دور الإعلام التنموي في إرساء المواطنة البيئية وتحقيق الرشادة البيئية– دراية حالة إذاعة تبسة الجهوية–

The role of development media in establishing environmental citizenship and achieving environmental guidance - knowing the status of Tebessa Regional Radio

د. حنان دريد جامعة العربي التبسي تبسة dhdrid@yahoo.fr

ط. د حمايدية مروة جامعة العربي التبسي تبسة hmaidiamarwa@gmail.com

الملخص: تهدف هذه الدراسة إلى إبراز الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام التنموي في التأثير على سلوكيات أفراد المجتمع، لإرساء المواطنة البيئية بدلا من السعي وراء إيجاد حلول للتخلص من مشاكل البيئة خاصة التلوث الذي سببه تخلي الإنسان عن مخلفات ما استعمله وتركها في مكانها أو إلقائها عشوائيا في المحيط أو سوء استغلاله لمصادر البيئة الطبيعية بوتيرة مهددة لحياة كل من في الأرض، والذي أجهد الحكومات والمنظمات لتحملها الإنفاق البيئي لحماية البيئة من سلوك الإنسان السلبي في التعامل معها، لذا لابد من تغيير هذا السلوك للتخلص من الأسباب بدافع انتمائنا لبيئتنا وقيمنا ووطنيتنا التي تستدعي عدم الإضرار بها، وقد عمدت إذاعة تبسة الجهوية إلى العمل على التأثير على سلوكيات أفراد المجتمع من خلال برامجها اليومية والأسبوعية وإحياء الأيام العالمية للتأكيد على أهمية تضافر الجهود لحماية.

الكلمات المفتاحية: الإعلام التنموي، المواطنة البيئية، الحوكمة البيئية، الإذاعة الجهوية البيئية.

Résumé: Cette étude vise à mettre en évidence le rôle joué par des médias de développement pour influencer le comportement des membres de la communauté, d'établir la citoyenneté environnementale plutôt que derrière trouver des solutions pour se débarrasser de la pollution spéciale causée par des humains abandonner les restes de ce qui fut et laisser en place ou jeté au hasard dans les problèmes de l'océan ou sur l'environnement à la recherche mauvaise exploitation des sources de l'environnement naturel est menacé rythme de vie à la fois dans le sol, qui a été tendue par les gouvernements et les organisations à transporter les dépenses environnementales pour protéger l'environnement du comportement humain négatif dans le traitement, et a procédé à des travaux Radio régional Tebessa pour influencer le comportement des membres de la communauté à travers ses programmes .

Mots-clés: médias de développement, citoyenneté environnementale, gouvernance environnementale, radio régionale.

تمهيد

ظهر مفهوم الإعلام التنموي في العقد السابع من القرن العشرين، ويعود الفضل الأول في نشأته إلى الباحث ولبر شرام الذي ألف كتابا في وسائل الإعلام والتنمية سنة 1974، انطلق شرام من أهمية الإعلام بصفة عامة من خلال الذاكرة التاريخية للتحولات الكبرى ووجد أن الإعلام قد أحدث أثرا كبيرا في المحيط الذي يعمل فيه وهو يرى أن الثورات في أوروبا وأمريكا ما كانت لتتم دون وسائل الإعلام وكذلك الأمر بالنسبة للتعليم والتطور التكنولوجي والاتصالي، على أساس أن هذه التطورات أحدثت تطورا وتحولا عميقا في حياة الناس. بعد ذلك برز مفهوم **الإعلام التنموي** بشكل كبير خلال نهايات القرن الماضي كمفهوم جديد في حقل الإعلام العام. خاصة عندما ازداد الإدراك بأهمية التنمية وشمولها لجميع مناحي الحياة، وعلى الدور الكبير الذي يؤديه الإعلام في التنمية، مما شجع على ضرورة وضع استراتيجيات تنموية يكون للإعلام فيها الأساس، ومن أهمها محاولة إدماج **التربية البيئية** في مختلف المناهج التربوية وتعزيز بناء القدرات البشرية وإرساء مفهوم **المواطنة البيئية** التي تدفع المواطن للحفاظ على بيئته ومن ثم تخفيف العبء على الحكومات في تتحمل تكاليف إضافية للتخلص

ISSN : 2602-6570

من التلوث بأنواعه والذي يكون سببه في معظمه الإنسان، لذا لابد من إدماج البعد البيئي في مختلف الأطوار التربوية لتكوين أجيال تسعى بالفطرة للحفاظ على بيئتها، إلا أن هذه الإستراتيجية قد تستغرق وقتا ولأجل ذلك لابد من توجيه الإعلام لمعالجة قضايا البيئة لتوعية المواطن ومن ثم ترسيخ وإرساء أكبر لمفهوم المواطنة البيئية في مختلف الفئات.

على ضوء ما سبق يمكن طرح الإشكالية التالية: **كيف يمكن ترشيد الإنفاق الحكومي على حماية البيئة بالاعتماد على الإعلام التنموي؟ ومن ثم كيف يمكنه إرساء المواطنة البيئية؟**

ولغرض الإحاطة بمختلف الجوانب النظرية للموضوع والإجابة على الإشكالية المطروحة تم تقسيم هذه الورقة البحثية إلى المحاور التالية:

- **المحور الأول:** مفاهيم أساسية حول الإعلام التنموي والمواطنة البيئية؛
- **المحور الثاني:** تعزيز المواطنة البيئية عن طريق وسائل الإعلام التنموي؛
- **المحور الثالث:** دور الإعلام التنموي في إرساء مبادئ الحوكمة البيئية؛

- **المحور الرابع:** دراسة حالة إذاعة تبسة الجهوية في تعزيز المواطنة البيئية.

المحور الأول: مفاهيم أساسية حول الإعلام التنموي والمواطنة البيئية

أولا: مفاهيم أساسية حول الإعلام التنموي

1- تعريف الإعلام التنموي

أعطيت عدة تعاريف للإعلام البيئي أهمها الآتي:[1]

يعرف الإعلام التنموي بأنه: " المنظومة الإعلامية الرئيسية أو الفرعية المتخصصة في معالجة قضايا التنمية". ويعرف أيضا بأنه: " فرع أساسي ومهم من فروع النشاط الإعلامي يعمل على إحداث التحول الاجتماعي بهدف التطوير والتحديث، أو بمعنى آخر هو العملية التي يمكن من خلالها توجيه أجهزة الإعلام ووسائل الاتصال الجماهيري داخل المجتمع بما يتفق مع أهداف الحركة التنموية ومصلحة المجتمع العليا".

ويعرف أيضا بأنه: " الجهود الاتصالية المخطط لها والمقصودة التي تهدف إلى خلق مواقف واتجاهات ايجابية وصديقة للتنمية، وبذلك فإن الإعلام التنموي غير

ISSN : 2602-6570

معني بصناعة التنمية ولكنه يهيئ الظروف الاجتماعية والثقافية والنفسية للأفراد والجماعات من أجل أن يستجيبوا للخطط والبرامج التنموية بشكل فعال.

ومن التعريفات الأخرى للإعلام التنموي أنه: " أحد الفروع الأساسية للنشاط الإعلامي الذي يهتم بقضايا التنمية. فهو إعلام هادف وشامل، ويفترض أن يكون إعلاما واقعيا يهدف إلى تحقيق غايات اجتماعية تنموية وهو مرتبط بالنواحي السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والتربوية، ويستند إلى الصدق والوضوح والصراحة في التعامل مع الجمهور".

2– ركائز ومتطلبات الإعلام التنموي

يقوم الإعلام التنموي على مجموعة من الركائز والمتطلبات والتي يجب توفرها لضمان نجاحه والمتمثلة في الآتي:[2]

– الاعتراف المتزايد بالدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في المجتمع بغض النظر عن طبيعته ومن هنا يأتي التعليم بالدور الهام الذي تؤديه وسائل الإعلام في مختلف المجتمعات.

– ضرورة معرفة اختلاف الاحتياجات الإعلامية للدول النامية والمجتمعات التقليدية عن الاحتياجات الإعلامية للدول المتقدمة والمجتمعات المتحضرة.

– ضرورة انطلاق وسائل الاتصال الجماهيرية من أهداف واضحة تضمن المشاركة الفاعلة للجمهور في عملية اتخاذ القرارات وإشباع حاجاتهم بصورة متزايدة.

– تحديد المعوقات لدى القائمين بالاتصال وتحديد الأدوار لكل شخص قائم بالاتصال وفق خطة اتصالية برامجية محكمة ومن ثم تحديد الجمهور المستهدف من حيث مناطق توزيعه الجغرافي وتحليله والتعرف على الوقت المناسب لتحقيق الرسالة التنموية.

– تحديد الحجج والبراهين والأدلة الاتصالية والاقناعية بما يساعد على المشاركة المجتمعية في عملية التنمية.

– تحديد الإمكانات البشرية والمادية اللازمة لإنجاح الرسائل الإعلامية التنموية.

– الاتفاق على تحديد للوسائل الاتصالية بما يناسب القائم بالاتصال وبما يناسب الجمهور المستهدف وبما يناسب المضمون الاتصالي من حيث المصداقية والدقة والأخذ بعين الاعتبار الظروف المحيطة الداخلية والخارجية.

– تحديد حجم وطبيعة مصادر الثروة الموجودة في المجتمع والبيئة التنموية الممكن استخدامها حتى يمكن معرفة حدود العمل الإعلامي.

– توفير المعلومات والإحصائيات التفصيلية لدى المخططين الإعلاميين وغير الإعلاميين عن المناطق التي خطط لتنميتها تنمية شاملة.

– تحديد العادات والتقاليد التي تساهم في توجيه الرسالة الإعلامية اللازمة لعملية التنمية.

– تجهيز الخطط وتحديد التوقيت المناسب لتنفيذها مع مراعاة أن تكون خاضعة لمبدأ المرونة بما يتناسب مع الظروف والتغيرات المتلاحقة.

– أن ترتبط خطط التنمية بخطة إعلامية ارتباطا عضويا أي أن الخط الذي يوصلنا إلى شكل التنمية هو الخط نفسه الذي يقودنا إلى الخطة الإعلامية.

ثانيا: مفاهيم أساسية حول المواطنة البيئية

تعتبر المواطنة من القضايا التي تعرض نفسها بقوة عند معالجة أي بعد من أبعاد التنمية بصفة عامة، والمواطنة بمفهومها الواسع تعني الصلة بين الفرد والدولة التي يقيم فيها بشكل ثابت، ويرتبط بها جغرافيا وتاريخيا وثقافيا، ويعد ازدياد الشعور بالمواطنة من التوجهات المدنية الأساسية التي من أهم مؤشراتها الموقف من احترام القانون والنظام العام، والموقف من ضمان الحريات الفردية، واحترام حقوق الإنسان، والتسامح وقبول الآخر وحرية التعبير وغيرها من

المؤشرات التي تمثل القيم الأساسية للمواطنة مهما اختلفت المنطلقات الفكرية والمرجعيات الفلسفية لهذا المجتمع أو ذاك.[3]

وتعرف بأنها انتماء وعضوية كاملة ومتساوية في المجتمع بما يترتب عليها من حقوق وواجبات، وهو ما يعني أن كافة أبناء الشعب الذين يعيشون فوق تراب الوطن سواسية بدون أدنى تمييز قائم على أية معايير مثل الدين أو الجنس أو اللون أو المستوى الاقتصادي أو الانتماء السياسي والموقف الفكري. وتعرف المواطنة أيضا بأنها مكانة أو علاقة اجتماعية تقوم بين شخص طبيعي وبين مجتمع سياسي (الدولة)، ومن خلال هذه العلاقة يقدم الطرف الأول الولاء للوطن، ويتولى الطرف الثاني الحماية، وتتسم هذه العلاقة بين الشخص والدولة بالمساواة أمام القانون[4]. وعليه فهي **المواطنة هي المشاركة الواعية والفاعلة لكل شخص دون استثناء ودون وصاية في تنمية وطنه وبناء الإطار الاجتماعي والسياسي والثقافي للدولة. وتتمثل** قيم المواطنة في الآتي:[5]

–**الانتماء** : هو الانتساب الحقيقي للدين والوطن فكرًا وعملا، ويكون الانتماء للدين بالالتزام بتعليماته، والثبات على منهجه، أما بالنسبة للوطن فهو تجسيد للتضحية من أجله، وهي تلك النابعة من الشعور بالحب له.

ISSN : 2602-6570

-**الولاء :** وهو مجموعة المشاعر التي يحملها الفرد تجاه الكيان الذي ينتمي إليه.

-**الديمقراطية:** وهي حكم يقيمه الشعب، وتكون فيه السلطة مناطة بالشعب يمارسها مباشرة أو بواسطة وكلاء عنه ينتخبهم في نظام انتخابي حر، وترتكز الديمقراطية على مبدأ سيادة الشعب، والحرية، والمساواة، ورضا المحكومين، وضمان حقوق الأقلية، والمشاركة السياسية من خلال الانتخاب الحر.

المحور الثاني: تعزيز المواطنة البيئية عن طريق وسائل الإعلام التنموي

تحظى وسائل الإعلام في المجتمعات المعاصرة بدور مهم في توجيه الرأي العام نحو قضايا البيئة حيث أصبح اقتناع الرأي العام بأي قضية من قضايا الشأن العام متوقف على ما تقدمه وسائل الإعلام من آراء ومعلومات، هذه الأخيرة التي تهدف لتمكين الأفراد والجماعات من الاطلاع على المعلومات والأخبار المتعلقة بقضايا البيئة، بغية التأثير في سلوكياتهم ومواقفهم تجاهها والرفع من مستوى إدراكهم وشعورهم بمسؤولياتهم المباشرة في المحافظة على المحيط البيئي والعمل على تنمية وحماية موارده وتوازناته وهو ما يعرف بالمواطنة البيئية، وتتعدد وسائل الإعلام التنموي منها الآتي:[6]

أولا: وسائل الإعلام المقروء أو المكتوب

يعد الإعلام المقروء أي الصحافة المكتوبة من أقدم الوسائل الإعلامية التي استعملها الإنسان في نقل الأخبار وتداولها، ويضم الإعلام المقروء كل وسائل التعبير الناتجة عن الطباعة كالكتب والمجلات والجرائد والمطويات والملصقات، وبالرغم من ارتباط وسائل الإعلام المكتوبة من الناحية العملية بوجود فئات متعلمة قادرة على القراءة وفهم مضامين رسائلها الإعلامية، يبقى هذا النوع من أهم الأنواع تأثيرا وفعالية في توعية الأفراد وتكوين مواقفهم تجاه القضايا البيئية. فعلى سبيل المثال تصدر شبكة " **أخرجوا النووي**" النشطة على المستوى الأوروبي مجلة إعلامية دورية تعنى بالدعم الإعلامي لمختلف الجهود التي تبذلها الشبكة في توعية الرأي العام بما ينطوي عليه استعمال الطاقة النووية من تهديدات على استدامة العناصر الطبيعية وعلى حياة الإنسان في حد ذاته. أيضا مجلة " **الخط الأخضر**" الصادرة عن جماعة الخط الأخضر الكويتية، ومجلة " **شؤون البيئة**" التي تصدر بشكل فصلي تحت إشراف جمعية أصدقاء البيئة في دولة الإمارات، وفي سوريا دأبت جمعية أصدقاء البيئة السورية ومنذ سنة 2005 على دعم أنشطتها بمجلة " **البيئة والإنسان**"، كما سجلت بعض التنظيمات البيئية في

ISSN : 2602-6570

الجزائر محاولات عملية الإعلام التنموي من خلال بعض النشريات التي صدرت في هذا المجال، كنشرية الرسالة الصادرة عن جمعية البحث حول المناخ والبيئة لمدينة وهران، ونشرة " **البيئوي**" التي تصدرها الجمعية الإيكولوجية ببومرداس.

ثانيا: وسائل الإعلام السمعية والمرئية

تولي تنظيمات المجتمع المدني اهتماما كبيرا للاستفادة من الإمكانات والخدمات التي يوفرها هذا النوع من الإعلام التنموي كالتلفزيون والإذاعة، ومن أمثلة استخدامات الإذاعة قامت جمعية " **الطبيعة والإنسان**" وفي إطار حملاتها وأنشطتها التحسيسية سنة 2009، بإعداد مجموعة من التسجيلات السمعية المتعلقة بقضايا البيئة وتمت إذاعتها عبر العديد من المحطات الإذاعية في فرنسا ولا سيما على المستوى الجهوي، كما قامت الجمعية وفي لإطار الحملة ذاتها تم إعداد ومضة إشهارية تم عرضها عبر بعض القنوات التلفزيونية، كما تقوم جمعية Mountain-riders الفرنسية المختصة بحماية البيئات الجبلية، لإعداد مواد إعلامية سمعية وبصرية يتم توزيعها وإذاعتها عبر محطات الترفيه والتسلية والتخييم الجبلية أو من خلال بعض المحطات الإذاعية.

وتجدر الإشارة إلى أن هذه الوسائل الإعلامية لم تعد كلاسيكية وإنما قد واكبت الثورة التكنولوجية ومنها الاستغلال فوئد شبكة الإنترنيت في نقل الأخبار والمعلومات بالإضافة إلى مواقع التوصل الاجتماعي كأحدث وسائل التواصل بين مختلف الأفراد والفئات عبر مختلف مناطق العالم ومن يمكن الاعتماد على هذه التكنولوجيا لتعزيز المواطنة البيئية.

المحور الثالث: دور الإعلام التنموي في إرساء مبادئ الحوكمة البيئية

يمكن تعريف الحوكمة بأنها: " مجموعة قواعد العمل والرقابة التي تحكم المنشأة في إطارها الزمني والمكاني"[7]. وتعرف أيضا بأنها: " الهيكل الذي تسعى من خلاله الشركة إلى تحقيق أهدافها والوسائل والطرق المتبعة عن طريق مجلس الإدارة الذي يلعب الدور المهم في تحقيق هذه الأهداف"[8].

وللحوكمة مجموعة من *المبادئ* تتمثل في الآتي:

ISSN : 2602-6570

الشكل رقم (1): مبادئ حوكمة المؤسسات

المصدر: جمعة هوام، " حوكمة المؤسسات ومتطلبات حماية البيئة"، **الملتقى الدول الثاني حول: الأداء المتميز للمنظمات والحكومات: نمو المؤسسات والاقتصاديات بين تحقيق الأداء المالي وتحديات الأداء البيئي**، جامعة ورقلة، 22–23 نوفمبر 2011، ص: 404.

يتضح من الشكل أعلاه أن الحوكمة ترتكز على ثلاثة ركائز أساسية يوضحها الشكل الآتي:

الشكل رقم (2): ركائز حوكمة المؤسسات

المصدر: جمعة هوام، **نفس المرجع السابق**، ص: 404.

ويمكن تلخيص ***دور الإعلام التنموي في إرساء مبادئ الحوكمة البيئية*** فما يلي:[9]

– الشفافية: حيث يلعب الإعلام التنموي قاعدة هامة يتم من خلالها إتاحة المعلومات البيئية لكافة الجهات المعنية وللجمهور بالطريقة الصحيحة وفي الوقت المناسب.

– المشاركة: فوسائل الإعلام التنموي شريك هام في المجال البيئي خاصة في ظل ما تنادي به منظمات الحكم الراشد وذلك من خلال دورها في التربية البيئية، التوعية، الإخبار والإعلام، التوجيه ...هذا من جهة ومن ثانية فهي تلعب دورا في تحقيق المشاركة الفاعلة في المجال البيئي، لجميع الأطراف سواء كانوا أفراد

أو مؤسسات أو سلطات من خلال فتح المجال للمشاركة الجميع في صناعة القرار البيئي.

– الفعالية: وذلك من خلال نجاعة وفعالية وسائل الإعلام التنموي في تحقيق الغاية من وجودها في المجال البيئي مثل تحقيق الفعالية اللازمة في التوعية البيئية.

– المسائلة: لوسائل الإعلام التنموي دورا جوهريا في تحقيق عنصر المسائلة عن التجاوزات البيئية وحتى الإنجازات في المجال البيئي، أي مسائلة كافة الأطراف المعنية بصناعة القرار البيئي سواء كانت هذه الأطراف رسمية أو غير رسمية.

– المحاسبة: وهي كنتيجة حتمية لعنصر المسائلة، فكل طرف معني بالمسائل البيئية ابتداء من المستوى الشخصي الفردي إلى أعلى جهاز للسلطة وذلك لوضع الحدود أمام التجاوزات البيئية ومحاسبة كل مسئول ألحق ضررا بالبيئة وإعطائه الحساب الذي يستحقه.

– التوعية: خاصة مع مدى الانتشار الواسع لوسائل التكنولوجيا الحديثة، فلا بد أن يكون لهده الوسائل دورا بارزا في تحقيق التوعية البيئية اللازمة من خلال

التعريف بالبيئة، أهميتها، الأخطار التي تواجهها وبالتالي الأخطار التي تواجه الوجود الإنساني في حد ذاته، والعمل على توعية الجماهير بضرورة الحفاظ على البيئة وحمايتها.

– التربية البيئية: فللإعلام التنموي أهمية كبيرة في زرع القيم البيئية الهادفة، وتشكيل معرفة علمية بالبيئة بالنسبة لجميع الفئات المعنية بالبيئة.

– التوجيه: وذلك من خلال تقديم الإرشادات البيئية الضرورية التي من خلالها نحافظ على التوازنات البيئية، وعلى الوجود الطبيعي.

– رؤية الإجماع: وذلك من خلال العمل على توحيد رأي الجمهور نحو الحوكمة البيئية وضرورة تحقيقها، خاصة في ظل ما يعرفه العالم من أزمات بيئية وكوارث.

– المساهمة في عملية التنمية: فالأهداف التي تقع ضمن المسؤوليات الأساسية للإعلام الجماهيري هي نفسها أهداف التنمية، وما لم يتضح المفهوم العام والخاص للتنمية فان الجهود المبذولة تفقد معناها وجدواها وتتحول إلى مجرد شعارات، والمنطلق الأصلي للتخطيط الإعلامي هو إدراك الاتجاهات المتعارضة لدى الأفراد، وعندما ينجح الإعلام في توحيد الاتجاه بين الأفراد والجماعات فإن المحصلة ستكون توحيد أفراد وجماعات المجتمع نحو هدف واحد للمجتمع أو

ISSN : 2602-6570

عدة أهداف جزئية، وعلى هذا فان التخطيط الإعلامي يعني إتاحة الفرصة لأكبر عدد من الجماهير للتحرك بشكل موحد وتحديد اتجاهات هذا التحرك وأشكاله وقواته وتوقيته، والمتفق عليه بين علماء التنمية وعلماء الاتصال الجماهيري أن أهداف التنمية تنقسم إلى نوعين هما الأهداف العامة المتصلة بالمجتمع ككل وتنسحب نتائجها على الأفراد بشكل غير مباشر، والأهداف الخاصة بأفراد المجتمع كأفراد وهي أهداف جزئية تنسحب نتائجها على الأفراد بشكل غير مباشر.

فمفهوم التنمية البيئية الإعلامية يتضمن مفهوم الإدارة الرشيدة للموارد الطبيعية من أجل تحقيق طوعي لمفهوم الحفاظ على البيئة حكما، وهو غاية الغايات، فدول العالم اليوم تتجه بكليتها إلى منظور بيئي إعلامي تتخذه إطارا لسياستها الإنمائية، واستثمار مواردها عقلانيا من خلاله، وقد وضعت معالم هذا المنظور البيئي من قبل اللجنة العالمية المعنية بالبيئة والتنمية بتكليف من الأمانة العامة للأمم المتحدة من أجل منهم للقضايا البيئة وقضايا التنمية.

المحور الرابع: دراسة حالة إذاعة تبسة الجهوية في تعزيز المواطنة البيئية

أولا: نشأة إذاعة تبسة الجهوية

أنشأت إذاعة تبسة الجهوية في إطار سيادة الجزائر الرامية إلى تقريب المواطن من الإدارة وجعل الإعلام بمختلف وسائله همزة وصل لذلك، وقد ظهرت أولى المحطات المحلية الجزائرية في نهاية الثمانينات وقد تأسست بتاريخ 4 أفريل 1995، حيث انطلق البث بها بحجم أربع ساعات يوميا، والانتقال إلى ثماني ساعات يوم 5 جويلية 1997، وبتاريخ 15 جوان 2006 تم زيادة الحجم الساعي للبث ليصل إلى 18 ساعة، وبتاريخ 1 فيفري 2008 عاد البث المحلي ليتوحد على الشريطين الحدوديين الشرقي والغربي بمعدل أكثر من 12 ساعة. ويقع مقر الإذاعة بالجهة الشمالية لمدينة تبسة طريق عنابة داخل حديقة التسلية، وتهتم الإذاعة بالعمل الجواري وتغطي أخبار وأنشطة كل الولاية.

ثانيا: أهداف وطبيعة أنشطة إذاعة تبسة الجهوية

تهدف إذاعة تبسة الجهوية إلى تحقيق الآتي:

- تسعى إلى ترقية المشاركة والتعبئة الاجتماعية.

ISSN : 2602-6570

- تسعى إلى تحقيق التربية البيئية في مجال البيئة ومن ثم الوصول إلى تعزيز ثقافة الحفاظ على البيئة.
- تهدف إلى تحقيق المساندة للمبادرات المحلية للتنمية والعمل التطوعي.
- تسعى إلى تعزيز الثقافة البيئية في أوساط المجتمع من أجل الحد من انتشار النفايات الصلبة والتلوث.
- استعمال الأغاني والحصص والتمثيليات فهي فعالة في التوعية البيئية، فالفرد وبطريقة غير مباشرة يتعلم ويتوعى بكل مرونة فهو يتلقى الرسالة بلباقة تامة دون أن يرغم على تغيير رأيه.
- تسعى إلى نشر الوضع البيئي الفعلي عن طريق تكرار العملية حتى ترسخ الرسالة البيئية في أذهان المستمعين شرط أن تكون الرسالة بسيطة وواضحة لجميع فئات المجتمع.
- معالجة قضايا البيئة من خلال زيادة إثراء شبكة البرامج التي تهتم بالبيئة ومشكلاتها.

وتدخل البرامج الإذاعية لإذاعة تبسة الجهوية ضمن المحاور الآتية:

- البرامج الإذاعية التنموية.

- البرامج الإذاعية ذات الطابع الخدماتي.
- البرامج الرياضية إلى جانب النشرات والموجز الإجباري وبعض البرامج المنقولة على القناة الأولى.

وتوجد ثمانية أنواع من البرامج التي تبثها إذاعة تبسة متمثلة في الآتي:

- البرامج الاجتماعية مثل برنامج عالم الأسرة، نفوس حائرة، قضية ومجتمع، أعز الناس.
- البرامج الثقافية مثل برنامج عين على العالم، نادي المبدعين، آفاق ثقافية.
- البرامج التي تعالج قضايا ومشكلات بيئية مثل الفضاء البيئي، حياتنا والبيئة، بيئتي، يوم جديد.
- البرامج الدينية مثل برنامج فاسألوا أهل الذكر، قصص وعبر.
- البرامج الرياضية مثل الحصاد الرياضي، النتائج الرياضية، حوار في الرياضة.
- البرامج الإخبارية مثل منتدى تبسة آف آم، انشغالات، نبض الأحياء.
- البرامج التربوية مثل قضايا تربوية، دنيا الأطفال، بين الثانويات.

ISSN : 2602-6570

- النشرات والمواجيز الإخبارية سواء في شكل إلقاء عادي للأخبار أو في أشكال فنية إعلامية خاصة ومؤشرات صوتية مناسبة.

ثالثا: مساهمة إذاعة تبسة الجهوية في تعزيز المواطنة البيئية

1- تعزيز المواطنة البيئية عن طريق البرامج اليومية

تعتبر الومضات الإشهارية من أهم الأساليب التي تستعملها الإذاعة في تعزيز المواطنة والتي تبث بشكل يومي حتى تترسخ في أذهان المستمعين تلقائيا بالإضافة إلى الأخبار والتي تنقل الحدث كما هو وإيصاله إلى الجهات المعنية.

حيث تهدف **الومضات الإشهارية** إلى التوجيه والإرشاد للتزويد بالمعرفة البيئية وتعزيز المواطنة البيئية ومنها الآتي:

" لازم تقرر، لا ترم الحاجات في الشارع، لا ترم الأشياء من السيارة، أرم النفايات في أماكنها المخصصة، أبدأ بنفسي أنظف تبسة"

وتهدف هذه الومضة إلى تحسيس وتوعية المواطن، فتكرار العملية من شأنه أن يرسخ لدى المستمع تجنب رمي النفايات إلا في أماكنها المخصصة لها.

" رد بالك ترمي القمامة في الشارع، في المساحات الخضراء، في مساحات الحي، الحاويات هي مكان رمي النفايات"

لا تختلف هذه الومضة عن سابقتها إذ لابد من تكرار هذه الومضة حتى تعزز من مواطنة وانتماء السكان.

" المساحات الخضراء مسؤولية الجميع، الشجرة هي الحياة، حافظوا عليها"

تعالج هذه الومضة قضايا المسحات الخضراء والحفاظ عليها مسؤولية الجميع.

أما فيما يخص النشرات الإخبارية في إذاعة تبسة الجهوية فهي تسعى لنقل الحقائق والقضايا المتعلقة بالبيئة، حيث يقوم قسم الأخبار بتغطية كل الأحداث على المستوى المحلي والتركيز على انشغالات المواطنين في شكل رسالة إعلامية إلى مديرية البيئة.

2- تعزيز المواطنة البيئية عن طريق البرامج الأسبوعية

تقدم إذاعة تبسة الجهوية العديد من البرامج الأسبوعية والتي تسلط الضوء على السلوك السلبي للإنسان تجاه بيئته، ومدى قدرته على مساهمته في الحفاظ عليها، ومن هذه البرامج الآتي:

- حصة: " التحسيس والتوعية ونشر الثقافة البيئية"

تعتبر هذه الحصة لقاء أسبوعي يهتم بواقع البيئة والمحيط لمعالجة موضوع التحسيس والتوعية ونشر الثقافة البيئية وكلها قيم تعزز المواطنة البيئية لأفراد ولاية تبسة وكل متتبعي هذه الحصة، وذلك باستضافة إطارات من هيئات حماية البيئة كمحافظة الغابات.

- حصة: " يوم جديد"

ISSN : 2602-6570

هو برنامج إذاعي يتناول التعريف بمشاريع دار البيئة لتعزيز الثقافة البيئية، حيث تقوم دار البيئة بمجموعة من النشاطات من أجل ذلك ومنها: إنشاء النوادي الخضراء على مستوى المؤسسات التعليمية للأطوار الثلاثة بالإضافة إلى التعليم العالي. بالإضافة إلى محاولة تعليم الأفراد كيفية التعامل مع النفايات وهو ما يعرف بإعادة التدوير وذلك بإعطاء أفكار وفتح فضاءات بين الأفراد من خلال الإذاعة بتبادل الأفكار، بداية بتعلم كيفية فرز النفايات انطلاقا من منبعها ومن ثم تقليل تكلفة فرز النفايات عن البلديات ومراكز الردم.

3- تعزيز المواطنة البيئية عن طريق إحياء الأيام العالمية

يتزايد الاهتمام العالمي يوما بعد يوم بمشكلات البيئة، وهذا راجع إلى اختلال توازنها لدرجة تحديد أيام عالمية للتأكيد على أهمية حماية البيئة، وتتمثل هذه الأيام العالمية في الآتي:

- اليوم العالمي للبيئة: الذي يصادف يوم 5 جوان من كل سنة.
- اليوم الدولي للغابات: الذي يصادف يوم 21 مارس من كل سنة.

الخاتمة

يعتبر الإعلام التنموي حلقة وصل أساسية في التأثير على سلوكيات الأفراد تجاه قضايا البيئة، حيث يجب أن تتضافر الجهود من حكومات ومنظمات وأفراد لتكوين مجتمع بيئي قادر على تحمل مسؤولية الحفاظ على محيطه والعيش في بيئة سليمة ومريحة، حيث تتعدد وسائل الإعلام من وسائل مسموعة وأخرى مرئية ومكتوبة، بهدف إيصال الرسالة الإعلامية لتوجيه السلوك البيئي السلبي للأفراد والاهتمام أكثر ببيئته، فمن خلال إذاعة تبسة الجهوية مثلا تم وضع مجموعة من البرامج منها اليومية في شكل ومضات ومنها الأسبوعية لتكرار موضوع البيئة والتأثير بصفة غير مباشرة حتى يصبح سلوك الأفراد نابع من مواطنته وحبه للعيش أفضل في بيئة أفضل. وقد تم التوصل في هذه الورقة إلى الآتي:

–إحلال قيم ومعتقدات وسلوكيات جديدة عوضًا عن القيم والسلوكيات التي فرضتها الحالة اليومية المتردية، وهذا من واجب الأفراد والمؤسسات التربوية والثقافية والإعلامية وكذلك الأسرة العربية، وهي مهمة وطنية وإنسانية لبناء

ISSN : 2602-6570

مجتمع قابل للتطور والحياة، مع الأخذ بالحسبان أنها عملية معقدة وصعبة إلا أنها من الضرورات.

– العناية بشكل جدي بمسألة التأهيل الإعلامي للوصول إلى أطر إعلامية مؤهلة ومتطورة في الإعلام التنموي خاصة ذلك الذي يهتم بقضايا البيئة تستوعب كل ما هو طارئ وجديد، واعتماد مبدأ الكفاءة، والاختصاص والمهنية العالية لأية إطلالة على الجمهور، والعناية الفائقة بالتخصصات المهنية ضمن المؤسسة الواحدة فنحن بحاجة ماسة إلى متخصصين إعلاميين في مجالات مهمة ومتنوعة.

– وضع تخطيط إعلامي تنموي وفقا للأسس العلمية المتعارف عليها و التي يمكن ذكر أهمها:

- التعرف على الإستراتيجية التنموية للمجتمع وأهدافها في ظل تقديرات حجم ومصادر الثروة الموجودة في المجتمع مقابل الاحتياجات العامة للأفراد ومتطلباتهم.

- تحديد أهداف الخطة الإعلامية المتصلة بقضايا التنمية

- تحديد الجمهور المستهدف من العملية الاتصالية (عمال – فلاحين) والتعرف على خصائصه بدقة وتحديد أوجه الاختلاف بين المناطق المختلفة.

- اختيار الوسائل الاتصالية الملائمة للأهداف التنموية المسطرة و طبيعة الجمهور و نوع الرسالة المحضرة.

- إحداث التكامل بين الوسائل الاتصالية المختلفة (السمعي البصري – المكتوب) من أجل تحقيق التأثير اللازم.

- إعداد إجراءات التنفيذ ومراجعة الخطة وتقويمها.

- التركيز على مقومات النجاح وهي الشمول، التكامل ، المرونة ، الاستمرارية ، التكلفة ، و يسر الأداء.

– الاهتمام بالاتصال التنموي من قبل السلطات المركزية واللامركزية بإنشاء خلايا و لجان اتصال على مستوى الهيآت الرسمية وتفعيل دورها للتقرب من المواطن أكثر من أجل تزويده بالمعلومات على أن تقوم بدورها بتنسيق تام مع نوعية المشاريع المنفذة.

ISSN : 2602-6570

- رفع مستوى الوعي لدى القيادات الإعلامية لخلق الشعور بأهمية التنمية قصد تبني وسائل الإعلام القضايا التنموية بشكل دائم عبر مواد إعلامية قارة. فالمواضيع الخاصة بالتنمية يجب أن لا تكون مناسباتية بل من المفروض أن تحضى باهتمام الإعلاميين دوما.

المراجع والإحالات

[1] – جمال الجاسم المحمود، " دور الإعلام في تحقيق التنمية والتكامل الاقتصادي العربي"، **مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية**، جامعة دمشق، المجلد 20، العدد الثاني، 2004، ص: 251.

[2] – عزوز نش، حفيظة بوهالي، " دور الإعلام التنموي في تحقيق متطلبات وأهداف التنمية المستدامة"، **مجلة إسهامات للبحوث والدراسات**، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة غرداية، الملجد 01، العدد الأول، 2016، ص ص: 73–74.

[3] – عمران علي عليان، " درجة تمثل طلبة جامعة الأقصى لقيم المواطنة في ظل العولمة: دراسة تطبيقية على عينة طلبة جامعة الأقصى بقطاع غزة"، **سلسلة العلوم الإنسانية**، جامعة الأقصى، المجلد الثامن عشر، العدد الثاني، 2014، ص: 5.

[4] – المجلس الوطني لحقوق الإنسان، " التربية على المواطنة وحقوق المواطنة: فهم مشترك للمبادئ والمنهجيات"، المغرب،2015، ص ص: 8–9.

[5] – عمران علي عليان، **مرجع سابق**، ص: 9.

[6] - بركات كريم، **" مساهمة المجتمع المدني في حماية البيئة"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم**، تخصص القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جمعا مولود معمري تيزي وزو، 2013- 2014، ص ص: 169- 175.

[7]- Bessire. D, Meunier. J, **Conception du gouvernement des entreprises et modèles d'entreprise: une lecture épistémologique**, Finance d'entreprise, CREFIB, Economica, Paris, 2001, p : 186.

[8] - Hirogoyen. G, Caby. J, **La création de valeur de l'entreprise**, Economica, Paris, 2001, p : 51.

[9]– أسماء سلامي، " الإعلام والاتصال كفاعل استراتيجي في إرساء مبادئ الحوكمة البيئية في ظل المخاطر والأزمات الراهنة: الواقع والمأمول"، مجلة دراسات وأبحاث، جامعة قسنطينة 3، العدد 25، ديسمبر 2016، ص ص: 13–14.