

## الوعي الإعلامي بقضايا البيئة في الجزائر

عواد بن عودة ، فضيل حضري

1- جامعة ابي بكر بلقايد تلمسان ،

Benaouda1313@yahoo.com

2- جامعة ابي بكر بلقايد تلمسان ،

[Fodil\\_hadri@yahoo.fr](mailto:Fodil_hadri@yahoo.fr)

تاريخ الإرسال: 2020/02/12؛ تاريخ القبول: 2020/02/25

### Media awaareness of environmental issues in Algeria

**Abstract:** Media occupies an important place in any society because it has an effective role in shaping and activating the various aspects of life, linking channels of communication between individuals, peoples and nations and addressing issues related to people, and perhaps the prominent feature that distinguishes contemporary societies is an industrial one of which is The exacerbation of environmental and pollution problems that were the product of the economic development movement and manufacturing technology, and the causes of environmental degradation in developing countries in addition to scientific and technological limitations beyond social causes mainly related to the degree of environmental awareness and the availability of educational means that are One of the most important actors in dealing with environmental problems in such societies.

**Key words:** media; environment; environmental awareness; environmental media.

### المخلص:

يحتل الإعلام مكانة هامة في أي مجتمع من المجتمعات لما له من دور فعال في تشكيل وتفعيل مظاهر الحياة المختلفة، وربط قنوات الاتصال بين الأفراد والشعوب والأمم ومعالجة القضايا المتعلقة بالإنسان، ولعل السمة البارزة التي تميزت بها المجتمعات المعاصرة يسما الصناعية

منها هي تفاقم مشكلات البيئة و التلوث التي كانت نتاج حركة التنمية الاقتصادية و تكنولوجيا التصنيع، وتتعدى مسببات تدهور البيئة في البلدان النامية بالإضافة إلى القصور العلمي والتكنولوجي إلى مسببات اجتماعية تتعلق أساسا بدرجة الوعي البيئي ومدى توفر وسائل التوعية التي تعد إحدى أهم العناصر الفاعلة في التعامل مع مشكلات البيئة في مثل هذه المجتمعات.

**كلمات المفتاحية:** الإعلام ؛ البيئة ؛ الوعي البيئي ؛ الإعلام البيئي ؛

### مقدمة:

أصبحت قضايا البيئة في عصرنا الحالي متشابكة و مترابطة مع الكثير من القطاعات السياسية والاقتصادية والعلمية وغيرها،...فكان لازما على قطاع الإعلام أن يدخل البيئة في دائرة اهتماماته، لذلك ظهر الإعلام البيئي في البلدان الصناعية في ستينات القرن الماضي جراء ما وصلت إليه وضعية البيئة من تدهور...

والإعلام بات يلعب دورا لا يمكن أن يُستهان به في التعريف بأي قضية كانت ، وإظهارها للرأي العام لتأخذ حيزا من الاهتمام و تسليط الضوء عليها سواء من الدولة أو المجتمع.

أحدثت وقائع البيئة انتباه رجال الإعلام في كثير من المؤسسات الإعلامية بحيث أصبحت مادة مهمة تتناقلها وسائل الإعلام، وبخاصة عند وقوع الحوادث الصناعية أو الكوارث الطبيعية وغيرها، ..لقد تنامي الإعلام البيئي بعد انعقاد مؤتمر " استكهولم "عام 1972 ووصل إلى ذروته مع انعقاد قمة الأرض الثانية" بريو دي جانيرو "عام 1992، بحيث أصبح رهان حماية البيئة وتنميتها قائم على الإعلام البيئي.

ولقد أحدثت الثورة العلمية و التكنولوجيا التي أحرزها الإنسان تغيرات عميقة في بنية البيئة الطبيعية و عناصرها،مما نتج عنه تبعات و مشكلات خطيرة تبدو ملامحها واضحة في البلدان المتقدمة و النامية على حد سواء ،وحسب ما توصلت إليه الأبحاث العلمية فان البيئة لم تعد قادرة على تجديد مواردها الطبيعية ما يوحى بوجود اختلال في

أنظمة التوازن الإيكولوجي، ومسؤولية ذلك تقع على عاتق الإنسان و نشاطاته غير المدروسة.

تسعى البلدان الصناعية إلى إيجاد وسائل لمكافحة التلوث و معالجة مضاره من خلال إعادة النظر في برامجها التنموية و العمرانية و الاجتماعية في محاولة منها لتحقيق تنمية في إطارها المستديم في المقابل لا زالت سياسة التنمية في البلدان النامية في أطوارها الأولى ذات تكنولوجية متخلفة و هو ما يزيد من تفاقم و حجم مشكلات البيئة ، فضلا عما تعانيه من مشكلات اجتماعية كانتتشار الأمية و الجهل و الفقر و البطالة و تفشي الأمراض و الأوبئة.

### الإعلام:

وهو من أهم الأدوار التي يمكن أن تقوم بها وسائل الإعلام، ذلك أن بناء الإطار المعرفي للفرد في واقعه الاجتماعي إنما يعتمد في الأساس على خبراته المباشرة و غير المباشرة بالواقع الاجتماعي المحيط به، ونظراً لصعوبة اعتماد الأفراد على خبرات مباشرة في فهم هذا الواقع بحكم الحيز الزمني الذي يمكن أن يتوفر للإنسان، ومحدودية الفرص المتاحة له للتعرف على ما يحيط به على نحو مباشر، فإنهم يعوضون ذلك باعتمادهم على وسائل الإعلام التي تقدم للأفراد المعلومات عن واقعهم، وبذلك تساهم هذه الوسائل كغيرها من مؤسسات المجتمع في تشكيل إدراك الأفراد لواقعهم وأدوارهم في ذلك الواقع.

**تعريف الإعلام:** قد نعرفه على أنه " عملية نشر وتقديم معلومات صحيحة وحقائق واضحة وأخبار صادقة ووقائع محددة أفكار منطقية (حسن محمد عبد الرحمن، 2006، ص53) ويعرف " سمير حسين " الإعلام بأنه: كافة أوجه النشاط الاتصالية التي تستهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة، والمعلومات السليمة عن القضايا والموضوعات والمشكلات ومجريات الأمور بطريقة موضوعية بدون تحريف، بما يؤدي إلى خلق أكبر درجة ممكنة من المعرفة والوعي والإدراك والإحاطة الشاملة لدى فئات جمهور المتلقين للمادة الإعلامية، وبكافة الحقائق والمعلومات الموضوعية

الصحيحة عن القضايا والوقائع والموضوعات والمشكلات المشاركة والمطروحة (حسين عبد المجيد أحمد رشوان، 1993، ص 246).

وقد أصبح الاتصال الجماهيري قوة مؤثرة في حياة المجتمعات، ويلعب دورا هاما في مواجهة الكوارث والأزمات البيئية التي تعاني منها، وهناك تفاعل مستمر بين وسائل الاتصال الجماهيري والمجتمع حيث يؤثر ويتأثر بها فوسائل الإعلام تؤثر في اتجاهات الأفراد ومواقفهم بما ينعكس على سلوكياتهم.

**البيئة:** هي الوسط المحيط بالإنسان، والذي يشمل كافة الجوانب المادية وغير المادية، البشرية وغير البشرية، أي أنها تعني كل ما هو خارج عن كيان الإنسان، وهي بذلك تشمل كل ما يحيط به من موجودات، فالهواء، والماء، والأرض، والكائنات الحية المحيطة به، هي عناصر البيئة التي يعيش فيها، والتي تعتبر الإطار الذي يمارس فيه حياته ونشاطاته المختلفة. (محمد إسماعيل عمر، 2002، ص 29)

بالرغم من أنه لم يكن هناك اتفاق بين الباحثين والعلماء على تحديد معنى البيئة بشكل دقيق، إلا أن معظم التعريفات تشير إلى المعنى نفسه، فقد عرفها مؤتمر "«ستوكهولم» في جوان 1972 بأنها كل ما يتعلق بنمط حياة الإنسان في الوسط الطبيعي والصناعي. (عدنان أبو مصلح، 2006، ص 116)

أما البيئة في المعاجم الإنجليزية فلها مصطلحان متداخلان، وهي تعني مجموعة الظروف أو المؤثرات الخارجية التي لها تأثير في حياة الكائنات، بما فيها الإنسان. وقد أشار الأستاذان "رشيد الحمد" و"محمد صابارني" إلى أن البيئة هي ذلك الإطار الذي يحيا فيه الإنسان، ويحصل منه على مقومات حياته من غذاء وكساء ومأوى ويمارس فيه علاقاته مع أقرانه من بني البشر. (عدنان أبو مصلح، 2006، ص 119)

**الإعلام البيئي:** هو الجهاز الذي يمكنه أن يغرس حب البيئة لدى أفراد المجتمع وي طرح القضايا التي تهمهم في هذا الشأن، كما أنه يقوم بإيصال صوتهم إلى المسؤول لتكون حياتهم أكثر صفاء ونقاء، خاصة عندما يكون صدى الصوت مؤثرا وبنغمات متفاوتة وذات تأثير

إيجابي، لذلك فإنه يجب علينا جميعا أن نهتم بهذا النوع من الإعلام ونشجعه ونعمل على تحفيزه كي يستمر في العطاء.

" هو تعبير مركب من مفهومين هما الإعلام والبيئة ، و الإعلام البيئي هو الترجمة الموضوعية الصادقة للأخبار والحقائق البيئية ، وتزويد الناس بها بشكل يساعدهم على تكوين رأي صائب فيما يتعلق بقضايا البيئة (إبراهيم عبد الواحد عارف، 2008 ، ص29 )

و **الإعلام البيئي هو** " إعلام يسلط الضوء على كل المشاكل البيئية من بدايتها وليس بعد وقوعها، وينقل للجمهور المعرفة والاهتمام والقلق على بيئته. (جمال الدين السيد علي صالح ، 2003 ، ص93 )

أو هو ذلك الإعلام الذي يسعى إلى تحقيق أغراض حماية البيئة من خلال خطة إعلامية موضوعية على أسس علمية سليمة تستخدم فيها كافة وسائل الإعلام، وتخاطب مجموعة بعينها من الناس أو عدة مجموعات مستهدفة، ويتم أثناء هذه الخطة وبعدها تقييم أداء هذه الوسائل ومدى تحقيقها للأهداف البيئية لهذه الخطة الإعلامية.(أحمد ملححة، 2000، ص13)

### الوعي البيئي:

مع زيادة الضغوط الاجتماعية والاقتصادية على البيئة وعناصرها خلال نهايات القرن العشرين وبدايات القرن الواحد والعشرين في العالم بشكل عام، ازدادت الحاجة إلى إكساب الأفراد والجماعات الخبرة والدراية الكافيتان بعناصر ومكونات وقضايا وإشكالات البيئة، وفهم العلاقة التأثيرية المتبادلة بينها وبين الإنسان، وتقدير قيمة المكونات البيئية الأساسية المحيطة، والتعرف على المشاكل التي تعاني منها البيئة، والتدرب على حلها والوقاية منها من أجل تجنب الوقوع في مشكلات بيئية خطيرة مستقبلا، وما يترتب عنها، من أزمات اجتماعية، أو اقتصادية، أو سياسية في بعض الأحيان. فإذا تكاملت هذه العناصر مع بعضها شكلت لنا الوعي البيئي. (علي عبد الفتاح كنعان ، 2014، ص105)

**و الوعي البيئي يتكوّن من ثلاث مكونات، لابد من تكاملها من أجل الوصول إلى تكوين وعي**

**بيئي فعال، تتمثل هذه المكونات في:**

### **1التربية والتعليم البيئي:**

"والمقصود به خلق الكوادر السياسية والاقتصادية والفنية والعلمية القادرة على التعامل مع المشاكل البيئية المختلفة، وهي كأي منهج تعليمي له سياسته الخاصة من حيث إعداد المستويات المختلفة، ووضع البرامج والمناهج من أجل تعديل سلوك المواطنين نحو الاستخدام الرشيد للبيئة " ويبدأ التعليم من رياض الأطفال ويستمر خلال مراحل التعليم العام إلى التعليم الجامعي بشرط أساسي وهو وجود تكامل لأهداف البرنامج التعليمي والتربوي ."

### **2الثقافة البيئية:**

وذلك من خلال " توفير مصادر المعلومات ككتب ونشرات وإشراك المثقفين البيئيين في الحوارات والنقاشات المذاعة والمنشورة وفي الحوادث والنوازل والقضايا البيئية ذات الصلة المباشرة وغير المباشرة بالمجتمع خاصة ذات المردود الإعلامي.

### **3الإعلام البيئي:**

" هو أحد أهم أجنحة التوعية البيئية، وهو أداة إذا حسن استثمارها كان لها المردود الإيجابي

للرقي بالوعي البيئي، ونشر الإدراك السليم للقضايا البيئية، ويعمل الإعلام البيئي في تسيير فهم وإدراك

المتلقي لقضايا البيئة المعاصرة وبناء قنوات معينه تجاه البيئة وقضاياها . (علي عبد الفتاح كنعان ، 2014، ص106)

### **مهام الإعلام البيئي وأهدافه :**

والإعلام البيئي كأحد أوجه الإعلام المتخصص يؤدي مهام عديدة ، كما يرمي إلى تحقيق أهداف وغايات كثيرة ،

وتتمثل مهام الإعلام البيئي في النقاط التالية: (إسماعيل إبراهيم، 2001 ص 224\_225)

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

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

3/ الدعوة إلى ضرورة تحسين مستوى المعيشة وحفظ التنوع وخفض إستنزاف الموارد غير المتجددة ومراعاة الحفاظ على القدرة الإستيعابية للأنظمة الإيكولوجية ، وتغيير العادات و السلوكات البيئية السيئة.

4/ مواجهة العبث و الاستهتار وتعزيز قدرات الفئات الراغبة في التغيير للأفضل وتمكين المجتمعات من حماية بيئتها.

5/ العمل على كسب أصدقاء للبيئة والتنمية وتسلط الضوء على الإيجابيات والجهود المبذولة لحماية البيئة.

### وتتلخص أهداف الإعلام البيئي :

1/ طرح القضايا البيئية، وتقديمها بصورة مبسطة وشاملة للجمهور وتزويدهم بالمعلومات ذات الصلة بالبيئة، وإعلامهم بكل جديد محليا وعالميا من خلال نقل أهم الأخبار والمواضيع المتعلقة بالبيئة ومتابعة كل الإجراءات والقرارات التي تتخذها جهات ما في القطاعين العام والخاص ، ويكون من شأنها الإضرار بالبيئة ، وبالتالي الإسهام في الجهود التي تبذل للضغط من أجل وقف هذه المظاهر أو الحد منها.

2/ تشكيل الوعي البيئي بصورة إيجابية بهدف المساهمة في دفع المواطنين إلى تغيير سلوكياتهم الضارة بالبيئة ، والمشاركة بفعالية في رعاية البيئة ، من خلال دفع الناس إلى العمل الشخصي ، وتشجيعهم على الحوار وإيصال آرائهم إلى المسؤولين ، فيكون لهم رأي مسموع

يساهم في صنع القرار، وهذا يستدعي إقامة حوار تصل من خلاله آراء الناس إلى المسؤولين، كما يوصل للمسؤولين إيضاحات عن جدوى التدابير و الإجراءات التي تتخذها الحكومات والهيئات الرسمية لحماية البيئة .

3/ تبني وضع وتطوير برامج تعليمية وتربوية لحماية البيئة، والتوعية بقوانين حماية البيئة الصادرة عن الجهات

المسؤولة عن البيئة محليا و إقليميا وعالميا وبالتالي تحفيز الأفراد إلى التغيير نحو الأفضل عن طريق خلق طموحات مشروعة وممكنة، مع إيجاد ودعم والإتجاهات والقيم المناسبة، و إذكاء الحماس للتغلب على الصعاب والعقبات .

4/ تصحيح بعض المقولات والتصورات القاصرة في معالجة قضايا البيئة ومن ذلك النظر إلى قضايا البيئة على أنها تعني مظاهر التلوث ومصادره فقط، وكذلك مقولة أن التنمية تؤدي بطبيعتها إلى إهدار المصادر البيئية أو تلوث البيئة، فمن المهم الربط بين البيئة والتنمية، إذ أن تنمية البيئة وتطويرها وتحسينها يتيح الفرصة لأجيال الحاضر والمستقبل في حياة أفضل.

إنّ هدف الإعلام البيئي توعية الجماهير وأصحاب القرار على أهمية الحفاظ على البيئة الطبيعية وإدارة مواردها بتوازن من خلال التعامل الشخصي السليم للأفراد والمجموعات مع المحيط الطبيعي، ودمج الاعتبار البيئي في الخطط التنموية القومية، غير أن القرارات الكبرى التي تحدد مصير البيئة هي تلك التي تبقى في يد السلطة المركزية، و من هنا فإن توعية الجماهير لا تتوقف عند مجرد حثهم على العمل الفردي، بل تتجاوز ذلك إلى تزويدهم بالمعرفة و الدوافع لتشكيل رأي عام يحترم المنظومة البيئية ويضغط على أصحاب القرار لاعتماد خطط تنموية متكاملة تأخذ بعين الاعتبار.

والإعلام البيئي يعد حلقة أساسية لبلورة وتشكيل الوعي حيال قضايا البيئة ومشكلاتها، لكن يجب أن تتضافر الجهود بداية من التربية و التعليم البيئي، وصولا إلى وسائل الإعلام الجماهيرية حتى يمكن في



الأخير بلوغ الغايات و الأهداف المنشودة وتحقيق سبل الرشاد والوعي البيئي.

### نجاح العمل الإعلامي البيئي:

لكي يتحقق نجاح الإعلام البيئي في توفير المعلومات البيئية والتأثير على الجمهور المستهدف طبقا للأهداف الموضوعية لحماية البيئة، ينبغي أن يتم التنسيق والتعاون بين مختلف الوسائل الإعلامية للعمل في اتجاه واحد، ومن خلال خطة إعلامية متكاملة، مؤكدا على أن أولويات الاختيار لمضمون الرسالة، ولتحقيق ذلك الأمر يتطلب الآتي (جمال الدين السيد علي صالح ، ص 100 \_ 101):

**1 \_ السياسة الإعلامية للدولة:** ويتحدد في ضوءها علاقة وسائل الاتصال الجماهيري بالسلطة السياسية وما يرتبط بها من تحكم وتوجيه للسياسات الإعلامية ومدى قدرة وسائل الإعلام على مناقشة مظاهر التدهور البيئي وما يتعلق منها بالأداء الحكومي أو التلوث الناتج عن منشآت قطاع، فإن درجة الحرية المتاحة يتوقف على المعالجة الإعلامية لقضايا المجتمع.

**2 \_ السياسة البيئية للدولة:** ويتمثل في الاهتمام الذي توليه القيادة السياسية لمشكلات البيئة فهذا الاهتمام هو المحرك للمشكلات وللمتابعة الإعلامية مثلما أكدت الدراسات الإعلامية، فالتوسع في تغطية حدث بيئي ينبع من الاهتمام السياسي بها.

**3 \_ مستوى ونوع الوعي البيئي لدى القيادات الإعلامية:** ويحدد هذا المستوى مدى شعور القيادات الإعلامية بالمخاطر البيئية حيث تعتبر القضايا البيئية موضوعات موسمية.

**4 \_ اتساق الرسالة البيئية مع النسق القيمي:** إعداد الرسالة البيئية في ضوء السمات العامة للجمهور والفئات التي تنتمي إليها، كلما ارتبطت الرسالة بالبيئة بأوضاع المواطن وظروفه الاقتصادية والاجتماعية زادت فرصتها في القبول والإقناع.

**5 \_ يجب أن تكون أساليب التغطية الإعلامية واضحة ومحددة معتمدة على الحقائق والواقع مستخدمة كافة الأشكال الإعلامية.**

## خصائص الوعي البيئي

يرتكز الوعي البيئي على ضرورة تحديد مسؤولية الأفراد تجاه المنظومة البيئية من خلال التزود بالمعلومات والمعارف اللازمة وتطوير المهارات وصقلها لمواجهة المشكلات البيئية، ويتسم الوعي البيئي بخصائص معينة يمكن تلخيصها في النقاط الآتية :

1/ إن تكوين الوعي البيئي وتنميته لا يتطلب بالضرورة تربية بيئية نظامية، لأن البيئة المحيطة بالفرد لها أثرها الفعال في ذلك .

2/ الوعي البيئي يتضمن تلازم جانبيين: الجانب المعرفي والجانب الوجداني ، فبالرغم من أن الوعي البيئي يتصل بالجانب الوجداني، إلا أنه مشبع بالنواحي المعرفية المختلفة .

3/ الوعي البيئي لا يتضمن سلوكا إيجابيا نحو البيئة في كل الظروف ، إذ أن هناك الكثير من الأفراد على وعي تام بالأخطار والمشكلات البيئية ، إلا أنهم لا يتخذون إزاءها سلوكيات إيجابية.

## آليات تعزيز دور الإعلام البيئي :

إن قضية الحفاظ على البيئة من التلوث يجب أن تلامس وتخطب كل الناس الذين من الممكن أن يتنامى لديهم الوعي البيئي من خلال عدة وسائل وأساليب أهمها : (علي عبد الفتاح كنعان، ص132)

" 1- ضرورة إيجاد إعلام بيئي متخصص يستند إلى العلم والمعرفة والمعلومات، ويتطلب إيجاد المحرر الإعلامي المتخصص تخصصاً دقيقاً بالبيئة وجود مناهج دراسية للإعلام البيئي، سواء في الجامعات أم في دورات وورش عمل ترعاها وزارة البيئة أو مجلس النواب أو منظمات المجتمع المدني، كما بالإمكان الإعلان عن جائزة سنوية للإعلاميين البيئيين عن أفضل أعمال في الإعلام المقروء والمسموع والمرئي لتشجيع الإعلاميين على الخوض في هذا المجال.

2- الإسهام الإعلامي في إيجاد وعي وطني بيئي يحدد السلوك ويتعامل مع البيئة في مختلف القطاعات

3\_ أهمية تعاون جميع الوزارات والمؤسسات والهيئات في معالجة المشكلات البيئية وبالإمكان الاستفادة من التجارب العالمية في هذا

المجال وضرورة المشاركة في المنتديات والمؤتمرات الدولية في مجال البيئة والاستفادة من النقاشات والتوصيات التي تنتج عنها.

4-تعاون مراكز المعلومات البيئية لتزويد وسائل الإعلام المختلفة بالمعلومات الضرورية، فضلا عن آخر الدراسات والنشاطات الإقليمية والدولية والتعاون مع الجمعيات غير الحكومية ذات الصلة بالشأن البيئي ووضع خطة تعاون مشترك لمواكبة نشاطاتها خصوصا تلك التي تتطلب حملات توعية للعمل الشعبي التطوعي والاهتمام بالبيئة المشيدة، كالأثار التاريخية والحضارية وغيرها مما ينبغي الحفاظ عليه في مجال التراث.

5-ضرورة وجود لجنة عليا للإعلام البيئي لرسم السياسات والخطط والبرامج وتنظيم حملات إعلامية بيئية للمواضيع الهامة الطارئة أو ذات الأولوية بالتعاون مع الجهات المعنية .

### دور الإعلام في مواجهة الظاهرة البيئية :

يحدد دور الإعلام في مواجهة ظاهرة من الظواهر البيئية عوامل منها :

1-الغزارة والكثافة في الرسائل الإعلامية البيئية وهو ما يزيد من التنافس بين الرسائل الأخرى، وبالتالي تزداد جهود تقديم رسائل أكثر من قدرة الجمهور على استيعابها ومتابعتها، كما أن هذه الرسائل تتعدى الحدود الجغرافية وحدود السيادة الوطنية للدول.

2-سيكولوجية الظاهرة البيئية حيث يصبح حادث بحري لناقلة نطف مثلا هو أكثر ما يشد الانتباه، ويستدعي هذا الحدث استجابات وردود فعل وإبراز الحاجة للشعور بالطمأنينة والحاجة إلى معرفة تطورات الحدث، ويصبح هذا الأخير محل الأحاديث اليومية وبالتالي يزداد الاستهلاك الإعلامي لهذه الظاهرة.

3-تزايد البعد الإعلامي في إدارة الظاهرة البيئية والمقصود به استمرارية الإعلام في ممارسة الظاهرة كالتلوث والتصحر واحتمال تغير المناخ مثلا، وهذا ما يفسر تعدد وتوسع علاقة الإعلام بالعلوم الأخرى.

4-التعدد والتكامل في الأداء الإعلامي أثناء الظاهرة بحيث تسعى كل وسيلة إلى إنجاز مهامها ووظائفها المحددة في إعلام الظاهرة بما يتناسب ونوعيتها وشخصيتها وجمهورها.

### نماذج الاهتمام الإعلامي بالبيئة :

تشير الخبرة العالمية في هذا المجال إلى وجود نموذجين رئيسيين يسيطران على خريطة الاهتمام الإعلامي بالبيئة في شمال العالم وجنوبه، يعتمد النموذج الأول على الاهتمام الموسمي المؤقت ، المرتبط بالأزمات و النكبات البيئية ،وغالبا ما يصاحبه نمط التغطية الإعلامية القائم على الإثارة و الاكتفاء بالجوانب الصارخة في الأحداث البيئية ،وتحاشي الإشارة إلى الأسباب مع الميل إلى التحويل و المعالجة السطحية علاوة على انتهاء الاهتمام الاعلامي بانتهاء الحدث و عدم الحرص على متابعة أو تفسير آثاره . (عواطف عبد الرحمان ، ب س، ص 285)

ولاشك أنّ هذه المعالجات المبتورة و المتعجلة لا تعرض المشكلات و القضايا البيئية في سياقها الصحيح مما يؤدي إلى التضليل أحيانا، علاوة على تشويه الوعي البيئي .ويرى أصحاب هذا النموذج الذي مازال يسيطر على صفتي العالم شماله و جنوبه ، أنّ الاهتمام بقضايا البيئة لا يزيد عن كونه استجابة لما تفرضه احتياجات السوق الإعلامية ، وقد يفسر ذلك كثيرا من السمات السلبية التي يتسم بها هذا النموذج الذي يستمد أسسه النظرية من المفهوم الغربي الذي يركز على الوظائف التسويقية للإعلام ، ويحصر أدواره في تلبية السوق دونما النظر إلى وظائفه التربوية و التنقيفية .

كذلك تخضع المعالجات الإعلامية لقضايا البيئة في إطار هذا النموذج لآليات المنافسة التي تفرضها السوق الإعلامية الغربية ، ويمكن الاستشهاد بالعديد من الأمثلة و أكثرها وضوحا مشاكل الجفاف و القحط في إفريقيا فقد لوحظ أنّه عندما أذاعت محطة bbc البريطانية أول تقرير عن المجاعة في اثيوبيا عام 1984 علقت صحيفة سن البريطانية التي تتميز باتساع قاعدة قراءها ( 11 مليون) بأنّها لا

تهتم بهذا الموضوع ولا تضعه على قائمة أولوياتها ولكن بعد مرور خمسة أيام نشرت مانشيتا عن السباق في انقاذ الأطفال ضحايا المجاعة في أنيوبيا ، وكذلك كان رد فعل شبكات الاذاعة و التلفزيون البريطاني بالنسبة لهذا الموضوع . ولعل ذلك يفسر مدى تأثير عوامل المنافسة الإعلامية التي تحدد مواقف وسائل الاعلام تجاه قضايا البيئة . (سلوى إمام و عاطف العبد ، 1991 ، ص 244)

أما **النموذج الثاني** للاهتمام بقضايا البيئة فهو يعتمد على النظرة المتكاملة لهذه القضايا ، سواء في علاقتها العضوية بالقضايا المجتمعية الأخرى ( السياسية \_ الاقتصادية \_ و الثقافية ) أو فيما تتميز به من سمات الاستمرارية وعدم الانقطاع مما يستلزم معالجات إعلامية تتسم بالشمول و متابعة إعلامية متصلة وغير متقطعة ، ولا تقتصر فقط على الأزمات و النكبات .ويطرح هذا النموذج نمطين من أنماط المعالجة الاعلامية للبيئة: وهما النمط التعليمي و النمط النقدي ،ويرتكز النمط التعليمي على رؤية ترى أنّ نشر المعلومات الصحيحة عن البيئة ليس كافيا بل لابد من توعية الجمهور بحقوقه البيئية و المسؤوليات المترتبة على هذه الحقوق ،أما النمط النقدي فهو يضيف إلى النمط السابق اهتمامه بمحاولة اشراك الجمهور في عملية تقييم الموضوعات البيئية التي تنشرها و تذييعها وسائل الاعلام بحيث يسهم المتلقي في تقديمها أو تطويرها . ( عواطف عبد الرحمان ، ب س ،ص 287)

ويتميز هذا النمط في معالجة قضايا البيئة بقدرة أصحابه من الاعلاميين و الصحفيين على تقديم رؤية نقدية لكافة أشكال التضليل الاعلامي التي يقدمها أنصار النموذج الأول ، كذلك يمتلكون القدرة و الامكانيات المعرفية على مواجهة ادعاءات الحكومة وأصحاب المصالح التجارية و الصناعية الذين يحاولون تجميل سياساتهم و مشروعاتهم الضارة بالبيئة.

وتتميز التغطية الاعلامية لقضايا البيئة في إطار هذا النموذج بالطابع التربوي الذي يراعي التدرج في عرض المشكلات البيئية و نشر إسهامات الجماعات غير الحكومية و متابعة الأزمات البيئية بصورة علمية هادفة طويلة النفس مع تجنب التهويل أو المبالغة . ( عواطف عبد الرحمان ، ب س ، ص 289)

### دور التربية في تكوين الوعي البيئي:

للتربية البيئية، الدور الفعال في تكوين الوعي البيئي، وقد بدأ الحديث عن أهميتها منذ انعقاد مؤتمر اليونسكو لعام 1968 وتؤكد ذلك عند انعقاد مؤتمر الأمم المتحدة حول البيئة الإنسانية باستكهولم عام 1972

ومن خلال التعليم البيئي يمكن إقرار سلوك بيئي لدى الفرد عن طريق تزويده بالمعلومات اللازمة وإكسابه القيم والمهارات المؤدية إليه.( لطيفة السليم ، 1995، ص78)

وأكد المختصون من التربية والتعلم عام 1975 في بلغراد بالتعاون مع البرنامج IEEP الولي البيئي وصدر ميثاق يسمى ب" ميثاق بلغراد "ويؤكد على ثلاثة نقاط رئيسية:

1.تشجيع الدراسات والبحوث العلمية حول البيئة.

2.الاهتمام بالتربية البيئية بواسطة وسائل الإعلام المتعددة.

3.تدريب وتكوين الكفاءات والخبرات في مجال البيئة.

ونظمت اليونسكو بالتعاون مع برنامج الأمم المتحدة للبيئة عام 1972 مؤتمرا في مدينة تبليس "بالإتحاد السوفييتي تمخض عنه إصدار إعلان يضم 11 مبدءا إرشاديا، ووضع مبادئ أساسية للتربية وهي كالآتي:

1. وحدة البيئة وترابط أبعادها الطبيعية والاقتصادية والسياسية والثقافية...
2. التربية البيئية عملية مستمرة طوال الحياة في المدرسة أو خارجها.

3. التركيز على الأوضاع الراهنة والتوقعات المحتملة  
والتركز على الصعيد المحلي الإقليمي والدولي.

### المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة في الجزائر :

إنّ الحديث عن قضايا البيئة في وسائل الإعلام الجزائرية ظل مهملًا لفترات طويلة من الزمن ، و أن الاهتمام بهذا الموضوع يعتبر حديثًا نسبيًا مقارنة مع حجم التدهور الذي تعاني منه مناطق كثيرة من الوطن ، و من تم فانه ينبغي توجيه و ترشيد السلوك البيئي للفرد الجزائري بما يدفعه إلى المشاركة الجادة في حماية البيئة و المحيط الذي يعيش فيه.

كانت المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة منذ عدة عقود من الزمن مقتصرة على بعض الجوانب، فقد كان نصيب مواضيع البيئة من مساحات الإعلام ضئيلا جدا، وتبقى الحوادث الخطيرة وبعض المشاكل كالماء والأرض والتصحر، وغيرها مما يشد انتباه الرأي العام مظهرا نادرا يجسد اهتمام وسائل الإعلام بقضايا البيئة.

بدأ نوع من الاهتمام في الحق بالإعلام البيئي في الفترة الأخيرة، ونلمس ذلك من خلال قانون البيئة رقم 03\_10 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بحماية البيئة في إطار التنمية المستدامة، وقد جاء في بابه الثاني المتعلق بأدوات التسيير 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 وكيفية إبلاغها."

وتتعلق المادة 08 من هذا القانون بضرورة تبليغ المعلومات إلى السلطات المحلية أو السلطات المكلفة بالبيئة حول كل ما يؤثر بصفة مباشرة وغير مباشرة على البيئة والصحة العامة. وتنص المادة 09 على حق المواطن في الحصول على المعلومات حول الأخطار التي

يتعرض لها في بعض المناطق، وكذا تدابير الحماية التي تخصه. (قانون البيئة، الجريدة الرسمية، 43، 20 جويلية 2003، ص10)

والتناول الإعلامي لقضايا البيئة في الجزائر ليس جديدا ولكن الجديد فيه هو ازدياد حجم الاهتمام الإعلامي بهذه القضايا، وفي الواقع المعاصر الذي ارتبط بالتقدم العلمي والتكنولوجي وانعكاسها إيجابيا أو سلبيا على البيئة الطبيعية والصحة العامة للإنسان. ودرجت الاهتمامات البيئية ضمن برامجها ومشاريعها، وكان كل هذا محل متابعة رجال الإعلام حتى صارت البيئة من يوميات الصحافة وبرامج الإذاعة والتلفزيون، وظهر جمهور مهتم بمثل تلك القضايا.

وما كان على وسائل الإعلام الجزائرية بحال من الأحوال إلا العمل على توفير المعلومات العلمية وإيصالها إلى الجماهير والتأثير فيهم.

والبيئة في الجزائر مثلها مثل باقي دول العالم تعاني من العديد من المشكلات التي يتسبب فيها الإنسان من خلال سلوكياته اللامسؤولة وسوء معاملته لها، وحتى يتم تدارك هذا الوضع، لا بد من نشر الوعي البيئي بين أفراد المجتمع الجزائري، وعملية نشر الوعي البيئي هي مسؤولية عدة مؤسسات مجتمعية، حيث تقوم كل مؤسسة بدور مهم وبارز، ويكمن دور الفرد في الحفاظ على البيئة وحمايتها، في تجنب السلوكات المضرة بالبيئة وتحسين معاملته اتجاهها. وذلك لا يتم إلا من خلال وعيه بأهميتها وبضرورة الحفاظ عليها نظيفة، سليمة، خالية من أي تلوث، حتى يتسنى له العيش في رفاحية، ويضمن بالمقابل حق الأجيال القادمة في العيش الكريم.

غير أن هذا الوعي البيئي غير متوفر لدى جميع الناس، فالنقص في الوعي البيئي بين الناس من أهم الأسباب التي أدت إلى حدوث المشكلات البيئية الراهنة. وحتى يتم التقليل من حدة هذه المشكلات والحفاظ على ما يمكن الحفاظ عليه من موارد البيئة وثرواتها، لا بد أن يتم نشر الوعي البيئي بين كافة الناس، على اختلاف مستوياتهم الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والتعليمية، وعلى اختلاف الوظائف والمناصب التي يحتلونها.



وهنا يظهر دور الإعلام في نشر الوعي البيئي، فالإعلام بوسائله الجماهيرية المختلفة: المكتوبة والمرئية والمسموعة، يعتبر من أهم الوسائل التي يمكن الاعتماد عليها في نشر التوعية والتربية البيئية، عن طريق تقديم المعلومات والآراء والحقائق حول البيئة ومشكلاتها، والدور المطلوب من الفرد للمساهمة في تقليل الآثار السلبية لهذه المشكلات. كما يمكن للإعلام الوصول إلى جماهير عريضة من مختلف مناطق العالم، المتقدمة منها والمتخلفة، المدن أو القرى الصغيرة، بشكل لا تستطيع أساليب الاتصال الأخرى تحقيقه.

بالإضافة إلى تحقيق هدف من أهداف الإعلام البيئي وهو ظهور تجاوب مع الرسائل الإعلامية التي تسعى إلى تحقيق التوازن البيئي. و اتساع المساحة المخصصة لمواضيع البيئة في مختلف وسائل الإعلام الجماهيري وهو ما يعكس الاهتمام المتزايد للجمهور المتلقي للحصول على المعلومات البيئية. وتحقيق بذلك درجة واضحة من المزج بين الرسالة الاتصالية والإعلامية الموجهة لزيادة درجة الثقة من جانب الجمهور المتلقي فيما تقدمه وسائل الإعلام من معلومات بيئية.

يمكن القول بأن المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة أصبحت تتركز على قضايا مثل الحوادث والمؤتمرات وإدخال عنصر الإثارة والتهويل . والمعاب في هذا الصدد هو أن الاهتمام ينتهي بانتهاء الحدث، ويؤدي عنصر الإثارة إلى عدم دقة الأخبار وموضوعيتها وهو ما يعرقل سيرورة أهداف الإعلام البيئي.

تستطيع وسائل الإعلام المتعددة في الجزائر تبني جزءا كبيرا من مسؤولية التوعية البيئية لما لها من مقدرة فائقة على التأثير في الاتجاهات والسلوكيات، و لن يتأتى ذلك إلا بإدخال الأولويات البيئية ضمن البرامج الإعلامية و توفير المعلومات العلمية عن حالة البيئة و التلوث و تقديمها إلى الجمهور بشكل مستمر و مثير للانتباه، و التطرق بالمعالجة العلمية الدقيقة إلى كل جوانب الظاهرة البيئية لإعطاء تفسيرات و تأويلات و تمكين الجمهور من المشاركة الجادة في تداعيات قضايا البيئة. ولقد سارعت الكثير من مؤسسات الإعلام المقروء و المرئي و المسموع في الجزائر إلى تخصيص فضاءات لمعالجة البيئة و التلوث .

## أهم القضايا البيئية التي تعالجها وسائل الإعلام :

في دراسة أعدها مختصون في الإعلام بالولايات المتحدة حول القضايا البيئية الأكثر تناولا في وسائل الإعلام، تؤكد أن هذه الأخيرة عادة ما تعالج القضايا التالية :

1-الكوارث الإيكولوجية الناجمة عن الأخطاء والقصور العلمي للإنسان، كانهيار مصنع كيماوي أو تسرب إشعاعي أو حادث بحري لنقلات النفط... الخ، وما تسفر عليه هذه الحوادث من تدمير للبيئة وأخطار تهدد الإنسان.

2-التلوث جراء المخلفات التي تفرزها المنشآت الصناعية، أو تسرب المياه القدرة من مراكز إنتاج الطاقة أو من قنوات الصرف الصحي وأنواع أخرى من التلوث.

3-القوانين الجبرية والإجراءات التي تقوم بها السلطات التشريعية أو التنفيذية في مجال حماية البيئة والحد من درجة التلوث، وما يتبعه من قوانين وغرامات مالية ومتابعات قضائية ضد المتسببين في التلوث.

4-الأمراض والمخاطر الصحية والإصابات التي تنتقل إلى الإنسان جراء تلوث الهواء أو الماء أو التربة أو المواد الاستهلاكية.

5-الدراسات العلمية ونتائج البحوث الميدانية حول البيئة والمحيط وعلاقة ذلك بالسلطة السياسية ومدى استجابتها وتفاعلها مع تطبيق نتائج هذه الأبحاث.

6-المساعي السياسية لحماية مصادر البيئة الطبيعية ومواردها من الاستنزاف والإهدار وتأثيراته على البيئة والإنسان والاقتصاد.

7-أثر القطاعات الاقتصادية كالمنشآت الصناعية على البيئة الطبيعية والصحة العامة، كثيرا ما تعالج وسائل الإعلام بالدول المتقدمة هذه القضايا بشكل معمق وتحليل دقيق بحضور المسؤولين والمختصين والفئات الاجتماعية ومثلي الجمعيات والمنظمات وغيرهم ممن لهم توجه نحو حماية البيئة. لأن إعلامها يتميز بقدر كاف من حرية التعبير والرأي

هذا ما يجعل الإعلام البيئي عكس ما نراه في الدول النامية هو فقد تقتصر المعالجة الإعلامية لأحدث بيئي في إطار إخباري فقط.

في البلدان النامية غالبا ما يسجل التأخر الإعلامي في تناول الظاهرة البيئية ، أي أن وسائل الإعلام لا تبدأ في تناول الموضوع إلا بعد تعدد الشكاوي والتساؤلات من المواطنين عن سبب الظاهرة، مثال ذلك ما حدث في الفترة ما بين 19 أكتوبر و 02 نوفمبر 1999 عندما غطت سحابة الدخان الكثيف سماء " القاهرة " وما نتج عنها من حالات الخوف والهلع التي انتابت المواطنين الذين فزعوا إلى المسؤولين المختصين عبر التلفونات والفاكسات ووسائل الإعلام المختلفة يتساءلون عن حقيقة الأمر. (حسن أحمد شحاتة، 2000، ص167).

فالاهتمام الإعلامي بقضايا البيئة لم يتسع و يتنامى إلا بعد اكتشاف الآثار السلبية المدمرة للبيئة ، والناجمة عن التطبيقات المعاصرة للتكنولوجيا المتقدمة ، مما يستلزم وسائل الإعلام تسليط الضوء على مشكلات البيئة وخلق الوعي بقضاياها ومن هنا تبرز أهمية الإعلام البيئي ودوره الفاعل في نشر الثقافة البيئية والارتقاء بالوعي البيئي عبر وسائله المختلفة التقليدية، وكذا الحديثة خاصة تلك التي أفرزتها تكنولوجيا الإعلام و الاتصال، والتي راحت منذ ظهورها تستقطب جماهير واسعة ، وتقدم خدمات ومزايا لم يكن ليوفرها الإعلام التقليدي، حتى باتت تستخدم لغايات و أهداف تتجاوز مجرد الاستخدام العادي إلى أغراض أكثر وعيا ونضجا .

وعلى الرغم من الأهمية التي تتميز بها القضايا البيئية في الوقت الحالي، في ظل تزايد مشكلاتها في جميع أنحاء العالم بما فيها الجزائر، وضرورة المعالجة الإعلامية الجادة والفعالة لها في الصحافة الجزائرية كما في مختلف وسائل الإعلام الأخرى، إلا أن الإعلام الجزائري لا يولي المواضيع والمشكلات البيئية الأهمية اللازمة، حيث تكون معالجته للمواضيع البيئية وقتية غالبا ما تتعلق بالكوارث الطبيعية كالزلازل أو الفيضانات التي تتعرض لها الجزائر أو الدول الأخرى، كما تركز على التغطية الإخبارية التي تكون سطحية وتفتقر إلى الشرح والتفسير والتعمق في الموضوع وتناوله

من مختلف الجوانب، كما أنه لا يقوم بدوره في المساهمة في حماية البيئة من خلال نشر الوعي البيئي بين الأفراد.

### خاتمة :

إنّ تعميق أهداف التوعية البيئية وغرسها في سلوك عامة الناس للارتقاء بالمستوى البيئي في المجتمع ليس مهمة سهلة، لأن ذلك يتطلب إستراتيجية مبنية على أسس قوية من أجل تغيير نمط السلوك الفردي والجماعي وتطبيع عاداته تجاه البيئة. ويلعب الإعلام بوسائله المتعددة دورا هاما في تشكيل الوعي الصحيح في العقل الباطن لأفراد المجتمع، من خلال خطة ثقافية بيئية تتناسب والواقع الاقتصادي والاجتماعي للمواطن، وتؤكد من جديد أن الوعي الاجتماعي يعد درجة من درجات الوقاية المبكرة لاستفحال أي مشكلة.

فمسألة تكوين الوعي البيئي يقع الجزء الأعظم منها على عاتق وسائل الإعلام، لما لها من تأثير عميق في فئات المجتمع على اختلاف بنيته الاجتماعية وتركيبته الثقافية وظروفه الاقتصادية وطبيعة نظامه السياسي، ولا يمكن لوسائل الإعلام القيام بهذا الدور إلا من خلال :

1/ ضرورة توفير مصادر معلومات عصرية و متطورة من المشكلات و القضايا البيئية على المستوى المحلي و الاقليمي و الدولي .

2/ وجود قيادات إعلامية تملك رؤية متكاملة عن البيئة في إطارها الطبيعي و البشري و الاجتماعي و السياسي و ضرورة تقصي المخاطر البيئية دون مبالغة أو تهويل .

3/ إعداد كوادر إعلامية مؤهلة قادرة على التصدي لكافة العراقيل التي يضعها صناع القرار و القيادات أمام قضايا البيئة و الاهتمام بمتابعتها و معالجتها بصورة صحيحة و متكاملة.

### المراجع:

1. إبراهيم عبد الواحد عارف، (2008) ، الإعلام البيئي و أهمية إيجاد الوعي بمشكلات البيئة ، مجلة اتحاد إذاعة وتلفزيون الخليج ، العدد 72، ص29

2. أحمد ملحة ، (2000) الرهانات البيئية في الجزائر، الجزائر : مطبعة النجاح، ص135.
3. أحمد ملحة ، (2000) الرهانات البيئية في الجزائر، الجزائر : مطبعة النجاح، ص135.
4. إسماعيل إبراهيم، (2001) ، الصحفي المتخصص، القاهرة : دار الفجر، ص 224\_ 225
5. جمال الدين السيد علي صالح ، الإعلام البيئي بين النظرية والتطبيق ، مرجع سبق ذكره، ص 100\_ 101
6. جمال الدين السيد علي صالح ، (2003) الإعلام البيئي بين النظرية والتطبيق ، د.ط، الإسكندرية: مركز الإسكندرية للكتاب ، ص93
7. حسن أحمد شحاتة، (2000)، تلوث البيئة السلوكيات الخاطئة وكيفية مواجهتها ، ط 1؛ القاهرة : مكتبة الدار العربية للكتاب، ص167.
8. حسن محمد عبد الرحمن،(2006) الإعلام والاتصال، الإسكندرية: شركة رؤى للنشر والتوزيع ، ص53
9. حسين عبد المجيد أحمد رشوان،(1993) ، العلاقات العامة والإعلام من منظور علم الاجتماع، الإسكندرية : المكتب الجامعي الحديث، ص246
10. سلوى إمام و عاطف العبد، (1991)، الإعلام وقضايا البيئة - دراسة تطبيقية على جمهورية مصر العربية ، ص 244.
11. عدنان أبو مصلح(2006) ، معجم علم الاجتماع ، ط 1، الأردن: دار أسامة ، ص116 ، ص 119.
12. علي عبد الفتاح كنعان ، (2014)، الإعلام البيئي ، ط1، عمان: دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع ، ص 105 ، ص106، ص132.
13. عواطف عبد الرحمان ،( بدون سنة نشر) ،الإعلام العربي و قضايا العولمة ، بدون دار نشر، ، ص285، ص287، ص289.
14. لطيفة السليم ، (1995) ، دور الأسرة و المرأة و الطفل في الحفاظ على البيئة ، تونس: المنظمة العربية للتربية و الثقافة و العلوم ، ص78.
15. محمد إسماعيل عمر ، (2002) ، مقدمة في علوم البيئة، القاهرة : دار الكتب العلمية للنشر و التوزيع ، ص29
16. قانون البيئة، الجريدة الرسمية، 43( 20 جويلية 2003) ، ص10

للإحالة على هذا المقال:

- عواد بن عودة، فضيل حضري، (2021)، « الوعي الإعلامي بقضايا البيئة في الجزائر» . المواقف، المجلد: 17، العدد: 01، جويلية 2021، ص.ص 312-332.