجة موضوع يتعلق بالبيئة ؟ باعتبارها هذا الموضوع واسع ومعقد ويتطلب إستراتيجية فعالة ، ويمكن الصحفي أن يحضر عمل مبدئي للكشف عن المشكلات الرئيسية وأفضل

مصادر المعلومات.

- ✓ معرفة الخصائص المميزة للمنطقة : مشكلاتها البيئية ، جغرافيتها ، مواردها الطبيعية والمؤسسات الصناعية وكذلك شبكة الطرقات والسكة الحديدية .
- ✓ تعيين المنظمات والأفراد التي تتحمل المسؤوليات تجاه البيئة المحلية.
- ✓ مركز للاتصال مع مختلف مصادر المعلومات من مسئولين، باحثين ، رجال أعمال..الخ.
- ✓ جمع التقارير المتوفرة حول كل مشكلة بيئية لا سيما تلوث الهواء والماء ، تسيير الفضلات الصلبة ، نقل الفضلات الخطيرة ونوعية المياه الصالحة للشرب(20)

وعلى هذا الأساس، فالجزائر في أمس الحاجة إلى هذه الوسائل الإعلامية لاستخدامها في تنمية الوعي البيئي لأفراد المجتمع الجزائري في ظل تفاقم المشكلات البيئية كما ونوعا في السنوات الأخيرة بسبب تردي الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية والأمنية التي ساهمت بشكل كبير في زيادة الكثافة السكانية في المدن والعيش في الأحياء القصديرية ، وما يرتبط بها من مشكلات كانتشار القمامات والتلوث بكل أشكاله إلى جانب حدوث كوارث طبيعية كالجفاف ، الزلازل والفيضانات فنتج عن ذلك خسائر اقتصادية جسيمة .

وفي ضوء ما تقدم ،يمكن القول أن موضوع البيئة من الموضوعات ذات الأهمية البالغة، والتي تحتاج إلى تغطية إعلامية مستمرة ودائمة ، لهذا لابد من وضع إستراتيجية ذات أهداف محددة وواضحة لتعريف الفرد بهذه المشكلات وبمخاطرها وطرق علاجها وكيفية تجنبها ، وذلك لا يكون بطرحها في قالب خبري فالفرد لا يحتاج إلى خبر صحفي يذكره بوجود قمامات منتشرة فهو يراها يوميا بل يتطلب تذكيره بالمخاطر والأمراض التي تنتج عنها وتأثير ذلك على صحته وتبين له مسؤوليته في ذلك وتقدم له البديل للتخلص من القمامات وتدفعه لأن يشارك هو أيضا في الحفاظ على النظافة والتعاون مع الجهود الحكومية لتحقيق ذلك لأنها وحدها لا تستطيع الحفاظ على البيئة ،وكذلك تبيان لرجال الصناعة والمعنيين بعملية التنمية الوظائف المتعددة للبيئة ومخاطر التدهور البيئي الذي ينتج عن انجاز مشروعات صناعية على أراضي زراعية أو رمي النفايات في البحار والوديان ، كما أنه كلما تم ربط المشكلات البيئية باحتياجات الأفراد من استهلاك مياه غير ملوثة ،وجود مساحات خضراء كلما زاد اهتمامهم بهذه المشكلات.

5-المتغيرات الضرورية عند الإعلام بقضايا البيئة:

فالنسبة للبرامج الإعلامية، يتطلب وضع تخطيط أو بناء إستراتيجية بهدف نشر وتنمية الوعي البيئي في وسائل الإعلام المختلفة لدى أفراد المجتمع، لكن لابد من تحديد مجموعة من المتغيرات ابتداءا بتحديد الهدف مع التركيز على نوعية المضمون الإعلامي الذي يتناول المشكلة البيئية ،اختيار الوسيلة الإعلامية المناسبة والجمهور المستهدف وأخيرا القائم بالاتصال.

5-1-تحديد الهدف:

لإعداد برنامج إعلامي ناجح و فعال لتنمية الوعي البيئي لأفراد المجتمع يتطلب تحديد الهدف الذي تسعى لتحقيقه ،ولابد أن يكون هذا الهدف محددا ودقيقا ،كما نأخذ بعين الاعتبار اختلاف الجمهور من حيث المستوى التعليمي والثقافي ،والسن وكذلك الوسائل الإعلامية المتاحة في المجتمع ومدى انتشارها .

"و لا تتم هذه المعالجة الإعلامية للقضايا البيئية بطريقة عشوائية ، بل يستلزم أولا تحديد الأهداف التي تسعى على تحقيقها فبالإضافة إلى العمل على زيادة المعرفة بالقضايا البيئية و خلق وعي بالمشكلة ، نحاول أيضا خلق اتجاهات جديدة ،و في نفس الوقت نسعى لتغيير اتجاهات البعض (خاصة رجال الصناعة و المعنيين بعملية التنمية) .كما نتطلع إلى التأثير على السلوك و قد تسعى لتحقيق كل هذه الأهداف المجتمعة في آن واحد، وقد نركز في مرحلة معينة تسليط الضوء فقط على المشكلات البيئية لإثارة اهتمام الجماهير بشكل عام ، و قد يكون هدفنا الرئيسي تغيير سلوك المسؤولين عن اتخاذ القرار، و كل هدف نسعى لتحقيقه يتطلب معالجة إعلامية مختلفة" . (21)

ولتحقيق هذه الأهداف يتطلب تبيان العلاقة بين النشاطات البشرية للأفراد وظهور المشكلات البيئية ،مما يؤدي إلى الأخذ بعين الاعتبار البعد البيئي عند قيامهم بأي نشاط .

5-2-تحديد جماعات الجمهور المستهدف:

نظرا لأن الجمهور كبير و متنوع، على القائم بالإتصال تحديد جماعات الجمهور المستهدف و ما يناسبها من مضمون الرسالة الإعلامية و إختيار الوسيلة الملائمة.

"فإذا كنا بصدد توجيه رسالة بيئية للجمهور العام، يتطلب إستغلال إمكانيات الإتصال للتعريف بالمشكلات البيئية و ما يتطلب على الفرد القيام به لعلاج هذه المشكلات، فمن الضروري إذن تقديم للفرد كل المعلومات الضرورية حول القضايا البيئية لكي يمارس الضغط على المسؤولين لتبني سياسات تنموية غير مضرّة بالبيئة كما قد يلجا بعض أفراد الجمهور إلى تكوين جماعات ضغط لمتابعة المشكلات البيئية بشكل يتسم بالاستمرار و لتنظيم و تعبئة الجماهير لتبني مواقفها .

كما أن تفهم العاملين في وسائل الإعلام للمشكلات البيئية يجعلهم يقدموا معلومات حولها و حلول لها للجمهور ،مما يساهم في الضغط على السلطة .

أما بالنسبة لصانعي القرار و رجال الصناعة إن أمكن الوصول إليهم بالمضمون العلمي يزداد إحتمال تبني سياسة سليمة بيئيا و يمكن التأثير على سلوكهم.

كما أن مناقشة قضايا البيئة من طرف المتخصصين و الخبراء و توضيحها في الندوات ، يمكن توفير مادة علمية لوسائل الإعلام و استفادة صانعي القرار من هذا المضمون العلمي في توفير المعلومات .

كما لابد من التركيز على الأطفال و الطلبة ، باعتبار أن التأثير يكون سهلا على الأطفال أكثر من الكبار و بإمكانهم الضغط على أولياء أمورهم للمحافظة على البيئة ،بالإضافة للمرأة التي لديها وعي بيئي قادرة على أن تزرع هذا الوعي في أطفالها و أسرتها" (22).

و في ضوء ما تقدم، يمكن القول أن كل شرائح المجتمع معنيون بحماية البيئة، فهي قضية مجتمعية ولا تقتصر على الحكومة فقط، إلا أنه يتطلب على الصحفي عند إعداد الرسالة الإعلامية أن يراعي المستوى العلمي والإجتماعي والثقافي لكل جماعة مستهدفة، فانطلاقا من معرفة القائم بالاتصال تركيبة المجتمع وثقافته وعاداته وأرائه حول البيئة يمكن تحديد الإتجاهات والسلوكيات السلبية المضرّة بالبيئة، و تبيان السلوكيات البيئية الإيجابية التي يجب أن يقوم بها الأفراد عند تفاعلهم مع بيئتهم وعرض ذلك في برامج إعلامية مختلفة (رسوم متحركة ،أفلام وثائقية ،أخبار...) تتناسب مع كل فئة من فئات المجتمع ويكون ذلك بتوظيف معلومات سهلة و بسيطة لكي يفهم المتلقي القضية البيئية فهما صحيحا ،وبذلك يصبح الجمهور شريكا أساسيا في المحافظة على البيئة ،وليس مجرد هدف للبرامج الإعلامية ونتيح له الفرصة للمشاركة في اتخاذ القرار .

5-3- الأساليب الإقناعية في الرسالة الإعلامية لتنمية الوعي البيئي في الجزائر :

تعتبر الرسالة الإعلامية أكثر عناصر الاتصال فعالية وقدرة على الإقناع لدى الجماهير ، لتغيير أفكارهم واتجاهاتهم وسلوكياتهم السلبية القائمة وخلق اتجاهات وسلوكيات إيجابية جديدة ولكن ذلك لا يتحقق إلا بتوظيف مختلف الأساليب الإقناعية كاستمالات التخويف ، تقديم شواهد وأدلة ، التكرار وغيرها من الأساليب التي تصل إلى رغبات وميولات المتلقي وتزداد أهمية هذه الأساليب عندما يتعلق الأمر بمعالجة مواضيع معقدة ومتشابكة كقضية البيئة لأنها ذات طابع علمي ومصطلحاتها علمية ومعقدة يصعب على الأفراد فهمها لا سيما ذو المستوى العلمي المنخفض .

1- استمالات التخويف:

تعتبر استمالات التخويف من الاستمالات الإقناعية التي يستعين بها القائم بالاتصال عند إعداد رسالة إقناعية لتنمية الوعي البيئي لأفراد المجتمع، وهي تركز بدورها على الأخطار أو النتائج غير المرغوبة فيها ويتأثر الأفراد بهذه الاستمالات بطرق مختلفة.

1- إثارة اليقظة والانتباه للمعلومات التي تؤثر على عمليات الإدراك والاهتمام وعلى عمليات السلوك، ويزداد استعداد الفرد للقيام بأعمال احتياطية استجابة لأي دلالة تشير بوجود الخطر، فلا بد أن يفهم الفرد ما يمكن أن يقوم به.

2-ازدياد الاحتياج للتأكيدات التي تبعث على الطمأنينة لكي يخفف التوتر العاطفي والتأكيدات المطمئنة

قد تحدث تغييرات على ما يعرفه الفرد وعلى سلوكه. ويحدث إدراك انتقائي للعبارات خاصة تلك التي تقلل الخوف والخطر.

3-يكون الفرد اتجاهها يعتبر حلا وسطا، يلتزم الحذر في نفس الوقت يشعر بالطمأنينة، ونجاح الاستمالة يتوقف على تطوير هذا الاتجاه. (23)

إن ذكر أخطار التلوث على صحة الإنسان تثير الخوف لدى المتلقي وتدفعه للاهتمام بنصائح القائم بالاتصال، مما قد يؤدي إلى مساهمته في الحد أو التقليل من مظاهر التلوث.

2- ذكر الهدف بوضوح أو ترك الهدف ضمنيا:

إن الرسالة التي تقدم سلسلة من الحجج المعقدة وغير المألوفة عن موضوعات غير المألوفة للأفراد الأقل ذكاءا، هذه الرسالة تصبح أكثر فعالية حينما تقدم نتائجها بشكل محدد عما اذا تركت للجمهور مهمة الخروج بالنتائج. (24)

ونجد أن الموضوعات المتصلة بالبيئة غير مألوفة ومعقدة، ولذلك فهي تحتاج أكثر لتقدم نتائجها بشكل محدد كتيبان المخاطر الصحية لظاهرة ثقب الأوزون وظاهرة الاحتباس الحراري .

3- استخدام الاتجاهات أو الاحتياجات الموجودة:

الفرد يكون أكثر استعدادا للاستماع إلى الرسالة الإعلامية التي تحقق احتياجات قائمة لديه فعلا عن الرسالة التي تسعى لخلق احتياجات جديدة. لذلك من الضروري إن أردنا تغيير سلوك الفرد أو اتجاهاته ربط الرسالة البيئية باحتياجاته القائمة، خاصة احتياجه لهواء نقي وماء نظيف وطعام غير ملوث وبيئة صحية (25).

فوسائل الإعلام باستطاعتها معالجة القضايا البيئية كباقي القضايا اليومية للفرد وربطها بمشكلاته الاجتماعية والإقتصادية والصحية مما يزيد من اهتمامه بها.

3- تأثير رأي الأغلبية:

كلما بدت المعلومات و كأنها تتفق مع الرأي السائد ازداد احتمال قبول الفرد لها، كذلك كلما بدت الرسالة وكأنها تعكس رأي الخبراء زاد تقبل الجمهور لمضمونها (26).

والمشكلات البيئية من المواضيع التي يرى الجميع على أنها خطيرة ونتائج التدهور البيئي دائما تكون سلبية على صحة الفرد والتنمية، ولتوضيح ذلك نشير إلى رأي العلماء والخبراء ونعرض الأبحاث والدراسات العلمية

المتعلقة بالبيئة ومكوناتها لتقديم التفسيرات الملائمة، كما تبين اهتمام الحكومة لمكافحة التدهور البيئي من خلال إصدار التشريعات والقوانين لردع السلوكيات المضرة بالبيئة.

5- تأثير تراكم التعرض والتكرار :

إن تكرار الرسالة من العوامل التي تساعد على الاقتناع، ولأن التكرار بدون تنوع يجعل تأثيرها يتناقص حتى يختفي بعد سبع أو ثمان مرات على المدى القصير، لذلك من الأفضل عند تخطيط حملات التوعية البيئية نقسم الموضوع إلى أفكار رئيسية وأفكار فرعية، ثم تناول كل فكرة محددة في رسالة وتكرارها لعدد محدود من المرات والانتقال لفكرة أخرى ، لأن التكرار بدون تنوع يقلل من التركيز في الرسالة أو الاستماع إليها، عكس التكرار بالتنوع فإنه يثير الجمهور باستمرار (27).

وفي هذا الصدد نشير إلى أن تكرار الإعلانات حول ضرورة المحافظة على المساحات الخضراء أو عدم رمي القمامات في الغابات والشواطئ للمحافظة على المكان، من شأنه أن يدفع الفرد للمشاركة في البرامج المخصصة لذلك وحثه على بذل الجهد لمواجهة المشكلات البيئية.

6- تقديم الرسالة لأدلة وشواهد :

استخدام الأدلة مرتبط عن قرب بإدراك المتلقي لمصداقية المصدر، وطبيعة الموضوع، ومما لاشك فيه أن موضوع البيئة معقد، والقضايا المطروحة لها طابع علمي لذلك من الضروري الاهتمام بتقديم أدلة وشواهد على الحجج التي نقترحها أو الآراء التي نقدمها وأيضا تأثير الأدلة أكبر على الجماهير التي تتسم بالذكاء أو الأكثر علما (28).

وبالتالي فاستخدام الأدلة العلمية ضروري لتذكير الأفراد بالأضرار التي تنتج عن الاستغلال غير الرشيد للموارد الطبيعية بشكل مستمر كتهب الرمال أو قطع الأشجار.

7- عرض جانب واحد من الموضوع مقابل عرض الجانبين المؤيد والمعارض:

بالنسبة للقضايا التي لها طابع علمي والتي تهدف للوصول إلى الجمهور أكثر ثقافة من الأفضل تقديم جانبي الموضوع ، وحينما نقدم مضمونا متصلا بالبيئة للصفوة أو لصانعي القرار أو للإعلاميين من الأفضل تقديم كل جوانب الموضوع والقضايا البيئية تختلف حولها وجهات النظر. (29) كالحديث عن الطاقة الشمسية لتحقيق التنمية المستدامة وتبيان جوانبها من حيث فوائدها للحد من ظاهرة التلوث وتكلفتها الاقتصادية.

وكل هذه الأساليب الإقناعية مجتمعة يمكنها من بناء رسالة ذات مرد ودية إقناعية ومؤثرة. والقضايا البيئية ومشكلاتها معقدة ومتشابكة تتطلب الدقة العلمية وفي نفس الوقت الاعتماد على البساطة والسهولة لفهمها أكثر من طرف المتلقي واستخدام كل الأشكال الصحفية والقوالب الفنية عند تقديمها لإثارة اهتمام الجمهور.

5-4- الوسيلة الإعلامية :

لقد انتشرت وسائل الإعلام بشكل واسع في المجتمع وأحدثت تغيرات اجتماعية ولها دور كبير في تلبية الاحتياجات المجتمعية و الفردية من خلال تفاعلها مع قضايا و مشكلات المجتمع منها قضية البيئة إلا أنها تختلف من حيث خصائصها و قدرتها التأثيرية ، و"على الرغم من الكم الكبير من الدراسات الذي اجري في الإعلام البيئي، على المستوى العالمي إلا أنها لم تحدد على نحو قاطع أي وسائل الإعلام أكثر تأثيرا من غيرها أو كيف يتعامل الجمهور مع التغطية الإعلامية البيئية إلا إن هناك اتجاها عاما يشير إلى قدرة الصحافة و التلفزيون في نشر المعلومات بكفاءة عالية"(30).

و إن لم تشير هذه الدراسات إلى الإذاعة إلا أنه لا يمكن تجاهل دورها الإعلامي الإيجابي في التعريف بالقضايا البيئية و توعية الأفراد بضرورة الحفاظ عليها و حثهم على التعامل معها بطرق رشيدة ، و ذلك لما تتميز به من خصائص إتصالية تفرد بها لاسيما منها المحلية التي تكون منبرا لانشغالات السكان .

في هذا الصدد تشير بعض البحوث إلى أن جمعيات البيئة ترى أن الصحافة هي أهم وسيلة إعلامية للتأثير في الرأي العام و المؤسسات الحكومية لصالح قضايا البيئة ، كما يرى **jim detjen** و هو صحفي متخصص في البيئة و القضايا العلمية أن لوسائل الإعلام دور أساسي في تزويد الجمهور بالمعلومات حيث أظهرت النتائج أن **78%** من الجمهور يحصلون على معلوماتهم البيئية من التلفزيون فيما يحصل **59%** على معلوماتهم البيئية من الصحافة ..."(31)

وفي هذا الصدد، نشير أن اختيار الوسيلة الإعلامية يتوقف أيضا على العديد من خصائص الجمهور كالمستوى التعليمي والثقافي "و إن كان التلفزيون من أكثر وسائل الإتصال قدرة على نقل الرسالة و الخبر و اللون و الصوت و الصورة و قدرته على التأثير ، فإنه ملائم أكثر للوصول إلى الجماهير العريضة و تعبئة الرأي العام، و الوصول إلى الأطفال و طلبة المدارس و لكن الوسائل المطبوعة لها أهمية كبيرة في الوصول إلى الصفوة و صانعي القرار، وهي ملائمة أكثر لتقديم المواد الطويلة و المعقدة ، و تتسم القضايا البيئية بالتعقيد تحتاج للشرح و التفسير كما أحيانا يتم إعداد البرامج التلفزيونية و الإذاعية بناء على تقارير صحفية" (32)

ويبقى التكامل و التنسيق بين هذه الوسائل ضروري لاسيما عند معالجة القضايا البيئية و هي معقدة و متشابكة و ذات طابع علمي يتطلب توظيف كل وسائل الإعلام الجماهيري أو الشخصي بشكل إيجابي لتوعية الجمهور و حثهم على المشاركة الشعبية في الحفاظ على البيئة.

5-5- القائم بالإتصال :

يعتبر القائم بالإتصال أحد العناصر الضرورية في العملية الإعلامية ،فهو من يقوم بإنتاج الرسالة الإعلامية في شكلها النهائي وتقديمها إلى الجمهور عبر وسائل إعلامية مختلفة،ويسعى دائما إلى تحقيق التأثير

على المتلقين ،لهذا يتطلب أن يكون مؤهلا ومتخصصا ويتميز بقدرات وكفاءات عالية تمكنه من معالجة القضايا البيئية ومشكلاتها من كل جوانبها وبطريقة موضوعية ويقدم البدائل والحلول للمتلقين.

" إن الصحفي لابد أن يكون كفاً في جميع الميادين السياسية ، الإيكولوجية ، الإقتصادية ، الكيميائية ، البيولوجية ، و يتقبل أن مشكلات البيئة نادرا ما تكون بسيطة و يحاول أن يكتب المقالات التي تساعد الجمهور أن يهندي بين هذه الآراء المتناقضة حول النقاط المثيرة للاهتمام" . (33)

إن عدم وجود صحفي متخصص في البيئة يؤدي إلى معالجة إعلامية تقتقد إلى التحليل والتفسير من كل جوانبها المتعددة ،كما أنه لا يتطرق إلى كل المشكلات فيبقى الفرد يجهل الكثير عن البيئة ومشكلاتها.

6-معوقات التغطية الإعلامية للقضايا البيئية و مشكلاتها و كيفية مواجهتها:

إن لوسائل الإعلام بنوعها (الوطنية و المحلية) دورا إيجابيا وفعالا في نشر و تنمية الوعي البيئي لأفراد المجتمع من خلال تزويدهم بالمعلومات والقيم والمهارات البيئية و إكسابهم إتجاهات إيجابية نحو البيئة، لدفعهم للمشاركة في الأنشطة المتعلقة بحماية البيئة إلا أنها عند أداء مهمتها تعترضها معوقات تحول دون تحقيق هدفها المتمثل في تغيير سلوكيات الأفراد اللامسؤولة اتجاه البيئة ، ومن بين هذه المعوقات نذكر ما يلي:

" فوسائل الإعلام إستطاعت توفير الأخبار منذ سنوات طويلة و زاد حجمها و دورها في الإتصال الجماهيري إذ، يمكن القول أن هذه الوسائل أدخلتنا في مجتمع المعلومات غير أن هذه الثورة الإعلامية ليست لها نتائج إيجابية فقط، بل أغرقت وسائل الإعلام و الجمهور في كم هائل من المعلومات و الأفكار مما أدت به إلى عدم قيامه باستجابة " (34).

و" قد أطلق "ويبي" على هذا الوضع مشكلة الإعلام الجيد الذي لا يؤدي إلى نتيجة و هذا الإعلام الذي يتم من خلال وسيط (وسائل الإعلام) يؤدي إلى معرفة عالية المستوى و لكن يصاحبه إحساس بالبعد عن الأحداث الهامة و عدم القدرة على التأثير عليها ". (35). و هذا ينطبق على القضايا البيئية و مشكلاتها إذ نجد أن الفرد الذي يتعرض لوسائل الإعلام يستقبل كما هائلا من المعلومات البيئية لا تساهم في دفعه للقيام بسلوك إيجابي نحو البيئة ،لأنها لا تقدم له البديل أو الطريقة الصحيحة التي يقوم بها حتى لا يضر بالبيئة وبذلك لا نتمكن من تغيير السلوكيات السلبية و العادات الخاطئة .

" والذي يزيد من الإحساس بعد الجدوى بالرغم من المعرفة الجيدة تأكيد وسائل الإعلام على دور المؤسسات و ليس على دور الأفراد كأدوات رئيسية للتنفيذ أو مواجهة المشكلات ، أي اعتبار المؤسسات مسئولة عن كل المشكلات الاجتماعية ،و عن إيجاد حلول لتلك المشكلات ، و يشجع نمط تقديم الأخبار في وسائل الإعلام مثل هذا الاتجاه أيضا ،فهذا النمط يهدف عادة إلى مكافأة القارئ...لمجرد قراءته " (36).

فعلى الرغم من الدور الحيوي الذي يمكن أن تقوم به المؤسسات المعنية بشؤون البيئة لأجل الحفاظ عليها، إلا أن تحقيق نجاحها مرهون بالتعاون و التنسيق مع الفرد باعتباره المسئول الأول عن التدهور البيئي لسبب قصور وعيه البيئي و "الذي يتحول إلى مجرد ملاحظ لا يشارك، فهو مستبعد وغير قادر على تحديد النتائج (37) و بالتالي هناك فجوة بين إدراك الفرد للمشكلات البيئية و بين سلوكه الذي في الغالب مضرا بالبيئة .

ولتخطي هذه المعوقات يوجد نموذجين أكثر فعالية للتأثير على سلوك الفرد:

النموذج الأول يتمثل في الإعلان الذي ينجح في التأثير على السلوك فالإعلان يدعو الفرد للمشاركة فهو يقدم سلعة أو خدمة ، ويقترح أن يستخدمها الفرد في حياته .

النموذج الثاني فهو الطريقة التي يتعامل بمقتضاها ذوا النفوذ مع مضمون وسائل الإعلام و استغلال الضغط الجماهيري لجعلهم يحققون المصلحة العامة (38) إن استخدام هذين النموذجين يساعد على دفع الأفراد للمشاركة في حماية البيئة.

وعلى هذا الأساس فإن التغطية الإعلامية للقضايا البيئية في الإعلام الجزائري " قائمة على الإثارة المرتبط بالآزمات حيث يكتفي بعرض الجوانب الصارخة في الأحداث البيئة و تغيب الإشارة إلى الأسباب و ينتهي الإعلام بانتهاء الحدث دون الحرص على متابعته أو تفسير آثاره ، و توصف هذه المعالجة بالآنية و المتسربة و الاهتمام البيئي هنا لا يزيد عن كونه استجابة لما تفرضه احتياجات السوق الإعلامية و ليس نابعا من خطة مكرسة لحماية البيئة " (39). وهيمنة هذا النموذج ترجع حسب رأينا إلى عدم تخصص القائم بالإتصال وتعقد موضوع البيئة فيركز على الأخبار دون تحليلها أو تفسيرها فلا يؤدي ذلك إلى تنمية الوعي البيئي .

أما النموذج المطلوب الإعتماد عليه لتنمية الوعي البيئي لأفراد المجتمع يقوم على " التغطية الإعلامية المستمرة و المتكاملة لقضايا البيئة حيث تتسم التغطية بالاستمرارية مما يستلزم معها الشمولية و المتابعة ولا تقتصر التغطية على الآزمات البيئية ، و يطرح هذا النموذج نمطين من أنماط المعالجة الإعلامية للبيئة هما: النمط التعليمي و النمط التربوي النقدي و في الأول لا يكفي مجرد نشر الحقائق و المعلومات عن البيئة ، ولكن يجب توعية الجمهور بحقوقه البيئية و المسؤوليات المترتبة على هذه الحقوق ، و يضيف النمط التربوي النقدي إلى النمط السابق اهتمامه بمحاولة إشراك الجمهور في عملية تقييم الموضوعات البيئية التي تنشرها أو تذيبها وسائل الإعلام و من ثم تتزايد فرص المشاركة الإيجابية من جانب المتلقي في حل المشكلات البيئية " (40) و خلال عرض هذين النموذجين يتبين لنا حسب رأينا عمليا وتطبيقيا أنها أكثر واقعية يمكن أن نستفيد منها فالنمط الأول يبين مسؤولية الفرد تجاه البيئة أما النمط الثاني فيؤكد على مشاركته في الأنشطة المتعلقة بالبيئة مما يزيد من إمكانية نشر وتنمية الوعي البيئي وبالتالي تكوين فردا واعيا بيئيا.

الخاتمة:

وفي ضوء ما تقدم، يمكن القول أن المشكلات البيئية ترجع أساسا إلى سلوكيات أفراد المجتمع اللامسؤولة اتجاه البيئة نتيجة الإختلال القيمي لديهم، وكلما زادت هذه المشكلات تعقدت حياتنا وأصبح من الصعب علينا تلبية حاجياتنا المختلفة فهي ترتبط بمشكلاتنا الصحية والنفسية والاجتماعية والاقتصادية ولا يمكننا بذلك تحقيق أهداف التنمية باعتبار أن العلاقة بين البيئة والتنمية وطيدة .

لهذا يتوجب على وسائل الإعلام بنوعها (الوطنية والمحلية) أن تقوم بإعداد برامج إعلامية هادفة وفعالة لإثارة اهتمام الجمهور بقضايا البيئة ومشكلاتها وتهدف إلى نشر وتنمية وعيهم البيئي من خلال تزويدهم بالمعلومات والاتجاهات والمهارات والقيم البيئية التي توجه سلوكياتهم نحو حماية البيئة.

وحتى تساهم وسائل الإعلام في تغيير سلوكيات الأفراد اتجاه البيئة لا بد من وجود صحفي متخصص، لا يكتفي بتقديم تغطية إخبارية جزئية تركز على المشكلات البيئية الآنية، وتتوقف عند الوصف السطحي لها والعرض البسيط للمعلومات، وتفتقر إلى معالجة إعلامية من كل الجوانب بطريقة موضوعية ودقيقة، بل تسعى لتوضيح أسباب حدوثها ودور الأفراد والهيئات المسؤولة لمواجهتها وعلاقتها بالجوانب الأخرى الاقتصادية والصحية والاجتماعية، لأن قضية البيئة لا يمكن فهمها إلا في السياق الاجتماعي والاقتصادي والثقافي للمجتمع .

وإن الوعي البيئي يعد في الجزائر أمرا ضروريا لا بديل عنه للمحافظة على البيئة لأن قضية البيئة مازالت غير مفهومة عند الكثير من الأفراد كما أنهم لا يهتمون بها، مما يتطلب تضافر و تكامل وسائل الإعلام بكل أشكالها لنشر وتنمية الوعي البيئي لحماية البيئة من التدهور و المحافظة على التوازن البيئي.

الهوامش والمراجع المعتمدة:

- 1- صالح بن محمد الصغير: الاتجاهات والأطر النظرية لعلم الاجتماع البيئي ودورها في الأبحاث البيئية "دراسة نظرية"، ص 11، 10، www.Docs.Ksu.edu.sa/KSU_AFCs/Alsoghair10
- 2- المرجع السابق، ص 12
- 3- المرجع السابق، ص 13، 12
- 4- إحسان حفطي: علم اجتماع التنمية، مصر، دار المعرفة الجامعية، 2003، ص 385.
- 5- محمد عبد الرحمن فهد الدخيل: "الوعي البيئي لدى المتعلمين الكبار في منطقة الرياض" مجلة تعليم الجماهير، المنطقة العربية للتربية والثقافة والعلوم، العدد 47 ديسمبر 2000، ص 56.
- 6- المرجع السابق، ص 56.
- 7- المرجع السابق، ص 57.
- 8- المرجع السابق، ص 57.

- 9- جمال الدين السيد علي صالح: الإعلام البيئي (بين النظرية والتطبيق)، الإسكندرية مركز الإسكندرية للكتاب، 2003، ص 93.
- 10- بسيوني إبراهيم حمادة: دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام، الطبعة الأولى، القاهرة، عالم الكتاب، 2008، ص 515.
- 11- المرجع السابق، ص 516.
- 12- المرجع السابق، ص 516.
- 13- M .Hamed REBAH : les risques écologiques en Algérie quelle riposte ? , Algérie, les éditions APIC, 2005 , P185
- 14- Ibid.P198
- 15- نجيب مصعب : البيئة في وسائل الإعلام العربية
http://www.ennow.net/_img/13amBii.doc
- 16- المرجع السابق
- 17- المرجع السابق
- 18- المرجع السابق
- 19- محمد معوض: دراسات في الإعلام الخليجي، الكويت، دار الكتاب الحديث، 2000، ص 126، 128.
- 20-henryH.Schulte ;MarcelP.Dufresne : pratique du Journalisme nouveaux
Horizons.france.1994.P258
- 21- جيهان رشتي: القضايا البيئية وفنون الإقناع، في كتاب الإعلام العربي وقضايا البيئة، القاهرة، معهد البحوث والدراسات العربية، 1991، ص 151، 152.
- 22- المرجع السابق، ص ص 153، 152.
- 23- المرجع السابق، ص 159، 160
- 24- المرجع السابق، ص 161، 160
- 25- المرجع السابق، ص 161
- 26- المرجع السابق، ص 161
- 27- المرجع السابق، ص 161
- 28- المرجع السابق، ص ص 161، 162
- 29- المرجع السابق، ص 162
- 30 - بسيوني إبراهيم حمادة، مرجع سبق ذكره، ص 514
- 31 - المرجع السابق، ص 515

32 - جيهان رشتي ، مرجع سبق ذكره ،ص154

33 - henryH.Schulte ;MarcelP.Dufresne Op.CIT.p .239

34 - Christan Bylon, Xaver Mignot : La communication, 2éme édition, Nathan / Her, 1999,
p175

35 - جيهان رشتي ، مرجع سبق ذكره ،ص163

36 - المرجع السابق ، ص164

37 -المرجع السابق ،ص165

38 -المرجع السابق ،ص ص168،170

39 - بسيوني إبراهيم حمادة ،مرجع سبق ذكره ،ص 517

40 -المرجع السابق ،ص 518