المحتوى البيئي عبر الصحافة المكتوبة الجزائرية "جريدة الشروق اليومي نموذجا"

Environmental Content Through The Algerian Written Press "El Chourouk Newspaper Is A Model "

بن سولة نورالدين *	فنور بسمة	نوال لصلج
جامعة معسكر – الجزائر	جامعة قسنطينة 03 –الجزائر	جامعة سكيكدة –الجزائر
Noreddine.benssoula@univ-mascara.dz	besma.fennour@univ-constantine3.dz	n.lasledj@univ-skikda.dz

تاريخ الاستلام: 2022/09/22 تاريخ القبول: 2023/05/29

الملخص

من خلال هذه الدراسة نسعى إلى دراسة الإعلام البيئي بالجزائر من خلال الصحف المكتوبة كنموذج ، وقد استخدمنا تحليل المحتوى بشقيه الكيفي والكمي من خلال الإعتماد على الاساليب الوصفية لجريدة الشروق اليومي الجزائرية في تناولها للمواضيع والقضايا البيئية ، بالموازاة مع قياس شدة تعرضها لهذه المواضيع بأساليب إحصائية من التكرارات والنسب المئوية طيلة سنة 2021 .

إتفقت نتائج الدراسة مع مختلف الدراسات العربية وبعض الدراسات الإفريقية التي تصب في نفس الإتجاه من حيث التأكيد على ضعف الإهتمام الإعلامي بالبيئة بالنظر لتعقد الموضوع وتداخله مع كثير من المتغيرات الإقتصادية والسياسية وغيرها .

الكلمات المفتاحية:**الصحافة المكتوبة ، المشكلات البيئية ، المعالجة البيئية ، الإعلام ، البيئة، الإعلام البيئي.**

Abstract

Through this article, we seek to study environmental media in Algeria through written newspapers as a model. We have used the analysis of content in qualitative and quantitative terms by relying on the descriptive methods of Algerian daily newspaper Al-Shorouk in dealing with environmental topics and issues, in parallel with measuring the severity of their exposure to these subjects through statistical methods of repeats and percentages throughout 2021.

The results of the study agreed with various Arab studies and some African studies that are in the same direction in terms of emphasizing the weak media interest in the environment given the complexity of the subject and its overlap with many economic, political and other variables.

Keywords: **Written press; environmental problems; environmental treatment; media, environment; environmental media.**

* المؤلف المرسل: **نورالدين بن سولة** ، الإيميل: noreddine.benssoula@univ-mascara.dz

مقدمة:

يندرج الإعلام البيئي ضمن المحتوى المتخصص للإعلام الذي يتناول الأخبار والحقائق البيئية وتزويد الناس بشكل يساعدهم على تكوين رأي صائب في ما يتعلق بالقضايا البيئية ، كما يعمل على نشر الوعي البيئي لمختلف الفئات الإجتماعية من خلال الأوعية الإعلامية المختلفة مكتوبة، مسموعة ، سمعية بصرية، و الوسائل الرقمية المثمثلة في مواقع التواصل الإجتماعي والصحف الإلكترونية وغيرها ..(مجيطنة وفاء وآخرن ، 2019)

فوسائل الإعلام من أهم العناصر التي تسمح لنا بفهم البيئة المحيطة بنا ، وقد ظهرت الحاجة لهذا النوع من الإعلام بالتزامن مع التطور الصناعي في العالم الذي إنعكس سلبا على البيئة وساهم في تفاقم المشكلات البيئية التي إنعكست بدورها على حياة الإنسان الإجتماعية أو الصحية ، وهي مسألة أصبحت تدق ناقوس الخطر وتستوجب معالجتها بشكل عاجل للحد من تطورها وتهديداتها . بمعنى أن الإعلام البيئي هو عبارة عن نقطة تقاطع بين الإعلام كقوة محركة للمجتمع والمواضيع العلمية البيئية التي تستوجب معالجة خاصة ومصادر خاصة كذلك ، وهو ما يُعطي خصوصيةلهذا النوع من الإعلام مقارنة مع الأنواع الأخرى وفي نفس الوقت يضفي تهاون في تناول وسائل الإعلام خاصة في الوطن العربي للمواضيع البيئية (درويش مصطفى الشافعي).

من خلال هذه الورقة العلمية نسعى لقياس إهتمام وسائل الإعلام المكتوبة بالجزائر بالمواضيع البيئية ، وإخترنا جريدة الشروق اليومي كنموذج للصحف المكتوبة لأنها سجلت أعلى نسبة مقروئية بالجزائر .

تنطلق الدراسة من الإشكالية التالية :

إلى أي مدى يتم الإهتمام بالمواضيع البيئية عبر الصحافة المكتوبة الجزائرية ؟

تندرج تحتها الأسئلة الفرعية التالية :

- هل المواد الإعلامية البيئية بنفس الكثافة لبقية االمواضيع الإعلامية (السياسية ، الإقتصادية ، الرياضية ، الترفيهية ...) ؟
- هل تتم معالجة المواضيع البيئية في إطار علمي أم تغطية حدثية فقط ؟

1. الإطار النظري

1.1 مفهوم الإعلام البيئي

يقودنا الحديث عن مفهوم الإعلام البيئي أن نفهم الإعلام من خلال التعرف على مفهوم المجال الذي طوّره بورديو: أنّ المجال هو فضاء اجتماعي يتنافس فيه مجموعة من الفاعلين فيما بينهم من أجل السيطرة على المقدرات النادرة، التي تمثّل بالتحديد الأشكال المختلفة لرأس المال. **(bourdieu.1994 : 39)**

ويضيف بورديو أنّ المنافسة بين مختلف الأطراف الفاعلة تؤدي إلى هيكلة جدّ محددة للمعلومات والأنظمة، فهناك طرق مختلفة لمعالجة المعلومات تعدّ النافسة والبحث عن تحقيق السبق الصحفي أحدى هذه الطرق، إضافة إلى قوة الصورة في صناعة العرض وإحداث الإبهار الذي يحقق نسب مشاهدات مرتفعة، ويجب ان لا نغفل تعلّق طريقة معالجة المعلومات بالسياسات التحريرية للمؤسسات الإعلامية التي تقوم على مجموعة من القيم والمعتقدات المشتركة، كما يوصّف حالة العنف الرمزي التي تحدث في حالة عدم التناسق بين المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام وطبيعة المعلومات التي يبحث عنها الجمهور. **(bourdieu, 1994)** فعلينا ان نبتعد قليلا عن النقاش التقليدي حول الموضوعية والحقيقة، والتركيز على مبدأ الشرعية، شرعية الممارسة الإعلامية المستمدة من شرعية التواجد في المجال الإعلامي والشرعية مع الجمهور المستهدف.

هذا ويرتبط مجال الانتاج الإعلامي بعمل مجالات أخرى تسيطر عليه وتراقب عمله_مجالات اقتصادية وسياسية ليكون بذلك الانتاج الإعلامي هو تقديم العالم بطريقة انتقائية، يقدّم الحقيقة عبر مصفاة انتقائية التي هي محل مفاوضة بين الفاعلين الإعلاميين، والفاعلين السياسيين من ممثلي المؤسسات السياسية الحكومية وممثلي الإدارة المحلية وكذا المناضلين في مجال البيئة **(Marchetti D.2002 : 22-55)**.

يمكننا أن نميّز فرعا متخصصا في المجال الإعلامي يشكل في حدّ ذاته مجالا متخصصا ومحترفا يرتبط بالمجال الإعلامي ككل، كما يرتبط بقطاعات الأنشطة التي يختص بها وهو الإعلام البيئي، يخضع إنتاج المعلومات البيئية إلى مجموعة المصافي الانتقائية التي تحكمها مجموعة من العوامل الداخلية المتمثلة في السياسات التحريرية لوسائل الإعلام، ومجموعة من العوامل الخارجية المفروضة على الإعلامي المتخصص في مجال البيئة لاكتساب الشرعية والمصداقية لدى الفاعلين في مجال البيئة، هذه الشرعية التي تعد ضرورية للإعلاميين المسؤولين عن قضايا البيئة وهي شرعية مزدوجة لمواجهة المجال الإعلامي وأقسامه المتخصصة في وسائل الإعلام، وشرعية اجتماعية متمثلة في البيئة الاجتماعية التي تنشط فبه وسائل الإعلام، لذلك يعدّ الإعلام البيئي التزاما بموضوع البيئة الذي هو موضوع اجتماعي وسياسي معا، وسنحاول فيما يلي عرض مجموعة من التعاريف التي حاولت تحديد مفهوم الإعلامي البيئي نذكر منها: تعريف **Hervé Kempf** للإعلام البيئي على أنه ذلك المنهج من المعلومات الإعلامية الملتزمة نسبيا وبتقنيات إعلامية تتيح التحقق من المعلومات والسماح للخصوم بالتحدث. **(Baptiste. 2009 : p 157-190)** بمعنى أنه معالجة المعلومات التي تختص بموضوع البيئة معالجة إعلامية، بطريقة متوازنة تعرض الحقيقة وجانبي الموضوع بمنح فرصة للمعارضين للتعبير عن آرائهم وأفكارهم. كما عرفت اتفاقية أروس_المادة الثاني_

الإعلام البيئي بأنه: كل معلومة متوفرة في شكل مكتوب أو بصري، أو شفهي او إلكتروني أو أي شكل آخر يتضمن حلة عناصر البيئة كالهواء ومكوناته، المياه، الأرض، التربة، المناظر والمساحات الطبيعية...الخ (**Weicher, 1999, p. 5_7**) وهو تعريف ركز على طبيعة المعلومات المنشورة، وعلى مواضيع البيئة التي يمكن ان تتناولها تلك المعلومات، لكن ما نسجله على هذا التعريف انه لم يميّز بين الإعلام البيئي والاتصال البيئي.

من جهة ثانية يمكن النظر إلى الإعلام البيئي على أنّه جمع ونشر وإعلام الجمهور بالمعطيات المتعلقة بالوقائع والنشاطات والمشاريع التي يمكن أن تمسّ البيئة، وحقّ الاطلاع بكل حرية على المعلومات المتصلة بالبيئة، لاسيما تلك التي تخص الأنشطة المراد القيام بها والتي تحوزها الإدارات، ولا يجب أن يقتصر الإعلام على حالات التلوث فقط، بل يجب أن يشمل أيضا مجموع الوقائع التي من شأنها إلحاق الضرر بالبيئة كالاستغلال اللاعقلاني للموارد الطبيعية وانجراف التربة والزلازل...الخ. (**Maguelone, 1991, p. 68**) والملاحظ أن هذا التعريف قد شرح مراحل المعالجة الإعلامية التي تمر عبرها المعلومات حتى تصل للجمهور، مشيرا للحق في الحصول على المعلومات المتعلقة بالبيئة الذي يعتبر حقا من حقوق الإنسان كما هو الحال بالنسبة للحق في الوصول إلى المعلومة.

إضافة إلى ذلك يمكن أن يُعرّف الإعلام البيئي أيضا بأنه ذلك الإعلام الذي يسعى لتحقيق أغراض حماية البيئة من خلال خطة إعلامية موضوعة 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. (ملحة، 2000، صفحة 135) وقد تناول هذا التعريف مفهوم الإعلام البيئي انطلاقاً من الهدف الرئيسي الذي يسعى لتحقيقه، والمتمثل بشكل أساسي في حماية البيئة من خلال تنظيم حملات إعلامية مخططة، تستهدف جمهورا خاصاً أو عدة جماهير متخصصة، مع التأكيد على ضرورة متابعة مدى تحقق الأهداف المسطرة.

والإعلام البيئي بهذا المعنى هو عملية إنشاء ونشر الحقائق العلمية المتعلقة بالبيئة من خلال وسائل الإعلام، بهدف إيجاد درجة من الوعي البيئي وصولا للتنمية المستدامة. (مزاهرة، 2004، صفحة 15،16) وقد ربط هذا التعريف بين الوعي البيئي والتنمية المستدامة، حيث يقصد بالإعلام البيئي أنّه تلك العملية الإعلامية التي موضوعها البيئة، بهدف تحقيق درجة من الوعي البيئي الذي بدوره يساهم في تحقيق التنمية المستدامة، فهو يتوجه برسائله لكافة فئات المجتمع ويسلط الضوء على المشكلات البيئية بمعالجتها ونشرها عبر وسائل الإعلام.

2.1 أهمية الإعلام البيئي

يستمد الإعلام البيئي أهميته وفعاليته من خلال :

•القيام بمرافقة المحاضرات و الندوات العلمية التي تتناول المواضيع البيئية المختلفة ،
•التناول الإعلامي المتنوع (مكتوب ، سمعي ، سمعي بصري) ليصل إلى مختلف الشرائح الإجتماعية ،
• تخصيص حملات إعلامية مكثفة لمحاربة السلوكات التي تهدد البيئة ،
•تقديم التقارير والإحصائيات الرقمية بشكل دوري للكشف عن أهمية ومخاطر البيئة،
•رسم الصور الذهنية الإيجابية نحو البيئة لدى الأفراد من خلال مختلف الأنواع الإعلامية أخبار، روبورتاجات، افلام ..وغيرها ..
•مشاركة الجمعيات والنوادي والهيئات البيئية في النقاش الإعلامي (حدادي وليدة .2020: 344) .

3.1 المشكلات البيئية والتناول الإعلامي

تعتبر المشكلات البيئية أحد العناصر الأساسية لفهم وظائف وسيرورة وميكانيزمات الإعلام البيئي والأهم العوائق التي تقف أمامه ، إذ بدأ النقاش والقلق من المشكلات البيئية أو المخاطر البيئية خلال الربع الأخير من القرن الـ 20 ، وتقريبا هو نفس التاريخ الذي يؤرخ لإنطلاق الإعلام البيئي كتخصص علمي ،وكذلك هي الفترة التاريخية التي شهدت تطور علمي وصناعي وتكنولوجي بالعالم أدى لإستنزاف الموارد الطبيعية بدرجة خلقت إختلال في الدورة البيولوجية للكائنات من جهة ، وأدت لإرتفاع نسبة المواد الكيميائية المطروحة سواء في البر أو البحر أو الهواء فمن أهم المشكلات البيئية المطروحة على الساحة الإعلامية نذكر : ثلوث الهواء والمياه والبحار والمحيطات ، التصحر وتقلص المساحات الغابية ، البلاستيك ، إنقراض بعض الأنواع البيولوجية ، المحاصيل الزراعية المعدلة وراثيا، الحيوانات المعدلة وراثيا ، المبيدات الحشرية ، النفايات الكيماوية ، تغير المناخ وغيرها من القضايا التي تحتل حيزا هاما عبر وسائل الإعلام العالمية المختلفة ، ومنها ما هو مألوف وبسيط الفهم يكون على مستوى السلوكات الفردية التي يسهل توجيهها وتصويبها عبر وسائل الإعلام ومنها ما يشكل قضايا عالمية تحتاج لنقاش علمي وأخلاقي وفلسفي وإقتصادي **(Hansen ,A .2018)**. وحتى سياسي وعسكري ،وتناولها أو عدم تناولها عبر وسائل الإعلام أو تناولها بصورة غير كاملة ومشوهة يخضع لإعتبارات جد معقدة .

الهدف من هذا التقديم حول المشكلات البيئية وطرح الأمثلة السابقة هو توضيح مسببات هذه المخاطر والتي تكون في شكل صناعي أو غطاء إستثماري ضخم في صورة مجمع أو شركة صناعية ذات بعد دولي ، وهنا سيظهر التعارض بين المصالح البيئية وهذه المصالح

الإستثمارية والإقتصادية للدول والتي ستنعكس في التناول الإعلامي للقضايا البيئية بتعدد المصالح ويمكن إسقاط ذلك على المشكلات البيئية السابق ذكرها .

إضافة لذلك يوجد مشكلات بيئية تتمثل في الموارد الطبيعية و سوء إستهلاكها يؤدي مع مرور الوقت إلى نفاذها وإلحاق الضرر بالبيئة مثلا لو إفترضنا أن مخزون دولة من الفحم مقدر بـ 100 مليون طن ، ومعدل الإستهلاك السنوي للأسرة الواحدة هو 100 طن ، ومتوسط عدد الأسر الثابث في الدولة مقدر ب 10آلاف أسرة ، فإن معدل الإستهلاك السنوي للدولة من الفحم هو مليون طن ، ورصيدها المتبقي من المخزون بعد 60 سنة هو 40 مليون طن ، وبعد 100 سنة سيصبح مخزونها 00 (عصام & ناعسة 2008 :117) .، وفي حالة سوء الإستهلاك يمكن أن ينفذ قبل هذه المدة ، ولتجديد المخزون سيتم التعدي على المساحات الغابية والثروة الحيوانية والدورة البيولوجية و غيرها من الأضرار البيئية لتعويض مخزون الفحم ، في هذا المثال البسيط نحاول توضيح البعد البيئي للسلوكات الفردية والإجتماعية والتي يمكن أن تترتب عنها مخاطر بيئية ،وهنا تظهر الحاجة للمحتوى البيئي عبر وسائل الإعلام لتوجيه وهذه السلوكات لتفادي الأضرار البيئية ولتشجيع سلوكات حميمة للبيئة كثقافة غرس الأشجار لتعويض المساحات الغابية أو اللجوء إليها عند الحاجة .في الحالة الثانية يكون دور الإعلام البيئي أكثر فاعلية في إحداث التغيير مقارنة بالحالة الأولى .

4.1 خصائص الإعلام البيئي

يستقي الإعلام البيئي خصوصيته وتميزه عن بقية الأنواع الإعلامية من خلال موضوعه المثمثل في الظاهرة البيئية ، وهو موضوع حساس يستوجب تكييف عدة تخصصات علمية لتحقيق تأثير ورفع مستوى الوعي البيئي لدى أفراد المجتمع ، إضافة لحساسية الموضوع بالنظر لتعارض وتضارب وجهات النظر والمصالح الإجتماعية مع المصالح التجارية والإقتصادية وهو أمر يجعل من مهمة وسائل الإعلام التي تتبنى القضايا البيئية بالمهمة الصعبة .يمكن تلخيص خصوصية الإعلام البيئي في النقاط التالية :

- تساهم وسائل الإعلام المحلية والدولية في خلق صور وتخيلات بيئية من خلال التغطيات الإعلامية ، وفي هذه النقطة نشير أن التناول الإعلامي للمواضيع البيئية عبر الوسائل المحلية يكون أكثر تأثير على الأفراد وإدراكهم للمخاطر البيئية من التغطيات العالمية ، هذا مابينته دراسة حالة بجنوب إفريقيا لتغطية الصحف بمدينة بوكسبورغ **Boksburg** ، غوتينج **Gauteng** ، حيث أكد السكان المحليون أن التقارير البيئية المحلية لها صدى أكبر لديهم من التغطيات الوطنية أو العالمية ، وهذه النقطة تستدعي المزيد من الدراسات الميدانية لفهم العلاقة بين الإعلام البيئي والتأثير الإجتماعي لدى الأفراد من أجل تحقيق الأهداف المرجوة (**Mary. L, Joseph.P & Roy.B. 2018)** ، في نفس السياق أتبت إستطلاع عبر الهاتف لعينة

مكونة من336 مفردة للمقيمين بمدينة نيويورك سنة 1984 إلى وجود علاقة بين المستوى العلمي للأفراد وتصديق المواضيع البيئية حسب كل وسيلة إعلامية ، حيث أن الفئات المتعلمة لديها مويل ضعيف لمتابعة المواضيع البيئية عبر التلفزيون وترفض تصديق المواضيع المقدمة عن طريق التلفزيون ، في حين تميل إلى متابعة هذه المواضيع عن طريق الوسائل المطبوعة (الصحف) كمصادر معقولة للمعلومات العلمية البيئية (**Ronald E & Jill L.1987**). على الصعيد العربي تقاربت نتائج هذه الدراسة مع دراسة إستطلاعية قام بها عاطف عدلي العبد على عينة مكونة من 30 مفردة من الجمهور بعمان (الأردن) أن الوسائل الغير عمانية (وطنية ، دولية) التي إعتمد عليها الجمهور في المعلومات عن القضايا والمشكلات البيئية توزعت على الصحف 40% ، ثم الإذاعة المسموعة بنسبة 32% ، والتلفزيون 30% ، المجلات 26 % ، على النقيض بلغت نسب الوسائل العمانية المحلية تلفزيون عمان 63% ، إذاعة عمان 60% ، الجرائد العمانية 50 % (عزوز نش & حفيظة بوهالي.2018).

وجود علاقة قوية بين التغطية الإعلامية وما يسمى بالقلق البيئي ، وهنا تظهر الحاجة لدراسات عملية تحدد تأثير كل وسيلة من خلال تناول المواضيع البيئية والأخذ بعين الإعتبار الأبعاد النفسية الناجمة من التهويل والإفراط في المعالجة للمواضيع البيئية (**John C. B& James S. 2004**).

- المواضيع البيئية تسمح لوسائل الإعلام المزيفة بطمس الحقائق العلمية مع الخيال العلمي والحقائق الزائفة في إطار البرمجة الإعلامية المتنامية ، ورغم أن جماهير اليوم تتميز بالقدرة على التحليل والنقد إلا أن طبيعة المواضيع البيئية والمؤثرات الإعلامية التي تنتج وثائق بيئية مزيفة تجعل من الصعب التفريق بينها وبين الحقيقة (**Paige Wallace. 2019**) وهو مايتداخل ما عناصر أخرى تميز البيئة الإعلامية على غرار نسبة المشاهدة والمتابعة ، في ذات السياق كشفت دراسة إستطلاعية عبر الهاتف لـ 336 شخص مقيم بنيويورك سنة 1984 أن تقييم العينة لموظفي وسائل الإعلام سلبي حيث صرحت العينة أن موظفي الإعلام يفتقرون للتوازن ، والتوجه السياسي المتحيز ، إستخدام الإثارة ، الميل إلى الإختيار من أجل زيادة الجمهور إلى أقصى حد ، ونسبة قليلة من عينة الدراسة رأت أن وسائل الإعلام تنشر الحقيقة حول البيئة (**Ronald E. Ostman & Jill L. Parker. 1987**).
- تداخل الإعلام البيئي مع التنشئة الإجتماعية ومع ذلك نجد أن الدراسات التجريبية التي تتناول الإعلام البيئي مع فئة الأطفال والمراهقين قليلة جدا وهو ما يستوجب تدارك هذه الفجوة . (**Carrie N, Myria W, Christopher A & Shelby R. 2017**)

5.1 الإعلام البيئي في الوطن العربي

لا تزال المؤسسات الإعلامية العربية تتعاطى بتهاون مع المشكلات البيئية، حيث لا تتجاوز المساحات التي تخصص لها أكثر من موضوع أو صفحة أسبوعية بالأكثر في الصحف، وكذلك في وسائل الإعلام الأخرى من مرئية ومسموعة وإلكترونية، إضافة إلى أن معظم الصحافيين والإعلاميين الذين يخوضون هذا المضمار يفتقرون إلى التخصص ، وإلى الإلمام بكل ما يحتويه من قضايا متشعبة ومفردات معقَّدة.

واللافت أن معظم ما يُنشر في الإعلام العربي يتركز على نقل ما يطلق من مبادرات إيجابية ودعوات جادة، ونداءات حارة، وقوانين محلية ودولية تصدر من هنا وهناك من أجل حماية البيئة والتنوع الأحيائي، إضافة إلى تغطيات مجتزأة لمؤتمرات وندوات وورش عمل تُطلق توصيات ونصائح وتوجيهات. ثم تنتهي التغطلية الإعلامية بإنتهاء الحدث .

كما أن الدول صاحبة المصالح التجارية ترفض التقيد بالقوانين والأنظمة الجديدة، صديقة البيئة، بحجة تضرر اقتصاداتها الوطنية أو ارتفاع كلفة إجراءات حماية البيئة والطبيعة، فإن مسؤوليتها أن تثقف الناس في شكل مستمر بأهمية القضايا البيئية وتشعرهم بأنهم معنيون بالكوارث البيئية وعليهم مسؤولية أخلاقية، أو دور يقومون به لحماية ما تبقى من حياة فطرية، أو هواء وماء نظيفين، وأن تجعلهم كذلك شركاء في تدارك تأثير الكوارث البيئية المباشر وغير المباشر على مجمل حياتهم الصحية والاقتصادية والمعنوية (درويش مصطفى الشافعي).

يتفق الباحثين على أن الثقافة البيئية في الوطن العربي لا تلقى الإهتمام المطلوب من طرف وسائل الإعلام بالنظر لأهمية الموضوع أو الظاهرة (البيئة) حيث تتجه نحو الإثارة من أجل الإنتشار وتحقيق المزيد من الأرباح ، على خلاف ذلك إهتمام الإعلام العربي بالمواضيع الترفيهية والتسلية والأخبار السياسية حيث من الصعب الحديث عن هوية خاصة بالإعلام البيئي مشابهة للهوية الخاصة بالإعلام السياسي أوالثقافي أو الرياضي أو حتى الفني والإقتصادي ، فالهوية الإعلامية تقوم على عدة شروط على غرار توفر فريق من الإعلاميين المتخصصين في المجال للقيام بالتحليل والتغطية المتخصصة بالإضافة إلى وتيرة متواصلة في النشر وليس مواضيع متفرقة ومتباعدة وغير منتظمة .

في هذا الصدد يقول نجيب صعب أن هناك تقصير في توفير المعلومات ، فالصحفي يحتاج إلى معلومات موثوقة وخلفيات علمية لدعم تحقيقاته وليس إلى نشرات ملونة تضم أخبارا إجتماعية مبعثرة ، والمحتوى الإعلامي البيئي في الوطن العربي يتصف بإعادة التدوير **re-cycling** ، الأخبار بلا معلومات جديدة وبلا تحليل موضوعي موثوق يؤدي إلى فقدان المصداقية للوسائل الإعلامية العربية لدى الجمهور . (عزوز نش & حفيظة بوهالي.2018).

يرجع هذا الوضع للإعلام البيئي بالوطن لعدة أسباب ومعوقات نذكرها كالتالي :

- المساحة التي تحتلها القضايا البيئية في وسائل الإعلام ضئيلة جدا لا يتناسب مع حجم المشكلات البيئية التي يتعرض لها المجتمع العربي بشكل عام ،
- التناول السطحي للمشكلات والجرائم البيئية في وسائل الإعلام مما يحول دون تشكيل وعي بيئي ،
- قصور مفهوم البيئة لدى الإعلاميين وإفتقار إلى التأهيل العلمي المتخصص والثقافة البيئية المتكاملة علاوة على قلة الدورات التدريبية لتطوير إمكانياتهام وكفاءتهم ،
- غياب إستطلاعات الرأي العام التي تحدد مستويات الوعي البيئي لدى الشرائح المختلفة للجمهور العام والنوعي ،
- إنعدام التأثير للرسائل الإعلامية حيث أن عدم إحراز أي تقدم في معالجة المشكلات البيئية في العالم العربي يدل على رسائل الإعلام البيئي لم تصل المتلقين والمستهدفين ،
- غياب الصحافة الإستقصائية بالساحة الإعلامية العربية ، حيث تعتبر الصحافة الإستقصائية من أقوى الأنواع الصحفية من خلال البحث عن الحقيقة وتقديمها للجمهور ،
- سطوة رأس المال وهي مشكلة سبق تناولها في خصائص الإعلام البيئي حيث أن الضغوط الخارجية وسيطرة رجال المال والأعمال على وسائل الإعلام الخاصة وحتى ممارسة الضغوط على الوسائل الإعلامية العامة يعرقل تقدم الإعلام البيئي في الوطن العربي نظرا لتضارب المصالح التجارية والمالية المختلفة ،
- الإعلام والسلطة ، حيث يسعى القياديون العرب لإبراز إنجازاتهم ومهاماتهم وهو يجعل التناول الإعلامي حول البيئة بمثابة إستعراض ، وحتى أن كثير من المواضيع يتم إغفالها حتى لا تحتسب على الشخصيات القيادية (عزوز نش & حفيظة بوهالي.2018).

6.1 الإعلام البيئي في الجزائر

نحاول من خلال هذا العنصر تناول الإعلام البيئي بالجزائر ، ونشير إلى أن هذا التخصص حديث النشأة بالجزائر وتقتصر الدراسات حوله على الدراسات النظرية وتفتقر إلى أرقام وإحصائيات دقيقة أو حتى تقارير رسمية حول الوضع البيئي بالجزائر ، ويمكن إرجاع ذلك إلى إحتكار القطاع الحكومي للإعلام لسنوات طويلة خاصة السمعي البصري الذي ظهر بصدور قانون الإعلام سنة 2012 (سعاد سراي .2019: 497)، ثم صدور قانون السمعي البصري سنة 2014 ، لذلك نجد أن عمر الإعلام المتخصص بالجزئار يتراوح في حدود الـ 10 سنوات .

بالنسبة للإهتمام بالبيئة وبالنظر للظروف السياسية والأمنية التي عرفتها الجزائر بعد الإستقلال وخلال التسعينات ،

يمكن إرجاع إهتمام الحكومة الجزائرية بالقطاع البيئي بالرجوع لتعليمة وزير البيئة الصادرة في 25 مارس 1996 التي تضمنت في محتواها إلى مجموعة من المشكلات البيئية المتعلقة بالثلوث الذي شمل المياه ، الهواء ، الثلوث بالنفايات ، الثلوث البصري ، الثلوث الصناعي .

ويمكن إرجاع هذا النوع من الثلوث إلى غياب الثقافة البيئية لدى الأفراد ، فالثقافة البيئية تلعب دور فعال في مواجهة المشاكل التي تنجم عن التصورات والسلوكيات الخاطئة التي يمارسها الفرد داخل محيطه البيئي وذلك بتأكيدها على ضرورة المحافظة على المحيط والتوازن البيئي في إطار القيم التي تهدف إلى تطوير الوعي البيئي بغية بلورة سلوك بيئي ايجابي يعي من خلاله الفرد بالأخطار التي تواجهه، ولا يمكن مواجهة ذلك إلا من خلال قيم ثقافية وسلوكية تقوم على مناهج علمية مدروسة تؤدي إلى غرسقيم جديدة وبناء أفكار تواجه السلوكات الإنسانية على النحو الايجابي(صاحبي وهيبة .2020: 743).

لذلك تظهر الحاجة لدور الإعلام في ملأ اهذا الفراغ من خلال الوظائف التي تمارسها وسائل الإتصال الجماهيري مثل التعليم ، نقل المعلومات والأخبار ، و تطوير الاتجاهات والآراء والأفكار ، التحديث وغيرها من الوظائف المتعددة التي تعرف بوظائف الاتصال الجماهيري .(بن سولة نورالدين .2016: 41)

2. الإطار المنهجي

1.2 مجتمع البحث وعينة الدراسة

يتمثل مجتمع بحثنا في الصحف المكتوبة بالجزائر التي يقدر عددها بحوالي 149 جريدة ناطقة باللغة العربية والفرنسية (بوغرارة ح ، .2017) ولصعوبة حصر جميع أعداد الصحف المكتوبة تم الإعتماد على العينة العشوائية المنتظمة وأخترنا أعداد من صحيفة الشروق اليومي لأنها من الصحف التي سجلت أعلى نسبة مقروئية بالجزائر (المرصد العربي للصحافة .2016) ،تم متابعة الجريدة طيلة سنة 2021 عبر 12 شهر من 01 جانفي 2021 إلى 31 ديسمبر 2021، حيث تم إختيار أول عدد من أول أسبوع من السنة المذكورة (2021/01/02) الذي وافق يوم الأحد ، ثم الإنتقال ليوم الإثنين من الأسبوع الثاني ، ويوم الثلاثاء من الأسبوع الثالث وهكذا ، وفي حالة مصادفة يوم عطلة رسمية أو عدم صدور عدد يتم الإنتقال لليوم الذي يليه مباشرة ، وقد بلغت العينة 44 عدد .

للإشارة جريدة الشروق اليومي صحيفة يومية إخبارية مستقلة ناطقة باللغة العربية، تصدر عن مؤسسة الشروق للإعلام والنشر، يتجاوز سحب الشروق اليومي 600 ألف نسخة يوميا، وللجريدة 6 مكاتب جهوية، و 103 مراسل عبر كامل التراب الجزائري، فضلا عن مراسلين خارج الوطن في كل من الإمارات العربية المتحدة، جمهورية مصر العربية، الكويت، قطر، فلسطين،بريطانيا وفرنسا .(فوزية عكاك .2012: 246)

2.2 منهج الدراسة وأدوات البحث

إعتمدنا في دراستنا هاته على تحليل المحتوى بشقيه الكيفي والكمي من خلال الإعتماد على الاساليب الوصفية للصحافة الجزائرية في تناولها للمواضيع والقضايا البيئية ، بالموازاة مع قياس شدة تعرضها لهذه المواضيع بأساليب إحصائية من التكرارات والنسب المئوية ، فتحليل المحتوى يسمح بتقديم إستنتاجات حول النصوص بتتبع حجم الكلمات ووضعها في النص والمعاني والدلالات المستخدمة ، مع تتبع التكرارت وإستخدام التحليل الإحصائي للعثور على الإختلافات (Amy L .2022).

بناءا عليه تم توزيع فئات التحليل إلى قسمين فئات متعلقة بالجانب الشكلي وأخرى متعلقة بالمحتوى ، على الشكل التالي :

فئات الشكل : من خلالها نسعى إلى دراسة الأشكال الإعلامية التي تقدم بها المواضيع والقضايا البيئية وقد حددناها بـ : خبر قصير ، خبر ، تقرير ، روبورتاج ، أو صورة صحفية حول القضاياالبيئية ،

كذلك حجم الموضوع من حيث عدد الصفحات المخصصة للمواضيع والقضايا البيئية ومن تم مقارنتها مع العدد الكلي لصفحات الجريدة و الصفحات المخصصة للمواضيع الرياضية والإجتماعية وغيرها ، وهو ما يعكس إهتمام المجلة بالبيئة .

فئات المحتوى :

فيما يتعلق بفئات المحتوى إنقسمت لثلاث محاور رئيسية وهي فئة مصدر المحتوى الإعلامي المنشور حول البيئة مرسل صحفي ،وسائل الإعلام عالمية ، وسائل إعلام عربية ،وسائل إعلام جزائرية ، وفئة تتعلق بالمعالجة العلمية للموضوع أي تم الإستعانة بباحثين مختصين حول الموضوع وتقارير إحصائية أم لا ، وفئة ثالثة تتعلق بأهداف المحتوى الإعلامي هل يهدف لتوجيه سلوك القراء وتنمية الوعي لديهم ، أو مجرد تغطية حدثية للموضوع، كما خصصنا فئة إضافية تتعلق بموضوع المحتوى الإعلامي نسعى من خلاله لإحصاء المواضيع المنشورة خلال السنة خاصة وأن سنة 2021 تميزت بفيروس كورونا وهو ما يمكن أن ينعكس على نتائج الدراسة.

إضافة لذلك فإن تحديد للمواضيع البيئية شمل كل ما له علاقة بالمحيط البيئي للإنسان من ثلوث بمختلف أصنافه، الموارد الطبيعية المختلفة ، المواضيع التي الحيوانات ، المواضيع التي تتناول الطاقة والطاقات المتجددة ، وبحكم تقاطع المواضيع البيئية مع المواضيع الصحية فقد أدرجنا المواضيع التي تتقاطع بين البيئة والصحة والتي تمس حياة الأفراد ومحيطهم البيئي على رأسها المواضيع الخاصة بكورونا .

3. الإطار الميداني

1.3 توزيع عينة الدراسة

الجدول 1 : يوضح توزيع عينة الدراسة حسب أيام وأشهر سنة 2021

	جانفي	فيفري	مارس	أفريل	ماي	جوان	المجموع
السداسي الأول	السبت 2021/01/02	الأربعاء 2021/02/03	الإثنين 2021/03/01	السبت 2021/04/03	الثلاثاء 2021/05/04	الأحد 2021/06/06	
	الأحد 2021/01/10	الخميس 2021/02/11	الثلاثاء 2021/03/09	الأحد 2021/04/11	الأربعاء 2021/05/12	الإثنين 2021/06/14	
	الإثنين 2021/01/18	السبت 2021/02/13	الأربعاء 2021/03/17	الإثنين 2021/04/19	الخميس 2021/05/20	الثلاثاء 2021/06/22	
	الثلاثاء 2021/01/26	الأحد 2021/02/21	الخميس 2021/03/25		السبت 2021/05/22		
مجموع 01	4	4	4	3	4	3	**22**
	جويلية	أوت	سبتمبر	اكتوبر	نوفمبر	ديسمبر	
السداسي الثاني	الخميس 2021/07/01	الثلاثاء 2021/08/03	الأحد 2021/09/05	الأربعاء 2021/10/06	الإثنين 2021/11/01	السبت 2021/12/04	
	السبت 2021/07/03	الأربعاء 2021/08/11	الإثنين 2021/09/13	الخميس 2021/10/14	الثلاثاء 2021/11/09	الأحد 2021/12/12	
	الأحد 2021/07/11	الخميس 2021/08/19	الثلاثاء 2021/09/21	السبت 2021/10/16	الأربعاء 2021/11/17	الإثنين 2021/12/20	
	الإثنين 2021/07/19	السبت 2021/08/21		الأحد 2021/10/24	الخميس 2021/11/25		
مجموع 02	4	4	3	4	4	3	**22**
			المجموع الكلي				**44**

المصدر: بن سولة نورالدين ، 2022.

كما سبق الذكر تم الإعتماد على العينة العشوائية المنتظمة ، حيث تم إختيار عدد من كل أسبوع بداية من 02 جانفي 2021 الذي توافق مع يوم الأحد ، ثم يوم الإثنين من الأسبوع الثاني ، والثلاثاء من الأسبوع الثالث إلخ.. إلى غاية آخر أسبوع من سنة 2021 ، بلغ العدد الكلي للأعداد التي تدخل ضمن عينة الدراسة 44 عدد موزعة على 22 عدد لكل سداسي بتكرار من 03 إلى 04 اعداد من كل شهر .

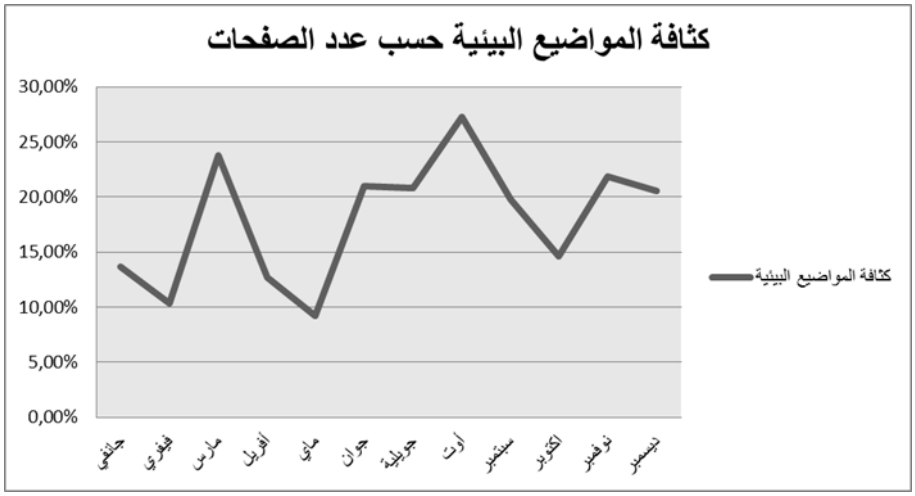
2.3 التحليل الكمي والكيفي حسب فئات الشكل للمواضيع البيئية

الجدول 2 : توزيع المواد البيئية حسب عدد الصفحات والقوالب الإعلامية بالصحافة المكتوبة

	كثافة الأخبار البيئية من حيث عدد الصفحات				القوالب الإعلامية لمعالجة المواضيع البيئية				
الأشهر	المواد البيئية	عدد صفحات البيئة	عدد الصفحات الكلي	النسبة بالمئوية	خبر قصير	خبر	روبورتاج	تقرير	صورة
جانفي	11	12	88	%13,64	8	4	0	0	0
فيفري	12	10	97	%10,31	10	2	0	0	0
مارس	30	25	105	%23,81	18	11	0	0	0
أفريل	13	9	71	%12,68	9	4	0	0	0
ماي	12	9	98	%9,18	9	2	0	1	0
جوان	27	17	81	%20,99	20	2	0	1	2
جويلية	32	20	96	%20,83	20	8	0	2	1
أوت	35	24	88	%27,27	19	10	4	1	2
سبتمبر	21	16	81	%19,75	11	9	0	1	0
اكتوبر	15	14	96	%14,58	6	8	2	1	0
نوفمبر	24	21	96	%21,88	14	8	2	0	0
ديسمبر	17	14	68	%20,59	11	6	0	0	0
المجموع	249	191	1065	متوسط النسب %17.96	155	74	8	7	5

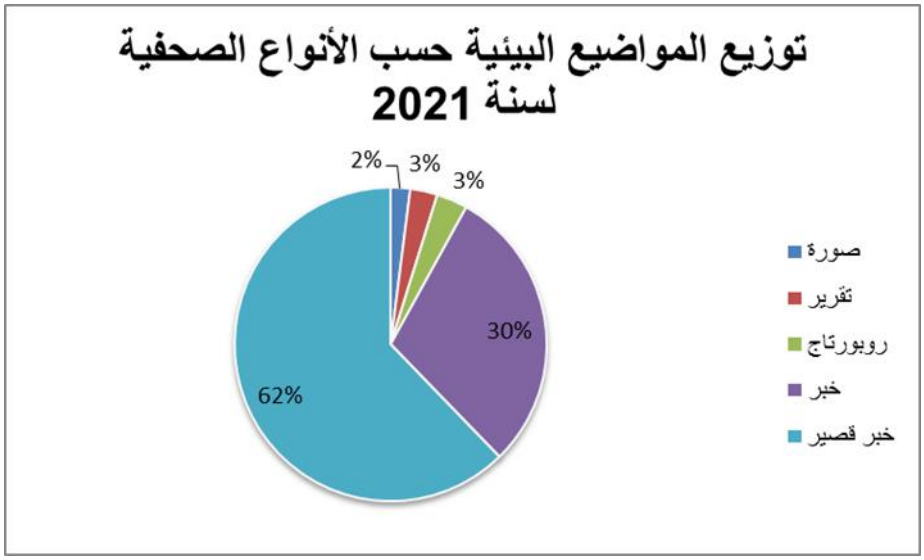
المصدر: بن سولة نورالدين ، 2022.

الشكل 01 : يوضح كثافة المواضيع البيئية حسب عدد الأوراق لكل أشهر سنة 2021



المصدر: بن سولة نورالدين ، 2022.

الشكل 02 : توزيع المواضيع البيئية حسب الأنواع الصحفية



يبين الجدول رقم 02 توزيع المواضيع البيئية المنشورة عبر جريدة الشروق اليومي طيلة سنة 2021 ، حيث تم دراسة كثافة المواضيع البيئية بالجريدة إلى قسمين الأول يتعلق بعدد الأوراق التي تتضمن هذه المواضيع بالنظر للعد الكلي للعدد ، والقسم الثاني يتعلق بتوزيع هذه المواضيع وفق الأنواع الصحفية (خبر قصير ، خبر ، روبورتاج ، تقرير ، صورة صحفية) . وكل من القسم الأول والثاني يسمح لنا بقياس الإهتمام بالمواضيع البيئية، وقد بين لنا الجدول الأول أن متوسط النسب لكثافة المواضيع البيئية بجريدة الشروق اليومي قارب 18 %، موزعة ضمن مجال ممتد من حوالي 09 % كأدنى نسبة تم تسجيلها بشهر ماي ، إلى أكثر من 27 % أعلى قيمة مسجلة خلال شهر أوت ، في هذه النقطة نشير إلى أن أعداد الجريدة لا تصدر بعدد صفحات منتظم حيث نجد أعداد تصدر ب27 صفحة وأخرى بـ 26 صفحة وأخرى ب17 صفحة التي عادة ما تكون في يومي الخميس والسبت أو الأعياد والمناسبات السنوية ، لذلك أثناء المعالجة قمنا بجمع العدد الكلي للصفحات خلال كل شهر ، والعدد الذي توزعت عليه مواضيع البيئة وحساب النسبة لعدد الصفحات المخصصة للبيئة وعدد الصفحات بنفس النسخة .

من خلال المنحنى البياني رقم 01 يتبين أن كثافة نشر المواضيع البيئية بلغت أعلى الدرجات من شهر جوان إلى شهر أوت (فصل الصيف) و يمكن إرجاع ذلك لطبيعة المواضيع المنتشرة خلال تلك الفترة في حين أن فترة الشتاء والربيع عرفت نسب منخفضة بإستثناء شهر مارس الذي عرف كثافة مرتفعة مقارنة ببقية الأشهر ، كذلك فصل الخريف من سبتمبر إلى

أكتوبر عاودت بالإنخفاض ثم عادت للإرتفاع تدريجيا من نوفمبر إلى ديسمبر مع إقتراب فصل الشتاء وهي مؤشرات سنعود لها في المحور المتعلق بطبيعة المواضيع الخاصة بالبيئة.

بالنسبة للأنواع الصحفية المستخدمة في معالجة المواضيع البيئية يتبين لنا من خلال الجدول 01 والرسم البياني 02 أن أكثر من 62 % من المحتوى الإعلامي تمت معالجته في شكل خبر قصير ، بشكل منتظم طيلة أعداد الجريدة، في حين أن الخبر تم إستخدامه بنسبة 30 % بشكل متذبذب ، أما الروبوتاج والتقرير لم يتجاوز نسبة 03%، وفي الأخير توظيف الصورة الصحفية في حدود 02 % ، هذه النسب تؤكد مرة أخرى غياب الإهتمام بالمواضيع البيئية وتتطابق مع الدراسات السابق ذكرها حول الإعلام البيئي بالوطن العربي والجزائر ، إذ إقتصر المحتوى على أخبار قصيرة وسريعة « fast news » .

3.3 التحليل الكمي والكيفي لفئات التحليل للمحتوى البيئي

فيما يتعلق بفئات التحليل لمحتوى المواضيع البيئية بجريدة الشروق تم تخصيص ثلاث محاور وهي :

المحور الأول حول مصادر المعلومات التي تم الإعتماد عليها والتي بدورها إنقسمت إلى مراسل صحفي ، وسائل إعلام عربية ، وسائل إعلام عالمية ، وكالات الأنباء الجزائرية وهي تسمح لنا بقياس أبعاد المواضيع ومدى أهميتها وحدودها ،

المحور الثاني يتعلق بمعالجة هذه المواضيع هل هي بشكل علمي تم الإستعانة بمختصين في مجال الموضوع المنشور كالأطباء والعلماء والباحثين ،أم تمت معالجته بشكل سطحي إعلامي فقط وهذا المحور كتكملة للمحور السابق،

و المحور الثالث حول أهداف المواضيع البيئية عبر جريدة الشروق اليومي كتكملة للمحورين السابقين هل تهدف إلى تنمية الوعي البيئي والثقافة البيئية لدى القراء والجماهير أم أنها تغطية حدثية فقط ، تتقاطع مع مواضيع بيئية.

لذلك سنجد أن المحاور الثلاث المتلعقة بتحليل المواضيع البيئية تسعى إلى قياس المعالجة التي تمت بها ومدى قوة ومصداقية المواضيع المطروحة من جهة ، و وممارسة الوظيفة الإجتماعية من خلال غرس وتوفير المعلومات البيئية التي من شأنها تحسين السلوك الفردي والجمعي .

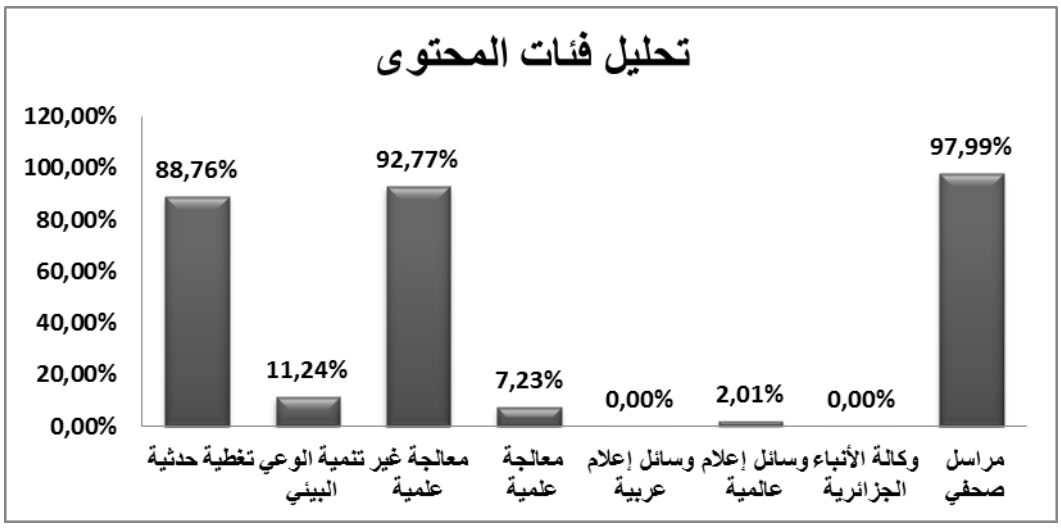
الجدول 03 : التحليل الكمي والكيفي لفئات التحليل للمحتوى البيئي

	محور مصادر المعلومات	محور المعالجة العلمية	محور أهداف المحتوى البيئي

	مراسل صحفي	وكالة الأنباء الجزائرية	وسائل الإعلام العالمية	وسائل إعلام عربية	نعم	لا	تنمية الوعي البيئي	تغطية حدثية
التكرار	244	00	05	00	18	231	28	221
المجموع	249				249		249	
النسبة المئوية	97,99 %	%00	% 02.01	%00	%07.23	%92.77	%11,24	%88,76

المصدر: بن سولة نورالدين ، 2022.

الشكل 03 : تحليل فئات المحتوى



المصدر: بن سولة نورالدين ، 2022.

يكشف لنا الجدول 3 والرسم البياني 3 كذلك ، نتائج تحليل فئات المحتوى التي تم ذكرها سابقا حيث أن المحور الأول المتعلق بمصادر المعلومات نلاحظ أن نسبة الإعتماد على المراسلين الصحفيين تجاوزت 97 % وهي نسبة جد مرتفعة في حين تم الإعتماد على وسائل الإعلام العالمية النسبة المتبقة 02.01 % ، في حين أن كل من الوسائل العربية و وكالات الأنباء الجزائرية لم نسجل أي مادة علمية حول البيئة إعتمدت عليها .

في المحور الثاني المتعلق بمعالجة المواضيع البيئية كشف لنا الجدول والرسم البياني أن نسبة 92.77 % تمت بطريقة غير علمية أي لم يتم الإعتماد على آراء وتوضيحات المختصين في حين أن 07.23 % فقط تم نشر محتوى يستند لآراء الخبراء .

المحور الثالث المتعلق بالأهداف المرجوة من المادة الإعلامية البيئية يتبين لنا أن أكثر من 88 % من المقالات المنشورة بالجريدة كانت عبارة عن تغطية لأحداث ظرفية حول البيئة في حين أن 11.24 % فقط كانت تهدف لتنمية الوعي البيئي، ونجد أن النتائج الظاهرة في الجدول 03 والموضحة في الرسم 03 متناسقة ومكملة لبعضها البعض تؤكد غياب إستراتيجية إعلامية نحو المواضيع البيئية و أن المواضيع المنشورة عبارة عن تغطيات لأحداث تتداخل مع المواضيع البيئية .

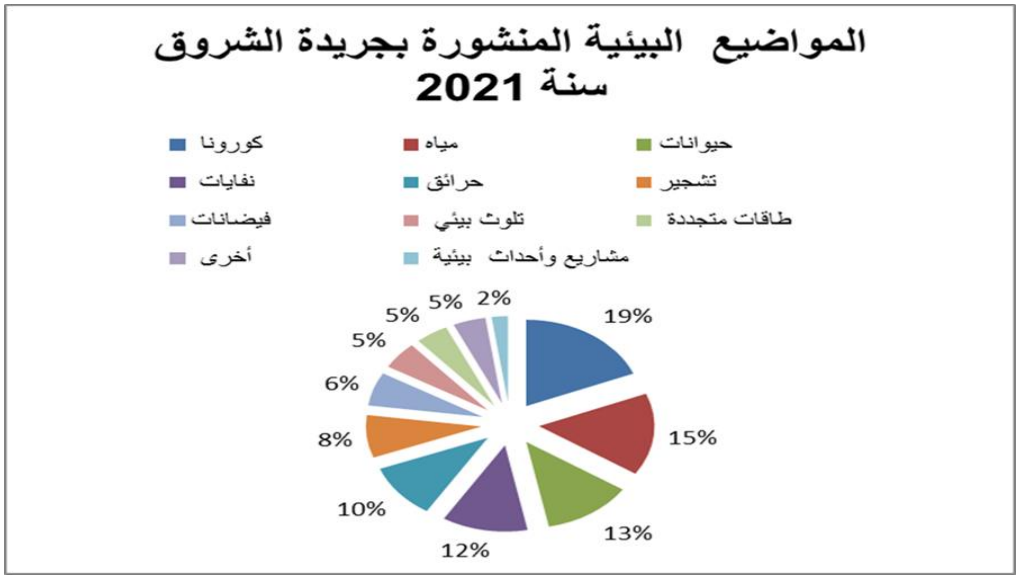
الجدول 04 : المواضيع البيئية المنشورة

المحاور	النسبة المئوية	ملاحظات
كورونا	18,86%	تمحورت المواضيع حول التلقيح ضد فيروس ، تغطية لندوات حول كورنا ، الآثار المترتبة عن كورونا ..
حيوانات	12,57%	شملت المواضيع مختلف الحيوانات كالأسماك ، والحيوانات البرية
نفايات	12,00%	شملت المواضيع تراكم النفايات وكيفية معالجتها .
طاقات متجددة	4,57%	شمل المواضيع مشاريع إنشاء مراكز الطاقة الشمسية و محاضرات ومناسبات حولها
تشجير	8,00%	حملات غرس الأشجار والنخيل
فياضانات	6,29%	الفياضانات التي تزامنت مع فصل الخريف والشتاء
مياه	15,43%	مواضيع تتعلق بندرة المياه ، تحلية مياه البحر ، السدود
مشاريع وأحداث بيئية	2,29%	مواضيع حول مناسبات وأحداث أو حصص ومؤلفات بيئية
تلوث بيئي	5,14%	التلوث يشمل ثلوث المحيط ، الهواء ، المحيط
حرائق	10,29%	مواضيع تغطية أحداث حرائق
أخرى	4,57%	أدوية فاسدة ، مصنع مواد كياموية ، الإحتباس الحراري ، البلاستيك ، محمية طبيعية ،تنظيف المحيط ، تراجع إنتاج زيت زيتون ، محميات

طبيعية

المصدر: بن سولة نورالدين ، 2022.

الشكل 04 : المواضيع البيئية المنشورة بجريدة الشروق سنة 2021



المصدر: بن سولة نورالدين ، 2022.

يكشف لنا الجدول 04 والرسم البياني 04 ، طبيعة المواضيع البيئية المنشورة عبر جريدة الشروق خلال سنة 2021 حيث توزعت المواضيع إلى 10 محاور والمحور الـ 11 يضم المواضيع التي تم تداولها بشكل عابر غير متكرر:

•محور يتعلق بكورونا ويضم المواضيع الخاصة بتأثير كورونا على المجتمع والأفراد والمواضيع التوعية المتعلقة بالتلقيح وتجنب العدوى ، وقد حقق محور كورونا المرتبة الأولى من حيث شدة التناول حيث قاربت 19 % .

•في المرتبة الثانية من حيث النسب جاء المحور المتعلق بالمياه بـ 15 % ، عالجت المواضيع عموما ندرة

المياه ببعض المناطق الريفية خاصة مع ندرة تساقط الأمطار وجفاف السدود خلال السداسي الأول من سنة 2021 .

•المحور الثالث يتعلق بالمواضيع التي تتناول الحيوانات سواء البحرية كالأسماك ، أو البرية كإنقاذ قرد بجيجل

ونمر بحديقة حيوانات والنحل وغيرها من المواضيع التي تصب في نفس السياق بلغت نسبتها قرابة 13 % .

•المحور الموالي يتعلق بالنفايات المنزلية والمشاريع المتعلقة برسكلتها بنسبة 12 % .

•المحور الخامس يشمل مواضيع الحرائق حيث شهدت الأخبار المتعلقة بحرائق الغابات نسبة معتبرة خاصة

مع فترة الصيف من جوان إلى أوت وهو ما يمكن أن يبرر إرتفاع نسبة المواد الإعلامية البيئية المرتفعة خلال هذه الفترة (جدول 01 ، رسم بياني 01) بلغت نسبة المواضيع التي تتناول الحرائق 10 % .

•المحور السادس جمع المواضيع المتعلقة بحملات التشجير بنسبة 08 % ويمكن تفسير هذه النسبة بحملات

التشجير التي تم القيام بها في مختلف ولايات الجزائر المتضررة بالحرائق لذلك نجد أن نسب محور الحرائق متقاربة مع محور التشجير .

•المحور السابق حول الفيضانات بسبب الأمطار التي تساقطت وبلغت نسبة المواضيع التي تناولت هذا المحور 06 % .

•محور التلوث البيئي يشمل مواضيع التلوث بمختلف مستوياته الهواء ،المياه ، البحر ، المحيط بلغت نسبة المحور 05 % .

•محور الطاقات المتجددة يضم مختلف المواضيع المتعلقة بالطاقة الشمسية سواء مشاريع أو ندوات أو إتفاقيات بلغت قرابة 05 % .

•المحور الموالي عباة عن مواضيع متفرقة كالأدوية الفاسدة والمواد الكيماوية ، الإحتباس الحراري ، البلاستيك حملات تنظيف ، تراجع إنتاج زيت الزيتون ، محميات طبيعية ، حيث صدرت هذه المواضيع بشكل أحادي أي مرة واحدة طيلة السنة لذلك تم جمعها في محور واحد بعنوان مواضيع متنوعة بلغت نسبته ما يقارب 05 % .

•آخر محور من حيث ترتيب النسب تعلق بالمشاريع الخاصة بالبيئة وبلغت نسبته 02 % .

4. نتائج الدراسة

من خلال الدراسة الميدانية والبيانات والأرقام المسجلة في الجداول السابقة نلخص نتائج الدراسة في النقاط التالية:

- كثافة المواضيع البيئية بالصحافة المكتوبة تتراوح من 09 % إلى 27 % بمتوسط 18 % من المساحة الكلية للجريدة ،
- عدم الإنتظام في التناول الصحفي للمواضيع البيئية بالجزائر ، فهي تتأثر بالعوامل البيئية الحدثية والظرفية حيث تنخفض نسبة الإهتمام خلال فصول السنة بإستثناء فصل الصيف حيث ترتفع بإرتفاع الظواهر البيئية ، مقارنة ببقية المواضيع الإجتماعية والسياسية وغيرها وعلى سبيل المثال تخصيص صفحتين إلى ثلاث صفحات رياضية بشكل يومي منتظم ،

– التركيز على الأخبار القصيرة في تناول المواضيع البيئية تجاوز 60 % ، على خلاف الروبورتاجات والتقارير لم تتتجاوز 03 % ،و توظيف الصورة الصحفية 02 % ، أما توظيف الأخبار بلغ حوالي 30 % ، وهي نسب تؤكد مرة أخرى ضعف الإهتمام والمعالجة الصحفية للمواضيع البيئية ، فيما يتعلق بمصادر المعلومات البيئية للمواضيع المنشورة بالصحافة المكتوبة يتم الإعتماد على المراسلين الصحفيين بنسبة شبه كاملةتجاوزت 97 %، أما وسائل الإعلام العالمية فبلغت 02 % ، في حين إنعدم الإعتماد على الوسائل الإعلامية العربية ووكالات الأنباء الجزائرية وهو ما يفسر ويؤكد النتائج المذكورة سابقا (ضعف الإهتمام الإعتماد على الأخبار القصيرة ..) ،

– في ذات السياق أكدت النتائج غياب المعالجة العلمية للمواضيع بنسبة تقارب 93 % أي غياب تدخلات وآراء المختصين والباحثين العلميين في المواضيع المنشورة عبر الصحافة المكتوبة ، في حين أن نسبة 07 % فقط من المحتوى المنشور تم فيه الإستناد على آراء المختصين والخبراء ،

– بالنسبة للأهداف المرجوة من المحتوى الصحفي المنشور احتلت التغطية الحدثية والظرفية نسبة 88 % في حين أن 11 % فقط من المقالات كانت تهدف لتنمية الوعي البيئي للجمهور .

الخاتمة

من خلال ما سبق ، يتبين أهمية الإعلام البيئي في المرحلة الجديدة التي تعرف تغير إجتماعي وصناعي وسياسي وأمني مختلف جذريا عن المراحل السابقة في ظل تناقص وشح الموراد الطبيعية من جهة والتهديدات البيئية من جهة أخرى التي تستوجب تكثيف الجهود والممارسات .وبالنظر لأهمية الإعلام في توجيه السلوك الإجتماعي وصناعة الوعي البيئي كان لا بد من تكثيف البحوث العلمية المتعلقة بالبيئة والإعلام .

أكدت لنا الدراسة ضعف الإهتمام بالمواضيع البيئية عبر الصحافة المكتوبة وإقتصارها على الأحداث الظرفية والمناسبات ، والأزمات العرضية التي تلتقي فيها الأحداث اليومية مع البيئة وهو أمر يستوجب تداركه من خلال تسطير إستراتيجية إعلامية حول البيئة بالإضافة للإستعانة بصحفيين مختصين بالشأن البيئي .

الإحالات والمراجع:

1) مجيطنة وفاء . بلعياضي آمنة ، بلعياضي رباب .2019." *دور الإعلام البيئي في معالجة المشكلات البيئية في الجزائر*" . مجلة هيرودوت للعلوم الإنسانية والإجتماعية ، المجلد 3 ، العدد 4 .[asjp]

2) حدادي وليدة . 2020."*دور وسائل الإعلام في معالجة المشكلات البيئية ضمن استراتجيات حماية البيئة*: دراسة في المحددات والمتطلبات " .مجلة حوليات جامعة الجزائر 1 .المجلد 34 . العدد 02 [asjp].

3) Hansen, A. (2018)." *Environment, media and communication*". Routledge.

4) عصام خوري عبير ناعسة .2008. " *التحليل الإقتصادي للمشكلة البيئية* " .مجلةجامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية .سلسلة العلوم الإقتصادية والقانونية .مجلد 30 .العدد 02.

5) سعاد سراي .2019." *المشهد السمعي البصري في الجزائر الواقع والتحديات* " .مجلة العلوم الإنسانية . المجلد19.العدد 02 .

6) صاحبي وهيبة.2020 ." *واقع الثقافة البيئية داخل مجتمع المدينة الجزائرية*" . كجلة الباحث في العلوم الإنسانية والإجتماعية .المجلد 12.العدد 2. [asjp].

7) بن سولة نورالدين .2016." *الإستخدامات والإشباعات الإعلامية لذوي الإحتياجات الخاصة بالجزائر* " . أطروحة دكتوراه .قسم الإعلام والإتصال .جامعة مستغانم .الجزائر .

8) Bourdieu, P. (1994)." *L'emprise du journalisme, actes de la recherche en science sociales*". Paris.

9) Marchetti D, D. B. (2002)." *Les sous-champs spécialisés du journalisme*". Réseaux.

10) Baptiste, C. J. (2009). "*Quand l'environnement devient médiatique*". Réseaux.

11) Weicher, S. (1999). "*La prticipation du public au processus décisionnel et l'accés a la justice en matiére d'environnement*". La convention sur l'accés à l'information.

12) Maguelone D. p. (1991). *La reconnaissance d'un droit de l'homme à l'environnement. Paris* : UNESCO.

13) مزاهرة. ب. م. (2004). *التربية البيئية*. عمان: دار المناهج.

14) ملحة. أ. (2000). *الرهانات البئية في الجزائر*. الجزائر: مطبعة النجاح.

15) Mary Lawhon, Joseph Pierce & Roy Bouwer . 2018 . " *Scale and the construction of environmental imaginaries in local news* ".South African Geographical Journal . Volume 100- Issue1.

16) JOHN C. BESLEY& JAMES SHANAHAN . 2004 . "*Skepticism About Media Effects Concerning the Environment: Examining Lomborg's Hypotheses*" . Society & Natural Resources . Volume 17- Issue 10.

17) Paige Wallace. 2019. " *Phony Facts and Eco-media: Fake Nature and the Call for Widespread Media Literacy*". Environmental Communication . Volume 13 – Issue 6

18) Carrie Nelms, Myria W. Allen ,Christopher A. Craig & Shelby Riggs. 2017. "*Who is the Adolescent Environmentalist? Environmental Attitudes, Identity, Media Usage and Communication Orientation*". Environmental Communication. Volume 11, Issue 4

19) Ronald E. Ostman & Jill L. Parker. 1987. "*A Public's Environmental Information Sources and Evaluations of Mass Media"* . The Journal of Environmental Education . Volume 18, Issue 2.

20) درويش مصطفى الشافعي . "*الإعلام والبيئة علاقة شائكة ومتباعدة* " .مجلة القافلة الثقافية .السعودية .من موقع: https ://qafilah.com .معاينة يوم2022/07/22 .

21) عزوز نش & حفيظة بوهالي.2018 .*الإعلام البيئي والجمهور العربي* ". مجلة الدراسات الإعلامية .المركز الديمقراطي العربي .

22) فوزية عكاك .2012 .رسالة دكتوراه : "*القيم الخبرية في الصحافة الجزائرية الخاصة*" ، جامعة الجزائر 3 .

23) Amy Luo .2022 . "*Content Analysis Guide, Methods & Examples*" .from : https://www.scribbr.com/methodology/content-analysis/ .visited on 28 july 2022

24) .بوغرارة خكيم .2017. "*وقّف المؤسّسات الإعلامية بسبب الأزمة المالية يرهن مستقبل الصّحافيّين*" .يومية الشعب .من موقع : http ://www.ech-chaab.com/ar ،معاينة يوم 2022/07/29 .

25) المرصد العربي للصحافة .2016 . " *الصحافة الجزائرية: الأرقام في تراجع* ".من موقع : https://ajo-ar.org . معاينة يوم : 2022/07/29 .