

الإعلام البيئي: واقع وآفاق في الجزائر.
أ/خلفة نصير جامعة ابن خلدون، تيارت.

الملخص:

تسارع الكثير من المؤسسات الإعلامية في البلدان المتقدمة بشتى أشكالها المقروءة و المرئية و المسموعة إلى تخصيص فضاءات لمعالجة المشكلات البيئية، وفي هذا الإطار وضعت مكاتب خاصة بدراسة تأثير المواد الإعلامية البيئية على الجمهور المستهدف، وفق الإمكانيات والوسائل الفنية والتقنية إيماناً بان التوعية عبر وسائل الإعلام هو سبيل حماية البيئة. وهذا ما أثبتته اغلب النتائج والأبحاث الإعلامية في بعض البلدان الصناعية فقد سجلت تحسناً ملحوظاً في تراجع نسبة التلوث ، وذلك راجع إلى أن رسائل الإعلام البيئي التوعوي مست قطاعات واسعة من المجتمع وخاصة الصناعيين و المتعاملين الاقتصاديين مما دفعهم إلى تخفيض الإنتاج أو إتباع تكنولوجيا نظيفة في نشاطهم الصناعي.

أما في بلدان عالم الجنوب و الجزائر بشكل خاص فان قطاع الإعلام البيئي لا يزال في بداية الطريق، رغم مجهودات رجال الإعلام و المهتمين بهذه القضايا ، و يلاحظ ذلك بالخصوص في قطاع الإعلام المكتوب حيث سجلت زيادة كبيرة في الاهتمام بقضايا البيئة المحلية و الإقليمية و الدولية، مما يدل على تنامي الوعي البيئي لدى الفاعلين الإعلاميين في عملية التوعية التي تعد و بحق رهان إنقاذ البيئة من محالب الدمار المحدق بها.

ملخص بالفرنسية:

Devenir enjeux environnementaux de notre temps liés et interdépendants avec beaucoup de secteurs politiques, économiques et scientifiques, il était nécessaire de le secteur des médias d'entrer dans l'environnement dans le cercle des intérêts, de sorte que le dos des milieux de l'environnement dans les pays industrialisés dans les années soixante du siècle dernier en raison de ce que nous avons atteint le statut de l'environnement de la dégradation.

Dans les pays en développement, l'Algérie et le meilleur exemple de cela est l'alambic de l'environnement du secteur des médias au début de la route, malgré les efforts des médias et se intéressent à ces questions, et a noté que, surtout dans le secteur de la presse écrite, qui a enregistré une augmentation significative de l'intérêt pour les questions environnementales locales, régionales et internationales , qui montre la prise de conscience environnementale croissante entre les acteurs dans le processus de sensibilisation des médias, qui est le bon pari et sauver l'environnement des griffes de masse imminente.

مقدمة:

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

أحدثت وقائع البيئة انتباه رجال الإعلام في كثير من المؤسسات الإعلامية بحيث أصبحت مادة مهمة تتناقلها وسائل الإعلام، وبخاصة عند وقوع الحوادث الصناعية أو الكوارث الطبيعية، لقد تنامي الإعلام البيئي بعد انعقاد مؤتمر "استكهولم" لعام 1972 ووصل إلى ذروته مع انعقاد قمة الأرض الثانية" بريو دي جانيرو" لعام 1992، بحيث أصبح رهان حماية البيئة وتميئتها قائم على الإعلام البيئي. تستطيع وسائل الإعلام المتعددة تبني جزءا كبيرا من مسؤولية التوعية البيئية لما لها من مقدرة فائقة على التأثير في الاتجاهات والسلوكيات، و لن يتأق ذلك إلا بإدخال الأولويات البيئية ضمن البرامج الإعلامية و توفير المعلومات العلمية عن حالة البيئة و التلوث وتقديمها إلى الجمهور بشكل مستمر و مثير للانتباه، و التطرق بالمعالجة العلمية الدقيقة إلى كل جوانب الظاهرة البيئية لإعطاء تفسيرات و تأويلات و تمكين الجمهور من المشاركة الجادة في تداعيات قضايا البيئة.

لقد سارعت الكثير من مؤسسات الإعلام المقروء و المرئي و المسموع في العديد من البلدان المتقدمة إلى تخصيص فضاءات لمعالجة البيئة و التلوث كما وضعت مكاتب خاصة بدراسة تأثير المواد الإعلامية البيئية على الجمهور المستهدف، و زادت من إمكانيات هذه الوسائل فنيا و تقنيا يقينا منها بان التوعية عبر وسائل الإعلام هو سبيل حماية البيئة، فقد أثبتت نتائج أبحاث إعلامية في بعض البلدان الصناعية أن تحسنا ملحوظا سجل في تراجع نسبة التلوث ، وذلك راجع إلى أن رسائل الإعلام البيئي التوعوي مست قطاعات واسعة من المجتمع وخاصة الصناعيين و المتعاملين الاقتصاديين مما دفعهم إلى تخفيض الإنتاج أو إتباع تكنولوجيا نظيفة في نشاطهم الصناعي.

أما في البلدان النامية و الجزائر أحسن مثال على ذلك فان قطاع الإعلام البيئي لا يزال في بداية الطريق، رغم مجهودات رجال الإعلام و المهتمين بهذه القضايا ، و يلاحظ ذلك بالخصوص في قطاع الإعلام المكتوب حيث سجلت زيادة كبيرة في الاهتمام بقضايا البيئة المحلية و الإقليمية و الدولية، مما يدل على تنامي الوعي البيئي لدى الفاعلين الإعلاميين في عملية التوعية التي تعد و بحق رهان إنقاذ البيئة من مخالب الدمار المحدق بها.

إشكالية الدراسة

تشهد الكرة الأرضية ومنها دولة الجزائر العديد من المشكلات البيئية الخطيرة والتي انعكست آثارها السلبية على كل إنسان ، وقد ازدادت هذه المشاكل إلى درجة غير مقبولة بسبب التقدم الصناعي والتكنولوجي الأمر الذي أدى إلى ازدياد الدعوات التي تنادي بضرورة إيجاد الحلول وبدائل سريعة لهذه المشكلات من اجل حلها،

ولعل الإعلام البيئي له دور كبير في توضيح الكثير من المفاهيم البيئية التي تعاني منها المجتمعات إذا ما تم تفعيله بطريقة مناسبة من أجل نشر الحقائق العلمية المتعلقة بالبيئة والحلول المقبولة والمقترحة لحل هذه المشكلات البيئية.

تتمثل مشكلة الدراسة في بيان مدى قيام وسائل الإعلام بمسؤوليتها في توعية الجماهير نحو المشكلات البيئية من خلال استخدام وسائل إعلام مقروءة ومرئية ومسموعة. وبشكل أكثر توضيحا تتمثل مشكلة الدراسة في الإجابة على السؤال الرئيسي التالي:

- هل استطاعت وسائل الإعلام من خلال قنواتها الإعلامية إيجاد حلول للمشكلات البيئية من خلال خلق الوعي البيئي لدى الجماهير في الجزائر؟

تتفرع عن هذه المشكلة البحثية أسئلة جزئية ومنها:

- هل هناك علاقة بين الإعلام والبيئة؟

- كيف يمكن الحديث عن طبيعة الإعلام البيئي في الجزائر؟

- ما هو موقع قضايا البيئة الوطنية والمحلية ومشكلاتها في اهتمامات وسائل الإعلام الجزائرية؟

- ما مدى اهتمام جمهور وسائل الإعلام بقضايا البيئة ومشكلاتها؟

- ما دور وسائل الإعلام في التحسيس وتكوين الوعي البيئي في الجزائر؟.

أهداف الدراسة :

الهدف العام لهذه البحث هو التعرف على العلاقة بين البيئة والإنسان في المجتمع الجزائري، ودور وسائل الإعلام بشتى أنواعها في هذه العلاقة، وينطلق من هذا الهدف العام مجموعة من الأهداف الفرعية هي:

1- التعرف على وعي أفراد المجتمع بالمشكلات البيئية ومدى ارتباطها بصحة الإنسان وسلامته وكيفية تحرك الإنسان لمواجهة هذه المشكلات.

2- التعرف على قدرة أفراد المجتمع وإمكاناتهم وقدرة المؤسسات غير الحكومية والحكومية على مواجهة مشكلات البيئة المحيطة بهم.

أهمية الدراسة:

لهذه الدراسة أهمية في تناولها موضوع البيئة وما ينطوي عليه من تشعب وتنوع في المخاطر، وانعكاس ذلك على البيئتين الطبيعية والبشرية، ولأن الشأن البيئي لم يتبلور على نحو كافٍ في أذهان الجمهور العام فإن حضوره وتأكيدُه يمنحه أهمية مستمدة من أهمية الموضوع نفسه، كما تتناول موضوع البيئة وسائل الإعلام الجزائرية وما له من آثار إيجابية قد تنعكس على المحيط البيئي البشري والطبيعي، في ظل شح شديد في تناول هذا الموضوع في مجال الدراسات الإعلامية.

كما تنبع أهمية هذه الدراسة علمياً من ندرة ما كتب عن الإنسان وعلاقته ببيئته خاصة في الجزائر بالإضافة إلى الأخذ بالمستلزمات العلمية التي تجعل نتائج هذه الدراسة من حيث التعميم أكثر قابلية وتجعل مفاهيمها من حيث التفسير أكثر شمولية.

كما تنبع أهمية هذه الدراسة عملياً من كونها تستهدف في نهاية المطاف التوصل إلى حلول مناسبة وآليات عملية لجعل تلك الحلول قابلة للتنفيذ، وذلك للحد من هذه الظاهرة والتخفيف من متردباتها مثل تكوين الوعي البيئي للأفراد والجماعات والمجتمعات من خلال توضيح الحاجات الإنسانية والمشكلات البيئية وكيف يمكن مواجهة هذه المشكلات وإشباع الاحتياجات، بالإضافة إلى تعريف المواطن بحقوقه البيئية سواء كانت اجتماعية أو اقتصادية وكذلك قيامه بواجباته نحو الحفاظ على العناصر الطبيعية الموجودة بالمجتمع من ثروات ظاهرة أو باطنه وكيفية الاستفادة منها بأسلوب لا يضر بسلامة البيئة بالإضافة إلى تكوين وعي بيئي للأفراد والجماعات.

I. الدلالة النظرية والمنهجية :

أولاً: الإطار المنهجي للدراسة:

قامت الدراسة ببناء خطة بحثية لمعالجة الموضوع بداية بمقدمة إلى استنتاجات للدراسة مروراً بإطار منهجي حددت فيه مختلف الاقتربات والمنهج والمفاهيم التي اعتمدت في إطار تحليل الموضوع، وقسمت الدراسة إلى ثلاثة محاور، حيث تناول المحور الأول الأطر النظرية و المفاهيمية للبيئة والإعلام البيئي ، أما المحور الثاني فقد سلط الضوء على واقع السياسة البيئية في الجزائر انطلاقاً من أهم الآليات والتشريعات القانونية، وفي المحور الثالث تم تسليط الضوء على انعكاسات ودور الإعلام البيئي على السياسة البيئية في الجزائر.

ثانيا : الإطار المفاهيمي والنظري:

أ- مفهوم البيئة

البيئة مصطلح شائع الاستخدام في الأوساط العلمية، كما يشيع استخدامه أيضا عند عامة الناس، وفي ضوء تلك العمومية نجد تعاريف عديدة تختلف باختلاف علاقة الإنسان بالبيئة، فالمدرسة بيئة، والجامعة بيئة، والمصنع بيئة، والمجتمع بيئة، والعالم كله بيئة.

نقصد بالبيئة كل العناصر الطبيعية الفيزيائية والبيولوجية من هواء وفضاء وما وتربة وحيوانات ونباتات بما فيها الإنسان، وتشمل أيضا على العناصر الاصطناعية التي استحدثها الإنسان ووضعها لينظم حياته ويدير من خلالها نشاطاته وعلاقاته.

البيئة هي ذلك المحيط الواسع الذي يضم كل أشكال الكائنات الحية المرئية وغير المرئية بما فيها الإنسان وعلاقاتها المتشابكة المترابطة. كما يقصد بالبيئة أيضا الإطار الذي يعيش فيه الإنسان، ويحصل منه على مقومات حياته من غذاء وكساء ودواء ومأوى، ويمارس فيه علاقاته مع أقرانه من بني البشر .

إذا فالبيئة هي كل ما يحيط بنا، فهناك البيئة الخلوية أي المحيطة بالخلية الحية، وهناك البيئة الرحمية للجنيين، ولكن مصطلح البيئة دون إضافته إلى غيره يشير إلى مجمل الأشياء الاجتماعية والفيزيائية المحيطة بنا¹، ويحمل هذا المعنى التأثير فينا من جانب هذه العناصر. لكن الاهتمام الأكبر كان يوجه نحو البيئة الفيزيائية ومعظم البحوث تدور حول تأثير عوامل فيزيائية، مثل تلوث الهواء ودرجات الحرارة العالية جدا أو المنخفضة جدا.

ب مفهوم الإعلام:

لقد تعددت مفاهيم الإعلام مما طرح صعوبة في تحديده بشكل دقيق، وهو إشكال يشوب أغلب المفاهيم المرتبطة بالعلوم الإنسانية والاجتماعية، فيقصد بكلمة الإعلام لغة :مصدر إعلاما أي إبلاغاً، أخبره إخبارا أي إيصال أمر معين من المتكلم إلى المستقبل المقصود بالرسالة كطرف آخر، وقد وردت هذه الأخيرة في لسان العرب بمعنى التبليغ والإبلاغ، أي الإيصال، ويقال بلغت القوم بلاغا أي أوصلتهم الشيء المطلوب².

وقد يأخذ مصطلح الإعلام نفس معنى الاتصال كما يرى " أحمد بدر " أن الإعلام والاتصال يميلان معنى واحد، وهناك من يرى باختلاف بين المصطلحين الإعلام والاتصال، من جهة يرى " إبراهيم إمام " أن مصطلح الإعلام هو التعبير عن ظاهرة الاتصال الواسع، لأنها إدلاء من جانب واحد لا يعبر عن التفاعل والمشاركة، في حين أن كلمة اتصال تعني التفاعل والمشاركة.

¹ محمد خليل الرفاعي، "الإعلام البيئي الشؤون البيئية في الصحافة السورية-دراسة تحليلية لصحف (البعث-الثورة-تشرين)"، مجلة جامعة دمشق، ع، 03.04.2011)، ص. 713.

² أحمد الهيب، المتطلبات الأساسية للإعلام الإسلامي وميزاته (الرياض: المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب، 1996)، ص. 19.

ولفظ الإعلام يشير إلى عملية استقاء المعلومات والحصول عليها من جهة وإعطاء و بث المعلومات إلى الآخرين من جهة أخرى، بمعنى ينطوي الإعلام على فكرة الإخراج في سبيل الإطلاع¹.

وعلى هذا الأساس فالإعلام يعني التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت، و يقتضي الإعلام توفر ثلاثة مواصفات أساسية وهي الجدية والحداثة، الأهمية والضخامة، الدقة والموضوعية.

ج-الإعلام البيئي:

إذا شهبنا النشاط الاقتصادي في أي مجتمع من المجتمعات بالدورة الدموية في جسم الإنسان، فإننا نشبه الإعلام بالجهاز العصبي في جسم المجتمع، وما ينبغي على الإعلام أن يقوم به هو تفجير الطاقات الخلاقة داخل الإنسان وشحذها للبناء، وذلك في إطار تغيير القديم وإحلال الجديد القويم من قيم وعادات وسلوك، وفي إطار بعث القديم الأصيل ودفعه باتجاه التقدم، ونظراً لأهمية الإعلام البيئي في هذا الإطار وجب التطرق إلى النقاط التالية:

1- نشأة الإعلام البيئي وأهميته:

لقد ظهر الإعلام البيئي في الاستخدام منذ السبعينيات من القرن الماضي فبعدما كان نقلاً للخبر البيئي والإثارة الصحفية لمزيد من المبيعات، أصبح له سياسات وخطط ووظف لتحقيق أهداف مختلفة. إن الإعلام البيئي هو أداة تعمل على توضيح المفاهيم البيئية من خلال إحاطة الجمهور المتلقي والمستهدف بالرسالة الإعلامية البيئية بكافة الحقائق².

ظهر الاهتمام الإعلامي البيئي على نحو مستقل في نهاية الستينيات من القرن العشرين، وبدأ ظهوره بإصدار مجلات علمية متخصصة في شؤون البيئة منها مجلة "البيئة والسلوك" التي صدرت عام 1981 م، وتأسيس هيئات علمية محلية وإقليمية وعالمية ترعى البحث العلمي في مجال البيئة، منها جمعية دراسة علاقات الإنسان بالبيئة.

كما أدى تراكم إساءة الإنسان للبيئة وتعاضمه من جراء الإهمال واللامبالاة وعدم تحمل المسؤولية والجهل والعبث تجاه البيئة، عن قصد أو من دون قصد، أسهم إسهاماً كبيراً في لفت انتباه الجهات المعنية بالبيئة لوضع خطط وبرامج تعمل على تحليل مشكلة التلوث البيئي وأسبابه وطرائق التقليل منه، والوصول إلى بيئة شبه نظيفة صالحة للحياة. وقد نشأ الإعلام البيئي نتيجة مجموعة من الأسباب ومنها:

- تأثير المناخ الصناعي أو الظروف الفيزيائية في صحة العمال النفسية والعقلية والجسمية.

¹ جبارة عطية جبارة، علم اجتماع الإعلام (مصر: دار الوفاء لدنيا الطباعة، ط 1، 1998)، ص. 93.

² مشعل فايز العتيبي، "الإعلام البيئي في دولة الكويت: الهيئة العامة للبيئة أمودجا"، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، أيار، 2012، ص. 27.

- دراسة تأثير الألوان في الحالة المزاجية للفرد.
- نشر المعلومات المتعلقة بالبيئة بين الأطفال.
- دراسة تأثير الكوارث بأنواعها.
- دراسة الآثار التي تتركها كوارث الطيران والسفن الغارقة وخاصة ناقلات البترول.

لكن مجال الصحافة البيئية لم يبدأ بالتشكل إلا في الأربعينيات والستينيات، وفي أوائل التسعينيات من القرن الماضي كانت نقطة تحول جوهريّة في الصحافة البيئية، فقد ازداد عدد المراسلين المختصين بشؤون البيئة، وأسس مجمع الصحفيين البيئيين لتأمين الدعم للصحفيين، حيث بلغ الاهتمام بالبيئة حد الذروة وارتفعت الدعوات المنادية بوضع قوانين حماية البيئة¹. وعرفت الصحافة البيئية هنا بأنها الصحافة التي يتركز اهتمامها ضمن مجال الاتصال البيئي، وجذورها يمكن أن تمتد للكتابة عن الطبيعة.

ثم نمت الصحافة البيئية كهيئة تقريباً على نحو موازٍ لنشاط جمعيات حماية البيئة إذ أصبحت هناك حركة ثقافية سائدة، فظهرت المنظمات البيئية على المشهد السياسي في الستينيات والسبعينيات ورفع الوعي العام لما اعتقده الكثيرون بأنه أزمة بيئية واستطاعوا أن يؤثروا على قرارات السياسة البيئية. بما أدى إلى ظهور مجتمع الصحافة البيئية في عام 1990 م، وكانت مهمته تنوير الجمهور العام وتثقيفه بالقضايا البيئية وتطوير النوعية، والدقة، والشفافية

2- أهداف الإعلام البيئي: يهدف الإعلام البيئي إلى أن يكون ضمير المجتمع بأجياله المتعاقبة على وعي بالخطر للأفراد والجماعات والحكومات من أجل الحفاظ على البيئة، وإقامة التوازن بين البيئة والتنمية للوصول إلى نهج صحيح في التنمية المتكاملة المستدامة التي تضع في حساباتها حاجات الجمهور. وتهدف الصحافة البيئية خاصة إلى تحقيق أهداف عامة وأخرى خاصة:

أ- الأهداف العامة:

◀ توعية الأفراد والجماعات البشرية بالمشكلات البيئية المؤدية إلى الإخلال بالتوازن البيئي وتشخيصها، وعوامل الوقاية من أخطارها وصولاً إلى الممارسات الذاتية وتداولها تلقائياً لحفظ البيئة ووقايتها.

◀ إشعار السلطات والهيئات الوطنية والقومية من أصحاب القرار بأهمية المعضلة البيئية، بهدف العمل على سن التشريعات الواقية للبيئة وإقرار التوازن بين التنمية والبيئة.

¹ . Envirolink, Accessed. 11 Oct. 2005. Available: [Http://www.envirolink.org](http://www.envirolink.org).

ك تحريك الرأي العام ضد القضايا البيئية أو معها، وتوعية الناس حول القضايا المحلية وتبيان مدى مشاركتهم بها.

ك معالجة القضايا البيئية المهمة في المجتمع وتقديمها بشكل مبسط وشامل يحاكي شرائح المجتمع ومتغيراته جميعها.

ك تهيئة الفكر لمناقشة القضايا البيئية وجعل الأفراد عناصر بناء في البيئة.

ك إعداد المواطنين أفراداً وجماعات لتقبل فكرة تغيير السلوك التقليدي وتعديله إذا كان مدمراً للبيئة ومواردها، ورفع وعيه بأهمية تغيير هذا السلوك.

ويتطلب تحقيق هذه الأهداف تعبئة وسائل الإعلام بشكل وظيفي بعيد عن التصنع والتمطية الإعلامية بغية التأثير في مشاعر الناس واتجاهاتهم¹.

ب- الأهداف الخاصة:

ك توفير المعلومات الصادقة الواضحة للقراء، وتشمل هذه المعلومات:

1-1- معلومات عامة يحتاجها الجمهور العام حول البيئة.

1-2- معلومات عملية وفنية تقدم للمختصين والمسؤولين وصناع القرار.

1-3- المعلومات العلمية التربوية وتقدم إلى التربويين ومن أنواعها:

-معلومات بيئية علمية تتعلق بالطبيعة والوسط الجغرافي .

-معلومات تشريعية تشمل القوانين الناظمة للتعامل مع البيئة .

-معلومات إدارية تتعلق بالمؤسسات والمنظمات المسؤولة جزئياً أو كلياً عن قضايا البيئة.

-معلومات عن التجارب، ومحاولات حل مشاكل البيئة في مستويات مختلفة) محلية، إقليمية، عربية، عالمية.

II. دور وسائل الإعلام الجزائرية في التوعية البيئية.

يهدف الإعلام البيئي أساساً إلى حفز الجمهور للمشاركة الفعالة في رعاية البيئة، من خلال دفع الناس إلى العمل الشخصي، وتشجيعهم على الحوار وإيصال آرائهم بقوة إلى المسؤولين، فيكون لهم رأي مسموع يساهم في صنع

¹ محمد خليل الرفاعي، مرجع سابق، ص.718.

القرار. وهذا يستدعي إقامة حوار تصل من خلاله آراء الناس إلى المسؤولين، كما يوصل المسؤولون إلى الجمهور إيضاحات عن جدوى التدابير والإجراءات التي تتخذها الحكومات والهيئات الرسمية لحماية البيئة¹.

ولذلك فالإعلام البيئي يدفع الجمهور إلى الانخراط في عملية التخطيط واتخاذ القرار. وإن مشاركة الجمهور في الحوار البيئي تؤدي إلى تعميم الوعي للحفاظ على موارد الطبيعة، كما تعطي المسؤولين صورة واضحة عن اهتمامات الرأي العام. وتعمل السياسة الوطنية في الجزائر على توفير المعلومات الموثوقة لوسائل الإعلام، عن طريق شبكات اتصال بالمؤسسات العلمية والمنظمات الدولية المختصة. فالإعلام البيئي غير المستند إلى مراجع موثوقة يؤدي إلى بلبلة الرأي العام وتشويش أفكاره.

و تتعاطى السياسة الوطنية للإعلام البيئي مع الموضوع من أربعة منطلقات²:

أولاً: الإعلام كوسيلة لإيصال الحقائق والمعلومات البيئية الموثوقة إلى الجمهور، وأيضاً كوسيلة ينقل من خلالها الجمهور آراءه إلى المسؤولين، ويتطور معهم. الإعلام هنا أداة حوار مفتوحة ومشاركة في القرار.

ثانياً: الإعلام كوسيلة لإبلاغ الجمهور عن السياسات الحكومية وشرح المخططات والتدابير المتعلقة بالبيئة، لإعطاء الناس حقهم الطبيعي في حرية الوصول إلى المعلومات، و تأمين شفافية العمل الرسمي.

ثالثاً: الإعلام كأداة لإحداث تغيير في سلوك الناس وتعاملهم مع البيئة، إما في إطار تصرفات شخصية طوعية، وإما في إطار تأمين الدعم لسياسات وتشريعات بيئية رسمية.

رابعاً: الإعلام كوسيلة للعلاقات العامة، إذ أن السياسة البيئية الحكومية لا يمكن أن تنجح من دون إقامة شبكة من العلاقات بين المسؤولين عن السياسة البيئية من جهة، والهيئات الأهلية والصناعيين والتجار والمهنيين والتربويين والمستهلكين وجميع الفئات الشعبية والرسمية من جهة أخرى.

إن وسائل الإعلام الجزائرية وخاصة الصحافة المكتوبة لها دور بارز في رفع الوعي البيئي وبالخصوص في الفترة الأخيرة، حيث ظهر نوع من الوعي البيئي في أوساط الإعلاميين الذين أصبحوا يرون أنه من الواجب تسليط الضوء على التراث البيئي في الجزائر، وما يعانيه من مشاكل التلوث والاستنزاف الذي تمارسه بعض الجهات ويساهم فيه المواطن أيضاً.

أن الدول الفعال الذي تلعبه هذه الوسائل يستدعي إجراء حوصلة عن أهم ما قدمته وسائل الإعلام المختلفة في الجزائر في مجال البيئة. وقبل الشروع في ذلك ينبغي أن نتعرض على الأعلام البيئي في الجزائر من خلال قانون البيئة رقم 10-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003.

¹ Mohamed Kahloula, "La problématique juridique de la pollution atmosphérique d'origine industrielle ", Revue des droit de l'homme 06 (Septembre 1994), p.119

² السياسة البيئية في الجزائر، "مجلة الجزائر البيئية"، 01 جاني 1999، ص.13.

قانون البيئة رقم 10-03 و الإعلام البيئي

لم يرد الإعلام البيئي في النصوص التشريعية في الجزائر إلا في شكل إشارات قانونية، ومع تطور الاهتمام بقضايا البيئة في السنوات الأخيرة وخاصة بعد إصدار قانون البيئة رقم 10-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بحماية البيئة في إطار التنمية المستدامة، وتضمن الباب الثاني "باب تسيير البيئة" في فصل كامل بالعرض حول الإعلام البيئي، واهم ما جاء في هذا الفصل ما يلي :

◀ كفاءات تنظيم شبكات جمع المعلومات البيئية وشروطها.

◀ إجراءات و كفاءات معالجة واثبات صحة المعطيات البيئية.

◀ قواعد المعطيات حول المعلومات البيئية العامة، والعلمية والتقنية والإحصائية والمالية العامة والاقتصادية المتضمنة للمعلومات البيئية الصحيحة.

◀ كل عناصر المعلومات حول جوانب البيئة على الصعيدين الوطني والدولي.

◀ إجراءات طلبات الحصول على المعلومات وفق أحكام المادة 07 من هذا الفصل.

◀ تحديد كفاءات تطبيق هذه المادة عن طريق التنظيم.

أولا: الصحافة المكتوبة: (الإعلام المقروء)

تعمل الصحافة المكتوبة على بث الأفكار و المعلومات و القيم التي تحافظ على ثقافة المجتمع و تساعد على تنظيم أفرادها و تنشئهم على المبادئ الصحيحة التي تسود المجتمع¹. يبدو أن هناك اهتماما واضحا لدى الصحافة المكتوبة بمواضيع البيئة، كظافة المحيط وتلوث الهواء، ومكافحة التصحر ومشاكل المياه والنفايات الصناعية والحضرية، وغيرها من المشكلات التي تعاني منها البيئة في الجزائر، وإذا قمنا مثلا بمقارنة عما صدر من المقالات عام 1997 يعني حوالي 240 مقال، وما صدر عامي 1998 و 1999 يعني أكثر من 700 مقال، أما في الفترة الأخيرة فقد شهدت مواضيع البيئة اهتماما واسعا من طرف الصحافة الوطنية، ففي خلال شهر فيفري من عام 2006 رصدنا أكثر من 517 مقال موزع على أهم القضايا البيئية في الجزائر، وإذا ما قارنا هذه الحصيلة بالسنوات الماضية سوف نجد أن البيئة أصبحت تشغل مساحات أغلب الجرائد الوطنية ومادة أساسية في الإعلام المكتوب في الجزائر.

¹ زهير احدادن ، مدخل لعلوم الإعلام و الاتصال، الجزائر:ديوان المطبوعات الجامعية ، ط 2، 1993، ص. 91.

ثانيا: الإذاعة: (الإعلام المسموع)

بعد انفصال الإذاعة عن التلفزيون كهيئة مستقلة وبمقتضى المرسوم رقم 86-196 الصادر بتاريخ 01 جويلية 1986، وما طرأ عليها من تنظيمات داخلية، بموجب المرسوم رقم 91-102 الصادر في 20 أفريل 1991 والمتضمن تحويل المؤسسة الوطنية للإذاعة إلى مؤسسة بعمومية، بعد تنظيم الإذاعة الوطنية بمقتضى القرار رقم 06-الصادر بتاريخ 26 أفريل 1998، أصبحت الإذاعة الوطنية تمارس مهامها الإعلامية والإخبارية والتثقيفية والتوجيهية والترفيهية في مختلف المجالات السياسية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، وغيرها. وقد احتلت قضايا البيئة مكانة مهمة في الشبكة البرمجية للإذاعة الوطنية، من خلال تغطية الأحداث والوقائع المرتبطة بموضوع البيئة مثل مشكلات البيئة على الصعيد الوطني والمحلي والعالمي، ومختلف التظاهرات والفعاليات في هذا الشأن

ثالثا: التلفزيون: (الإعلام المرئي)

يعتبر التلفزيون من أكثر الوسائل الإعلامية تأثيرا في الرأي العام الوطني، فهو يخاطب كل الشرائح الاجتماعية على اختلاف أعمارهم ومستوياتهم الاجتماعية الثقافية، كما أن إمكانية التفاعل مع هذه الوسيلة نجدها كبيرة مقارنة بالوسائل الأخرى.

وعرف التلفزيون الجزائري منذ الثمانينات برامج خاصة بالبيئة وكان أول هذه البرامج حصة "الأرض والفلاح" لأحمد وحيد والتي دام بثها لسنوات طويلة، ثم تغير اسمها إلى حصة "الإنسان والبيئة" والتي كانت تبث كل يوم أحد لمدة 26 دقيقة ليعاد تقديمها صباح كل يوم خميس. أما في السنوات الأخيرة فقد عرفت هذه الحصة تسمية جديدة وهي حصة "البيئة والمجتمع" والتي تبث مساء كل يوم أحد. تتعرض هذه الحصة إلى أهم قضايا البيئة في الجزائر، بالإضافة إلى تدخلات المختصين والمسؤولين.

يبدو أن مكانة قضايا البيئة في الإعلام المرئي في الجزائر ما تزال ضعيفة مقارنة بحجم مشكلات البيئة التي تعاني منها أغلب مناطق الوطن، مما يستدعي بحق مضاعفة الحصص البيئية بهذا القطاع الثقيل، ونشير أيضا إلى أن هناك محاولات لوضع شبكة وطنية للصحفي. الخضر "بمبادرة من مجلة symbiose" بهدف إعداد إعلام بيئي موثوق فيه غير متحيز.

رابعا: الانترنت:

شبكة الانترنت Online وتطبيقاتها، مثل الفيس بوك، و تويتر، اليوتيوب، والمدونات، ومواقع الدردشة، والبريد الإلكتروني... فهي بالنسبة للإعلام، تمثل المنظومة الرابعة تضاف للمنظومات الكلاسيكية الثلاث. يمكن أن نخلص إلى شبه اتفاق، أن مواقع التواصل الاجتماعي تشير إلى حالة من التنوع في الأشكال والتكنولوجيا والخصائص التي حملتها الوسائل المستحدثة عن التقليدية، لاسيما فيما يتعلق بإعلاء حالات الفردية

Individuality والتخصيص Customization، وتأتيان نتيجة لميزة رئيسة هي التفاعلية، فإذا ما كان الإعلام الجماهيري والإعلام واسع النطاق وهو بهذه الصفة وسم إعلام القرن العشرين، فإن الإعلام الشخصي- والفردى هو إعلام القرن الجديد، وما ينتج عن ذلك من تغيير انقلاي للنموذج الاتصالي الموروث بما يسمح للفرد العادي إيصال رسالته إلى من يريد في الوقت الذي يريد، وبطريقة واسعة الاتجاهات وليس من أعلى إلى أسفل وفق النموذج الاتصالي التقليدي، فضلا عن تبني هذه المواقع تطبيقات الواقع الافتراضي وتحقيقه لميزات الفردية والتخصيص وتجاوزه لمفهوم الدولة الوطنية والحدود الدولية¹.

III. معوقات الإعلام البيئي واليات مكافئها في الجزائر:

يقتضي نجاح الإعلام في أداء مهمته بالضرورة تعاوناً بين المؤسسات الإعلامية والهيئات المسؤولة عن البيئة، ودون هذا التعاون لن تستطيع الهيئات تحقيق أهدافها ولن يستطيع الإعلام أداء مهامه، والصعوبة تكمن هنا في إقناع كلا الطرفين بهذه الحقيقة بحيث لا يفصل عمل كل منها عن الآخر.

أولاً: المعوقات:

من أبرز مشكلات وسائل الإعلام بشتى أنواعها البيئية التكلفة المرتفعة لتغطية قصة والوصول إلى مصادر معلوماتها الثرية، أو الحصول على معلومات من المنظمات أو الحكومات وإرسال المراسلين إلى الأماكن البعيدة، ووجود مراسلين يستطيعون أن يتعاملوا بدقة مع موضوعات البيئة. كما أن المعلومات البيئية على تنوعها وغناها وتجدها تحتاج إلى بنك معلومات بيئي، يجمع المعلومات البيئية العالمية والإقليمية والوطنية ويدعم من قبل المنظمات العالمية والإقليمية والمحلية.

وتبرز مشكلات الصحافة البيئية في أن المشكلات تعرض في أغلب الأحيان على نحو غير متساوٍ. فضلاً عن عدم عرض مشكلات البيئة بطريقة مثيرة وجاذبة للاهتمام، وطريقة عرض موضوعات البيئة على نحو عاطفي يجعل القراء يخافون على حياتهم، وعندما تتبنى الصحف قضية محددة للرأي العام تحتاج إلى مدة من الوقت حتى تتضح أمامه بكل تفاصيلها) مثل آثار السرطان وربطه بالتلوث البيئي فعندما لا يظهر ما يبرهن صحة هذا الرأي يعتقد القراء أن من سبب لهم الذعر كانوا على خطأ ولا يجب الوثوق بهم.

ومن المشكلات التي تواجه وسائل البيئية مشكلة تقلب الرأي العام تجاه القضايا البيئية، وهي نظرية قدمها أنتوني داوونز Anthony Downs عام 1972 م ويرى أن كل قضية بيئية تمر في أطوار عند عرضها ومناقشتها²:

1- مرحلة ما قبل وجود المشكلة، حيث يهتم بها عدد قليل من الخبراء والمجموعات العلمية.

¹ قانون البيئة، الجريدة الرسمية 43(20جويلية2003)، ص.10.

² الغوثي بن صلحة، حماية البيئة في التشريع الجزائري، 'المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية'، ع.3، 1994، ص.792.

2- مرحلة الاكتشاف، حيث ينبعث الحماس والاهتمام نحو المشكلة، وفي هذه المرحلة يتحد الناس لمواجهة الخطر الناجم عن المشكلة.

3- مرحلة الإدراك، حيث يبدأ الجمهور في فهم تكلفة حل المشكلة وصعوبتها وما ينجم عنها من مشكلات.

4- مرحلة هبوط الاهتمام الشعبي نتيجة هذا الإدراك وعلى إثر ذلك ينخفض اهتمام الإعلام بهذه المشكلة.

5- مرحلة ما بعد المشكلة، صحيح أن المشكلة لم تحل بعد ولكن ثمة اهتمام أقل بها مما كان عليه في مرحلة اكتشاف المشكلة، وهو ما يقلل من حماس الصحفيين في تناولها مجدداً، وقد يضاعف من هذه المشكلة إن كانت محلية أو محدودة ولم تبادر السلطات المحلية في حلها على الرغم من توافر الإمكانيات، فيصبح تناولها تكراراً بلا جدوى.

ثانياً: آليات تعزيز دور الإعلام البيئي في الجزائر:

أظهرت الدراسات أن وسائل الإعلام تؤدي دوراً مهماً في عقلنة القضايا، بسبب الطريقة التي تقدمها وتشرّحها وتسهم في تحديد المخاطر وتقييمها، كما أن استجابة الرأي العام لهذه المخاطر ناجمة عن تأثيرات اقتصادية واجتماعية أيضاً، لذلك لا بد أن تتضمن الكتابة الصحفية شيئاً أساسياً جديراً بالعناية فتلوث الهواء لم يعطِ القدر نفسه من الاهتمام نتيجة عدم معرفة الناس بالأخطار المحيطة بهم .

فالنشاط الإشعاعي والمواد الكيماوية السامة والتلوث الصناعي والطعام الصناعي، هذه الأنواع من الأخطار مخيفة في أغلب الأحيان وتأثيراتها قد تكون ضارة عدة عقود من الزمن والتغيرات والأمراض الجينية بسبب هذه التفاعلات تستمر لأجيال، ولكنها لم تحظ بالاهتمام الكافي إعلامياً.

إن قضية الحفاظ على البيئة في الجزائر يجب أن تلامس وتخطب كل الناس الذين من الممكن أن يتنامى لديهم الوعي البيئي من خلال عدة وسائل وأساليب أهمها:

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

◀ الإسهام الإعلامي في إيجاد وعي وطني بيئي يحدد السلوك ويتعامل مع البيئة في مختلف القطاعات.

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

تتطلب وجود لجنة عليا للإعلام البيئي لرسم السياسات والخطط والبرامج وتنظيم حملات إعلامية بيئية للمواضيع الهامة الطارئة أو ذات الأولوية بالتعاون مع الجهات المعنية¹.

مما سبق يتبين لنا أن نجاح الإعلام البيئي في القيام بدوره في نشر الوعي البيئي بين أفراد المجتمع، وترسيخ قيم ايجابية لديهم حول البيئة، لا يقتصر على بذل مجهودات من طرف الصحفيين الذين ينقلون الخبر أو الحدث البيئي فقط، بل يعود إلى تضافر جهود العديد من الأطراف في مختلف المجالات: السياسية، الاقتصادية، والعلمية... في عمل متكامل حيث يقوم كل طرف بالواجب المنوط به.

أهمية تعاون جميع الوزارات والمؤسسات والهيئات في معالجة المشكلات البيئية وبالإمكان الاستفادة من التجارب العالمية في هذا المجال وضرورة المشاركة في المنتديات والمؤتمرات الدولية في مجال البيئة والاستفادة من النقاشات والتوصيات التي تنتج عنها.

فالصحفي المهتم بشؤون البيئة عليه أن يتكون في هذا المجال تكوينا دقيقا، والمؤسسة الإعلامية التي يعمل لديها هذا الصحفي، عليها أن توفر له مختلف المعلومات البيئية اللازمة من خلال تعاونها مع مراكز المعلومات البيئية، وكذلك من خلال تقديم حوافر للصحفيين البيئيين كالجوائز مثلا، والهيئات السياسية العليا كالحكومات والوزارات في مختلف المجالات عليها أن تساهم في إيجاد الحلول المناسبة للمشكلات البيئية... و عليه، فنجاح الإعلام البيئي رهن بتعاون الجميع جماعات وهيئات ومؤسسات في إيصال المعلومات الصحيحة والكافية للفرد التي تكون كفيلة بتوعيته على ضرورة حماية البيئة والحفاظ عليها سليمة.

لا يمكن تحميل وسائل الإعلام وحدها مسؤولية التقصير في إنتاج إعلام يتصدى لقضايا البيئة والتنمية المستدامة بفعالية. فهذه مرتبطة بمجالات ثلاث، هي:

تعاون دول لديها خطط تنمية وبرامج بيئية.

قاعدة من البحوث البيئية العلمية.

جمهور واسع من ملايين المواطنين الذين يحتاجون إلى المعرفة البيئية والانخراط في العمل البيئي والتنموي.

¹ نجيب صعب، البيئة في وسائل الإعلام العربية، ورقة مقدمة للملتقى الإعلامي العربي الأول حول البيئة والتنمية المستدامة يوم 28 - 2006/11/30 القاهرة: مجلة "البيئة والتنمية"، (2006)، ص. 45.

خاتمة:

من خلال هذه الورقة البحثية، نخلص على انه بالرغم من الأهمية التي تتميز بها القضايا البيئية في الوقت الحالي، في ظل تزايد مشكلاتها في جميع أنحاء العالم بما فيها الجزائر، وضرورة المعالجة الإعلامية الجادة والفعالة لها في وسائل الإعلام الجزائرية كما في مختلف وسائل الإعلام الأخرى، إلا أن هذه الوسائل لا تولي المواضيع والمشكلات البيئية الأهمية اللازمة، حيث تكون معالجتها للمواضيع البيئية وقتية غالبا ما تتعلق بالكوارث الطبيعية كالزلازل أو الفيضانات التي تتعرض لها الجزائر أو الدول الأخرى، كما تركز على التغطية الإخبارية التي تكون سطحية وتفتقر إلى الشرح والتفسير والتعمق في الموضوع وتناوله من مختلف الجوانب، كما أنها لا تسعى إلى تكوين مواقف إيجابية لدى القراء، وبالتالي لابد من تسخير الميكانيزمات و الوسائل الفعالة و خاصة وسائل التوعية البيئية لمسيرة و مواكبة التطور الذي تعيشه أغلب الدول المتقدمة في وسائل الإعلام .