

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة ابن خلدون - تيارت -

كلية العلوم الانسانية والاجتماعية

قسم العلوم الاجتماعية

مسار علم الاجتماع

مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر



تخصص: علم اجتماع الاتصال

تحت عنوان

وسائل الاعلام ودورها في نشر الثقافة البيئية

وسائل الاعلام الوطنية والمحلية نموذجا

دراسة استطلاعية لعينة من سكان بلدية تيارت

إشراف الأستاذة:

- بو زيرة سوسن

إعداد الطالبتين:

- مومن منيرة

-مزهود جهيدة

السنة الجامعية

2015-2016م



إهداء

الى من أوصانا الله بهما و قال " و بالوالدين إحسانا"

الى من اسقتني الحب و الحنان ، و علمتني العطاء و التسامح ،الى من حملتني و ربتني ، الى من رأنتني أكبر امام عينيها إلى غالية قلبي أُمي حبيبي أطال الله في عمرها .

على من كان رفيق دربي و أحزاني و حافظ أسراري إلى مثلي الأعلى في الحياة إلى كنزي في الحياة إلى أبي حبيبي حفظه الله و رعاه الرحمان .

الى إخوتي و سندي في الحياة : عبد القادر ، مصطفى ،خيرة، زهيرة، سعاد.

إلى حبيباتي و رفيقاتي إلى أعلى ما في الوجود : كريمة ، حياة، إيمان، خولة، شهيناز، عتيقة، نورة، أسماء، حنان، نجاة.

إلى صديقتي و رفيقتي في هذا العمل مومن منيرة.

إلى جميع صديقاتي و أصدقائي :رحمة ، فاطمة، هجيرة.

و أخص بالذكر أخي زينو و أخي لطفي، الى هشام و عادل ، حميدة ، محمد.

جهيدة

اهداء

الحمد لله الذي اثار لي طريقي و كان لي خير عون

الى من لا يكفي جهد الدهر جميلها و لو ليوم.

الى من لا اقدر علي رد جميلها ولو عملت لها طول الحياة الي جدتي اطل الله في عمرها

الى من جعل الر حمان الجنة تحت اقدامها

الى التي انحني لها بكل جلال و تقدير الي نبع الحنان الفياض.

الى التي ارجو ان اكون قد نلت رضاها الي امي الحنونة اطل الله في عمرها

الى كل من ادين له بحباتي الي من ساندني و كان شمعة يحترق لتضيء طريقي الي من اكن

له مشاعر التقدير و الاحترام و العرفان رفيق عمري سيد علي اطل الله في عمره

الي اخي و اخوالي و خالاتي و كل افراد عائلاتي

الى صديقتي و رفيقتي في هذا العمل

الى صديقاتي اللواتي عشت معهن افضل ايام حياتي

الى كل هؤلاء اهدي ثمرة جهدي هذا

الفهرس

شكر

	اهداءات
أ	مقدمة
	الفصل الأول الإطار المنهجي والنظري للدراسة
05	1-أسباب اختيار الموضوع
05	2-أهمية الدراسة:
06	3- أهداف الدراسة
06	4- الاشكالية
08	5-الفرضيات:
09	6-المفاهيم الاساسية:
09	6-1الاعلام
09	6-2 الإعلام البيئي
10	6-3 الدور
10	6-4 الوعي
11	6-5 الوعي البيئي
11	6-6 الثقافة
12	6-7 الثقافة البيئية
14	7-الإطار النظري للدراسة
14	7-1 وظائف وسائل الاعلام
17	7-2 تأثير وسائل الاعلام

20	3-7 دور وسائل الاتصال الجماهيرية في التوعية البيئية
23	4-7 التخطيط الاعلامي لرسالة التوعية البيئية
26	5-7 المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة.
33	8-الدراسات السابقة
	الفصل الثاني: الإجراءات المنهجية للدراسة
49	1-مجالات الدراسة:
49	1-1المجال المكاني
50	2-1المجال الزمني
50	3-1 المجال البشري
50	2-منهج الدراسة
51	3-أدوات الدراسة
51	3-1 أدوات جمع البيانات
51	3-2 الملاحظة البسيطة
51	3-3 الاستبيان (الاستمارة)
53	4-عينة الدراسة ومواصفاتها
	الفصل الثالث: عرض وتحليل ومناقشة النتائج
59	1- عرض وتحليل بيانات الدراسة
81	2-عرض قراءة وتحليل معطيات الفرضية الاولى
83	3-مناقشة نتائج الفرضية الثانية
87	4-النتائج العامة للدراسة
89	خاتمة
	المراجع والمصادر
	الملاحق

قائمة الجداول

الصفحة	الجدول
54	الجدول رقم (01): يوضح توزيع المبحوثين حسب العمر
55	الجدول رقم (02): يوضح توزيع المبحوثين حسب الجنس:
56	الجدول رقم (03): يوضح توزيع المبحوثين حسب المستوى التعليمي:
57	الجدول رقم (04): يوضح توزيع المبحوثين حسب الحالة الاجتماعية:
57	الجدول رقم (05): يوضح توزيع المبحوثين حسب الحالة العائلية:
59	الجدول رقم (06): يوضح الوسيلة الاعلامية المفضلة:
60	الجدول رقم (07): يوضح المواد الاعلامية في الوسيلة المفضلة:
61	الجدول رقم (08): يوضح وسائل الاعلام الوطنية في نشرها للمواد الإعلامية
61	الجدول رقم (09): يوضح تأثير وسائل الاعلام الوطنية على الجمهور
62	الجدول رقم (10): يوضح تأثير الافراد بوسائل الاعلام في مجال التوعية:
62	الجدول رقم (11): يوضح معنى كلمة بيئة:
63	الجدول رقم (12): يوضح مفهوم التلوث:
63	الجدول رقم (13): يوضح المشكلات الاخطر التي تهدد البيئة:
64	الجدول رقم (14): يوضح أسباب تفاقم مشكلة التلوث:
64	الجدول رقم (15): يوضح مخاطر التلوث على السكان
65	الجدول رقم (16): يوضح طرق الحد من التلوث:
65	الجدول رقم (17): يوضح تقييم اهتمام وسائل الاعلام الوطنية والمحلية للبيئة
66	الجدول رقم (18): متابعة برنامج اعلامي يهتم بالبيئة:
66	الجدول رقم (19): يوضح عمل وسائل الاعلام الوطنية والمحلية على نشر الوعي البيئي
67	الجدول رقم (20): يوضح الوسيلة الاعلامية المفضلة * قصد وسائل الاعلام في تناول موضوعات البيئة

69	الجدول رقم (21): يوضح تأثير وسائل الاعلام الوطنية على الجمهور * قصد وسائل الاعلام في تناول موضوعات البيئة
71	الجدول رقم (22): الوسيلة الاعلامية المفضلة * عمل وسائل الاعلام الوطنية والمحلية على نشر الوعي البيئي
73	الجدول رقم (23): يوضح متابعة برنامج اعلامي يهتم بالبيئة * معنى كلمة بيئة
75	الجدول رقم (24): يوضح متابعة برنامج اعلامي يهتم بالبيئة * فعالية نشر الوعي البيئي للحصة البيئية
76	الجدول (25): يوضح المواد الاعلامية في الوسيلة المفضلة * الجهة المسؤولة عن الوعي البيئي
78	الجدول (26): يوضح الوسيلة الاعلامية المفضلة * قصد وسائل الاعلام في تناول موضوعات البيئة
79	الجدول (27): يوضح أهم المواضيع * قصد وسائل الاعلام في تناول موضوعات البيئة
80	الجدول (28): يوضح تأثير الافراد بوسائل الاعلام في مجال التوعية * عمل وسائل الاعلام الوطنية والمحلية على نشر الوعي البيئي

ان التطور العلمي والتكنولوجي الذي وصل اليه الانسان أحدث تغييرات في بنية البيئة الطبيعية وعناصرها, مما خلف تبعات ومشاكل تبدو صفاها واضحة في البلدان المتقدمة والنامية ، ومن هذا فقد توصلت الابحاث العلمية أن البيئة ام تعد قادرة على تجديد مواردها الطبيعية وهذا يدل على وجود اختلال في انظمة التوازن الايكولوجي وترجع مسؤولية ذلك عل الانسان ونشاطاته غير المدروسة ففي بعض المناطق بينما وفر التوسع الصناعي فرص عمل جديدة الا انه ساهم في تلوث عناصر البيئة وتدميرها وانتشار التلوث الذي هو ضريبة التطور العلمي والتكنولوجي للإنسان .

ف نجد البلدان الصناعية تسعى الى ايجاد وسائل لمكافحة التلوث والمحافظة على البيئة من خلال اعادة النظر في برامجها التنموية والعمرانية والاجتماعية محاولة منها لتحقيق التنمية

على غرار البلدان النامية التي لاتزال التنمية فيها في بداياتها الأولى ذات تكنولوجيا متخلفة.

ان مشكلات البيئة لها ابعاد عالمية تتخطى الحدود الجغرافية لذا فان من بين الطرق الناجعة للحفاظ على البيئة هي التوعية البيئية وتوعية الافراد والجماعات، فغياب هذا الوعي سوف يؤثر تأثيرا مباشرا على مقومات النظام البيئي ولذلك فمن الضروري خلق وعي بيئي بدءا بالأسرة مرورا بالمؤسسات التربوية والمجتمع وصولا الى القيادات السياسية والاعلامية وصناع القرار.

تستطيع وسائل الاعلام المختلفة أن تتبنى جزءاً كبيراً من مسؤولية التوعية البيئية وذلك لما تملكه من مقدرة التأثير في الاتجاهات والسلوكيات، ولا يكون ذلك الا بإدخال أولويات البيئة ضمن البرامج الاعلامية وتوفير معلومات حول البيئة والتلوث وتقديمها للجمهور بشكل دائم.

ولقد سارعت الكثير من وسائل الاعلام المقروء والمسموع والمرئي في العديد من البلدان المتقدمة الى تخصيص مجالات لمعالجة البيئة ووضعت مكاتب خاصة بدراسة تأثير الموارد الاعلامية البيئية على الجمهور المستهدف، وقد أثبتت أبحاث علمية في بعض البلدان الصناعية أن تحسناً طراً على البيئة بحيث انخفض التلوث وهذا راجع الى رسائل الاعلام البيئي التوعوي مست مختلف القطاعات في المجتمع.

أما في البلدان النامية والجزائر خاصة مثال على ذلك فان الاعلام البيئي لايزال في بداية طريقه.

وبما أن الشباب هم من الفئات التي تستهدفها وسائل الاعلام من خلال ما تقدمه من خدمات، فإننا سنحاول في دراستنا الوقوف على دور وسائل الاعلام في نشر الثقافة البيئية لدى هذه الفئة من المجتمع، فقد اشتملت هذه الدراسة على مقدمة ثلاثة فصول

ففي الفصل الأول: وهو تقديم الدراسة والذي تناولنا فيه مشكلة الدراسة وصياغتها، ثم أوضحنا أهمية الدراسة، فأسباب اختيار الموضوع وتحديد أهداف الدراسة بعد ذلك ثم تحديد المفاهيم الأساسية الواردة في البحث، إضافة الى الأبعاد النظرية للدراسة وأخيراً تعرضنا للدراسات السابقة حول الظاهرة (موضوع الدراسة).

في الفصل الثاني: الاجراءات المنهجية والذي تناولنا فيه مجالات الدراسة وأدوات جمع البيانات إضافة الى عينة الدراسة ومواصفاتها.

أما في الفصل الثالث: والذي تناولنا فيه الجانب الميداني للدراسة حيث تم فيه معالجة المعطيات الميدانية من خلال عرض البيانات وتحليلها وتفسيرها، وقد سعينا الى معالجة هذه الظاهرة من خلال الامام بمختلف عناصرها ، ونأمل أن يكون عملنا هذا اسهاما في الميدان العلمي .

1-أسباب اختيار الموضوع:

1. قلة المواضيع المتعلقة بشؤون البيئة في الجزائر.
2. مدى احتياج الحياة للبيئة الطبيعية.
3. الرغبة الذاتية في اكتشاف الدور الذي تلعبه وسائل الاعلام في تنمية الثقافة البيئية.
4. عدم اهتمام القنوات الجزائرية بمراجعة مثل هذه المواضيع.
5. معرفة درجة الوعي البيئي لدى أفراد مجتمع الدراسة.
6. القيام ببحث ميداني مكمل لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع الاتصال.
7. نقص الدراسات الاجتماعية والاعلامية التي تفسر العلاقة الجدلية القائمة بين وسائل الاعلام وتنمية الوعي البيئي لدى أفراد المجتمع.
8. رغبتنا في الكشف عن مكانة قضايا البيئة في وسائل الاعلام الجزائرية.

2- أهمية الدراسة:

- تتمثل أهمية دراستنا في كونها تبحث عن دور وسائل الاعلام في نشر وتنمية الثقافة البيئية من خلال توظيف وسائل الاعلام في خدمتها.
- وتكمن أهمية الدراسة في امكانية معرفة الجمهور البيئي وبالتالي تحديد الشريحة الاجتماعية الاكثر اهتمام بالبيئة، والتعرف على احتياجاتهم الاعلامية في هذا المجال حتى يمكننا من زيادة او تعديل او تثبيت العملية الاعلامية.
- كما اننا نتناول في هذه الدراسة مجالا على درجة كبيرة من الاهمية الا وهو الوعي البيئي الذي يعد من اهم العناصر التي يتخذها الانسان لحماية البيئة وصيانتها باعتبار ان قضية البيئة مجتمعية مسؤوليتها ليست حكر على الدولة وحدها بل تتطلب تظافر جهود جميع شرائح المجتمع.

3- أهداف الدراسة:

- 1) التعرف على خصائص جمهور البرامج البيئية في وسائل الاعلام.
- 2) الكشف عن نوعية الوسائل الاعلامية البيئية لدى المتلقي (الجمهور).
- 3) تقييم وتحليل دور وفعالية وسائل الاعلام في ابلاغ رسالتها الاعلامية الى المجتمع لتنمية الوعي البيئي وادراكه بخطورة مشكلات البيئة التي تتعرض لها البيئة.
- 4) التعرف على أنواع وسائل الاعلام التي تهتم بقضايا البيئة.
- 5) معرفة حجم اهتمام وسائل الاعلام بقضايا البيئة ومشكلاتها وتحديد نوعية هذه المشكلات.
- 6) التعرف على القيمة التي يوليها الجمهور لقضايا البيئة.
- 7) التشجيع على نشر وترسيخ الثقافة البيئية.
- 8) محاولة الوصول الى تعريف للبيئة واظهار أهميتها في حياة الانسان.

4- الاشكالية:

تبلغ وسائل الاعلام اليوم غايات بعيدة في عمق الاثر وقوة التوجيه حيث تكتسح مكانة غاية في الهمية في منظومة المجتمعات الانسانية، وليس من الشك في ان الخطورة الكبرى للإعلام لا تكون بقدر ما تكون في الاثر السيء حين يتخذ الاعلام وجهة غير بناءة او وجهة متجردة من المثل والقيم العليا. لهذا اضحى واجبا على وسائل الاعلام على اختلافها التقليدية ام الجديدة، سمعية ام سمعية بصرية او حتى المكتوبة، وان تقوم بالدور التوعوي الذي اساسه الارتقاء بالبناء المعرفي و الادراكي للجماهير في كافة المجالات، الى جانب الدور التقليدي في نشر الاخبار و تفسيرها، خاصة ان وسائل الاعلام تمارس طورا جوهريا في تشكيل رؤية الفرد اتجاه قضايا مجتمعية مطروحة، لاسيما قضايا تتعلق بالبيئة، باعتبار ان البيئة هي المحيط الذي يعيش فيه الانسان و لكن هذا الانسان هو المتسبب الاول في تدهور هذه البيئة و اختلال توازنها بسبب التكنولوجيا و الاستغلال اللاعقلاني لمواردها، و

من هذا المنطلق جاءت حتمية الحفاظ على البيئة من خلال نشر الوعي البيئي من اجل توسيع دائرة الثقافة البيئية و تعميق الاحساس بقيمة البيئة و البحث في الوسائل الكفيلة لخلق و تأسيس بيئة نظيفة و سليمة و خالية من عوامل التلوث .

وفي سياق حديثنا عن سبل ووسائل نشر الوعي البيئي يمكننا القول ان المؤسسات الاعلامية من اهم وسائل نشر هذا الوعي بقدرتها على اثارة اهتمام الجمهور بالقضايا البيئية والذي يظهر في مدى إدراك الفرد للمخاطر الناجمة عن عدم احترامه للمتطلبات والقانونية البيئية التي تكفل الحفاظ عليها.

صحيح ان وسائل الاعلام لا تستطيع ان توجه الانسان كيف يفكر ولكن بمقدورها توجيه فكره نحو مسائل اهم كالمسائل البيئية من اجل التعريف بها وبعناصرها ومكوناتها ومشكلاتها، لتكوين قاعدة معرفية لكل فرد تمكنه من تجاوز مشكلة الغموض حول القضايا البيئية.

فتوعية الجماهير تعتبر حافزا هاما في تكوين مسار تشاركي لحماية البيئة، بحيث تصبح المواطنة الايكولوجية حقيقة ملموسة لذلك فان القضية الاساسية التي تواجه الاعلام بوجه عام هي كيفية تعميق الاحساس بقيمة البيئة من اجل تنمية الوعي البيئي الذي اصبحت حتمية لا مفر منها لمواجهة التدهور البيئي من خلال مضامين ورسائل اعلامية، تكون قادرة على نشر وعي سلوكي وثقافي واجتماعي ينتهجه الفرد وغرس سلوكيات جديدة بدل التي كانت سائدة.

ونجاح هذه الرسالة في تنمية الوعي البيئي مرهون بدرجة الاقناع والتأثير في نفوس افراد المجتمع للتحويل من حالة اللاوعي الى حالة الوعي والادراك الصحيح لقضايا البيئة ومشكلاتها ومن ثم تجاوز مرحلة الوعي الى مرحلة المشاركة الفعالة في الحفاظ على البيئة والحد من المشاكل والضغط على صناع القرار لاتخاذ الاجراءات اللازمة.

لذا جاءت هذه الدراسة لتسلط الضوء على دور وسائل اعلام في نشر الثقافة البيئية وذلك من خلال الاجابة على السؤال التالي:

- ما دور الوسائل الاعلامية الوطنية و المحلية في نشر الثقافة البيئية ؟

5- الفرضيات:

العامّة:

- هناك نقص في دور وسائل الاعلام الوطنية و المحلية في نشر الثقافة البيئية.

الجزئية:

- يوجد نقص في البرامج الاعلامية الوطنية و المحلية التي لها دور في التوعية للثقافة البيئية .

- هناك عدم اهتمام من طرف الجمهور بهذه البرامج الاعلامية الوطنية و المحلية التي تنشر الوعي البيئي.

6- المفاهيم الأساسية:

6-1 الإعلام:

1- لغة: مصدر اعلاماً أياً بلاغاً، أخبره اخباراً أي ايصال أمر معيناً من المتكلم الي المستقبل المقصود بالرسالة كطرف آخر، وقد وردت هذه الأخيرة في لسان العرب بمعنى التبليغ والابلاغ أي الايصال ويقال بلغت القوم بلاغاً أي أوصلتهم الشيء المطلوب (أحمد اللميب 1996: ص 19).

لقد تعددت مفاهيم الاعلام مما طرح صعوبة في تحديده بشكل دقيق، وهو اشكال يشوب أغلب المفاهيم المرتبطة بالعلوم الانسانية والاجتماعية.

يوجد خلط بين مصطلحي الاعلام والاتصال، لذلك يحتاج مصطلح الاعلام الي تحديد في اللغة العربية حيث يتسع هذا المصطلح أحيانا ليشمل الاتصال، ويقتصر أحيانا على وسائل الاعلام.

يرى "أحمد بدر" أن الاعلام والاتصال يحملان معني واحد، من جهة يرى "ابراهيم امام" أن مصطلح الاعلام هو التغيير عن ظاهرة الاتصال الواسع، لأنها ادلاء من جانب واحد لا يعبر عن التفاعل والمشاركة، في حين أن كلمة الاتصال تعني التفاعل والمشاركة (عاطف عدلي العبد عبيد 1997: ص 15).

ولفظ الاعلام يدل على لبس في وقت تكمل احدهما الاخرى. فهو يشير الى عملية استفتاء المعلومات والحصول عليها من جهة اعطاء وبث المعلومات الي الآخرين من جهة أخرى، بمعنى ينطوي الاعلام على فكرة الاخراج في سبيل الاطلاع (جبارة عطية جبارة د.ت: ص 93)

الاعلام هو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت كما يعبر عن ذلك "أو تجرت" وهذا ما يقتضي أن تتوافر في الإعلام ثلاثة مواصفات أساسية وهي الجدة، والحداثة والضخامة، الدقة والموضوعية (علي عجزة 2004: ص 12).

6-2 الإعلام البيئي: علينا أن نفرق بين مفهومي الإعلام البيئي والاتصال البيئي:

أما الأول فقد عرفه البنك العالمي بأنه: نقل معلومات ذات طابع بيئي من وكالات أو منظمات غير حكومية من أجل إثراء معارف الجمهور والتأثير على آرائه وافكاره وسلوكياته تجاه البيئة (Gillion Martin Mehers 1992 : p01).

أو هو ذلك الإعلام الذي يسعى إلى تحقيق أغراض حماية البيئة من خلال خطة إعلامية موضوعية على أسس علمية سليمة تستخدم فيها كافة وسائل الإعلام، وتخطب مجموعة من الناس أو عدة مجموعات مستهدفة ويتم

أثناء هذه الخطة وبعدها تقييم أداء هذه الوسائل ومدى تحقيقها للأهداف البيئية بهذه الخطة الإعلامية (أحمد ملحة 2000: ص 35).

أما الثاني: فيقصد به الاستعمال الاستراتيجي لتقنيات الاتصال من أجل تشجيع ومساندة سياسات ومشاريع بيئية وجعلها أكثر فعالية من خلال توطيد العلاقات مع المعنيين بالأمر (Gillion Martin Mehers 1992: p81).

التعريف الإجرائي:

نقصد بالإعلام البيئي هو العملية الإعلامية التي تحمل في طياتها معلومات تبثها مختلف وسائل الإعلام في شكل رسائل إعلامية الهدف منها توجيه الجمهور والتأثير في آرائه وأفكاره وسلوكياته إيجابيا من أجل حماية البيئة وصيانتها وتنميتها.

3-6 الدور:

-لغة: مشتق من الفعل. دار. يدور. دوراً.

دوراً-أي تحوُّك باتجاهات متعددة وهو في مكانه (بوعلام بن حمودة وآخرون 1996: ص 132)

وحسب معجم (burg-bloch) فان كلمة الدور مشتقة من العبارة اللاتينية Rotulay التي تعني من جهة ورقة مطلوبة تحمل كتابة او من جهة ثانية ما يجب ان يستظهره ممثل مسرحية، وابتداء من القرن الحادي عشر ميلادي بدأ استعمال مفهوم الدور للوظيفة الاجتماعية او المهنية (حورية بن عياش 1994: ص125).

اما من الناحية الاصطلاحية فيمكن القول بانه شهد ثراء كبير او تنوعاً من حيث المعاني وهو ينسب من الناحية السوسولوجية الي (رالف لينتون) ويفترض بالأشخاص القائمين بها الخضوع التام لها ويحدد الدور حملة من الواجبات التي يصطلح بتنفيذها كل فرد في التنظيم (ريمون بودون وفروسوا بوريكو وآخرون 1986: ص288)

وفي نفس الصدد يشير (معن عمر الخليل) بان الادوار تتمثل في وحدات اجتماعية تساهم في بناء المؤسسات الاجتماعية مثل: المدرسة كمؤسسة اجتماعية قد يتم تحليلها على انها تضم مجموعة من ادوار خاصة بالتلاميذ والمعلمين تسود كل المدارس (معن عمر خليل 2000: ص364).

-التعريف الاجرائي:

هو انماط سلوكية تكون موحدة ذات معنى ونسبية ملائمة للشخص الذي يشغل مكانة في المجتمع او يشغل مركزاً محددًا في علاقات شخصية متبادلة.

4-6 الوعي:

هو أعلى أشكال انعكاس الواقع الموضوعي وهو كامن في الإنسان وحده والوعي هو الجمل الكلي للعمليات العقلية التي تشترك إيجابيا في فهم الإنسان للعالم الموضوعي ولوجوده الشخصي، ويرجع أصلا إلى نشاط الناس الانتاجي الاجتماعي (م. رونتال وب بومدين 1992: ص586).

الوعي هو اتجاه عقلي انعكاسي يمكن الفرد من إدراك ذاته وأدراك البيئة المحيطة به والجماعة التي ينتمي إليها كعضو.

ويذهب جورج ميد إلى أن عمليات الاتصال تساعد الفرد على الظر إلى نفسه والقيام بدور الآخرين، وتعتبر عملية الاندماج للآخرين أو تمثل الظروف المحيطة شرطا أساسيا لظهور الوعي (محمد عاطف غيث 1995: ص88).

5-6 الوعي البيئي:

ارتبط هذا المفهوم بتطور مفهوم البيئة التي اتسعت جوانبها إلى مجالات الاقتصادية والثقافية والاجتماعية، ولم تعد محصورة في عناصرها البيولوجية والفيزيائية بحيث أصبحت أهداف الوعي البيئي هي التعريف بالتأثيرات البيئية المختلفة على الكائنات الحية والبيئة مما ينعكس على النظام البيئي إيجابيا وسلبيا وبشكل مباشر بنوعية الحياة (عبد الحمن عبد الله العوضي 1996: ص56).

التعريف الاجرائي للوعي البيئي:

هو جانب من جملة مدارك الإنسان بالعالم الذي يحيط به، والوعي البيئي هو اكتساب الفرد لخبرات في فهم العلاقات والمشكلات البيئية من حيث اسبابها وآثارها وطرق حلها.

6-6 الثقافة البيئية:

-الثقافة: يشير مصطلح الثقافة من الناحية اللغوية إلى التهذيب والصقل الشخص المثقف هو الشخص المهذب المصقول في أخلاقه وسلوكه العام (تركي رابح 1989: ص331).

أما من الناحية الاصطلاحية فقد شهد الحقل الدلالي للثقافة ثراء كبير وتنوع من حيث المعاني فعلى سبيل المثال مارتينون Jean – pierre Martinon بين نوعين من التعريف:

أ) تعريف جزئي (محدود) يستعمل لوصف التنظيم الرمزي لأي جماعة وعملية تناقل ذلك التنظيم الرمزي وكذا مجموع القيم التي تشكل تصور الجماعة لذاتها، ولعلاقتها بالجماعات الأخرى وبالعالم الطبيعي.

ب) تعريف واسع يستعمل لوصف العادات، المعتقدات، اللغة، الافكار، الذوق الجمالي والمعارف التقنية، كما يستعمل لوصف تنظيم المحيط العام للإنسان: الثقافة المادية، الادوات السكن وبصورة عامة مجموع التقنيات للنقل (التبليغ) والتي تنظم علاقات وتصرفات الجماعة الاجتماعية مع البيئة (نور الدين زمام 2001: ص139).

وفي نفس الصدد يشير (تايلور) بان الثقافة بالمعنى الاثنوجرافي الواسع هي ذلك الكل المعقد الذي يتضمن المعرفة والعقيدة والفن والاخلاق والقانون والعادة وكل المقومات الاخرى التي يكتسبها الانسان كعضو في المجتمع (نخبة من الأساتذة علم الاجتماع د.ت: ص110).

اي ان الثقافة هي محصلة النشاط الاج (المادي والمعنوي) او كل ما هو موجود في المجتمع الانساني، ويتم توارثه اجتماعيا من جيل الي جيل آخر وفي نفس السياق يؤكد (تركي رابح) ان الثقافة هي ذلك الجزء من بيئة الانسان الذي صنعه بنفسه، وهذا بخبرته وتجارته وهي تعني مجموع التراث الاجتماعي لبني الانسان (تركي رابح 1989: ص321).

-البيئة: يعتبر هذا المفهوم من المفاهيم الغامضة لدى الناس وهذا التعقيد نابغ من تعدد العناصر المشكلة للبيئة وقد جاءت هذه الكلمة على لسان العرب في الفعل "تبوا" اي حل ونزل اقام، والاسم من هذا الفعل هو البيئة فدرج علماء اللغة الى استعمال الفاظ البيئة كمرادفات (إسكندري أحمد 1995: ص 10).

أما في اللغة الفرنسية فإن كلمة **environnement** فيقصد بها العناصر البيئية الطبيعية والصناعية التي تحيط بالإنسان (Merille Maurin 1996: p43).

أما المعنى التقني لكلمة البيئة فيقصد بها: الظروف والعوامل الطبيعية والبيولوجية والعوامل الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، التي تتراوح في شكل دقيق، وتشكل الوسط الطبيعي لحياة الانسان والكائنات الاخرى وبحكمها ما يسمى بالنظام البيئي (أحمد عبد الكريم 1992: ص33).

6-7 الثقافة البيئية:

يعتبر الباحث السيد عبد الفتاح عفيفي بأن قضية الوعي البيئي ترتبط أشد الارتباط بالثقافة بمفهومها الواسع عند علماء الأثنوبولوجيا بوصف هذا الوعي جزء من الثقافة السائدة التي تعمل كموجه عام لسلوك الانسان (السيد عبد الفتاح عفيفي 1996: ص217).

وبالتالي فإن الوعي البيئي هو الإحساس بالمسؤولية وإدراك كيفية التعامل مع البيئة وصيانتها من أخطار التي تهددها.

وفي نفس السياق يعرف السيد عبد الفتاح عفيفي الوعي لأنه يشير إلى درجة الإدراك على المستويين الفردي والمجتمعي لأهمية المحافظة على البيئة وحمايتها والتعامل معها من أجل تحقيق غايات فردية سريعة للإنسان في المدى القصير تلحق بالبيئة اضرار على المدى الطويل (السيد عبد الفتاح عفيفي 1996: ص222).

وبالتالي فإن الوعي البيئي يعني تحسيس الأفراد بأهمية الحفاظ على البيئة والتعامل معها بعقلانية من خلال تدعيم دور المؤسسات التربوية والإعلامية وكذا الجمعيات التي تعمل على رفع المستوى الثقافي وتنمية الوعي لديهم للمشاركة بفعالية في تحسين البيئة وحمايتها من التلوث ومن خلال تحديد مفهوم الوعي البيئي، تعرف الثقافة البيئية بأنها " نوع من التعليم غير النظامي يستهدف خلق الوعي البيئي أو التوعية البيئية وخلق رأي عام واع بقضايا البيئة وذلك من خلال الدعوة إلى إقامة الندوات والمعارض البيئية وتكوين الأحزاب في الإذاعة والتلفزيون والصحف لنشر الوعي البيئي وإنشاء الجمعيات العلمية لحماية البيئة وصون الطبيعة وأصدقاء الأرض وغيرها من المسميات(السيد عبد الفتاح عفيفي 1996: ص227-228).

وفي سياق آخر عرف "روكاستل" الثقافة البيئية على أنها " فهم أساسيات التفاعل بين الإنسان والبيئة بمكوناتها الحية وغير الحية، بحيث يتضمن هذا التفاعل الأخذ والعطاء بين الإنسان والنبات والحيوان (شارل روث 1998: ص143).

ويشير السيد " عبد الفتاح عفيفي " ايضا: ان الثقافة البيئية تركز على جوانب التعليم غير الرسمي، بينما تركز التربية البيئية على التعليم النظامي او الرأسمالي لهذا فان الثقافة البيئية تمتد عبر مراحل العمر المختلفة، بينما تقتصر التربية على مراحل الاعداد العلمي في سنوات الدراسة الرسمية (السيد عبد الفتاح العفيفي 1996: ص 228).

التعريف الإجرائي للثقافة البيئية:

عملية تكوين القيم واتجاهات والمهارات التي تنظم سلوك الأفراد وتمكنهم من الاسهام الحقيقي في حماية البيئة وحل مشكلاتهم من خلال التفاعل مع بيئتهم الطبيعية والاجتماعية.

7- الإطار النظري للدراسة:

7-1 وظائف وسائل الاعلام:

إن عاملنا المعاصر القائم على أساس التقدم العلمي والتكنولوجي قد ألقى بضلاله على حقل الاعلام ، مما زاد من كفاءة وسائطه المتعددة في نقل الاخبار وتغطية الاحداث في اماكن مختلفة من العالم ، فتحوله وسائل الاعلام الى مظهر من مظاهر الحياة اليومية للمجتمعات ، وهو ما هيئ الفرصة امام الافراد لتنويع مصادرهم المعرفية واستخدامها حسب حاجاتهم ، لذلك فان وظائف وسائل الاعلام لا تنحصر في التعريف بكل ما يهم الجمهور ، بل اصبحت تستخدم في إدارة مختلف القضايا والمشكلات ، وتقديم الحلول والإجابة عن الانشغالات في شتى المجالات ، وفي ما يلي بيان هذه الوظائف:

• الأخبار:

تعتبر وظيفة الاخبار محور الارتكاز ونقطة الانطلاق لوظائف وسائل الاعلام المختلفة بل ان الوظائف الاخرى يتم بناء محاورها على اساس ما تحققة الوظيفة الأولى من مصداقية فيما تقدمه من معلومات (أحمد الجداد 2003: ص162).

وتتمثل هذه الوظيفة في جمع الانباء والبيانات والصور والتعليقات عن الاحداث وبتثها بعد معالجتها ووضعها في إطارها الملائم، من اجل تلبية حاجيات الناس من اخبار في الاقتصاد والسياسة والحروب والرياضة والثقافة واحوال الطقس والبيئة، وغيرها لقد اصبحت الاخبار تصل الى عدد أكبر من الناس في وقت واحد وقصير، لذلك يشترط ان تصف الاخبار بالموضوعية والدقة والصحة والأمانة (إبراهيم إيمان 1971: ص59).

• التفسير والتوجيه :

تحتاج الاخبار إلى تفسير وتوجيه، ويتم ذلك من خلال إلقاء الضوء على الاحداث السابقة الحدث وتوقعات الاحداث اللاحقة. وتقوم وسائل الاعلام بوظيفة التوجيه بهدف مساعدة الفرد على فهم الامور والتفكير بنمط معين، أو إنتاج سلوك معين او تعديله او تثبيته، وإعلامهم بأساليب المشاركة الإيجابية تجاه قضية ما، والغرض من هذه الوظيفة هو ان شريحة غير قابلة من المجتمع لم تتح لها فرصة التعليم النظامي او استكمالها، لذلك فإن لوسائل الإعلام دور هام في إكسابهم الاتجاهات الفكرية اللازمة.

• التثقيف والتوعية:

تلعب وسائل الاعلام دورا هاما في عمليتي التثقيف والتوعية، حيث تقوم بتزويد الافراد بالمعلومات في مختلف المجالات، مما يجعله ذو سلوكيات معينة ومهارات متنوعة في المدارس، وتساعد هذه المعرفة على اتساع أفق الفرد وفهمه لما يدور حوله(فتح الباب وآخرون 1985: ص66)

وبهيئة للتعامل مع الناس بسهولة والتكيف مع البيئة بسرعة فقد أثبتت دراسات علم النفس وعلم الانثروبولوجيا، وعلم الاجتماع ان التثقيف له أثر كبير في تشكيل الاتجاهات النفسية للرأي العام (فاروق أبو زيد1998: ص58). والتثقيف عن طريق وسائل الاعلام اما عارضا او مقصودا.

فأما الاول: فالمقصود به كل جوانب المعرفة التي يرصدها الفرد دون قصد او تخطيط مسبق، وينمي التثقيف العارض الثروة اللغوية للفرد ويزيد اهتمامه نحو موضوع ما.

أما الثاني: فيكون بتخطيط وتوجيه مسبق للفرد نحو قضية ما.

• التربية والتعليم:

تقوم وسائل الاعلام بوظيفة التربية والتعليم، حيث تدفع بالأفراد الى ما يزيد من البحث والاضطلاع واكتساب المهارات اللازمة لتطوير الاداء، فالإعلام يساعد على نقل التراث الحضاري والثقافي والطبيعي إلى آخر مع وضع الصيغة الحديثة لمواكبة التطور دون الاخلال بالأصل، الامر الذي يؤدي الى تطوير الفطري الذي من شأنه أن ينمي اتجاهات الفرد. إن وظيفه التربية والتعليم تأخذ أهمية بالغة لا سيما بفضل الوسائل السمعية البصرية التي صارت مع الصحافة المكتوبة الادوات الضرورية لتربية شاملة ودائمة للشباب (عزي عبد الرحمن وآخرون 1192: ص12).

لقد اهتمت الهيئات التعليمية والاجتماعية باستخدام هذه الوسائل في تحسين مستوى كفاءة التعليم في المدارس والكليات، ومستوى التوجيه والارشاد للجماعات الشعبية من الفلاحين وعمال وريبات البيوت، وغيرهم وهكذا استخدمت بعض الدول المتقدمة والنامية الراديو والتلفزيون في محور الامية (فتح الباب وآخرون 1985: ص88).

• التسلية والترفيه:

تقوم وسائل الاعلام بهذه الوظيفة آخذة في الاعتبار المنافسة الشديدة بين وسائل الاعلام الاخرى للاستحواذ على الجماهير وربطهم بهذه الصحيفة او تلك او هذه القناة الاذاعية او التلفزيون من خلال ما تقدمه بهدف تسلية الجمهور وإمتاعه ويستغل بعض المبدعين الاعمال الفنية الهادفة الوظيفة اثر نفسي حميد للتنفيس عن المتاعب والهموم ، ولكنها قد تجعل المجتمع غارقا في الاوهام بعيدا عن الواقع ، مما يزيد من السلبية وتتيح الفرصة لظهور الاتجاهات الهروبية فضلا عن الترفيه قد يهبط الى مؤسسات ضارة بالذوق العام ، ويمكن ان يحمل قيمة اجتماعية تضليلية او سياسية لتمرير رسالة ما (عزي عبد الرحمن وآخرون 1992: ص95)، لذلك من الضروري اختبار المواد المناسبة لتسلية وترفيه الجماهير بشكل يتناسب وقيم كل مجتمع واستغلال مثل هذه البرامج في تنمية الفكر وترقيته .

• الإعلان:

يشكل الاعلان مصدرا اساسيا للدخل بالنسبة لمعظم وسائل الاعلام الجماهيرية، لأنه يساعد على استمرارها واداء دورها، وقد يظهر الاعلان منذ البدايات الاولى لظهور الصحف، لكنه لم يتوصل الى وظيفة رئيسية في منتصف القرن التاسع وقد بدأت الاعلانات متواضعة شملت مواد كالكتب والادوية والاشياء المفقودة (فاروق أبوزيد 1998: ص95)، وبعد ظهور الثورة الصناعية ونمو حجم المشاريع الانتاجية زادت الحاجة الى الاعلان واصبحت وظيفة قائمة بذاتها تقوم بتعريف المستهلكين بأنواع ومزايا السلع المختلفة (أحمد عادل الراشد 1981: ص05). ومما سبق فعن وظيفة الاعلان تعود بالفائدة على الوسيلة الاعلامية والمنتج والمستهلك في الوقت نفسه، لكن يبقى بعد ذلك جانب آخر في الاعلان، حينما يثير تطلعات الافراد من ذوي الدخل المحدود في بعض البلدان النامية الى سلع استهلاكية تستنزف دخولهم او تثير الاحباط لديهم إذا عجزوا عن تلبيتها، كما يمكن استخدام الاعلان كسلاح للضغط على الوسيلة الاعلامية في امور تخص المعلن.

7-2 تأثير وسائل الاعلام:

خلال الثلاثينيات وأربعينيات القرن الماضي ظهرت عدة نظريات في مدى تأثير وسائل الاعلام على الجمهور، وقد كان سائدا أن تأثيرها مطلق كما قال "لازار سفيلد" و"كاتنر" انه لا يوجد حواجز بين وسائل الاعلام والجمهور فعند ما تطلق وسائل الاعلام رسائلها يتلقاها الجمهور على الجانب الآخر (ميلفين ديفلر وساندرا بول روكيتش 1992: ص85).

وأطلق علي هذه النظرية اسم "نظرية الطلقة" في كتابات "ولبر شرام" Bulle Theory و اسم الحقنة تحت الجلد HYPODERMIC في كتابات "دافيد بيرلو" أو "القذيفة السحرية" Majic Bulle ، او المثير والاستجابة في كتابات "ميلفين ديفلر" (محمد عبد الحميد 1993: ص172).

وترى هذه النظريات ان تأثير وسائل الاعلام يكون فرديا، وتمس هذه التأثيرات الدوافع الداخلية والعواطف والجوانب الاخرى التي يسيطر عليها الفرد بصفة محدودة.

غير ان الاعتقاد الذي كان سائدا بدأ يتغير خاصة وان اجاث أظهرت محدودية تأثير وسائل الاعلام ونسبيته، فضلا عن ان الجمهور يستجيب عادة للمواد الاعلامية التي تتماشى واتجاهاته ومعتقداته، كما انه لا يتعرض لهذه الرسائل في كل الاوقات، وقد اثبتت دراسة اجريت حول حصص اذاعية امريكية تخصص كل حصة الاقلية من هذه الاقليات، حيث لوحظ ان الحصة المخصصة تجلب جمهورا من المستمعين اغلبية من الاقلية التي تتكلم عنها الحصة، اما الاقليات الاخرى فتمتنع عن الاستماع لأنها لا تعنيها (زوهير إحدادن د.ت: ص72).

ان النظرية التي تقرر بالتأثير المطلق لوسائل الاعلام اهملت العوامل التي تتحكم في حجم هذا التأثير كالعوامل الفردية والاجتماعية واهملت ايضا جانب رجوع الصدى، اما النظرية الثانية التي تؤكد محدودية هذا التأثير فقد اعتبرت الجمهور غير سلمي واهملت قوة تأثير وسائل الاعلام. ومن خلال هاتين النظريتين يتأكد وجود تأثير حقيقي لوسائل الاعلام مهما بلغت شدته، ويبقى هذا التأثير مرهون بعدة عوامل من بينها البيئة التي تتواجد فيها وسيلة الاتصال الجماهيرية والرسائل الاعلامية، والجمهور المتلقي وغيرها من العوامل الاخرى.

وعلى ضوء أهداف الاعلام البيئي يمكن عرض تأثير وسائل الاعلام المتمثلة فيما يلي:

• نشر المعرفة: (التأثيرات المعرفية)

تعمل وسائل الاتصال الجماهيرية علي نشر المعرفة وجعل الفرد يتجاوز عقدة الغموض الناتج عن نقص المعلومات أو عدم كفايتها في فهم معاني الظواهر والأحداث وتفسيرها تفسيرا صحيحا وتشمل المعرفة البيئية مختلف المعاني

والمفاهيم والتصورات الذهنية للفرد واحكامه ومعتقداته حول موضوع او قضية بيئية معينة ، وتنتج هذه المعرفة من خلال ملاحظة الظواهر الطبيعية والبشرية وتفسيرها ،وكذا جمع الحقائق العلمية من مصدرها الاصلي واستقراءها للخروج بتعميمات ومبادئ تساعد على اتخاذ القرارات في مواجهة الاخطار ومقاومة الآفات الضارة بالبيئة ، وجمع الآثار الناجمة عن السلوك الضار في التعامل مع البيئة (أحمد يحي عبد الحميد 1988: ص257)، ان للتعليم النظامي وغير النظامي دورا هاما في نشر المعرفة البيئية ،حيث ان الفرد الاكثر تعلما اكثر الماما بالمعلومات البيئية للفرد عندنا تقدم له معلومات جيدة تختلف عن معلوماته السابقة وتخلق له ايضا صورا ذهنية عن القضايا البيئية ، وهناك تأثيرات معرفية اخرى تظهر في حالات بناء السياق الذي تظهر من خلال القيم ، ولا تقوم وسائل الاعلام بإيضاح القيم فقط ، ولا تقدم المعلومات التي تبرز الصراع الاساسي بين القيم التي يشترك في اعتناقها افراد الجمهور (محمد عبد الحميد 2000: ص238).

لقد أثبتت الدراسات بان التعرض لوسائل الاعلام يزيد من معلومات الفرد، ففي دراسة اجريت على عينة من المجتمع الامريكي يتبين ان نسبة 72% من افراد العينة يتحصلون على المعلومات الخاصة بالأحداث العالمية من وسائل الاعلام، وفي دراسة اخرى عن الحملة القومية لمكافحة الجفاف تبين أن التلفزيون أكثر الوسائل تأثيرا وكان المصدر الأول لمعلومات الجمهور (جمال الدين السيد علي صالح 2003: ص84).

ومما سبق ذكره يمكن القول بان وسائل الاعلام تزيد من الرصيد المعرفي للفرد من خلال البرامج المتنوعة، بالخصوص الموضوعات التي تزيد من فهم الفرد لعلاقته البيئية.

• التأثير في الاتجاهات: (التأثير الوجداني – العاطفية)

ان التراكم المعرفي الذي يكتسبه الفرد يمكنه من بناء اتجاهات ومواقف نحو البيئة، فقد تكون لدى الفرد شعور بمدى ضرورة المحافظة على البيئة والمساهمة في حل مشكلاتها وتطوير ظروفها وقد يحدث العكس تماما، فهذه الاتجاهات تتميز بانها مكتسبة وغير موروثة تتكون عند تفاعل الفرد مع موضوع ما، كما انه ذات استمرار نسبي وتقع بين طرفين أحدهما موجب والآخر سلبي، ويمكن قياس وتعديل الاتجاهات من خلال ما يلي:

تشجيع الفرد ومكافئته عندما يعبر عن اتجاه مرغوب فيه، مما يؤدي على تأصيل اتجاهه وترسيخه لديه.

تزويد الفرد بمعلومات جديدة تتعلق بموقف يمكنه من تعديل اتجاهاته أو تغييره.

ادخال عامل القلق والخوف يؤدي في كثير من الاحيان الى تغيير اتجاه معين.

فهم دواعي تغيير الاتجاه وادراكه يمكن من تعديل الاتجاهات على النحو المرغوب فيه

تغيير الظروف والعوامل المرتبطة بالاتجاهات.

إيجاد القدوة والمثل اي الشخصية التي تتصرف بيئيا بشكل ايجابيا، وسوف يتقمص الناس هذه الشخصية

وتقلد تصرفاتها وهذا ما يسمى بالتقمص الوجداني (محمد كمال سليمان 1995: ص241-242).

ان الممارسة الفعلية والاشترك المباشر في عمل يمكن ان يؤدي الي تغيير الاتجاهات أو تعديلها أو تثبيتها، وقد حدد "محمود أبو زيد" أهم الاتجاهات البيئية في ثمانية اتجاهات رئيسية وهي كالآتي:

- الاتجاه نحو استغلال الراشد للموارد الطبيعية.
- الاتجاه السالب نحو تلويث البيئة.
- الاتجاه المضاد استنزاف الموارد الطبيعية.
- الاتجاه المضاد نحو الاصابة الامراض المتوطنة.
- الاتجاه المضاد نحو الانفجار السكاني.
- الاتجاه المضاد نحو الاحلال بمقومات التوازن البيئي.
- الاتجاه نحو نبذ المعتقدات الخاطئة عن البيئة.
- الاتجاه نحو حماية البيئة. (محمود أبو زيد إبراهيم 1997: ص24-26).

● التأثير في السلوكات :

بعد مرحلتي التأثير المعرفي والعاطفي (الوجداني) تأتي المرحلة الحاسمة وهي مرحلة التأثير في السلوك، وهنا تبرز فعالية وسائل الاعلام أو عدمها في جعل الفرد يقوم بفعل ما كان يفعله لولا وسائل الاعلام، فأصحاب المدرسة السلوكية يعتقدون بأن السلوك الانساني يتأثر بالعوامل الخارجية، وقد اهتم هؤلاء بدراسة الاحداث البيئية كمثيرات في علاقتها بالسلوك الملاحظ، ورأوا بان التعليم يكون من خلال الخبرة المكتسبة الناتجة عن التعرض لمثيرات البيئة وتعزيزها أكثر من تأثير العوامل الوراثية (محمد عبد الحميد 1993: ص169). ويربط اصحاب هذه المدرسة سلوك الفرد في إطار ما يملكه من تراكمات المعرفة العامة عن المحيط الذي يعيش فيه والاتجاهات التي يتبناها تجاه المشكلات البيئية، وكذلك نمو الحوافز المختلفة لحماية البيئة والحيلولة دون وقوع أخطار مهددة بما في ذلك تفهم القضايا الصحيحة، ومن السلوكات كذلك دعم الادارة عن البيئة وتقليد واستيعاب البرامج التي تدفع الناس الي العمل من اجل البيئة واقترح الحلول الكفيلة لصيانتها والحفاظ عليها (محمد خليل الرفاعي 1997: ص24).

7-3 دور وسائل الاتصال الجماهيرية في التوعية البيئية:

لقد قام العديد من الباحثين بدراسات تناولت دور وسائل الإعلام في نشر الوعي البيئي والتوعية بقوانين حماية البيئة، وتتفق معظم الدراسات الإعلامية التي أجريت على الدور الفعال لوسائل الإعلام في إثارة انتباه الجمهور لهذه القضية، إيماناً بأن أي جهود حكومية أو أكاديمية مقضي عليها بالفشل إذا لم يكن هناك رأي مؤيد لهذه الجهود.

وفي ما يلي بيان بدور كل وسيلة في عملية التوعية البيئية.

● التلفزيون:

مما لا شك فيه أن لكل وسيلة إعلامية القدرة على إحداث الأثر في جمهورها من خلال ما تعالجه في أي مجتمع من المجتمعات، ويعد التلفزيون أقوى هذه الوسائل من حيث تأثيرها على المشاهدين على اختلاف أعمارهم ومستوياتهم الاجتماعية والثقافية، لما له من إمكانيات متعددة ومتنوعة وبخاصة في المجال الاجتماعي وما يترتب عن ذلك من توعية ووقاية من مختلف الأزمات والظواهر التي تشكل خطورة على المجتمع وأفراده (عماد الدين سلطان 1986: ص332).

ولعل أبرز هذه الظواهر تلك المتعلقة التي تعاني منه معظم المجتمعات المعاصرة، ففي دراسة أجريت "بإنجلترا" وجد أن نسبة 52% من الناس يثقون أكثر في البرامج الإخبارية التلفزيونية، بينما يثق 33% منهم في الصحف والمجلات الأسبوعية. (أحمد الجلاذ 2003: ص77).

إن بإمكان التلفزيون من خلال الصورة والصوت تناول قضايا البيئة وإيصالها إلى الجمهور المشاهد بشكل جذاب يجعلهم يتعرفون على واقع بيئتهم، مما يؤثر فيهما على نحو يتيح لهم تعديل بعض السلوكيات أو تحسينها أو تثبيتها، ويمكنهم أيضاً من المشاركة في حل المشكلة.

وحتى يقوم التلفزيون بدوره المنوط في التوعية البيئية يمكن عرض بعض الأساليب وهي كالآتي:

- تناول أخبار البيئة في أي موجز أو في أي نشرة من النشرات الإخبارية.
- استخدام التمثيليات الإنسانية أو الاجتماعية لتوجيه الجمهور وتقريبه من واقع البيئة.
- إدراج قضايا البيئة في البرامج الخاصة بالأسرة أو الطفل.

- إجراء مقابلات ميدانية مع القائمين على شؤون البيئة، ونقل انشغالات المواطنين وعرض نماذج من مظاهر التلوث وأسباب تفاقمه دون إهمال الجانب الجمالي للبيئة.

- الابتعاد عن أسلوب الإثارة والتهويل عند تناول بعض المشكلات البيئية الخطيرة.

إن نظرة على واقع برامج تلفزيون اليوم يجعلنا نقف أمام حقيقة مفادها أن مواضيع البيئة لا زالت ضعيفة مقارنة بمواضيع أخرى كالسياسة وأخبار الحروب، وأفلام العنف والجنس وغيرها...

● الإذاعة:

تعرف الإذاعة انتشارا واسعا في معظم بقاع العالم فهي تخاطب كل الشرائح الاجتماعية، فضلا عن أنها تصاحب الفرد ساعات طويلة من الزمن له بالمشاركة الفعلية في الأحداث الإذاعية، هذا ما أتاح لها القدرة على الإقناع والتأثير إذ تستطيع أن تلح منفرة وتضيف معلومات جديدة، أو توضح الرؤى وكثيرا ما ترد على استفسارات المستمعين، لذلك يمكننا توجيه الإذاعة واستخدامها في نشر الوعي البيئي.

لقد أثبتت الإذاعة نجاعتها في العديد من الميادين التي وإن اختلفت في ظاهرها عن المشكلة البيئية فإنها تكاد تماثلها من حيث الموضوع، ونذكر في ذلك التوعية الصحية أو محو الأمية وغيرها...، ففي جنوب " كوريا" تمكنت محطة إرسال بقوة (50 واط) من إذاعة معلومات عن السل والتيفوئيد والطفيليات المعوية، ولقد استغرق هذا البرنامج الذي تضمن قدرا غير قليل من مواد الترفيه كالأغاني والفلكلور المحلي والاتصالات الهاتفية للمواطنين ثلاث ساعات وأذيع ثلاث مرات يوميا، وبعد اختبار عينة من المستمعين تبين أن أقل من نصفهم من ظل يعتقد بأن مرض السل وراثي، كما أن الجميع تقريبا عرفوا كيف ينتقل التهاب المخ وزاد عدد الذين كانوا يعرفون مصدر التيفوئيد بنسبة 50% . (ولبر شرام 1972: ص 209).

ويمكننا عرض بعض الأساليب الإذاعية لنشر الوعي البيئي وهي كالاتي:

- يمكن التطرق إلى أخبار البيئة في أي موجز إخباري عادي.

- الحصص الإذاعية أو اجتماعات الراديو التي تقدم للمستمعين في شكل حوار ومناقشات مع المختصين والقائمين على شؤون البيئة، وبمشاركة المواطنين في كل جوانب الموضوع.

لقد أثبتت التجارب أن النوادي الإذاعية لها ميزة خاصة من شأنها تقوية وزيادة الوعي بالمشكلات وحلولها وهذا تحت شعار " استمع وناقش ونفذ. (سمير محمد حسن 1996: ص 233).

- استعمال الأغاني والحفص والتمثيلات الراديوفونية فهي فعالة في التوعية البيئية، فالفرد وبطريقة غير مباشرة يتعلم و يتوعى بكل مرونة فهو يتلقى الرسالة بلباقة تامة دون أن نرغمه على تغيير رأيه. (نبيلة بوخيزة 1996: ص233).
- الإعلانات الراديوفونية المتعلقة بالبيئة والتي يمكن عرضها على أمواج الإذاعة والغرض منها التأثير في سلوكيات المستمعين إيجابيا وحثهم على المشاركة في رفع الوعي البيئي.
- يمكن نشر الوضع البيئي الفعلي عن طريق تكرار العملية حتى تترسخ 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 نجاحا لما لها من ميزة في معالجة القضايا المحلية وبلغة ذلك المجتمع.

● الصحافة المكتوبة:

لازالت الصحافة المكتوبة تحتل مكانة هامة بين وسائل الإعلام الأخرى، فالصحيفة وسيلة ميسرة ومريحة في الوقت نفسه، كما أن الفن الصحفي وتنوع ما تحتويه من أخبار وتعليقات وآراء المختصين والعامه، وشكاوى واقتراحات ورسوم كاريكاتورية وصور.

كل ذلك يؤدي إلى أهمية الصحافة بين وسائل الإعلام بالنسبة للرأي العام، هذه المكانة تمنح للصحافة دورا فعالا في التوعية بمختلف مجالاتها. (علي الباز2001: ص16). وعلى وجه الخصوص التوعية بقضايا ومشكلات البيئة والتلوث على المستوى المحلي والوطني والإقليمي والعالمي، ويمكننا معالجة مواضيع البيئة في الصحف اليومية من خلال ما يلي:

- استكتاب عدد من الكتاب المعروفين في مجال البيئة من المختصين والمهتمين بهذا المجال.
- نشر المعلومات البيئية ودرجة التلوث ومخاطره على الإنسان والكائنات الأخرى في قوالب فنية (كالروبورتاج والتقرير والأعمدة... وغيرها)، والتعريف بقوانين البيئة.
- الإعلان عبر الصحف عن أهم المواد الملوثة للبيئة ووسائل تجنبها والوقاية منها.
- الاعتماد على أسلوب الإثارة بدرجة معينة لجذب القراء نحو هذه المواضيع.
- عرض نماذج من التجارب الناجحة في مجال حماية البيئة ومكافحة التلوث.

● المجالات العلمية:

تعتبر المجالات العلمية من أهم وسائل الإعلام والتي من خلالها يمكن نشر الوعي البيئي، فهي تطرح القضايا بعمق وبأسلوب علمي، فمنذ أكثر من مائة عام صدرت مجلة الجغرافيا الوطنية بأمريكا والتي يبلغ توزيعها أكثر من 10 ملايين نسخة في جميع أنحاء العالم، ومنذ بداية القرن الحالي صدرت العديد من المجلات التي تهتم بنواحي البيئة المختلفة (أحمد الجراد 2003: ص74)، وتشير عدد من الدراسات التي تناولت دور الإعلام في التوعية البيئية إلى أن الزيادة الكبيرة في المجلات العلمية ذات البعد البيئي والتي ظهرت في الولايات المتحدة كانت انعكاسا لاتجاهات المواطنين و رغباتهم، فقد أصبحت قضية التلوث تشكل إحدى همومهم الأساسية. (علي الربيعي 1993: ص138)

وبالرغم من الدور الايجابي للإعلام المطبوع في التوعية البيئية، إلا أن هناك اختلاف في حجم الاهتمام بقضايا البيئة، وانتشار الأمية في البلدان النامية وحادثة تجربتها الإعلامية سيما في مجال الإعلام البيئي، وضعف الوعي البيئي الذي يمس الطبقة العريضة من المجتمع وحتى القيادات السياسية وصناع القرار.

7-4 التخطيط الاعلامي لرسالة التوعية البيئية:

ان التعامل مع البيئة أحد الشروط التي يفترضها التخطيط الاعلامي، وتمثل مجموعة العوامل الموضوعية التي تحوي الانماط السلوكية في تشكيلها للأفراد والجماعات على حد سواء، وتساهم في تكوين تصوراتهم عن المجتمع والعالم الذي يحيط بهم (حميد جاعد الدليمي 1998، ص128).

ولكن الى اي مدى يمكننا مضامين وسائل الاعلام التعرف بصورة دقيقة على البيئة والاصناف التي تحتويها ومن ثم التعامل معها باعتبارها وحدة متكاملة مقصودة وهدفها مركزيا للرسالة الاعلامية التي ينتجها المخطط الاعلامي ومن تم يعتمد المخطط الاعلامي الى التعامل مع التصورات السائدة، وكيف يفكر الناس، وكيف يحددون احتياجاتهم؟ وكيف يغطون هذه الاحتياجات؟ وما هي المصادر التي يستسقي منها الناس معلوماتهم لدعم او لتعديل التصورات التي يكونونها عن البيئة والمحيط؟ ويتم التخطيط الاعلامي بالتعاون مع الجهات المعنية، ومن أهداف الخطة ما يلي:

● تخطيط الهياكل المهمة بالبيئة:

حتى يتسنى التنسيق بينها ثم معها وهذه الهياكل العديدة حكومية كانت أو غير حكومية فالإدارة والدواوين التي تشرف على ميادين الفلاحة و الغابات و التربة و المياه والصيد البحري والملاحة والصناعة والسياحة والمواصلات

والإسكان والثقافة والاعلام والتعليم والبحث العلمي والبلديات... الخ كلها وجمعيات معينة بالبيئة تصهر على جانب أو على العديد من الجوانب ، هذا بالإضافة إلى وزارة البيئة في حلة وجود وزارة مستقلة بها، أما الهيئات غير الحكومية فهي جمعيات البيئة وأندية المنظمات التي تسهر على القطاعات المهنية والشبابية وغيرها، ومن هذا القبيل فكل هذه الهيئات معينة مباشرة بالإعلام البيئي، لذا ينبغي إدراجها في الخطة الإعلامية (ابن مصطفى وآخرون 1994: ص237).

● تحديد الهدف:

وتتمثل في تكثيف عملية جلب الانتباه والزيادة في التعريف بالبيئة وقضاياها ويجب ملائمة المناهج للشرائح المستهدفة فيتم تبسيطها كما اقتضت الحاجة وأن تكتسب هذه العملية صبغة تتماشى ومستوى الطرف المعني ومقدرتها على الاستيعاب ويمكن تقسيم الاهداف زمنيا إلى أهداف: (طويلة المدى ، متوسطة المدى ، قصيرة المدى) ،ومن حيث المستوى إلى أهداف (وطنية ، جهوية ، محلية)، ومن أهداف إبلاغ الرسالة البيئية أيضا محاولة تغيير ذهنية بعض الجهات الفاعلة في تلوث البيئة وتعديل سلوكها ، ومن هذه الاطراف رجال الصناعات والفلاحين والمخططين الذين يجب الاهتمام بهم اهتماما بالغا حتى تتبوأ المخططات المقترحة ويشارك بصورة ايجابية وفعالة في تفادي المشاكل والكوارث (زكريا بن مصطفى وبوراوي الملوح 1994: ص237).

● تحديد الجمهور المستهدف:

أي مراعاة جوانب الجمهور المستهدف، حيث يقول "ليونور دهود جدون": كلما تقدمنا في برامج التربية العامة تبين لنا ان جهودنا التربوية ينبغي أن تعنى بالجوانب الاجتماعية والنفسية التي تؤثر في سلوكه (ولبر شرام، 1970: ص115).

فأما الجمهور العام فإعلامه وإثارة الوعي البيئي فيه، وأما الافراد المكلفون بالتوعية والارشاد لمدهم بما يلزم من المعلومات ومساعدتهم على القيام بمهامهم على أحسن وجه، وأما اصحاب القرار للفت نظرهم وحثهم بأن الامر يهمهم أساسا ويتعلق بمستقبلهم وبوقاية المحيط الذي سيكون فضاء حياتهم.

● تكثيف الرسالة بما يزيد من وقعها:

وذلك بربطها مثلا باهتمامات المجموعة المستهدفة واحتياجاتها الملحة ، فكلما توافقت الرسالة مع الاهتمامات والاحتياجات تمررت بسهولة ونجاعة ، ولا يكفي الاقتصار على ابراز الخطر والتحذير والاطناب في شرح الجوانب السلبية ، بل يجب ذلك بتقديم التوصيات العلمية واقتراح الحلول البديلة لان الاقتصار على التخويف والتحذير قد

يؤدي إلى اللامبالاة به وإلى الرفض أيضا ، وقد أثبتت التجارب التي قام بها فريق من علماء النفس ان تجاوبا كبيرا للجماهير عند عرض النماذج الايجابية للبيئة على العكس من ذلك عند عرض النماذج السلبية التي أدت الى قلق ونفور الجماهير ، لذلك فان الاسلوب الايجابي له امكانية عالية في نقل وايصال المعلومة واثارة الوعي البيئي ثم أنه ينبغي توخي الدقة والموضوعية وعدم التحيز ، لان الغموض والانحياز عوامل تحد من المصدقية ، كما لا ينبغي الاعتقاد بان طول فترة العرض هو ما يلم بالموضوع ، وهذا حرصا على الا يمل المتلقي ولا يمنع هذا الايجاز من إعادة الاتصال او موضوع الرسالة الاعلامية مرة أخرى في حالة ظهور متغيرات جديدة يتطلب الامر إعادة طرحها طالما ينبغي أن يكون الغرض جيدا دون تعقيد أو توتر ، كما توفر من يملك هذه المهارة كان اتصاله مع الجمهور نوعا من العمل المميز الذي يقتضي به.

وربما أصبح القائم بالاتصال هنا محل نقاش وإشادة وربما كان عاملا في نجاح الرسالة التوعوية وحجة للإقناع (سراج الدين الروبي 2000: ص51-52).

• اختيار وسيلة الإبلاغ:

ويراعى في ذلك نوع الجمهور المستهلك ويكون عن طريق الكلمة او الصورة او الوثيقة، أو باستخدامها جميعا، كما ان الاتصال المباشر عن طريق الاجتماعات والزيارات والندوات أحسن سبيل لإقناع وأقوم منهج لحمل الجمهور على تغيير سلوكه إذ يقوم على الحوار وتبادل الرأي وتوطيد الثقة المتبادلة، فالكتب والمجلات و النشرات هي ايضا من المسالك المناسبة لإبلاغ المعلومات الدقيقة التي تستفيد منها الصفوة والمسؤولين على التوجيه البيئي.

اما الاذاعة والتلفزيون فهما النجح وسيلتين لبلوغ الجمهور العريض وتبليغ المعلومات العامة وهما أكثر ملائمة للفرد والعائلة في الريف والمدن بالنسبة لكل شرائح المجتمع لكن استعمالها لا يكون ناجعا اذا اعدت البرامج بكل دقة، إذا تم بثها في مواعيد تتلائم وتفرح الجمهور واستعداده لقبول مثل هذه الرسالة بل قد تتضاعف الفائدة وتتسع رقعة الاستفادة عندما يقع إشراك الجمهور بإجراءات الحوار معه حول مواضيع تهمه مباشرة مثل التلوث او الضوضاء او التصحر، وغيرها... كما يمكن اشراكه ايضا حول اهم المواضيع العالمية مثل تدهور طبقة الأوزون والاحتباس الحراري وغير ذلك من المواضيع (زكريا بن مصطفى وبوراوي الملوح 1994: ص237).

اما الصحافة يومية كانت او دورية، عامة أو متخصصة فهي مصدر من أهم مصادر الاعلام والإبلاغ لكنها في كل الحالات ومهما كانت وفرة قرائها تبقى أقل تأثير من الإذاعة والتلفزة.

لقد اوضحت الدراسات الاعلامية ان الاعلام قد أخفق إخفاقا كبيرا في مشروعات حماية البيئة في البلدان النامية، وأسباب ذلك كثيرة واعا أبرزها سيطرة الحكومة على وسائل الاعلام الثقيلة وضعف برامج الاعلام البيئي، هذا إن وجدت البرامج فهي مغايرة للواقع البيئي المعيشي في هذه البلدان.

● استغلال المناسبات وتنظيم الحملات الاعلامية:

إن الحاجة ماسة الى استغلال وتنظيم الحملات ، الاعلامية التحسيسية مع تجنب البرامج المتباعدة غير المرتبطة ببعضها البعض ، وإذا كان من الطبيعي أن يزداد الاهتمام عند حدوث الكوارث فإنه ينبغي ايضا تكثيف الاعلام والتبليغ عند المناسبات او عند اقامة اللقاءات هامة على المستويين المحلي والعالمي ، وكذلك بمناسبة الاحتفالات بأيام البيئة الوطنية والقومية والجهوية او بمناسبة الاحتفال ببعض الايام الخاصة بأنشطة لها صلة مثل عيد الشجرة او يوم النظافة او يوم مكافحة التدخين او يوم الصحة وما إلى ذلك من المناسبات وتفسح له الصحف أعمدتها والإذاعة والتلفزيون قنواتها وخصصها والمدارس برامج خاصة بها والجمعيات توعية أعضائها وروادها والمساجد خطب أئمتها وتنظيم الدوائر المسؤولة او المختصة بالموضوع مسابقات شعرية او ادبية وتشكيلية ومسرحية ... إلخ

● تقييم العمل الاعلامي:

ان تقييم العمل الاعلامي أمر لا بد منه لمعرفة مدى تأثير إيجابية أو سلبية وتقدير حجم الإقناع وتغيير السلوك، وما قد يتطلب من تعديلات وتحويرات لتفادي النقص او مضاعفة الجهود قصد توفير نجاعة أكثر ومساحة إبلاغ اوسع (زكريا بن مصطفى وبوراوي الملوح، 1994: ص238).

يحتاج التخطيط الاعلامي البيئي كفاءات اعلامية متخصصة في مجال البيئة لذلك كان من الاهم جدا ان يتكون اعلاميون متخصصون في هذه المادة، وتوكل المهمة الى معاهد الاعلام والاتصال واستخدام الطاقات والكفاءات التي تم تكوينها من خلال.

7-5 المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة:

لقد لوحظ تزايد في الاهتمام الإعلامي بقضايا البيئة وتبلورت اتجاهات جديدة لقطاعات واسعة من الجماهير بهذا الشأن، خاصة في تلك الدول التي تملك آلة إعلامية ضخمة سريعة التفاعل مع رغبات المتلقين في الحصول على المعلومات بصدد الموضوعات التي تهمهم، وحرصا على استمرار التجاوب بين الجمهور ووسائل الإعلام

فيما يخص مواضيع البيئة تعمل العديد من مؤسسات الإعلام على تطبيق الأساليب والتقنيات الكفيلة بشد انتباه الجماهير واهتمامهم إلى هذه القضايا.

● التقنية الإعلامية المستخدمة في معالجة قضايا البيئة:

عادة ما يستخدم إعلاميو البيئة أثناء معالجتهم لمواضيع البيئة نوعين من أنواع التقنية الإعلامية وهما كالآتي:

أ- التقنية الإعلامية المتخصصة:

وهي التي تدور في نطاق تقديم المادة العلمية المتخصصة لفئة محددة من المهتمين بموضوع معين، وتتسم بالاعتماد على الدراسات ذات التخصص الدقيق والموجهة إلى عدد قليل من المتلقين، والأداة الإعلامية الرئيسية في هذا الإطار هي المجلة العلمية المتخصصة أو الكتب المحددة الموضوع، ويطلق على هذا النمط الإعلامي اسم " نمط إعلام النخبة العلمية" (سعد أبو عامود محمد، 1992: ص144).

ب- تقنية الإعلام الجماهيري:

ويتم استخدامها في نطاق قضايا البيئة على عدة مستويات ومنها:

1- مستوى الأخبار وما يرتبط بها من سرعة تغطية الأحداث البيئية كالمؤتمرات والندوات أو

نتائج البحوث العلمية في هذا المجال.

2- مستوى السعي إلى خلق رأي عام أو اتجاه جديد لدى المتلقين بصدد قضايا البيئة، فقد

أوضحت الدراسات أن دور وسائل الإعلام في تبني المتلقين لآراء واتجاهات جديدة يمكن

أن يكون فعالا خاصة بالنسبة للموضوعات التي لا يكون المتلقين قد كونوا نحوها آراء

مسبقة، وفي دراسة أجرتها منظمة اليونسكو على التقنيات التي يمكن أن تقوم وسائل

الإعلام من خلالها على نشر الأفكار الجديدة هي كالآتي:

- الحث والتنشيط من خلال البرامج المصممة لإثارة الاهتمام والتنبيه إلى فكرة جديدة.

- التقييم من خلال البرامج المصممة لتقديم المعلومات للمهتمين بالموضوع (مواد إضافية وصفية - تحليلية).

- الإخبار من خلال الفقرات والنشرات البسيطة التي تتضمن معلومات جديدة مرتبطة بالمسألة محل الاهتمام.

- التعزيز من خلال خطة لدعم الاهتمام لدى المتلقين بتكثيف العملية الاتصالية غير المملة وتكرارها.
- التقنية المهنية التي تدور في إعداد البرامج المصممة خصيصا للأفراد والمجموعات المرتبطين مباشرة بالموضوع، وتشمل هذه التقنية مستوى المتلقين ومستوى القائمين بالاتصال أي الإعلاميين.
- لا يعني أن استخدام هذه التقنيات سوف يؤدي بالضرورة إلى نجاعة المعالجة الإعلامية والوصول إلى الأهداف المراد تحقيقها، لأن هناك عدة متغيرات تتحكم في استخدام هذه التقنية أو تلك، فالأوضاع البيئية تختلف من فترة زمنية إلى أخرى وكذلك اختلاف تجاوب وتفاعل الجمهور مع هذه القضايا، لذلك فإن توظيف مثل هذه التقنيات يحتاج إلى دراسة مسبقة تراعى فيها كل العوامل الفاعلة في العملية الاتصالية (سعد أبو عامود، محمد 1992: ص145).

● مميزات المعالجة لقضايا البيئة:

تتسم المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة في الغالب بمميزات وخصائص نتطرق لبعض منها على سبيل الذكر لا الحصر وهي كالآتي:

- 1- معالجة قضايا البيئة معالجة إخبارية وموقعها في وسائل الإعلام بسيط جدا.
 - 2- الاعتماد على نموذج التغطية الإعلامية القائمة على الإثارة، وهو النموذج الذي يربط هذه التغطية بالأزمات البيئية الطارئة.
 - 3- الاكتفاء بعرض الجوانب المثيرة في الأحداث وإغفال البحث في أسباب الظاهرة.
 - 4- إغفال جانب المتابعة والمعالجة المتكاملة واستحضار كل الأطراف الفاعلة في الموضوع لتحليل وإعطاء الحلول.
 - 5- غياب النمط التعليمي التربوي النقدي في التغطية، وهو نمط يخلق المشاركة الجماهيرية بموضوعات البيئة، وهي مرحلة أساسية لتحقيق التأثير السلوكي المستهدف.
 - 6- سيادة نمط المعالجة المبتورة والمجزأة سواء من حيث التطرق إلى المشكلة في إطار أشمل يربط أبعاد الظاهرة بغيرها من الظواهر، أو من حيث تحديد الجهات المعنية بالمشكلة وتحديد حدود مسؤولياتها (هويدا مصطفى، 2000: ص05).
- في البلدان النامية غالبا ما يسجل التأخر الإعلامي في تناول الظاهرة، أي أن وسائل الإعلام لا تبدأ في تناول الموضوع إلا بعد تعدد الشكاوى والتساؤلات من المواطنين عن سبب الظاهرة، مثال ذلك ما حدث في الفترة ما بين 19 أكتوبر و02 نوفمبر 1999 عندما غطت سحابة الدخان الكثيف سماء "القاهرة" وما نتج عنها من حالات الخوف والملح التي انتابت المواطنين الذين فرغوا إلى المسؤولين المختصين عبر التلفزيونات والفاكسات

ووسائل الإعلام المختلفة يتساءلون عن حقيقة الأمر (حسن أحمد شحاتة، 2000: ص167).

وإذا ما تم التطرق إلى هذه المواضيع يكون هناك تحفظ سواء عند إعطاء المعلومات والبيانات أو أثناء الإجابة عن التساؤلات، على عكس ما يحدث أثناء الأزمات المشابهة بالبلدان المتقدمة.

• أهم القضايا البيئية التي تعالجها وسائل الإعلام:

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

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

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

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

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

5- حركات الدفاع المدنية عن الطبيعة والمحيط وحقوق الإنسان البيئية التي عادة ما تنشطها الجمعيات الأهلية والمنظمات غير الحكومية ذات الطابع البيئي.

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

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

8- أثر القطاعات الاقتصادية كالمشآت الصناعية على البيئة الطبيعية والصحة العامة، كثيرا ما تعالج وسائل الإعلام بالدول المتقدمة هذه القضايا بشكل معمق وتحليل دقيق بحضور المسؤولين والمختصين والفئات

الاجتماعية ومثلي الجمعيات والمنظمات وغيرهم من لهم توجه نحو حماية البيئة. لأن إعلامها يتميز بقدر كاف من حرية التعبير والرأي هذا ما يجعل الإعلام البيئي في هذه الدول ناجحا نسبيا لكن ما نراه في الدول النامية هو عكس النظرة الأولى، فقد تقتصر المعالجة الإعلامية لحدث بيئي في إطار إخباري فقط (Henry, H. Schulte, et, Marce, P. Dufresne 2002 : p239-240).

7-6 أهداف الإعلام البيئي:

لقد انتشر مؤخرا مفهوم التنور البيئي Litracy Environnetale كمطلب أساسي لكل مواطن يعيش في هذا العصر، بأن يكون مدركا للمشكلات البيئية وأسبابها ووسائل حلها، وعليه ينبغي تزويده بالمفاهيم والمهارات والقيم التي تساعد على ذلك وفي هذا المجال يمكن أن تؤدي وسائل الإعلام دورها كما ينبغي في عملية التوعية البيئية.

سبق وأن قلنا إن وسائل الإعلام من أهم وسائل التعليم غير النظامي لما لها من دور في عمليتي التربية والتثقيف ويبدو أن العلاقة وطيدة بين الإعلام والتربية البيئية على الرغم من اختلاف الوسائل والظروف المحيطة بكل من العمليتين إلا أن الهدف واحد وهو نشر وتدعيم الوعي البيئي، وتلعب وسائل الإعلام الجماهيرية دورا هاما في تدعيم التربية البيئية. إذ أنها تمثل الوسائط المثالية للوصول إلى أوسع قاعدة جماهيرية مكنته (جمال الدين علي صالح 2003: ص94).

• المعرفة (البعد الإدراكي):

ونقصد بها المعلومات والمفاهيم التي ينبغي أن يعرفها الأفراد والجماعات عن النظم البيوفيزيائية، وكل ما تحتويها البيئة الطبيعية من موارد و علاقات وقدرات وما تتعرض له من مشكلات، وهنا تبرز دور المؤسسات غير النظامية في عمليتي التعليم والتثقيف البيئتين.

وتعتبر وسائل الإعلام الأكثر فاعلية في نشر الوعي البيئي بين المواطنين على اختلاف أعمارهم ودرجات ثقافتهم وأماكن تواجدهم (علي عوجة 2004: ص125)

ولضمان الإدراك والفهم الصحيحين للعلاقة التي تربط الإنسان ببيئته ينبغي الاهتمام والعناية بقنوات الاتصال وقدراتها على الأداء في إيصال المعلومات والبيانات البيئية و نقصدها وسائل الاعلام المتعددة لما لها من القدرة التقنية والفنية في نقل كل ما يتعلق بالبيئة على المستوى المحلي والإقليمي والدولي من خلال المعالجة الشاملة للأحداث بغية إيصالها إلى كافة الشرائح الاجتماعية ورفع وعيهم بإبعاد ومخاطر المشكلات البيئية، ويمكن لوسائل الإعلام، أن تخصص نشرات إعلامية أو برجة أفلام وثائقية أو شريحة علمية خاصة بالبيئة (إذاعية أو تلفزيونية)، وطرح المشاكل البيئية وطرق التصدي لها من أجل لفت انتباه الجمهور، كما يمكن للصحف إصدار ملاحق مستقلة بالبيئة، أو إنشاء صحف ومجلات أو بنوك للمعلومات البيئية على شبكة الانترنت(عبد الله العوضي عبد الرحمان 1996:ص5).

وإذا ما توفرت المعلومات البيئية بصفة دورية مستمرة يمكن حينئذ تجنب حدوث الخلل والمشكلة ولو بشكل نسبي.

• تكوين المواقف والقيم (البعد المهاري):

والمقصود بها معاونة الأفراد والجماعات على اكتساب مجموعة من مشاعر الاهتمام بالجوانب المختلفة المرتبطة بالبيئة. وأيضاً اكتساب المهارات لتحديد مشكلاتها وكيفية حلها (اليونسكو 1977:ص161). وجعل الأفراد والجماعات على معرفة بوسائل العمل والأداء لحماية البيئة، ومن هنا يأتي دور وسائل الإعلام باعتبارها جزءاً من منظومة التعليم والتدريب المستمر، خاصة فيما بعد مراحل التعليم والتدريب المدرسي.

تستطيع وسائل الإعلام أن تخلق أنماط جديدة من الاتجاهات الايجابية لما لها من دور محوري في تنمية المواقف والقيم المختلفة، وجعل المواطنين يعايشون مشكلات البيئة، ويشعرون بوجودها ويحسون بأضرارها وتأثيراتها عليهم، هذا ما يعزز الوعي البيئي العام والخاص في المناطق الحضرية والريفية على السواء.

كما يتعين على وسائل الإعلام في هذا الصدد إعداد جمهور يتقبل تغيير مواقفه وقيمه التقليدية وسلوكاته المضرة بالبيئة والتأثير فيه من أجل تحسينها ورفع مستوى معيشتهم حفظ التنوع البيولوجي والمواد غير متجددة والقدرة الاستيعابية للأنظمة الإيكولوجية

• المشاركة (البعد الانفعالي) :

وهي إتاحة الفرصة للأفراد والجماعات للمشاركة النشطة في كافة المستويات على حل المشكلات البيئية، ويؤكد مصطفى طلبة-المدير التنفيذي لبرنامج الأمم المتحدة للبيئة-أنه إذا لم تكن هنا كمواجهة للمشاكل البيئية بمشاركة كافة فئات المجتمع، وإذا لم تكن هذه المشاركة جادة وإيجابية لن تفلح أي جهود لمواجهة مشاكل البيئة سواء كان هذا في الولايات المتحدة بكل إمكاناتها وإعلامها أو في أي دولة من الدول النامية. التي لا تمتلك مثل هذه الإمكانيات (علي الربيعي 1993 : ص142).

وقد أثبتت التجارب أن إشراك الناس في صنع القرارات التي يتعلق بها مستقبلهم أمر ضروري، وهذا ما يبرز دور وسائل الإعلام بكافة وسائله في إعداد أفراد المجتمع للقيام بدورهم وتحفيزهم لبدل كل الجهود وتحمل مسؤولياتهم تجاه البيئة عن رضا واقتناع يصل إلى حد التأدب مع البيئة، شريطة أن يكون ذلك الاتصال مدعماً بكل الخدمات والإمدادات اللازمة والمناخ المناسب (علي عجوة 2004: ص108).

ولتعزيز المشاركة الجماهيرية في هذا الصدد ينبغي على وسائل الإعلام أن تخلق قنوات للحوار الاجتماعي بينا لمواطنين للوصول إلى القرار المشترك، مما يساعد على خلق تيار شعبي ضاغط على الحكومات عندما يتعلق الأمر

بالبيئة، ولتحقيق استمرارية هذا الحوار يتحتم على وسائل الإعلام تخصيص مجال مفتوح لطرح آراء وأفكار ومقترحات الجمهور المهتم بالبيئة، ونقل مشكلات بيئاتهم إلى الجهات البحثية والتنفيذية ومتخذي القرار، ومتابعة حلولها ونقلها مرة أخرى إلى الجمهور حتى يتحقق رجوع الصدى.

كما يمكن لوسائل الإعلام أن تقرب الجمهور من الخبراء ومراكز البحوث للاضطلاع أكثر على مجال البيئة أو الإخبار عن كلما هو جديد في هذا الشأن (أحمد الجلاذ: ص108)، وتحفيز صناعات القرار من القيادات السياسية على قيادة العمل البيئي واتخاذ القرارات السليمة بيئياً، وتوليد الإدارة السياسية لإيجاد الحلول لمشكلات البيئة (أحمد ملحة 2000: ص108).

8- الدراسات السابقة:

يعد الرجوع إلى الدراسات السابقة خطوة مبدئية مهمة تكتسي أهمية كبيرة أثناء مرحلة البحث، نظراً لأنها تساعد الباحث في إختيار الإطار النظري العام لموضوع بحثه و تكوين خلفية نظرية عن الموضوع، و في هذا الإطار نستعرض بعض الدراسات السابقة التي اعتمدنا عليها وساعدتنا في إعداد موضوع دراستنا.

• الدراسة الأولى:

حاولت هذه الدراسة التي قام بها "عبد الفتاح عبد النبي" بعنوان "الإعلام وجرائم البيئة الريفية وذلك في سنة 1992". تسليط الضوء على نوعية الجرائم التي تتعرض لها البيئة الريفية كما تعكسها الصحف المصرية بأنواعها (المركزية، الإقليمية والمتخصصة) وبيان طريقة تناول الصحف لهذه الجرائم وموقفها إزاءها، وطبيعة الدور الذي تضطلع به عند معالجتها والتصدي لها.

وقد أثارَت هذه الدراسة عدة تساؤلات وهي كما يلي:

- 1) ما حجم اهتمام الصحف المصرية بجرائم البيئة الريفية؟
- 2) ما هي انماط جرائم البيئة الريفية تناولا وبروزا في معالجات هذه الصحف و ما مدى اتساق ذلك مع مؤشرات الواقع الفعلي؟
- 3) ما هوية مرتكبي جرائم البيئة الريفية؟ وما هي دوافعهم الأساسية في ارتكابها؟
- 4) ما هي القوالب الصحفية الأكثر استخداما في تغطية هذه الجرائم؟
- 5) ما نوعية المصادر التي تعتمد عليها الصحف في تغطية جرائم البيئة الريفية؟

6) ما هي اتجاهات المعالجة الصحفية لجرائم البيئة الريفية؟

7) ما مدى النجاح أو الفشل في معالجة الصحف المصرية لجرائم البيئة؟

وتم بلورة هذه التساؤلات في مجموعة من الفروض تتمثل فيما يلي:

1. تنخفض معدلات اهتمام الصحف المصرية محل الدراسة بصفة عامة بجرائم البيئة الريفية وفي نطاق هذا الانخفاض العام يمكن القول بتزايد الاهتمام النسبي لهذه الصحف بجرائم البيئة الاجتماعية، ويتقلص إلى أدنى حد معدلات اهتمامها بجرائم البيئة الريفية الطبيعية.
2. تختلف الصحيفة اليومية القومية عن الصحيفة الإقليمية والصحيفة المتخصصة في الاهتمام بجرائم البيئة الريفية ويمكن القول في ذلك أن الصحيفة الإقليمية والصحيفة المتخصصة أكثر اهتماما نسبيا من الصحيفة القومية بالجرائم الطبيعية للبيئة الريفية في مصر.
3. يعتبر الخبر الصحفي والمقال الصحفي على التوالي هما أكثر القوالب التحريرية استخداما في معالجة مختلف أنماط جرائم البيئة الريفية ولا توجد اختلافات في ذلك بين مختلف أنواع الصحف في هذا المجال.
4. يوجد إختلاف بين مؤشرات الخريطة الواقعية لجرائم البيئة الريفية من حيث نوعية الجرائم وترتيب أولويتها، وبين ما تعكسه مختلف أنواع الصحف - محل الدراسة - من المؤشرات في هذا المجال.
5. يرتكب الجاني الحجم الأكبر من جرائم البيئة الريفية بأنماطها المختلفة بشكل فردي كما يمكن القول إن ارتكاب هذه الجرائم يأتي في معظمه تحت دوافع مادية أو نفعية في الأساس.
6. تتسم معالجة الصحف المصرية - محل الدراسة - لجرائم البيئة الريفية بالقصور و التناقص فيما هو مطروح من حقائق و أفكار على صفحاتها حول هذه الجرائم، و في ذلك يمكن القول أن دور هذه الصحف - على اختلافها- في مواجهة هذه الجرائم و التصدي لها يعد دورا هامشيا على حد كبير. ولأن هذه الدراسة تنتمي إلى أنواع الدراسات الوصفية التحليلية التي تعني برصد وتحليل خصائص مضمون الرسالة الإعلامية التي تقدمها الصحف المصرية، فقد اتبعت للتحقق من صحة الفروض المطروحة الأدوات المنهجية التالية:

- منهج المسح الإعلامي، البطاقة الإحصائية، المنهج المقارن وتحليل المضمون كما استخدمت استمارة البحث كأداة لجمع البيانات والإجابة عن التساؤلات المتعلقة بالبحث كحجم جرائم البيئة وأنماطها،

القوالب المستخدمة لتعريفها واتجاهات معالجتها. وطبقت هذه الأدوات المنهجية على عينة من أعداد جريدة الأهرام (مركزية)، جريدة المنيا (إقليمية)، جريدة التعاون (متخصصة).

تم اختيار هذه العينة بطريقة عشوائية منتظمة على امتداد الفترة من 1983 إلى 1991 فيما يلي فئات التحليل:

- 1- حجم اهتمام الصحف بجرائم البيئة و أنماطها، نكشف عنها من خلال الفئات التالية:
فئة معدل التكرار، فئة مكان النشر، فئة وسائل الإبراز المصاحبة (من صور، عناوين...)
- 2- أنماط التحرير المستخدمة (خبر، مقال، تحقيق...)
- 3- مصدر الجرائم المنشورة (مصدر مسؤول، محرر صحفي، المهتمون...)
- 4- هوية المتهمين (ذوي النخبة، عاديون...)
- 5- دوافع الجرائم (دوافع مادية، قيمية، نفسية...) أو عدم وضوح الدافع.
- 6- وظيفة المادة للتعرف على الغاية التي تسعى إليها المضامين المثارة حول الجرائم (انتقاد ممارسات، الدعوة للتغيير، الكشف عن انحراف، تكتفي بمجرد السرد و تقرير الوقائع، بدون هدف...)
- 7- التصرف النهائي إظهار ما تتضمنه المادة المنشورة حول الجريمة من محصلة نهائية (حالة صدور، أحكام، البلاغ، الحفظ، الإحالة للتحقيق أو ظهور المادة بدون تصرف).
- 8- الأفكار المعروضة المثارة حول جرائم البيئة الريفية.
و أظهرت النتائج التي توصلت إليها الدراسة ما يلي:

1- كان حجم اهتمام الصحف محل الدراسة بجرائم البيئة الريفية التي تشمل الجرائم الطبيعية و الاجتماعية منخفضا بصورة ملحوظة حيث ظهرت الجرائم في الصفحات الداخلية و بعناوين عادية مع ندرة تدعيمها بالصور المصاحبة.

2- أوضحت الدراسة أن الصحيفة المتخصصة و الصحيفة اليومية القومية على الترتيب أكثر اهتماما نسبيا من الصحيفة الإقليمية بالجرائم الطبيعية للبيئة الريفية.

3- الخبر الصحفي أكثر قوالب التحرير الصحفي استخداما في تغطية وقائع جرائم البيئة الريفية و يلي ذلك المقال الصحفي ، في حين تنخفض معدلات استخدام بقية قوالب التحرير.

4- أظهرت البيانات أن الصحف- محل التحليل- اهتمت بجرائم تلوث المياه أو هدرها البناء على الارض الزراعية و تجريفها، تلويث المياه و المحاصيل و التربة في حين أهملت جرائم إقامة قمامن الطوب و مصانعها و تلوث الهواء و التعدي على أملاك الدولة التي لها أثر على مسار التنمية.

و على مستوى الجرائم الاجتماعية تأتي جريمة القتل على رأس قائمة الجرائم الاجتماعية للبيئة الريفية ثم تلي بعد ذلك السرقة، التهريب في حين أهملت بقية الجرائم كالضرب، المبيدات الفاسدة، الأغذية الفاسدة ، الحريق و التموين.

5- كما تظهر المقارنات بين مؤشرات الخريطة الواقعية لجرائم البيئة الريفية و مؤشرات الخريطة الصحفية لهذه الجرائم ، كما تقدمها الصحف - محل التحليل- عن وجود تباين ملحوظ في المؤشرات التي تقدمها كل خريطة لوقائع جرائم البيئة الريفية و يعود ذلك إلى التوجه الحضري لصحف البحث و انغلاق مصادر المعلومات أمام هذه الصحف في الريف و بالذات حول جرائم البيئة الطبيعية إما بسبب ندرة اتصال هذه الصحف بالريف أو لشدة ضغوط أصحاب المصالح و ذوي النفوذ بالمناطق المحلية.

6- و تؤكد البيانات الميدانية أن الجانب الأكبر من جرائم البيئة الريفية بأتماطها المختلفة يرتكب بشكل فردي، و أن ارتكاب هذه الجرائم يأتي في معظمه تحت دوافع مادية أو نفسية.

7- أظهر البحث أن الجانب الأكبر من الافكار و المضامين المثارة حول جرائم البيئة الريفية قد اكتفى بمجرد سرد الوقائع ، و كان ذلك مؤشرا عن الطابع الروتيني و الإجرائي الذي يميز معالجات الصحف محل التحليل لجرائم البيئة الريفية و سيادة عقلية النقل و التوصيل دون موقف أو اتجاه معين لمحربي هذه الصحف في تعاملهم مع وقائع هذه الجرائم.

وكانت بذلك معالجتها تتسم بالقصور والتناقض فيما هو مطروح، ومن ثم كان دورها هامشيا إلى حد كبير.

و ينتهي البحث إلى تبيان أن معالجات الصحف (الإقليمية و المتخصصة) لشؤون البيئة الريفية لا تقل سواءا أو ضعفا عن معالجات الصحف اليومية القومية لشؤون هذه البيئة، حيث تظل نفس التوجهات و العقلية و أساليب العمل و الأداء و الميول الحضرية... إلخ دون تمييز أو فروق جوهرية بين صحيفة مركزية و أخرى إقليمية.

• الدراسة الثانية:

هذه الدراسة قام بها الدكتور "عاطف عدلي العبد" في سلطنة عمان كلفه بها معهد البحث و ذلك في سنة « الإعلام العماني و قضايا البيئة » و الدراسات العربية لإعداد دراسة حول 1993، في إطار دراسة مقارنة بين عدة دول عربية حول الإعلام العربي و قضايا البيئة.

و سعت هذه الدراسة إلى الإجابة عن سؤال مزدوج يهدف إلى التعرف عن المعلومات و آراء القائمين بالإيصال والشخصيات العامة و الجمهور حول قضايا البيئة و مشكلاتها من ناحية ، و مدى مواكبة الإعلام العماني المطبوع و المسموع و المرئي للاهتمام الكبير الذي توليه السلطنة لقضايا البيئة و مشكلاتها من ناحية اخرى.

و تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الاستطلاعية أو الكشفية التي تهدف إلى التعرف على الظواهر أو زيادة التعرف عليها. و اعتمدت على الادوات المنهجية لتحقيق ذلك.

حيث استخدم الباحث في إطار منهج المسح المناهج الفرعية التالية:

- منهج مسح الرأي العام الذي يستهدف التعرف على الآراء و الافكار و الاتجاهات و المفاهيم و القيم و الدوافع و الانطباعات لدى مجموعة معينة من الجمهور تبعا للهدف من إجراء المسح.

- منهج مسح محتوى الرسائل الإعلامية بقصد تحليل محتوى المواد الإعلامية التي تقدمها الوسائل الإعلامية للكشف عما تريد هذه الوسائل أن تبليغه لجمهورها.

بالإضافة إلى استخدام الاستقصاء و المقابلة المعمقة و الملاحظة المقننة لجمع البيانات و المعلومات من عند القائمين بالاتصال والشخصيات العامة و الجمهور.

و كذلك الاعتماد على استمارة تحليل المضمون، فالأولى خاصة بالمادة الإعلامية التي قدمها التليفزيون و الراديو، و الثانية خاصة بالمادة الإعلامية التي قدمتها الصحف خلال الفترة المحددة للدراسة.

واشتملت هذه الدراسة الكشفية على عينة للدراسة الكشفية مكونة من القائمين بالاتصال تم اختيارها بطريقة حصص طبقية، أما الشخصيات العامة فتم اختيارها بطريقة عشوائية بسيطة و كذلك بالنسبة لأفراد المجتمع مع التزام الباحث بحجم العينة المحددة ب : 30 مفردة.

واشتملت أيضا هذه الدراسة على عينة للدراسة التحليلية وهي عبارة عن الرسائل الإعلامية المقدمة من طرف الصحف والمجلات والتلفزيون والإذاعة.

و اختار الباحث شهر مايو 1992 مجالا زمنيا لهذه الدراسة التحليلية التزاما بتحديد معهد البحوث و الدراسات العربية لشهر واحد كمجال زمني للدراسات لمقارنة في عدة دول عربية أخرى و توصلت هذه الدراسة إلى النتائج التالية:

فبالنسبة لنتائج الدراسة الميدانية على القائمين بالاتصال تتمثل فيما يلي:

أوضحت نتائج هذه الدراسة نجاح الإعلام العماني في إمداد الأفراد بالمعلومات البيئية و تشكيل الآراء و الاتجاهات الداعمة للجهود التي تبذلها السلطة في هذا المجال، فلقد سمح كل القائمين بالاتصال عن قضايا البيئة و مشكلاتها و أشار أغلبيتهم إلى توفر معلومات كافية عندهم عن هذه القضايا و المشكلات، تحصلوا عليها من وسائل الإعلام المختلفة في مقدمتهم التلفزيون و الصحف.

- و جاء التلوث نتيجة للنشاط الصناعي في مقدمة المفاهيم البيئية السائدة عن القائمين بالاتصال.

- تبين أن توفير المعلومات الكافية عن القضايا البيئية من أهم الاحتياجات الواجب توفرها حتى تصبح معالجة هذه القضايا إعلاميا أكثر فعالية.

- كما أكد القائمون بالاتصال أن الجهات التي يعملون بها يستعينون بخبراء و متخصصين، و يتلقون ردود أفعال بشكل مباشر وغير مباشر من أجهزة الدولة أو الجمهور، بالإضافة إلى أنهم على علما بالحلقات و الندوات حول البيئة و بالهيئات التي لها اهتمام بالبيئة، كما يرون أن الاهتمام بالبيئة سلوك اتصالي شائع.

أما أهم نتائج الدراسة الميدانية على الشخصيات الشخصيات العامة فهي كما يلي:

- جاءت قضية التلوث في مقدمة المشكلات البيئية التي يعاني منها العام حاليا حسب رأي عينة الدراسة من الشخصيات العامة ثم يليها التصحر و الجفاف، فتأكل طبقة الأوزون و الانفجار السكاني.

- تستمد الشخصيات العامة المعلومات البيئية من مصادر إعلامية عمانية و غير عمانية في مقدمتهم الجرائد و المجلات ثم يليها الإذاعة فالتلفزيون، فالكتب و الندوات و الحلقات الدراسية.

-و تمثلت تصورات الشخصيات العامة للدور الذي يجب أن تقوم به الدولة من أجل الحفاظ على البيئة في سن التشريعات و العمل على تطبيقها و الاستفادة من تجارب الدول المتقدمة لتجنب أخطائها بالمقابل ترى عينة الدراسة أن على الجمهور التعاون بين مختلف الجهات المعنية بشؤون البيئة و الالتزام بما سنته من قوانين و المشاركة في الحفاظ على البيئة.

-كما تمثلت تصورات عينة الدراسة للدور الذي يجب أن تقوم به وسائل الإعلام لخلق وعي بيئي لدى الجمهور في توفير الكفاءات المتخصصة و المهتمة بالقضايا البيئية و تدريبهم على كيفية تبسيط المعلومات البيئية يليها توثيق الصلة بين الجمهور و العلماء المتخصصين في القضايا البيئية، عرض أخبار البيئة من خلال الفنون الإعلامية و المداخل الإقناعية على جانب إستخدام و سائل الإيضاح المناسبة لتبسيط المعلومات البيئية، و زيادة الوعي البيئي العام، عدم قصر الرسالة الإعلامية على مشكلة التلوث التي تستحوذ على معظم الإهتمام الإعلامي.

أما نتائج الدراسة الميدانية على عينة الجمهور فهي كالتالي:

-تبين أن أهم القضايا و المشكلات البيئية التي تعاني منها سلطنة عمان الآن في رأي عينة الدراسة من الجمهور هي مشكلة الملوحة في المياه، مشكلة التصحر و الجفاف و مشكلة التلوث.

-كما أن عينة الدراسة تحصلت على المعلومات البيئية من الوسائل الإعلامية العمانية و غير العمانية، جاء التلفزيون في مقدمة هذه المصادر يليها الجرائد ثم الجرائد و المجلات، فالمصققات و الندوات و المؤتمرات.

أما نتائج الدراسة التحليلية على عينة من الجرائد و المجلات و البرامج الإذاعية و التلفزيونية، فهي كالتالي:

-أوضحت هذه الدراسة إهتمام وسائل الإعلامية العمانية بقضايا البيئة و مشكلاتها كما تبين وجودا إتساق و تكامل في تناولها لهذه القضايا و لمشكلات و استخدامها كافة الأساليب و الفنون الإعلامية، حيث إستخدمت الجرائد و المجلات الخبر و التقرير و المقال و التحقيق و الحديث و المقال و الإعلام الصحفي، كما تناولت الإذاعة و التلفزيون هذه القضايا من خلال البرامج الإخبارية و التنموية و الدينية و الدراسية و التسجيلية و المنوعات... إلخ

-كما نشرت الجرائد و المجلات العمانية موادها التي تتناول البيئة و قضاياها في صفحات مهمة كالصفحتين الأولى و الأخيرة، و قدمت الإذاعة و التلفزيون البرامج و الإعلانات الخاصة بالبيئة في أوقات إزداد خلالها الإستماع و المشاهدة، كما استخدمت الجرائد و المجلات العديد من الأساليب لإبراز القضايا البيئية في

استخدامها للعناوين الممتدة و نقد الموضوعات الصحفية مصحوبة بصور و رسومات توضيحية و داخل إطارات و على أرضيات مختلفة لجذب أنظار إليها أكثر.

و أخيرا، يمكن القول أن الدراسات التحليلية تشير إلى إهتمام ملحوظ بقضايا البيئة و مشكلاتها من ناحية، و وجود تكامل و اتساق في تناول وسائل الإعلام العمانية لهذه القضايا من ناحية أخرى.

بالإضافة إلى ذلك فالدراسات الميدانية أشارت إلى نجاح وسائل الإعلام العمانية في زيادة معلومات جمهورها المستهدف و خلق آراء إيجابية لصالح قضايا البيئة في العالم بصفة عامة و في سلطنة عمان بصفة خاصة.

● الدراسة الثالثة:

قام بها الدكتور "فضيل دليو" حول "الصحافة الجزائرية و جرائم البيئة" و ذلك في سنة 2001 ، بهدف رصد و تحليل المعالجة الإعلامية التي تقوم بها الصحف الجزائرية بأنواعها (المركزية، الجهوية، الأسبوعية) و أثارت هذه الدراسة مجموعة من التساؤلات حددت فيما يلي:

- ما حجم إهتمام الصحف الجزائرية بجرائم البيئة؟

- ما هي القوالب الصحفية الأكثر إستخداما في تغطية هذه الجرائم؟

- ما هي أنماط جرائم البيئة الأكثر تناول في معالجة هذه الصحف؟

- ما هو إتجاه المعالجة الصحفية لجرائم البيئة؟

و تنتمي هذه الدراسة إلى نوع الدراسات الوصفية التحليلية في المجال الإعلامي، حيث إستخدمت منهج تحليل المضمون لعينة ثلاثية تتكون من الصحف الجزائرية و يوميتين وطنية و جهوية (الخبر/ النصر) و أسبوعية (رسالة الأطلس) و حدد المجال الزمني للدراسة الميدانية من يناير إلى ديسمبر 1998 و قد تم إجراء المسح الشامل لجميع هذه الصحف نظرا لعدم وجود صحيفة متخصصة في شؤون البيئة و قلة إهتمام الصحف العامة بقضايا البيئة.

كما استخدمت إستمارة البحث كأداة لجمع البيانات و المعلومات و صممت تماشيا مع تساؤلات مع الدراسة و إشتملت على فئات تسعى إلى توفير بيانات أساسية للإجابة على هذه التساؤلات المتعلقة بحجم جرائم البيئة و أنماطها و القوالب المستخدمة لتحريرها و إتجاهات معالجتها.

وتوصل الباحث إلى جملة من النتائج أهمها:

1) كان حجم إهتمام الصحف الثلاث بجرائم البيئة منخفضا جدا بحيث لم يتجاوز عدد مرات نشر هذه الجرائم 160 مرة على مجمل صفحات 648 عدد لثلاث صحف جزائرية هامة منها الأسبوعي، الجهوي و الوطني. و مع هذا الإنخفاض العام تشير بيانات الدراسة إلى توجه عام مرتبط بطبيعة الصحف مفاده أن اليوميات الجهوية تأتي في المرتبة الأولى من حيث درجة الإهتمام تليها اليوميات الوطنية ثم الأسبوعيات. و مما يؤكد دونية هذا الإهتمام ظهور غالبية المواضيع في الصفحات الداخلية (77,02%) مع ندرة تدعيمها بالصور المصاحبة.

2) أظهرت بيانات الدراسة الميدانية أن الخبر الصحفي هو أكثر القوالب الصحفية إستعمالا في معالجة جرائم البيئة على صفحات الجرائد الثلاثة، وذلك بالرغم من كون قالي المقال والتحقيق المناسبين أكثر مثل هذه المواضيع التي تستلزم الشرح والتحليل والتقويم.

3) تشير البيانات الميدانية إلى توجه الصحافة الجزائرية نحو الإهتمام بنوع جرائم البيئة المرتبط بالنظافة العمومية (تلوث التربة والبرك و القاذورات) مع ملاحظة إهمال كليا و شبه كلي لجرائم بيئية قوية التأثير على المسار التنموي للبلاد مثل البناء على الأراضي الزراعية أو هدر الثروات السمكية أو الحيوانية.

4) تؤكد البيانات الخاصة بمؤشر إتجاه المعالجة الصحفية لجرائم البيئة ميل الصحافة الجزائرية إلى مجرد سرد الوقائع بدون تصرف مع تعميم في ذكر أقوال المواطنين والمسؤولين وإجراءاتهم المتخذة أو الموعود بها. في حين يقتضي الإعلام البيئي مزيدا من الشرح والتحليل مع تأييد أو الانتقاد الموجه والمؤثر خدمة لمحيطنا البيئي وتنمية للوعي لأهميته لصالح جيلنا الحالي والأجيال القادمة.

● الدراسة الرابعة:

قام "محمد خليل الرفاعي بدراسة ميدانية حول "أثر وسائل الإعلام في تكوين الوعي البيئي في مصر" و ذلك في سنة 1997 ، تهدف إلى تحقيق جملة من الأغراض تتمفصل فيما يلي:

- قياس معرفة الشباب المصري بالبيئة.
- دور الصحافة المكتوبة في رفع الوعي البيئي من خلال عرض المشكلة و الحث على السلوك الإيجابي.
- دور التلفزيون في المساهمة في حل المشكلات البيئية محليا.
- دور الإذاعة في عرض المشكلة البيئية.
- إقتراحات الشباب المصري لتطوير الإعلام البيئي في وسائل الإعلام المسموع، المطبوع و المرئي.

- مساهمة وسائل الإعلام في رفع الوعي البيئي.
- مشكلات الشباب البيئية.
- و تتبع أهمية هذه الدراسة التي أجريت في مصر من:
- أهمية المشكلة البيئية على الصعيدين المحلي و العالمي.
- أهمية الدور الذي يمكن أن تطلع به وسائل الإعلام الجماهيري في إكساب الشباب قيما و إتجاهات و سلوكا بيئيا إيجابيا.
- أهمية المعرفة بالبيئة لدرء أخطار التلوث، و دفع عجلة التنمية بأقل ما يمكن من أضرار.
- معرفة أسباب التلوث، و بالتالي و وضع اليد على الجرح عبر وسائل الإعلام.
- من خلال و سائل الإعلام، إستثمار طاقات الشباب لحماية البيئة.
- و يتكون مجتمع الدراسة من فئة الشباب، تم سحب عينة عشوائية مؤلفة من 100 شاب يتوزعون مناصفة على الجنسين، بحيث تمثل العينة التفاوت الطبقي و المعيشي و الدراسي الذي يعكس تفاوتات في أنماط السلوك و التفكير و الوعي و الإهتمامات.
- كما تم جمع البيانات عن طريق الإستمارة و هي إحدى أهم وسائل جمع البيانات.
- و قد أظهرت النتائج التي توصلت إليها الدراسة ما يلي:
- أظهرت هذه الدراسة أن الغالبية من أفراد العينة يعرفون على أو جه الشمول ماذا تعني البيئة بينما النسب الأقل تشنت أجوبتها بما يشير إلى ضبابية أو فلسفية التصور حول مفهوم البيئة.
- كما تشير أيضا الدراسة إلى أن نسبة قليلة تستقي معلوماتها عن البيئة من وسائل الإعلام المختلفة على الرغم من أن نسبة كبيرة من العينة تقرأ الصحف و هم جميعا مستهلكون كبار للتلفزيون و هو ما يوحي بالإعتقاد بفتور العلاقة بين ساعات لمشاهدة و نمو الوعي البيئي.
- كما ترتفع النسبة في احتمال الحصول على المعلومات البيئية من الأهل و الأصدقاء، مما يؤكد على أهمية العناية بالإتصال المواجهي.
- و تأتي قضية التلوث في مقدمة القضايا التي تم التعرف عليها من طرف عينة الدراسة ثم تليها قضية ثقب الأوزون. وهو ما يوحي بتأثر أفراد العينة بوسائل الإعلام التي أشبعت ثقب الأوزون بحثا.

- تأكيد عينة الدراسة على أهمية الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام المختلفة في المساهمة في حل المشكلات المختلفة. وبالضبط دورها في رفع الوعي ونشر الثقافة وتوجيه الجمهور ونقل المعارف والعلوم، وذلك من خلال لفت العناية بالبيئة والمساهمة في صياغة القرار.

- وتشير الدراسة إلى إعراض الفتيات عن قراءة موضوعات البيئة وارتفاع النسبة لكل الفئتين في قراءة بعض الموضوعات البيئية هي مشكلة توجه سبابة الإهتمام إلى القائم بالاتصال في اختياره لموضوع، و كذلك طريقة المعالجة و العرض بالمقابل نجد ارتفاع نسبة مشاهدة الإناث لبرامج البيئة عبر التلفزيون.

- وأخيراً، تعبر النسب عن ضآلة الدور الذي يقوم به الشباب اليوم و في ظل المعطيات الراهنة في الحفاظ على البيئة و كذلك علاقة الشباب بوسائل الإعلام.

الدراسة الخامسة:

قام الباحث محمد عبد الرحمان فهد الدخيل بدراسة ميدانية حول الوعي البيئي لدى المتعلمين الكبار في منطقة الرياض بالسعودية، وذلك في سنة 2000. بعدما أدرك أن هناك أخطاراً تهدد البيئة السعودية ومن ثم لابد من توعية المواطنين ومن هنا جاء الإحساس بمشكلة البحث والتي تتمثل في الأسئلة التالية:

- 1- ما المستوى العام للوعي البيئي لدى عينة من المتعلمين الكبار في منطقة الرياض؟
 - 2- ما مستوى المتعلمين الكبار (عينة البحث) على بعدي مقياس الوعي البيئي؟
 - 3- هل هناك فروقات ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة تبعاً لمتغيرات المؤهل التعليمي؟
 - 4- طبيعة المهنة تؤثر على مستوى الوعي البيئي لديهم؟
 - 5- ما المصادر التي تساهم في تنمية الوعي البيئي لدى المتعلمين الكبار؟
- و يهدف هذا البحث إلى:

- 1- التعرف على مستوى الوعي البيئي لدى المتعلمين الكبار في منطقة الرياض التعليمية.
- 2- التعرف على مستوى الوعي البيئي لدى المتعلمين الكبار في منطقة الرياض التعليمية في كل من بعدي الوعي البيئي و هي المعلومات البيئية و الإتجاهات نحو البيئة.
- 3- معرفة أثر الجنس (ذكر و أنثى) في كبار المتعلمين على مستوى الوعي البيئي.
- 4- بناء مقياس لقياس الوعي البيئي لكبار المتعلمين.

أما أهمية البحث فترجع إلى أمور منها:

- 1- أنه يتناول مجالاً على درجة كبيرة من الأهمية، ألا وهو الوعي البيئي و الذي له دور كبير في التأثير على حياة الأفراد.
 - 2- حاجة المجتمع السعودي إلى مثل هذه الدراسة للتعرف على الوعي البيئي للمواطنين، خاصة و أن المجتمع يمر بمرحلة تغيير حضاري سريعة التي تفرض على المجتمع ضرورة شد الإنتباه للبيئة التي يعيش فيها الإنسان و ضرورة الإهتمام بها و المشاركة في حل مشكلاتها.
 - 3- إن هذه الدراسة على حد علم الباحث. من بواكير الدراسات عن الوعي البيئي في المملكة العربية السعودية و التي تتعلق بالمتعلمين الكبار، خاصة و أن مثل هذه الدراسة تحضي باهتمام كبير من قبل المسؤولين بالدولة.
 - 4- يمكن الإستفادة من نتائج هذا البحث في الكشف عن المزيد من الجوانب و الأبعاد البيئية اللازمة لمساعدة المتعلمين الكبار لفهم دورهم في كيفية التعامل مع البيئة.
 - 5- يمكن الإستفادة من نتائج هذا البحث في إعطاء المسؤولين بالدولة فكرة عن الوعي البيئي لدى المتعلمين الكبار و الدور المتوقع من المسؤولين لتفعيل الوعي البيئي لدى المتعلمين الكبار بشكل كبير.
 - 6- تقدم الدراسة قائمة بالمصادر التي يمكن أن تساهم في تنمية الوعي البيئي لدى المتعلمين الكبار. و يهدف هذا البحث لإختبار الفروض التالية:
- 1- المستوى العام للوعي لدى المتعلمين الكبار في منطقة الرياض (عينة البحث) أقل منحد الكفاية على مقياس الوعي البيئي و هو (75 %) من الدرجة الكلية للمقياس.
 - 2- مستوى الوعي البيئي لدى المتعلمين الكبار في منطقة الرياض (عينة البحث) أقل منحد الكفاية على بعدي مقياس الوعي البيئي و هو (75 %) من الدرجة الكلية لكل حد.
 - 3- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور و الإناث في مستوى وعيهم البيئي.
 - 4- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين ذوي المؤهلات دون الجامعية و المؤهلات الجامعية في مستوى الوعي البيئي.
 - 5- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين ذوي المهن المختلفة في مستوى الوعي البيئي.
- و يستخدم هذا البحث المنهج الوصفي و الذي يعتمد على جمع البيانات و محاولة تبويبها و تصنيفها ليتمكن توظيفها في مصلحة البحث، أما أدوات البحث المستخدمة تتمثل فيما يلي:
- 1- إعداد مقياس الوعي البيئي حيث تم تحديد بعدي الوعي البيئي وهما:

أ- المعلومات البيئية.

ب- الإتجاهات نحو البيئة.

و نظرا لأنهما يتباينان في طبيعة كل منهما، قام الباحث ببناء كل بعد على حدى مراعيًا أنتعكس بنود كل بعد طبيعة السلوك المراد قياسه فجاءت أسئلة بعد المعلومات البيئية على أنماط الإختيار من متعدد، و بنود بعد الإتجاهات نحو البيئة متسقة مع طريقة (ليكرت) التقديرات المتجمعة. و قد تم عرض هذه الإستبانة على بعض المحكمين من أساتذة التربية و المناهج و طرق التدريس بكلية المعلمين بالمدينة المنورة و كلية المعلمين بالرياض للتأكد من صدق مضمونها و بعد التعديلات التي قام بها الباحث على ضوء آراء المحكمين أصبحت عبارات هذا المقياس سليمة الصياغة و واضحة و محددة المعاني و يشتمل المقياس على (50) مفردة.

2- إستبانة بالمصادر التي تسهم في تنمية الوعي البيئي لدى أفراد العينة. وتم عرضها هي أيضا على المحكمين السابق ذكرهم.

وطبقت هذه الأدوات المنهجية على عينة البحث من المتعلمين الكبار من أبناء منطقة الرياض، تم إختيارها بطريقة عشوائية، وبلغ عدده 475 فردا. وتم ذلك خلال الأشهر الأولى مع بداية العام الدراسي 1420-1421 هـ (2000-2001).

كما إستخدم الباحث لمعالجة البيانات التي تم الحصول عليها، الأساليب الإحصائية التالية: إستخدام إختيار للقيم المحددة سلفا لتعرف على مستوى الوعي البيئي و كذلك إستخدام أسلوب تحليل التباين الأحادي و استخدام النسبة الحرجة، و حساب التكريرات و النسب المئوية لمعرفة المصادر التي تسهم في تنمية الوعي البيئي لدى أفراد العينة.

و أظهرت نتائج البحث ما يلي:

1- تدني مستوى الوعي البيئي لدى المتعلمين الكبار في منطقة رياض سواء على مستوى القياس ككل و بعدية منفصلين.

2- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور و الإناث في مستوى الوعي البيئي.

3- توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح العينة من حملة المؤهلات الجامعية مقارنة بذوي المؤهلات دون الجامعية.

4- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين ذوي المهن المختلفة في مستوى الوعي البيئي.

5-زيادة التأكيد على دور المؤسسات الإعلامية وخاصة التلفزيون و الإذاعة بالمساهمة في رفع مستوى الوعي البيئي لدى المواطنين.

6-تخصيص مقررات دراسة في التربية البيئية تدرس في المراحل التعليمية المختلفة قد تسهم في تنمية الوعي البيئي كما يراها أفراد العينة.

7-مؤسسات المجتمع المختلفة من مراكز صحية و جامعات و المسجد و الأسرة و غيرها قد تساهم في تنمية الوعي البيئي لدى المواطنين كما يراها أفراد العينة.

من خلال إستعراض هذه الدراسات السابقة تبين لنا وجود نقص شديد في الدراسات الإعلامية التي تتناول العلاقة الجدلية بين وسائل الإعلام و تنمية الوعي البيئي لاسيما في الجزائر، غير أننا تمكنا من الوصول إلى حقائق عديدة ساعدتنا في فهم موضوع دراستها:

- دور وسائل الإعلام بأنواعها المقروءة، المسموعة و المرئية في الإهتمام بالقضايا البيئية و مشكلاتها.

- تعتبر وسائل الإعلام من بين المصادر التي تساهم في تنمية الوعي البيئي لأفراد المجتمع.

- أبعاد الوعي البيئي تتمثل في:

1-المعلومات البيئية.

2- الإتجاهات نحو البيئة.

وهكذا نستطيع القول بان هذه الدراسات السابقة كونت لنا خلفية نظرية عن الموضوع المراد دراسته، حيث ساعدتنا على صياغة الإشكالية ووضع الفروض وإنجاز الدراسة التحليلية.

- فروض الدراسة:

بغرض تحقيق أهداف البحث يتطلب إعتداد منهجية بحث علمي مضبوطة تقوم على إخضاع فرضيات للإختبار بهدف التوصل إلى حلول للإشكالية المطروحة. و قد إرتأينا ضرورة تحديد خمس فرضيات و هي كالتالي:

1-ينخفض حجم إهتمام الصحف المكتوبة الجزائرية - محل الدراسة - بقضايا البيئة و مشكلاتها و

من ثمة ينخفض دورها في تنمية الوعي البيئي لأفراد المجتمع.

2-تعد الصحف الوطنية أكثر إهتماما نسبيا من الصحف الجهوية بمعالجة القضايا البيئية و مشكلاتها.

3-يعتبر الخبر الصحفي أكثر القوالب إستخداما في معالجة القضايا البيئية و مشكلاتها في الصحف

الجزائرية - محل الدراسة -

- 4-تنخفض نسبة المعلومات البيئية المقدمة في الرسائل الإعلامية بالصحف الجزائرية -محل الدراسة -
و من ثمة ينخفض دورها في تنمية الوعي البيئي لأفراد المجتمع.
- 5-ينخفض إهتمام الصحف المكتوبة الجزائرية - محل الدراسة - بتكوين اتجاهات إيجابية نحو البيئة
لأفراد المجتمع و من ثمة ينخفض دورها في تنمية الوعي البيئي لأفراد المجتمع.

تمهيد: إن كل بحث إجتماعي لا تكتمل أهميته إلا بعد التأكد من نتائجه ميدانيا، وذلك من خلال مجموعة من الخطوات المنهجية الخاصة بموضوع الدراسة وتمثلت في: تحديد مجالات الدراسة الراهنة، وتبيان المنهج المستخدم، والإشارة إلى كيفية لإختيار عينة البحث من المجتمع الكلي، بالإضافة إلى أدوات جمع المعطيات المستخدمة.

1-مجالات الدراسة:

1-1 المجال المكاني: مدينة تيارت

تيارت، تيهرت أو تاهرت مدينة جزائرية تقع في شمال الجزائر وحسب التقسيم الإداري بلدية تابعة إقليميا إلى دائرة تيارت ولاية تيارت الجزائرية وتعتبر عاصمة الولاية.

• الموقع الجغرافي:

تقع الجزائر في غرب الهضاب العليا التي هي سهول تفصل بين الأطلسين التلي والصحراوي، تبعد عن مستغانم بـ 180 كلم، وهي أقرب نقطة منها إلى البحر المتوسط، وتبعد عن وهران بـ 250 كلم كما تبعد عن الجزائر بـ 280 كلم.

من الشمال: ولاية غليزان وتسمسيلت

من الجنوب: الأغواط والبيض من الغرب: معسكر وسعيدة

من الشرق الجلفة والمدية

• العمران:

كغيرها من المدن الجزائرية فإنها شهدت تطور عمراني لمواكبة النمو الديمغرافي، فتوسعت المدينة نحو الجنوب التي تحولت المنطقة الجديدة والمنطقة الشمالية المدينة القديمة بلغ تعداد السكان 1000755 نسمة (تقديرات 2011) في حين تقدر المساحة الإجمالية بـ 20673 كلم.

2-1 المجال الزمني:

دام البحث الميداني الاستطلاعي و ملئ الاستمارات النهائية مدة ثلاث اسابيع ، حيث قمنا في البداية بتحكيم اسئلة الاستمارة على اربعة اساتذة و ذلك لغرض التحكيم اختبار الاستمارة و معرفة مدى تناسب الاسئلة مع

الفرضيات و ذلك بتاريخ 10 مارس 2016 و بعد ذلك تم تعديل بعض الاسئلة ثم قمنا بالتوزيع النهائي للاستمارات بتاريخ 07 أبريل 2016 و اخيرا قمنا بتفريغ النتائج و عملية التحليل و المناقشة بتاريخ 05 ماي 2016.

1-3 المجال البشري: تمثل الحدود البشرية في سكان بلدية تيارت الذين تتراوح أعمارهم بين 18/36 سنة على إختلاف جنسهم ومستوياتهم التعليمية وقد اخترنا سكان البلدية فقط كونهم يتعايشون في كل لحظة.

2- منهج الدراسة:

ان أي دراسة تتطلب من الباحث اتباع منهج او طريقة يستطيع من خلالها الوقوف على الخطوات العلمية الاي تسمح له بالوصول الى هدفه و لذلك يمكن تعريف المنهج على انه : الطريقة التي بفضلها يستطيع العلم او الفيلسوف ان يتوصل الى هدفه (محمد اسماعيل قباي 198:ص18).

و المعنى العام للمنهج هو الاسلوب الذي يقود الى هدف معين في البحث و التأليف او السلوك ، و مناهج البحث هي ايضا الطرق والاساليب التي يتبعها الباحث لإنجاز بحثه العلمي (شرفي عز الدين 2005:ص07).

ان أي بحث علمي يحتم علينا اتباع منهج عمل وفق مقاييس يفرضها الموضوع و لهذا فان المنهج الذي استخدمناه في دراستنا هذه هو المنهج الوصفي هو يركز على وصف دقيق وتفصيلي لظاهرة أو موضوع محدد على صورة نوعية أو كميوية رقمية. وقد يقتصر هذا المنهج على وضع قائم في فترة زمنية محددة أو تطوير يشمل فترات زمنية عدة.

يهدف هذا المنهج إما إلى رصد ظاهرة أو موضوع محدد بهدف فهم مضمونها أو مضمونه. أو قد يكون هدفه الأساسي تقويم وضع معين لأعراض عملية ،على سبيل المثال ت عرف أعداد العاطلين عن العمل لخرجي الجامعات من الأمثلة الحية على هذا المنهج (محمد عبيدات وآخرون 1992: ص64).

3- أدوات الدراسة:

3-1 أدوات جمع البيانات:

إن نجاح أي بحث علمي يرتبط بمدى فعالية الأدوات التي استخدمت في تجميع البيانات فهي الوسيلة التي يستعين بها الباحث في جمع البيانات اللازمة والتي تكون لها صلة الموضوع وفي موضوعنا اعتمدنا على أدوات معينة، بغرض

الحصول على البيانات وهي الاستبيان (الاستمارة) كأداة أساسية بالإضافة إلى الملاحظة والتي اعتمدنا عليها في المرحلة الاستكشافية التي كانت بصفة عادية في شكل ملاحظة بسيطة غير مقننة.

3-2 الملاحظة البسيطة:

لقد تمت بطريقة غير مقننة ليس باستعمال شبكة للملاحظة وإنما بصفة عادية مكنتنا في المرحلة الأولى من استكشاف ميدان موضوع دراستنا وتمكننا من تحديد مشكل البحث وبناء الإشكالية.

وقد عرفنا تعريف وجيز:

- يقوم الباحث بمراقبة الجماعة عن كثب دون أن يشترك في أي نشاط تقوم به هذه الجماعة ، فهي تتضمن أكثر من النظر والاستماع ومتابعة وقف اجتماعي معين دون مشاركة فعلية فيه .

ويحاول الباحث الملاحظ قدر الإمكان أن لا يظهر في الموقف كان يمر في أحد الاحياء أو يراقب بعض العمال أو مجموعة من الأطفال ليلاحظ ما يفعلونه ثم يسجل ما يراه وما يسمعه. وما يلاحظه دون علم هؤلاء الناس ومن مزايا هذه الطريقة أنها تهيء للباحث ملاحظة السلوك الفعلي للجماعة في صورته الطبيعية وكما يحدث في مواقف الحياة الطبيعية (عمار بوحوش محمد محمود الذبيني د.ت: ص81).

- هي أن يلاحظ الباحث العينات دون أن يجهلهم يشعرون به أو يشعرون أنهم مراقبون بما يستطيع معرفة على تحقيقها ولكن بدون معرفة العينات (خالد احمد فرحان المشهاني 2012: ص45).

3-3 الاستبيان (الاستمارة):

اخترنا الاستبيان كأداة أساسية في دراستنا هذه نظرا لما تتميز به عن الأدوات الأخرى إذ تعتبر من أكثر الأدوات استخداما في العلوم الاجتماعية لما توفره من سهولة جمع المعلومات والبيانات الميدانية على الظاهرة (موضوع الدراسة) ونستخدم بكفاءة أكثر في البحوث الوصفية لتقرير ما توجد عليه الظاهرة في الواقع (عبد الله محمد عبد الرحمن محمد بدوي 2012: ص371).

وحتى يحقق الاستبيان الهدف المرجو منه لا بد أن يتضمن أسئلة ذات مواصفات خاصة بحيث تكون هذه الأسئلة معبرة بحق عن المبحوث وتنتج من جهة أخرى أجوبة يمكن التعامل معها فيما بعد ويرى علماء

المنهجية أن الإجابة الواضحة قابلة للتحليل أو التعامل العلمي فيما بعد، إنما بالدرجة الأولى بمدى ضبط الأسئلة المتضمنة في الاستمارة سواء من حيث الشكل أو المحتوى (صلاح مصطفى الغوال 1983: ص306).

يعرف بأنه مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين يتم وضعها في استمارة ترسل لاشخاص المعنيين بالبريد أو يجري تسليمها باليد تمهيد للحصول على أجوبة الأسئلة الواردة فيها ، وبواسطتها يمكن التوصل إلى حقائق جديدة عن الموضوع أو التأكد من معلومات متعارف عليها لكنها غير مدعمة .

والاستبيان قد يرسل بطريقة البريد إلى الأفراد المعنيين وقد يحمله الباحث بنفسه إلى الأشخاص والأسلوب المثالي وأن يملئ الاستبيان بحضور الباحث ويسجل بنفسه الأجوبة والملاحظات التي تثري البحث فيما بعد لأن المحيب يتوسع في بعض الأحيان في اجابته ويفيد الباحث أكثر مما كان يتوقع منه والشيء الذي يحصل في معظم الأحيان لا ينتبه إلى بعض الجوانب في الموضوع عند وضع الاستبيان والمجيبون هم يلفتون انتباهه إلى تلك التغيرات فيدارسها في الحال (عمار بوحوش محمد محمود الذنبيبات د.ت: ص81).

احدى الوسائل التي بها نجمع المعلومات عن مشكلة البحث ويكون الاستبيان على شكل أسئلة مختارة لتجيب عليها العينات المختارة ويسمى الاستبيان في كثير من الأحيان في بعض البحوث بالاستفتاء وهو احدى الوسائل أو الأدوات بالبحوث كل مشكلة (خالد احمد فرحان المشهداني 2012: ص229).

وفي موضوعنا هذا لدينا الاستبيان الذي تحت عنوان وسائل الاعلام ودورها في نشر الثقافة البيئية يتدرج في طياته أربعة محاور لكل محور عنوان :

المحور الأول: البيانات الشخصية للمبحوثين

المحور الثاني: الوسائل الإعلامية من وجهة نظر المبحوثين

المحور الثالث: البيئة والوعي البيئي

المحور الرابع : البرامج الإعلامية التوعوية حول البيئة .

وكل محور ينظم مجموعة من الأسئلة التي تطرح على المبحوثين لهدف الحصول على إجابات تمكننا من معرفة دور هذه الوسائل في نشر الثقافة البيئية.

4- عينة الدراسة ومواصفاتها:

• مجتمع البحث:

يعرف على أنه مجموعة منتهية أو غير منتهية من عناصر محددة مسبقا لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها من العناصر الأخرى والتي يجري عليها البحث أو التقصي (بوزيد الصحراوي 2006:ص98).

تعريف مجتمع البحث المتناول في دراستنا لموضوع البيئة و وسائل الاعلام اخذنا سكان بلدية تيارت لمعرفة تأثير هذه الوسائل في نشر الثقافة البيئية و نظرا لعدم قدرتنا على تناول الجميع فأخذنا عينة من المجتمع و هي فئة الشباب التي تتراوح اعمارهم بين 18-36

• العينة والمعاينة:

إن العينة هي الجزء الذي يمثل مجتمع الأصل أو النموذج الذي يجري الباحث مجمل ومحور عمله عليه ولا يمكن أن ينجح البحث إلا إذا كان الباحث يستخدم أساليب خاصة باختيار العينات، وان الباحث عن دراسة الأفراد والمجتمعات لا يستطيع أن يأخذ كافة الأفراد أو المجتمع بأسره لدراسته لأن هذا يتطلب جهدا ووقتا وتكاليف مادية كبيرة جدا، ولهذا يختار الباحث عينة محددة من هذا المجتمع لدراسته، فكلما زاد مجتمع الأصل كلما قلت النسبة وكلما قلت النسبة زاد مجتمع الأصل للعينات (خالد احمد فرحان المشهداني 2012: ص229).

وقد اخترنا في دراستنا نوع العينة القصدية (غير العشوائية) وذلك نظرا لمتطلبات الدراسة.

وهي تلك العينة يقصدها الباحث اختبارها ليعمم نتائج هذه العينة على الكل فكثير من الباحثين يختارون عينة لسهولة جمعها ومراجعتها وتوفير المستلزمات الخاصة بالبحث بتلك الكلفة، وفي الحقيقة لا توجد عينة تمثل مجتمع الأصل إلا إذا كانت متجانسة وعندما تكون العينة متجانسة فإن عينة صغيرة كافية لتمثل مجتمع الأصل وتختار على أساس قانون الاحتمالات وإن العينة المقصودة تكاليفها محدودة على أن يلاحظ دقة في الاختيار (سام سام 2012: ص167).

العينة التي يعتمد عليها في الدراسات الاستطلاعية عندما يكون الباحث مقيدا بمدة زمنية محددة ويفتقر إلى معلومات حول المجتمع المدروس، بحيث يختار الباحث حالات يعتقد انها ستفيده وتمثل مجتمع البحث، ويقرر بصفة مسبقة تحديد عدد المفردات العينة كما يراها ملائمة للدراسة (عاطف عدلي العبيد عبيد، زاكي احمد عزمي، 1999: ص 142).

وقد اعتمدنا في دراستنا على نوع العينة العرضية: ذلك النوع من العينات التي يلجأ الباحث لسهولة توفرها.
خصائص العينة:

جدول رقم(01) يوضح توزيع المبحوثين حسب العمر:

النسبة%	التكرار	الفئة العمرية
35,0%	28	اقل من 23
36,25%	29	من 24 الى 29
26,25%	21	من 30 الى 35
2,5%	2	أكثر من 36
100,0%	80	المجموع

نلاحظ من الجدول رقم (01) ان اغلب افراد العينة ينحصرون في الفئات العمرية ما بين 24 الى 29 بنسبة قدرت ب 36 %، ثم تليها نسبة 35% التي تضم الفئات اقل من 23 سنة ، في حين نجد الفئة العمرية ما بين 23 الى 35 سنة تقدر نسبتها ب 1.3 % .
ومنه نستنتج ان النسب متقاربة في هذه الفئات من حيث العمر حيث تعتبر فئة أكثر من 36 غير معتبرة.

جدول رقم(02) يوضح توزيع المبحوثين حسب الجنس:

النسبة	التكرار	الجنس
40,0	32	ذكر
60,0	48	نثى
100,0	80	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم(02) ان نسبة الاناث المبحوثين قدرت ب 60%، في مقابل 40%

بالنسبة للذكور.

ومنه نستنتج ان معظم العينة التي تم استجوابها هي الاناث.

جدول رقم (03) يوضح توزيع الباحثين حسب المستوى التعليمي:

النسبة %	التكرار	المستوى
1,3	1	امي
6,3	5	يقراً ويكتب
3,8	3	ابتدائي
6,3	5	متوسط
35,0	28	ثانوي
47,5	38	جامعي
100,0	80	المجموع

نلاحظ من الجدول رقم (03) ان نسبة الباحثين الذي لديهم مستوى ثانوي و جامعي مه الذين يمثلون اكبر نسبة و ذلك ب 35% و 47.5% على التوالي ، اما الذين لديهم مستوى يقرا او يكتب فقد مثلت نسبهم ب 6.3% على التساوي بينما كانت اقل نسبة للباحثين خاصة بالأميين حيث قدرت ب 1.3% .
ومنه نستنتج ان اغلب الباحثين مه من ذوي المستوى التعليمي المعتبر ما بين مستوى ثانوي و جامعي و هذا يعني ان معظم العينة التي تم استجوابها هي من الفئة المتعلمة .

جدول رقم(04) يوضح توزيع المبحوثين حسب الحالة الاجتماعية:

الحالة	التكرار	النسبة %
موظف	29	36.25
بطال	15	18.75
متقاعد	2	2.5
متمدرس	34	42.5
المجموع	80	100.0

نلاحظ من الجدول رقم(04) ان نسبة المبحوثين للمتمدرسين و الموظفين يمثلون اكبر نسبة قدرت ب 42,5% و 36,25% على التوالي ، اما فئة البطالين فقد مثلت نسبهم ب 18.75%.
و منه نستنتج ان اغلب المبحوثين هم المتمدرسين هذا يعني ان الفئة التي تم استجوابها هي الفئة المتعلمة .

جدول رقم(05) يوضح توزيع المبحوثين حسب الحالة العائلية:

الحالة	التكرار	النسبة %
أعزب	52	65,0
متزوج	23	28,75
مطلق	2	2,5
أرمل	3	3,75
المجموع	80	100,0

نلاحظ من الجدول رقم (05) ان أكبر نسبة هي 65 % في فئة العزاب، ثم تليها فئة المتزوجين بنسبة 28,75 % اما فئة الارامل والمطلقين قرت ب 3.75 % و 2.5% على التوالي.
ومنه نستنتج ان اغلب المبحوثين هم من فئة العزاب.

1- عرض وتحليل بيانات الدراسة:

الجدول رقم (06): يوضح الوسيلة الاعلامية المفضلة:

لوسيلة الاعلامية المفضلة	تكرار	النسبة المئوية %
لتلفزيون	29	36.25
لاذاعة	11	13.75
لصحافة	9	11.25
لأنترنت	31	38.75
لمجموع	80	100,0

نلاحظ من خلال الجدول رقم (06) ان معظم المبحوثين يفضلون الانترنت

و التلفزيون كوسيلة اعلامية و ذلك بنسبة 38.75 % و 36.25 % على التوالي ، اما الذين يفضلون الاذاعة و الصحافة فقد مثلت نسبهم ب 13,75 % و 11,25 % على التوالي .

و نلاحظ ان الجمهور يفضل الوسيلتين الانترنت و التلفزيون هما وسيلتين سمعية و بصرية تقدمان المعلومة الاعلامية بطريقة سمعية و بصرية و حديثة.

ومنه نستنتج ان الجمهور يفضل الانترنت والتلفزيون عن باقي وسائل

الاعلام الأخرى.

الجدول رقم (07): يوضح المواد الاعلامية في الوسيلة المفضلة:

النسبة المئوية %	لتكرار	للمواد الاعلامية في الوسيلة المفضلة
38,75	31	ثقافية
25,0	20	اجتماعية
17,5	14	سياسية
2,5	2	اقتصادية
15,0	12	ترفيهية
1.25	1	أخرى
100,0	80	المجموع

من خلال الجدول رقم (07) ان اكبر نسبة هي 38,75 % و هي تمثل نسبة الفئة التي تهتم بالبرامج الثقافية ، ثم تليها نسبة الفئة التي تهتم بالبرامج الاجتماعية و ذلك ب 25 %، اما البرامج السياسية و الترفيهية مثلت نسبهم ب 17,5 و 15 % على التوالي.

ومنه نستنتج ان الجمهور الذي تم استجوابه يهتم بالبرامج الثقافية .

الجدول رقم (08): يوضح وسائل الاعلام الوطنية في نشرها للمواد الإعلامية:

النسبة المئوية %	لتكرار	وسائل الاعلام الوطنية في نشرها للمواد الإعلامية
20,0	16	جد فعالة
66.25	53	متوسطة الفعالية
13.75	11	ضعيفة الفعالية
100,0	80	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (08) ان نسبة المبحوثين الذين يرون ان وسائل الاعلام الوطنية و المحلية متوسطة الفعالية لنشرها المواد الاعلامية تمثل ب 53 %، اما نسبة من يرون ان نشر وسائل الاعلام للمادة الاعلامية هو فعال جدا و ضعيفة الفعالية مثلت نسبهم ب 16% و 11% على التوالي. ومنه نستنتج ان الجمهور غير مقتنع تماما بمدى فعالية البرامج الاعلامية التي تبثها الوسائل الاعلامية .

الجدول رقم (09): يوضح تأثير و سائل الاعلام الوطنية على الجمهور:

نسبة المئوية%	تأثير و سائل الاعلام الوطنية على تكرر لجمهور	تأثير و سائل الاعلام الوطنية على تكرر لجمهور
42,5	34	عالي
41.25	33	متوسط
16.25	13	ضعيف
100,0	80	المجموع

نلاحظ من الجدول رقم (09) ان نسبة المبحوثين الذين تاثروا بوسائل الاعلام المحلية و الوطنية بصفة عالي و متوسط مثلت نسبهم ب 42,5% و 41,25% على التوالي، بينما كانت اقل نسبة للمبحوثين خاصة بضعيف حيث قدرت ب 16,3%.

ومنه نستنتج ان اغلب المبحوثين الذين تم استجوابهم كانت اجابتهم ان الوسائل الاعلامية تؤثر

في الجمهور.

الجدول رقم (10): يوضح تأثير الافراد بوسائل الاعلام في مجال التوعية:

نسبة المئوية%	تكرار	مجال التوعية
26.25	21	لسمعية
53.75	43	لبصرية
20,0	16	لمكتوبة
100,0	80	لمجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (10) ان وسائل الاعلام في مجال التوعية تؤثر بدرجة اولى بالوسائل البصرية مثلت نسبتهم ب 53,75% و هي اكبر ، ثم نسبة تليها الوسائل السمعية و المكتوبة حيث قدرت ب 26,25% و 20% على التوالي.

و منه نلاحظ ان ذلك ما يتماشى مع ما حصل عليه في الجدول رقم (06) و الذي تاكدنا من خلاله ان الجمهور يفضل التلفزيون و الانترنت كوسيلة سمعية بصرية للحصول على المادة الاعلامية عموما ، و بالتالي الحصول على التوعية البيئية.

و منه نستنتج ان معظم المبحوثين يتأثرون بوسائل الاعلام في مجال التوعية من خلال الوسائل البصرية .

الجدول رقم (11): معنى كلمة بيئة:

معنى كلمة بيئة	لتكرار	النسبة المئوية %
العناصر البيئية الطبيعية والصناعية التي تحيط بالإنسان	20	25,0
المحيط الواسع الذي يضم كل اشكال الكائنات الحية	16	20,0
الوسط الطبيعي لحياة الانسان والكائنات	44	55,0
المجموع	80	100,0

نلاحظ من الجدول رقم (11) ان أكبر نسبة في المبحوثين هي 55% بالنسبة للفئة التي اختارت الوسط الطبيعي لحياة الانسان والكائنات، ثم تليها نسبة 25% بالنسبة للفئة التي اجابت العناصر البيئية والطبيعية والصناعي التي تحيط بالإنسان، اما نسبة 20% فكانت بالنسبة للفئة التي اختارت المحيط الواسع الذي يضم كل اشكال الكائنات الحية اذ تعتبر اقل نسبة.

و منه نستنتج ان معنى كلمة بيئة بالنسبة للمبحوثين فهي تعني الوسط الطبيعي لحياة الانسان و الكائنات .

الجدول رقم (12): يوضح مفهوم التلوث:

مفهوم التلوث	لتكرار	النسبة المئوية %
تدمير البيئة	39	48.75
اختفاء الكائنات الحية	3	3.75
اختلال التوازن البيئي	37	46.25
اخرى	1	1.25
المجموع	80	100,0

نلاحظ من خلال الجدول رقم (12) ان نسبة اجابات المبحوثين لتدمير البيئة و اختلال التوازن البيئي هم الذين يمتلكون اكبر نسبة و ذلك ب 48,75% و 46,25% ، بينما كانت اقل نسبة للمبحوثين الذين اجابوا باختفاء الكائنات الحية قدرت ب 3,75%.

و منه نستنتج ان معظم مفهوم المبحوثين اجابوا ان مفهوم التلوث يعني تدمير البيئة و اختلال التوازن

البيئي .

الجدول رقم (13): يوضح المشكلات الاخطر التي تهدد البيئة:

النسبة المئوية %	لتكرار	لمشكلات الاخطر التي تهدد البيئة
10,0	8	تلوث الهواء
17,5	14	تلوث الماء
7528,	23	تلوث المحيط
7543,	35	القمامات
100,0	80	المجموع

نلاحظ من خلال رقم الجدول (13) ان اكبر نسبة للمشكلات التي تهدد البيئة بصفة القمامات تقدر ب 43,75 % ثم تليها نسبة الفئة التي اختارت تلوث المحيط و ذلك ب 28,75 %، ثم نسبة تلوث الماء و الهواء حيث مثلت نسبتهم ب 17,5 و 10 % على التوالي. و منه نستنتج ان اغلب المبحوثين اجابوا بان القمامات هي من اهم المشكلات التي تهدد البيئة في بلدية تيارت .

الجدول رقم (14): يوضح أسباب تفاقم مشكلة التلوث:

النسبة المئوية %	لتكرار	سباب تفاقم مشكلة التلوث
22,5	18	النمو السكاني
7,5	6	النمو الصناعي
47,5	38	ضعف الوعي البيئي
22,5	18	الرمي العشوائي للمخلفات المنزلية
100,0	80	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (14) ان معظم اجابات المبحوثين لضعف الوعي البيئي قدرت ب 47,5% ثم تليها اجابات المبحوثين للنمو السكاني والرمي العشوائي فقد مثلت نسبتهم ب 22,5%، بينما كانت اقل نسبة للمبحوثين الخاصة بالنمو الصناعي حيث قدرت ب 7,5%.
ومنه نستنتج ان معظم اجابات الجمهور بالنسبة لأسباب تفاقم مشكلة التلوث هو ضعف الوعي البيئي.

الجدول رقم (15): يوضح مخاطر التلوث على السكان:

نسبة المئوية%	لتكرار	مخاطر التلوث على السكان
61.25	49	مشكلات صحية
33.75	27	أضرار بيئية
5,0	4	أخرى
100,0	80	لمجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (15) ان نسبة اغلب المبحوثين الذين اجابوا على مشكلات صحية قدرت ب 61.25%، ثم تليها نسبة الفئة التي اختارت اضرار بيئية وذلك ب 33,75%.
ومنه نستنتج ان الجمهور اجاب على ان مخاطر التلوث على السكان هي المشكلات الصحية.

الجدول رقم (16): يوضح طرق الحد من التلوث:

نسبة المئوية%	التكرار	طرق الحد من التلوث
53.75	43	سن قوانين صارمة
20,0	16	تنظيم حركة المخلفات
7,5	6	بناء سدود للحد من جريان المياه لعشوائية
18.75	15	نبني المشاريع التوعوية والتحسيسية
100,0	80	لمجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (16) بان نسبة اغلب المحوثين الذين كانت اجابتهم بسن القوانين و هي تمثل اعلى نسبة و ذلك ب 53,75 %، ثم تليها نسبة 20 % و 75,18% على التوالي بالنسبة للمبحوثين الذين اجابوا بتنظيم حركة المخلفات، و تبني المشاريع التوعوية و التحسيسية اما اجابات الفئة ببناء سدود للحد من جريان المياه العشوائية كانت اقل نسبة حيث قدرت ب 7,5 %.

ومنه نستنتج ان الجمهور اجمع بسن قوانين صارمة للحد من التلوث.

الجدول رقم (17): يوضح تقييم اهتمام وسائل الاعلام الوطنية والمحلية للبيئة:

النسبة المئوية%	التكرار	تقييم اهتمام وسائل الاعلام الوطنية والمحلية للبيئة
11.25	9	مرتفع
61.25	49	متوسط
27,5	22	منخفض
100,0	80	لمجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (17) ان نسبة المبحوثين الذين اختاروا متوسطة و هي تمثل اكبر نسبة و ذلك ب 61,25%، ثم تليها نسبة 27,5% بالنسبة للفئة التي اجابت على منخفض، اما بالنسبة لمرتفع تقدر ب 11,25%.

ومنه نستنتج ان الجمهور اهتم بوسائل الاعلام الوطنية والمحلية للبيئة بصفة متوسطة.

الجدول رقم (18): متابعة برنامج اعلامي يهتم بالبيئة:

النسبة المئوية%	التكرار	متابعة برنامج اعلامي يهتم بالبيئة
51.25	41	نعم
48.75	39	لا
100,0	80	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (18) ان اغلب اجابات المبحوثين تمثل نسبتهم ب 51,25% كانت بالنسبة للفئة التي اجابت بنعم ، اما اجابات لا قدرت ب 48,75 %.

و منه نستنتج ان حوالي نصف الجمهور الذي تم استجوابه يهتم بالمواضيع البيئية اما النصف الاخر لا يهتم.

الجدول رقم (19): يوضح عمل وسائل الاعلام الوطنية والمحلية على نشر الوعي البيئي:

النسبة المئوية%	التكرار	عمل وسائل الاعلام الوطنية والمحلية على نشر الوعي البيئي
12,5	10	غالباً
63.75	51	حيانا
23.75	19	نادراً
100,0	80	لمجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (19) ان اغلب اجابات الباحثين باحيانا قدرت ب 63,75 % ، ثم تليها الفئة التي اجابت بنادراً و ذلك ب 23,75 % ، اما اقل نسبة للمبحوثين خاصة ب غالباً يمثلون نسبة 12,5%. و منه نستنتج ان اغلب الجمهور اجمع على ان وسائل الاعلام الوطنية والمحلية لا تعمل على نشر الوعي البيئي.

الجدول رقم (20): يوضح تناول موضوعات البيئة حسب الوسيلة الاعلامية المفضلة :

المجموع	قصد وسائل الاعلام في تناول موضوعات البيئة					
	خطار التلوث	صد حلول التجنب	لتوعية والتحسيس	لتنقيف		
29	3	4	15	7	التلفزيون	لوسيلة الاعلامية لمفضلة
%100,0	%10,3	%13,8	%51,7	%24,1		
11	0	3	7	1	لاذاعة	
%100,0	%0,0	%27,3	%63,6	%9,1		
9	0	0	8	1	لصحافة	
%100,0	%0,0	%0,0	%88,9	%11,1		
31	5	4	16	6	لأنترنت	
%100,0	%16,1	%12,9	%51,6	%19,4		
80	8	11	46	15	المجموع	
%100,0	%10,0	%13,8	%57,5	%18,8		

نلاحظ من خلال الجدول رقم (20) نسبة وسائل الاعلام التي تتناول الموضوعات البيئية و التي يكون قصدها التحسيس و التوعية البيئية تمثل نسبة 57,5 % ، تليها الموضوعات التي تهتم بالتنقيف (تقديم معلومات حول البيئة) و رصد حلول بنسبة 18,8% و على التوالي بينما تتناول الموضوعات التي تهتم باخطار التلوث بنسبة 10%.

كما يتبين من خلال الجدول ان الموضوعات البيئية و التي تركز اساسا على التحسيس و التوعية ،الثقيف و رصد الحلول و تقديم اخطار التلوث التي يتلقاها الجمهور عبر التلفزيون يمثلون النسب 51,7% ، 24,1% ، 13,8% ، 10,3% على التوالي ، بينما يتلقى المبحوثين الموضوعات التي تتناول التوعية و التحسيس و رصد الحلول من خلال الاذاعة و ذلك بنسبة 63,6% و 27,3% على التوالي ، اما المبحوثين الذين يتلقون الموضوعات التي تتناول التوعية و التحسيس ، الثقيف ، اخطار التلوث و رصد الحلول مثلت نسبتهم ب 57,5% و 18,8% و 18,8% 13,8% و 10% على التوالي .

و منه نستنتج ان المبحوثين يتلقون الموضوعات البيئية بقصد التوعية و التحسيس.

الجدول رقم (21): يوضح تناول موضوعات البيئة حسب تأثر و سائل الاعلام الوطنية و المحلية على الجمهور :

المجموع	نصد وسائل الاعلام في تناول موضوعات البيئة				التثقيف	لتوعية و التحسيس	رصد لتجنب	حلول	خطار التلوث
	عالي	متوسط	ضعيف	المجموع					
34	2	5	18	9					
%100,0	%5,9	%14,7	%52,9	%26,5					
33	3	3	22	5					
%100,0	%9,1	%9,1	%66,7	%15,2					
13	3	3	6	1					
%100,0	%23,1	%23,1	%46,2	%7,7					
80	8	11	46	15					
%100,0	%10,0	%13,8	%57,5	%18,8					

نلاحظ من خلال الجدول رقم (21) ان نسبة وسائل وسائل الاعلام التي تتناول موضوعات البيئة و التي يكون قصدها التوعية و التحسيس البيئي تمثل بنسبة 57,7% تليها الموضوعات التي تهتم بالتثقيف 18,8% ، و رصد حلول لتجنب اختار التلوث و اختار التلوث مثلت نسبهم ب 13,8% و 10% على التوالي. كما تبين من خلال الجدول ان الموضوعات البيئية و التي تركز اساسا على التحسيس و التوعية ، التثقيف ، رصد حلول لتجنب التلوث ، التي يتاثر بها الجمهور على مستوى عالي يمثلون النسب 52,9% و 26,5% و 14,7% على

التوالي .بينما يتلقى المبحوثين الموضوعات التي تتناول التوعية و التحسيس ،التثقيف قصد التأثير على الجمهور و ذلك ب 66,7 % و 15,2 % على التوالي. اما المبحوثين الذين يتناولون موضوعات التوعية و التحسيس ، رصد حلول لتجنب التلوث و اخطار التلوث قصد التأثير على الجمهور بمستوى ضعيف و مثلت نسبتهم ب 46,2 % و 23,1 % و 23,1 % على التوالي .

و منه نستنتج ان الموضوعات البيئية بقصد التوعية و التحسيس و التثقيف تؤثر على المبحوثين بمستوى عالي بينما هناك تاثير ضعيف بالنسبة لمتوسط فيما يخص الموضوعات التي تهتم برصد حلول لتجنب الاخطار البيئية و التلوث.

الجدول رقم (22): يوضح عمل وسائل الاعلام الوطنية والمحلية على نشر الوعي البيئي من خلال الوسيلة الاعلامية المفضلة:

المجموع	عمل وسائل الاعلام الوطنية والمحلية على نشر الوعي البيئي			لوسيلة الاعلامية المفضلة
	بنادرا	حيانا	غالبا	
29	8	16	5	التلفزيون
%100,0	%27,6	%55,2	%17,2	
11	2	7	2	الاذاعة
%100,0	%18,2	%63,6	%18,2	
9	2	7	0	الصحافة
%100,0	%22,2	%77,8	%0,0	
31	7	21	3	الانترنت
%100,0	%22,6	%67,7	%9,7	
80	19	51	10	المجموع
%100,0	%23,8	%63,8	%12,5	

نلاحظ من خلال الجدول رقم (22) ان نسبة و وسائل الاعلام التي تعمل على نشر الوعي البيئي أحيانا تمثل نسبة 63,8% تليها الوسائل التي تعمل على نشر الوعي البيئي بنادرا و غالبا مثلت نسبهم ب 23,8% و 12,5% على التوالي .

كما تبين من خلال الجدول ان الوسائل الإعلامية الوطنية و المحلية تعمل على نشر الوعي البيئي من خلال التلفزيون و التي تنشر أحيانا و نادرا و غالبا بنسب 55,2% و 27,6% و 17,2% على التوالي.

بينما تعمل وسائل الإعلام الوطنية و المحلية على نشر الوعي البيئي باحيانا ، نادرا و غالبا من خلال الإذاعة و ذلك بنسب 63,6% و 18,2% و 18,2% على التوالي.

أما وسائل الإعلام المحلية و الوطنية التي تنشر الوعي البيئي من خلال الصحافة المكتوبة و ذلك بنسب 77,8% و 22,6% على التوالي. في حين تعمل وسائل الإعلام الوطنية و المحلية على نشر الوعي البيئي من خلال الأنترنت لأحيانا و نادرا بنسب 67,7% و 22,6% على التوالي.

و منه نستنتج أن لوسائل الإعلام الوطنية و المحلية التي تعمل على نشر الوعي البيئي ، احيانا لها نسبة كبيرة .

الجدول رقم (23): يوضح كلمة بيئة من خلال متابعة برنامج اعلامي بيئي :

المجموع	معنى كلمة بيئة				
	الوسط الطبيعي لحياة الانسان والكائنات	المحيط الواسع الذي يضم كل اشكال الكائنات الحية	العناصر البيئية الطبيعية والصناعية التي تحيط بالانسان		
41	22	8	11	نعم	متابعة برنامج اعلامي يهتم بالبيئة
%100,0	%53,7	19,5%	%26,8		
39	22	8	9	لا	
%100,0	%56,4	%20,5	%23,1		
80	44	16	20	المجموع	
%100,0	%55,0	%20,0	%25,0		

من نتائج الجدول الواردة في الجدول رقم (23) حول مشاهدة برنامج اعلامي للبيئة و معنى كلمة

بيئة التي تعني الوسط الطبيعي لحياة الانسان و الكائنات كانت النسب كالتالي : اعلى نسبة قدرت ب %56,4 بالنسبة للذين لا يشاهدون برنامج إعلامي حول البيئة ، تليها نسبة % 53,7 تخص الذين يشاهدون برنامج إعلامي حول البيئة ، اما فيما يتعلق بمعنى الكلمة التي تعني العناصر الطبيعية و الصناعية التي تحيط بالبيئة بالإنسان كانت النسب كالتالي : % 26,8 بالنسبة لأفراد العينة الذين يشاهدون برنامج إعلامي حول البيئة ، تليها نسبة %23,1 بالنسبة لأفراد العينة الذين لا يشاهدون برنامج إعلامي حول البيئة ، اما فيما يتعلق بمعنى كلمة البيئة التي تعني المحيط الواسع الذي يضم كل اشكال الكائنات الحية كانت النسب متقاربة بالنسبة للذين يشاهدون و الذين لا يشاهدون برامج إعلامية حول البيئة .

و منه نستنتج أن المبحوثين الذين يتابعون البرامج الإعلامية البيئية و الذين لا يتابعون البرامج رغم إختلاف مصادر تلقي المعلومات الا أن لديهم ثقافة حول البيئة.

الجدول رقم (24): يوضح فعالية نشر الوعي البيئي للحصة البيئية من خلال متابعة برنامج اعلامي يهتم بالبيئة:

المجموع	فعالية نشر الوعي البيئي للحصة البيئية				
	ضعيفة	متوسط	مرتفعة		
41	11	21	9	نعم	متابعة برنامج اعلامي يهتم بالبيئة
%100,0	%26,8	%51,2	%22,0		
39	15	23	1	لا	
%100,0	%38,5	%59,0	%2,6		
80	26	44	10	المجموع	
%100,0	%32,5	%55,0	%12,5		

من خلال الجدول رقم (24) نلاحظ أن نسبة فعالية حصة البيئة في نشرها للوعي البيئي و التي تكون بصفة متوسطة تمثل بنسبة 55 % تليها فعالية بصفة ضعيفة و مرتفعة بنسب 32,5% و 12,5 % على التوالي.

كما يتبين من خلال الجدول ان فعالية حصة البيئة في نشرها للوعي البيئي بشكل متوسط قدرت ب 51,2 % و ضعيف و مرتفع بنسب 26,8 % و 22 % على التوالي ،من خلال عدم متابعة البرامج البيئية.

و منه نستنتج أن فعالية الحصة البيئية متوسطة الفعالية و هناك عدم إهتمام الجمهور بما تقدمه وسائل الاعلام من حصص.

الجدول (25): يوضح تناول موضوعات البيئة حسب توجه الوسيلة الاعلامية للجمهور:

المجموع	قصد وسائل الاعلام في تناول موضوعات البيئة					
	التثقيف	التوعية والتحسيس	رصد حلول التجنب	اخطار التلوث		
32	8	19	3	2	وطنية	
%100,0	%25,0	%59,4	%9,4	%6,3		
30	6	16	5	3	جهوية	هم المواضيع
%100,0	%20,0	%53,3	%16,7	%10,0		
18	1	11	3	3	محلية	
%100,0	%5,6	%61,1	%16,7	%16,7		
80	15	46	11	8	المجموع	
100,0%	18,8%	57,5%	13,8%	10,0%		

من خلال الجدول رقم (25) نلاحظ أن نسبة وسائل الإعلام التي تتناول الموضوعات البيئية و التي يكون قصدها التحسيس و التوعية البيئية تمثل نسب 57,5% تليها الموضوعات التي تهتم بالتثقيف و تقديم معلومات حول البيئة ، رصد حلول لتجنب التلوث و اخطار التلوث 18,8% و 10% على التوالي . كما تبين من خلال الجدول ان الموضوعات البيئية و التي تركز اساسا على التحسيس و التوعية و التثقيف و التي تكون وطنية يمثلون النسب 59,4% و 25% على التوالي، بينما أن الموضوعات التي تتناول التوعية و التحسيس و التثقيف و التي تكون جهوية و ذلك بنسبة 59,3% و 20% على التوالي.

في حين أن الموضوعات التي تتناول التوعية و التحسيس قدرت ب 61,1% اما التثقيف و رصد حلول تجنب مخاطر التلوث و التي تكون محلية بنسبة و 16,7% على التساوي.

ومنه نستنتج أن الموضوعات المحلية لها أكبر نسبة وهذا يدل على أن المجتمع ينحاز إلى كل ما يقلق بمحيط عيشه .

الجدول (28): يوضح عمل وسائل الاعلام الوطنية و المحلية على نشر الوعي البيئي حسب تاجر الجمهور :

المجموع	عمل وسائل الاعلام الوطنية والمحلية على نشر الوعي البيئي				
	نادرا	احيانا	غالبا		
21	3	15	3	السمعية	يتأثر الافراد بوسائل الاعلام في مجال التوعية
%100,0	%14,3	%71,4	%14,3		
43	14	24	5	البصرية	
%100,0	%32,6	%55,8	%11,6		
16	2	12	2	المكتوبة	
%100,0	%12,5	%75,0	%12,5		
80	19	51	10	المجموع	
%100,0	%23,8	%63,8	%12,5		

من خلال الجدول نلاحظ أن وسائل الاعلام الوطنية والمحلية تعمل على نشر الوعي البيئي غالبا بنسبة

12,5%.

ويتبين من خلال الجدول أن وسائل الاعلام الوطنية والمحلية تعمل على نشر الوعي البيئي أحيانا بنسبة 71,4%، نادرا وغالبا بنسبة 14,3% من خلال الوسائل السمعية بينما تعمل وسائل الاعلام الوطنية والمحلية على نشر الوعي البيئي أحيانا بنسبة 55,8%، ثم تليها 32,6% لنادرا من خلال الوسائل البصرية .

في حين أن وسائل الاعلام الوطنية والمحلية تعمل على نشر الوعي البيئي أحيانا بنسبة 75%، ونادرا وغالبا بنسبة 12,5% على التساوي من خلال الوسائل المكتوبة .

ومنه نستنتج أن الوسائل السمعية لها جماهيرية أكبر لدى المستمعين في نشر الوعي البيئي عكس المكتوبة .

2- عرض قراءة وتحليل معطيات الفرضية الاولى:

• مناقشة نتائج الفرضية الاولى:

يوضح الجدول رقم (07) المواد الاعلامية في الوسيلة المفضلة و الذي يتبين من خلاله ان الجمهور يهتم بالبرامج الثقافية عكس الاجتماعية و هذا راجع الى كون ان معظم المبحوثين من الفئة المتعلمة .

بينما يوضح الجدول رقم (08) ان الجمهور يرى ان الوسائل الاعلامية الوطنية و المحلية متوسطة الفعالية في نشرها للمواد الاعلامية و بالتالي فالجمهور غير مقتنع تماما بمدى فعالية ما تقدمه وسائل الاعلام الوطنية و المحلية و هذا راجع الى ضعف نوعية المعلومة الاعلامية .

في حين يوضح الجدول رقم (09) ان الجمهور يتأثر بوسائل الاعلام الوطنية و المحلية و هذا ما تقدمه من مواضيع تهمه في حياته اليومية.

اما الجدول رقم (10) و الذي نلاحظ من خلاله ان الجمهور يفضل الوسيلتين الانترنت و التلفزيون كونهما تقدمان المعلومة بطريقة حديثة هذا راجع الى التطور الذي شهدته تكنولوجيا الاعلام و الاتصال .

من خلال رقم (17) ان اهتمام الجمهور بوسائل الاعلام اهتمام متوسط و هذا راجع الى عدم كفاءة هذه الوسائل وطنية كانت ام محلية في تقديمها للمعلومة البيئية.

يتضح لنا من خلال النتائج المتحصل عليها من الجدول رقم (20) ان التلفزيون هو من أكثر الوسائل التي تعرض برامج مختلفة تتناول عدة جوانب منها التحسيس، التوعية، و التثقيف كما هو معروف أن البرامج ان البرامج التي تعرض في التلفزيون هي الاكثر متابعة و مشاهدة من قبل الافراد كونها تعرض المضامين الاعلامية بالصوت و الصورة و كون نوع معين من البرامج يسلط الضوء على الواقع المعاش في المجتمع.

وتعتبر المضامين الاعلامية التي تعرض نوع من هذه البرامج التحسيسية وتبرز حجم الظاهرة التي تم التطرق اليها و في نفس الوقت تنشر رسائل توعوية، اما فيما يتعلق بالوسائل الاخرى فان اقبال الافراد على مشاهدة مضامين هذه البرامج اقل مقارنة بوسيلة التلفزيون كون هذه الوسائل لا تعرض مقدار من البرامج التي يعرضها التلفزيون و هذا راجع الى اختلاف في المستويات المعيشية و المستويات التعليمية، و دور الاسرة في تحفيز افرادها على تبني هذه الوسائل.

و هذا ما توصلنا اليه في دور وسائل الاعلام الجماهيرية في التوعية البيئية ان التلفزيون يعد اقوى وسيلة من حيث تأثيرها على المشاهدين في اختلاف اعمارهم و مستوياتهم الاجتماعية و الثقافية، لما له من امكانيات متعددة و متنوعة و خاصة في المجال الاجتماعي و ما يترتب عن ذلك من توعية ووقاية من مختلف الازمات و الظواهر التي تشكل خطورة على المجتمع و افراده.

اما فيما يتعلق باثر وسائل الاعلام الذي تحدثه فيما يخص القضايا (التحسيس و التوعية والتثقيف) هذا ما بينه الجدول رقم (21)، فقد اكدت نتائج الدراسة ان لوسائل الاعلام اثر عالي خصوصا حول القضايا البيئية التحسيسية و التوعوية لأنها تسلط الضوء على المشاكل البيئية (البناءات الفوضوية في المناطق غير المسموح فيها بالبناء ، عدم احترام مكان رمي الفضلات) خصوصا الوسائل المحلية التي لها صدى كبير من طرف المواطنين لأنها تهتم بكل ما هو محلي و ما يهم الافراد في حياتهم اليومية .انما ما تعيشه مجتمعات اليوم من مشاكل مختلفة و بسبب نقص دور المؤسسات المسؤولة عن تحقيق الاستقرار داخل النسق المجتمعي، برز دور وسائل الاعلام في الكشف و محاولة إيجاد الحلول عن طريق توطيد العلاقة ما بين المؤسسات و الافراد باعتبارهم المستهدفين الاوائل ، اما بالنسبة لأفراد العينة التي كانت اجابتهم ان تأثير و وسائل الاعلام متوسط و يضعف في احيان اخرى فهذا راجع حسب رأيهم الى النقائص التي تعاني منها الحصص و البرامج المعروضة حول المواضيع الاكثر استقطابا و متابعة من طرف الافراد.

و هذا ما تطرقنا اليه في الجانب النظري من خلال تأثير وسائل الاعلام على الجمهور ، كما قال " لازار سفيلد كاتنر" انه لا يوجد حواجز بين وسائل الاعلام و الجماهير فعندما تطلق وسائل الاعلام رسائلها يتلقاها الجمهور على الجانب الاخر ، و اطلق على هذه النظرية اسم نظرية الطلقة في كتابات ولبرشام " و اسم الحقنة تحت الجلد في كتابات " دافيد بيرلو" ، او القذيفة السحري في كتابات " ميلفين ديلفر" ، و ترى هذه النظريات ان تأثير وسائل الاعلام يكون فرديا و تمس هذه التأثيرات الدوافع الداخلية و العواطف و الجوانب الاخرى التي يسيطر عليها الفرد بصفة محدودة.

و من خلال الجدول رقم (22) تبين لنا ان وسائل الاعلام المحلية و الوطنية لها دور في نشر الوعي البيئي و ان اختلفت مستوياتها فقد بينت نتائج الدراسة ان التلفزيون يعتبر من اهم المصادر التي تساهم في نشر الوعي البيئي نظرا لما تبثه من حصص و برامج حول المواضيع المختلفة خصوصا ما تعلق بالبيئة.

كما اتضح لنا من خلال الجدول رقم(23) الذي يتمحور حول مشاهدة برنامج اعلامي بيئي و معنى كلمة البيئة فان نتائج الدراسة كانت تشير الى ان هناك توافق بين اجابات الافراد حول معنى كلمة البيئة و هذا راجع الى اختلاف في درجة التعرض لوسائل الاعلام فرغم اختلاف النسب الى ان مفهوم البيئة شكل نفس الاهتمام لدى الذين يشاهدون البرامج و الذين لا يشاهدون .

اما فيما يتعلق بفعالية حصة البيئة و الموضحة في الجدول رقم (24) ان نشرها للوعي البيئي يكون بصفة متوسطة و هذا ما اجمع عليه اغلبية الباحثين و يرجع ذلك لمشاهدة البرامج البيئية لكن بصفة منقطعة نظرا لوجود مصادر اخرى.

و ايضا صادفنا في الدراسة التي تطرق اليها : الدكتور "فضيل دليو" ، حول الصحافة الجزائرية و جرائم البيئة ، ان اهتمام الصحف الثلاث بجرائم البيئة كان منخفضا جدا بحيث لم تتجاوز عدد مرات هذه الجرائم 160 مرة على مجمل صفحات 648 عدد لثلاث صحف جزائية هامة منها الاسبوعي ،الجهوي و الوطني .
و تؤكد البيانات الخاصة بمؤشر اتجاه المعالجة الصحفية لجرائم البيئة ميل الصحافة الجزائرية لسرد الوقائع بدون تصرف مع تعميم في ذكر اقوال المواطنين و المسؤولين و اجراءاتهم المتخذة او الموعود بها.

• نتائج الفرضية الأولى:

- تلعب وسائل الاعلام الوطنية و المحلية دور فعال في نشر الوعي البيئي.
- عدم اقتناع الجمهور بفعالية وسائل الاعلام الوطنية و المحلية.
- ضعف الوعي البيئي سبب في تفاقم مشكلات التلوث.

3- مناقشة نتائج الفرضية الثانية:

من خلال الجدول رقم (06) يتضح لنا بان الجمهور يفضل الانترنت كوسيلة اعلامية عن باقي الوسائل الاخرى و ذلك لما يتميزان به من دقة و سرعة في المعلومة .

من خلال الجدول رقم (11) اتفق الجمهور على ان البيئة تعني الوسط الطبيعي لحياة الانسان و الكائنات لانها الموقع الذي يعيشون فيه و يتفاعلون مع افراد مجتمعهم في حين يتبين لنا من خلال الجدول رقم (12) ان الجمهور له نظرة حول مفهوم التلوث و الذي اجمعوا على انه تدمير للبيئة من خلال و اختلال التوازن البيئي بسبب عدم احترام القوانين البيئية.

كما يوضح رقم (14) ان اسباب تفاقم مشكلة التلوث هو ضعف الوعي البيئي و ذلك راجع الى عدم توصيل المعلومة الاعلامية البيئية للجمهور من خلال وسائل الاعلام و محدودية ثقافته.

اما الجدول رقم (15) فهو يوضح ان مخاطر التلوث على السكان تمس بالدرجة الاولى صحة الافراد و هذا ما يظهر من خلال انتشار الامراض و كثرة الوفيات خاصة في الاحياء القصدية.

اما الجدول رقم (16) وضح لنا ان للحد من التلوث و مخاطره قد اجمع معظم الباحثين على سن قوانين صارمة للحد من هذا التلوث الذي انتشر بسبب ضعف البرامج و القوانين الخاصة بالبيئة .

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (18) ان الجمهور ينقسم بين يهتم و لا يهتم بالبرامج الاعلامية التي تخص البيئة ، الا انه هناك تقارب بينهم.

فقد اثبتت دراسات في علم النفس و علم الأنثروبولوجيا و علم الاجتماع ان التثقيف له اثره الكبير في تشكيل الاتجاهات النفسية للراي العام ، و التثقيف عن طريق وسائل الاعلام يكون اما عارضا او مقصودا .

الأول: و المقصود به كل جوانب المعرفة التي يرصدها الفرد دون قصد أو تخطيط مسبق ، و ينمي التثقيف العارض الثروة اللغوية للفرد و يزيد اهتمامه نحو موضوع ما .

اما الثاني: فيكون بتخطيط و توجيه مسبق للفرد نحو قضية ما .

و يجب على هذه الوسائل أن توصل البعد الادراكي للأفراد و التي نقصد بها المعلومات و المفاهيم التي ينبغي ان يعرضها الأفراد و الجماعات عن النظم البيوفيزيائية ، وكل ما تحتويه البيئة الطبيعية من موارد و علاقات و قدرات و ما تتعرض له من مشكلات و من هنا تبرز دور المؤسسات غير النظامية في عمليتي التعليم و التثقيف البيئي و تعتبر وسائل الاعلام الأكثر فعالية في نشر الوعي البيئي للمواطنين على اختلاف أعمارهم ودرجات ثقافتهم و أماكن تواجدهم و لضمان الادراك و الفهم الصحيحين للعلاقة التي تربط الانسان ببيئته ينبغي الاهتمام و العناية بقنوات الاتصال و قدرتها على الأداء في اصال المعلومات و البيانات البيئية.

و نقصد هنا وسائل الاعلام المتعددة لما لها من القدرة التقنية و الفنية في كل ما يتعلق بالبيئة على المستوى المحلي و الاقليمي و الدولي من خلال المعالجة الشاملة للأحداث بغية اصالها الى كافة الشرائح الاجتماعية و رفع وعيهم بأبعاد و مخاطر المشكلات البيئية.

في حين يتضح لنا من خلال الجدول رقم (25) الذي بين وسائل الاعلام التي تتناول الموضوعات البيئية و التي يكون قصدها التحسيس و التوعية بنسبة كبيرة و هذا ما اجمع عليه اغلبية المبحوثين بأن تكون مواضيع وطنية تهتم بكل ما يدور في المجتمع عامة أينما كان موقع اقامته ، لأنه كمطلب اساسي لكل مواطن في هذا العصر بان يكون مدركا للمشكلات البيئية و اسبابها ووسائل حلها ، و عليه ينبغي تزويده بالمفاهيم و المهارات و القيم التي تساعد على ذلك و في هذا المجال يمكن ان تؤدي وسائل الاعلام دورها كما ينبغي في عملية التوعية البيئية ، سبق و ذكرنا ان

وسائل الاعلام من اهم وسائل التعليم غير النظامي لما لها من دور في عمليتي التربية و التثقيف و يبدو ان العلاقة وطيدة بين الاعلام و التربية البيئية على الرغم من اختلاف الوسائل و الظروف المحيطة بكل من العمليتين إلا أن الهدف واحد و هو نشر و تدعيم الوعي البيئي ، و تلعب وسائل الاعلام الجماهيري دورا في تدعيم التربية البيئية إذ أنها تمثل الوسائط المثالية للوصول الى أوسع قاعدة جماهيرية ممكنة .

فالتراكم المعرفي الذي يكسبه الفرد يمكنه من بناء إتجاهات و مواقف نحو البيئة ، فقد يكون لدى الفرد شعورا بمدى ضرورة المحافظة على البيئة و المساهمة في حل مشكلاتها و تطوير ظروفها و قد يحدث العكس تماما ، فهذه الإتجاهات تتميز بأنها مكتسبة و غير موروثة تتكون عن تفاعل الفرد مع موضوع ما ، كما أنه ذو إستمرار نسبي و تقع بين طرفين أحدهما موجب و الآخر سلبي ، و يمكن قياس و تعديل الإتجاهات من خلال ما يلي :

-تشجيع الفرد و مكافئته عند ما يعبر عن اتجاه مرغوب فيه ، مما يؤدي على تأصيل إتجاهاته او تغييره.

-ادخال عامل القلق و الخوف يؤدي في كثير من الأحيان الى تغيير إتجاه معين .

-فهم دواعي تغيير الإتجاه و أدراكه يمكن من تعديل الإتجاهات على النحو المرغوب فيه.

-تغيير الظروف و العوامل المرتبطة بالإتجاهات.

و من خلال الجدول رقم (26) و الذي تناولنا فيه وسائل الإعلام على نشر الوعي البيئي و قد أجمع أغلبية الباحثين أن وسائل الإعلام السمعية تعمل على نشر الوعي البيئي بنسبة كبيرة و هذا راجع إلى أن الإذاعة تعتبر وسيلة هامة من حيث اختصار الوقت ، و في أي مكان فهي ذات مجال واسع لا تربط المستمع بمكان معين كي يتتبع برامجها (مثلا سائق يستمع إلى برنامج إذاعي و في نفس الوقت يسوق....)

فالإذاعة والتلفزيون هما النجح وسيلتين لبلوغ الجمهور العريض و تبليغ المعلومات العامة ، و هما أكثر ملائمة للفرد والعائلة في الريف و في المدن بالنسبة لكل شرائح المجتمع لكن إستعمالها يكون ناجحا إذا أعدت البرامج بكل ، اذ تم بثها في مواعيد تتلائم و تفرغ الجمهور و استعداده لقبول مثل هذه الرسالة ، بل تتضاعف الفائدة و تتسع رقعة الإستفادة عندما يقع اشتراك الجمهور بإجراءات الحوار معه حول مواضيع تهمه مباشرة مثل : التلوث، الضوضاء ، التصحر، وغيرها..... كما يمكن إشراكه أيضا حول أهم المواضيع العالمية مثل تدهور طبقة الأوزون و الإحتباس الحراري و غير ذلك من المواضيع .

أما الصحافة اليومية كانت أدوية عامة او متخصصة فهي أهم مصادر الإعلام و الإبلاغ لكنها و في كل الحالات و مهما كانت وفرة قرائها تبقى اقل تأثير من الإذاعة و التلفزة، لقد أوضحت الدراسات الإعلامية أن الإعلام قد اخفق إخفاقا كبيرا في مشروعات حماية البيئة في البلدان النامية ، و اسباب ذلك كثيرة و لعل أبرزها سيطرة الحكومة على وسائل الإعلام الثقيلة و ضعف برامج الإعلام البيئي ، هذا إن وجدت البرامج فهي مغايرة للواقع البيئي المعاش في هذه البلدان .

و لا بد من إستغلال و تنظيم الحملات الإعلامية التحسيسية مع تجنب البرامج التابعة غير المرتبطة ببعضها البعض ، و إذا كان من الطبيعي أن يزداد الإهتمام عند حدوث الكوارث فإنه ينبغي أيضا تكثيف الإعلام و التبليغ عند المناسبات أو عند إقامة لقاءات هامة على المستويين المحلي و العالمي و كذلك بمناسبة الإحتفال ببعض الأيام الخاصة بأنشطة لها صلة مثل عيد الشجرة أو يوم النظافة او يوم مكافحة التدخين أو يوم الصحة و ما إلى ذلك من المناسبات ، و تفسح له الصحف و الإذاعة و التلفزيون قنواتها و حصصها و المدارس برامج خاصة بها و الجمعيات توعية أعضائها و روادها و المساجد خطب أئمتها و تنظيم الدوائر المسؤولة أو المتخصصة بالموضوع مسابقات شعرية أو أدبية و تشكيلية و مسرحية.

• نتائج الفرضية الثانية:

- ✓ إن الموضوعات البيئية التي تبرزها وسائل الإعلام تنصب في مجال التوعية و التحسيس و التثقيف بالدرجة الأولى من خلال الوسيلة المفضلة لدى الفرد.
- ✓ الوسائل الإعلامية (البصرية والسمعية و المكتوبة) في نشرها للوعي البيئي تختلف حسب استقطاب الجمهور لنوع الوسيلة.
- ✓ ضعف الوعي البيئي سبب من اسباب تفاقم مشكلات التلوث.
- ✓ مخاطر التلوث تظهر بالدرجة الاولى على صحة الافراد.

4-النتائج العامة للدراسة:

- ✓ تؤثر وسائل الاعلام الجماهيرية على الجمهور في نشرها للوعي البيئي .
- ✓ البرامج البيئية التي تقدمها وسائل الاعلام هي برامج توعوية تحسيسية لأنها تسلط الضوء على المشاكل البيئية.
- ✓ ان عاملنا المعاصر القائم على اساس التقدم العلمي و التكنولوجيا قد القى بضلاله على حقل وسائل الاعلام ، مما زاد من كفاءة وسائطه المتعددة في نقل الاخبار و تغطية الاحداث في اماكن مختلفة من العالم . فتحولت وسائل الاعلام الى مظهر من مظاهر الحياة اليومية للمجتمعات ، و هو هبئ الفرصة امام الافراد لتنويع مصادرهم المعرفية و استخدامها حسب حاجاتهم.

تعتبر التوعية البيئية من اهم العناصر الفعالة في التعامل مع المشكلات البيئية المختلفة التي تواجه اغلب المجتمعات المعاصرة، ولا يأتي الا هذا بنشر المفاهيم البيئية من خلال الاسرة والمدرسة والتأكيد على دور وسائل الاعلام في غرس هذه المفاهيم لدى الافراد حول البيئة وما ينجم عن التلوث من اضرار ومشاكل قد تؤدي الى كوارث صحية واقتصادية.

ان التلوث الصناعي هو العدو الاول للبيئة ، و ضعف الوعي البيئي هو الة دمارها و تدهور صحة الانسان ، لذلك فان جزءا كبيرا من مسؤولية التوعية البيئية تقع على عاتق وسائل الاعلام من خلال تقديم النماذج السلوكية التي تساهم في حماية البيئة ، و ذلك بأدراج البيئة ضمن اهتماماتها و أولوياتها .

لا يقتصر الوعي البيئي فقط على الاعلام البيئي لكنه يتوقف ايضا على التعلم والثقافة البيئية ، و الهدف من ذلك هو تعزيز الوعي بأهم القضايا الحيوية التي تحيط بالإنسان و اتاحة الفرصة لكل فرد لاكتساب المعرفة و القيم و المهارات، ثم خلق انماط جديدة من السلوكيات اتجاه البيئة لدى الافراد و الجماعات و المجتمع ، و تحقيق الادراك الشعبي بقضايا البيئة الحاضرة و المستقبلية ، و تحقيق مشروع التنمية المستدامة .

ان نظرة على واقع البيئة على العالم و الجزائر خاصة يعطينا انطبعا يضاعف الاهتمام بهذا المجال مهما كبر حجمه لان هناك ضعفا بيئيا لدى شرائح واسعة من قاعدة الهرم المجتمعي الذي يمتد ليصل الى قمة الهرم من القيادات السياسية و صناع القرار.

تبقى المعرفة البيئية و الوعي بخطورة التلوث و اهمية حمايتها معرفة عقيمة ما لم تجسد في سلوكيات بيئية حقيقية تعبر عن صفة المواطنة الايكولوجية.

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة ابن خلدون

ولاية تيارت

كلية العلوم الانسانية والاجتماعية

قسم علم اجتماع الاتصال

وسائل الاعلام والثقافة البيئية

مدينة تيارت نموذجا

دراسة استطلاعية لعينة من سكان بلدية تيارت

مذكرة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع الاتصال

تحت اشراف الاستاذة:

-بوزبرة سوسن

من اعداد الطالبتين:

- مزهود جهيدة

- مومن منيرة

السنة الجامعية 2015 – 2016

المحور الاول: البيانات الشخصية

- 1- السن:
- 2- الجنس: 1- ذكر 2- انثى
- 3- المستوى التعليمي:
- 1- أمي 2- يقرأ ويكتب 3- ابتدائي
- 4- متوسط 5- ثانوي 6- جامعي
- 4- الحالة الاجتماعية:
- 1- موظف 2- بطل 3- متقاعد 4- ممتدرس
- 5- الحالة العائلية:
- 1- أعزب 2- متزوج 3- مطلق 4- أرمل

المحور الثاني: الوسائل الاعلامية من وجهة نظر المبحوثين.

- 6- من بين الوسائل الاعلامية الوطنية، ماهي الوسيلة المفضلة لديك؟
- 1- التلفزيون 2- الإذاعة 3- الصحافة 4- الأنترنت
- 7- ماهي المواد الإعلامية على مستوى الوسائل الوطنية التي تتلاقها من خلال الوسيلة المفضلة لديك؟
- 1- ثقافية 2- اجتماعية 3- سياسية 4- اقتصادية
- 5- ترفيهية 6- أخرى حدد
- 8- هل ترى أن وسائل الإعلام الوطنية في نشرها للمواد الإعلامية؟
- 1- جد فعالة 2- متوسطة الفعالية 3- ضعيفة الفعالية
- 9- في رأيك ماهي أهم المواضيع التي تركز عليها هذه الوسائل؟
- 1- وطنية 2- جهوية 3- محلية
- 10- في نظرك ما هو تأثير وسائل الإعلام الوطنية على الجمهور؟
- 1- عالي 2- متوسط 3- ضعيف
- 11- إذا كان لوسائل الإعلام الوطنية تأثير على الجمهور فكيف تمارس ذلك؟
- 1- تكثيف المواد الإعلامية 2- تكرارها
- 3- الاهتمام بطريقة الطرح 4- أخرى حدد

12- حسب رأيك هل الأفراد يتأثرون بوسائل الإعلام في مجال التوعية بـ ؟

- 1-السمعية 2- البصرية 3- المكتوبة

المحور الثالث: البيئة والوعي البيئي .

13- ماذا تعني كلمة البيئة ؟

1-العناصر البيئية الطبيعية والصناعية التي تحيط بالإنسان

2-المحيط الواسع الذي يضم كل أشكال الكائنات الحية

3-الوسط الطبيعي لحياة الإنسان والكائنات

1- أخرى حدد.....

14- مفهومك للتلوث:

1- تدمير للبيئة 2- اختفاء الكائنات الحية

3- اختلال التوازن البيئي 4-أخرى حدد.....

15- حسب رأيك ماهي المشكلات الأخطر التي تهدد البيئة في بلدية تيارت ؟

1-تلوث الهواء 2-تلوث الماء 3-تلوث المحيط

4-القمامات 5-أخرى حدد.....

16- ماهي أسباب تفاقم مشكلة التلوث في بلدية تيارت؟

1-النمو السكاني 2-النمو الصناعي 3-ضعف الوعي البيئي

4-الرمي العشوائي للمخلفات المنزلية 5-أخرى حدد.....

17- ماهي مخاطر التلوث على السكان؟

1-مشكلات صحية 2-أضرار بيئية

3-أخرى حدد.....

18- في رأيك ماهي الطرق الناجعة للحد من التلوث؟

- 1- سن قوانين بيئية صارمة
- 2-تنظيم حركة المخلفات المنزلية والصناعية
- 3-بناء سدود للحد من جريان المياه العشوائية
- 4-تبني المشاريع التوعوية والتحسيسية
- 5-أخرى حدد.....

19- في رأيك ماهي الجهة المسؤولة عن الوعي البيئي؟

- 1-الاسرة
- 2-المدرسة
- 3-الوسائل الاعلامية
- 4-أخرى حدد.....

المحور الرابع: البرامج التوعوية حول البيئة.

20- كيف يمكن تقييم اهتمام وسائل الاعلام الوطنية والمحلية للبيئة؟

- 1-مرتفع
- 2-متوسط
- 3-منخفض

21- هل تتناول وسائل الاعلام موضوعات البيئة بقصد؟

- 1-التثقيف
- 2-التوعية والتحسين
- 3-رصد حلول التجنب

22- أخطار التلوث 3-أخرى حدد.....

23- هل تتبعك للبرنامج يكون بشكل دائم؟

- 1-نعم
- 2-لا

24- حسب رأيك هل تعمل وسائل الاعلام الوطنية والمحلية على نشر الوعي البيئي؟

- 1-غالباً
- 2-أحياناً
- 3-نادراً

25- هل ترى أن حصة البيئة في نشرها للوعي البيئي ذات فعالية؟

- 1-مرتفعة
- 2-متوسطة
- 3-ضعيفة

قائمة المراجع والمصادر

- 1- اسماعيل محمد قباري: مناهج البحث في علم الاجتماع ، مواقف واتجاهات معاصرة منشأة المعارف مصر 1983
- 2- احمد ملحة: الرهانات البيئية في الجزائر ، مطبعة ، النجاح ،الامنية الجزائر 2000
- 3- احمد الجلاد: دراسات بيئية في التنمية والاعلام السياحي المستدام عالم الفكر 2003.
- 4- ابراهيم امام: دراسة في الفن الصحفي ، ط4 ، مكتبة الانجلو مصرية 1971.
- 5- احمد اللهيب: المتطلبات الاساسية للإعلام الاسلامي ومميزاته المركز العربي للدراسات الامنية والتدريب 1996.
- 6- احمد عبد الكريم: نظرات في اتفاقات التنوع الحيوي المحلة المصرية للقانون الدولي 1992، 48
- 7- اسكندري احمد : احكام البيئة البحرية من التلوث في ظل القانون الدولي العام، رسالة دكتوراه غير منشورة ،الجزائر 1995.
- 8- احمد عادل الراشد: الاعلان ، دار النهضة للصناعة والنشر 1981
- 9- احمد يحيى عبد الحميد: الاسرة والبيئة ،مراجعة د. عبد الهادي الجوهري تا مكتب الجامعي الحديث القاهرة:1988.
- 10- بوعلام بن حمودة وآخرون : المفتاح (قاموس عربي الجدي بسيط)ط2 دار الامة :1996
- 11- بوزي الصحراوي: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية ، ط2، علوم الإعلام والاتصال ،القصة للنشر :2006
- 12- تشارل ورث: الثقافة البيئية جذورها وتطورها واتجاهاتها في التسعينات ترجمة عبد الله خطابية هديل محمد فيصل ،مجلة التعريب، الصادرة بدمشق عن مركز العربي للتعريب والترجمة والتأليف، العدد 35 جويلية 1998
- 13- تركي رابح: أصول التربية و التعليم ، ط2: ديوان المطبوعات الجامعية 1989
- 14- جمال الدين السيد علي صالح ،الاعلام البيئية ،مركز الأسكمدرية للكتاب 2003
- 15- جبارة عطية جبارة :علم اجتماع و الاتصال ،دار الوفاء لدنيا الطباعة -د.ت.ن
- 16- حميد اعد الدليمي :رؤية سوسولوجية لمنطق الظاهرة الاعلامية و مضامينها ،دار الشروق اليومي للنشر و التوزيع ،بغداد 1998

- 17- حسن أحمد شحاتة. تلوث البيئة السلوكيات الخاطئة وكيفية مواجهتها ط1, مكتبة الدار العربية للكتاب
القاهرة 2000
- 18- حسن أحمد فرحان المشهداني رائد عبد الخالق عبد الله العبيدي: مناهج البحث العلمي, دار الأيام للنشر
و التوزيع 'الاردن:2012
- 19- ريمون بودن و فرانسوا أبو ريكو و آخرون: المعجم النقدي لعلم الأَج ترجمة تسليم حداد, ديوان
المطبوعات الجامعية, الجزائر1994
- 20- زهير أحدا دن: مدخل لعلوم الاتصال ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر. د.ت.ن
- 21- زكريا بن مصطفى و بوراوي الملو ح
- 22- سماح سالم سالم البحث الاج.الاساليب.المناهج.الاحصاء.ط1 كلية الآداب. جامعة البروك. الاردن
2012
- 23- سمير محمد حسن الاعلام والاتصال الجماهيري والراي العام(ط3 القاهرة)
- 24- سراج الدين الروبي: المتصلات والتقارير الامنية.ط1 الدار المصرية اللبنانية للطباعة والنشر 2000
- 25- شريف عزالدين: مناهج البحث العلمي ومناهج تحقيق المخطوطات دار شرفي للطباعة والنشر والتوزيع
الجزائر2005
- 26- صلاح مصطفى النوال: مناهج البحث في العلوم الاج. مكتب غريب. القاهرة1830
- 27- عبد الله محمد عبد الرحمان محمد بدوي: مناهج وطرق البحث الاجتماعي دار المعرفة الجامعية
القاهرة:2012
- 28- عمار بوحوش محمد محمود الذبنيات: مناهج البحث العلمي وطرق اعداد البحوث ط4 المطبوعات
الجامعية.الجزائر.2007
- 29- عبد الله العوضي عبد الرحمان: الاعلام والوعي الاجتماعي البيئي .جامعة الدول العربية برنامج الامم
المتحدة. القاهرة 1996
- 30- عزي عبد الرحمان وآخرون: عالم الاتصال.ط2.ديوان المطبوعات الجامعية1992
- 31- علي عحوة: الاعلام وقضايا التنمية ط1.عالم الكتب2004
- 32- عاطف عدلي العبد عبيد.زكي احمد عزمي: الاسلوب الاحصائي واستخداماته في البحوث الراي العام
والاعلام. دار الفكر العربي القاهرة1999

- 33- علي البار الاعلام والاعلام الامني: (ط1 الاسكندرية: مكتبة ومطبعة الاشعاع القسط 2001)
- 34- علي الربيعي الاعلام وقضايا البيئة: البحوث الاعلامية 05 افريل 1993
- 35- فاروق ابوزيد: مدخل الى علم الصحافة. ط2. عالم الكتب. القاهرة 1998
- 36- فتح الباب: عبد الحليم. و ابراهيم حفظ الله. وسائل التعليم والاعلام. الدار الاولية للنشر والتوزيع 1985
- 37- مصطفى عمال سليمان: المشاركة الشعبية ودور المرأة والطفل في برامج حماية البيئة. المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم. القاهرة 1997
- 38- محمود ابو زيد ابراهيم: مستويات الاتجاهات البيئة. المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم. القاهرة 1997
- 39- محمد خليل الرفاعي: اثر وسائل الاعلام في التكوين الوعي البيئي المستقبل العربي جانفي 1997
- 40- محمد عبد الحميد: نظريات الاعلام واتجاهات التأثير ط2 عالم الكتب 2000
- 41- محمد عبد الحميد: دراسة جمهور في بحوث الاعلام. عالم الكتب القاهرة 1993
- 42- معن عمر الخليل: معجم علم الاجتماع المعاصر دار الشروق للنشر والتوزيع القاهرة 1992
- 43- ميلفين ديلفر وساندرا بول روكيش. نظريات وسائل الاعلام ترجمة محمد عمال عبد الرؤوف. دار الدولية للنشر والتوزيع القاهرة 1992
- 44- محمد شفيق: لبحث العلمي. الخطوات المنهجية. لإعداد البحوث الاجتماعية. ط1. الاسكندرية 1985
- 45- محمد سعد ابو عامود: دور الاعلام في معالجة قضايا البيئة. السياسية الدولية 1992
- 46- نور الدين زمام: عمولة الثقافة المستحيل والممكن، مجلة العلوم الانسانية. الصادرة عن جامعة محمد خيضر. الجزائر 2001
- 47- تحية من الاستاذة علم الاجتماع. مرجع في مصطلحات العلوم الاج. مادة الثقافة. دار المعرفة الجامعية. جامعة الاسكندرية
- 48- هويدا مصطفى: جمهور الصحافة البيئة. افاق بيئة. 2000
- 49- ولبر شرام: اجهزة الاعلام والتنمية الوطنية ودور الاعلام في البلدان النامية. ترجمة محمد فتحي ومراجعة يحي ابو بكر الهيئة. المصرية. لتأليف والنشر 1970

المذكرات:

- حورية بن عياش :مراع الادوار لدى المرأة الجزائرية العاملة في ضوء بعض المتغيرات الشخصية مذكرة
مكملة لنيل شهادة الماجستير معهد علوم النفس والعلوم التربوية جامعة مستوري قسنطينة1994

المجلات :

اليونسكو. اتجاهات التعليم البيئي. بين الحكومة لمدينة تلبس بالاتحاد السوفييتي مجلة اليونسكو – اكتوبر
1977 .

المراجع الاجنبية :

- 1-Manwel Maurain. Hachette encyclopédique Ilbustré paris, Maury .
Imprimer SA.2^{eme} E J 1996 environnement
- 2- henry .sehulte et marc p-déférence .op.cit.