

٧. الإعلام البيئي العربي – بين المحددات النظرية والمعوقات

الميدانية- (الإعلام البيئي في الجزائر نموذجاً) (*)

د.رشيدة سبتي (**)

ملخص

إنّ من بين أهم العناصر المميّزة للحضارة الحديثة هو دور حماية البيئة والتنمية المستدامة ممّا يعظم من أهمية الإعلام البيئي كوسيلة لنقل المعرفة البيئية، وهو تطوّر مطرد في العالم المتقدّم لكنّه لا يزال موضوعاً على هامش الاهتمام الإعلامي في الدول العربية ومن بينها الجزائر.

فالإعلام البيئي أصبح ضرورة في وقتنا الحالي من أجل ترجمة ونقل الأحداث والحقائق من الواقع إلى الناس بشكل يساعدهم على فهم المشاكل البيئية وتكوين رأي صائب حولها من خلال المناشات واللقاءات واستعراض تجارب الشعوب. ومن خلال وسائل الإعلام المختلفة يمكن أيضاً إيقاظ الوعي البيئي لدى المواطنين ونقل المعرفة ونشر القيم الجديدة الخاصة بحماية البيئة والدعوة إلى التخلي عن عادات وسلوكات ضارة بها.

إنّ الوصول إلى نشر الوعي البيئي في المجتمع يتطلّب التكامل في الوظائف والأهداف بين مختلف هذه الوسائل الإعلامية، والتي ترتبط ارتباطاً وثيقاً بنوعية الرسالة وكيفية إعداد مضمونها والوسيلة الإعلامية المعتمدة لنشرها والجمهور المستهدف والهدف من هذه الرسالة.

(*) موضوع نشر في مجلة فكر ومجتمع، ع 16.

(**) محاضرة بكلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3.

رغم الإهتمام بالقضايا البيئية في وسائل الإعلام العربية خاصة في السنوات الأخيرة مواكبة للإهتمام الدولي نظراً للمشاكل البيئية التي تفاقمت في كل العالم

والذي يبرز من خلال البرامج التلفزيونية والإذاعية وما تنشره الصحافة المكتوبة وكذلك مواقع الانترنت إضافة إلى ما يقوم به المجتمع المدني بمؤسساته المختلفة لتجسيد الاتصال البيئي رغم ذلك نلاحظ تدني مستوى الوعي البيئي لدى الفئات المختلفة للمجتمع وعدم وجود علاقة قوية بين المستوى الاجتماعي والاقتصادي والوعي البيئي إضافة إلى عدم تطبيق القوانين والتشريعات البيئية ووجود بعض التجاوزات أي أن الإهتمام بالقضايا البيئية لا زال يصنّف ضمن آخر الاهتمامات على كل المستويات. بمعنى أن الإعلام في الدول العربية في المجال البيئي لم يقم بوظيفته كما يجب وذلك نظراً لعوامل كثيرة.

إنّ ما يعاب على مسيرة الإعلام البيئي العربي بصفة عامة والإعلام البيئي في الجزائر بصفة خاصة هي عدم الاستمرارية وتقليل النشاطات وربطها بمواعيد ومناسبات معينة وعدم وجود تنسيق بين مختلف المؤسسات والفاعلين في المجتمع، إضافة إلى ضعف محتوى الرسائل الإعلامية التي تهتم بمعالجة القضايا والمشاكل البيئية نظراً لعدم وجود إعلام وإعلاميين متخصصين.

إن الإعلام البيئي الذي نريده هو ذلك الإعلام المتخصص المدروس والمنهج القائم على الفكرة العلمية البيئية وعلى الإبداع واستغلال ما يمكن استغلاله لغرس الفكرة البيئية في فكر المتلقي وفي نفسه ثم لترقى هذه الفكرة من المستوى النظري إلى المستوى السلوكي العام والاعتيادي القائم على القناعة

والمعرفة، إعلام بيئي قادر على استحواذ الاهتمام والاحترام يقوم على أسلوب الترغيب والترهيب.

الكلمات المفتاحية: البيئة: إعلام بيئي، إعلام بيئي عربي، الإعلام البيئي في الجزائر.

مقدمة

أصبح الإعلام الوسيلة المباشرة لإيصال المعلومات باعتباره الجهة التي تقدّم المعلومة والخبر الصحيح وتحلّله وتوصله إلى المواطن ضمن المعايير المطلوبة من المصدقية والمهنية والدقة مع بروز الوجه المستقبلي لمجتمع القرن الحادي والعشرين وهو مجتمع المعلومات حيث تلعب القدرة على خلق المعرفة، والوصول إليها وتفسيرها ونقلها والتعامل الخلاق معها الشروط الأساسية لنجاح أي مجتمع في امتحان الحضارة الجديدة. ولا شك أنّ من بين أهم العناصر المميّزة للحضارة الحديثة هو دور حماية البيئة والتنمية المستدامة ممّا يعظم من أهمية الإعلام البيئي كوسيلة لنقل المعرفة البيئية، وهو تطوّر مطرد في العالم المتقدّم لكنه لا يزال موضوعاً على هامش الاهتمام الإعلامي في الدول العربية ومن بينها الجزائر.

الإعلام البيئي تخصص جديد بدأ الإهتمام به بعد مؤتمر البيئة العالمي الذي انعقد في "استوكهولم" عام 1972 وهو مصطلح مركب من مفهومي الإعلام والبيئة. وهناك العديد من التعريفات الخاصّة بهذا المفهوم فهناك من يعرفه على أنّه: "عملية إنشاء ونشر الحقائق العلمية المتعلقة بالبيئة بوسائل الإعلام لإيجاد درجة من الوعي البيئي وصولاً للتنمية المستدامة"⁽¹⁾.

وهناك من المهتمين من يرى بأنه: "توظيف وسائل الإعلام من قبل أشخاص مؤهلين بيئياً وإعلامياً للتوعية بالقضايا البيئية وخلق رأي عام متفاعل إيجابياً مع تلك القضايا"⁽²⁾.

أمّا البنك العالمي فيعرّف الإعلام البيئي بأنه: "نقل معلومات ذات طابع بيئي من وكالات أو منظمات غير حكومية من أجل إثراء معارف الجمهور والتأثير على آرائه وأفكاره وسلوكاته تجاه البيئة".

1. في الإعلام البيئي

الإعلام البيئي هو ذلك الإعلام الذي يسعى إلى تحقيق أغراض حماية البيئة من خلال خطة إعلامية موضوعية على أسس علمية سليمة تستخدم فيها كافة وسائل الإعلام وتخطب مجموعة بعينها من الناس أو عدّة مجموعات مستهدفة ويتمُّ أثناء هذه الخطة وبعدها تقييم أداء هذه الوسائل ومدى تحقيقها للأهداف البيئية لهذه الخطة الإعلامية⁽³⁾.

فالإعلام البيئي أصبح ضرورة في وقتنا الحالي من أجل ترجمة ونقل الأحداث والحقائق من الواقع إلى الناس بشكل يساعدهم على فهم المشاكل البيئية وتكوين رأي صائب حولها من خلال المناقشات واللقاءات واستعراض تجارب الشعوب. ومن خلال وسائل الإعلام المختلفة يمكن أيضاً إيقاظ الوعي البيئي لدى المواطنين ونقل المعرفة ونشر القيم الجديدة الخاصة بحماية البيئة والدعوة إلى التخلّي عن عادات وسلوكات ضارة بها⁽⁴⁾.

الإعلام البيئي بات حاجة ملحة وحق للإنسان وهو واجب كل جهة تحمل هم البيئة والإنسان. ومن بين أهم الدعائم التي ينبغي أن تتوفر من أجل إيصال الرسالة البيئية إلى الجميع وجود "الإتصال البيئي" وهو العملية التي تكون بين

مرسل ومستقبل في تداول الرسالة الإعلامية البيئية ورجع الصدى لها فالإتصال البيئي هو: "نقل المعلومات المتعلقة بالبيئة من قبل الوكالات المعيّنة والمنظمات غير الحكومية إلى عامة المواطنين من أجل توسيع دائرة معارفهم والتأثير على آرائهم وسلوكهم تجاه البيئة.

كما يعتبر الإتصال البيئي الإستعمال الإستراتيجي للتقنيات الإعلامية من أجل تدعيم السياسات والمشاريع البيئية وترقيتها، كما يعدُّ نشاطاً إسهامياً يهدف إلى إشراك كلِّ الأطراف المعنية بالعمل بدقة وجدية اتُّجاه المجموعات موضوع التوعية وهو تهذيب وتشجيع سلوكات العمل مع الناس وذلك لمساندة تلك السياسات والمشاريع وتشجيع المشاركة فيها⁽⁵⁾.

1. وسائل الإعلام البيئي: تتعدّد وسائل الإعلام البيئي ما بين المطبوعة كالصحف والجرائد والمجلات والكتب والتقارير والكتيبات والنشرات والملصقات، ووسائل مسموعة كالراديو وأخرى مرئية كالتلفزيون والسينما والفيديو والأنترنت، هذا بالإضافة إلى الأحداث الخاصة كالمسابقات البيئية المعارض، المسابقات البيئية، المؤتمرات والندوات.

أ. الإعلام البيئي المرئي: يملك التلفزيون تأثيراً كبيراً على المتلقين بسبب المؤثرات السمعية والبصرية، من خلال الصوت والصورة فهو يتّجه لكل الشرائح كباراً وصغاراً، نساءً ورجالاً، لذا يمكن استغلاله بكلا نوعيه الأرضي والفضائي لعرض المشكلات البيئية، لكن يبقى التلفزيون الفضائي الأكثر تأثيراً.

ويمكن معالجة المشاكل البيئية من خلال الحصص والاختبار والأشرطة الوثائقية والرسوم المتحرّكة وأيضاً الريبورتاجات والتحقيقات⁽⁶⁾.

كما يمكن أن يعرض التلفاز القضايا البيئية المختلفة ومدى إسهام الجماهير في حلّها وآثارها البيئية الحالية ومدى احتمال تطوّراتها في المستقبل إذا لم يتمّ إيجاد حلول لها⁽⁷⁾.

ب. الإعلام البيئي المسموع: تعتبر الإذاعة إحدى وسائل الاتصال الجماهيرية التي تصل للفرد أينما وجد وتتمتّع بخاصية الانتشار الواسع، حيث لها القدرة على النقل السريع للمعلومات والأحداث من أماكن حدوثها إلى أي مكان آخر في نفس الوقت، وتتميّز بأنّها براعها تتسم بالمرونة حيث يمكن تغيير الخريطة الإذاعية في وقت قصير ليحلّ مكانها برامج أخرى أكثر إثارة وجدّية، كما أنّها لا تتطلّب الانتباه والتركيز الذي تحتاجه الصحيفة، ولم يؤد ظهور التلفزيون إلى إختفاء الإذاعة وقد أمكن لها أن تصمد وتحقّق استمرارية في جمهورها الواسع، وهي تنجح في إعطاء المستمع شعوراً بأنّها على اتصال به، فتنشأ علاقة شخصية بين المذيع والجمهور، وتكتسب الكلمة المسموعة قوة إيجابية فلها خصائص متعدّدة، منها السرعة الفائقة التي تنتقل بها محطة الإذاعة إلى أذن المستمع متخطّية حواجز المسافات والأمية، كما أنّها تخاطب مختلف فئات الجماهير وتنقل لهم الثقافة والأخبار⁽⁸⁾. يمكن التطرّق إلى أخبار البيئة في أيّ موجز إخباري عادي، ويمكننا عرض بعض الأساليب الإذاعية لنشر الوعي البيئي وهي كالآتي: الحصص الإذاعية التي تقدّم للمستمعين في شكل حوار ومناقشات مع المختصّين والقائمين على شؤون البيئة.

تستطيع البرامج الإذاعية المختلفة أن تستطلع آراء الجماهير تجاه العديد من القضايا البيئية ومدى إسهام الجهاز التنفيذي والقطاع المدني والقطاع الخاص في إيجاد حلول لها ويمكن كذلك نقل التجارب البيئية الناجحة وأسباب نجاحها بما يحفّز الأفراد على تنفيذ الأنشطة البيئية على المستويات المحلية والوطنية⁽⁹⁾.

ولقد أثبتت التجارب أنّ النوادي الإذاعية لها ميزة خاصّة من شأنها تقوية وزيادة الوعي بالمشكلات وحلّوها وهذا تحت شعار "استمع وناقش ونفذ".

الإعلانات الراديوفونية المتعلّقة بالبيئة والتي يمكن عرضها على أمواج الإذاعة والغرض منها التأثير في سلوكيات المستمعين إيجابياً وحثّهم على المشاركة في رفع الوعي البيئي.

يمكن نشر الوضع البيئي الفعلي عن طريق تكرار العملية حتى ترسّخ الرسالة البيئية في أذهان المستمعين شرط أن تكون الرسالة بسيطة وواضحة لجميع فئات المجتمع. يمكن معالجة قضايا البيئة من خلال الإذاعة المحلية، فقد لاقت هذه الأخيرة نجاحاً لما لها من ميزة في معالجة القضايا المحلية وبلغة ذلك المجتمع.

ج. الإعلام البيئي المكتوب: تعتبر الصحف والمجلات أدوات فعّالة، فالصحف تنقل الأخبار والتحليلات السريعة، كما تضمّ الصحافة المكتوبة تعليقات وآراء المختصين والعامة وشكاوى ورسوم وكراريكاتور وصور واقتراحات كل ذلك يدلّ على أهمية الصحافة بين وسائل الإعلام بالنسبة للرأي العام، ودورها في التوعية بمختلف مجالاتها. خاصّة التوعية بقضايا ومشكلات البيئة والتلوّث على المستوى المحلي والوطني والإقليمي والعالمي. ويمكن معالجة مواضيع البيئة في الصحف اليومية من خلال:

- نشر المعلومات البيئية المختلفة في قوالب فنيّة كالريپورتاج والتقرير والأعمدة.

- التعريف بقوانين البيئة.

-الإعلان عبر الصحف عن أهم الموارد الملوثة للبيئة ووسائل تجنبها والوقاية منها.

-الإعتماد على أسلوب الإثارة بدرجة معينة لجلب القراء نحو هذه المواضيع.

-عرض نماذج من التجارب الناجحة في مجال حماية البيئة ومكافحة التلوّث⁽¹⁰⁾.

ويمكن للمحرر استخدام كافة الفنون الصحفية لعرض قضايا البيئة: كأخبار والتقارير والحوارات والتحقيقات والمقالات..

المجلّات العلمية: تعتبر المجلّات العلمية من أهم وسائل الإعلام والتي من خلالها يمكن نشر الوعي البيئي فهي تطرح القضايا بعمق وبأسلوب علمي.

إضافة إلى بعض التقنيات الحديثة كالإنترنت التي أصبح لها دور كبير في المساهمة في التوعية البيئية لمختلف شرائح المجتمع عن طريق الرسائل التوعوية والمواقع المختلفة التي تعرّف بالبيئة وقضاياها ومشاكلها والإهتمامات الدولية والوطنية والمحلية خاصة في السنوات الأخيرة. إضافة إلى دور خدمات الهاتف النقال في مجال البيئة مثل الرسائل القصيرة التحسيسية والتوعوية.

كما تقدّم شبكة الإنترنت العديد من الخدمات عبر تقنياتها المختلفة نذكر:

المدوّنات: هي عبارة عن صفحات على الإنترنت يقوم مستخدمو الشبكة بإنشائها لمناقشة العديد من القضايا وتكون متاحة للغير للتعليق عليها وتبادل الآراء والأفكار حولها ولقد قام نشطاء بإنشاء مدوّنات

متخصّصة في قضايا البيئة من بينها: (المدونة الخضراء) و(مدونة البيئة).. يتمُّ من خلال هذه المدونات نشر الأخبار البيئية والإعلام عن المؤتمرات التي تخصُّ البيئة وحشد وتعبئة الجهود التطوُّعية للجماهير نحو قضايا البيئة التي تستدعي المشاركة الشعبية.

مجموعات النقاش على الانترنت: يقوم بعض مستخدمي الإنترنت المهتمّين بالبيئة وقضاياها بإنشاء مواقع إخبارية لتقديم الأخبار المتخصّصة في مجال البيئة للمشاركين في المجموعة عن طريق إرسال نشرات إلكترونية للبريد الإلكتروني الخاص به.

ساحات تبادل الخبرات على الانترنت: من خلال غرف الدردشة وساحات النقاش على الانترنت يلتقي الأشخاص ذوي الإهتمامات المشتركة بعضهم ببعض ويقوم المناصرون للبيئة بتبادل الأفكار والخبرات بهدف تطوير مهاراتهم ويعتبر موقع "عالم واحد" من أشهر المواقع العاملة في مناصرة قضايا البيئة العالمية.

كما تقوم تقنية التواصل الاجتماعي (الفايس بوك) بدور كبير في تعبئة كلِّ المهتمّين بالبيئة بالتوعية والحث على المشاركة في مختلف النشاطات التي تهتمُّ حماية البيئة من مختلف الأخطار عبر العالم⁽¹¹⁾.

وسائل الإعلام ومراحل نشر رسائل التوعية البيئية يتمثّل دور وسائل الإعلام في نشر الوعي البيئي في خمسة مراحل أساسية:

1- مرحلة ما قبل وجود المشكلة البيئية: في هذه المرحلة تظهر المشكلة البيئية لتشغل الجماهير، وينحصر دور وسائل الإعلام هنا في توجيه نظر الجماهير

إلى مثل هذه الأحداث وهذا من خلال توفير المعلومات اللازمة حول المشكلات البيئية.

2- مرحلة إكتشاف المشكلة وظهور التحمُّس: تقوم وسائل الإعلام في هذه المرحلة بدور شد الانتباه نحو المشكلة البيئية من خلال تكرار نشرها مما يؤدي بالجمهور إلى إدراك خطورتها والتحمُّس لمواجهتها.

3- مرحلة إدراك تكلفة حل المشكلة: حيث يبدأ الجمهور في فهم تكلفة حل المشكلة فهي لن تتكلف أموالاً فقط بل تضحيات إجتماعية ودور وسائل الإعلام في هذه المرحلة يتمثل في الترويج لحل المشكلة البيئي وصرف النظر عن تكاليفه.

4- مرحلة التناقض التدريجي لدرجة الاهتمام العام: يتناقص الإهتمام الشعبي والإعلامي بالمشكلة البيئية في هذه المرحلة نتيجة إدراك الأفراد صعوبة إيجاد حل للمشكلة⁽¹²⁾.

5- مرحلة ما بعد المشكلة: ينتظر من الإعلام هنا أن يقوم بدور إحاطة الجماهير بمخاطر أو نتائج المشكلة أو كشف تكاليفها الاقتصادية والاجتماعية والصحية والبيئية وكذلك توجيه الجمهور لسبل التصرف السليم خلال المراحل المقبلة أو في الظروف المشابهة للمشكلة⁽¹³⁾.

إن الوصول إلى نشر الوعي البيئي في المجتمع يتطلب التكامل في الوظائف والأهداف بين مختلف هذه الوسائل الإعلامية، والتي ترتبط ارتباطاً وثيقاً بنوعية الرسالة وكيفية إعداد مضمونها والوسيلة الإعلامية المعتمدة لنشرها والجمهور المستهدف والهدف من هذه الرسالة.

د. أهداف الإعلام البيئي: تسعى وسائل الإعلام المختلفة إلى تحقيق العديد من الأهداف التي تخدم القضايا البيئية المختلفة هذه الأهداف التي يشارك فيها الأفراد والمؤسسات المختلفة من بينها المؤسسات الإعلامية ومن بين أهداف الإعلام البيئي نذكر:

- التعريف بقضايا البيئة لكل المجتمعات من أجل التوعية والإرشاد بقضايا البيئة التي أصبحت تفرض نفسها في السنوات الأخيرة.
- تعزيز الاتجاهات البيئية الإيجابية والتي تدفع المستهدفين إلى المشاركة بفاعلية في حلّ المشكلات البيئية.
- تغيير السلوكيات الضارة بالبيئة عبر تسليط الضوء على جوانب ومظاهر الأضرار بالبيئة.
- إبداء الملاحظات تجاه كلّ الإجراءات والقرارات التي تؤثر سلباً على البيئة.

-تقديم المعلومات التي تساعد على اتّخاذ القرارات والتحفيز على التغيير إلى الأفضل من خلال الدعوة للمشاركة الشعبية في تنفيذ الخطط والسياسات المتعلقة بالبيئة بلغة بسيطة يفهمها جميع الناس من أجل تحفيزهم وتنمية إحساسهم بالمسؤولية المشتركة بين الجمهور والجهات التنفيذية⁽¹⁴⁾.

ولكي تكون للرسالة البيئية صدى ونتيجة معلومة يجب أن تحدّد وسائل الإعلام المهمة بالقضايا البيئية من خلال مادتها الإعلامية المقدّمة، يجب أن تحدّد مسبقاً طبيعة الجمهور المستهدف في التغطية الإعلامية لقضايا البيئة المختلفة والذي يضمّ الفئات التالية:

- صانعو القرار ومتّخذوه من التشريعيين والتنفيذيين.
- قادة الرأي في المجتمع.
- أعضاء الجمعيات الأهلية ومنظّمات المجتمع المدني.

- القيادات الإعلامية.

- القراء العاديون بكافة قطاعاتهم وفئاتهم⁽¹⁵⁾.

إن نجاح الرسالة الإعلامية التي تهتمُّ بالقضايا البيئية والتي توجه لفئات مختلفة من الجماهير ووصولها إلى الأهداف التي حدّدها مرتبط بالعديد من الشروط والمعايير والمحدّدات من بينها:

1- معايير ومحدّدات المعالجة الإعلامية الداعمة لقضايا البيئة:

- الشمول والتكامل في المعالجة والتغطية الإعلامية الخاصّة بقضايا البيئة.

- عدم الإكتفاء بالتغطيات الإخبارية غير المعزّزة بالتفسير والتحليل لقضايا البيئة.

- تجنّب الإغراق أو التكتيف المباشر لأنّه يؤديّ أعلى درجة من التشبّع وانصراف الجمهور المستهدف.

- الحرص على الدقّة في المعلومات المقدّمة.

- الحرص على أن يكون عرض القضايا البيئية ومشكلاتها عادلاً ومتوازناً.

- التقليل قدر الإمكان من نظرة التشاؤم في معالجة القضايا البيئية.

- عرض النماذج الإيجابية وعدم الإكتفاء بالسلبيات فقط. وإضافة إلى هذه المتغيّرات يجب تحديد الهدف من المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة ووضع أولويات للمعالجة وكذلك تحديد الجمهور المستهدف بدقّة من أجل اختيار أنسب وسيلة إعلامية وشكل الرسالة وأسلوبها ولنجاح كلّ هذا يجب أن يكون القائم بالإتصال يتمتّع بمصداقية لدى الجمهور حتى يتمكّن من إقناعه.

2- أساليب تغيير الإتجاهات في المحددات الإعلامية:

- وضوح الرسالة وبساطتها حتى تكون لها فعالية لذلك يجب أن تتوفر
عدة عناصر من بينها تكرار الرسالة وتقديمها لأدلة وشواهد واستخدام
إستمالات التخويف والترغيب.

- تقديم نماذج إيجابية.

- التشجيع المستمر للمواطنين على الاستمرار في السلوك المرغوب
حتى يتحوّل إلى عادة .

- إعطاء معلومات وإرشادات حول التعامل الصحيح مع البيئة⁽¹⁶⁾.

3- المداخل الإقناعية المستخدمة في المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة:

يجب أن تركز رسائل التوعية البيئية لوسائل الإعلام على تعدد
المدخل الإقناعية حتى تحقق الجذب الجماهيري والتأثير الفعّال والتي نذكر
من بينها:

- التركيز على الأضرار الناتجة عن التلوّث.

- توضيح موقف الدين الإسلامي من السلوكيات البيئية (السلبية
والإيجابية).

- المقارنة بنماذج إيجابية للتأثير على المتلقي للرسالة التحسيسية
والتوعوية.

- إبراز دور الجهود التطوعية من أجل التحفيز على المبادرات لحماية
البيئة.

- ضرورة الإقناع بضرورة تكاثف الجهود لأن جهود المؤسسات
الرسمية لوحدها لا تكفي لمواجهة المشاكل البيئية.

- إبراز الحسم والصرامة في إحترام وتطبيق قوانين البيئة على
المخالفين.

- ضرورة التركيز على تكرار إبراز الخوف على مستقبل الأجيال القادمة للعيش في بيئة سليمة⁽¹⁷⁾.

النتائج المترتبة على المعالجة الإعلامية النموذجية لقضايا البيئة يمكن من خلال التناول الإعلامي لقضايا البيئة في مختلف وسائل الإعلام تحقيق مجموعة من النتائج منها:

- إزدياد عدد المدركين لمختلف القضايا والمشاكل والمواضيع البيئية عبر العالم.

- ظهور البرامج والأفكار الخاصة بعلاج مشاكل البيئة في جداول أعمال الحكومات مما أدى إلى تكوين رأي عام وطني ودولي مؤيد ومساند لحل المشاكل البيئية.

- زيادة الاهتمام بالتثقيف البيئي (نشر الثقافة البيئية) بدءاً من شريحة الأطفال في المرحلة الابتدائية إلى الشباب في الجامعة وتمّ تدعيم ذلك بظهور تخصصات في الجامعة تهتمُّ برمجها بالبيئة وقضاياها المختلفة في شتى المجالات.

- زيادة الاهتمام بالقضايا البيئية في وسائل الإعلام الجماهيري⁽¹⁸⁾.

هـ. أسباب قصور الإعلام البيئي (العربي): رغم الإهتمام بالقضايا البيئية في وسائل الإعلام العربية خاصة في السنوات الأخيرة مواكبة للاهتمام الدولي نظراً للمشاكل البيئية التي تفاقمت في كل العالم والذي يبرز من خلال البرامج التلفزيونية والإذاعية وما تنشره الصحافة المكتوبة وكذلك مواقع الانترنت إضافة إلى ما يقوم به المجتمع المدني بمؤسّساته المختلفة لتجسيد الإتصال البيئي رغم ذلك نلاحظ تدني مستوى الوعي البيئي لدى الفئات المختلفة للمجتمع وعدم وجود علاقة قوية بين المستوى الاجتماعي والاقتصادي والوعي البيئي إضافة إلى عدم تطبيق القوانين والتشريعات البيئية ووجود بعض التجاوزات أي أنّ الإهتمام بالقضايا البيئية لا زال يصنّف ضمن آخر

الإهتمامات على كل المستويات. بمعنى أن الإعلام في الدول العربية في المجال البيئي لم يقم بوظيفته كما يجب وذلك نظراً للعوامل التالية:

-المساحة التي تحتلها القضايا البيئية في وسائل الإعلام العربية المقروءة ضئيلة للغاية. وكذلك المدة الزمنية في الإعلام المسموع والمرئي لا تتناسب مع حجم المشكلات البيئية التي يتعرّض لها المجتمع العربي بشكل عام.
-عدم إهتمام وسائل الإعلام بنشر المعلومات البيئية المهمة والرئيسية في تشكيل الوعي البيئي.

-التناول السطحي للمشكلات والجرائم البيئية في وسائل الإعلام ممّا لا يمكن أن يشكّل لدى أفراد المجتمع بهذه المشكلات ومن ثم لا يولد اتجاه نحو المشاركة في حلّها.

-التركيز على الشكل الخبيري في ما يتّصل بالبيئة وهذا لا يسهم في بناء وعي بيئي (19).

حتى وإن لاحظنا إزدیاد ورود كلمة "بيئة" في وسائل الإعلام العربية خلال السنوات العشر الأخيرة، إلا أنّ طريقة التصديّ لهذا الموضوع بقيت في معظم الحالات مرتبطة بالخبر وردود الفعل الآنية على تطوّرات دولية وكوارث. وما يبرهن على قصور الإعلام العربي البيئي هو نتائج استطلاع أجري من طرف مجلة "البيئة والتنمية" سنة 2006 ضمّ 15 بلداً حول الصحافة المكتوبة والبيئة حيث توصل إلى النتائج التالية:

1. أقلّ من عشرة في المئة من الصحافة العربية تخصّص محرراً لشؤون البيئة والتنمية المستدامة والنسبة نفسها من الصحف تخصّص صفحة أسبوعية أو دورية أو مساحة محدّدة لشؤون البيئة.
2. حتى الصحف التي تخصّص صفحة دورية للبيئة، تلغيها عند ضغط الأحداث السياسية والاقتصادية والإعلانات، وغالباً ما تصدر لفترة ثم

تتوقف، إمّا نهائياً أو لتعود بعد شهور أو سنوات. وهذا لا يمكن أن يحصل مع الصفحات الثابتة للسياسة والاقتصاد والرياضة والمجتمع مثلاً.

3. ترتبط كثير من صفحات البيئة في الصحافة العربية بدعم أجهزة البيئة الحكومية، ممّا يفقدها الحيادية ويجعلها عاجزة عن توجيه النقد إلى هذه الأجهزة.

4. ما تزال مصادر المعلومات المحلية الموثوقة عن قضايا البيئة ضعيفة أو معدومة. لهذا تفتقر معظم المواضيع الصحافية البيئية إلى قوة المعلومات، التي هي أساس الصحافة الحديثة.

5. شهد عدد المواقع العربية على الانترنت توسعاً ملحوظاً خلال السنوات الخمس الأخيرة، مع أنّها لا تقارن بغيرها في الدول المتقدّمة ومعظم دول العالم الثالث. فقد بقي محتوى هذه المواقع ضئيلاً، ومعلوماته غالباً قديمة لا يتمّ تحديثها، ومعظمها غير موثوقة، يصعب استخدامها كمرجع. وقد لوحظ أنّ محتويات معظم مواقع الانترنت العربية عن البيئة تنشر كمواد أولية، بلا تدقيق وتحرير. لكن في بعض مواقع الأنترنت العربية هيكلية جديدة لمشروع قابل للتطوير (موقع البيئة الأردني)⁽²⁰⁾.

6. العناوين البيئية التي حظيت بالاهتمام الأكبر في وسائل الإعلام العربية عامة شملت: الطبيعة والحياة الفطرية، النفايات الصلبة والصحة البيئية، تلوث البحار والكوارث. التلوث الصناعي والتصحّر حظيا بأولوية في الإعلام الجزائري. وحظي موضوع المياه بأولوية في سلطنه عُمان والأردن. وكان لافتاً شبه إهمال لمواضيع مثل تلوث الهواء، إلّا في حالات الكوارث، وترشيد استهلاك الطاقة، واستخدامات الأراضي، وتنظيم المدن⁽²¹⁾.

بالنسبة لإهتمام وسائل الإعلام الأخرى بالقضايا البيئية مثل المجلات والجرائد والإذاعات والفضائيات المتخصصة سواء على المستوى الوطني أو المحلي فالتجارب قليلة.

أمّا القضايا البيئية في مواقع الانترنت العربية فإنّ حجم المعلومات البيئية المفيدة لمنصفحي مواقع الانترنت العربية ضئيل. فمعظم المواقع التابعة لهيئات عربية رسمية وخاصة وأهلية هي باللغة الانكليزية، وغالباً ما تعتمد على تقديم معلومات ترويجية ودعائية للمؤسسة أو المنظمة صاحبة الموقع الأكثر من تقديم خدمات معلوماتية وبجئية للمتصفحين. بل يمكن القول إنّ معظم مواقع الانترنت العربية المعنية بالبيئة هي مواقع ترويجية لاجتذاب المؤسسات الأجنبية المانحة. غير أنّ هذه المواقع ضعيفة كأداة للعلاقات العامة أيضاً، في موازاة افتقارها إلى المعلومات. فالعلاقات العامة الناجحة تقوم بدورها على المعلومات الموثوقة.

الحصول على معلومات حول البيئة العربية عبر الانترنت ممكن عموماً، لكنّه يتطلّب جهداً كبيراً وقدرة على معرفة المواقع الدولية التي تتضمن المعلومات المطلوبة، ومعظمها بالإنكليزية. وتبقى المشكلة ندرة البيانات الإحصائية الجديدة الموثوقة، التي هي إمّا غير موجودة أساساً وإمّا لا توجد مؤسسات تعمل على جمعها في صيغة صالحة للمقارنة، وهذا يسبق عملية عرضها على الانترنت. ويتربّب على شبكة الانترنت العربية الانتقال من الإشادة والترويج إلى المعلومات والتحليل، وإنشاء منابر للتفاعل والحوار⁽²²⁾.

كما تعتبر مشكلة توجيه الخطاب الإعلامي على مستوى الوطن العربي بغياب الصحفي البيئي المتخصّص بشكل عام من بين أهم قصور الإعلام البيئي العربي.

إضافة إلى ندرة الوسيلة الإعلامية غير الرسمية المتخصّصة التي يمكن الاعتماد عليها في مجال البيئة في الوطن العربي هي مشكلة حقيقية، فلا يوجد تقريباً استثمار خاص في مجال التوعية البيئية عبر امتداد الساحة العربية سوى

بعض القنوات الفضائية البيئية المتخصصة في البيئة والأرصدا، وبعض المجلات البيئية التي تهتم بشؤون البيئة والتنمية، مع وجود صفحات أسبوعية أو شهرية بيئية في بعض الصحف اليومية إلا أنها في حال وجود مناسبات أو دعايات يتم تقليص محتواها أو في بعض الأوقات تلغى كلية.

الإعلام البيئي العربي في بداية الطريق. فهناك اعتراف بأهمية البيئة من أجل التنمية. وهناك اهتمام واضح بمواضيع البيئة في وسائل الإعلام، يعبر عنه تزايد الحديث عن عناوينها. المطلوب تحويل العناوين إلى مواضيع جدية وتحويل صحافة البيئة إلى اعتراف.

و. سياسات النجاح العمل الإعلامي البيئي (العربي): إن من أهم سياسات إنجاح وإحداث نقلة نوعية في العمل الإعلامي البيئي والتي تسهم في الرقي بثقافة البيئة والحفاظ عليها في المجتمعات العربية، وإحداث انعكاسات ايجابية في واقع عمل التوعية والإعلام البيئي هو السعي في تبني وانتهاج السياسات التالية من قبل الجهات البيئية الرسمية والجهات الإعلامية.

-الدعم والتشجيع الدائمين من قبل الإدارات البيئية للفنانين والإعلاميين والصحفيين وتحفيزهم للإبداع في الطرح البيئي، وتوفير قواعد البيانات ومصادر للمعلومات البيئية وتعيين جهة مسؤولة لديها القدرة على إيصال المعلومة البيئية بشكل جيد مدعومة بالأرقام والبيانات.

-توعية شاغلي المناصب العليا الإعلامية بأهمية الدور الذي يقومون به للحفاظ على البيئة والمساهمة في استمرارية التنمية المستدامة بالوطن.

-التخطيط الإعلامي المسبق للأهداف المرجوة من الطرح الإعلامي البيئي لما يخدم المصالح العليا للوطن وبعيداً عن الإثارة غير المبررة.

- تبادل الخبرات المكتسبة في مجال التوعية والإعلام البيئي بين الجهات المسؤولة عن التوعية والإعلام البيئي في القطاعين الحكومي والخاص لصقل وتنمية مهارات القائمين على الإعلام البيئي.

- منح المجتمع وعلى جميع مستوياته الفرص في تحمل مسؤوليته بالمشاركة في طرح رأيه البيئي عبر القنوات الإعلامية لتكون وسيلة إبداعية تفاعلية لنشر الوعي والثقافة البيئية.

- تحفيز القطاع الخاص للإستثمار في مشاريع وأعمال الإعلام البيئي.
- منح المجتمع المدني ومؤسساته المشاركة في الحفاظ على البيئة ونشر الوعي البيئي (23).

- يجب أن تكون شراكة مع الإعلام من خلال تكوين شبكات إعلامية تعمل على نشر وتطوير الوعي البيئي بالقضايا البيئية على المستوى الوطني والإقليمي وذلك عن طريق تبادل المعلومات البيئية وتشجيع تبادل الخبرات والتجارب بين أعضاء الشبكات المهتمّة بالأمر البيئية وتأهيل العاملين في مجال الإعلام على استخدام الوسائل التقنية الحديثة مثل الانترنت وتكوين كوادر إعلامية متميزة تشارك في النشاطات التنموية وتشجيع الإعلاميين البيئيين على إعداد برامج علمية ودينية تحثُّ على حماية البيئة والحفاظة عليها.

- تعزيز قدرات الإعلام من خلال تنظيم الدورات التدريبية للإعلاميين للتعرف على القضايا والمفاهيم البيئية والتدريب على التحليل المعمق واقتراح الحلول (24).

- تشجيع الحوار بين الإعلاميين والعاملين في مجال التنمية من أجل تفعيل الشراكة وتنظيم الحوار بين الإعلاميين والخبراء وصناع السياسات والمواطن العادي.

بناء الشراكة الإقليمية والدولية من خلال الربط بين الإعلام والمنظمات الحكومية وغير الحكومية الناشطة في ميدان البيئة لتبادل الخبرات والاستراتيجيات العلمية لتفعيل الوعي البيئي (25).

- ضرورة بناء شراكة مع الإعلام والتنمية من أجل تفعيل الوعي البيئي لأنّ الإعلام التنموي هو إعلام متخصص يخدم قضايا بعينها مثل الإعلام الاقتصادي والإعلام السياسي والإعلام الخاص بتمكين المرأة والإعلام البيئي وهو أكثر فروع الإعلام التنموي حاجة للإلمام بكلّ محاور التنمية الأخرى ومن أجل الوصول إلى التوعية البيئية ونشرها بين الناس يجب تعزيز كفاءة الإعلام حتى يتسنى له القيام بدوره على أكمل وجه⁽²⁶⁾.

2. الإعلام والاتصال البيئي في الجزائر دوره في التوعية البيئية

تواجه الجزائر العديد من التحدّيات البيئية التي تمثّل مصدراً لتدهور الموارد الطبيعية لسكانها وتهديداً لمستقبل أجيالها القادمة، وتنشأ التحدّيات البيئية هذه من عدم قدرة الموارد المتاحة على الوفاء احتياجات السكان بالإضافة إلى إساءة استخدام المتاح من هذه الموارد وتصدّر قائمة المشكلات في الجزائر التلوّث بكلّ أشكاله ونقص إمدادات المياه وتزايد عدد السكان واستنزاف الموارد، التصحرّ، والغياب النسبي لتنفيذ القوانين وتدني مستويات الوعي بالأهمية الحيوية لقضايا البيئة باعتبار هذا الوعي الوسيلة الأكثر فعالية في ترشيد استخدام الموارد والتعامل مع المحيط الحيوي.

وتضع هذه التحدّيات المجتمع الجزائري برمته أمام مسؤولياته في التعامل مع قضايا البيئة حتى يمكن أن تحقّق لهذا المجتمع التنمية المستدامة. لذلك قامت الجزائر ومن خلال وزارة البيئة بتسطير استراتيجية إعلامية (إتصالية) من أجل نشر الثقافة البيئية وتجسيد مفهوم المواطنة البيئية على أرض الواقع وكان ذلك بالتنسيق مع العديد من الهيئات والمنظمات ومؤسسات المجتمع المدني وبعض الوزارات بالإعتماد على الإعلام بتقنياته ووسائله المختلفة وتمثّل هذه الاستراتيجية في الجهود التالية:

أولاً. تكوين الصحفيين في مجال البيئة: إنَّ هذه الاستراتيجية لا يمكنها النجاح دون إشراك الصحفيين ورجال الإعلام إشراكاً تاماً في جهودات التحسيس بالقضايا البيئية ونشر الوعي بين مختلف شرائح المجتمع. إنَّ تجنيد الصحفيين في المجال البيئي من بين أهم المشاريع البيئية التي عمدت الجزائر على تحقيقها وإنَّ هذا الهدف فرض نفسه كحاجة ملحة مع استحداث نادي أخضر للصحافة وخلية الأتصال تحت إشراف ومتابعة الوزارة المعنية⁽²⁷⁾.

وإذا كان الكلُّ يجمع على الدور المحوري الذي يلعبه الصحفيون من أجل إعلام الجمهور وتحسيسه في المجال البيئي فإنه يجب القول بأنَّ الصحفيين في الجزائر لم يستفيدوا من أيِّ تكوين مختص من قبل في المجال البيئي سواء كان ذلك خلال مشوارهم الجامعي أو خلال حياتهم المهنية⁽²⁸⁾.

وكمبادرة من أجل تكوين إعلاميين متخصصين وفي إطار مخطط التسويق البيئي لسنة 2008 الذي أطلقه الوزير السابق لتهيئة الإقليم والبيئة فقد تمَّ تنظيم ملتقين تكوينيين موجّهين لحوالي 30 صحفياً جزائرياً في شهر فيفري وماي 2008، من طرف الهيئة الألمانية للدعم التقني (GTZ) بالتعاون مع الوزارة وتتمثل أهداف هذين الملتقين في تعزيز تكوين الصحفيين في مجال البيئة حتّى يتمكّنوا من تحسيس المواطنين بالضرورة الملحة لحماية بيئتهم.

ثانياً. نادي الصحفيين على مستوى الوزارة: يقوم أفراد هذا النادي بتشكيل ملفات صحفية من خلال جمعهم وإطلاعهم على كلِّ ما تكتبه

مختلف الصحف وبلغات مختلفة حول القضايا البيئية مع تدعيمها بالصور، ويقومون بأخذ صور طبق الأصل عليها وتقديم نسخ منها للسيد الوزير لقراءتها والإطلاع عليها ومعرفة حالة البيئة والمحيط في كل أنحاء الوطن وأحياناً تتبع هذه الملفات بمختصرات لكل مقال لتسهيل الدراسة وبذلك يمكن الحصول على ملفات شهرية تضم ما نشر عن البيئة والمحيط ومختلف المشاكل التي تعانيها البيئة خلال الشهر كما يقوم نادي الصحافة بالتحضير لمختلف الندوات واللقاءات الوطنية والدولية مسبقاً والتي تقوم بها الوزارة سواء كانت بداخلها أو خارجها وذلك من خلال:

الإبلاغ المسبق لكل الصحف الجزائرية المكتوبة والسمعية البصرية وإعلامها بموعد (وقت/ مكان إجراء الندوة وذلك لتغطية الحدث.

- التكفل بتقديم ملفات، مطبوعات، ملصقات تخص موضوع اللقاء وذلك لتغطية الحدث.

- التكفل بالتنظيم والتسيير لكل مجريات اللقاء أو الندوة أو القمة⁽²⁹⁾.

- مشروع التربية البيئية في الوسط المدرسي انطلق هذا المشروع سنة 2002 وقد تمّ التوقيع على البروتوكول الخاص به بين وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة ووزارة التربية الوطنية وهذا المشروع يرتبط بإعطاء بعد بيئي في البرامج التربوية والتعليمية وذلك باحترافية متخصصة، ويتم ذلك من خلال تضمين المفاهيم البيئية في العملية التربوية وهذا من أجل تكوين ثقافة بيئية لدى الطفل وفي المجتمع الجزائري عامة. ويأتي ذلك كمطلب أساسي تفرضه التنمية المستدامة في الجزائر ويرتبط هذا المشروع بجميع المستويات الدراسية⁽³⁰⁾.

ثالثا. تكوين الأساتذة والمربين: في إطار المشروع الثنائي بين الوزارتين تمّ تكوين في نفس السنة حوالي (300 إلى 400) أستاذ أمّا في الفترة الحالية فقد بلغ عدد الأساتذة الذين تمّ تكوينهم في المجال البيئي حوالي (1400 إلى 2000) أستاذ وتجدر الإشارة إلى أنّ التربية البيئية ليست مادة لديها حجم ساعي وكذا أستاذ متخصص بل أنّها تتحقّق من خلال إدراج المفاهيم البيئية في المواد الموجودة في نفس الوقت(31).

رابعا. تكوين لجان بيداغوجية: تمّ تكوين في إطار هذا المشروع ثلاث لجان مشتركة بين الوزارتين تعمل من أجل هدف واحد مشترك وأساسي وهو خلق ذهنية لدى الممثلين الاجتماعيين تهتم بالمشاكل البيئية وقد تمّ التوقيع على البروتوكول الخاص بذلك في أبريل 2002 بين الوزارتين ويأتي ذلك من أجل العمل على تصميم برنامج بيداغوجي يدعم التربية البيئية وخلق نشاطات كلّها في المؤسسات المدرسية، أنّ هذا البرنامج البيداغوجي يعمل على تقديم المعلومات البيئية وترسيخ الثقافة البيئية كما يهدف إلى تكوين وسائل بيداغوجية حول المفاهيم التالية: (الهواء، الماء، الغابة، الطبيعة، نفايات، الطاقة، الصناعة والوضاء)، ويكشف هذا العمل عن الإرادة الوطنية والسياسية من أجل تحقيق تنمية مستدامة تهتم بالبيئة والحفاظ على البيئة والموارد الطبيعية.

وتمسّ هذا المشروع (113) مؤسسة تربوية جزائرية مصنّفة كما يلي (71) مدرسة ابتدائية، (39) متوسطة و (31) ثانوية وذلك عبر سبعة ولايات وطنية.

وتمثّل الوسائل البيداغوجية التي قامت بصياغتها هذه اللجان الثلاثة فيمايلي:

- 1- دليل المري في التربية البيئية.
- 2- دليل النوادي الخضراء.
- 3- دفتر الإنخراط في النادي الأخضر.
- 4- ميثاق التلميذ.
- 5- كراسات النشاطات البيئية⁽³²⁾.
- 6- الاستعانة بالأئمة لغرس الثقافة البيئية في المجتمع.

يعتبر إمام المسجد حلقة وصل مهمّة في المجتمع الجزائري، لذلك يجب توظيف الخطاب الديني المتضمّن في تعاليم الإسلام التي تدعو إلى حماية البيئة وضرورة تكرار هذه التعاليم في الخطب ومن أجل التمكّن من ذلك شرعت مديرية البيئة لولاية الجزائر في 2010 بمعية مديرية الشؤون الدينية والأوقاف في توزيع كتيبات متخصصة على المساجد لتوعية المجتمع بأهمية حماية البيئة وضرورة اعتماد المسلم السلوك المتحضر المذكور في نصوص القرآن الكريم والأحاديث النبوية الشريفة، وتهدف العملية للاستعانة بالأئمة في غرس الثقافة البيئية في أوساط المصلين، ويندرج البرنامج ضمن جملة من البرامج التي تمّ فيها إشراك مصالح التربية الوطنية وإدارة الغابات والكشافة الإسلامية بالإضافة إلى الجمعيات المتخصصة التي تعنى بحماية البيئة لغرس هذه الثقافة.

تمّ الاستعانة بالمساجد لتكريس وغرس الثقافة البيئية في أوساط المجتمع، حيث بادرت الوزارة في هذا الإطار بوضع دليل للإمام الذي يضمّ (125) صفحة وهو من الحجم الصغير تحت عنوان دور المسجد في التربية البيئية وبه أربعة محاور رئيسية تشمل التربية البيئية في الإسلام ودور الإمام في التربية البيئية والمجالات الكبرى للتربية البيئية بالإضافة إلى مجموعة دروس وخطب في التربية البيئية، الكتيب من تأليف عمار محجوبي وهو مفتش مركزي بوزارة الشؤون الدينية والأوقاف... وتتمثّل المرحلة الثانية

في مجال التعاون مع مديرية الأوقاف للولاية إعلام هذه الجهة بكل النشاطات البيئية التي تقوم بها المديرية حتى يكون هناك تواصل بين الطرفين للوصول إلى تحقيق الأهداف المسطرة في مجال التحسيس⁽³³⁾.

خامساً. إشراك المواطنين: تلعب وسائل الإعلام دوراً هاماً في التركيز على مسألة حقوق المواطن مع ضرورة تحمل المسؤولية في التكفل بهذه الحملات، وذلك بترقية الوعي والإحساس بالمسؤولية المشتركة بين المواطن والسلطة المعنية فيما يخص قضية حماية البيئة. إن توعية الجماهير تعتبر حافزاً هاماً في تكوين مسار تشاركي لحماية البيئة بحيث تصبح "المواطنة الإيكولوجية" حقيقة ملموسة، لذلك على وسائل الإعلام أن تعمل على تعميق الإحساس بقيمة البيئة.

وتقوم المديرية الفرعية للوزارة بالشراكة مع الجمعيات في مجال الإئصال الخارجي للوزارة بإشراك المواطنين عن طريق:

1. الاستراتيجية الإعلامية والتحسيسية الميدانية بهدف تقريب المواطنين من البيئة ليكون الطرف الفاعل الأساسي في التعريف بمختلف المشاريع البيئية ليساهم بدوره في تنفيذها.

2. إشراك المجتمع المدني من جمعيات بيئية، نوادي خضراء ولجان أحياء في مختلف الأنشطة ليكونوا على علم بمختلف المشاريع والقوانين والإجراءات التي تم اتخاذها من قبل الوزارة.

3. التنسيق مع مختلف الشركاء كمديريات ولائية، البلديات، المؤسسات الصناعية، المؤسسات التربوية، معاهد التكوين المهني،

الجمعيات، لإشراك أكبر قدر ممكن من المواطنين في ترقية الإطار المعيشي للسكان⁽³⁴⁾.

سادسا. مشروع قطار دنيا: هو مسابقة فريدة من نوعها في عملية التحسيس والتوعية البيئية وقد جاءت فكرة انطلاقه تأكيداً لقناعة الوزارة من أن مسألة الحفاظ على البيئة وترقية الإطار المعيشي للسكان قضية تعني الجميع، ضمن هذا السياق كان اشتراك الجمهور الواسع والعريض في عملية التحسيس والتوعية ومناقشة مختلف الملفات البيئية التي حملها معه هذا القطار الأخضر في رحلته غرب البلاد ثم إلى شرقها من 29 أكتوبر 2002 إلى غاية 31 مارس 2003 لتستغرق سفريته أكثر من أربعة أشهر جاب خلالها (22) ولاية من التراب الوطني وكانت الأهداف من هذه الحملة هي:

- تحسيس وتوعية المواطنين للحفاظ على البيئة وترقية الإطار المعيشي للسكان.

- نشر وتعميم الثقافة البيئية لدى المواطنين تحقيقاً للمواطنة البيئية.

- تهيئة المواطنين للتفاعل مع السياسات البيئية الجديدة⁽³⁵⁾.

سابعا. عربة التحسيس والتربية البيئية: وهي تتضمن جناحاً خاصاً بالنادي الأخضر المدرسي كما يحوي كتب وأشرطة فيديو بالإضافة إلى جناح يقدم دروس للمواطنين مثلاً اقتصاد المياه، جناح الألعاب التربوية والترفيهية مثال مسابقة أحسن الرسومات البيئية.

عربة التنوع البيولوجي: عربة العلوم ركزت نشاطها على التحسيس بأهمية الحفاظ على التراث الثقافي والإيكولوجي بالإضافة إلى التعريف

بالأنظمة البيئية الموجودة في الجزائر وكذا الأنواع الحيوانية والنباتية التي تعيش فيها.

عربة متتدى البيئية: عرض فيها لافتات حول معالجة ورسكلة النفايات الصلبة الخاصة والنفايات الخطرة وتقنيات التسيير الصناعي العقلاني وكذا فضاء خاص بشبكة سماء صافية بالإضافة إلى عرض تجهيزات كيفية استعمال الطاقات المتجددة.

عربة المدينة النظيفة: هذه العربة عرضت المخطط الوطني لتسيير النفايات الصلبة وعرض نموذج لمركز تقني لردم النفايات ووحدة الرسكلة⁽³⁶⁾.

ثامنا. العمل مع الكشافة الإسلامية: تم إبرام اتفاقية مع الكشافة الإسلامية تنص على التعاون في المجال البيئي من خلال إنشاء النوادي المتخصصة في مجال البيئة ومكافحة التلوث وتنظيم عمليات التطوع لتنظيف الشوارع والشواطئ وهذا للوصول إلى تكريس مبدأ التطوع لحماية البيئة من جميع أشكال التلوث التي قد تظاها وتكثيف الجهود بين مختلف الأطراف المعنية بحماية البيئة والفاعلين في هذا المجال من جهة ومختلف فئات المجتمع. ولقد كان للكشافة الإسلامية الجزائرية دور تحسيس وإعلامي بيئي، حيث شارك حوالي (120) كشاف من كل ولايات الجزائر في ذلك⁽³⁷⁾.

تمت برعاية وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة والكشافة الإسلامية الجزائرية والوكالة الألمانية للتعاون التقني طباعة البرنامج الكشفي البيئي العلمي وتوزيعه على أشبال الكشافة الإسلامية وقد قام بتمويل الطباعة الوكالة الألمانية للتعاون التقني.

العمل مع الشباب: تعتبر شريحة الشباب هي الشريحة الغالبة في بنية المجتمع الجزائري، لذلك فإن نجاح أي سياسة بيئية يتوقف على مشاركة هذا العنصر الفعال ومن أجل ذلك تم إنشاء نوادي "شباب-بيئة"، وهي فضاءات ينشط فيها الشباب في مجال حماية البيئة والمحافظة عليها، ومن مهامها أيضاً الإعلام والتوعية البيئية في الأوساط الشبابية.

يوجد في الجزائر في الوقت الحالي أكثر من (297) نادي شباب-بيئة على مستوى (32) ولاية، وتتمثل أهم نشاطات هذه الأندية في تنظيم حملات تطوعية لتنظيف الأحياء وتهيئة المساحات الخضراء، وتنظيم مسابقات وأيام إعلامية للتوعية وهي نشاطات غير مأجورة. غير أن هذه النوادي تعاني ركوداً سببه نقص الإمكانيات وضعف التأطير والتجربة في هذا الميدان.

الأيام التحسيسية: تم تخصيص يوم بدون سيارات والذي كان يوم الجمعة 21 ماي 2008 وهذا من أجل التحسيس بظاهرة التلوث البيئي، وقد لعبت إذاعة البهجة آنذاك دوراً كبيراً في عملية تحسيس المواطنين.

نظم المعهد الوطني للتكوينات البيئية أياماً دراسية حول موضوع البيئة ومجال التكوين والتحسيس في الميدان البيئي وذلك بالتنسيق وبمشاركة الهيئات الاجتماعية الفاعلة في النشاط الجمعوي بداية من الكشافة الإسلامية ورؤساء لجان الأحياء، طيلة ثلاثة أيام بعنابة التي وقع عليها الاختيار بما أنها من بين أكبر الولايات التي تعرف تلوثاً بيئياً بالرغم من كل الجهود التي تبذل في الميدان، ويدخل هذا في إطار الأيام التكوينية، وقد انطلقت من يوم 03 وإلى غاية 05 نوفمبر 2010 على مستوى عدة نقاط بداية من فندق "ميموزا بالاص" بالنسبة للورشات والمحاضرات والجوانب النظرية وتم فيها مناقشة 03 محاور أساسية وهي

التكوين: والتربية والتحسيس، وبهذا تكون ولاية عنابة أول ولاية تستقبل هذا النوع من النشاط المتعلق بالبيئة.

الجامعة الصيفية: بالتنسيق مع وزارتي تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة ووزارة التكوين المهني تم فتح ثلاث تخصصات تدرس على مستوى مراكز التكوين المهني للحصول على شهادة تقني سامي لغرض التحسيس في الوسط المهني وهي:

(* تسيير النفايات.

(* اقتصاد المياه.

(* البيئة والنظافة.

المعارض: نجد من بين المعارض التي نظمت المعرض الإيكولوجي لحظيرة القالة بالنعامة سنة 2008.

كذلك الصالون الاول الجزائري الألماني للبيئة، أمّا الصالون الثاني بالشراكة مع المؤسسات الألمانية والمؤسسات الجزائرية فقد نظم في شهر نوفمبر سنة 2010. كما،

- الملتقيات.

- ورشات العمل.

- أيام مفتوحة.

- التقارير والمخططات.

- الملصقات الجدارية والومضات الإشهارية.

تعتبر كل من الملصقات الجدارية والومضات الإشهارية وسائل إعلامية هامة وأساسية في نقل رسائل تحسيسية للجمهور، لذا فإن الوزارة تقوم بتصميم ملصقات جدارية خصوصاً في اليوم العالمي للبيئة المصادف لـ

05 جوان من كل سنة كذلك الومضات الإخبارية التي تُبث من حين لآخر على شاشة التلفزيون والتي فيها غزالة في هيئة إنسان والمعروفة بـ "الغزالة دنيا" والتي تحاطب الجمهور في كل مرة بضرورة الحفاظ على البيئة.

1. الصحافة البيئية في الجزائر

تعتبر الصحافة شريك لا بد منه في مهمة التحسيس قصد التوصل إلى ترسيخ حماية البيئة من أجل تحقيق التنمية المستدامة. لذلك يجب الإعتدال عليها ضمن أهم وسائل الإتصال البيئي.

وللصحافة المكتوبة في الجزائر مكانة متميزة وهامة يجب استثمارها في هذا المجال، إلا أن الواقع عكس ذلك فرغم العناوين الكثيرة للصحف في الجزائر نجد الاهتمام بالقضايا البيئية في موادها الإعلامية ضئيل جداً.

فالصحيفة اليومية الوحيدة في الجزائر التي تخصص صفحة أسبوعية للبيئة هي جريدة "الصباح" الحديثة النشأة والمحدودة التوزيع، مواضيعها محلية وعالمية عامة. وهي تركز على المعلومات المبسطة الهادفة إلى التوعية البيئية⁽³⁸⁾.

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

غير أن البيئة تبقى موضوعاً مطروحاً في الصحافة الجزائرية على مستوى الصفحات المحلية والتنوعات والتحقيقات، على الرغم من عدم تخصيص صفحات خاصة لها، ويأتي التلوث الصناعي وتلوث البحر والشواطئ في طليعة

اهتمام الإعلام البيئي الجزائري، تليه مشكلة النفايات الصلبة والكوارث والتصحّر والصحة البيئية.

وتتميّز صحيفة الوطن التي تصدر بالفرنسية بتغطية معمقة لقضايا البيئة، خاصة تلك المرتبطة بالمعاهدات والمؤتمرات البيئية الدولية، ومن بين الصحف الجزائرية الصادرة بالعربية تبرز الخبر، وهي الأكثر انتشاراً بتغطيتها المتواصلة لمواضيع البيئة من خلال الأخبار والتحقيقات التي يتولّأها محرّر متخصص. وتكاد البيئة تكون موضوعاً يومياً في جريدة الخبر بشكل مكثّف نشاطات وزارية تهيئة الإقليم والبيئة. كما أنّ اهتمام وكالة الأنباء الجزائرية بالمواضيع البيئية قد تزايد مؤخراً.

2. الإعلام الإذاعي البيئي في الجزائر

شهدت الجزائر وثبة نوعية في مجال التغطية بشبكة من الإذاعات المحلية وصل إلى أكثر من 95٪ على المستوى الوطني وبهذا تصبح أداة هامة لضمان مشاركة المواطنين في حملات التوعية خاصة وأنّ برامجها متابعة من طرف جمهور معيّن (النساء الماكثات بالبيت، سائقي السيارات...) فيمكن إدراج البعد البيئي في جميع البرامج الإذاعية.

ففي عام 1999 ظهر برنامجان إذاعيان متخصصان بالبيئة في الجزائر على المستويين الوطني والمحليّ، ففي القناة الأولى قدم "أحمد ملحة" برنامجاً بعنوان ((البيئة والمحيط)) مدّته خمسون (50) دقيقة، وقد فتح البرنامج ملفات ساخنة منها تلوث الشواطئ والمياه بالنفايات الصلبة، التصحّر ومياه الصرف، تمّ انتقال إلى قناة البهجة حيث ينشط الآن فقرة الرفيق الفلاحي.

وعلى مستوى الإذاعات المحلية نجد القناة المحلية في الجنوب برنامجاً إذاعياً بعنوان "العالم الأخضر" تعدّه وتقدّمه الصحفية "فتيحة الشرع" مدّته خمسة

وخمسون دقيقة (55د) ثم انتقلت إلى القناة الأولى لتقدّم برنامجاً أسبوعياً بيئياً بعنوان ”رهانات بيئية” ومؤخراً فهي تقدّم Zoom على البيئة كذلك في القناة الأولى.

في بداية 2004 بدأت الإذاعة الثقافية في بث برنامج أسبوعي بعنوان ”البيئة والحياة” يقدّمه ”بدر الدين داسة” يركّز على الحميات والتنوع البيولوجي والتلوث. القناة الثالثة لها برنامج أسبوعي كل يوم الأربعاء على الساعة 10.00 عنوانه ”أربعاء البيئة”.

وقد نظّمت الإذاعة الجزائرية حملة تحسيسية تحت شعار ”2011 عام من أجل البيئة” وذلك بالتعاون مع مختلف الشركاء والمؤسسات والمنظمات والهيئات والجمعيات ذات الإهتمام البيئي من أجل التحسيس والعمل على المحافظة على البيئة.

3. الإعلام البيئي المرئي في الجزائر

يعتبر التلفزيون من أهم الوسائل التي تستقطب اهتمام الجمهور، بالإضافة إلى خصوصية إعماده على الصورة للتأثير، لذلك يجب الإعتماد عليه من خلال البرامج والإشهار وغيرها من الوسائل التي تهتمّ بمعالجة القضايا البيئية المختلفة والتي توجه إلى مختلف شرائح المجتمع. لكن وبالرغم من أهمية هذه الوسيلة في التوعية البيئية إلا أنّ ما يقدّم حول البيئة في القنوات التلفزيونية الجزائرية قليل جداً ولا يمكن أن يساهم في نشر التوعية البيئية، ومن البرامج نذكر فقرة إرشادات فلاحية يعدّه ويقدمه ”أحمد ملحّة” كما يقدّم ”أوراق خضراء” يتناول فيها موضوعات متعدّدة كالمنتجات الفلاحية والري إضافة إلى برنامج حول البيئة وتأثيرها على المواطنين من خلال التحقيقات الميدانية، وقبل هذا البرنامج كان هناك برنامج تحت عنوان البيئة والمجتمع و”الإنسان والبيئة”⁽³⁹⁾.

4. الهاتف النقال والانترنت

تقوم وزارة البيئة ومختلف المديرات والوزارات الأخرى باستخدام التكنولوجيا الحديثة للإتصال مثل خدمات الانترنت والهاتف النقال من خلال المواقع التي تهتمُّ بالقضايا البيئية وكذلك التحسيس والتوعية من خلال الرسائل القصيرة التي ترسلها للمشاركين بهدف توعيتهم بضرورة "الفايس بوك" في جمع الشباب لتنظيم حملات تطوعية لصالح البيئة.

5. المجتمع المدني في الجزائر ودوره في الإعلام البيئي

- الجمعيات الإيكولوجية: ابتداء من النصف الثاني من التسعينات ظهرت إرادة السلطة في إشراك الجمعيات الإيكولوجية في تطبيق برامج هذا القطاع، نظراً لدور الذي يمكن أن تلعبه الحركة الجمعوية في مجال التحسيس والتوعية البيئية، إذ تعتبر همزة وصل ما بين الهيئات الرسمية والجمهور، وقناة لإيصال الاهتمامات البيئية المدرجة في برامج الحكومة إلى كل شرائح المجتمع⁽⁴⁰⁾.

لقد ساهمت الجمعيات الإيكولوجية في كثير من المرات في إعلام وتوجيه الجماهير بأهمية الحفاظ على البيئة ومواجهة المشاريع التنموية المضرة بها وبالصحّة العامة، والقيام بحملات التشجير والتنظيف ومختلف الأعمال التي من شأنها ترقية البيئة ونذكر على سبيل المثال: "جمعية السهوب"، حيث قامت بغرس أكثر من (2500) شجيرة وإنشاء 07 نقاط خضراء وتوعية المواطنين بأهمية النباتات والأشجار والمساحات الخضراء.

أمّا جمعية "المحافظة على البيئة وترقيتها" بولاية تلمسان التي قامت بإنشاء مركز للإعلام والتوثيق البيئي باعتماد من لجنة المجموعة الأوروبية والمسجل في إطار برنامج الدعم الموجه للجمعيات الجزائرية، في حين قامت

جمعية ”حماية البيئة ومكافحة التلوث بعناية من أجل المطالبة بوضع حدّ للنفائات الغازية الخطيرة المنبعثة في مركز ”أسميدال“ لإنتاج الأسمدة الكيماوية ببلدية البوني.

إلّا أنّ ما يعاب على مسيرة الإعلام البيئي العربي بصفة عامة والإعلام البيئي في الجزائر بصفة خاصّة هي عدم الاستمرارية وتقليص النشاطات وربطها بمواعيد ومناسبات معيّنة فقط وكذلك عدم وجود تنسيق بين مختلف المؤسسات والفاعلين في المجتمع، إضافة إلى ضعف محتوى الرسائل الإعلامية التي تهتمّ بمعالجة القضايا والمشاكل البيئية نظراً لعدم وجود إعلام وإعلاميين متخصصّين. مع التذكير بأنّ الجامعة الجزائرية أخذت على عاتقها تكوين إعلاميين في مجال البيئة وذلك من خلال فتح تخصّص الأئصال البيئي.

إنّ الإعلام بحاجة ماسة للغة مبسّطة ومفهومة لتوصيل المعلومة البيئية لرجل الشارع ومُتخذ القرار تلك اللغة المبسّطة التي تمّ تطويرها في الدول المتقدّمة على شكل مؤشّرات ودلائل وباستخدام ألوان ورموز. والدول العربية مطالبة بأنّ تبشر في إعداد مثل هذه المؤشّرات والدلائل ليستفيد منها الإعلامي والصحافي العربي.

خلاصة

الحاجة في ازدياد للتوعية البيئية في المجتمعات المعاصرة، والإعلام البيئي وهو أحد أهمّ أجنحة التوعية البيئية لم يزل في تطوّر مستمر حتى أصبح أحد أدوات نشر وتعميم التنمية المستدامة المبيّنة على التناغم والترابط بين البيئة وسلامتها والتنمية الاجتماعية والصحية، التي لا غنى عنها في كافة المشاريع والبرامج التنموية. إلّا أنّ الرسالة الإعلامية البيئية

سيف ذو حدين قد تأتي بمرود عكسي أو تنحرف عن مسارها في حال غياب الإعلام المتخصّص في مجال البيئة وغياب التوجه العام للمصالح العليا في قضايا البيئة والتنمية المستدامة المعاصرة على المستوى العالمي، ممّا يجعل التخبُّط نصيب العديد من المحاولات الإعلامية للرفق بالوعي البيئي بتلك القضايا.

يجب الإهتمام بتحفيز القطاع الخاص للاستمرار في مشاريع وبرامج وأعمال الإعلام البيئي، وإدراج مواضيع وقضايا البيئة ضمن الأعمال والبرامج الإعلامية، وتشجيع المستثمرين على تضمين الأعمال والبرامج الإعلامية الموجهة للنشء على وجه الخصوص المواضيع البيئية المدرجة في مناهج التعليم العام للفئات العمرية المستهدفة بتلك البرامج.

منح المجتمع المدني ومؤسساته الفرصة للمشاركة في مسؤولياتهم تجاه الحفاظ على البيئة ونشر الوعي البيئي، مطلب أساسي في العمل الاجتماعي لحماية وصون البيئة.

كل ذلك يسهم بشكل كبير في رقي ووعي المجتمع بأهمية سلامة بيئته والحفاظ عليها من الاستنزاف الغير مرشد وكلّ ما يتسبّب في تلوثها أو يخلّ بمقوماتها الأساسية.

ليس المطلوب من الصحافي أن يكون عالماً وخبيراً في شؤون البيئة. غير أنّه من الضروري أن يلمّ بموضوعه بما يكفي أن يعينه على تحديد المصادر الصحيحة لجمع المعلومات ومن ثم عرضها وتحليلها. وهنا تبرز أهمية التعاون بين الصحافة وخبراء البيئة العرب والمنظمات المحلية والإقليمية والدولية المعنية بالبيئة.

إنّ من يتصدّى للبيئة والتنمية في الإعلام، إذًا، يجب أن يكون محرراً مختصاً، يدعمه مركز معلومات في المؤسسة الإعلامية وخبراء مختصون في قطاعات المجتمع الأخرى، وتفتح له مؤسسات الحكومة مجال الوصول إلى مصادر المعلومات، وتدعمه الهيئات المحلية والدولية المختصة بالمعلومات.

إنّ الإعلام البيئي الذي نريده هو ذلك الإعلام المتخصص المدروس والمنهج القائم على الفكرة العلمية البيئية وعلى الإبداع واستغلال ما يمكن استغلاله لغرس الفكرة البيئية في فكر المتلقّي وفي نفسه ثمّ لترقى هذه الفكرة من المستوى النظري إلى المستوى السلوكي العام والإعتيادي القائم على القناعة والمعرفة، إعلام بيئي قادر على استحواذ الاهتمام والاحترام يقوم على أسلوب الترغيب والترهيب (في بعض الأحيان).

هوامش

- (1) الجبور سناء محمد، الإعلام البيئي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان 2011، ص 19.
- (2) المرجع نفسه، ص 12.
- (3) ملحة أحمد، الرهانات البيئية في الجزائر، مطبعة النجاح الجزائر، 2000 ص 135.
- (4) الجبور سناء محمد، المرجع نفسه سابق الذكر، ص 217.
- (5) ملحة أحمد، المرجع نفسه سابق الذكر، ص 135.
- (6) محمد حسن سمير، الإعلام والاتصال بالجماهير والرأي العام، ط 3، عالم الكتب، 1996، ص 233.
- (7) الجبور سناء محمد، المرجع نفسه سابق الذكر، ص 15.
- (8) محمد حسن سمير، المرجع نفسه سابق الذكر، ص 233.
- (9) الجبور سناء محمد، المرجع نفسه سابق الذكر، ص 15.

- 10) الجلاّد أحمد، دراسات في التنمية والإعلام السياحي المستدام، عالم الكتب، القاهرة، 2003 ص 16.
- 11) ماهيناز محسن، الإعلام والبيئة، (د. د. ن)، القاهرة، 2008 (ص ص/ 119-121).
- 12) السيد صالح جمال الدين، الإعلام البيئي بين النظرية والتطبيق، مركز الإسكندرية للكتاب، 2003 ص 98.
- 13) محمد حسن سمير، المرجع سابق الذكر، ص 15.
- 14) الجبور سناء محمد، المرجع نفسه سابق الذكر، (ص ص/ 13-14).
- 15) المرجع نفسه، 123.
- 16) المرجع نفسه، 125.
- 17) عبد الغفار عادل، الإعلام وقضايا المجتمع، مركز المدينة للنشر والإعلام والتوزيع، القاهرة، 2007 ص 111.
- 18) أبو عمود محمود سعد، دور الإعلام في معالجة قضايا البيئة، مجلة السياسة الدولية، العدد 110، أكتوبر 1992، ص 147.
- 19) الجبور سناء محمد، المرجع نفسه سابق الذكر، ص 149.
- 20) تقرير أعدّ بالتعاون مع فريق تحرير مجلة "البيئة والتنمية" ومراسليها بعد الملتقى الإعلام العربي الأول للبيئة والتنمية المستدامة بالقاهرة من 28-30 نوفمبر 2006 (ص ص/ 4-6).
- 21) إستطلاع أجري من طرف مجلة "التنمية والبيئة" سنة 2006، ضمّ 15 بلداً حول الصحافة المكتوبة والبيئة في الوطن العربي.
- 22) تقرير أعدّ مع فريق تحرير مجلة "البيئة والتنمية"، المرجع نفسه، ص 6.
- 23) الجبور سناء محمد، المرجع نفسه سابق الذكر، ص 46.
- 24) المرجع نفسه، 89.
- 25) المرجع نفسه، 90.
- 26) المرجع نفسه، 88.

27) كسيرة أمينة، الإتصال والتربية البيئية الشاملة، دراسة تحليلية وصفية، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والإتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر 03، 2001-2010، ص 208.

28) المرجع نفسه، 209.

29) المرجع نفسه، 210.

30) المرجع نفسه، 224.

31) Ministère de l'aménagement du territoire et de l'environnement, rapport sur l'état et l'avenir de l'environnement 2005. (pp 207-208).

32) كسيرة أمينة، المرجع نفسه، ص 225.

33) المرجع نفسه، 210.

34) زواوي سهام وتركي هاجر، الإعلام البيئي، دراسة مسحية استطلاعية لعينة من أس لخمسة أحياء ببلدية باب الوادي ولاية الجزائر، مذكرة ليسانس، (ع.إ.إ.)، (ص 56-57).

35) Ministère de l'aménagement du territoire et de l'environnement, rapport sur l'état et l'avenir de l'environnement 2005. (pp 207-208).

36) زواوي سهام وتركي هاجر، الإعلام البيئي، دراسة مسحية استطلاعية لعينة من أس لخمسة أحياء ببلدية باب الوادي ولاية الجزائر، مذكرة ليسانس، (ع.إ.إ.)، (ص 49-50).

37) المرجع نفسه، 58.

38) نجيب صعب، البيئة في وسائل الإعلام العربية، ط1، المنشورات التقنية، بيروت، 2008، (ص ص/ 35-36).

39) المرجع نفسه، (ص ص/ 48-49).

40) المديرية العامة للبيئة ومديرية التربية والنشاط الدولي، محضر اجتماع لدراسة مشاريع الجمعيات التي تنشط في مجال حماية البيئة، الجزائر 7 ديسمبر 1998 ص1.