مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية والإنسانية | ISSN: 2437 - 0363 EISSN 2602-6767 | المجلد 09 / العـدد: 01 (2023)، ص 254- 272

منظورالإعلام والاتصال للأزمة البيئية، دراسة وصفية تحليلية (نموذجا)

The Media and Communication Perspective of the Environmental Crisis, An analytical descriptive study as a model

ياسمين بداوي[1*]، محمد برقان[2]

[1] جامعة وهران 1 أحمد بن بلة (الجزائر)، badaoui-yasmine1646@hotmail.com

[2] جامعة وهران1 أحمد بن بلة (الجزائر)، bergane_med@hotmail.com

تاريخ الاستلام: 2023/02/23 تاريخ القبول: 2023/06/02 تاريخ النشر: 2023/06/17

ملخص:

هدف هذا العمل العلمي إلى طرح الإشكال حول دور الإعلام والاتصال في التقليل من الأزمة البيئة بعد أن شهد العالم مشاكل بيئية كارثية تزداد سوءا يوما بعد يوم بسبب الاستغلال الغير العقلاني للموارد الطبيعية إضافة إلى الكوارث طبيعية ومتغيرات اجتماعية أو اقتصادية وتكنولوجية يحدثها الإنسان فتؤثر في البيئة وينتج عنها خسائر مادية وبشرية. من نتائج الدراسة أن الإعلام والاتصال البيئيين هما أداتان تعملان على توضيح ونشر المفاهيم والثقافة البيئية وترقى بالوعي البيئي في ظل بناء أو فهم الظروف المحيطة. كذلك إحداث تأثير في المستقبل من خلال التخطيط المسبق للأهداف المرجوة من الطرح الإعلامي والاتصالي مع تغيير ذهنية الأفراد لأداء دورا إيجابيا نحو محيطهم.

كلات فتاحية: إعلا، إتصال، أزمة، بيئة.

Abstract: This scientific work aims to raise questions about the role of media and communication in reducing the environmental crisis after the world witnessed catastrophic environmental problems that are getting worse day by day because of irrational exploitation of natural resources in addition to natural disasters and social, economic and technological variables caused by man witch affect the environment .One of the results of the study is that environmental media and communication are two tools that work to clarify environmental concepts and culture and promote environmental awareness in light of understanding the surrounding conditions as well as making an impact in the future through prior planning for the desired goals of the media and communication offering with a change the mentality of individuals to play a positive role towards their surroundings.

Keywords: Media, communication, crisis, environment.

*المؤلف الرسل

1. مقدمة :

نعيش اليوم عالم مختلف تماما عما ألفناه سابقا، هذا العالم السريع و المتطور الناتج عن الانفجار المعرفي و التكنولوجي، تعددت أشكاله و تنوعت على المستوى الدولي من جهة و المحلي من جهة أخرى هذه التكنولوجيا ذو الوجهين الإيجابي والسلبي كان لها دورا ونقلا نوعيا في ظهور ما يعرف بالأزمة البيئية إن تلك الأزمة البيئية أو ما تعرف بأزمة المخاطر و هذا ما أشار إليه " أولريش بيك " في كتابه "مجتمع المخاطرة العالمي سنة 2006 بحثا عن الأمل المفقود" نتيجة عن تغير المناخ و زيادة الصناعات الكبيرة و الزلازل و غيرها و التي أصبحت تهدد البشرية جمعاء . إن التنبؤ بتلك المخاطر يستدعي الكثير من الباحثين المختصين في مجالات متعددة إلى الالتفات أكثر لأهمية هذا الموضوع من الناحية النظرية والتطبيقية.

ولعل تخصص الإعلام والاتصال له دور أساسي وفعال في التنبؤ لظاهرة الازمة البيئية محاولا بذلك معرفة اهم الأسباب والدوافع الناجمة عن تلك الظاهرة للحد من الأخطار التي تتعرض لها البشرية وفق استراتيجيات الاتصال المتنوعة والتي تنفذ من خلال خطط قابلة للتطبيق على أرض الواقع. و على ضوء ما تقدم يمكن طرح الإشكالية التالية: إلى أي مدى يعتبر موضوع الإعلام و الاتصال فعالا في التقليل و الحد من خطورة الازمة البيئية؟

-فرضيات البحث: تمت صياغة الفرضيات الاتية:

1-لا توجد علاقة بين الإعلام والاتصال والأزمة البيئية.

2-توجد علاقة بين الإعلام والاتصال والأزمة البيئية.

- أهداف البحث:

- الدفع بموضوع الأزمة البيئية ليكون محل اهتمام الباحثين والمختصين أكثر على الصعيد المحلي، الإقليمي ولما لا الدولي، ناهيك عن ربط هذا الموضوع بمجالي الإعلام والاتصال لإضفاء على موضوع المقال جانبا من الأهمية من الناحية العلمية.

- محاولة توضيح الدور الذي يؤديه الإعلام و الاتصال في معالجة الأزمة البيئية العالمية فهل تجمعهما يا ترى علاقة طردية بينهما من جانب التغطية الإعلامية ، الرسالة المتلقاة ، التأثير في الجمهور ، الوصول إلى توعية المواطنين و خلق ما يعرف بالثقافة البيئية ، المواطنة الإيكولوجية و الوعي البيئي أم عكس ذلك.

- إعطاء موضوع البيئة حقها الوافي مع محاولة غرس احترام الإنسان لبيئته.

-المنهجية:

-ارتأينا إتباع المنهج الوصفي عقب هذا المقال باعتباره أسلوب من أساليب التحليل الذي يعتمد على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة وموضوع محدد وذلك من أجل الحصول على نتائج علمية وتفسيرها بطريقة موضوعية بما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة (غربي، 2005، صفحة 84)

- استخدمنا كذلك المنهج الكمي والذي يهدف في الأساس إلى قياس الظاهرة موضوع الدراسة، وقد تكون هذه القياسات من الطراز الترتيبي، مثل موافق أو غير موافق، أو عددية وذلك باستعمال الحساب من أجل الوصول إلى:

* قياس متغيرات البحث منها متغير الإعلام والاتصال ومتغير الأزمة البيئة.

* إيجاد علاقة بين المتغيرين.

* اختبار الفروض إحصائيا.

2. مدى تأثيروسائل الإعلام لتحقيق التوعية عن خطورة الأزمة البيئية

يتمثل تأثير وسائل الإعلام في تحقيق التوعية عن خطورة الأزمة البيئية فيما يلي:

1.2 التأثير المعرفي: تعمل وسائل الإعلام الجماهرية على نشر المعرفة بغية تجاوز الغموض الذي ينجم عن نقص المعلومات أو عدم كفايتها. تنتج هذه المعرفة البيئية من خلال ملاحظة الظواهر الطبيعية والبشرية والعمل على جمع الحقائق العلمية لتغيير ما يجري وللمساعدة على اتخاذ القرارات الصائبة في مواجهة الأخطار والآفات الضارة بالبيئة. تظهر التأثيرات

الرئيسية لوسائل الإعـــلام في جانب المعرفة البيئية عندما يتـم تقديـم معلومات جيدة وجديدة تختلف عن المعلومات السابقة وبالتالي تخلق له صور ذهنية عن قضايا البيئة ففي دراسة أجريت حول الحملة القومية لمكافحة الجفاف تبين أن التلفزيون أكثر الوسائل تأثيرا باعتباره المصدر الأول لمعلومات الجمهور (السيد علي، 2003، صفحة 84).

2.2 التأثير في الاتجاه (الوجداني والعاطفي):

- باعتبار الفرد يكتسب تراكم معرفي فهذا الأخير سيمكنه من بناء اتجاهات ومواقف نحو بيئته وبالتالي سيتكون له شعور بضرورة المحافظة على البيئة والمساهمة في حل مشاكلها. فعندما يتفاعل الفرد مع موضوع يكون اتجاه إيجابي ويمكن أن يحدث العكس وعلى إثر ذلك يمكن من تعديل الاتجاهات من خلال ما يلي:

* تشجيع الفرد ومكافئته عندما يعبر عن اتجاه بيئي إيجابي.

* تزويد الفرد بمعلومات جديدة يمكن من أن يعدل أو يغير اتجاهه.

* إدراك الاتجاه حتى نتمكن أحيانا من تعديله نحو الاتجاه المرغوب فيه.

* محاولة تغيير الظروف والعوامل المرتبطة بالاتجاهات.

* إيجاد القدوة الإيجابية للتقمص الوجداني للأفراد وتحسين سلوكهم لبيئتهم.

* خلق الخبرة البديلة من حيث التعامل مع ما يعرض من أفراد آخرين باحثين في مجال بيئتهم وتبادل الخبرات ليتمتعوا ببيئة نظيفة، صحية مع محاولة توفير صحة المعيشة للأجيال القادمة (سليمان، 1995، صفحة 241،242).

- حدد محمود أبو زيد إبراهيم **08** اتجاهات بيئية تتمثل فيما يلي:

*الاتجاه نحو الاستغلال الرشيد للموارد الطبيعية.

* الاتجاه السالب نحو تلويث البيئة.

* الاتجاه المضاد نحو الإصابة بالأمراض المتوطنة.

* الاتجاه المضاد نحو استنزاف الموارد الطبيعية.

* الاتجاه المضاد نحو الإخلال بمقومات التوازن البيئي.

* الاتجاه المضاد نحو الانفجار السكاني.

* الاتجاه المضاد نحو المعتقدات الخاطئة بالبيئة.

* الاتجاه نحو حماية البيئة (إبراهيم، 1997، الصفحات 24-26)

3.2التأثيرفي السلوك:

- بعد مرحلتي التأثير الوجداني والمعرفي تأتي الرحلة الحاسمة أي وهي التأثير في السلوك وهنا تبرز مدى فعالية وسائل الإعلام.

- اهتم أصحاب المدرسة السلوكية واللذين يعتبرون أن السلوك الإنساني يتأثر بالعوامل الخارجية، هؤلاء اهتموا بدراسة الأحداث البيئية ورأوا بأن التعلم يكون من خلال اكتساب الخبرة الناجمة عن المثيرات البيئية وتعزيزها يكون من تأثير العوامل الوراثية.

- يربط أصحاب هذه المدرسة سلوك الفرد عبر ما يملكه من معارف عن كل ما يحيط به في هذا الكون ومن خلال الاتجاهات التي يتبناها في النظر للمشكلات والأزمات البيئية ونمو الحوافز لحماية البيئة.

- ومن السلوكيات دعم الإدارة المسؤولة عن البيئة ووضع البرامج واقتراح الحلول لصونها وحفظ هذه البيئة (الرفاعي، 1997، الصفحات 24-26)

3. المعاييرالتي تساهم في نجاح العملية الاتصالية للحد من تفاقم الأزمة البيئية

حتى تنجح العملية الاتصالية للحد من تدهور الوضعية البيئية الكارثية والتي صارت تشكل أزمة فعلية مهددة لحياة الإنسان، الحيوانات والنباتات وكل المعمورة الأرضية كان لابد من الاعتماد على المعايير التي تساهم في نجاح هذه الأخيرة. تتمثل هذه المعايير فيما يلي:

1.3 تحديد المؤسسات والهياكل المهتمة بالبيئة:

- تتمثل هاته المؤسسات في هياكل حكومية وغير حكومية وعلى سبيل الذكر:

الإدارة الحكومية الولائية، البلدية أين يتم الإشراف على عدة قطاعات مثل: الغابات، الفلاحة، الصيد البحري، الملاحة، السكان، الإعلام والاتصال، الصحة، التعليم والبحث العلمي، الثقافة الصحة....

- فعن طريق الاتصال تحت وصاية وزارة البيئة إن وجدت في مختلف دول العالم سيتم التوصل إلى التنسيق فيما بين هياكلها ومختلف القطاعات وإن انعدم الاتصال فلا يمكن إقرار ذلك.

- أما المؤسسات الغير الحكومية فتتمثل في الجمعيات البيئية، الأندية ومختلف المنظمات الغير الحكومية.

2.3 تحديد الجمهور المستهدف:

- ذكر " ليونود هود جدون أنه " كلما تقدمنا في برامج التربية العامة، تبين لنا أن جهودنا التربوية ينبغي أن تعنى بالجوانب الاجتماعية والنفسية والتي تؤثر في سلوكه" (شرام، 1970، صفحة 115)

- إن تحديد الجمهور و إعلامه و إثارة الوعي البيئي فيه و حثه على أن الأمر يهمه و يتعلق بمستقبله و بوقاية المحيط الذي سيكون فضاء حياته سيساعد على نجاح العملية الاتصالية و على الحد من تدهور الأزمة البيئية فمخاطبة الجمهور فن من فنون الاتصال فعندما نعطي لكل شريحة من المجتمع حقها الوافي من المعلومات الضرورية بخصوص شؤون البيئة مع تجنب التعقيدات في أغلب الأحيان سنصل إلى نجاح العملية الاتصالية ، إذ مخاطبة الجمهور فيما يخص موضوع الأزمة البيئية يعني تقديم لكل فئة من فئات المجتمع الخطاب الذي يتناسب مع مستواه العلمي و الثقافي يصل إلى درجة التأثير على الجمهور المستهدف و بالتالي وجود رد الفعل من طرف هذا الأخير .

3.3 تحديد الهدف:

- حتى تكون الرسالة البيئية ذات صدى لابد من ضرورة تحديد الهدف من هذه الأخيرة ومن بين الأهداف الرئيسية لهذه الرسالة هي تغيير ذهنيات بعض الجهات الفاعلة المساهمة في تلويث البيئة ومحاولة تعديل سلوكها ومن هذه الشرائح نجد: رجال الصناعات، الفلاحين، إضافة إلى أصحاب القرار ومختلف المخططين اللذين يجب الاهتمام بهم بصفة خاصة لتفادي أو التخفيف من الكوارث والأزمات.

4.3 تكييف الرسالة مع اهتمامات الجمهور المستهدف:

- كان لابد من تكييف الرسالة باهتمامات الجمهور المستهدف و احتياجاته فعندما تكون هناك دراسة لمحتوى الرسالة ستستقبل بسهولة و تحقق النجاح و في ظل موضوع الأزمة البيئية فلابد على الرسالة أن تقدم مثلا الاقتراحات و التوصيات العلمية و الحلول البديلة و أن لا تقتصر على سياسة التشويق لجلب اهتمام الجمهور مع إيجاد الحلول المناسبة لهذه الأزمة البيئية التي عادة ما ينتهي بها المطاف إلى اللامبالاة و الرفض و هذا ما دعى إليه علماء النفس و قد ركزوا على ضرورة عرض النماذج الإيجابية عوضا عن النماذج السلبية و التي أدت إلى نفور الجمهور . إن الرسالة البيئية لابد أن تكون دقيقة و ذات موضوعية بدون غموض و تحيز و من الضروري أحيانا الإيجاز حتى لا يمل المستقبل كذلك لأن الإطالة في العرض لا تعني لم الموضوع كاملا فعندما يكون الإيجاز في الرسالة البيئية يمكن أن يعاد الاتصال مرة أخرى في حال ظهور متغيرات جديدة (الروبي، 2000، صفحة 51) ،فمهارات الاتصال متعددة و من يملك هذه الأخيرة نجح في اتصاله مع الجمهور و المهم في هذه الرسالة البيئية هو تنمية الوعي البيئي .

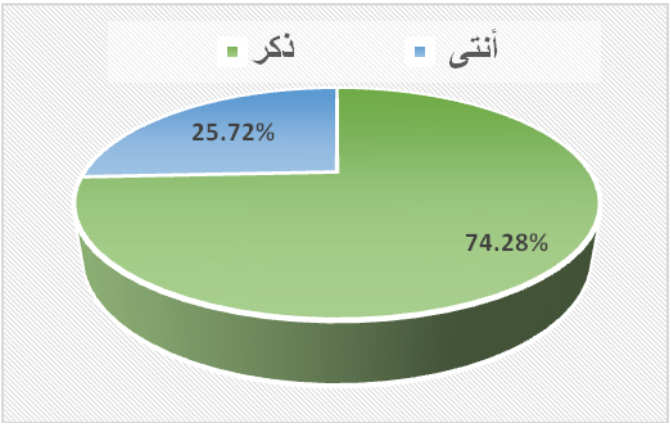
3. عرض وتحليل النتائج

1.3 عرض ومناقشة البيانات الشخصية مع النتائج:

حتى يتسنى لنا التعرف على خصائص أفراد عينة الدراسة والتي يمكن أن تساعدنا في تحليل نتائج الدراسة وقد اعتمدنا على برنامج spss، قمنا بإدراج قسم يتضمن البيانات الشخصية للفرد والمتمثلة في 05 خصائص أساسية تتمثل فيما يلي:

1.1.3 توزيع العينة حسب الجنس

الشكل 1: توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس



المصدر: مديرية البيئة لولاية عين تموشنت، سنة 2022

الجدول 1: توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس

الجنس	العدد	النسبة
ذكر	26	%74.28
أنثى	9	%25.72
المجموع	35	%100

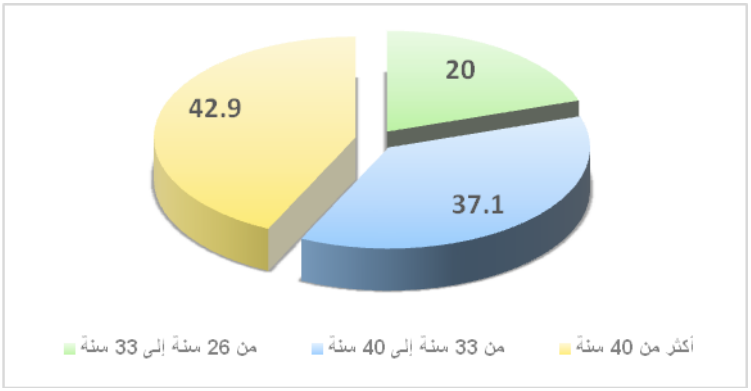
المصدر: مديرية البيئة لولاية عين تموشنت، سنة 2022

يوضح الجدول رقم **(01)** أن نسبة عينة أفراد الدراسة من الذكور هي (74.28%) ومن الاناث هي (25.72%)، وهذا يدل أن نسبة الذكور من موظفي مديرية البيئة لولاية عين تموشنت

أعلى من الاناث، وهذا يعود الى طبيعة المجتمع وميله الى توظيف الذكور خاصة في الوظائف الاستشرافية.

2.1.3 توزيع العينة حسب العمر

الشكل 2: توزيع عينة الدراسة حسب متغير العمر



المصدر: مديرية البيئة لولاية عين تموشنت، سنة 2022

الجدول 2: توزيع عينة الدراسة حسب متغير العمر

العمر	العدد	النسبة
من 18 سنة إلى25 سنة	00	00
من 26 سنة إلى 33 سنة	07	%20
من 33 سنة إلى 40 سنة	15	42.9
أكثرمن 40 سنة	13	%37.1
المجموع	35	%100

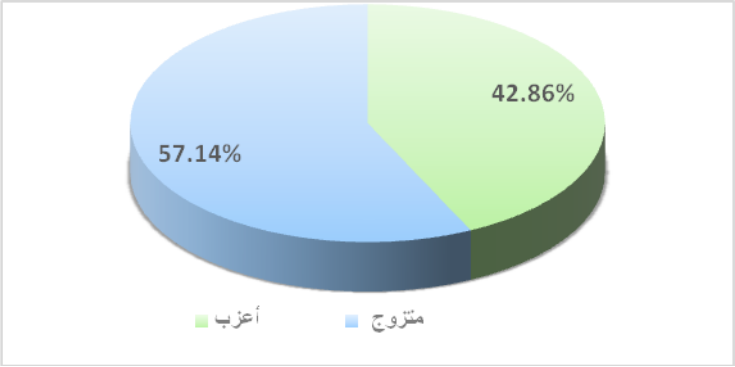
المصدر: مديرية البيئة لولاية عين تموشنت، سنة 2022

يتضح لنا توزيع عمر افراد العينة و تشمل نسبة 0 % بالنسبة للموظفين الذين تتراوح اعمارهم ما بين 18 و 25 سنة في حين بلغت نسبة الذين تتراوح اعمارهم ما بين 26 و 33 سنة 20 % و هذا ما يدعم فئة الشباب في المديرية، أما بالنسبة للذين تتراوح اعمارهم ما بين 33 و 40 سنة فقدرت ب 42.90 % و هي تمثل اكبر نسبة من موظفي مديرية البيئة ، أما بالنسبة

للموظفين الذين تتراوح اعمارهم ما فوق 40 سنة فقدرت ب 37.10 % مما يدعم وجود اصحاب الخبرات و هذا ما يساهم في تأطير الفئات الصادرة، نلاحظ ايضا ان متوسط العمر يميل لفئات العمر المتوسطة من (33 الى 40 سنة) .

3.1.3. توزيع العينة حسب الحالة الاجتماعية:

الشكل 03: توزيع عينة الدراسة حسب الحالة الاجتماعية



المصدر: مديرية البيئة لولاية عين تموشنت، سنة 2022

الجدول 03: توزيع عينة الدراسة حسب الحالة الاجتماعية

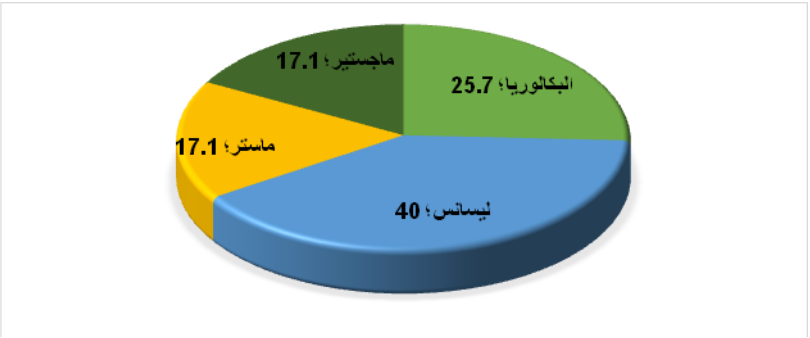
الحالة الاجتماعية	العدد	النسبة
أعزب	15	%42.86
متزوج	20	%57.14
أخرى	00	00%
المجموع	35	%100

المصدر: مديرية البيئة لولاية عين تموشنت، سنة 2022

نسجل من خلال الجدول رقم **03** ان معظم افراد العينة متزوجون بنسبة 57.14 % ثم تليهم فئة العزاب بنسبة 42.86 % وهذا مطابق لمعدل سن الزواج في الجزائر 33 سنة.

4.1.3.توزيع العينة حسب المؤهل العلمي: كان توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي كما يلي:

الشكل 04: توزيع عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي.



المصدر: مديرية البيئة لولاية عين تموشنت، سنة 2022

الجدول 04: توزيع العينة حسب المؤهل العلمي.

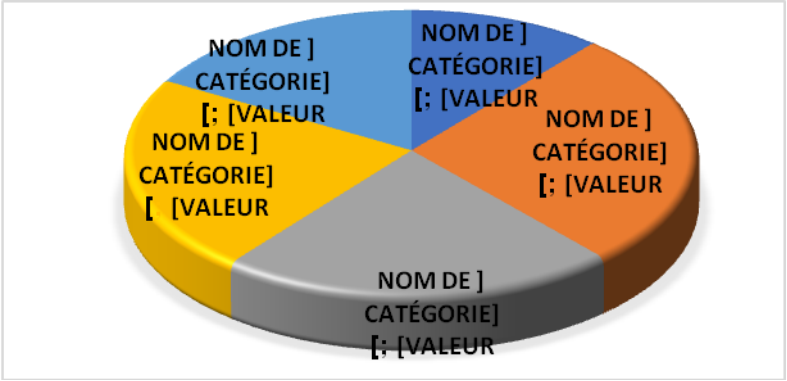
المؤهل العلمي	العدد	النسبة
البكالوريا	09	%25.7
ليسانس	14	%40
ماستر	06	%17.1
ماجستير	06	%17.1
المجموع	35	%100

المصدر: مديرية البيئة لولاية عين تموشنت، سنة 2022

من خلال الجدول رقم **04** نلاحظ أن المستوى التعليمي الذي غلب على افراد العينة الاحصائية هو مستوى ليسانس بنسبة 40% يليه مستوى البكالوريا بنسبة 25.70 % ثم المستويات الاعلى الماستر والماجيستر بنفس النسبة المقدرة 17.10 % هذا يدل على سياسة هذه المديرية في إطار عملية الإعلام والاتصال وكل ما تعلق بالبيئة وجلب اليد العاملة ذات مستويات عالية، حيث ان المقابلات الشخصية معهم اثبتت ان معظمهم متحصلين على شهادات جامعية.

5.1.3. توزيع العينة حسب عدد سنوات الخبرة: كان توزيع أفراد العينة حسب المتغير عدد سنوات الخبرة كما يلي:

الشكل 05: توزيع عينة الدراسة حسب الخبرة العملية



المصدر: مديرية البيئة لولاية عين تموشنت، سنة 2022

الجدول 05: توزيع العينة حسب الخبرة العملية

الخبرة	العدد	النسبة
أقل من 05 سنوات	04	11.42 %
من 05 سنوات إلى 10 سنوات	09	25.71%
من 10 سنوات إلى 15 سنة	08	22.85%
من 15 سنة إلى 20 سنة	08	22.85%
20 فأكثر	06	17.14%
المجموع	35	100%

المصدر: مديرية البيئة لولاية عين تموشنت، سنة 2022

من خلال الجدول رقم **05** نلاحظ أن عدد سنوات الخبرة كانت متفرقة حيث كانت نسبة الموظفين الذين لديهم خبرة أقل من 5 سنوات هي 11.42 % ونسبة الموظفين الذين لديهم خبرة من 5 سنوات الى 10 سنوات ب 25.71 % اما بالنسبة للموظفين الذين لديهم خبرة عملية 10 الى 15 سنة فهي 22.85 % وهي نفس السنة بالنسبة للذين لديهم خبرة أكثر من 20

سنة فهي 17.14 % هذا ما يدل على ان الخبرات العملية لدى الموظفين مناسبة ومتنوعة حيث نجد أن لديهم القدرة على الادلاء بآرائهم حول موضوع المقال محل البحث.

4. عرض ومناقشة نتائج اجابات أفراد عينة الدراسة:

يتكون القسم الثاني من الاستبانة من محورين حيث يتضمن كل محور مجموعة من الفقرات متعلقة بمتغير الدراسة، ومن خلال البيانات التي تم جمعها من عينة الدراسة وبالاستعانة من برنامج spssتحصلنا على النتائج التالية والتي صنفناها حسب كل محور .

- **المحورالأول** (المتوسط الحسابي والانحراف المعياري، مستوى الأهمية والترتيب)
- **المحورالثاني** (المتوسط الحسابي والانحراف المعياري، مستوى الأهمية والترتيب)

1.4اختبارفرضيات الدراسة:

بعد تفريغ البيانات في البرنامج spss اتممت عملية حساب كل المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من فقرات الاستثمار وفقا لكل محور باستخدام اختبار T للعينة الواحدة وهذا لتحليل فقرات الاستبانة وذكرت فقرة ايجابية بمعنى ان افراد العينة يوافقون على محتواها اذا كانتt المحسوبة اكبر من t الجدولية او مستوى الدلالة اقل من 0.05 والوزن النسبي اكبر من 0.6 وتكررت الفقرة سلبية بمعنى افراد العينة لا يوافقون على محتواها وهذا اذا كانت قيمة t المحسوبة اقل من قيمة t الجدولية او مستوى الدلالة اقل من 005 والوزن النسبي اقل من 0.6 وتكون الفترة محايدة اذا كان مستوى الدلالة اكبر من 0.05.

حتى نقوم باختبار الفرضيات يجب تحديد الفئات حسب الخطوات التالية:

1.1.4 تعيين الفئات:

- عدد الفئات: **خمسة** ان اجابة **غير مو افق بشدة** تمثل الفئة **رقم 01**،إجابة **غير مو افق** تمثل الفئة رقم **02**،**إجابة محايد** تمثل الفئة **رقم 03**،إجابة **مو افق** تثل الفئة **رقم 04**،إجابة **مو افق** بشدة تمثل الفئة **رقم 05**
- **حساب المدى**:5-1 =**4**

- حساب **طول الفئة** حيث طول الفئة يساوي المدى/عدد الفئات

طول الفئة:4/5 أي **طول الفئة** =**0.8**

- **تعيين الفئات:** اعتمادا على ما سبق توزع الفئات كما يلي:
  - **الفئة رقم 1**: [1-1.8[تمثل الاجابات **غير مو افق بشدة**
  - **الفئة رقم 2**:[1.8-2.6[تمثل الاجابات **غير مو افق**
  - **الفئة رقم 3**:] 2.6-3.4[تمثل الاجابات **محايد**
  - **الفئة رقم 4**:] 3.4-4,2[ا تمثل الاجابات **مو افق**
  - **الفئة رقم 5**:] 4.2-5[تمثل الاجابات **مو افق بشدة**

2.1.4-إختبار الفرضيات:

- H_0 : لا يوجد علاقة بين الإعلام و الاتصال و الأزمة البيئة (فرضية صفرية).
- H_1 : يوجد علاقة بين الإعلام و الاتصال و الأزمة البيئة (فرضية بديلة).

جدول 06: اختبار الفرضيات

الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	قيمة t	مستوى الدلالة	إجابات أفراد العينة
1	4,085	0,612	0.817	10,492	0.000	مو افق
2	4,000	0,727	0.800	8,131	0.000	مو افق

المصدر: مديرية البيئة لولاية عين تموشنت، سنة 2022

من خلال الجدول المبين اعلاه رقم **06** نلاحظ ان الفقرة 1 بلغ الوزن النسبي 0.817 وهو اكبر من 0.6 ومستوى الدلالة 0.000 وهو اقل من مستوى المعنوية 0.05 مما يدل على ايجابية الفقرة اي ان افراد العينة يوافقون على محتوى هذه الفقرة اما بالنسبة للفقرة 2 فقدر الوزن النسبي 0.800 وهو اكبر من 0.6 ومستوى الدلالة 0.000 وهو اقل من مستوى المعنوية 0.05 هذا ما يدل ايضا على ايجابية الفقرة اي ان افراد العينة يوافقون على محتوى هذه الفقرة، اما الدلالة 0.000 وهي اقل من مستوى المعنوية وبالتالي نستنتج على ايجابية الفقرة اي ان افراد العينة يوافقون على محتوى هذه الفقرة وعليه فان افراد العينة

يوافقون على فقرات هذا المحور وبالتالي نرفض الفرضية العدمية (H_0) ونقبل الفرضية البديلة (H_1) المتمثلة في وجود اثر إيجابي لرؤيـة و قراءة الإعلام و الاتصال للأزمة البيئيـة .

5. خاتمة:

كخلاصة لما سبق فإن الإعلام والاتصال يؤديان دورا حيويا ومهما في دفع خطط التنمية كونهما يرتبطان بعنصر الإدراك والتعريف بالأنشطة والخطط التنموية ويعتبران أساسيان في التنشئة والتربية السلوكية للأفراد تجاه قضايا معينة وخاصة موضوع الأزمة البيئية الذي يرتبط بالعنصر السلوكي، كما أنه يحث كافة المؤسسات المعنية للاهتمام بقضايا البيئة والمشاركة في معالجتها.

- معنى هذا أن دور وسائل الإعلام والاتصال يكمن في التنوير بواسطة تقديم المعلومات التي تساعد على اتخاذ القرار والتحفيز على التغيير إلى الأفضل إلى جانب تشجيع الطموحات المشروعة والممكنة دون مبالغة والدعوة إلى تغيير السلوك وتعزيز المشاركة الشعبية عن طريق عرض الخطط المتعلقة بالسياسة البيئية على الجماهير.

من أبرز النتائج المتوصل إليها أن موضوع الإعلام و الاتصال فعالا في التقليل و الحد من خطورة الأزمة البيئية ،من هنا يتبين وجود علاقة طردية في رؤية الإعلام و الاتصال للأزمة البيئيـة وهي إجابة للفرضية البديلة المقترحة سابقا تبين ذلك من حيث مدى قوة الإعلام و الاتصال و كفاءتهمـا في تنـاول المعلومـات و الحقائـق و جمع الأخبـار ،مناقشـتها و وتفسـيرها وقدرتهـا على النقـد و التحليـل و المشاركة في الرأي و الاستشارة والمساهمـة في طرح بدائل من أجل الوصول إلى عملية التغيير الإيجابي عبر مختلـف فئات المجتمع و ذلك للوصـول إلى خلق ما يعرف بالثقافة البيئية . يعتبر الإعلام والاتصال البيئيين أداتان تعملان على توضيح ونشـر المفاهيم والثقافة البيئية وترقـى بالوعي البيئي في ظل بناء أو فهم الظروف المحيطة وبالتالي إحداث تأثيـر في المستقبل من خلال التخطيط المسبق للأهداف المرجوة من الطـرح الإعـلامي والاتصال. يبرز إذن دور الإعلام والاتصال باعتبارهما مكونا مهما في منظومة التعليم والتثقيف والتدريب المستمر في إكساب الفرد وعيا بيئيا يمكنه من أداء دوره في مساعدة مختلف الفئات الاجتماعية وقد توصلنا إلى التوصيات والاقتراحات التالية:

- ✓ تكوين اتجاهات إيجابية نحو البيئة، أي اتخاذ المواقف الضرورية إزاءها من حيث استشعار مشكلاتها وإبداء الاستعداد للمساهمة في حلها.
- ✓ المشاركة الإيجابية بتبني سلوكيات تؤدى إلى الإقلال من مخاطر الأزمة البيئية وتحفز على المساهمة في العمل التطوعي.
- ✓ الاتصال بالعلماء والمختصين بالبيئة للمساهمة في إثراء النقاش حول الأزمة البيئية مع الحرص على تطبيق ما يرد في هذا الشأن على أرض الواقع.
- ✓ عدم الاكتفاء بالتغطيات الإخبارية غير المعززة بالتفسير والتحليل لقضايا البيئة.
- ✓ تجنب التكثيف المباشر لأنه يؤدي إلى درجة من التشبع وانصراف الجمهور المستهدف.
- ✓ كما ينبغي الأخذ في الحسبان أهمية تبادل التجارب والخبرات الناجحة في مجال إنتاج التكنولوجيا صديقة البيئة والطاقة المتجددة، وبحث الآليات التي تسمح للدول بتصدير الفائض من الطاقة المتجددة.

وفي نهاية هذا المقال أردنا طرح بعض الأسئلة كآفاق مستقبلية يجد من يبحث فيها ممن يأتي بعدنا:

- إلى أي مدى يتحمل أصحاب أهل الإعلام والاتصال مسؤولياتهم في تنمية الوعي البيئي بقضية الأزمة البيئية وعلى رأسها التغيرات المناخية التي تمس العالم بأسره؟ وهل الإعلاميين لديهم الوضوح المعرفي الكافي بقضايا التغيرات المناخية بشكل متوازن دون التقليل من حجم الظاهرة أو المبالغة في تأثيرها؟

- هل يسعون إلى التدريب المستمر على كيفية تبسيط المعلومات المتعلقة بالبيئة وتوصيلها للجمهور بمختلف مستوياته، والحرص على تغطية كل ما يتعلق بهذه الظاهرة وتداعياتها وتطوراتها وتأثيراتها المختلفة؟

- وماهي الوسائل المناسبة لفئات الجمهور التي يتوجه إليها الإعلاميين لربط قضية البيئة والموضوعات الخاصة بالتغيرات المناخية لجعلها محل اهتمام؟

-وكيف نعمل على إيجاد قنوات مفتوحة بين كل من العلماء والخبراء ووسائل الإعلام والاتصال لرفع الوعي بقضية الأزمة البيئية بأبعادها المختلفة؟

6. قائمة المراجع:

- السيد علي، ص .(2003) .الإعلام البيئي .مصر :الإسكندرية.
- إبراهيم، م .أ .(1997) .مستوى الإتجاهات البيئية .المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم.
- الرفاعي، م .خ .(1997) .أثر وسائل الإعلام في تكوين الوعي البيئي .المستقبل العربي.
- الروبي، س .ا .(2000) .الاتصالات والتقارير الأمنية. مصر :الدار المصرية اللبنانية للطباعة والنشر.
- سليمان، م .ك .(1995) .المشاركة الشعبية ودور المرأة والطفل في برامج حماية البيئة . تونس.
- شرام، و .(1970) .اجهزة الإعلام والتنمية الوطنية ودور الإعلام في البلدان النامية .الهيئة المصرفية للتأليف والنشر.
- غربي، ع .(2005) .أبجديات المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية .قسنطينة :مطبعة سيرتاكوبي.

7.ملاحق

كليـة العلـوم الإنسانيـة والحضارة الإسلاميـة
قسـم علوم الإعـلام والاتـصـال

استمارة استبيان في علوم الإعلام والاتصال
الموضوع منظورالإعلام والاتصـال للأزمة البيئية
دراسة وصفية تحليلية (أنموذج)

محور: الإعلام والاتصـال

- من فضلك ضع علامة (X) بالمكان الذي يمثل رأيك عن كل عبارة من العبارات التالية:

رقم العبارة	العبارات	أو افق تماما	أو افق	محايد	لا أو افق	لا أو افق إطلاقا
1.	إن الإعلام البيئي ينقل للجمهور المعرفة والاهتمام ويغرس فيه روح القلق على بيئته وبالتالي يلعب هذا الأخير دورا بارزا في التوعية والإرشاد لمختلف قضايا البيئة ذات الأهمية الكبرى.					
2.	إن الاتصال البيئي يغرس الثقافة البيئية والمواطنة الإيكولوجية، يحقق التربية البيئية وينمي من درجة الوعي البيئي.					
3.	إن الوسائل الإعلامية منها السمعية، السمعية البصرية والمقروءة قادرة على التغطية الفعالة بقضايا البيئة.					
4.	إن الاتصال البيئي لكي يكون فاعلا يجب أن توجه الرسالة البيئية دائما وبصورة مستمرة للهدف المنشود سواء كانت الرسالة موجهة إلى الفرد أو الجماعة مع محاولة التأثير في مستقبل الرسالة.					
5.	لإيجاد سياسة إعلامية بيئية ناجحة لابد من إعداد حملة متكاملة الأطراف (صناع القرار والشعوب).					
6.	تلعب الإذاعة والتلفزيون دورا هاما في مجال التثقيف الجماهيري خاصة عن طريق عرض البرامج والتي تؤثر على المستمعين والجمهور المتلقي.					

7.	لم يقم الإعلام في الوطن العربي بالدور المطلوب منه في مجال حماية البيئة (نقص المسؤولين والصحفيين المتخصصين، عدم مصداقية ما يرد عبر التلفزيون، الإذاعة والصحف)					
8.	توعية الجماهير تعتبر حافزا هاما في تكوين مسار تشاركي لحماية البيئة، حتى تتجسد المواطنة الإيكولوجية ميدانيا.					

محـور: الأزمـة البيئيـة

من فضلك ضع علامة (X) بالمكان الذي يمثل رأيك عن كل عبارة من العبارات التالية:

رقم العبارة	العبارات	أو افق تماما	أو افق	محايد	لا أو افق	لا أو افق إطلاقا
1.	البيئة هي علاقة متبادلة بين الوسط الطبيعي والكائنات الحية التي تعيش فيه.					
2.	التلوث البيئي هو تهديد فعلي للكرة الأرضية.					
3.	هناك مشاكل بيئية كارثية تزداد سوءا يوما بعد يوم بسبب الاستغلال الغير العقلاني للموارد الطبيعية.					
4.	الإنسان هو السبب الأول والأخير في دمار البيئة.					
5.	يعتبر تلوث الهواء من المشكلات البيئية الأخطر بالنسبة إليك في مدينة عين تموشنت.					
6.	السلطات المختصة بمدينة عين تموشنت مهتمة كثيرا بمشكل التلوث البيئي.					
7.	تسعى الدولة الجزائرية جاهدا إلى النهوض بقطاع البيئية وإعطاءه دفعا جديدا بغية التخفيف من حدة الأزمة البيئية.					
8.	إن انخفاض بوادر الأزمة البيئية سيؤدي إلى تحقيق تنمية مستدامة.					