

الإعلام البيئي في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة

دراسة وصفية تحليلية على عينة من أعداد برنامج "green mag" على

قناة الشروق خلال الفترة ما بين 2021/11/22 و 2022/03/22

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص صحافة علمية وبيئية

إشراف الأستاذ:

د. محمد أمين بن شرّاد

إعداد الطالبة:

سهام بوزير

أعضاء لجنة المناقشة :

الرئيس : د. قوعيش جمال الدين

المناقش : د. آيت الطيب أعراب

السنة الجامعية: 2024/2023

Ministry of Higher Education and Scientific Research

Higher National School of Journalism and information
sciences

Environmental Media In The Algerian Private Television Channels

**A descriptive analytical study on a sample of episodes of
“Green Mag” program on ELChourouk Tv between
20/11/2021 and 22/03/2022**

**a memorandum Submitted for the attainment of a Master's
degree in Media and Communication Sciences, specializing in
Scientific and Environmental Journalism.**

Submitted by:

Sihem BOUZIR

Under supervision of:

Dr. Med Amine Bencharad

Thesis Defense Jury Members:

President: Dr. GOUAIC Djamel Eddine

Examiner: Dr. ARAB Ait Tayeb

Academic Year: 2023/2024

Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche
Scientifique

École Nationale Supérieure de Journalisme et des
Sciences de l'Information

Les médias environnementaux dans les chaînes de télévision privées algériennes

**Étude descriptive analytique sur des épisodes du
programme "Green Mag" sur echourouk TV entre le
20/11/2021 et 22/03/2022**

**Un mémoire présenté en vue de l'obtention du diplôme
de master en sciences de la communication**

Spécialité: journalisme scientifique et environnemental.

Présenté par:

Sihem BOUZIR

Sous la supervision de:

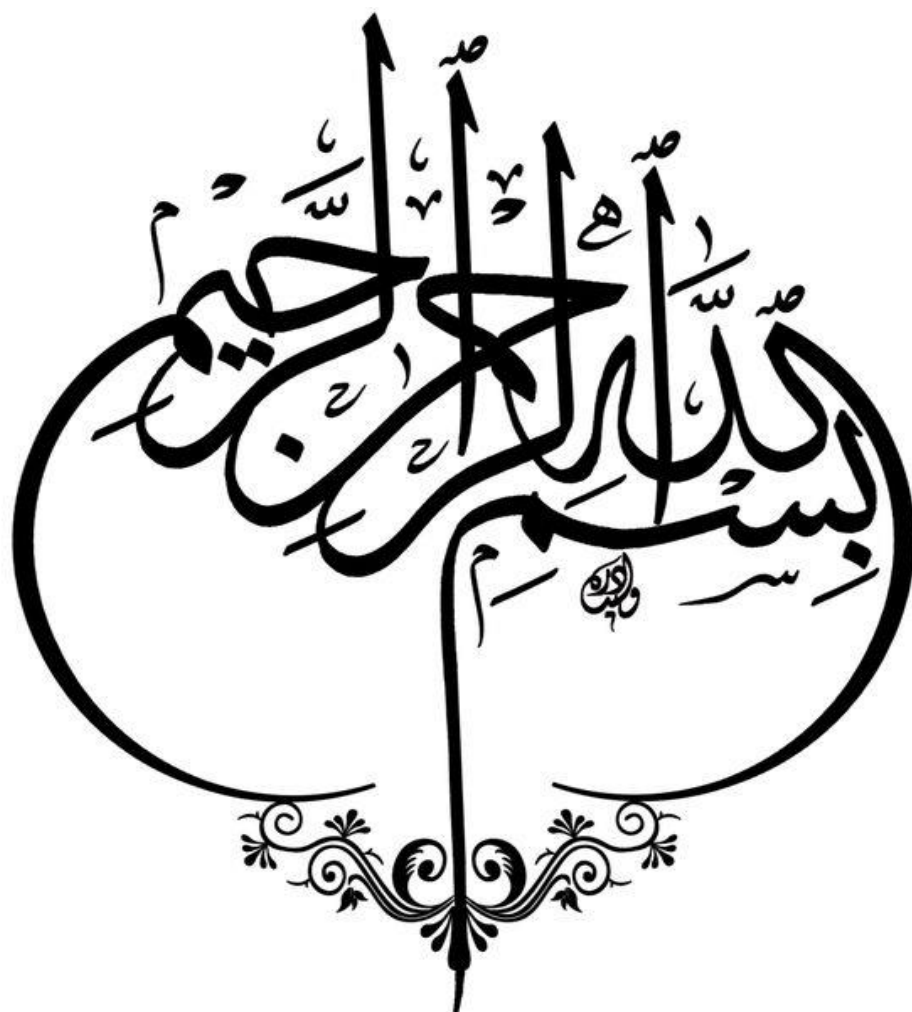
Dr. Mohamed Amine Bencharad

Membres du jury de soutenance :

Président : Dr. GOUAIC Djamel Eddine

Examineur : Dr. ARAB Ait Tayeb

Année Universitaire : 2023/2024



دعاء

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، الحمد لله الذي علّم الإنسان ما لم يعلم، الحمد لله الذي وفقنا وأعانا وألهمنا الصواب والسداد في كل خطوة خطوناها.
اللهم لك الحمد كما ينبغي لجلال وجهك وعظيم سلطانك، الحمد لك يا رب على فضلك وكرمك، الحمد لك على نعمك التي لا تُحصى.

اللهم لك الحمد حتى ترضى، ولك الحمد إذا رضيت، ولك الحمد بعد الرضا. الحمد لك على توفيقك وتيسيرك، الحمد لك على ما علمتنا وما فهمتنا، الحمد لك على نعمة العلم والفهم.

اللهم إنا نسألك أن تجعل هذا العمل خالصًا لوجهك الكريم، وأن تنفع به، وتجعله نورًا يُضيء لنا الطريق، وتجعله حجة لنا لا علينا.

شكر وعرفان

لا يسعني في هذا المقام إلا أن أتقدم بجزيل الشكر والامتنان لكل من ساهم في إنجاز هذا العمل المتواضع، فالشكر موصول إلى:

أستاذي الفاضل الدكتور محمد أمين بن شراد الذي تفضل بالإشراف على هذه المذكرة، فكان لي خير موجه وناصح أمين بتوجيهاته السديدة، وملاحظاته القيمة، وآرائه السديدة، فجزاه الله عني خير الجزاء.

كما لا يفوتني أن أشكر أساتذتي الأفاضل أعضاء لجنة المناقشة على تفضلهم بقبول مناقشة هذه المذكرة وإغنائها بملاحظاتهم القيمة. والشكر موصول إلى كل من ساعدني على رأسهم السيد العربي، السيدة فلة بوحدة، وكل طاقم برنامج صباح الشروق.

كما أشكر الأستاذة حسنية إلبعدين والدكتور كريم دواحي على سخائهم في المشاركة بآرائهم وتقديم رؤاهم القيمة كما أتوجه بالشكر الجزيل إلى أساتذتي الكرام خلال مشواري الجامعي، والذين بذلوا جهوداً كبيرة في توجيهي وتعليمي، وفي صقل مهاراتي العلمية والعملية.

وأسجل أيضاً امتناني العميق لزملائي الطلاب الذين شاركوني هذا المشوار الدراسي، وكانوا دائماً مصدر إلهام وتشجيع لي

إهداء

إلى من ضحيا كثيرا من أجلي حتى أصل لهذا المستوى إلى والدي
إلى أغلى ما أملك في هذه الحياة لأخي و أخواتي .
إلى من جمعتنا الصدف في مقاعد الدراسة واصبحن أعز صديقاتي
إلى زميلاتي اللاتي زين المشوار ليحفر لنا ذكريات خالدة.
لكل من آمن بنا ودعمنا ووقف بجانبنا
إلى أساتذتي الذين قدموا الرسالة بإخلاص
لكل من يظن أنه يستحق هذا الإهداء لك.
هذا العمل المتواضع ثمرة تشجيعكم و دعمكم
شكراً لكم جميعاً من أعماق قلبي

سهام

ملخص الدراسة:

سعت هذه الدراسة المعنونة بـ "الإعلام البيئي في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة، دراسة وصفية تحليلية على عينة من أعداد برنامج "Green Mag" إلى الاقتراب من كيفية تقديم المحتوى الإعلامي البيئي في وسائل الإعلام السمعية البصرية الجزائرية الخاصة، وهي دراسة وصفية تحليلية، اعتمدنا فيها على منهج تحليل المضمون وإجراء مقابلات علمية لجمع البيانات ومن ثمة تحليلها.

وإن كان مجتمع بحثنا يضم جميع القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة التي قدمت برامج بيئية في شبكتها البرمجية، فإننا قمنا باختيار قناة الشروق تي في وتحديدًا برنامجها البيئي الأسبوعي الشهير "جرين ماغ" كمادة بحثية، أين ارتأينا تحليل عينة قصدية قوامها 11 عدداً من أعداد هذا البرنامج، وهي الحلقات التي بُثت وعُرضت خلال الفترة الممتدة من 20/11/2021 إلى 22/03/2022.

وبعد إنجاز الدراسة التحليلية على فئات الشكل والمضمون المختارة، توصلت الطالبة إلى عدة نتائج، أهمها أنه تم تقديم المحتوى الإعلامي البيئي متخصص على القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة من خلال برنامج "Green Mag" على قناة الشروق تيفي. وأن البرنامج نجح في و تقديم محتوى بيئي جذاب وشامل. اعتمد القائمون عليه بشكل كبير على التوعية والتشجيع على الممارسات البيئية المستدامة، وإشراك مختلف الفاعلين والفئات المجتمعية في عملية التثقيف البيئي الإعلامية، كما ربط البرنامج بين القضايا البيئية والاقتصادية والاجتماعية والصحية، ما عكس مقاربة مفاهيمية شاملة للبيئة كجزء لا يتجزأ من الحياة اليومية.

الكلمات المفتاحية: الإعلام البيئي، البرامج البيئية، القنوات الجزائرية الخاصة، تحليل المضمون.

Résumé:

Cette étude intitulée "Les médias environnementaux sur les chaînes de télévision privées algériennes, une étude descriptive et analytique sur un échantillon d'épisodes de l'émission 'Green Mag'" vise à examiner la présentation du contenu médiatique environnemental dans les médias audiovisuels privés algériens. Elle utilise une méthode descriptive et analytique, combinant l'analyse de contenu et des entretiens scientifiques pour collecter et analyser les données.

Bien que la population de recherche comprenne toutes les chaînes de télévision privées algériennes diffusant des programmes environnementaux, l'étude s'est concentrée sur Echorouk TV et son émission hebdomadaire "Green Mag". Un échantillon intentionnel de 11 épisodes diffusés entre le 20/11/2021 et le 22/03/2022 a été analysé.

L'analyse a révélé que le contenu médiatique environnemental diffusé sur les chaînes privées algériennes, à travers "Green Mag", est attrayant et complet. Il met l'accent sur la sensibilisation et l'encouragement des pratiques environnementales durables, impliquant divers acteurs et groupes sociaux dans le processus d'éducation environnementale médiatique. Le programme lie les questions environnementales aux aspects économiques, sociaux et sanitaires, reflétant une approche globale de l'environnement comme partie intégrante de la vie quotidienne.

Mots-clés: Médias environnementaux, programmes environnementaux, chaînes de télévision privées algériennes, analyse de contenu.

Summary:

This study entitled "Environmental Media on Algerian Private Television Channels, a Descriptive and Analytical Study on a Sample of Episodes of the 'Green Mag' Program" aimed to examine how environmental media content is presented in Algerian private audiovisual media. It is a descriptive and analytical study using the content analysis method and scientific interviews to collect and analyze data.

While our research population included all Algerian private television channels that have broadcasted environmental programs, we chose Echorouk TV and its famous weekly environmental program "Green Mag" as our study material. We analyzed an intentional sample of 11 episodes aired between 11/20/2021 and 3/22/2022.

After analyzing the chosen form and content categories, the student reached several conclusions, notably that specialized environmental media content was presented on Algerian private television channels through the "Green Mag" program on Echorouk TV. The program succeeded in presenting an attractive and comprehensive environmental content, strongly emphasizing awareness and encouraging sustainable environmental practices, involving various actors and social groups in the media environmental education process. It also linked environmental issues to economic, social, and health aspects, reflecting a holistic conceptual approach to the environment as an integral part of daily life.

Keywords: Environmental media, environmental programs, Algerian private TV channels, content analysis.

أولاً: فهرس الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
1	يوضح طاقم إعداد البرنامج	52
2	يوضح مجموع الأعداد الـ 11 الخاصة بعنية الدراسة	53
3	يوضح عناوين مجموع الأعداد المتحصل عليها وعناوين الأركان الأربعة	54
4	يوضح التكرارات والنسب المئوية الخاصة بفئة اللغة المستخدمة في البرنامج	56
5	يوضح التكرارات والنسب المئوية الخاصة بفئة القوالب الفنية المستخدمة في البرنامج	58
6	يوضح التكرارات والنسب المئوية الخاصة بفئة المؤثرات الصوتية المستخدمة	59
7	يوضح التكرارات والنسب المئوية الخاصة بفئة اللقطات المستخدمة في البرنامج	61
8	يوضح التكرارات والنسب المئوية الخاصة بفئة الصور المستخدمة في البرنامج	62
9	يوضح التكرارات والنسب المئوية الخاصة بفئة بطبيعة الإستمالات المستخدمة	64
10	يوضح التكرارات والنسب المئوية الخاصة بفئة المجال الجغرافي في البرنامج	66
11	يوضح التكرارات والنسب المئوية الخاصة بفئة مصادر الخبر في البرنامج	68
12	يوضح التكرارات والنسب المئوية الخاصة بفئة الفاعلين في البرنامج	70
13	يوضح التكرارات والنسب المئوية الخاصة بفئة المواضيع المعالجة في البرنامج	72
14	يوضح التكرارات والنسب المئوية الخاصة بفئة الجمهور المستهدف في البرنامج	74
15	يوضح التكرارات والنسب المئوية الخاصة بفئة إتجاهات البرنامج	76
16	يوضح التكرارات والنسب المئوية الخاصة بفئة المصطلحات المستخدمة في البرنامج	78
17	يوضح التكرارات والنسب المئوية الخاصة بفئة أهداف البرنامج	79

ثانياً: جدول الأشكال

رقم الدائرة	عنوان الدوائر النسبية	الصفحة
1	تمثل توزيع نسب فئة اللغة المستخدمة.	56
2	تمثل توزيع نسب فئة القوالب الفنية .	58
3	تمثل توزيع نسب فئة المؤثرات الصوتية.	60
4	تمثل توزيع نسب فئة اللقطات المستخدمة.	61
5	تمثل توزيع نسب فئة الصور.	63
6	تمثل توزيع نسب فئة الإستمالات.	64
7	تمثل توزيع نسب فئة المجال الجغرافي.	66
8	تمثل توزيع نسب فئة مصادر الخبر.	68
9	تمثل توزيع نسب فئة الفاعلون.	70
10	تمثل توزيع نسب فئة المواضيع المعالجة.	72
11	تمثل توزيع نسب فئة الجمهور المستهدف في البرنامج	74

76	تمثل توزيع نسب فئة الإتجاه.	12
78	تمثل توزيع نسب فئة المفاهيم المستخدمة.	13
80	تمثل أهداف البرنامج المصدر الطالبة	14

الجانب المنهجي

الفصل الأول: موضوع الدراسة ومنهجها

1. إشكالية الدراسة
2. أسباب اختيار موضوع الدراسة
3. أهداف الدراسة
4. أهمية الدراسة
5. المقاربة المنهجية المستعملة في الدراسة
6. مجتمع و عينة الدراسة
7. ضبط مفاهيم ومصطلحات الدراسة
8. حدود الدراسة
9. الدراسات السابقة.

الجانب النظري

الفصل الثاني: المواضيع البيئية وحضورها الإعلامي التلفزيوني

تمهيد

المبحث الأول: مدخل إلى ماهية المواضيع البيئية

- **المطلب الأول:** تعريف المواضيع البيئية
- **المطلب الثاني:** مؤشرات تناول المواضيع البيئية و أهميتها
- **المطلب الثالث:** خصائص ومميزات ومصادر المواضيع البيئية

المبحث الثاني: تجربة البرامج البيئية في القنوات التلفزيونية العالمية

- **المطلب الأول :** نماذج من القنوات التلفزيونية المتخصصة في البرامج البيئية
- **المطلب الثاني:** نماذج عن برامج تلفزيونية بيئية عربية وعالمية.
- **المطلب الثالث:** علاقة البرامج البيئية في القنوات التلفزيونية العالمية بتنمية الثقافة البيئية

- **المطلب الرابع:** اقتصاديات البرامج البيئية في القنوات التلفزيونية العالمية

الفصل الثالث: الإعلام البيئي التلفزيوني وأهم مداخله النظرية

المبحث الأول: تجربة الإعلام البيئي في القنوات التلفزيونية

- **المطلب الأول:** ماهية الإعلام البيئي التلفزيوني
- **المطلب الثاني:** أنواع الإعلام البيئي التلفزيوني، وأهدافه، وخصائصه
- **المطلب الثالث:** نظريات الإعلام الأساسية للإعلامي البيئي

المبحث الثاني: إنتاج الإعلام البيئي

- **المطلب الأول:** خطوات إنتاج برنامج بيئي في القنوات التلفزيونية
- **المطلب الثاني :** تحديات إنتاج برامج بيئية في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة
- **المطلب الثالث:** أهم الانتقادات الموجهة لتجربة البرامج البيئية في القنوات الجزائرية الخاصة
- **المطلب الرابع:** آفاق إنتاج البرامج البيئية في القنوات الجزائرية الخاصة مستقبلا.

الجانب التطبيقي

الفصل الرابع :عرض النتائج و تحليلها و مناقشتها

النتائج العامة للدراسة

خاتمة

قائمة المصادر و المراجع

الملاحق

منذ بدء تجربة وسائل الإعلام السمعية البصرية الخاصة في الجزائر، شهدت الشبكات البرمجية المختلفة تخصيص جزء لا بأس منها للمحتوى الإعلامي البيئي. وفي هذا السياق، برزت تجربة قناة الشروق تيفي الخاصة كواحدة من القنوات التلفزيونية الرائدة محلياً في إنتاج وبث البرامج البيئية وعرضها، وذلك في ظل افتقار الساحة الإعلامية الجزائرية للقنوات البيئية المتخصصة. برنامجها البيئي.

وإن كانت البرامج التلفزيونية البيئية الجزائرية شحيحة كماً، فإن برنامج "Green Mag" المبثوث على مدار ثلاث سنوات على قناة الشروق تيفي أحدث صدا طيباً بين المشاهدين والمهتمين بالشأن البيئي الجزائري، إذ تميز بفكرته التي تهدف في مجملها إلى توعية المشاهدين بمختلف فئاتهم ومشاربهم حول أهم القضايا البيئية وتوجيههم نحو تحسين وتطوير سلوكهم البيئي. مع سعي القائمين عليه أيضاً إلى لفت انتباه السلطات المحلية إلى أبرز المشاكل التي تهدد الوسط البيئي في الجزائر.

وقد جاءت هذه الدراسة البحثية المعنونة بـ "الإعلام البيئي في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة: دراسة وصفية تحليلية على عينة من أعداد برنامج 'غرين ماغ' للاقتراب من واقع الإعلام البيئي في القنوات الجزائرية الخاصة عبر الاستناد على ثلاث أطر وأربعة فصول، إطاراً منهجياً أولٍ يشمل الفصل الأول من الدراسة، والذي سنحدد فيه إشكالية الدراسة وكذا أسباب اختيار الموضوع، بالإضافة إلى أهداف وأهمية هذه الدراسة، ثم سنتطرق إلى المقاربة المنهجية التي سنستعملها لإنجاز الدراسة، ومجتمع وعينة الدراسة. ومن ثمة ضبط مفاهيم ومصطلحات الدراسة وتسطير حدود الدراسة وتحديد الدراسات السابقة والمثابة لدراستنا هذه.

لننتقل بعد ذلك في إنجاز الإطار النظري لهذه الدراسة، والذي سيحتوي على فصلين اثنين. الأول سنكرس مبحثه الأول كمدخل إلى ماهية المواضيع البيئية، حيث سيتم تقديم تعريف للمواضيع البيئية واستعراض مؤشرات تناول المواضيع البيئية، كما سنتطرق إلى خصائص ومميزات المواضيع البيئية ومصادرها. أما المبحث الثاني فسيكون مخصصاً للحديث عن تجربة البرامج البيئية في القنوات التلفزيونية العالمية، حيث سيتم استعراض نماذج من القنوات التلفزيونية

المتخصصة في البرامج البيئية وكذلك نماذج عن برامج تلفزيونية بيئية عربية وعالمية. ثم سنقدم تحليلاً لعلاقة البرامج البيئية في القنوات التلفزيونية العالمية بتنمية الثقافة البيئية، كما سنتطرق إلى اقتصاديات هذه البرامج.

وبالنسبة للفصل الثاني من الإطار النظري، فسيصور حول الإعلام البيئي التلفزيوني وأهم مداخله النظرية. أين سنقدم في مبحثه الأول، مقدمة إلى تجربة الإعلام البيئي التلفزيوني، حيث سنوضح ماهية الإعلام البيئي التلفزيوني ونبرز أنواعه وأهدافه وخصائصه. ومن ثم سنتطرق إلى نظريات الإعلام الأساسية للإعلام البيئي. في حين سيدور المبحث الثاني حول إنتاج الإعلام البيئي، حيث سنتناول خطوات إنتاج برنامج بيئي في القنوات التلفزيونية، مع إبراز أهم تحديات هذا الإنتاج بالإضافة إلى أهم الانتقادات الموجهة لتجربة هذا النوع من الإنتاج في القنوات الجزائرية. كما سنذكر الآفاق المستقبلية المحتملة لهذا نوع من البرامج.

لننطلق بعدها في الإطار التطبيقي، والذي يقابله الفصل الرابع، حيث سنقوم بانجاز الدراسة التحليلية على عينة قصدية من أعداد برنامج Green Mag المعروف على قناة الشروق تيفي، حيث سنقدم القناة والبرنامج ونقدم نبذة عن طاقم الإعداد والتقديم. ثم نقدم تحليلاً لفئات الشكل والمضمون المختارة. وهو الفصل الذي سيختتم بتقديم أهم النتائج المتحصل عليها، وأخيراً تقديم توصيات وخاتمة لهذه الدراسة.

الإطار المنهجي للدراسة

الفصل الأول:

إشكالية الدراسة والمنهج المعتمد

1. إشكالية الدراسة:

تعتبر قضايا البيئة واحدة من بين أبرز التحديات التي بات عالم القرن الواحد والعشرين يواجهها. فمع تزايد مستويات التلوث، وتسجيل درجات حرارة قياسية للأرض، تسارعت حاجة مجتمعاتنا إلى التصرف بشكل فعال أكثر للحفاظ على البيئة والعمل على استمرار الحياة على كوكبنا لضمان استدامتها للأجيال القادمة، والحرص على تطويع مختلف الاستراتيجيات والسبل الممكنة لتحقيق ذلك.

وهنا تحديدا يأتي دور وسائل الإعلام عموماً، والإعلام البيئي على وجه خاص، كوسيلة أساسية لنشر الوعي وتعزيز الفهم العميق لمثل هذه القضايا الحيوية وأداة فعالة لتنفيذ استراتيجيات التوعية هذه، عن طريق تغطيته لمختلف المواضيع المتعلقة بالمشاكل البيئية وتشجيع المجتمعات على اتخاذ إجراءات جدية لتحسين الوضع البيئي سواء عبر الدعوة للتخلي عن مجمل السلوكيات الضارة بها أو تثقيف الجماهير بأهمية الفعل البيئي وأثره، وكذا توفير منابر مناسبة للخبراء والعلماء والنشطاء للتحدث عن القضايا البيئية واقتراح الحلول المحتملة المناسبة لمواجهة تحدياتها المطروحة.

وفي الجزائر، تسعى وسائل الإعلام المرئية، الخاصة منها والعمومية لمسايرة هذا التوجه، عبر تقديم مضمون إعلامي بيئي مميز ومتنوع من تقارير، وبلاطوهات حوارية وبرامج بيئية للمشاهد الجزائري، في محاولة منها لتدارك الفراغ الذي خلفه غياب قنوات إعلامية بيئية جزائرية متخصصة تهتم بمعالجة القضايا البيئية حصراً كما هو الحال في أغلب دول العالم.

وفي هذا الصدد، تبرز لنا تجربة قناة الشروق تي في الخاصة، التي تعتبر من القنوات الرائدة محلياً في إنتاج وبث برامج بيئية في ظل افتقار الساحة الإعلامية الجزائرية لمثل هذا النوع من البرامج من خلال برنامجها المعنون بـ « green mag » ، والذي تقوم فكرته الأساسية على تحسيس المشاهدين بمختلف شرائحهم حول أهم القضايا البيئية وتوجيههم نحو تحسين سلوكهم البيئي، بالإضافة إلى لفت انتباه السلطات المحلية نحو أهم المشاكل التي تهدد البيئة في الجزائر.

وإذا كان هذا البرنامج قد سعى لتقديم محتوى بيئي في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة، فإنه كذلك يعتبر تجربة رائدة تستحق الدراسة والبحث فيها، بُغية الاقتراب من طبيعة المحتوى البيئي السمعي البصري الجزائري وفهمه ومعرفة أهم عناصره ومميزاته شكلا ومضمونا.

وعليه، تأتي هاته الدراسة الأكاديمية بهدف الإجابة على التساؤل الرئيسي التالي:

كيف تم تقديم المحتوى الإعلامي البيئي على القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة؟

وهو التساؤل الرئيسي الذي أتبعناه بالتساؤلات الفرعية التالية لمساعدتنا في الإلمام أكثر بموضوعنا:

- ما هي أهم المواضيع البيئية المعالجة في برامج قناة الشروق تي في البيئية؟
- ما هي الأطر الإعلامية المستخدمة في البرامج البيئية وتحديدًا برنامج green mag ؟
- ما هي الخصائص والأساليب الشكلية و المضامينية المستخدمة في البرامج البيئية الجزائرية وتحديدًا في برنامج green mag البيئي؟
- هل تستجيب مضامين البرامج البيئية للإحتياجات البيئية للجمهور الجزائري؟

2. أسباب اختيار موضوع الدراسة:

من المعروف أنّ أسباب اختيار موضوع ما للدراسة تتنوع بين الذاتية والموضوعية، وأما عن أسباب اختيارنا لهذا الموضوع فيمكننا تلخيصها فيما يلي:

1.2 الأسباب الذاتية:

- اهتمامنا الشخصي بقضايا البيئة، خاصة تلك المتعلقة بالجزائر، والرغبة في الخوض في هكذا موضوع، لاسيما وأنه يشكل نقطة التقاء بين المجالين الإعلامي البيئي.
- ميلنا العميق نحو قضايا البيئة عموما، ورغبتنا الكبيرة في دراسة دور الإعلام المرئي في تقديم المعلومات الصحيحة وتشكيل الوعي والفهم الجماهيري للتحديات البيئية في الجزائر.

- باعتبارنا طلبة في تخصص "صحافة علمية وبيئية"، فإنّ دراسة برنامج بيئي مثل برنامج Green Mag تعتبر فرصة مهمة لنا لاستكشاف كيفية تقديم القضايا البيئية في وسائل الإعلام المرئية الجزائرية، وتحليل كيفية تقديم المعلومات البيئية للجماهير المستهدفة.

2.2 الأسباب الموضوعية:

- تُعد البرامج البيئية مصدراً رئيسياً في تسليط الضوء على قضايا البيئة ومساهماتها محورياً في تشكيل وعي المجتمع حيالها، وفاعلاً رئيسياً لتحقيق شيء من التوازن بين نقل القضايا البيئية وتشجيع تطوير السلوك البيئي لدى المتلقين الأمر الذي دفعنا لاختيار هكذا موضوع مهم، ولعل اختيار برنامج "Green Mag" تحديداً راجع لأهميته في كونه تجربة رائدة في البرامج الإعلامية البيئية في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة.

- إنّ اختيار مثل هكذا موضوع إنما هو محاولة لفحص مدى توافق تغطية وسائل الإعلام السمعية البصرية في الجزائر مع الممارسات الإعلامية والتجارب الدولية في مجال الصحافة البيئية والتحقق من وجود فرص للتحسين.

- تبقى ثنائية "إعلام / بيئة" من الثنائيات المهمة التي تجمع بين متغيرين اثنين مهمين يندر الجمع بينهما في البحوث الأكاديمية رغم الأهمية القصوى لها باعتبارها أداة محورية في تطوي الفكر الجمعي نحو قضايا البيئة وتقويم السلوك البيئي.

3. أهداف الدراسة:

- تسعى هاته الدراسة في نهايتها إلى تحقيق جملة من الأهداف، والتي يمكننا تلخيصها فيما يلي:
- دراسة الخصائص الإعلامية التي تتميز بها البرامج البيئية المقدمة في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة، وتفكيك أهم عناصرها شكلاً ومضموناً.
- معرفة كيفية تناول القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة البرامج البيئية من خلال محتوى شبكتها البرمجية عموماً ومن خلال محتوى برنامج green mag على قناة الشروق تيفي تحديداً.

- وبالإضافة إلى التعرف على مضمون البرامج البيئية الجزائرية من خلال تحليل الطابع العام لها، فإن هذه الدراسة تهدف للاقتراب من مدى التنوع من حيث المحتوى والشكل في تقديم القضايا البيئية الجزائرية ومدى الإلمام بجوانبها المختلفة.
- كما يهدف البحث إلى تحليل مدى توافق تغطية وسائل الإعلام في الجزائر مع معايير وممارسات الصحافة البيئية الدولية من خلال فئات الشكل وفئات المحتوى المختارة.

4. أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هاته الدراسة في أهمية الموضوع نفسه، وهو "الإعلام البيئي في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة"، وهو الموضوع الذي زاد الاهتمام به وبرز أكثر مع تزايد التوجه العالمي الحالي نحو تحقيق متطلبات التنمية المستدامة من خلال حماية البيئة وترقية مكانتها، وهي الترقية التي تعتمد بالدرجة الأولى على نشر الوعي البيئي لدى الجمهور الواسع من خلال مختلف الأدوات الممكنة، والتي يُعد الإعلام لاعباً رئيسياً فيها.

وفي هذا السياق، تجلّت أهمية هاته الدراسة الساعية لتحليل مضمون حلقات برنامج Green Mag في سعيها لتمكيننا من التعرف على القضايا البيئية التي تحظى باهتمام القنوات التلفزيونية الخاصة، وتحديد مدى تنوع هذه القضايا من حيث الأهمية والحجم، وكذا مساعدتنا في معرفة زوايا تناول هذه القضايا، كما تبرز أهمية هذه الدراسة في عملها على تحليل محتوى برامج هذه القنوات في تناولها للقضايا البيئية، بما يُمكننا في ختام البحث ربما من تدارك النواقص واقتراح سبل تحسين أداء الإعلام البيئي في الجزائر، بما يساهم في نشر الوعي البيئي لدى الجمهور وبالتالي تحديد مدى فاعلية وشمولية تناول الإعلام لهذه القضايا في الساحة الجزائرية خاصة مع وجود نقص حاد لمثل هاته البرامج في القنوات الجزائرية الخاصة.

إن أهمية هذه الدراسة إذن تكمن في تطرقها لنوع إعلامي مهمّ كثيراً سواءً في البحوث الأكاديمية أو في الشبكات البرمجية التلفزيونية الجزائرية الخاصة، وتشكل هذه الدراسة محاولة لسد جزء من هذا النقص وفتح الباب لبحوث مستقبلية أخرى تنطلق من حيث تنتهي هذه الدراسة وتدعم نتائج أو تقومها أو حتى تدحضها.

5. المنهج المستعمل في الدراسة والنظرية المتبناة:

يقول الثنائي Festinger & Katz أنه "مهما كان موضوع البحث وطبيعته، فإن قيمة النتائج تتوقف على قيمة المناهج المستخدمة"، وعليه فإن اختيارنا للمنهج والأدوات التي نرى بأنها ستضمن نتائج دقيقة لدراستنا يجب أن يتم بعناية فائقة.

إنّ دراستنا هذه تندرج تحت عباءة "الدراسات الكمية"، وهي الدراسات "التي تهدف في الأساس إلى قياس الظاهرة موضوع الدراسة".¹

وإذا كانت دراستنا هذه تهدف إلى دراسة واقع الإعلام البيئي في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة، فإننا ارتأينا استخدام "منهج وصفي تحليلي"، وهو المنهج الذي يهدف إلى وصف الظواهر الاجتماعية وصفاً دقيقاً، وتفسيرها وتحليلها تحليلاً علمياً وذلك من خلال جمع المعلومات والبيانات المتعلقة بها، وتحليلها باستخدام الأدوات الإحصائية المناسبة.²

إذ يتيح هذا المنهج إمكانية تقديم وصف دقيق وصورة واضحة ومفصلة لكيفية تقديم القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة للمحتوى البيئي، وكذا تحليل هيكل ومحتوى هاته البرامج بشكل مفصل لفهم الأنماط والاتجاهات والعوامل التي قد تؤثر على تقديم هذا المحتوى. ومن ثمة تقييم مدى التنوع في مواضيع البيئة، وكيفية تناولها، ومدى عكسها للقضايا البيئية الرئيسية في المجتمع الجزائري من المنظور الإعلامي.

ولتحقيق ذلك، فقد اعتمدنا على "منهج تحليل المحتوى"، الذي يعرف على أنه منهج قائم على وصف منظم و دقيق لنصوص مكتوبة أو مسموعة لدراسة مضمونها و تحليله و كذا يعرف بأنه أسلوب بحث يهدف إلى تحليل الظاهري أو المضمون الصريح للظاهرة المدروسة ووصفها وصفا موضوعيا و منهجيا و كميا بالأرقام.³ إذ يعتبر هذا المنهج هو الأنسب لدراسة محتوى برنامج ما للاقترب من عناصره المميزة شكلا ومضمونا، وهو ما نسعى له في هذه الدراسة.

¹ مورييس أنجرس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية: تدريبات علمية، الإشراف على الترجمة مصطفى ماضي، دار القصبة، الجزائر، الطبعة الثانية، 2008، ص100.

² محمد عاطف غيث: أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، دار النهضة العربية، القاهرة، 2008، ص124.

³ محمد سرحان علي المحمودي: مناهج البحث العلمي، دار الكتب، الطبعة الثالثة، صنعاء، 2019، ص60.

أما عن أداة جمع البيانات، فقد اعتمدنا في هاته الدراسة على شبكة تحليل المحتوى، وهي "أداة" فنية تساعد الباحث في تحليل البيانات التي تكون على شكل نص مكتوب أو مرئي. وتتكون شبكة تحليل المحتوى من مجموعة من الفئات الخاصة بالشكل والمحتوى، والتي يتم تصنيف البيانات وفقا لها".¹

وبالإضافة إلى شبكة تحليل المحتوى، فقد اعتمدنا كذلك على "المقابلة" كأداة مساعدة لجمع البيانات، والمقابلة العلمية في تعريف مختصر لها هي "لقاء بين الباحث الذي يقوم بطرح مجموعة من الأسئلة حول موضوع معين على أشخاص محددين وجها لوجه، و يقوم بنفسه بتدوين الإجابات على الأسئلة وتحليلها لاحقا، إذ تهدف المقابلة بشكل أساسي إلى الحصول على البيانات والمعلومات التي يريد الباحث الوصول إليها".²

إنّ إختيارنا لأداة شبكة تحليل المحتوى يعود لكونها أداة فعّالة لفحص وتحليل المحتوى الإعلامي، بما يمكننا من الوصول إلى فهم عميق لكيفية تقديم المحتوى البيئي على القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة. كما تساعدنا هذه الأداة في تصنيف البيانات واستخراج المعلومات الرئيسية التي تساهم في تحليل واقع الإعلام البيئي في البرامج التلفزيونية والوصول إلى نتائج يمكن الأخذ بها.

وبالإضافة إلى ذلك، فإنّ استخدام المقابلة كأداة مساعدة لجمع البيانات يعزز جودة البيانات المجمعة، وتمكّننا من الحصول على رؤيا مفصلة وفهم أعمق من وجهة نظر المبحوثين المشاركين في المقابلة بما يخدم موضوعنا وشبكة تحليلنا للمحتوى.

إنّ هذه الأدوات تتيح الجمع بين الجوانب الكمية والجوانب النوعية للبحث، مما يزيد من شمولية وتفصيل تحليل الدراسة. وباختيارنا لهذه الأدوات، فإننا نعتقد أننا سنكون قادرين على تحقيق الأهداف المتوخاة من الدراسة بشكل شامل وفعّال، وأننا سنتمكن من بناء إطار تطبيقي يعزز فهمنا لكيفية تقديم المحتوى البيئي على القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة.

3.5. النظرية المتبناة لانجاز لدراسة:

¹ محمد عبد الحميد عرابي: أساليب البحث الاجتماعي و التربوي، دار النهضة العربية، القاهرة، 2018، ص158.
² عدلان زروق: أدوات جمع بيانات البحث العلمي في علوم الإعلام و الإتصال: (الملاحظة المقابلة و تحليل المحتوى، منشورات مركز البحوث والدراسات حول الجزائر والعالم، الجزائر، 2020، ص39.

تتعدد النظريات الإعلامية وخلفيات استعمالها وتوظيفها، بيد أن اختيار نظرية لاستخدامها في إنجاز العمل البحثي دون غيرها يرتبط بعدة عوامل محورية، أهمها طبيعة الموضوع نفسه وتساؤلات البحث وكذا الأهداف المتوخاة منه، وطبعاً المنهج المختار لتطبيقه على عينة الدراسة.

وفيما يخص دراستنا هذه، فإننا ارتأينا توظيف "نظرية التأطير الإعلامي" كخلفية لعملنا هذا، وهي النظرية التي تعرف بأنها نظرية تدرس كيفية تأثير الرسالة الإعلامية على الجمهور من خلال تنظيم المحتوى الإعلامي في سياقات وأطر معينة. تقوم هذه النظرية على أساس أن أحداث ومضامين وسائل الإعلام لا يكون لها معنى واضح¹ إلا إذا وضعت في تنظيم وسياق معينين يُعرفان بالأطر الإعلامية (Frames). هذه الأطر تنظم الألفاظ والنصوص والمعاني وتستخدم الخبرات والقيم الاجتماعية السائدة لتشكيل تصورات الجمهور حول القضايا المختلفة.²

ويعود إختيارنا لنظرية التأطير الإعلامي لإنجاز هذه الدراسة مرتبطاً بقدرتها على فهم الديناميكيات المعقدة للاتصال البيئي داخل المشهد الإعلامي، إذ توفر لنا نظرية التأطير "عدسة" قيمة يمكن من خلالها تحليل كيفية تقديم المعلومات، مع التأكيد على أهمية ليس فقط ما يقال ولكن كيف يقال أيضاً"³.

فنظرية التأطير الإعلامي تمكننا من فهم كيف يتم تشكيل الرسائل البيئية وكيف يمكن أن يؤثر ذلك على تفاعل الجمهور، كما توفر هذه النظرية إطاراً نظرياً لتحليل اللغة والسياق والتأثير المحتمل لتصوير القضايا البيئية، مما يجعلها مناسبة لفهم التفاعلات الإعلامية في مجال الصحافة البيئية ودراسة تقديم القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة لها، ما يجعلها الأنسب لموضوع دراستنا هاته.

6. مجتمع وعينة الدراسة:

¹ منال هلال المزاهرة، وعاصم كريشان: الأطر الاخبارية لقضية انسحاب المملكة المتحدة من الاتحاد الأوروبي، في الصحافة البريطانية، مجلة لباب، العدد 13، فيفري 2022، ص181.

² حسن عماد مكاي، وليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الأولى، القاهرة، 1998، ص347

³ Dietram A. Scheufele: Framing as a theory of media effects, Journal of Communication, Volume 49, Issue 1, March 1999, Pages 103–122.

من المتفق عليه منهجياً أن أي بحثٍ يستوجب تحديداً دقيقاً لكل من مجتمع البحث وكذا العينة المستخدمة على اعتبار هذه الأخيرة أداةً سهلة للبحث، يقتصد من خلالها الباحث الوقت والجهد ويصل إلى نتائج قابلة للتعميم متى ما كانت عينته تمثيلية. وفيما يلي، مجتمع بحثنا وعينته:

1.6. مجتمع الدراسة:

والذي يُعرفه موريس أنجرس على أنه "مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقاً والتي تتركز عليها الملاحظات"¹، بحيث يشمل مجتمع البحث على مختلف العناصر المميزة لبحثنا والتي تشترك مفرداته في عدد محدد من المؤشرات التي نرغب في دراستها والتي تميزه عن باقي المجتمعات البحثية.

وفي هذه الدراسة، فإنّ **مجتمع البحث** يتمثل في جميع البرامج البيئية المقدمة في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة بما فيها قناة الشروق تي في.

2.6. عينة الدراسة:

تُعرف عينة البحث، بأنها "هي ذلك الجزء من مجتمع البحث المختار بإحدى الطرق، فهي عدد من الحالات أو لمفردات التي تُأخذ من المجتمع الأصلي، وتُجمع منها بيانات محددة بقصد دراسة خصائص المجتمع الأصلي الكلي"².

وفي بحثنا هذا، ارتأينا اختيار **عينة بطريقة قصدية** تتمثل في إحدى عشرة (11) عدد من برنامج « Green mag » البيئي الأسبوعي، والذي بُثّ على قناة الشروق اليومية خلال الفترة الممتدة من 2021/11/10 إلى 2022/03/22.

وقد اختارت الطالبة هذه العينة لعدة أسباب، أهمها الارتباط الوثيق لمحتوى البرنامج مع متغيرات دراستنا (برامج بيئية معروضة في قنوات تلفزيونية جزائرية خاصة)، وكذا لقدرتها على الإجابة عن تساؤلات الدراسة وتحقيق الأهداف المرجوة منها، كما يعتبر هذا البرنامج مثالا ممتازا عن واقع الإعلام البيئي في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة.

¹ موريس أنجرس، مرجع سبق ذكره، ص100.

² : فوزي غرابيه، نعيم دهمش، ربحي الحسن خالد أمين عبد الله، وهاني أبو جبارة: أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، منشورات الجامعة الأردنية، عمان، 2008، ص25.

7. ضبط مفاهيم الدراسة:

إنّ أي بحث يستلزم تحديدا دقيقا لأهم مفاهيمه ومصطلحاته، وفي هذه الدراسة، ارتأت الطالبة تناول المفاهيم التالية بشكل اصطلاحي وإجرائي:

1.7. الإعلام البيئي:

قبل الحديث عن تعريف "الإعلام البيئي"، من المهم الإشارة إلى أنه هو تعبير مركب من مفهومين اثنين هما "الإعلام" و "البيئة"، وفيما يلي تعريف موجز لكل منهما على حدة:

أ. البيئة إصطلاحا:

لقد عرّفها المشرع الجزائري في قانون حماية البيئة في إطار التنمية المستدامة على أنها: "مجال يتكون من الموارد الطبيعية اللاحوية والحيوية كالهواء، والجو والماء والأرض وباطن الأرض والنبات والحيوان، بما في ذلك التراث الوراثي، وأشكال التفاعل بين هذه الموارد، وكذا الأماكن والمناظر والمعالم الطبيعي".¹

ب. الإعلام اصطلاحا:

يعرف على أنه "وظيفة تقوم بها وسائل الإعلام، وتعني تزويد الجمهور بالمعلومات والبيانات الدقيقة والموضوعية والضرورية عن الأحداث والأفكار والقضايا والظواهر والمشكلات الراهنة في المجتمع، ليستطيع الأفراد فهم أنفسهم وعالمهم وما يحيط بهم، و ليستطيعوا التصرف عن علم ومعرفة وبالتالي اتخاذ قرارات سليمة ترتبط بهذا كله".²

ج. الإعلام البيئي اصطلاحا:

هو "شكل من أشكال الإعلام التي تركز على القضايا البيئية، ويهدف الإعلام البيئي إلى زيادة الوعي العام بهذه القضايا، وتعزيز الجهود المبذولة لحماية البيئة وتحقيق التنمية المستدامة".³

¹ قانون رقم 03-10 مؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 19 يوليو سنة 2003.

² زهير عبد اللطيف عابد: الإعلام و البيئة بين النظرية والتطبيق، دار اليازوري العلمية، عمان، 2020 ، ص39.

³ عبد الله بدران: الإعلام البيئي: مفهومه وأهدافه وأدواره، دار غار حراء، دمشق، 2019، ص15.

وهو "أداة تعمل على إحاطة الجمهور المتلقي والمستهدف بالرسالة بالمادة الإعلامية البيئية التي تشمل كافة الحقائق والمعلومات الموضوعية والصحيحة، بما يسهم في تأصيل التنمية البيئية المستدامة، وتنوير المستهدفين لتكوين رأي صائب في الموضوعات والمشكلات البيئية المثارة والمطروحة".¹

ت. الإعلام البيئي إجرائيا:

مما سبق، يمكننا القول أن الإعلام البيئي هو نوع من الإعلام يهدف إلى تقديم الحقائق والأخبار البيئية بشكل صادق وموضوعي، بهدف تسيير فهم وإدراك المتلقي للقضايا البيئية الحديثة وتعزيز الجهود المبذولة لحماية البيئة وتحقيق التنمية المستدامة، مما يؤدي إلى بناء آراء وقناعات صحيحة ومستدامة تجاه البيئة وقضاياها.

2.7. القنوات التلفزيونية الخاصة الجزائرية

أ. إصطلاحا:

هي قنوات تلفزيونية لا تخضع لسيطرة الدولة أو الحكومة، ولكنها مملوكة ومُدارة من قبل القطاع الخاص. تبث هذه القنوات عبر الأقمار الصناعية أو الكابلات، وتهدف إلى تحقيق الربح من خلال الإعلانات أو رسوم الاشتراك وقد ظهرت في أوائل التسعينيات من القرن الماضي، بُعيد صدور قانون الإعلام لعام 1990 لكنها لم تظهر فعلا إلا مع سنة 2011.²

ب. إجرائيا:

هي القنوات التلفزيونية التي تعود ملكيتها وتشغيلها لكيانات أو أفراد غير حكوميين. وبمعنى آخر، هي قنوات تلفزيونية تعمل بشكل مستقل وتديرها مؤسسات أو أفراد أو شركات غير حكومية في الجزائر ويكون لهذه القنوات درجة من الاستقلالية عن السلطة الحكومية في الإدارة والتحكم، مما يسمح لها بتقديم محتوى إعلامي يعبر عن وجهات نظر مختلفة ويخدم مصالح مجتمعها المستهدف كما تتمتع هذه القنوات بحرية أكبر في إتخاذ القرارات التحريرية وتحديد البرمجة والمضمون.³

¹ علاء الدين عفيف وعيسى موسى أبو شيخة: الإعلام والبيئة، دار المعتز، عمان، 2015، ص 39 40.

² محمد بن شريفة: التلفزيون الجزائري: الواقع والآفاق، دار الهدى، الجزائر، 2009، ص 123.

8. حدود الدراسة:

8.1. الحدود المكانية : تقتصر الدراسة على قناة الشروق اليومية، وهي قناة تلفزيونية جزائرية خاصة.

8.2. الحدود الزمنية : تركز الدراسة على الفترة الزمنية الممتدة من 20/11/2021 إلى 22/03/2022، دون الأخذ بعين الاعتبار الفترات الزمنية السابقة أو اللاحقة.

8.3. الحدود الموضوعية: تقتصر الدراسة على تحليل محتوى برنامج " Green Mag" على قناة الشروق اليومية، دون التطرق إلى برامج بيئية أخرى على نفس القناة أو القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة الأخرى.

9. الدراسات السابقة:

من المعروف أن الباحث أثناء إعداد عمله البحثي فإنه يلتقي مع مجموعة من الدراسات السابقة التي تتقاطع في متغيراتها مع متغيرات دراسته، فيستعين بها الباحث لمساعدته في الاقتراب أكثر من موضوعه وتجنب الوقوع في فخ التكرار، وكذا مساعدته في تلافي الوقوع في نفس الأخطاء المنهجية (إن وُجدت) التي يكون الباحثون السابقون قد وقعوا فيها، وقد تقاطعنا أثناء إعداد دراستنا هذه مع عديد البحوث المشابهة لدراساتنا، اخترنا منها الدراسات الثلاث أدناه:

1.9. الدراسات السابقة:

1.1.9. الدراسة الأولى: والتي جاءت بعنوان "برامج التربية البيئية في التلفزيون الجزائري، دراسة تحليلية لسلاسل إعلانات الغزالة دنيا"، وهي رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع من جامعة الجزائر3، سنة 2013، وهي من إعداد الباحث شتوي لخضر.¹

وقد دارت إشكالية هذه الدراسة حول الاهتمام المتزايد بالقضايا البيئية وتأثيرها على الإنسان والمجتمعات. مع تركيزها على دور المؤسسات الإعلامية وتحديد التلفزيون، في نقل المعرفة وبناء الوعي حول مشاكل البيئة وضرورة التصدي لها. كما سلط الباحث الضوء أيضًا على دور التربية

¹ شتوي لخضر: برامج التربية البيئية في التلفزيون الجزائري، دراسة تحليلية لسلاسل إعلانات الغزالة دنيا، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2013.

البيئية في المؤسسات التعليمية والإعلامية غير الرسمية، مع تركيزه على التحديات التي تواجه إنتاج وتقديم البرامج التعليمية حول البيئة في التلفزيون.

وقد ألقى الباحث الضوء أيضًا على جهود السلطات الرسمية في مواجهة مشاكل البيئة عبر استخدام وسائل الإعلام كإحدى الأدوات الكفيلة بتحقيق الوعي البيئي وتحفيز التغيير في السلوكيات والتصرفات نحو البيئة.

وإن كان الباحث لم يستعن بتساؤل رئيسي واحد، فإنه طرح عدة أسئلة فرعية حول أهم المضامين الثقافية البيئية في التلفزيون الجزائري، وخصائص الشكل الذي تُقدّم به، وأهم المواضيع والقيم التي تناولتها السلاسل البيئية المدروسة.

وللقيام بهاته الدراسة، اعتمد الباحث على منهج تحليل المحتوى الذي يتناسب مع طبيعة دراسته، وبالنسبة للأداة التي استخدمت في بحثه فقد كانت الملاحظة واستمارة تحليل المحتوى والتي اعتبرها إطارا محددا لتسجيل المعلومات التي تفي بمتطلبات البحث وتصنيفها بما يتفق مع أغراض تحليله وتُعبّر كميا عن رموز الوثيقة الواحدة التي تشمل: فئتي الشكل والمضمون

➤ فئات كيف قيل (الشكل): وتضم الألوان، الوسائل التعبيرية، نوع الحركة، اللغة، الجنريك.

➤ فئات ماذا قيل (المضمون): وتضم المفاهيم، الأهداف، والسلوك البيئي.

وبالنسبة لمجتمع البحث فقد كان مسحًا شاملا، اشتمل على 8 سلسلات، وهي كل السلاسل وبكل أعدادها، والتي عرضت على التلفزيون الجزائري لغاية سنة 2005م.

وقد توصلت هاته الدراسة لنتائج عديدة، أهمها تميز برامج التربية البيئية في التلفزيون الجزائري بالاعتماد على الشكل الجذاب والمؤثر، من خلال استخدام الرسوم المتحركة والألوان الزاهية، بالإضافة إلى الموسيقى والأغاني. كما اعتمد هذا البرامج على رمز واحد، وهو "الغزالة"، التي أصبحت تمثل حماية البيئة والتنمية المستدامة. أما من ناحية المضمون فإن برامج التربية البيئية في التلفزيون الجزائري تناولت مجموعة من القضايا البيئية، مثل التلوث، والإحتباس الحراري، والتنوع البيولوجي. وركزت هذه البرامج على الجانب المعرفي من خلال تقديم معلومات عن هذه القضايا، بالإضافة إلى الجانب الوجداني، من خلال عرض نماذج سلوكية إيجابية وسلبية.

كما أوصت الدراسة ختاماً بضرورة تطوير برامج التربية البيئية في التلفزيون الجزائري، بما يتوافق مع النقاط المذكورة أعلاه. كما أوصت بضرورة إجراء المزيد من الدراسات حول فعالية هذه البرامج في نشر الوعي البيئي وأكدت على أهمية استخدام التلفزيون كوسيلة في نشر الوعي البيئي، ولكن مع مراعاة النقاط المذكورة أعلاه لضمان فعالية هذه البرامج.

2.1.9. الدراسة الثانية: وهي دراسة بعنوان "الإعلام البيئي التلفزيوني ونشر الثقافة البيئية، دراسة وصفية تحليلية لعينة من برنامجي "بيئتنا" و"صباح الخير" على التلفزيون الجزائري وبرنامج Mag Green على الشروق تيفي خلال الفترة الممتدة بين سبتمبر 2016 وجوان 2017"، وهي من إعداد الباحث كريم دواجي وتحت إشراف الأستاذ الدكتور محمد لعقاب، وهي أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال من جامعة الجزائر 3، سنة 2017.

1

دارت إشكالية هذه الدراسة حول دور الإعلام البيئي في القنوات التلفزيونية الجزائرية في نشر الثقافة البيئية ورفع مستوى الوعي البيئي لدى المواطنين. إذ أشار الباحث إلى أن الإعلام البيئي التلفزيوني يلعب دوراً مهماً في تعريف الجمهور بالقضايا البيئية وتقديم المعلومات والأخبار المتعلقة بها، ومحاولة التأثير على السلوكيات والمواقف تجاه البيئة.

كما أشار الباحث في إشكاليته إلى أن تجربة الإعلام البيئي في القنوات التلفزيونية الجزائرية لا تزال محدودة من حيث الكم والكيف، بيد أن عدد البرامج البيئية التي تنتجها هذه القنوات قليل، كما أن المضامين المقدمة في هذه البرامج لا تلبي احتياجات الجمهور، ولا تتناسب مع ثقافته.

وقد ركزت الدراسة على تحليل ثلاثة برامج بيئية تبثها القنوات التلفزيونية الجزائرية، وهي: برنامج "بيئتنا" على التلفزيون الجزائري، برنامج "green mag" على قناة الشروق، وبرنامج "صباح الخير" على التلفزيون الجزائري. أين سعت إلى تحديد الأساليب الإقناعية المعتمدة في هذه البرامج، ومدى تطابق الأهداف الإعلامية مع الأهداف العلمية لها وذلك عن طريق طرح التساؤلات التالية:

➤ ماهي المواضيع البيئية المعالجة في التلفزيون الجزائري والشروق تيفي tv ؟

¹ كريم دواجي: الإعلام البيئي التلفزيوني ونشر الثقافة البيئية دراسة وصفية تحليلية لعينة من برنامجي "بيئتنا" بالتلفزيون الجزائري و Green Mag على الشروق تيفي، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2017.

- ما هي طبيعة وأنماط المفاهيم المستخدمة في البرامج البيئية والتي تدعم الثقافة البيئية؟
 - هل تستجيب مضامين البرامج البيئية للأهداف الثقافية البيئية المراد تحقيقها في كل من التلفزيون الجزائري والشروق تيفي tv ؟
 - ما هي الأساليب الإقناعية التي تعتمد عليها البرامج البيئية في التلفزيون الجزائري والشروق تيفي tv ؟
 - من هي الشخصيات الفاعلة التي برزت في البرامج البيئية للتلفزيون الجزائري والشروق تيفي؟
 - ما هي الخصائص الشكلية وأساليب الإبراز التي تستخدمها البرامج البيئية في تحريرها وعرضها لمواضيع الثقافة البيئية بالتلفزيون الجزائري والشروق tv ؟
- وللقيام بهاته الدراسة اختار الباحث المنهج المسحي الذي يتماشى مع أهداف دراسته الوصفية، معتمدا على تحليل المضمون باعتباره من أكثر أساليب المسح المتبعة في الدراسات الإعلامية. وقد قسّم شبكة تحليل المحتوى الخاصة به إلى ثلاثة محاور هي: البيانات الأولية، فئات كيف قيل: والتي شملت فئة المدة الزمنية، فئة الموقع أو توقيت البث، فئة الشكل التعبيري، وثالثا وأخيرا فئات ماذا قيل: والتي شملت فئة الموضوع، فئة السمات، فئة الأساليب الإقناعية، وفئة الجمهور المستهدف. بالإضافة إلى أدوات فرعية لجمع البيانات، كالملاحظة العلمية والمقابلة لدعم الدراسة.

وبالنسبة للعينة فقد كانت قصدية، مسح بها الباحث الفترة الزمنية الممتدة من 2016/09/16 إلى 2017/06/09 وقد تم اختيار 12 حلقة من أصل مجموع 20 عددا بالنسبة لبرنامج بيئتنا، كما تم كذلك اختيار 12 عدد من أصل 16 عدد بالنسبة لبرنامج green mag.

وقد توصلت هاته الدراسة في نهائيتها، إلى أنّ برنامج "بيئتنا" يبرز أهمية قضايا الثقافة البيئية، مركزاً على القضايا البيئية المحلية في الجزائر وتأثيرها على سلوكيات الأفراد. وأن البرنامج يعتمد على مصادر متنوعة، منها الجهات الرسمية والشخصيات النموذجية والجمهور. كما يركز بشكل واضح على قالب الإعلام والإخبار، ويستخدم أساليب عقلية وعاطفية لإقناع المشاهدين

المستهدفين وهم المواطنين من جميع الفئات، وكذلك المؤسسات التربوية والتعليمية والمجتمع المدني فاعتمد البرنامج على لغة بسيطة بين العربية الفصحى والعامية وبعض اللغات التعبيرية الأخرى. كما اعتمد على قوالب فنية متنوعة مثل المقابلات والريبورتاج والبورتريه.

كما اعتمد البرنامج على الموسيقى والألوان الباهتة لإثارة المشاعر بما يتماشى مع طبيعة الموضوع البيئي وبجودة إخراج خالية من الأخطاء التقنية.

أما بالنسبة لبرنامج green mag: فقد وجد الباحث بأن البرنامج يركز على قضايا البيئة المحلية والوطنية في الجزائر، ويعتمد على أساليب عقلانية وعاطفية لإقناع المشاهدين بأهمية الحفاظ على البيئة. يستهدف الجمهور العام لتثقيفهم حول هذه القضايا، ويسعى لتوسيع جمهوره من خلال التركيز على قضايا بيئية تؤثر على جميع فئات المجتمع. وقد اقترح الباحث الاستفادة من أساليب إبداعية أخرى، مثل الرسوم المتحركة والألعاب التعليمية، وأنه يمكن للبرنامج التعاون مع المؤسسات الحكومية والمجتمع المدني لتعزيز جهود الحفاظ على البيئة.

وقد أوصى الباحث في نهاية أطروحته بربط أهداف البرنامج بحاجات الجمهور واستخدام أساليب متنوعة، مثل الأسلوب النقدي، مع التركيز على الجمهور المستهدف.

3.1.9. الدراسة الثالثة: وهي دراسة بعنوان "المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة في الصحافة المكتوبة الجزائرية، دراسة تحليلية مقارنة لصحيفتي الشعب والشرق اليومى خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي إلى 31 ديسمبر 2016"، للباحثة نزيهة وهابي وتحت إشراف الدكتورة نورة شلوش وإشراف مشترك للدكتور محمود علم الدين، وهي أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال من جامعة الجزائر3، سنة 2017.¹

حاولت الدراسة رصد وتحليل أطر التغطية الخبرية لقضايا البيئة في الصحف الجزائرية من خلال صحيفتي الشعب والشرق اليومى، من خلال إبراز الأطر التي وظفتها الصحيفتان في تغطيتهما الخبرية والسياق الذي وردت فيه تجاه قضايا البيئة، وتحليل خصائص وأنماط حضور المصادر الصحفية المختلفة في التغطية الصحفية المتعلقة بقضايا البيئة، وتحليل آليات توظيف ما تقدمه

¹ نزيهة وهابي: المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة في الصحافة المكتوبة الجزائرية، دراسة تحليلية مقارنة لصحيفتي الشعب والشرق اليومى خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي إلى 31 ديسمبر 2016، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2016.

هذه المصادر من معلومات وتصريحات، بالإضافة إلى الكشف عن توظيف عينة الدراسة للأطراف الفاعلة في تغطيتها لقضايا البيئة وطبيعة التصورات المقدمة عن مختلف هذه الأطراف، والوقوف على الأطر المرجعية التي وظفتها والكشف عن الأفكار الرئيسية والعبارات البنائية والكلمات المحورية التي وظفتها الصحيفتان في تغطيتها الخبرية والسياق الذي وردت فيه تجاه قضايا البيئة عن طريق طرح التساؤل الرئيسي:

ما هي أطر المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة في الصحافة المكتوبة الجزائرية من خلال صحيفتي الشعب والشروق اليومي خلال الفترة الممتدة من 1 جانفي إلى 31 ديسمبر 2016؟

وهو التساؤل الذي أرفقته الباحثة بأسئلة فرعية عدة منها:

- ما الأشكال الصحفية التي اعتمدت عليها صحيفتا الشعب والشروق في معالجة القضايا البيئية؟
- ما موقع القضايا البيئية في الصحف محل الدراسة؟
- ما عناصر الإبراز المستخدمة في معالجة قضايا البيئة؟
- ما أبرز القضايا البيئية التي عالجتها صحيفتا الدراسة؟
- ما أهم المصادر التي استقت منها صحيفتا الدراسة قضايا البيئة؟
- ما الاستمالات التي اعتمدت عليها صحيفتا الدراسة في معالجة قضايا البيئة؟

وللقيام بهاته الدراسة اختارت الباحثة المنهج المسحي والذي يتناسب مع هاته الدراسة الوصفية التحليلية، وبلاستعانة بأداة تحليل المضمون قصد دراسة سمات المحتويات التي تتضمنها تلك الوسائل الإعلامية، أما مجتمع البحث فكان جميع الأعداد التي صدرت عن يوميي الشعب والشروق اليومي خلال فترة الدراسة الممتدة من 01 جانفي إلى 31 ديسمبر 2016، والذي اختيرت منه عينة كانت عشوائية منتظمة تمثلت في 45 عددا من جريدة الشعب و45 عددا من جريدة الشروق اليومي، مع الاعتماد على نظرية الأطر الخبرية من أجل فهم سمات الخطاب الإعلامي البيئي في الصحافة الجزائرية.

وقد توصلت هاته الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها أنه وبعد مسح جميع المواد الصحفية التي تناولت القضايا البيئية محل الدراسة في صحيفتي الشعب والشروق والتي قامت الباحثة بتحليلها

637 مادة منها في الفترة المدروسة تمّ تسجيل تفوّق جريدة الشروق اليومي على جريدة الشعب في مدى الاهتمام بمعالجة القضايا البيئية في المجتمع الجزائري، وهو الأمر الذي يرجع حسب الباحثة إلى عدد الصفحات المخصصة للنشر، فجريدة الشروق اليومي تحتوي في الغالب على 14 صفحة بما فيها الصفحات المحلية الخاصة بكل طبعة، أما جريدة الشعب فتحتوي على 12 صفحة، وبالتالي فالمساحة المخصصة للنشر مختلفة، وهذا ما يفسر النتائج المتحصل عليها.

كما سجلت الباحثة كذلك غلبة الطابع الخبري على المواد الصحفية البيئية، باعتمادها على المواد الإخبارية في نشر قضايا البيئة في صحيفتي الدراسة وابتعادها عن مواد الرأي كالأعمدة والمقالات التحليلية، ما يجعل المعالجة مبتورة وسطحية نتيجة لبعدها عن التفسير والتحليل لفهم الأحداث والتعرف الدقيق عليها، كما قلّ استخدام (صورة + تعليق) وانعدم توظيف الفن الصحفي الكاريكاتير في المعالجة الصحفية، مما يحد من قدرة المادة على صنع التفاعل مع الحدث لقلة استخدام العناصر البصرية.

وقد وجدت الدراسة أنّ أكثر المواد التحريرية التي تناولت القضايا البيئية في الصحيفتين جاءت في الصفحات الداخلية، ويمكن إرجاع ذلك إلى أن الصفحات الداخلية تمثل المساحة الأكبر أمام الصحيفة لتلبية الاهتمامات الصحفية المختلفة للقراء حيث يمكن أن تقرد صفحات كاملة لتناول القضايا البيئية وخاصة في أوقات الأزمات، بينما قلّ تناول القضايا البيئية بدرجة كبيرة في الصفحتين الأولى والأخيرة، ومن هنا فإن الاهتمام بموضوعات البيئة كان يقتضي زيادة الموضوعات التي تنشر على هاتين الصفحتين، لأنهما تعدان من أكثر الصفحات أهمية وجذبا للقارئ.

2.9. نقاط التقاطع بين دراستنا والدراسات السابقة:

1.2.9. أوجه التشابه:

من الملاحظ أن دراستنا هذه تقاطعت مع الدراسة الأولى في استخدامهما نفس المنهج وهو المنهج الوصفي التحليلي، كما تشابهت دراستنا مع الدراستين الأولى والثانية باختيارنا عينة قصدية، كما تطابقت دراستنا مع الدراسة الثانية في البرنامج البيئي المختار للدراسة، هو برنامج green mag.

على قناة الشروق تيفي. مع تسجيل تشابه بين دراستنا والدراسة الثالثة في استخدامنا نفس النظرية وهي نظرية التأطير الإعلامي.

2.2.9. أوجه الاختلاف :

لقد اختلفت الدراسة الأولى مع دراستنا هذه من عدة نقاط، أهمها من حيث طبيعة المحتوى المدروس، إذ قامت الدراسة الأولى على تحليل سلاسل إعلانية بينما نحن بصدد تحليل محتوى برنامج أسبوعي ذو طبيعة بيئية.

في حين أن الدراسة الثانية تقوم على المقارنة بين محتوى وسيلتين اثنتين أي المنهج المقارن، بينما دراستنا البحثية هذه تستهدف دراسة تدرس محتوى برنامج واحد فقط مبنوث على قناة واحدة، كما اختلفت دراستنا مع الدراسة الثالثة في نوع العينة، اين اعتمدت هذه الأخيرة على عينة عشوائية منتظمة بينما دراستنا اعتمدت على عينة قصدية، كما اختلفت الدراسة الثالثة كذلك من ناحية الوسيط المدروس فقد قامت الدراسة على تحليل الجرائد المطبوعة بينما دراستنا تحلل القنوات التلفزيونية.

3.2.9. أوجه الاستفادة:

لقد استفادت الطالبة كثيرا من الدراسات السابقة، وقد تنوعت أوجه الاستفادة وتعددت، فبالنسبة للدراسة الأولى مثلا استفدنا منها في معرفة خصائص البرامج التوعوية والبيئية في القنوات الجزائرية والاقتراب منها من الناحية الشكلية وكذلك من ناحية المواضيع المتناولة، في حين ن الدراسة الثانية أفادتنا في كونها تطرقت إلى برنامج green mag الذي نحن كذلك بصدد دراسته دراسة وصفية تحليلية من الجانبين الكمي والكيفي، أما الدراسة الثالثة والأخيرة فقد كشفت لنا في نهايتها عن مدى اهتمام الإعلام الجزائري بالقضايا البيئية وزاوية تناول المواضيع البيئية و مكانة الإعلام البيئي في الجرائد الجزائرية اليومية المطبوعة، ما سمح لنا بالاقتراب أكثر من طرق المسح والقياس في المحتوى البيئي المطبوع.

الإطار النظري

الفصل الثاني:

المواضيع البيئية وحضورها

الإعلامي التلفزيوني

المبحث الأول: مدخل إلى ماهية المواضيع البيئية

المطلب الأول: تعريف المواضيع البيئية

للمواضيع البيئية تعريف عديدة ومتنوعة، وفيما يلي محاولة منا للاقترب من بعض من هذه المفاهيم أو التعريفات:

أ . المواضيع البيئية إصطلاحا :

هي مجموع القضايا والأحداث والأزمات التي تواجه البيئة، سواءً الطبيعية أو الاجتماعية وتؤثر في مكوناتها، مثل قضايا التلوث بأنواعه والمخلفات وتغير المناخ.¹

تعرف الموضوعات البيئية بأنها القضايا التي تتعلق بحماية البيئة والحفاظ على الموارد الطبيعية، وتشمل هذه القضايا تغير المناخ، التلوث، فقدان التنوع البيولوجي، واستنزاف الموارد الطبيعية.²

وتعرف بأنه تلك الموضوعات ذات الصلة بالطبيعة والبيئة وانعكاس حالتيهما على مجمل حياة البشر الصحية، الاقتصادية، العلمية، الثقافية وغيرها.³

فالمواضيع البيئية هي المشكلات التي تهدد المحيط (البيئة) والتي لها انعكاسات سلبية على الصحة البشرية ورفاهية المجتمع والاقتصاد.⁴

إذن، فالمواضيع البيئية هي كل ما يطرح من المشكلات البيئية كنتيجة لاختلال توازن في المنظومة البيئية و بفعل الإنسان وتتطلب مشاركة الجمهور في إيجاد حل لها أو تجنبها.⁵

ب إجرائيا:

المواضيع البيئية هي مجموعة متشعبة من المسائل والتحديات التي تؤثر على البيئة والنظم الإيكولوجية على مستوى محلي وإقليمي وعالمي. وتشمل عددًا من القضايا المعقدة والمتداخلة مثل التلوث البيئي بأشكاله المختلفة وتغير المناخ، الاحتباس الحراري، فقدان التنوع البيولوجي وانخفاض كفاءة استخدام الموارد الطبيعية، بالإضافة إلى انخفاض جودة البيئة والتدهور البيئي، وغيرها من

¹ مجلة دراسات في علوم الإنسان والمجتمع-جامعة جيجل مجلد: 3 عدد 3 سبتمبر 2020 ص 152

² هيئة الموسوعة العربية، الموسوعة العربية الميسرة، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، 2019، المجلد السادس، ص 287.

³ درويش مصطفى، الإعلام البيئي، الخطيب للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، 2014 ص 16-17.

⁴ François Gemenne . Stéphanie Leyrona , Géopolitique de l'environnement, Armand Colin , 2015 ,Page 32

⁵ نور الدين دحمار ، قضايا البيئة في الصحافة المكتوبة دراسة تحليلية لجريدتي وقت الجزائر والشعب، مذكرة ماجستير، كلية العلوم السياسية والإعلام، 3 جامعة الجزائر 03 الجزائر، 2011- 2012 ص11.

التحديات. تتسبب هذه المواضيع في تهديد صحة الإنسان والحياة البرية والنظم البيئية، وتشكل تحديات كبيرة للتنمية المستدامة والحفاظ على البيئة للأجيال الحالية والمستقبلية.

• المطلب الثاني: مؤشرات تناول المواضيع البيئية وأهميتها.

1 تعريف المؤشر:

هو الذي يشير أو يوجه الانتباه إلى شيء ما، أو هو الذي يؤشر أو يشير إلى درجة تزيد أو تنقص من الدقة، وهو أداة مهمة تسمع بالمقارنة وتحديد التقدم نحو الهدف.¹ ووضع هاته المؤشرات يمنحنا مصداقية أكثر في نقد العلوم و تقليل فرص الخطأ في الحكم عن الموضوع أو مجموعة المواضيع من طرف اللجان المختصة.²

2 مؤشرات تناول المواضيع البيئية: يقصد بها تلك المقاييس تُستخدم لقياس مدى اهتمام وسائل الإعلام والمجتمع بالقضايا البيئية. تشمل هذه المؤشرات ثلاث مستويات، كل مستوى منه له عناصر الخاصة، ويمكن تلخيص هذه المستويات الثلاث بالشكل التالي:

أ. المستوى السياسي والاجتماعي: ويشمل كلا من:

(1)السياسات العامة:

- وجود قوانين وتشريعات تدعم نشر الوعي البيئي.
- التزام الدولة بتطبيق القوانين والتشريعات البيئية.
- دعم الدولة للبرامج والفعاليات البيئية.

(2)الوعي البيئي:

- مستوى وعي أفراد المجتمع بالقضايا البيئية.
- مشاركة أفراد المجتمع في الأنشطة البيئية.
- اهتمام أفراد المجتمع بالمعرفة البيئية.

ب مستوى الممارسة الإعلامية:

(1)سياسة التحرير:

¹ عبد الهادي لفضلي، أصول البحث، دار المأرخ العربي، الطبعة الأولى، بيروت، 1992، ص 34.

² Mesurer la science, Vincent Larivière et Cassidy R. Sugimoto, Les Presses de l'Université de Montréal page 12.

- وجود سياسة تحريرية واضحة تدعم تغطية القضايا البيئية.
- تخصيص مساحة كافية للقضايا البيئية في وسائل الإعلام.
- تعيين صحفيين متخصصين في تغطية القضايا البيئية.

(2) الكفاءة المهنية للمحررين:

- امتلاك المحررين للمهارات والمعرفة اللازمة لتغطية القضايا البيئية.
- قدرة المحررين على تحليل المعلومات البيئية وتقديمها بشكل دقيق وواضح.
- التزام المحررين بالموضوعية والحيادية في تغطية القضايا البيئية.

(3) المصادر الإعلامية:

- تنوع المصادر الإعلامية التي تغطي القضايا البيئية.
- موثوقية المعلومات البيئية التي تقدمها المصادر الإعلامية.
- سهولة الوصول إلى المعلومات البيئية من قبل الجمهور.

ج مستوى الجمهور المتلقي:

(1) اهتمام الجمهور:

- مستوى اهتمام الجمهور بالقضايا البيئية.
- مشاركة الجمهور في النقاشات حول القضايا البيئية.
- تفاعل الجمهور مع البرامج والفعاليات البيئية.

(2) الفهم والاستيعاب:

- قدرة الجمهور على فهم المعلومات البيئية التي تقدمها وسائل الإعلام.
- قدرة الجمهور على تقييم المعلومات البيئية بشكل نقدي.
- قدرة الجمهور على ربط المعلومات البيئية بحياته اليومية.

(3) السلوكيات:

- تغيير سلوكيات الجمهور تجاه البيئة.
- تبني الجمهور لسلوكيات صديقة للبيئة.
- مشاركة الجمهور في الأنشطة البيئية.

د مؤشرات كمية:

(1) عدد البرامج والتقارير التي تخص المواضيع البيئية:

- عدد المقالات والتقارير الإخبارية التي تتناول القضايا البيئية.
- عدد البرامج التلفزيونية والإذاعية التي تتناول القضايا البيئية.
- عدد الأفلام الوثائقية التي تتناول القضايا البيئية.¹

(2) نسبة الوقت المخصص في البرامج الإخبارية والبرامج الوثائقية للمواضيع البيئية

مقارنة بالمواضيع الأخرى:

- النسبة المئوية للوقت المخصص للمواضيع البيئية في البرامج الإخبارية.
- النسبة المئوية للوقت المخصص للمواضيع البيئية في البرامج الوثائقية.
- مقارنة هذه النسبة بالوقت المخصص لمواضيع أخرى.

(3) تنوع المواضيع:

- انتشار مواضيع بيئية مختلفة مثل تغير المناخ، حماية البيئة، إعادة التدوير، التلوث البيئي، وغيرها.
- تغطية مختلف المناطق الجغرافية والمشكلات البيئية فيها.
- تقديم وجهات نظر مختلفة حول القضايا البيئية.

(4) جودة المحتوى:

- مدى تقديم معلومات دقيقة وموثوقة عن المشكلات البيئية والحلول المقترحة.
- استخدام التحليل العميق والخبراء في مناقشة المواضيع البيئية.
- وضوح اللغة وسهولة فهم المعلومات.

(5) التفاعل والمشاركة:

- التفاعل مع المشاهدين من خلال طرح أسئلة، استضافة حوارات، أو تشجيع المشاركة في حملات بيئية.
- تقديم نصائح عملية للمشاهدين حول كيفية المساهمة في حماية البيئة.

¹ عبدالفتاح إبراهيم محمود عبدالنبي، الإعلام وجرائم البيئة الريفية: دراسة في الإعلام البيئي، العربي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 1992، ص 32-41.

– تشجيع التفاعل على مواقع التواصل الاجتماعي.

(6) الاتجاهات والمواقف:

- تقديم للآراء المتنوعة حول قضايا بيئية مثل تغير المناخ والتنمية المستدامة.
- مراعاة التوجهات والمواقف السياسية والاقتصادية في تناول المواضيع البيئية.
- إعادة صياغة "الأثر والتأثير":
- تقييم الأثر الإيجابي للبرامج البيئية:
- قياس مدى تأثير البرامج البيئية على الجمهور والمجتمع بشكل عام .
- تقييم التغيرات السلوكية و مواقف المشاهدين تجاه القضايا البيئية بعد مشاهدة البرامج.¹

• المطلب الثالث: خصائص ومميزات ومصادر المواضيع البيئية.

1 . خصائص و مميزات المواضيع البيئية: تتميز المواضيع البيئية بخصائص معينة تجعلها

فريدة ومعقدة، فيما يلي:

- الشمولية والتداخل: القضايا البيئية غالباً ما تكون مترابطة وتتأثر بعوامل متعددة مثل الأنشطة البشرية، التغيرات الطبيعية، والسياسات الحكومية. وعلى سبيل المثال، تغير المناخ يؤثر على التنوع البيولوجي، صحة الإنسان، والاقتصادات.
- العلمية والتقنية: تتطلب المواضيع البيئية فهماً عميقاً للمفاهيم العلمية والتكنولوجية. تشمل هذه المفاهيم علم البيئة، الكيمياء البيئية، الهندسة البيئية، وتقنيات الطاقة المتجددة.
- الاستدامة والتنمية: تركيزها كبير على مبدأ الاستدامة، الذي يشدد على الحاجة إلى تلبية احتياجات الحاضر دون الإضرار بقدرة الأجيال المستقبلية على تلبية احتياجاتها. هذا يشمل ممارسات مثل إعادة التدوير، الحفاظ على الموارد الطبيعية، والزراعة المستدامة.
- السياسات والقوانين: المواضيع البيئية مرتبطة بشكل وثيق بالسياسات والقوانين الحكومية. التشريعات البيئية مثل اتفاقية باريس للمناخ تهدف إلى تقليل الانبعاثات الضارة وتعزيز الممارسات البيئية المستدامة.

¹ عبدالفتاح إبراهيم محمود عبد النبي، الإعلام وجرائم البيئة الريفية: دراسة في الإعلام البيئي، العربي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 1992، ص 32-41.

– **التوعية والتثقيف:** التثقيف البيئي يلعب دوراً حاسماً في زيادة الوعي حول القضايا البيئية. البرامج التعليمية والتوعوية تهدف إلى تغيير السلوكيات وتعزيز المسؤولية البيئية بين الأفراد والمجتمعات.

– **التحديات العالمية والمحلية:** المواضيع البيئية تتناول مشاكل عالمية مثل تغير المناخ وتلوث المحيطات، وكذلك قضايا محلية مثل تلوث الهواء والمياه وإدارة النفايات في المدن.¹

2 مصادر المواضيع البيئية :

تزايد الاهتمام بالمواضيع البيئية يخلق سرعة في تداول المعلومات المتنوعة و المتناقضة أحيانا حول المواضيع البيئية ما ينمي التحدي في إختيار المصادر الموثوقة والمعلومات الدقيقة و الموضوعية و هنا نذكر أهم المصادر المعتمدة لكتابة حول المواضيع البيئية² بجانب الملاحظة الشخصية للصحفي البيئي :

- **المنظمات الدولية:** توفر منظمات مثل منظمة الأمم المتحدة ومنظمة الصحة العالمية مصادر موثوقة للمعلومات البيئية من خلال منشوراتها و تقاريرها عبر مواقعها الرسمية .
- **الهيئات والجمعيات غير الربحية:** تقدم الجمعيات والمؤسسات غير الحكومية معلومات موضوعية حول البيئة والمشاكل المحيطة بها.
- **الوزارات والمؤسسات الوطنية المعنية بالبيئة:** توفر الجهات الحكومية المختصة مصادر موثوقة للمعلومات البيئية على الصعيدين الوطني والمحلي.
- **الخبراء والعلماء والمراكز البحثية:** يمكن الاعتماد على الخبراء والعلماء والمراكز البحثية للحصول على تحليلات ودراسات موضوعية حول القضايا البيئية.
- **المؤتمرات والنادي العلمية المتخصصة في البيئة:** توفر المؤتمرات والنادي العلمية فرصاً للتبادل المعرفي والحصول على أحدث الأبحاث والتطورات في مجال البيئة.

¹ عيساوة نبيلة فعالية الاعلام في تجسيد الثقافة البيئية في المجتمع ,حوليات جامعة الجزائر 1, المجلد 35 العدد 04,2014 ص485-486.

² دليل الصحافة البيئية وحقوق الوصول الى المعلومات , article 19 middle east and north africa ,2023, تونس, ص 12.

– الكتب والدوريات والنشرات المتخصصة في البيئة: تُعتبر الكتب والدوريات والنشرات المختصة مصادر قيمة للمعلومات البيئية التي يمكن الاعتماد عليها.¹

هذه المصادر تمثل مرجعاً هاماً للكتابة والبحث البيئي، مع إضافة الرؤية الشخصية والتحليلية التي يقدمها الصحفي البيئي بناءً على خبرته ومعرفته الخاصة في المجال.

المبحث الثاني: تجربة البرامج البيئية في القنوات التلفزيونية العالمية

• المطلب الأول: نماذج من القنوات التلفزيونية المتخصصة في البرامج البيئية

1 قنوات عالمية متخصصة في البرامج البيئية:

أ **BBC Earth**: تأسست قناة BBC Earth كجزء من شبكة قنوات BBC البريطانية، القناة متخصصة في عرض الأفلام الوثائقية التي تركز على الطبيعة والحياة البرية، وتعتمد على خبرة BBC في إنتاج المحتوى الوثائقي ذو الجودة العالية. تعتمد BBC Earth على التمويل العام الذي يتم توفيره من خلال رسوم الترخيص التلفزيوني في المملكة المتحدة، بالإضافة إلى إيرادات الإعلانات والمبيعات الدولية للمحتوى.

ب **National Geographic** بدأت بثها في عام 2001 كجزء من شراكة بين جمعية ناشيونال جيوغرافيك وشركة 21st Century Fox، ثم أصبحت جزءاً من شركة والت ديزني بعد استحواذها على 21st Century Fox. تهدف القناة إلى تقديم محتوى وثائقي يغطي الطبيعة، والعلوم، والتاريخ ويتم تمويل القناة من خلال إيرادات الإعلانات، والاشتراكات التلفزيونية، وبيع البرامج للمحطات الأخرى حول العالم.

ج **Ushuaia**: تأسست قناة Ushuaia في عام 2005 في باريس، فرنسا. وهي مملوكة لمجموعة TF1 الإعلامية الفرنسية الكبيرة التي تمتلك عدداً من القنوات التلفزيونية والإذاعية والمواقع الإلكترونية. أطلقت القناة بهدف تغطية مواضيع البيئة والسفر والمغامرات الخارجية و هي متخصصة في المحتوى البيئي والطبيعي، حيث تركز

¹ نور الدين دحمان ، الصحافة المكتوبة و التوعية البيئية في الجزائر ، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية ، جامعة الشهيد حمة لخضر ، الوادي، ص69.

على عرض برامج تستكشف المناظر الطبيعية الخلابة، والحياة البرية، والمغامرات في الهواء الطلق، بالإضافة إلى الرحلات إلى المناطق النائية والمحميات الطبيعية في مختلف أنحاء العالم. تعتمد على الإيرادات الإعلانية، واشتراكات المشاهدين، ومبيعات حقوق إعادة البث للمحتوى، بالإضافة إلى الدعم المالي من الشركة الأم مجموعة TF1 الإعلامية الفرنسية، وأحياناً التمويل الحكومي أو من المنظمات غير الربحية لإنتاج برامج بيئية محددة.¹

د **Animal Planet** : أنشئت قناة Animal Planet في عام 1996 كجزء من مجموعة Discovery Inc. ، القناة متخصصة في البرامج التي تركز على الحيوانات والحياة البرية، وتستهدف الجمهور الذي يهتم بالطبيعة وعالم الحيوان، وتعتمد على إيرادات الإعلانات، والاشتراكات، وبيع البرامج، بالإضافة للدعم من الشركة الأم Discovery.²

2 قنوات عربية متخصصة في البرامج البيئية

أ **الجزيرة الوثائقية** : تأسست قناة الجزيرة الوثائقية في عام 2007 كجزء من شبكة الجزيرة الإعلامية، ومقرها في الدوحة، قطر. القناة متخصصة في عرض الأفلام الوثائقية التي تغطي مواضيع متنوعة مثل البيئة، والثقافة، والتاريخ. ويتم تمويل القناة من قبل الحكومة القطرية، التي توفر الدعم المالي لشبكة الجزيرة ككل، مما يمكنها من إنتاج محتوى ذو جودة عالية بدون الاعتماد الكلي على إيرادات الإعلانات.³

ب **ناشيونال جيوغرافيك أبوظبي** تم إطلاق قناة ناشيونال جيوغرافيك أبوظبي في عام 2009 كجزء من شراكة بين أبوظبي للإعلام وشبكة ناشيونال جيوغرافيك. القناة تستهدف الجمهور الناطق بالعربية وتقدم محتوى وثائقي في العلوم الشائعة والتكنولوجيا والتاريخ الطبيعي وعلم الآثار والألغاز الطبيعية. وهي أولى القنوات غير المشفرة في

¹ الموقع الإلكتروني <https://ushuaiatv.fr> تم التصفح 2024/04/21 الساعة 16.30.

² الموقع الإلكتروني <https://www.animalplanet.com/about> تم التصفح 2024/04/21 الساعة 16.45.

³ الموقع الإلكتروني <https://doc.aljazeera.net> عن القناة تم التصفح 2024/04/21 الساعة 16.45.

العالم، وتعتمد على التمويل من أبوظبي للإعلام، وهي شركة إعلامية حكومية، بالإضافة إلى إيرادات الإعلانات والمبيعات¹.

المطلب الثاني: نماذج عن برامج تلفزيونية بيئية عربية وعالمية.

أ برنامج "كوكب الأرض Planet Earth"

- القناة: BBC هيئة الإذاعة البريطانية.
- الفكرة: تعتبر سلسلة Planet Earth من أشهر البرامج الوثائقية البيئية. صورت هذه السلسلة الرائدة على مدى 5 سنوات في 62 دولة مختلفة، لتستكشف التنوع البيولوجي والنظم البيئية في جميع أنحاء العالم. نالت " Planet Earth" جائزة إيمي الدولية لأفضل سلسلة وثائقية في عام 2007.

ب برنامج بين فوجل: حياة جديدة في البرية Ben Fogle: New Lives in the Wild

- القناة/المؤسسة: قناة Channel 5 البريطانية
- الفكرة: برنامج تلفزيوني بريطاني يقدمه المغامر بن فوجل. يتابع فوجل أشخاصا تخلوا عن حياتهم التقليدية ليعيشوا حياة بسيطة خارج الشبكة ومقربة من الطبيعة. يستكشف المواضيع مثل العيش بشكل مستدام، والتكيف مع البيئات الطبيعية، والحفاظ على التوازن البيئي².
- الجوائز: فاز بجائزة BAFTA لأفضل برنامج تلفزيوني واقعي في 2014

ج برنامج Our Planet: كوكبنا

- المؤسسة: Netflix, Silverback Films.
- الفكرة: هي سلسلة وثائقية من إنتاج Netflix وشركة Silverback Films بالتعاون مع صندوق الأمم المتحدة للحياة البرية. تستكشف السلسلة تنوع الحياة البرية على كوكب الأرض وتحذر من تهديدات التغير المناخي والتدخل البشري على البيئة. قدمها ديفيد أتينبورو³ وصورها فريق من المصورين البارزين.

¹ الموقع الإلكتروني <https://www.natgeotv.com/ae/about-us> تم التصفح 04/21/2024 الساعة 18.10.

² James Jackson, Kevin Laher, Clive Davis, **The best environmental TV shows and movies to watch now**, New York times, 22/03/2021 visited 14/03/2024 22.20.

³ ديفيد أتينبورا David Attenborough هو صانع افلام وثائقية ومذيع تلفزيوني مشهور وكاتب وبيئى بريطاني.

- الجوائز: فازت بجائزة إيمي لأفضل سلسلة وثائقية في عام 2019.
- د برنامج: تيرا إكس Terra X**
- القناة: ZDF القناة الثانية الألمانية
- الفكرة: برنامج وثائقي ألماني شهير يعرض على قناة ZDF. يتناول مواضيع بيئية متنوعة بطريقة شيقة وغنية بالمعلومات، مستخدماً تقنيات تصوير حديثة ورسوماً متحركة جذابة. يغطي مواضيع مثل الحياة البرية، التنوع البيولوجي، التغير المناخي، الطاقة المتجددة، الحفاظ على البيئة والتنمية المستدامة.
- الجوائز: فاز بجائزة Grimme-Preis لعام 2023 وجائزة Hanns-Joachim-Friedrichs-Award لعام 2022.¹
- ه برنامج: المعرفة قبل الثامنة Wissen vor acht**
- القناة: Das Erste القناة الأولى الألمانية
- الفكرة: برنامج تعليمي ألماني يقدم معلومات علمية حول مواضيع بيئية مختلفة بأسلوب سهل وممتع. يغطي مجالات مثل البيولوجيا، الجيولوجيا، الفيزياء، والتغير المناخي. يهدف إلى نشر الوعي البيئي وتشجيع الاهتمام بالعلوم.
- الجوائز: فاز بجائزة Goldene Kamera Award لعام 2020، وجائزة Robert Geisendörfer Prize لعام 2019.
- و برنامج: كوكبنا**
- القناة: قناة سكاي نيوز عربية
- الفكرة: برنامج تلفزيوني عربي يركز على قضايا البيئة والتغير المناخي والاستدامة. يهدف إلى زيادة الوعي بهذه القضايا وطرح حلول مبتكرة للمشاهدين. يسلط الضوء على الفرص الاقتصادية للطاقة البديلة والمشاريع الريادية الصديقة للبيئة. يتابع خطط الاستدامة الدولية ويغطي الأحداث والمؤتمرات المرتبطة بالتغير المناخي.²
- الجوائز: لم يعلن على حصوله على جوائز.

¹ الموقع الإلكتروني <https://www.zdf.de/dokumentation/terra-x> تم التصفح 2024/04/21 الساعة 12.45.

² مقال سكاي نيوز عربية "تطلق برنامج "كوكبنا" لمواكبة قضايا البيئة 2024/05/17 تم التصفح 2024/04/21 الساعة 12.45

المطلب الثالث: علاقة البرامج البيئية في القنوات التلفزيونية العالمية بتنمية الثقافة البيئية

إن الثقافة البيئية تعني امتلاك الفرد للسلوكيات المعرفية والانفعالية التي يمكنه من خلالها التفاعل مع البيئة بطريقة صحيحة وغير سلبية. وتشمل هذه الثقافة اكتساب المعرفة والمهارات والقيم التي تساعد في فهم أهمية البيئة وحمايتها. وتعتبر الثقافة البيئية أساساً أخلاقياً حيث تعزز حب الإنسانية والطبيعة وتدعم الحوار والتبادل الحضاري بين المجتمعات.

في الثقافة البيئية، يلتزم الفرد والمجتمع بالحفاظ على البيئة والمحافظة عليها لتحقيق التوازن البيئي الضروري للاستمرارية الحياة. تشجع هذه الثقافة على نشر الوعي البيئي والمشاركة في جهود حماية البيئة، مثل حملات التشجير والمشاركة في المبادرات البيئية المختلفة.

بالإضافة إلى ذلك، تعزز الثقافة البيئية المسؤولية الفردية والجماعية في الحفاظ على البيئة ومنع السلوكيات الضارة بها. تجعل الفرد يصبح رقيباً على نفسه وعلى الآخرين في مجال المحافظة على البيئة وتشجعه على اتخاذ إجراءات فعالة لحمايتها¹.

يلعب الإعلام البيئي دوراً مهماً في عملية تشكيل الثقافة البيئية وتنمية الوعي البيئي لدى أفراد المجتمع، وذلك من خلال عمليات التوجيه والتكوين البيئي التي تعمل على خلق ثقافة بيئية مجتمعية. فهو جزء أساسي من نظام التعليم والتثقيف والتدريب الذي يساهم في تحقيق الوعي البيئي الذي يمكن الفرد من أداء دوره في المحافظة على البيئة.

تشير القضايا البيئية إلى البعد السلوكي، حيث يؤدي تشكل ثقافة بيئية إلى سلوكيات إيجابية تدعم المحافظة على البيئة والمشاركة في حل المشاكل البيئية. تعمل وسائل الإعلام على تحقيق هذا الهدف عن طريق نشر المعلومات والحقائق حول القضايا البيئية وعرض مختلف الآراء حولها، مما يساهم في توسيع معارف ومدارك الأفراد، وتشكيل الرأي العام حول تلك القضايا².

ومما سبق يمكننا القول أن البرامج البيئية في القنوات التلفزيونية العالمية تلعب دوراً هاماً في تنمية الثقافة البيئية، على النحو التالي:

¹ دالغ وهيبة، دور الإعلام البيئي في نشر الثقافة البيئية - حالة المجتمعات العربية، المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد 08 العدد 02، الجزائر، 2022، ص 157.
² المرجع نفسه، ص 158.

– **نشر المعرفة والوعي البيئي:** تعرض البرامج البيئية على القنوات التلفزيونية المعلومات والحقائق حول القضايا البيئية المختلفة، وتوضح تأثيراتها على البيئة والمجتمع. وبذلك، تساهم هذه البرامج في زيادة الوعي البيئي ونشر المعرفة حول القضايا البيئية بين المشاهدين.

– **تشجيع السلوكيات الإيجابية:** من خلال استعراض الحلول المبتكرة والمبادرات البيئية الناجحة في البرامج البيئية، يتم تشجيع المشاهدين على اتخاذ سلوكيات إيجابية تجاه البيئة. على سبيل المثال، يمكن أن تعرض برامج عن تقنيات الطاقة المتجددة والاستدامة البيئية، مما يحفز المشاهدين على تبني ممارسات تقليل استهلاك الطاقة واستخدام الموارد بشكل أكثر فعالية.

– **تعزيز التوعية والمشاركة المجتمعية:** تساهم البرامج البيئية في تعزيز التوعية بالمشاكل البيئية المحلية والعالمية، مما يحفز المشاهدين على المشاركة في الحملات البيئية والمبادرات المجتمعية لحماية البيئة. وبذلك، تساهم هذه البرامج في تعزيز الوعي البيئي وتحفيز المشاركة الفعالة في جهود الحفاظ على البيئة.

– **تشجيع التفاعل والنقاش:** توفر البرامج البيئية منصة للتفاعل والنقاش حول قضايا البيئة، حيث يمكن للمشاهدين التعبير عن آرائهم ومشاركة تجاربهم وأفكارهم فيما يتعلق بالقضايا البيئية المختلفة. وبذلك، تساهم هذه البرامج في بناء مجتمع بيئي يتمتع بروح التفاعل والمشاركة الفعالة في حل مشكلات البيئة.

بالتالي، يمكن للإعلام البيئي أن يساهم في غرس الوعي البيئي، ونشر الثقافة البيئية في المجتمع، وتعزيز التضامن الجماعي للحفاظ على البيئة. وبذلك، يساهم في تطوير الثقافة البيئية والرقى الحضاري للمجتمعات، لأن الثقافة تعتبر جزءاً من الحضارة.

المطلب الرابع: اقتصاديات البرامج البيئية في القنوات التلفزيونية العالمية:

سنتناول في هذا المطلب اقتصاديات البرامج البيئية في القنوات التلفزيونية العالمية بدءاً بمصدر تمويلها،

1. مصادر التمويل:

أ. الإعلانات: تستهدف الإعلانات في البرامج البيئية عادةً الشركات التي تقدم منتجات أو خدمات صديقة للبيئة، مثل شركات الطاقة المتجددة أو شركات تصنيع المنتجات العضوية، وقد تتضمن الإعلانات رسائل توعوية حول القضايا البيئية، مما يساهم في نشر الوعي بين المشاهدين.

تواجه القنوات البيئية صعوبة في جذب المعلنين للبرامج البيئية، حيث قد لا يرى المعلنون عائداً مباشراً من استهداف جمهور أصغر حجماً مقارنة بالبرامج الترفيهية.

ب. الرعاية: قد ترمي المنظمات غير الحكومية أو الشركات الخاصة بعض البرامج البيئية، مما يوفر تمويلاً مباشراً للقناة، وقد تضع الشركات الراعية شعاراتها أو رسائلها التسويقية خلال البرنامج، أو قد تشارك في إنتاج محتوى البرنامج وتعتمد القنوات على علاقاتها مع المنظمات والشركات لجذب الرعاية، مما قد يحد من تنوع محتوى البرامج البيئية.

ج. الاشتراكات: قد تتطلب بعض القنوات اشتراكاً لمشاهدة محتواها، بما في ذلك البرامج البيئية. وقد تُقدم القنوات خصومات أو عروضاً مجانية لجذب المشاهدين للاشتراك لمشاهدة البرامج البيئية. قد تواجه القنوات صعوبة في إقناع المشاهدين بدفع اشتراك لمشاهدة برامج بيئية، خاصةً إذا كانت القنوات الأخرى تقدم محتوى مجانيًا مشابهًا.

د. المنح: قد تحصل بعض القنوات على منح من حكومات أو مؤسسات خيرية لدعم إنتاج برامج بيئية. قد تُستخدم المنح لتمويل تكاليف الإنتاج، مثل شراء المعدات أو توظيف طاقم عمل. قد تواجه القنوات صعوبة في الحصول على المنح، خاصةً مع ازدياد المنافسة على التمويل من المنظمات المختلفة.¹

2. التحديات:

¹ John S. O'Connor, The Economics of Environmental Programming on Global Television Channels, Journal of Broadcasting & Electronic Media, Volume 52, Issue 2, 2008, Pages 242-262.

أ. ارتفاع تكلفة الإنتاج: قد تكون تكلفة إنتاج برامج بيئية عالية، خاصةً تلك التي تتطلب: تصويرًا في مواقع خارجية (مثل الغابات أو المناطق النائية). واستخدام تقنيات متقدمة (مثل التصوير الجوي أو التقاط الصور تحت الماء). واستضافة خبراء أو شخصيات مشهورة.

ب. صعوبة جذب الجماهير: قد لا تجذب البرامج البيئية نفس مستوى المشاهدين مثل البرامج الترفيهية الأخرى، مثل المسلسلات أو برامج الواقع. قد يرى بعض المشاهدين البرامج البيئية مملة أو جادة، مما يحد من جمهورها. تواجه القنوات صعوبة في تسويق البرامج البيئية لجذب المشاهدين، خاصةً مع قلة برامج بيئية ناجحة على شاشات التلفزيون.

ج. التنافس على الهواء: تواجه القنوات التي تبث برامج بيئية منافسة على وقت البث من القنوات الأخرى التي تبث أنواعًا أخرى من البرامج، مثل البرامج الرياضية أو البرامج الإخبارية. قد تُخصص القنوات أوقاتًا محددة للبرامج البيئية، مما يحد من فرص عرضها على مدار اليوم. قد تضطر القنوات إلى بث برامج بيئية في أوقات غير مناسبة لجذب أكبر عدد من المشاهدين.

3. فرص النمو:

أ. ازدياد الوعي بالقضايا البيئية: مع ازدياد اهتمام الجمهور بالقضايا البيئية، مثل تغير المناخ والتلوث، قد يزداد الطلب على البرامج التي تتناول هذه القضايا.

قد تُشاهد البرامج البيئية من قبل أشخاص مهتمين بمعرفة المزيد عن القضايا البيئية وطرق حلها. قد تُساهم البرامج البيئية في زيادة الوعي بالقضايا البيئية وتحفيز المشاهدين على اتخاذ إجراءات إيجابية.

ب. تطور التكنولوجيا: قد تؤدي التطورات في التكنولوجيا إلى خفض تكلفة إنتاج البرامج البيئية، مما يجعلها أكثر جاذبية للقنوات. قد تُستخدم تقنيات مثل التصوير الرقمي عالية الدقة والواقع الافتراضي لإنشاء محتوى¹.

¹ O'Connor. ibidem Pages 242-262.

الفصل الثالث:

الإعلام البيئي التلفزيوني و أهم مداخله النظرية

المبحث الأول: تجربة الإعلام البيئية في القنوات التلفزيونية

• المطلب الأول: ماهية الإعلام البيئي التلفزيوني:

ظهر مصطلح الإعلام البيئي تقريباً منذ سبعينات القرن الماضي، وتطور هذا المصطلح بشكل كبير في المفهوم والاستخدام على مر السنين. بدأ الإعلام البيئي كنقل للأخبار البيئية والإثارة الصحفية بهدف زيادة المبيعات، إلا أنه تحول فيما بعد إلى كيان ذو أهداف بيئية محددة وسياسات وخطط لتحقيقها.¹

عرفه البنك العالمي على أنه كل المعلومات البيئية الموجهة للناس عامة أو الموجهة لفئة معينة بهدف شرح و تفسير مفهوم أو مشكلة بيئية ما، لكسب اهتمامهم و اشعارهم بالمسؤولية و تغيير سلوكهم و اشراكهم في ايجاد حلول لهته المشاكل .² و إنطلاقاً من هذا يمكننا أن نعرف الإعلام البيئي التلفزيوني على أنه الإعلام البيئي الذي يستخدم البرامج التلفزيونية والأفلام الوثائقية لنشر الوعي البيئي بين مختلف فئات المجتمع³.

بدأ الإعلام البيئي في الانتشار بعد مؤتمر البيئة ستوكهولم 1972 بسبب المشكلات و الكوارث البيئية التي وقعت في تلك الفترة الزمنية مثل تحطم ناقلة النفط اموكوكانديسفي عام 1978 وحادثة المفاعل النووي في ثري مايل ايسلاند وانفجار بئر النفط في خليج مكسيكو عام 1979 وكذلك الحوادث المتتالية الأخرى التي تلت مثل حادثة انفجار المفاعل النووي السوفييتي تشير نوبيل 1986.⁴

واهتمت به وسائل الإعلام في نهاية القرن التاسع عشر تحديدا سنة 1870 في مدينة مينيسوتا بالولايات المتحدة الأمريكية، حيث أسس Hallock مجلة تركز على قضايا البيئة عل رأسها الحياة البرية في المدينة. في العقود التالية، زادت وسائل الإعلام الأمريكية اهتمامها بالبيئة وقضاياها بشكل أكبر، وفي عام 1962 صدر كتاب "الربيع الصامت" للكاتبة راشيل كارسون، و ساعد هذا الكتاب في زيادة الوعي العام بالقضايا البيئية.⁵ وزيادة إهتمام الجامعات الأمريكية

¹ ميرة إيمان عمار، مدى مساهمة الإعلام الأخضر في حماية البيئة وترقية الحق البيئي، جامعة الجزائر، ص 296 .
² بكير قشار ، دور المجتمع المدني في الاعلام البيئي الجمعيات البيئية بغرداية نموذجا ،مجلة الواحات للبحوث و الدراسات العدد13، 2013 ص 94.

³ مصطفى كافي، الإعلام والاتصال البيئي والسكاني، دار الفكر العربي، الطبعة الأولى، القاهرة، ص208.

⁴ درويش مصطفى، الإعلام البيئي، الخطيب للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2014 ص16

⁵ الفرقة الثالثة بقسم الإعلام خلية الآداب بجامعة الوادي الجديد ، الاعلام المتخصص ، دار المعرفة للطباعة والنشر 2019

بموضوعات البيئة، وصدور المجلات البيئية. على سبيل المثال، في عام 1972، نشر علماء بريطانيون بياناً يعرف بـ "بيان من أجل البقاء"، الذي كان يهدف إلى إيقاظ الوعي العالمي حول ضرورة التغيير لحماية النظم البيئية.⁶

وبالنسبة للوطن العربي، وكذا الغربي بدأ الاهتمام بالبيئة والإعلام البيئي عقب مؤتمر ريو للبيئة في عام 1992، حيث بدأت وسائل الإعلام العربية في تناول قضايا البيئة بشكل متزايد.

7

• المطلب الثاني: أنواع الإعلام البيئي التلفزيوني، وأهدافه، وخصائصه

1 أنواع الإعلام البيئي التلفزيوني:

يعتبر التلفزيون من أهم الوسائل المستخدمة في الإعلام البيئي، إذ يساعد التلفزيون في جذب الانتباه للرسالة الإعلامية البيئية وتدعيم الفكرة البيئية المتضمنة في الرسالة وترسيخها في ذهن المتلقي بالعديد من المشاهد الحية والمصورة والتعليق المؤثر الفعال. وقد تتعدد الأشكال الفنية والقوالب التي تقدم فيه الرسالة في البرنامج الإعلامي الواحد من أفلام حركة كرتون وعرائس وصور فوتوغرافية وأغاني..⁸ وينقسم الإعلام البيئي التلفزيوني للأنواع التالية:

أ البرامج الوثائقية البيئية: تقدم معلومات علمية دقيقة حول قضايا بيئية مختلفة بطريقة مثيرة وجذابة. وتستخدم تقنيات متقدمة في التصوير مثل التصوير الجوي وتحت الماء لإظهار جمال الطبيعة وتأثير الأنشطة البشرية عليها.

ب البرامج الإخبارية: للأحداث البيئية الجارية مثل تغير المناخ والتلوث والكوارث الطبيعية. تقدم تغطية وتستضيف خبراء لمناقشة القضايا البيئية وتقديم تحليلات عميقة.

ج البرامج التثقيفية: تهدف إلى توعية الجمهور بالقضايا البيئية وتعليمه سلوكيات بيئية إيجابية. تقدم نصائح عملية للحفاظ على البيئة في المنزل والمجتمع.

⁶ وهابي نزيهة ، الإعلام ودوره في تشكيل الوعي البيئي نظرة شاملة حول جدلية العلاقة والتأثير ، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية العدد 09 رقم 02 ص 10.

⁷ مجاني باديس ، دور الإعلام في نشر الوعي البيئي ، مجلة العلوم الاجتماعية و الإنسانية العدد 30 ، 2017 ، الجزائر ص 368.

⁸ زهير عبد اللطيف أحمد العابد أبو سعد ، الإعلام و البيئة بين النظري و التطبيقي ، دار اليازوري، الأردن ، ص 48.

- د البرامج الترفيهية: تدمج القضايا البيئية في محتوى ترفيهي مثل المسلسلات والأفلام والبرامج الكوميدية. وتهدف إلى إيصال رسائل بيئية بطريقة غير مباشرة وجذابة للجمهور.⁹
- 2 أهداف الإعلام البيئي التلفزيوني: يهدف الإعلام البيئي التلفزيوني إلى تحقيق مجموعة من الأهداف الرئيسية التي تساهم في تعزيز الوعي البيئي وتحقيق التنمية المستدامة من بينها:
- أ تيسير المعرفة البيئية ونقل المعلومات: يُستخدم الإعلام البيئي لتوفير المعلومات والحقائق حول المشكلات البيئية وخطورتها، وتعزيز الوعي بأهمية الحفاظ على البيئة وتأثيرها على الحياة اليومية للمواطنين.¹⁰
- ب غرس القيم البيئية وتعزيز المسؤولية الفردية: يُنقل الإعلام البيئي القيم والمبادئ التي تدعو لصيانة البيئة وللتصدي للتحديات التي تواجهها، ويعزز الوعي بأهمية المشاركة الفردية في حل المشكلات البيئية.
- ج تشكيل اتجاهات إيجابية نحو البيئة وتعزيز المواقف الإيجابية: يُعزز الإعلام البيئي المواقف الإيجابية تجاه البيئة، ويشجع على المساهمة في حل المشكلات البيئية وتحسين الظروف البيئية.
- د ترشيد سلوك الإنسان البيئي وزيادة المسؤولية الفردية: يُوجّه الإعلام البيئي السلوكيات الفردية نحو الحفاظ على البيئة وتقليل الأضرار التي قد تحدث، ويزيد من المسؤولية الفردية تجاه البيئة.
- هـ توعية بالقوانين البيئية وتسلط الضوء على العقوبات: يُنشر الإعلام البيئي الوعي بالقوانين واللوائح التي تهدف إلى حماية البيئة وضمان احترامها، ويسلط الضوء على العقوبات المترتبة على انتهاكات هذه القوانين.

⁹ R Lance Holbert; Nojin Kwak; Dhavan V Shah , Environmental Concern Patterns of Television Viewing and Pro-Environmental Behaviors Integrating Models of Media Consumption and Effects , Journal of Broadcasting & Electronic Media 47(2), 2003, page 179-181

¹⁰ فاروق أبو زيد ، ليلي عبد المجيد، الصحافة المتخصصة، مركز التعليم المفتوح كلية الإعلام جامعة القاهرة الطبعة الأولى، 2002، ص 190.

وتطوير برامج تعليمية وتربوية لزيادة الوعي بالقضايا البيئية: يُهدف الإعلام البيئي إلى تطوير برامج تعليمية وتربوية تزيد من الوعي بالقضايا البيئية وتشجع على المشاركة الفعالة في حماية البيئة.¹¹

3 خصائص الإعلام البيئي التلفزيوني: يتمتع الإعلام البيئي بعدة خصائص و التي يمكن تلخيصها في :

أ **الدقة:** تعني نقل حقيقة الحدث البيئي كاملة، مع التركيز عن الحقائق، دون تشويه المضمون أو تحريفه أو تجاهل جزء منه، ودون إضافة معلومات غير دقيقة أو حذف أي جانب من الحقيقة. لضمان توصيل المعلومات بشكل صحيح وصادق دون تشويه أو تغيير في المعنى المقصود.

ب **الوضوح :** الوضوح هو عنصر أساسي في الرسائل الإعلامية حيث يُشير إلى سهولة فهم المعنى والتوصل إليه من قبل المستقبلين بسرعة ويسر. بالمقابل، قد تحتوي بعض الرسائل على معانٍ ضمنية تستلزم تفكيراً إضافياً من المتلقين لفهمها بشكل كامل ونظراً لتعقيد القضايا البيئية وتنوع مستويات فهم الجمهور، ينبغي أن تتمتع الرسائل الإعلامية البيئية بوضوح شديد لتكون مفهومة لجميع الشرائح دون الحاجة إلى تفسيرات معقدة أو تأويل.

ج **التكرار والتنوع:** التكرار يسهم في تعزيز فهم الرسالة وتثبيتها في أذهان المتلقين خاصة في المواضيع البيئية بسبب تميزها بالاستمرارية والإستدامة ، لكن من جانب آخر يتطلب التنوع في المواضيع البيئية من حين لآخر لتفادي التقليل من تأثير الرسالة بمرور الوقت و جعلها مثيرة للجذب و الاهتمام .

د **التعزيز بالأدلة و الشواهد :** إستعمال الأدلة والشواهد في تعزيز الرسالة الإعلامية البيئية يؤدي إلى تفاعل أوسع واستجابة أكبر من قبل الجماهير، حيث تُعتبر موثوقة ومقنعة بما تحمله من معلومات صحيحة وبيانات دامغة، ويُعزز هذا التأثير بإضافة الرسوم التوضيحية والأشكال البيانية والصور التوضيحية.

¹¹ زهير عبد اللطيف أحمد العابد أبو سعد، الإعلام و البيئة بين النظرى و التطبيقى ، دار اليازوري، الأردن، ص37-38.

هـ **الخطاب المباشر :** الرسائل الإعلامية البيئية تستهدف مواضيع ذات صلة مباشرة بالإنسان واحتياجاته، وقد يكون له علاقة وثيقة بالتحديات التي يواجهها، مما يجعل توجيه الرسالة بشكل مباشر يحقق نتائج أكثر إيجابية وتأثيراً أكبر.

و **الموضوعية و الحياد:** تُعدّ الموضوعية والحياد من أهم المبادئ التي يجب أن تُراعياها الرسائل الإعلامية البيئية، وذلك لضمان مصداقيتها وإقناع الجمهور بجدية القضايا البيئية المطروحة. تعني عرض المعلومات والحقائق بدقة وبدون تحيز أو انحياز، مع الابتعاد عن الآراء الشخصية أو المصلحة الشخصية¹²

• **المطلب الثالث : نظريات الإعلام الأساسية للإعلامي البيئي :**

نظريات الإعلام هي مجموعة من المفاهيم والمبادئ التي تستخدم لفهم كيفية عمل وتأثير وسائل الإعلام في المجتمع، وتشمل هذه النظرية عدة جوانب تطبق على مختلف مجالات الصحافة، بما في ذلك الصحافة أو الإعلام البيئية. وفيما يلي أهم النظريات الإعلامية التي يحتاجها الصحفي أو الإعلامي البيئي و إسقاطاتها على الموضوع البيئي :

1. الموضوعية: تسعى الصحافة التقليدية إلى الموضوعية، مما يعني الحيادية والانفصال عن الموضوع المُبلّغ عنه. يتضمن ذلك تجنب التحيز وعرض جميع جوانب القضية بشكل عادل، مع الحفاظ على الدقة والاكتمال. ومع ذلك، قد تكون الموضوعية الحقيقية صعبة في الصحافة البيئية. على سبيل المثال، عندما تكون تغير المناخ حقيقة، فإن عرض وجهات النظر المعارضة بشكل متساوٍ قد لا يكون موضوعياً.

2. التأطير الإعلامي: يشير التأطير الإعلامي إلى كيفية تقديم المعلومات في المادة الإعلامية (القصة) ويُشكل التأطير التفسير العام والرسالة التي يتم نقلها. تشمل تقنيات التأطير العناوين واختيارات اللغة واختيار المصدر والاقتباسات والرسومات وما تم حذفه. ويمكن تأطير القصص البيئية بشكل مختلف اعتماداً على العناصر المختارة. كما يمكن أن يؤثر التأطير بشكل كبير على الإدراك العام وقرارات السياسة.

¹² جفال إيمان بالخيري رضوان , الإعلام البيئي في الجزائر... الواقع والتحديات, مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية , 2019, الجزائر 'ص32 و33.

3. القيم الإخبارية: تُحدد المؤسسات الإعلامية أولوياتها بناءً على قابليتها للنشر المادة الإعلامية البيئية، وتُحدد وفقاً لعوامل مثل:

- التأثير (أهمية الحدث)
- القرب (القرب من الجمهور)
- الشهرة (الأفراد/المؤسسات المعروفة المشاركة)
- الوقت (حادثة الحدث)
- العملة (الاهتمام العام الحالي)
- الاهتمام الإنساني (القصص الشخصية)
- الجودة (الجوانب غير العادية أو الغريبة)

وقد تواجه القصص البيئية صعوبة في المنافسة بسبب عوامل مثل السرد المعقد والآثار طويلة المدى أو التركيز المحلي.¹³

4. ترتيب الأولويات (الأجندا سيتينغ) : تلعب وسائل الإعلام دوراً حاسماً في تشكيل وعي الجمهور بالقضايا من خلال تحديد ما يتم الإبلاغ عنه وعدد المرات وبشكل بارز. يمكن أن تؤثر هذه القوة على تحديد جدول الأولويات بما يعتبره الناس مهماً. قد تواجه القضايا البيئية، التي يمكن أن تكون معقدة وطويلة الأمد، صعوبة في البقاء على جدول أعمال وسائل الإعلام. يمكن لمُتَوَصِّلِي البيئة التأثير على جداول أولويات وسائل الإعلام من خلال صياغة قصص مُقنعة للمنافذ الإعلامية المناسبة.

5. الصحافة المدافعة: تتخلى الصحافة المدافعة عن الموضوعية بشكل متعمد للترويج لقضية معينة، غالباً ما تكون إجتماعية أو سياسية. تواجه الصحافة البيئية صراعاً مع مسألة الموضوعية. هل يجب على الصحفيين فقط الإبلاغ، أم يجب عليهم الدفاع عن حماية البيئة؟

يمكن أن تكون الصحافة المدافعة أداة لموازنة الأصوات القوية التي غالباً ما تهيمن على السرديات البيئية في وسائل الإعلام.

¹³ Chun Hong Tse, News Values Revisited: A Comparison between Citizen and Mainstream Media in Hong Kong, Hong Kon.2022
page8

6. الإعلام كحارس للبيئة نظرية كلاب الحراسة : تعرف وسائل الإعلام، غالبًا باسم "السلطة الرابعة"، بأنها تعمل كحارس على الحكومة والمؤسسات القوية. تلعب الصحافة الاستقصائية دورًا حيويًا في وظائف مراقبة البيئة من خلال كشف المخالفات البيئية ومحاسبة المسؤولين عن ذلك. تشمل الأمثلة التقارير المتعمقة حول تلوث المياه أو إزالة الغابات أو قضايا حماية الحياة البرية. بالإضافة إلى الصحفيين المحترفين، يمكن للمواطنين الصحفيين والمدونين أيضًا المساهمة في أنشطة مراقبة البيئة.¹⁴

المبحث الثاني: إنتاج الإعلام البيئي.

المطلب الأول: خطوات إنتاج برنامج بيئي في القنوات التلفزيونية

1 خطوات إنتاج برنامج بيئي¹⁵

الإعلام المرئي يأخذ أساليب أخرى كما في الآتي :

أ مضمون البرامج: ويتضمن ذلك الأخذ بعدد من العوامل بعين الاعتبار وأهمها:

- 1 تحديد الهدف من البرنامج.
- 2 تحديد الشرائح العمرية للجمهور المستهدف.
- 3 . توفير المعلومات عن القضايا البيئية بالاعتماد على المصادر الموثوقة.
- 4 . التميز بالموضوعية والحياد.
- 5 مناسبة الرسالة الإعلامية للجمهور المستهدف فكريا وثقافيا.
- 6 استخدام اللغة المناسبة.

شكل البرامج: ويتضمن ذلك مراعاة عدد من الأمور ومنها:

- 1 . اختيار إسم جذاب للبرنامج وفقراته.
- 2 الإفادة من جميع المؤثرات الصوتية المتاحة.
- 3 الإفادة من الموسيقى الموزعة على البداية والفقرات والنهاية.

¹⁴ Gabi mocatta, **Journalism: Environmental journalism**, the open professional school SE ,2015 page 18-23

¹⁵ناهض ياس العبيدي، **البيئة والتلفزيون : كيف تبنى برنامجا تلفزيونيا بيئيا؟** ، دار المناهج للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2014، ص137-143

4 الإفادة من الخصائص التي تتمتع بها الصور التلفزيونية لتنوع الزوايا والتكبير والتصغير والتركيز.

5 التصوير في الأمكنة المناسبة للبرنامج؛ سواء أكان داخل الاستوديو أو خارجه.

6 تنوع الفقرات المقدمة ما بين سرد مباشر وحوار وصور ولقطات درامية.¹⁶

المطلب الثاني : تحديات إنتاج برامج بيئية في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة

رغم أن للإعلام البيئي عامة والبرامج البيئية دورا فعالا في حماية البيئة، إلا أن هذا النوع من البرامج يواجه بعض المعوقات والتحديات خلال فترة إنتاج و في عدة مستويات و التي قد تأثر في بعض الأحيان على جودته و مصداقيته و نذكر منها ما يلي :

1. التحديات على مستوى الإنتاج والمؤسسات:

- ضعف هياكل الإنتاج والمؤسسات يؤثر على جودة وكمية البرامج البيئية المنتجة.
- قلة الكوادر المؤهلة و قلة الفرص التدريبية والتأهيلية للعاملين في مجال الإعلام البيئي وضعف التمويل المخصص للإنتاج البرامجي يحد من قدرة القنوات الجزائرية الخاصة على إنتاج برامج بيئية مميزة¹⁷.

- ضيق مساحة المخصصة لبث البرامج البيئية وكذا ضيق الوقت الممنوح للصحفي لإعداد البرامج البيئية تأثر على إنتاج المادة الإعلامية.¹⁸

2. التحديات على مستوى نطاق تطبيق حق الإعلام البيئي:

- يمكن أن يؤثر السر الإداري والاقتصادي¹⁹ على تطبيق حق الإعلام البيئي، حيث يصعب تحديد البيانات المتاحة ويعرقل الوصول إلى المعلومات البيئية اللازمة لإنتاج البرامج البيئية.

¹⁶ زهير عبد اللطيف أحمد العابد أبو سعد، الإعلام و البيئة بين النظري و التطبيقي، دار البازوري، الأردن، ص66-67.
¹⁷ سمير حمياز، ليديّة تركي، نسيمّة نايلي، الإعلام البيئي في الجزائر بين التشريع والتطبيق، مجلة الإناسة و علوم المجتمع، الجزائر، المجلد 06 العدد 1، 2022، ص 52

¹⁸ ، ميرود خديجة سلمى، دور الإعلام البيئي في تنمية الثقافة بالقضايا البيئة في الجزائر، مجلة ألف، العدد 9(4)، 2022، ص51

- يمكن أن تؤثر هيمنة الأنظمة الحاكمة على توجيه البرامج البيئية وفقًا لأجندتها السياسية أو المصالح الاقتصادية، مما يقلل من استقلالية البرامج البيئية ويحول دون تحقيق أهدافها بشكل كامل²⁰.

3. التحديات المتعلقة بالمشاكل والقضايا البيئية:

- غموض المعلومات البيئية وصعوبة فهم بعض الظواهر الطبيعية يجعل من الصعب توجيه البرامج البيئية للجمهور بشكل فعال.
- الافتقار إلى المعرفة العلمية الدقيقة حول آثار ونتائج قضايا البيئة يؤثر على قدرة البرامج البيئية على نقل المعلومات بشكل شاف وموثوق.
- ضعف الوعي البيئي وغياب ثقافة الاستدامة في بعض فئات المجتمع يقلل من تأثير البرامج البيئية ويجعلها غير ملهمة للمشاهدين.
- **المطلب الثالث :** أهم الانتقادات الموجهة لتجربة البرامج البيئية في القنوات الجزائرية الخاصة
- تواجه البرامج البيئية في القنوات الجزائرية الخاصة العديد من الانتقادات، على الرغم من أهمية هذه البرامج في نشر الوعي البيئي وترسيخ ثقافة الحفاظ على البيئة لدى المشاهدين أهمها :
- النظرة الجزئية للقضايا البيئية: تقديم القضايا البيئية بنظرة جزئية عيبًا واضحًا في البرامج التلفزيونية البيئية، حيث يتم التركيز فقط على جوانب محددة دون تقديم صورة شاملة ومتكاملة للتحديات والمشكلات البيئية.
- التعامل مع البيئة بمنظور الأزمات والكوارث: حيث التركيز المفرط على تغطية الأزمات والكوارث البيئية عيبًا كبيرًا في البرامج البيئية التلفزيونية، حيث يتم تجاهل الجوانب الوقائية والحلول البيئية المستدامة.

¹⁹ **السر الإداري والاقتصادي** : يعني أن هناك بعض المعلومات التي تحتفظ بها الحكومة أو المؤسسات الاقتصادية وتحجبها عن الجمهور. هذا السر يشكل عقبة أمام حق الإعلام البيئي لأنه يجعل من الصعب للغاية للصحفيين أو النشطاء أو الجمهور العام الوصول إلى معلومات بيئية حيوية.

²⁰ سمير حمياز , ليدية تركي, نسيم نايلى, **الإعلام البيئي في الجزائر بين التشريع والتطبيق**, مجلة الإناسة و علوم المجتمع, الجزائر, المجلد 06 العدد 1, 2022, ص 49-51

- غياب النص الواضح في السياسات الإعلامية: يُعد غياب النص الواضح في السياسات الإعلامية بشكل عام ونظرتها للقضايا البيئية بشكل خاص عيباً كبيراً، حيث يُظهر عدم الاهتمام بتخصيص برامج منظمة ومتخصصة لتغطية القضايا البيئية.
- غياب آليات التنسيق والتعاون: يشكل غياب آليات التنسيق والتعاون بين الهيئات البيئية ووسائل الإعلام عيباً كبيراً في البرامج البيئية التلفزيونية، حيث يؤدي إلى نقل المعلومات بشكل غير دقيق وغير موثوق.
- غياب الإطار الإعلامي المتخصص: يعد غياب الإطار الإعلامي المتخصص في تغطية القضايا البيئية عيباً كبيراً، حيث ينعكس سلباً على جودة المعلومات وطريقة تقديمها للجمهور، مما يؤدي إلى عدم رفع مستوى الوعي البيئي وتشجيع المشاهدين على المشاركة في حماية البيئة.²¹

المطلب الرابع: آفاق إنتاج البرامج البيئية في القنوات الجزائرية الخاصة مستقبلاً

تشير العديد من التوقعات إلى أن آفاق إنتاج البرامج البيئية في القنوات الجزائرية الخاصة مستقبلاً تبدو واعدة، وذلك للأسباب التالية:

- **ازدياد الوعي البيئي للجيل الجديد** : يلاحظ ازدياد الوعي البيئي في الجزائر، خاصةً بين الشباب. إذ يُطالب الجمهور الجزائري بمزيد من البرامج البيئية التي تُقدم معلومات حول القضايا البيئية وتُشجع على تبني سلوكيات صديقة للبيئة.
- **توسع رقعة القنوات الخاصة**: ازداد عدد القنوات الجزائرية الخاصة بشكل ملحوظ في السنوات الأخيرة. أين تسعى العديد من هذه القنوات إلى جذب جمهور جديد من خلال تقديم محتوى متنوع، بما في ذلك البرامج البيئية.
- **تطور التكنولوجيا**: ساعد تطور التكنولوجيا في خفض تكلفة إنتاج البرامج البيئية ما يتيح إنتاج برامج بيئية عالية الجودة بتكلفة معقولة.

²¹ خلفه نصير، التوعية البيئية الإعلامية في الجزائر بين المتطلبات الداخلية وآليات تفعيل، مجلة البحوث العلمية في التشريعات البيئية المجلد 06 العدد ، 2019 الجزائر ، ص61.

- **دعم الدولة:** تقدم الدولة الجزائرية دعماً للبرامج البيئية، من خلال توفير التمويل والمساعدة في الحصول على المعلومات والتصاريح وكذلك إقامة مسابقات في الإنتاج الإعلامي البيئي.
- **التعاون الدولي:** تمكن اتفاقيات التعاون الدولي من تبادل الخبرات والبرامج بين الإعلاميين العالميين.

الإطار التطبيقي

الفصل الرابع:

عرض النتائج , تحليلها و مناقشتها

أولاً: عرض البيانات المتعلقة بالبرنامج محل الدراسة

1. بطاقة فنية عن قناة الشروق وبرامج green mag:

أ. قناة الشروق تيفي:

هي قناة جزائرية عامة تابعة لمجمع الشروق، تقدم باقة متنوعة من البرامج من أخبار، برامج إجتماعية، سياسية، ثقافية وبيئية، ومن أبرز برامجها برنامج green mag الذي نحن بصدد دراسته، وتعتبر قناة الشروق وحدة من القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة القليلة التي أولت إهتماماً بالقضايا البيئية في شبكات البرمجية المختلفة.¹

ب. بطاقة تقنية لبرنامج Green Mag:

برنامج "Green Mag" هو برنامج بيئي يبث على قناة الشروق العامة، هدفه تحسيس الجمهور العام حول أهم القضايا البيئية وتوجيه سلوكهم البيئي وتحسينه، بالإضافة إلى لفت انتباه السلطات إلى أهم المشاكل التي تهدد البيئة بمختلف مكوناتها في الجزائر. ويتكون كل موسم على أربعة أركان، هي صدى البيئية، Eco press، وبيئة story، ونصيحة خضراء، على التوالي.

وفيما يلي ملخص لمحتوى الأركان الأربعة هذه كالتالي:

➤ **صدى البيئة:** يُقدم للجمهور تحقيقات وريبورتاجات تسلط الضوء على حلول بيئية مبتكرة ونماذج إقتصادية وزراعية صديقة للبيئة، وكذا لفتات بيئية لأشخاص أو جمعيات أو مؤسسات فاعلين في مجال البيئة بالإضافة إلى تسليط الضوء على الظواهر والمشاكل البيئية في الجزائر، وتوعية الجمهور بمسؤوليته تجاهها، وتحفيز الجهات المعنية على اتخاذ إجراءات عملية لحلها.

➤ **بيئة story:** في هذا الركن تُعرض بورتريهات لتجارِب أفراد ومؤسسات قاموا بمشاريع أو أفكار وممارسات صديقة للبيئة، أين يُسلط الضوء على إبتكاراتهم ومبادراتهم وخطواتهم الإيجابية بهدف تشجيع هاته الممارسات وإلهام الجمهور بإنتهاجها وتعزيز التعاون بين مختلف الجهات الفاعلة في مجال البيئة.

¹ مقابلة مع كريم دواحي، رئيس قسم الإعلام بكلية الإعلام والاتصال في جامعة الجزائر 3 يوم 2024/05/12 على الساعة 14.25 في جامعة الجزائر 3.

➤ **Eco press**: في هذا الركن يتم عرض آخر الأخبار وآخر الاكتشافات البيئية العالمية بغرض إبقاء الجمهور على اطلاع بآخر التطورات البيئية، وتحفيز الحوار والمناقشة حول القضايا البيئية، وتعزيز الوعي البيئي على المستوى الوطني والدولي.

نصيحة خضراء: يقدم ركن "نصيحة خضراء" حلول بسيطة مستوحاة من الطبيعة لحل مشاكل يومية شائعة، مع التركيز على الحلول العملية والسهلة التطبيق. الهدف من هذا الركن هو تشجيع أسلوب حياة مستدام، وتقليل تأثير الإنسان على البيئة، وتحسين نوعية حياة الأفراد والمجتمعات.

ج. طاقم أعداد البرنامج :

جدول 1: يمثل طاقم إعداد البرنامج

الطاقم الصحفي	الطاقم التقني	مدير الإنتاج	إعداد وتقديم
الفريق الصحفي: مهدي ايت قاسي (مراسل) الشيخ ليتييم (مراسل)	➤ تصوير : صحراوي عثمان أيت شريف، جمال صالح، كريم بن رحمة ➤ إضاءة : مهدي خالدي، عادل عقون ➤ الصوت: آمال إيخو ➤ انفوغرافيا : جابر حجاب، بلقاسم خرموش ➤ مسؤول التركيب : سليم لونيس ➤ تركيب : سفيان عبد الفتاح	حسين فرجي	حسيبة ابلعیدن

المصدر: الطالبة

د. **معدة ومقدمة البرنامج** : حسيبة إبلعیدن، صحفية بقناة الشروق معدة ومقدمة برنامج غرين ماغ، أستاذة في المدرسة العليا للصحافة، متخصصة في الإتصال البيئي، ساهمت في انجاز وكتابة مقالات في مجلات علمية محلية وأجنبية،² وفائزة بالمرتبة الثالثة في الطبعة الثالثة لجائزة رئيس الجمهورية للصحفي المحترف في صنف الأعمال السمعية البصرية.

² مقابلة مع حسيبة إبلعیدن ، معدة و مقدمة برنامج Green mag، يوم 2024/05/12 على الساعة 11.15 بالمدرسة الوطنية العليا للصحافة و علوم الإعلام .

هـ. عناوين عينة الأعداد المختارة للتحليل :

جدول رقم 2: يبين مجموع الأعداد الـ 11 الخاصة بغنية الدراسة

نوع البث	مدة جنريك النهائية	مدة جنريك البداية	المدة الزمنية للحلقة	عنوان الحلقة	تاريخ بث الحلقة	رقم الحلقة	إسم البرنامج
تسجيل	0.23 ثنائية	0.46 ثنائية	28.44	أول منصة إلكترونية للتبرع عن بعد	2021/11/20	01	غرين ماغ Green mag
			28.33	قرية كريشتل وقصة مستثمر في انتاج الحمضيات	2021/11/27	02	
			24.49	عملية تسيير النفايات وفوائد مياه الأمطار	2021/12/04	03	
			25.35	دراسة تحذر من زيادة الفيضانات بأوروبا	2021/12/11	04	
			25.13	ذبابة الزيتون تهدد الأشجار	2021/12/25	05	
			25.06	فتاة جزائرية تنشئ مؤسسة لتساعد الطلبة	2022/01/01	06	
			23.29	كيفية إعادة تدوير العجلات البلاستيكية	2022/01/08	07	
			27.00	انتاج زيت الزيتون و فوائد العلكة	2022/01/22	08	
			23.29	إنتاج الصدفيات في الجزائر.. جمعية غيث وجمع الملابس	2022/01/29	09	
			27.11	توجه المستهلك نحو المنتجات الطبيعية	2022/02/12	10	
			25.42	بونة جوهرة المتوسط	2022/03/22	11	

المصدر: الطالبة

و. عناوين الأعداد المختارة وعناوين الأركان في مفردات عينة الدراسة:

جدول رقم 3 يبين عناوين الأعداد وعناوين الأركان الأربعة الخاصة بمفردات عينة الدراسة

عدد الحلقات	عنوان الحلقة	إسم الركن	عنوان الركن
1	أول منصة إلكترونية للتبرع عن بعد	صدى البيئة	بحيرة قنطرة بارك.. كنز إيكولوجي مهم
		Eco presse	آخر أخبار البيئة من وسائل الإعلام
		بيئة story	نمذلك .. تطبيق صديق للبيئة
		نصيحة خضراء	أغسلوا ملابسكم دون إتلافها
2	قرية كريشنتل وقصة مستثمر في إنتاج الحمضيات	صدى البيئة	كريشنتل.. مياه عذبة و خدراوات تازجة
		Eco presse	آخر أخبار البيئة من وسائل الإعلام
		بيئة story	وقصة مستثمر في إنتاج الحمضيات
		نصيحة خضراء	أطعمة تعدل المزاج و تحارب الإكتئاب
3	عملية تسيير النفايات وفوائد مياه الأمطار	صدى البيئة	تجارة النفايات..ثروة صديقة للبيئة
		Eco presse	آخر أخبار البيئة من وسائل الإعلام
		بيئة story	آخر الأرقام الرسمية للنفايات بالجزائر و حلول مبتكرة
		نصيحة خضراء	مياه الأمطار.. فوائد صحية و تجميلية
4	دراسة تحذر من زيادة الفيضانات بأوروبا	صدى البيئة	لا تتخلصوا من زيوت القلي المستعملة
		Eco presse	آخر أخبار البيئة من وسائل الإعلام
		بيئة story	خبايا الطب الطبيعي و التقليدي
		نصيحة خضراء	استعدوا لاستقبال حيوانكم الأليف
5	ذبابة الزيتون تهدد الأشجار	صدى البيئة	بعد الحريق..الزراعة الطبيعية لإعادة تهيئة الأراضي الفلاحية المتضررة
		Eco presse	آخر أخبار البيئة من وسائل الإعلام
		بيئة story	كواليس عامل نظافة
		نصيحة خضراء	حاربوا التبذير الغذائي
6	فتاة جزائرية تنشئ مؤسسة	صدى البيئة	خراطيش الطباعة ..مواد يمكن إعادة تدويرها

	لتساعد الطلبة	Eco presse	آخر أخبار البيئية من وسائل الإعلام
		بيئة story	بيت الصابون ..مؤسسة لمساعدة الطلبة
		نصيحة خضراء	لا تقعوا في فخ إكتئاب الخريف
		صدى البيئة	كيفية إعادة تدوير العجلات البلاستيكية
7	كيفية إعادة تدوير العجلات البلاستيكية	Eco presse	آخر أخبار البيئية من وسائل الإعلام
		بيئة story	طبق زنبوا الصحي
		نصيحة خضراء	تخلصوا من الكوابيس المزعجة
		صدى البيئة	إنتاج زيت الزيتون.. أسرار الذوق اللذيذ و النوعية الجيدة
8	انتاج زيت الزيتون و فوائد العلكة	Eco presse	آخر أخبار البيئية من وسائل الإعلام
		بيئة story	نشاط الدراجات الهوائية
		نصيحة خضراء	العلكة ليست للتسلية فقط
		صدى البيئة	الصدفيات.. منتجات سمكية قليلة الإستهلاك في الجزائر
9	إنتاج الصدفيات في الجزائر.. جمعية غيث وجمع الملابس	Eco presse	آخر أخبار البيئية من وسائل الإعلام
		بيئة story	جمعية غيث الخيرية
		نصيحة خضراء	تخلصوا من الشعور بالتعب
		صدى البيئة	هل يتصالح الجزائري مع الغذاء الطبيعي ؟
		Eco presse	آخر أخبار البيئية من وسائل الإعلام
		بيئة story	أسرة تمتحن صناعة الأكل التقليدي الصحي
		نصيحة خضراء	ابقوا مستيقظين من دون قهوة
		صدى البيئة	بونة الحديثة ..واقع جميل و ماض عريق
		Eco presse	آخر أخبار البيئية من وسائل الإعلام
		بيئة story	مبادرة الدكان الأخضر
		نصيحة خضراء	ترشيد المياه لمواجهة شبح الجفاف
11	بونة جوهرة المتوسط		

المصدر: الطالبة

ثانيا: عرض وتفسير وتحليل برنامج GREEN MAG من حيث فئات الشكل والمضمون:

1/ عرض وتفسير وتحليل برنامج GREEN MAG من حيث فئات الشكل :

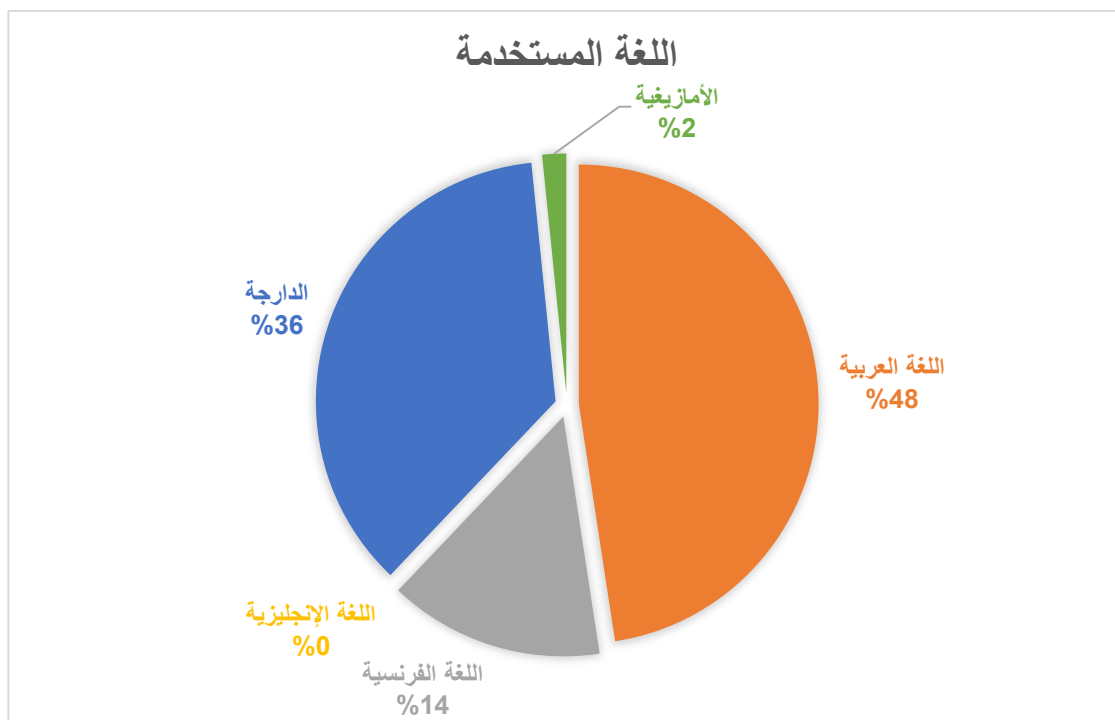
1. فئة اللغة المستخدمة :

جدول 4 :يوضح التكرارات والنسب المئوية الخاصة بفئة اللغة المستخدمة في البرنامج

اللغة المستخدمة	التكرار	النسبة المئوية
اللغة العربية	59	47.58%
اللغة الفرنسية	18	14.52%
اللغة الإنجليزية	0	0%
الدارجة	45	36.29%
الأمازيغية	2	1.61%
المجموع	124	100%

المصدر: الطالبة

دائرة نسبية رقم 1 تمثل توزيع نسب فئة اللغة المستخدمة



المصدر: الطالبة

يظهر الجدول الرابع التكرارات والنسب المئوية الخاصة بفئة اللغة المستخدمة في البرنامج محل التحليل، حيث يتبين لنا أن اللغة العربية جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 47.58% من إجمالي التكرارات بواقع 59 تكرارًا، في حين بلغت نسبة اللغة الفرنسية 14.52% بمجموع 18 تكرارًا. أما الدارجة فقد شكلت نسبة 36.29% بواقع 45 تكرارًا، والأمازيغية بلغت 1.61% بمجموع 2 تكرارًا. بذلك، بلغ إجمالي التكرارات 124، ممثلة جميعها في نسبة 100% بينما لم يتم تسجيل أي تكرار باللغة الإنجليزية، مما يجعل نسبتها تساوي 0%.

إنّ هيمنة اللغة العربية راجع إلى إستخدامها الواسع من طرف المقدمة في كل من التقديم والتعليق، وعلى اعتبار أن القناة قناة ناطقة بالعربية وتتوجه لجمهور ناطق بالعربية، بالإضافة لطبيعة المادة الإعلامية البيئية التي تحتم استخدام اللغة العربية الفصحى

كما إستخدمت اللغة العربية كذلك من طرف أغلب ممثلي المؤسسات في مقابلاتهم مع البرنامج بإعتبارها اللغة الرسمية للجزائر، تليها العامية الدارجة وإستخدامها الكبير من طرف المواطنين أثناء إبداء آرائهم وأفكارهم حول موضوع الحلقة المتناول وطرحهم أفكارهم حوله، أما بالنسبة للغة الفرنسية التي تلتهم فيعود إلى إستخدامها من طرف المختصين من مهندسين وأصحاب مشاريع للتعبير عن مصطلحات تقنية وكذلك لشرح سير العمل بالإضافة إلى إمتزاجها بالدارجة لإعتياد الأفراد على إستخدامهما معا للتعبير، وكذلك هو الحال للغة الأمازيغية (القبائلية) التي استخدمت من طرف سكان منطقة القبائل في المقابلات. مما يظهر تنوعا لغويا ثقافيا جليا في البرنامج وتوفيره منصة لتعبير مختلف الفئات عن أفكارهم كلّ بلغاته الخاصة.

وكذا نشير إلى أنه لم يتم ترجمة اللغات المستخدمة بجانب اللغة العربية من لغة فرنسية و أمازيغية و ذلك راجع لضيق وقت إعداد و تركيب الحلقات حسب معدة و مقدمة البرنامج حسبية ابلعدين.

فالهيمنة الواضحة للغة العربية في البرنامج ترجع بالاساس لإستهدافه للجمهور الجزائري الناطق بالعربية بالدرجة الأولى وكذلك بطبيعة الموضوع البيئي ومفاهيمه.

إن هذا التنوع اللغوي يعكس سعي البرنامج إلى تقديم قضايا البيئة بطريقة مفهومة وقريبة من مختلف الفئات المستهدفة، سواء الناطقين بالعربية الفصحى أو العامية أو الفرنسية أو الأمازيغية.

كما يظهر احتراماً للتنوع الثقافي واللغوي في المجتمع الجزائري، وتقديم منصة للتعبير لمختلف الأطراف بلغاتهم الخاصة حول القضايا البيئية.

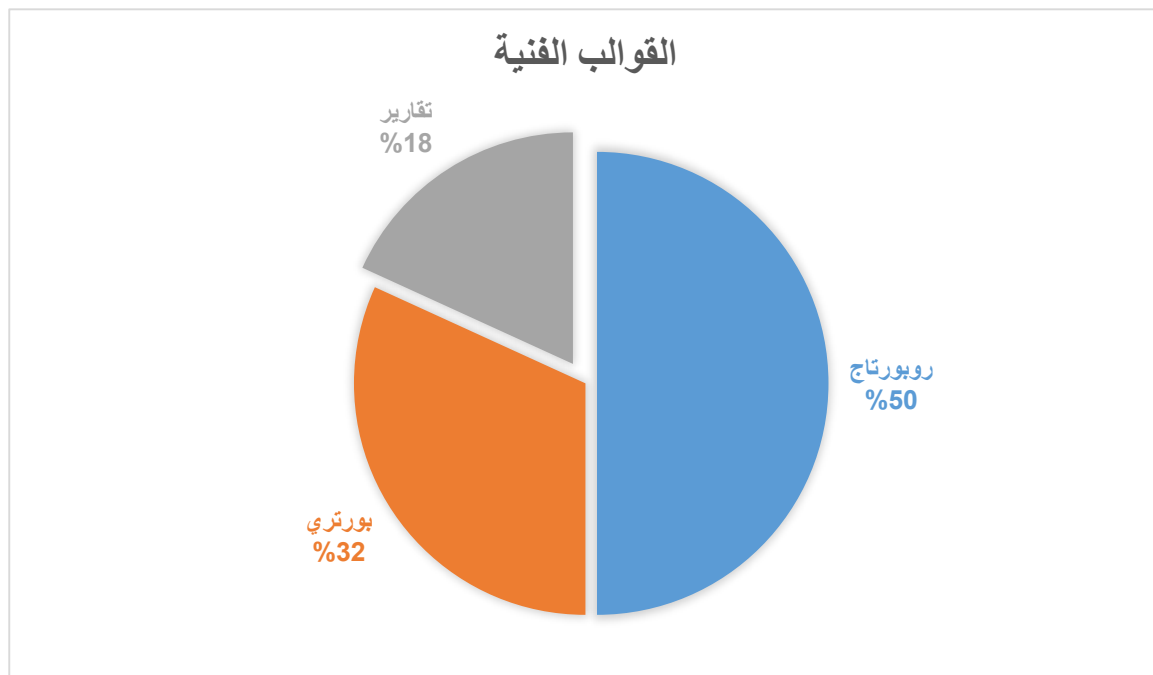
2. فئة القوالب الفنية :

جدول 5 يوضح تكرارات و النسب المئوية الخاصة بالقوالب الفنية المستخدمة في البرنامج

النسبة المئوية	التكرارات	القوالب الفنية
50	11	روبورتاج
%31.81	7	بورترية
%18.18	4	تقارير
%100	22	المجموع

المصدر: الطالبة

دائرة نسبية رقم 2 تمثل توزيع نسب فئة القوالب الفنية



المصدر: الطالبة

أظهر الجدول أعلاه والخاص بالتكرارات والنسب المئوية المتعلقة بفئة القوالب المستعملة أن هناك ثلاثة أنواع من القوالب الفنية تم إستخدامها في البرنامج، وهي الروبورتاج الذي تم تكراره 11 مرة أي ما شكل 50 % من إجمالي القوالب الفنية، تلاه البورترية الذي تم تكراره 7 مرات أي

بنسبة 31.81%، وأخيرا التقرير والذي شكل نسبة 18.18% بـ 4 تكرارات، وتوضح النتائج أعلاه أن هناك تفضيلات في استخدام القوالب الفنية في برنامج Green Mag .

ويمكن تفسير تسجيل نسبة 50% من القوالب الفنية لقالب الروبورتاج لإستخدامها دائما في فقرة صدى البيئة، مما يشير إلى إيلاء أهمية كبيرة لتقديم محتويات مصورة عن المواضيع البيئية، وذلك لتمييز الروبورتاج بقدرته على تقديم تغطية شاملة ومتعمقة للمواضيع. أما البورتريه، فكان حائزا بنسبة 31.81%، وهو ما يعكس اهتماما بتقديم لمحة عن أشخاص أو جهات معينة تلعب دورا مهما في مجال البيئة، مع التنويه أنه استخدم غالبا في فقرة بيئة story، مثل الناشطين البيئيين أو العلماء وغيرهم من الفاعلين لإلهام المشاهدين وتعزيز الوعي بالقضايا البيئية.

أما النسبة الأقل فكانت للتقارير بنسبة 18.18%، تشير هذه النسبة إلى أن هذا النوع من القوالب يُستخدم بشكل أقل، واستخدم غالبا لتقديم معلومات شاملة عن موضوع بيئي محدد في فقرة نصيحة خضراء و كذلك استخدم في فقرة بيئة story.

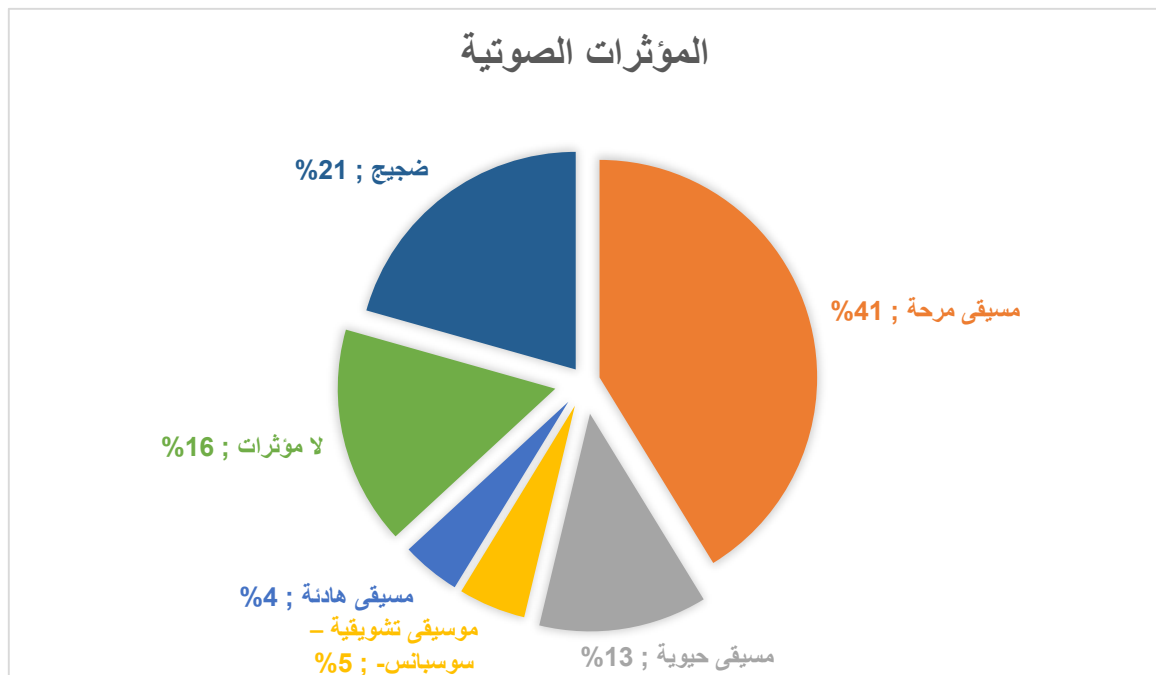
وبشكل عام، فإن هذه النتائج تعكس استراتيجية برنامج Green Mag في تنويع القوالب الفنية المستخدمة لتلبية إحتياجات وتفضيلات الجمهور وتقديم محتوى بيئي متنوع وشيق وشامل. ومن المحتمل أن هذا التنوع يساهم في جذب جمهور أوسع وتعزيز الوعي بقضايا البيئة وأهميتها.

3. فئة المؤثرات الصوتية :

جدول 6: يوضح التكرارات و النسب المئوية الخاصة بالمؤثرات الصوتية المستخدمة في البرنامج .

المؤثرات الصوتية	التكرارات	النسبة المئوية
موسيقى مرحة	66	41.25%
موسيقى حيوية	20	12.5%
موسيقى تشويقية - سوسبانس -	8	5%
موسيقى هادئة	7	4.375%
لا مؤثرات	26	16.25%
ضجيج	33	20.625%
المجموع	160	100%

دائرة نسبية رقم 3 تمثل توزيع نسب فئة المؤثرات الصوتية .



المصدر الطالبة

يبين الجدول أعلاه التكرارات والنسب المئوية الخاصة لمؤثرات الصوتية المستخدمة في البرنامج، والتي كانت متنوعة وتشمل عدة أنواع، حيث تم استخدامها بالتوزيع التالي: الموسيقى المرحة تكررت 66 مرة بنسبة 41.25%، تلتها موسيقى حيوية بتكرار 20 مرة بنسبة 12.5%. وتم استخدام موسيقى تشويقية - سوسبانس - بتكرار 8 مرات بنسبة 5%، وموسيقى هادئة بتكرار 7 مرات بنسبة 4.375%. بينما استخدمت لا مؤثرات 26 مرة بنسبة 16.25%، واستخدم الضجيج 33 مرة بنسبة 20.625%. إجمالاً، وبلغت التكرارات الإجمالية 160، ممثلة جميعها في نسبة 100%.

ونلاحظ أن نسبة الـ 41.25% من الموسيقى المرحة استخدمت في فقرة العناوين وأثناء الإنتقالات بين عناصر البرنامج، واستعملت كذلك في فقرة الترحيب بالمشاهدين لإضفاء جو من الألفة والحيوية للبرنامج، وكذا تماشياً مع الطابع البرنامج البيئي النابض بالحياة.

وقد استخدمت الموسيقى الحيوية بنسبة كبيرة كخلفية موسيقية ترافق نشاط الجمعيات والمجتمع المدني والمزارعين، بينما استخدمت الموسيقى التشويقية أو السوسبانس للتنبيه بالخطر أو التحذير خاصة في لقطات التلوث البيئي ومناظر مخلفات حرائق الغابات وغيرها بالتوازي مع تعليق الصحفية المندد بهته الأفعال.

وعلى خلفها أستخدمت الموسيقى الهادئة كثيرا في فقرة Eco press كخلفية مرافقة لقراءة آخر الأخبار الإعلامية حول البيئة لإضفاء جمالية للفقرة دون التشويش على المستمعين. وبالنسبة للضجيج، فقد استخدم بنسبة 20.625% و تحديدا في بداية الروبورتاجات والتقارير، وذلك لإضفاء واقعية للمناظر وإحاطة الجمهور بشعور الواقعية والانتماء . بينما لم تستخدم المؤثرات الصوتية أثناء المقابلات وذلك لدفع المشاهدين للتركيز على أفكار المتحدثين دون حجب أصواتهم.

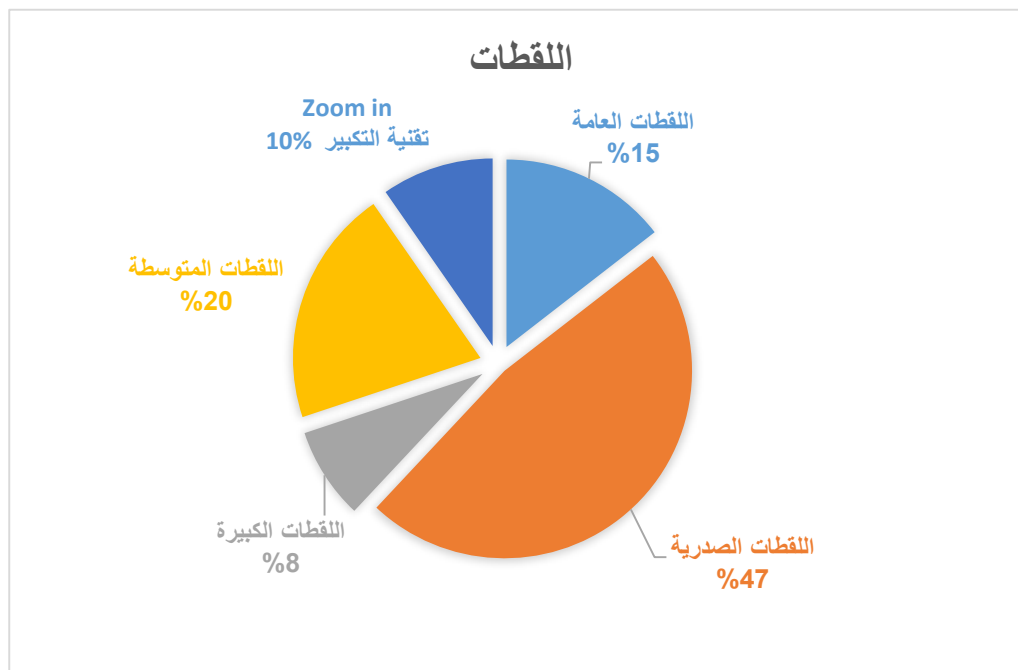
4. فئة اللقطات:

جدول 7 يوضح تكرارات و النسب المئوية الخاصة بالقطات المستخدمة في البرنامج .

النسبة المئوية	التكرارات	اللقطات
14.51 %	66	اللقطات العامة
47.47 %	216	اللقطات الصدرية
7.91 %	36	اللقطات الكبيرة
20.44%	93	اللقطات المتوسطة
9.67 %	44	تقنية التكبير Zoom in
100 %	455	المجموع

المصدر: الطالبة

دائرة نسبية رقم 4 تمثل توزيع نسب فئة اللقطات المستخدمة.



يظهر لنا الجدول أعلاه التكرارات والنسب المئوية الخاصة بأنواع اللقطات المستخدمة للتعبير عن المحتوى البيئي في برنامج غرين ماغ، حيث تبين لنا تكرارات أن اللقطات استُخدمت في البرنامج محل التحليل بتنوع وتوزيع مختلف. وشملت اللقطات لمستعملة لقطاتٍ عامة، والتي استُخدمت 66 مرة. في حين استُخدمت اللقطات الصدرية بنسبة 47.47%، بمعدل 216 مرة، والتي تركز على التفاصيل والمشاهد القريبة. بينما تم استخدام اللقطات الكبيرة 36 مرة، والتي تستخدم لإبراز المشاهد ذات البعد الواسع والشامل مما يعطي إحساسًا بالاتساع والحجم. أما اللقطات المتوسطة، فاستُخدمت 93 مرة، وهي لقطات وسطية تأتي بين اللقطات العامة والصدريّة، مما يسمح بعرض المشاهد بشكل متوازن. وقد استُخدمت تقنية التكبير 44 مرة، والتي تهدف غالبًا للتركيز على التفاصيل وإظهارها بوضوح. بإجمالي 455 تكرارًا لجميع اللقطات.

مع التنويه أن هاته اللقطات تم تصويره بعدسة كامير بدقة 5K،³ عالية الدقة لعرض التفاصيل الدقيقة للبيئة، مما يُقدم للمشاهدين تجربة مشاهدة واقعية.

5. فئة الصور:

جدول 8: يوضح تكرارات و النسب المئوية الخاصة بالصور المستخدمة في البرنامج.

نوع الصور	التكرارات	النسبة المئوية
صور فوتوغرافية	18	5.14%
صور رسومات	2	0.57%
صور معالجة رقمية	37	10.57 %
صور تمثيلية	293	83.72 %
المجموع	350	100 %

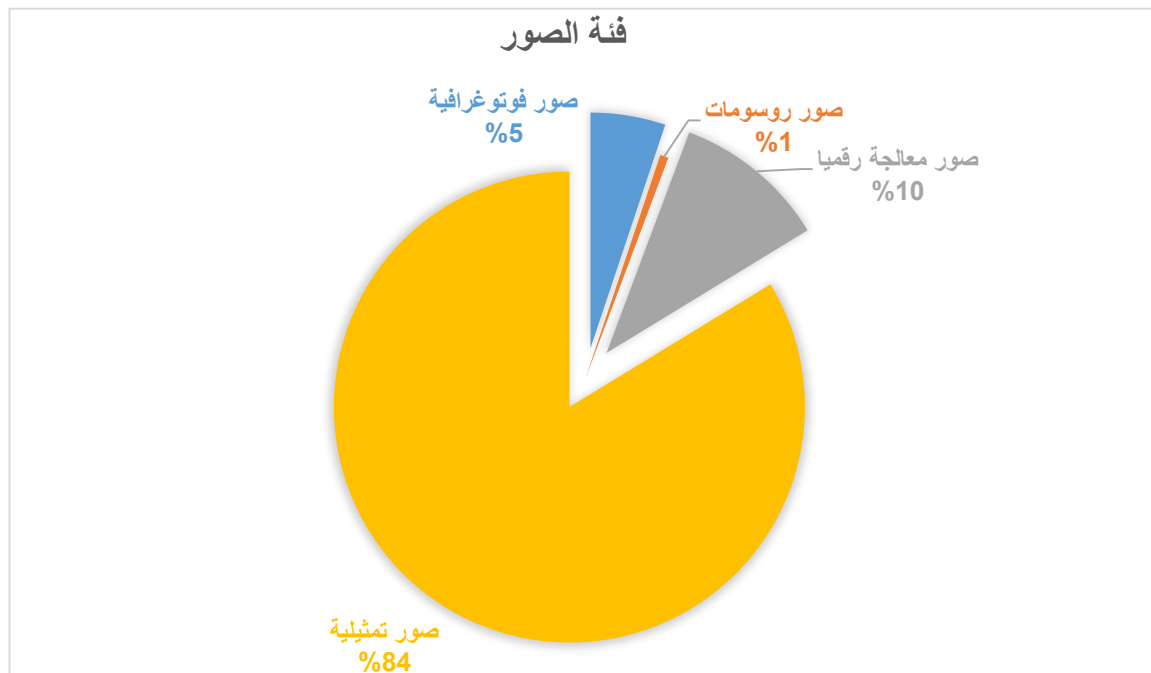
المصدر: الطالبة

³ كاميرا 5k هي كاميرا رقمية قادرة على التقاط صور وفيديوهات بدقة 2880 × 5120 بكسل. ما يعني صورًا وفيديوهات أكثر وضوحًا وتفصيلًا.

تُتيح هذه الدقة العالية للمشاهدين رؤية تفاصيل دقيقة مثل أوراق الأشجار، وفرو الحيوانات، والعناصر الطبيعية الأخرى، مما يُثري تجربتهم ويُساعدهم على فهم العالم من حولهم بشكل أفضل.

تمكن دقة 5k من اقتصاص الصور والفيديوهات دون فقدان الجودة، مما يُتيح للمصورين التركيز على العناصر المهمة في المشهد، كما تتيح دقة 5k للمحررين المزيد من المرونة في تعديل الصور والفيديوهات، مثل إضافة المؤثرات والرسومات دون التأثير على جودة الصورة.

دائرة نسبية رقم 5 تمثل توزيع نسب فئة الصور.



المصدر الطالبة

يظهر لنا الجدول أعلاه التكرارات والنسب المئوية الخاصة بأنواع الصور المستخدمة في البرنامج محل التحليل، حيث يظهر من تكرارات الجدول أنه تم استخدام أنواع مختلفة من الصور في برنامج "Mag Green"، شملت الصور الفوتوغرافية أولاً، والتي تم استخدامها 18 مرة بنسبة 5.14% من إجمالي الصور. كما تم استخدام الرسومات مرتين فقط بنسبة 0.57%، أما الصور المعالجة رقمياً فاستعملت بواقع 37 مرة بنسبة 10.57%. أما الصور التمثيلية، فقد شكلت النسبة الأكبر حيث تم استخدامها 293 مرة بنسبة 83.72%. وبالمجموع، بلغ عدد الصور المستخدمة 350 صورة أي ما يقابل 100% من إجمالي الصور المستخدمة في البرنامج.

ومن المهم التنويه أن أغلبية الصور التمثيلية استخدمت في فقرة "نصيحة خضراء" ويعود ذلك لتقريب الأفكار للجمهور، بينما استخدمت الصور المعالجة الرقمية والفوتوغرافية أكثر في فقرة Eco presse، فالصور المعالجة استخدمت لعرض الأخبار من مصادرها (من جرائد وصحف إلكترونية) بصيغة لقطة شاشة، مع التركيز على الأسطر المهمة من الأخبار المعروضة من ضمن عناصر المقال.

وبالنسبة للرسومات، فكانت حاصرة ضمن الروبورتاجات في فقرة "صدى البيئة"، وذلك لتمثيل انعكاسات التلوث على شكل الأرض بيانياً. ويعكس هذا الاختيار للصور إطاراً إعلامياً أكثر تجريداً وابتعاداً عن الواقع المباشر. فالصور التمثيلية والمعالجة رقمياً تميل إلى تقديم رؤية مثالية أو مبسطة للقضايا البيئية، بينما الصور الفوتوغرافية تعكس الواقع بشكل أكثر حيوية ومصادقية.

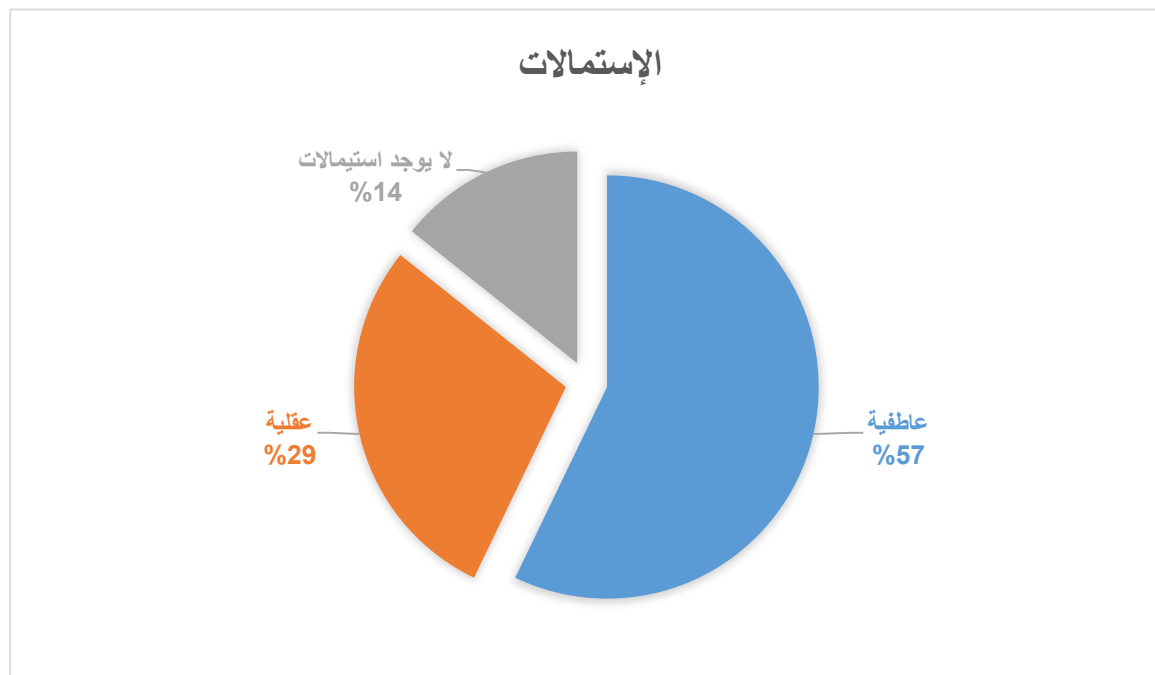
6. فئة الإستimalات:

جدول 9 : يوضح تكرارات و النسب المئوية الخاصة بالإستimalات المستخدمة في البرنامج

الإستimalات المستعملة	التكررات	النسبة المئوية
استمالات عاطفية	24	57.14%
استمالات عقلية	12	28.57%
غياب جلي للإستimalات	6	14.28%
المجموع	42	100 %

المصدر: الطالبة

دائرة نسبية رقم 6 تمثل توزيع نسب فئة الإستimalات.



المصدر: الطالبة

يظهر لنا الجدول أعلاه التكرارات والنسب المئوية الخاصة فئة الاستمالات المستخدمة في البرنامج محل التحليل، حيث سجلنا أن هناك تركيزاً أكبر على توظيف الاستمالات العاطفية بنسبة 57.14% مقارنة بالاستمالات العقلية 28.57%، مع وجود 14.28% من المشاهد دون استمالات جلية.

إذ يظهر لنا وجود تركيز أكبر على الاستمالات العاطفية مقارنة بالاستمالات العقلية، مما يعكس تركيزاً أكبر من القائمين على البرنامج على استجلاء الجوانب الإنسانية والعاطفية للموضوعات المعروضة حول المحتوى البيئي، فعلي سبيل المثال، تختتم مقدمة كل حلقة بعبارة للشاعر الفلسطيني محمود درويش **"وتذكروا أن على هذه الأرض ما يستحق الحياة"** التي تخاطب عواطف المشاهدين وجوراحهم.

وبالنسبة للاستمالات العقلية، فقد برزت أكثر في سياق تقديم تفسيرات وبراهين للمشاهدين حول الأحداث والمعلومات المقدمة وذلك في سياق عرض الأخبار البيئية وآخر الإكتشافات، مع تسجيلنا بالإضافة إلى ذلك وجود نسبة 14.28% من المشاهد دون أية إستمالات، ومرد ذلك يمكن رغبة البرنامج في تقديم المعلومات بشكل محايد أو موضوعي، دون تأثير عواطف أو اتجاهات معينة، كما يمكن أن يكون ذلك جزءاً من استراتيجية البرنامج للحفاظ على موضوعية العرض وتقديم مجموعة متنوعة من الآراء والمعلومات للمشاهدين دون توجيه.

إنّ التركيز على العواطف يساهم في جذب الجمهور الجزائري وتحفيزه على التفاعل مع المحتوى، عبر السعي للوصول إلى المشاهدين واسترعاء انتباههم عبر العواطف والمشاعر أكثر من المنطق والحقائق، وهو أمر شائع في البرامج الترفيهية والقصصية.

وبشكل عام، يتمثل دور التأطير الإعلامي في هذا السياق في توجيه تفسيرات المشاهدين للأحداث والمعلومات المقدمة، وإبراز بعض الجوانب على حساب الأخرى، مما يؤثر في فهمهم واستجابتهم للمحتوى الإعلامي.

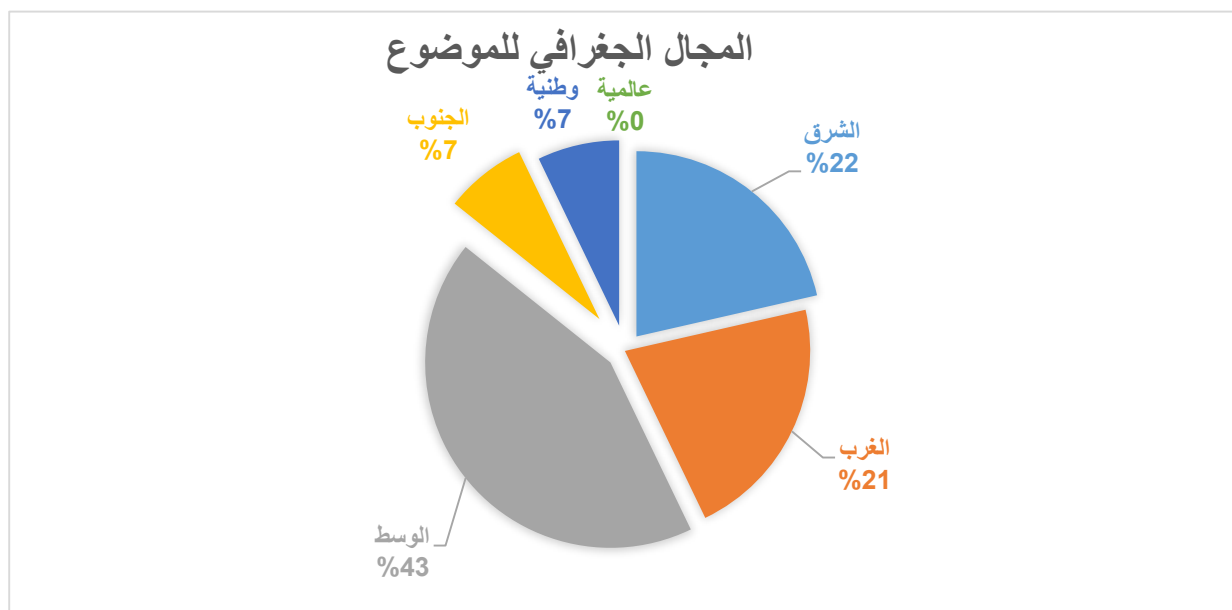
7. فئة المجال الجغرافي للموضوع :

جدول 10: يوضح تكرارات و النسب المئوية الخاصة بالمجال الجغرافي في البرنامج.

النسبة المئوية	التكرارات	المجال الجغرافي للموضوع
21.43 %	3	الشرق
21.43 %	3	الغرب
42.86 %	6	الوسط
7.14 %	1	الجنوب
0 %	0	عالمية
100 %	14	المجموع

المصدر: الطالبة

دائرة نسبية رقم 7 تمثل توزيع نسب فئة المجال الجغرافي.



المصدر: الطالبة

يظهر لنا الجدول أعلاه التكرارات والنسب المئوية الخاصة بفئة التركيز الجغرافي للبر=مناطق في البرنامج محل التحليل، حيث يظهر الجدول توزيعاً غير متساوٍ للتركيز الجغرافي على المواضيع المعروضة في البرنامج. إذ حظيت منطقة الوسط بأكبر نسبة تمثيل بلغت 42.86%، تليها

المناطق الشرقية والغربية بنسبة متساوية قدرها 21.43% لكل منهما. في حين لم تحظ المناطق الجنوبية سوى بنسبة 7.14% من التغطية، مع غياب التغطية للمواضيع العالمية.

ولعل التركيز الواضح على منطقة الوسط يعزى إلى قرب هذه المناطق من مقر القناة المتواجد في العاصمة، ما يسهل عملية التنقل ونقل معدات التصوير. كما أن الموقع الوسطي يمكن من الوصول إلى شرائح واسعة من الجمهور في المناطق المجاورة والبعيدة على حد سواء، حسبما أكدته معدة البرنامج حسيبة إبلعدين في مقابلة معها.

أين أشارت السيدة إبلعدين إلى محاولات البرنامج الحثيثة للابتعاد عن المركزية، من خلال توجيه المصورين والصحفيين إلى مناطق متنوعة في البلاد، رغم التحديات الجمة المتمثلة أساساً في التكاليف المرتفعة وطول وقت الإعداد. وهو ما فسر التغطية المتوازنة نسبياً للمناطق الشرقية والغربية حسبها.

أما بالنسبة للمناطق الجنوبية، فقد حظيت بأقل نسبة تغطية لنفس الأسباب آنفة الذكر، وبشكل أكبر بسبب البعد الجغرافي، حيث سجلنا تكراراً واحداً فقط، والذي قام بتغطيته مراسل القناة الشيخ ليتيم.

كما أن حلقات عينة الدراسة لم تتضمن أي تغطية لمواضيع ذات نطاق جغرافي عالمي فكانت النسبة 0%، خلافاً للمواسم السابقة التي كانت تتضمن أعداداً خاصة لتغطية أحداث دولية مثل "مؤتمر الأطراف البيئي بشأن تغير المناخ cop « مثلاً، في حين لم يقدم الموسم محل التحليل من البرنامج أي تغطية لنسخة المؤتمر السادس والعشرين لاتفاقية الأمم المتحدة الإطارية بغلاسكو، اسكتلندا، في نوفمبر 2021 المصادفة لتاريخ بث الحلقات مح الدراسة .

ويشير هذا التوزيع الجغرافي إلى تركيز واضح على المناطق الوسطى في البرنامج، مع محاولات للتوازن الجغرافي رغم التحديات اللوجستية الكبرى. إلا أن المناطق الجنوبية والتغطية العالمية ظلت محدودة للغاية في تغطية. ما يشير إلى التوصية بضرورة توسيع النطاق الجغرافي للتغطية في المستقبل لتقديم رؤية أكثر شمولية للقضايا البيئية.

ثانيا: عرض و تفسير و تحليل برنامج GREEN MAG من حيث فئات المضمون :

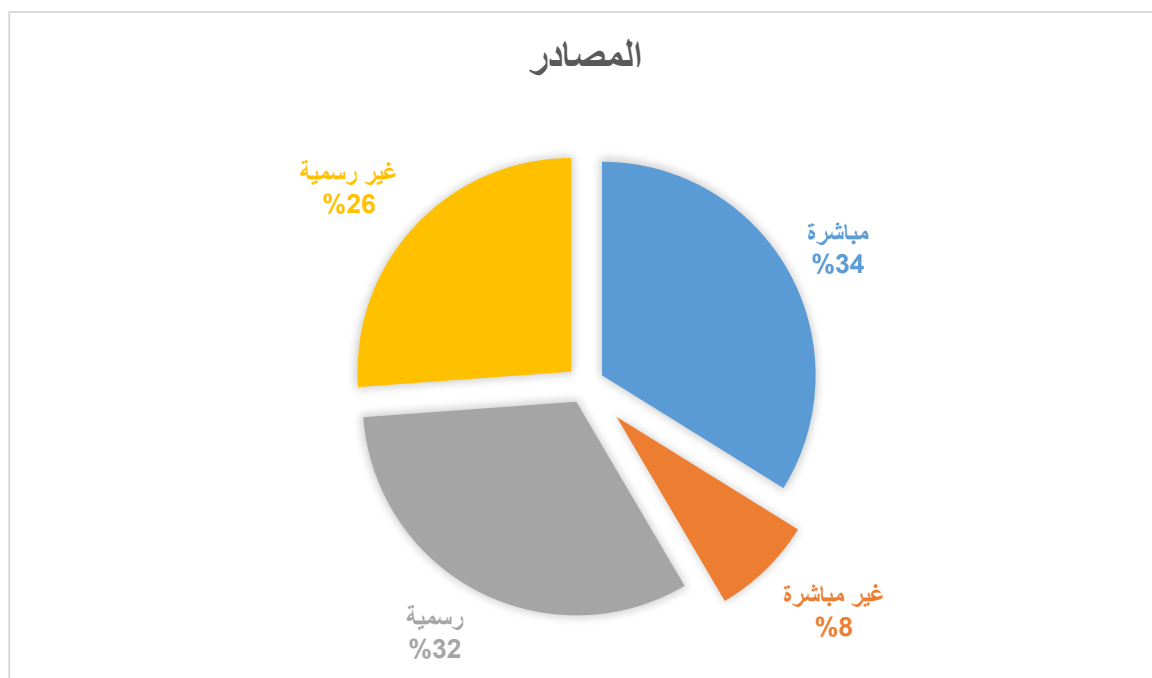
1. فئة مصادر الخبر:

جدول 1 : يوضح تكرارات و النسب المئوية الخاصة بمصادر الخبر في البرنامج.

المصادر	التكرار	النسبة المئوية
مباشرة	22	33.85 %
غير مباشرة	5	7.69 %
رسمية	21	32.31 %
غير رسمية	17	26.15 %
المجموع	65	100 %

المصدر الطالبة

دائرة نسبية رقم 8 تمثل توزيع نسب فئة مصادر الخبر.



المصدر: الطالبة

يظهر لنا الجدول أعلاه التكرارات والنسب المئوية الخاصة بفئة المصادر المعتمد عليها في البرنامج محل الدراسة، أن يُظهر لنا الجدول إعتداد أساسيا للبرنامج على المصادر المباشرة بتكرار قدره 22 أي بنسبة 33.85 %، والمصادر غير مباشرة بنسبة 7.69 أي بـ 5 تكرارات فقط، وبالنسبة لرسمية المصدر، فقد إعتد البرنامج على المصادر الرسمية بـ 21 تكرار أي بنسبة 32.31 %، في حين شكلت المصادر غير الرسمية بنسبة 26.15 % بـ 17 تكرارا. ت

وضح البيانات في الجدول أعلاه أن البرنامج يعتمد بشكل أساسي على المصادر المباشرة، التي تمثلت هذه المصادر في الفاعلين المباشرين في المواضيع والذين لهم علاقة مباشرة بها، بما يتيح لهم تقديم معارفهم بشكل مباشر وموثوق. وتشمل هذه المصادر غالب رؤساء الجمعيات الخيرية البيئة وأفراد المجتمع المدني.

أما المصادر غير المباشرة، فتمثلت في المواطنين الذين يعبرون عن آرائهم في المواضيع التي قد لا تؤثر عليهم مباشرة، مثل سكان الأحياء الذين يشهدون على الأحداث من شهود عيان أو زوار ممن يقدمون آرائهم وتجاربهم.

أما المصادر الرسمية، فتمثلت أساسا في شخصيات مسؤولة في هيئات ومؤسسات رسمية، بالإضافة إلى المواقع الإخبارية، وتعكس هذه المصادر غالب وجهات نظر رسمية وتقارير رسمية تُعتبر مرجعية في المجتمع.

أما المصادر غير الرسمية، فتمثلت في المواطنين العاديين، بما في ذلك أصحاب المشاريع والمبادرات البيئية الخاصة، ويمكن أن تكون هذه المصادر مصدرا قيما للمعلومات ذات الطابع الشخصي والتجارب العملية في مجال البيئة.

إن هذا التنوع في المصادر والتنوع في إعتداد مصادر رسمية وشهود عيان، يعكس إطارا إعلاميا أكثر موثوقية وواقعية.

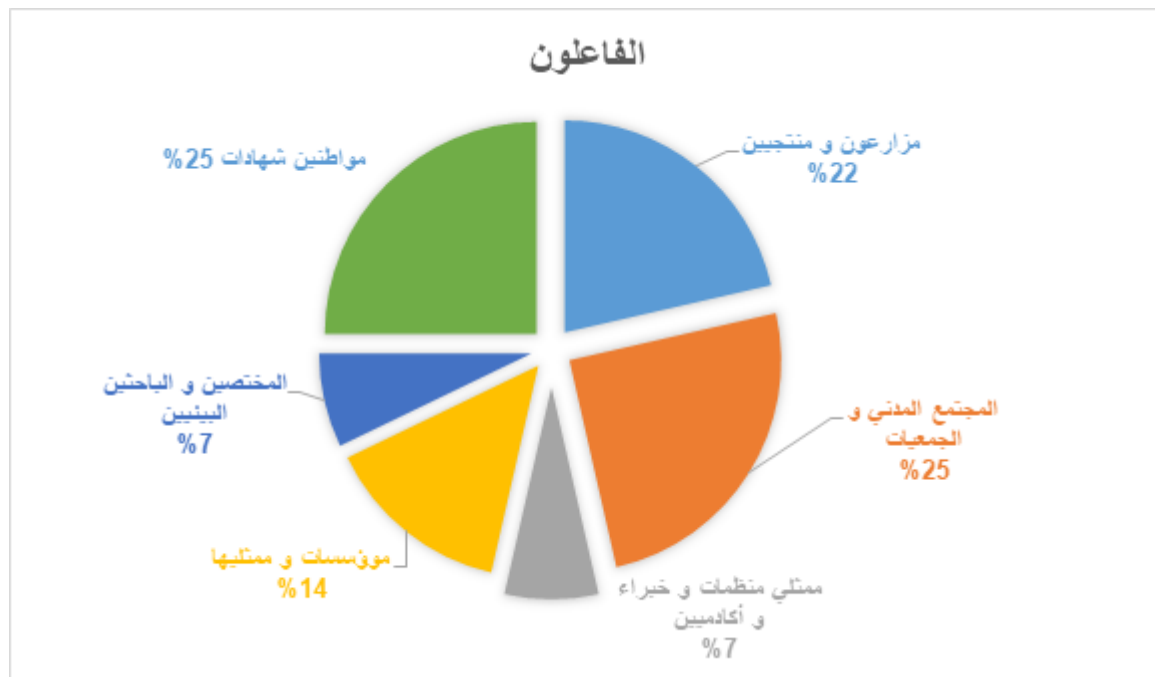
2. فئة الفاعلون :

جدول 12: يوضح تكرارات و نسب المئوية الخاصة بالفاعلين في البرنامج.

الفاعلون	التكرارات	النسبة المئوية
مزارعون ومنتجون	6	21.42 %
المجتمع المدني والجمعيات البيئية	7	25 %
ممثلي منظمات بيئية وخبراء وأكاديميين في المجال البيئي	2	7,14 %
مواطنين وشهود عيانا في قصايا بيئية	7	25 %
ممثلو مؤسسات ذات علاقة بالشأن البيئي	4	14.28 %
المختصون والباحثون البيئيين	2	7,14 %
المجموع	28	100 %

المصدر: الطالبة

دائرة نسبية رقم 9 تمثل توزيع نسب فئة الفاعلون.



المصدر: الطالبة

يظهر لنا الجدول أعلاه التكرارات والنسب المئوية الخاصة بفئة الفاعلين المؤثرين في البرنامج، يتضح من الجدول تنوع واضح في مصادر المشاركة والتفاعل في البرنامج، من خلال وجود

مجموعة متنوعة تشمل المزارعين والمنتجين، المجتمع المدني ورؤساء الجمعيات، ممثلي منظمات وخبراء وأكاديميين، ومواطنين ذوي شهادات يمثلون نسبة مختلفة من العينة الإجمالية.

حيث يشكل المجتمع المدني والجمعيات أكبر نسبة بـ 25%، بجانب المواطنين من ذوي الشهادات بنفس النسبة، وبعدهما نجد المزارعون والمنتجين بنسبة 21.42%. ثم المؤسسات وممثليها بنسبة 14.28%، في حين سجل حضور ممثلي المنظمات والخبراء والأكاديميين وكذا المختصين و الباحثين البيئيين نسبة قدرها 7,14%.

إن هذا الجدول يظهر تنوعًا واضحًا في مصادر المشاركة والتفاعل في البرنامج، حيث شارك فيه مجموعة متنوعة من الفاعلين. مع تسجيلنا بروز مشاركة المزارعين والمنتجين بقوة، إذ مثلوا نسبة 21.42% من التكرارات، وهو ما يعكس أهمية إشراك هذه الشريحة في مناقشة القضايا ذات الصلة بالشأن البيئي. كما لوحظ تواجد قوي لأفراد المجتمع المدني والجمعيات البيئية، الذين ساهموا بنسبة 25%، مما يؤكد دورهم البارز في نقل التحديات والمطالب الاجتماعية والبيئية.

بالإضافة إلى ذلك، لعب ممثلو المؤسسات دورًا مهمًا أيضًا بنسبة 14%، حيث عكسوا الجهود التي تبذلها المؤسسات في مجالات متعددة. ومن الجدير بالذكر، وجود تمثيل قوي للمواطنين العاديين بنسبة 25%، ممن قدموا شهاداتهم وآراءهم كمشاركين فاعلين في المناقشات والنقاشات البيئية المطروحة.

أما نقص المختصين والباحثين البيئيين فراجع بالأساس إلى طبيعة المواضيع المعالجة وزوايا تناولها والتي لم تستدعي في مجملها تواجدهم، بالإضافة إلى وجود نقص جلي لهذا النوع من المختصين والباحثين في الجزائر ممن يتعاطون مع وسائل الإعلام حسب مقدمة البرنامج⁴.

إن هذا التوزيع المتنوع للمشاركين يشير إلى أن البرنامج سعى جاهداً لتمثيل شرائح مختلفة من المجتمع، وتسليط الضوء على آرائهم وتجاربهم في سياق النقاشات البيئية الهامة والقضايا المطروحة في الشأن البيئي ما يتعلق به. ما يعكس إطاراً إعلامياً يركز على الجهود المجتمعية وقصص الناس العاديين، ويعزز الشعور بالقرب والمصداقية لدى المشاهدين.

⁴ مقابلة مع حسيبة إبلعدين ، معدة و مقدمة برنامج Green mag، يوم 2024/05/12 على الساعة 11.15 بالمدرسة الوطنية العليا للصحافة و علوم الإعلام .

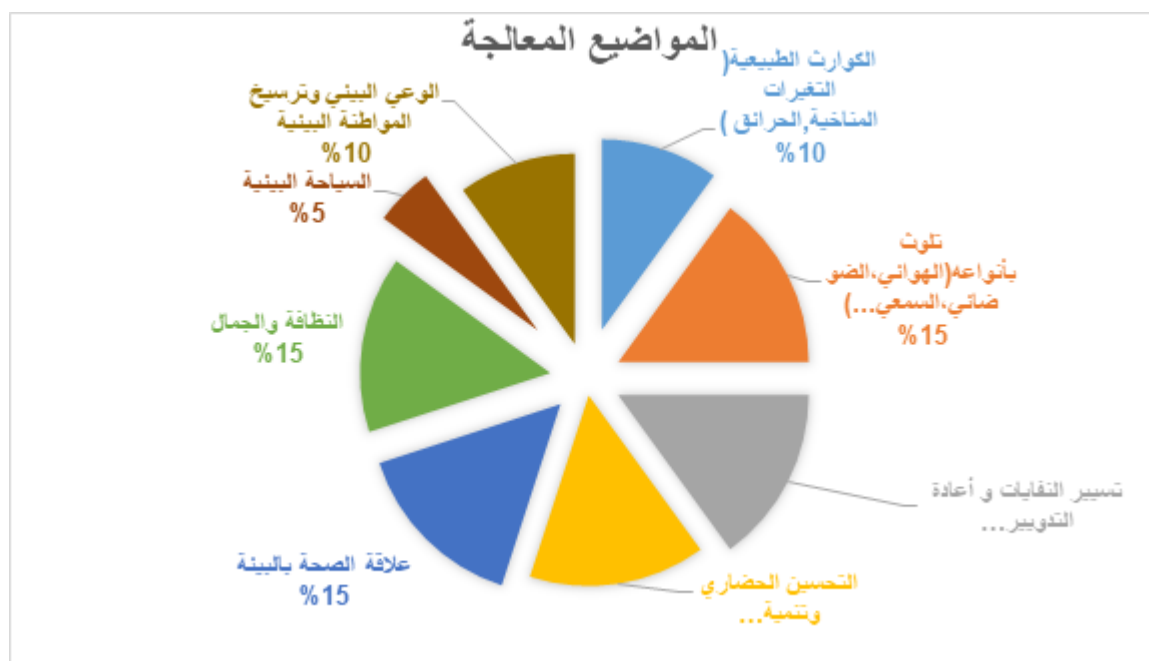
3. فئة المواضيع المعالجة:

جدول 13 يمثل تكرارات و نسب المئوية الخاصة بالمواضيع المعالجة في البرنامج.

المواضيع المعالجة	التكرارات	النسبة المئوية
الكوارث الطبيعية (التغيرات المناخية، الحرائق)	2	6.67 %
تلوث بأنواعه (الهوائي، الضوضائي، السمعي...)	3	10 %
تسيير النفايات و إعادة التدوير	3	10 %
التحسين الحضاري وتنمية المساحات الخضراء	3	10 %
علاقة الصحة بالبيئة	3	10 %
النظافة والجمال	3	10 %
السياحة البيئية	1	3.33 %
الوعي البيئي وترسيخ المواطنة البيئية	2	6.67 %
التكوين والبحث العلمي في المجال البيئي	1	3.33 %
الإنتاج الصديق للبيئة	6	20 %
المجموع	30	100 %

المصدر: الطالبة

دائرة نسبية رقم 10 تمثل توزيع نسب فئة المواضيع المعالجة.



يظهر لنا الجدول أعلاه التكرارات والنسب المئوية الخاصة بفئة المواضيع المعالجة في البرنامج محل التحليل، حيث عكست تكرارات الجدول تنوعاً جلياً في المواضيع البيئية التي تمت مناقشتها في البرنامج، حيث تناولت مجموعة واسعة من القضايا البيئية ذات الأهمية الكبيرة.

ويظهر أن موضوع الكوارث الطبيعية والتغيرات المناخية والحرائق تم التطرق إليه بنسبة 67.6% أي بتكرارين، يتبعه تلوث البيئة بأنواعه المختلفة، كما تمت مناقشة قضايا مثل تسيير النفايات وإعادة التدوير، والتحسين الحضاري وتنمية المساحات الخضراء، وعلاقة الصحة بالبيئة، والنظافة والجمال، وتعزيز الوعي البيئي وترسيخ المواطنة البيئية، حيث شكلت كل منها نسبة 10% من المواضيع المعالجة. كما كان هناك اهتمامٌ بالإنتاجات الصديقة للبيئة، حيث حظي هذا الموضوع بنسبة تغطية قدرت بـ 20%.

ولعل هذا الإهتمام الكبير بالإنتاجات الصديقة للبيئة يعكس تركيزاً قوياً من فريق البرنامج على الحلول المستدامة والممارسات الخضراء في مجالات الإنتاج والاستهلاك. في حين تركيز البرنامج على تلوث البيئة بأنواعه المختلفة 10% يشير إلى اهتمامه بإبراز هذه المشكلة وتسلط الضوء على مخاطرها وطرق مكافحتها رغم النسب البسيطة.

كما يشير إيلاء نسب إهتمام متساوية (بـ 10% لكل منها) لكل من قضايا تسيير النفايات وإعادة التدوير، والتحسين الحضري وتنمية المساحات الخضراء، وعلاقة الصحة بالبيئة، والنظافة والجمال، وتعزيز الوعي البيئي والمواطنة البيئية، يدل على وجود نهج متوازن لتعامل البرنامج محل التحليل مع جوانب مختلفة من القضايا البيئية.

ويتضح لنا من التنوع في محتوى البرنامج أنه يتبنى نهجاً شاملاً في استعراض القضايا البيئية المهمة وتسلط الضوء على الحلول الممكنة. هذا يعكس إطاراً إعلامياً يتمحور حول قضايا البيئة والاستدامة، مع التركيز على الممارسات الصديقة للبيئة من خلال تغطية متعددة الجوانب للقضايا البيئية والتركيز على الحلول، كما يسلط البرنامج الضوء على أهمية تعزيز الوعي والمواطنة البيئية، يعد هذا النهج إيجابياً وشاملاً في التعامل مع هذه القضايا الحيوية.

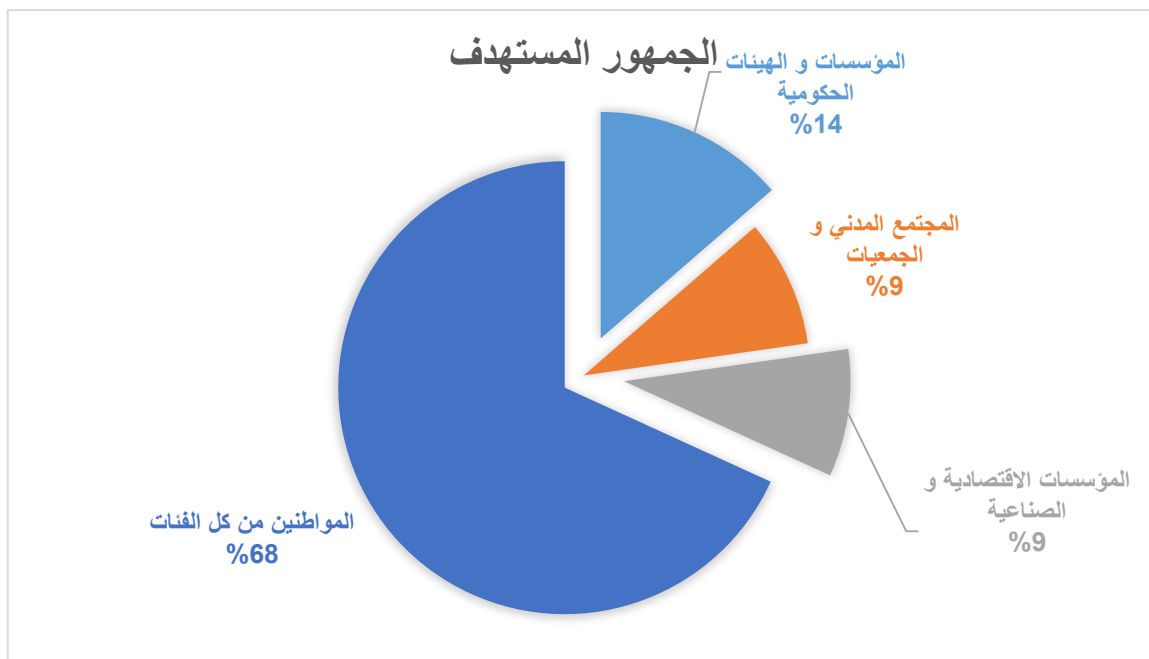
1. فئة الجمهور المستهدف :

جدول 14 : يوضح تكرارات و النسب المئوية الخاصة بالجمهور المستهدف في البرنامج.

الجمهور المستهدف	التكرارات	النسبة المئوية
المؤسسات والهيئات الحكومية	3	13.64 %
المجتمع المدني والجمعيات	2	9.09 %
المؤسسات الاقتصادية والصناعية	2	9.09 %
جمهور المواطنين من كل الفئات	15	68.18 %
المجموع	22	100 %

المصدر: الطالبة

دائرة نسببة رقم 11 تمثل توزيع نسب فئة الجمهور المستهدف في البرنامج.



المصدر: الطالبة

يظهر لنا الجدول أعلاه التكرارات والنسب المئوية الخاصة بفئة الجمهور المستهدف من قبل القائمين على البرنامج محل تحليل.

إذ يظهر من تكرارات الجدول أن البرنامج استهدف جمهور المواطنين من جميع الفئات بنسبة 68.18% بتكرار 15 مرة، كما خاطب المؤسسات والهيئات الحكومية نادراً بـ 3 تكرارات أي بنسبة 13.64%، في حين استهدف كلاً من المجتمع المدني والجمعيات البيئية بنسبة أقل، وأخيراً المؤسسات الاقتصادية والشركات بنسبة 9.09% فقط أي تكرارين اثنين، مع تسجيل اهتمام منعدم بالتوجه لمختصين البيئيين حيث لم يستهدفهم ولا مرة فكانت النسبة 0% .

تبين المعطيات أعلاه أن البرنامج استهدف جمهور لمواطنين من مختلف فئات المجتمع كان بنسبة كبيرة، حيث شكل جمهور المواطنون من جميع الفئات نسبة 68.18% من المشاركات، مما يعكس توجه البرنامج والقائمين عليه لجمهور بيئي واسع يشمل جميع شرائح المجتمع. بالإضافة إلى ذلك، قد استهدف البرنامج المؤسسات والهيئات الحكومية بنسبة 13.64%، مما يشير إلى رغبته في التفاعل مع السلطات والمؤسسات الرسمية لتعزيز الجهود المشتركة في مجال البيئة.

ولا يقتصر التوجه على القطاع العام فقط، بل استهدف أيضاً المجتمع المدني والجمعيات البيئية بنسبة 9.09%، والمؤسسات الاقتصادية والشركات بنسبة مماثلة. ويظهر هذا التوجه الشامل رغبة البرنامج البيئي في جذب أكبر قدر ممكن من المشاركين والجهات المعنية بالبيئة، سواء كانوا من القطاع الحكومي أو الخاص أو المجتمع المدني.

إن هاته النتائج تظهر أن البرنامج استهدف جميع الفئات المختلفة من المجتمع بنسبة كبيرة، حيث شكل المواطنون أكبر نسبة ما يعكس توجه البرنامج لجمهور بيئي واسع يشمل جميع شرائح المجتمع. بالإضافة إلى ذلك، فإن استهداف البرنامج للمؤسسات والهيئات الحكومية يشير إلى رغبته في التفاعل مع السلطات والمؤسسات الرسمية لتعزيز الجهود المشتركة في مجال البيئة.

ولم يقتصر التوجه على القطاع العام فقط، بل استهدف البرنامج أيضاً المجتمع المدني والجمعيات والمؤسسات الاقتصادية والشركات بنسبة مماثلة. ما يظهر رغبة البرنامج في جذب أكبر قدر ممكن من المشاركين والجهات المعنية بالبيئة، سواء كانوا من القطاع الحكومي أو الخاص أو المجتمع المدني.

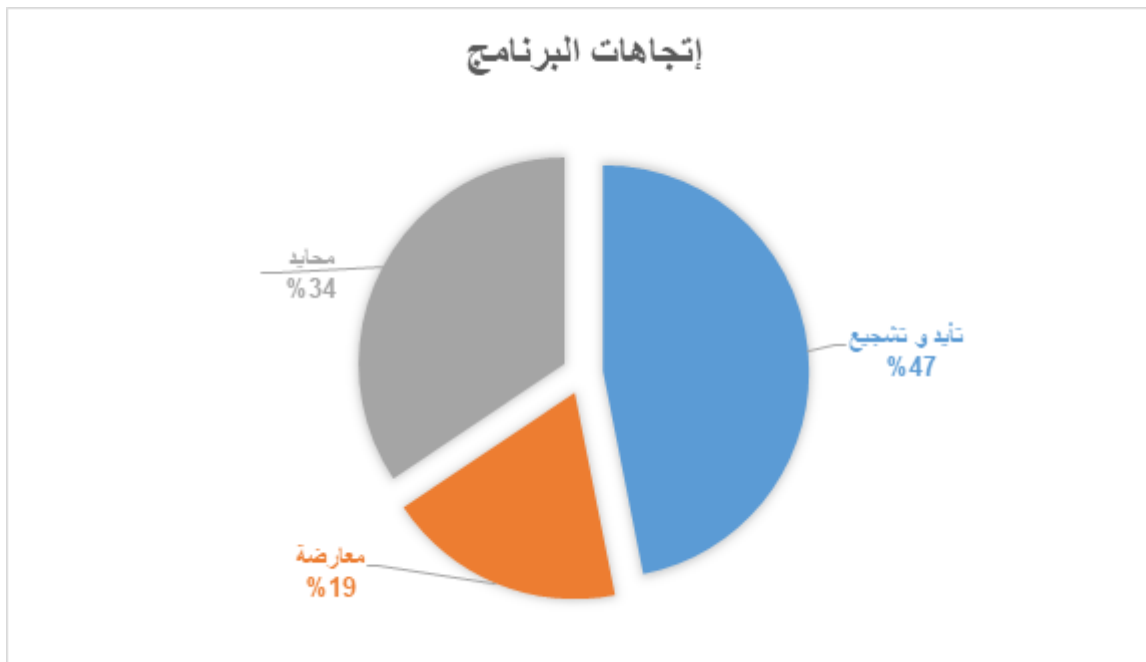
2. فئة الإتجاه :

جدول 15 : يوضح تكرارات والنسب المئوية الخاصة بإتجاهات البرنامج.

الإتجاه	التكرارات	النسبة المئوية
تأييد وتشجيع	15	46.875%
معارضة	6	18.75%
محايد	11	34.375%
المجموع	32	100%

المصدر: الطالبة

دائرة نسبية رقم 12 تمثل توزيع نسب فئة الإتجاه.



المصدر: الطالبة

يظهر لنا الجدول أعلاه التكرارات والنسب المئوية الخاصة بفئة إتجاهات البرنامج البيئي محل التحليل. اين تظهر تباينات واضحة في اتجاهات البرنامج بين الحيادية والمواقف المشجعة والداعمة، بالإضافة إلى المواقف المعارضة. أين بلغ عدد الاستجابات التي تعبر عن تأييد وتشجيع

الموضوع 15 تكرارًا، ما يُمثل نسبة 46.875% من إجمالي الاستجابات. ومن جهة أخرى، بلغ عدد الاستجابات التي تعبر عن المعارضة 6 تكرارات، مما يُشكل نسبة 18.75%. وبالنسبة للمواقف المحايدة، بلغ عدد الاستجابات 11 تكرارًا، مما يُمثل نسبة 34.375%. يُظهر هذا التباين أن البرنامج يعرض وجهات نظر مختلفة بشكل متوازن، مما يسمح للمشاهدين بالتفاعل مع الموضوعات المطروحة بطريقة شاملة ومتنوعة.

وقد برزت الحيادية كثيرا أثناء طرح المواضيع والأخبار في فقرة Eco press، حيث اكتفت الصحفية بعرض الأخبار البيئية بطريقة حيادية دون إبراز معارضة أو تأييد، على عكس فقرات "بيئة story" وفقرة "صدى البيئة" التي أبرزت فيها المذبة مواقف إيجابية مع دعمها للفكرة وتأييدها.

كما أبرزت في ذات السياق مناظر مؤسفة أين إنتقدت الفعل وعارضته، وقد برز ذلك في جليا في عبارات النهي ونوعية الكلمات المنتقاة، إذ تقول معدة البرنامج حسية إلبعين في مقابلة معها أن إبراز الأمثلة الإيجابية والتأييد لم يكن متعمدا، لكنها رغم ذلك تجد أن التنديد بالأوضاع والسلوكيات البيئية السلبية مهما جدا، بيد أن إبراز النماذج الإيجابية وتشجيعها لا يقل أهمية بل ويساويه في التأثير. وهذه النتائج التي أبرزت فيها التأييد ما هي إلا إنعكاس فنحن نشاهد حركية ووعيا بيئيا أكبر في المجتمع الجزائري في الأونة الأخيرة .

لقد قدم البرنامج تغطية متوازنة للقضايا البيئية، مع التركيز على إبراز الجوانب الإيجابية وتشجيعها، والتوعية بالممارسات السلبية وآثارها السلبية، في محاولة لتعزيز الوعي البيئي في المجتمع.

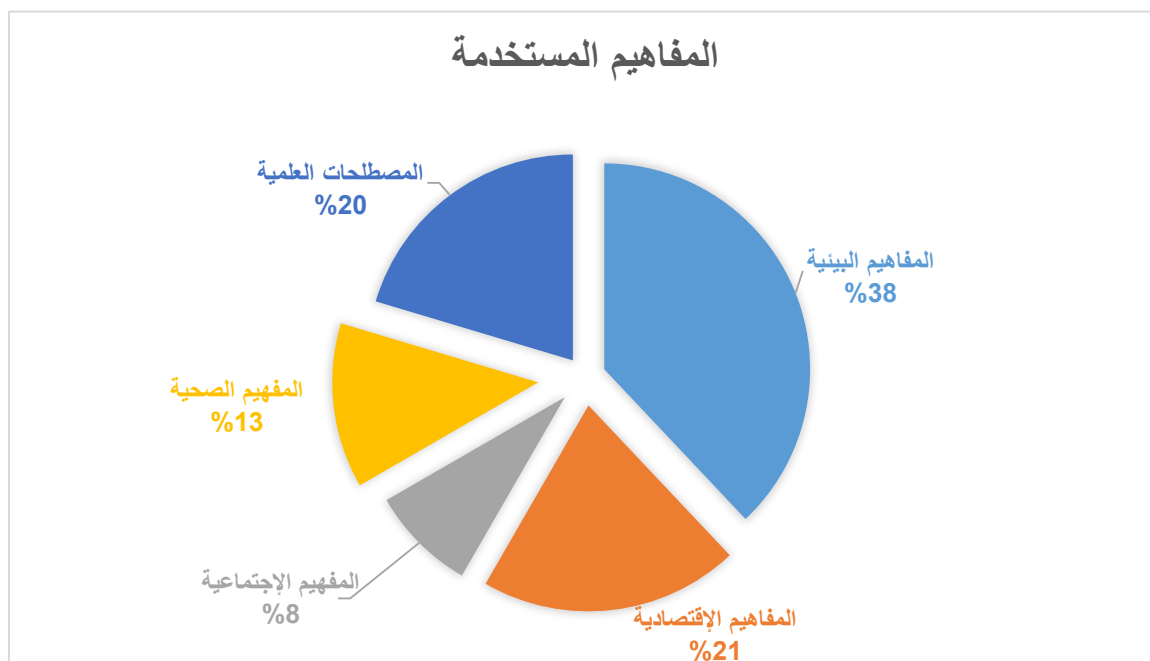
3. فئة المفاهيم المستخدمة :

جدول 16: يوضح تكرارات و النسب المئوية الخاصة بالمفاهيم المستخدمة في البرنامج.

المصطلحات المستخدمة	التكرارات	النسبة المئوية
المفاهيم البيئية	41	37.96 %
المفاهيم الاقتصادية	22	20.37 %
المفاهيم الاجتماعية	9	8.33 %
المفاهيم الصحية	14	12.96 %
المصطلحات العلمية	22	20.37 %
المجموع	108	100 %

المصدر: الطالبة

دائرة نسبية رقم 13 تمثل توزيع نسب فئة المفاهيم المستخدمة.



المصدر: الطالبة

يظهر لنا الجدول أعلاه التكرارات والنسب المئوية الخاصة لفئة المصطلحات والمفاهيم المستعملة في البرنامج محل التحليل . حيث تظهر التكرارات أعلاه ن المفاهيم البيئية مثلت أكبر نسبة من المفاهيم المستخدمة في البرنامج، حيث بلغت 41 تكرارًا، ما يُمثل نسبة 37.96% من إجمالي

الاستخدام. بينما بلغ عدد التكرارات للمفاهيم الاقتصادية والمصطلحات العلمية 22 تكراراً لكل منهما، ما يُمثل نسبة 20.37% لكل منهما. أما المفاهيم الصحية، فقد بلغ عدد التكرارات 14، ما مثل نسبة 12.96%. وأخيراً، بلغ عدد التكرارات للمفاهيم الاجتماعية 9 تكرارات، ما مثل نسبة 8.33%. ولعل هيمنة المفاهيم البيئية بنسبة 37.96% راجع لكون البرنامج برنامجاً بيئياً من الأساس وتخصصه في قضايا البيئة والاستدامة.

أما استخدام المفاهيم الاقتصادية والعلمية بنسبة 20.37% فيدل ذلك على ربط البرنامج بين القضايا البيئية والجوانب الاقتصادية والعلمية كونها ذات علاقة ببعضها.

في حين أن استخدام المفاهيم الصحية بنسبة 12.96% يشير إلى اهتمام البرنامج بتأثير وإنعكاسات البيئة على الصحة واستخدام المفاهيم الاجتماعية بنسبة 8.33% يدل ذلك على إيلاء البرنامج اهتماماً للأبعاد الاجتماعية للقضايا البيئية.

إن هذا التنوع في الكلمات يرجع إلى طبيعة الإعلام البيئي كونه من أكثر المجالات توسعاً نظراً لتشعبه وتداخله مع مجالات أخرى.⁵ وبرز ذلك في برنامج Green Mag أين قدم محتوى شاملاً يربط بين البيئة والاستدامة ومجالات حيوية أخرى مثل الاقتصاد، العلوم، الصحة، والمجتمع. يعزز هذا التنوع في المفاهيم الإطار الإعلامي للبرنامج، مما يوفر رؤية متكاملة وشاملة للقضايا البيئية.

4. فئة أهداف البرنامج :

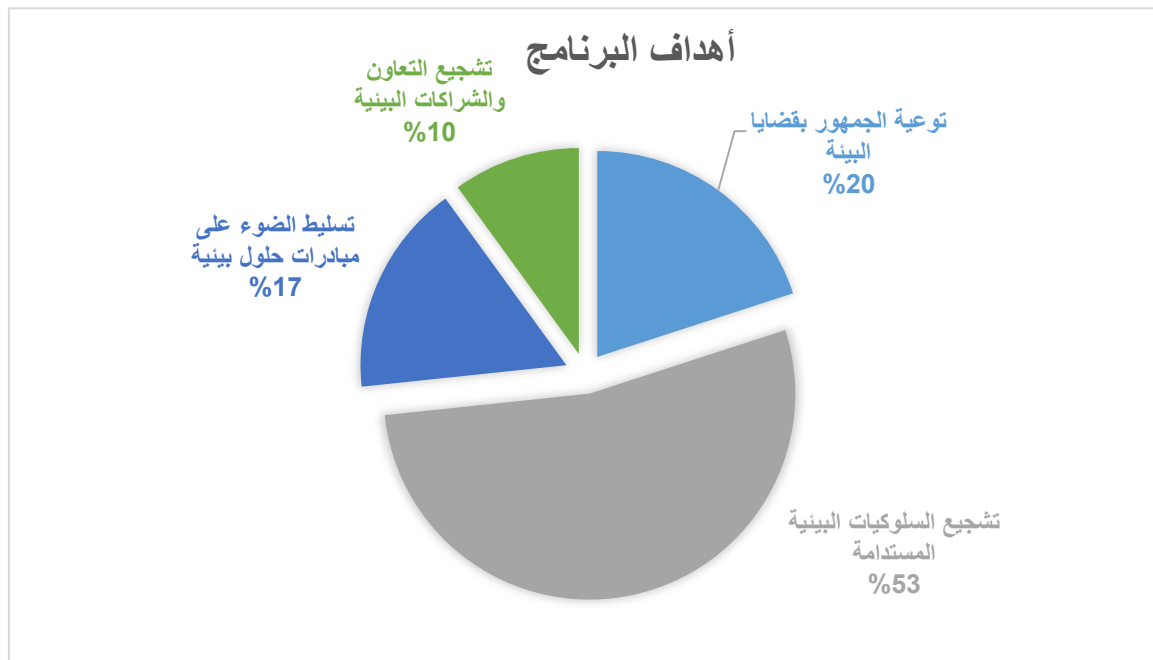
جدول 17 يمثل تكرارات و النسب لأهداف البرنامج .

أهداف البرنامج	التكرارات	النسبة المئوية
توعية الجمهور بقضايا البيئة	6	20%
تشجيع السلوكيات البيئية المستدامة	16	53.33%
تسليط الضوء على مبادرات و حلول بيئية	5	16.67%
تشجيع التعاون والشراكات البيئية	3	10%
المجموع	30	100%

المصدر: الطالبة

⁵ مقابلة مع كريم دواجي ، رئيس قسم الإعلام بكلية الإعلام و الاتصال في جامعة الجزائر 3 يوم 2024/05/12 على الساعة 11.15 في جامعة الجزائر 3.

دائرة نسبية 1 تمثل نسب أهداف البرنامج.



المصدر: الطالبة

يظهر لنا الجدول أعلاه التكرارات والنسب المئوية الخاصة بفئ أهداف المتوخاة من البرنامج محل التحليل.

أين يظهر أن أهداف برنامج green mag تمثلت أساساً في تشجيع السلوكيات البيئية المستدامة بنسبة أكبر من 53.33% بتكرار 16 تليها توعية الجمهور بقضايا البيئة تأتي في المرتبة الثانية بنسبة 20% بتكرار 6 من ثما تسليط الضوء على مبادرات الحلول البيئية تمثل 16.67% بتكرار 5 و تشجيع التعاون والشراكات البيئية تمثل 10% بتكرار 3.

هاته النتائج تظهر تركيز برنامج "Green Mag" بنسبة عالية أكثر من 50% على تشجيع السلوكيات البيئية المستدامة، مما يدل على رغبته في دفع الجمهور نحو اتخاذ إجراءات فعّالة للحفاظ على البيئة وتبني أساليب حياة صديقة للبيئة. كما سلط الضوء على مبادرات وحلول بيئية مبتكرة، مما يعكس استعاضاً للحلول المحتملة والمبادرات الإيجابية التي يمكن اعتمادها لمواجهة التحديات البيئية. كما هدف كذلك إلى توعية الجمهور بقضايا البيئة بالإضافة إلى تشجيع التعاون والشراكات البيئية.

هذه النتائج تعكس استراتيجية شاملة للبرنامج تجمع بين التوعية والتثقيف البيئي من جهة، وتشجيع السلوكيات والممارسات البيئية المستدامة من جهة أخرى. حيث يسعى البرنامج إلى رفع مستوى الوعي لدى الجمهور حول القضايا البيئية، ثم يدفعهم نحو اتخاذ إجراءات ملموسة للحفاظ على البيئة من خلال تبني أساليب حياة صديقة للبيئة إلهام الجمهور وتشجيعهم على المشاركة في هذه المبادرات أو تبنيها من مختلف الأطراف و الجهات .

النتائج العامة للدراسة :

بعد عرض وتحليل وتفسير البيانات المتعلقة بالبرنامج البيئي Green mag، توثلنا إلى مجموعة من النتائج العامة التي يمكننا صياغتها بالشكل كالتالي:

- ♣ تراوحت مدة بث حلقات البرنامج المسجلة من 23.29 دقيقة إلى 28.44 دقيقة، مرفقة بجنيريك البداية يقدر بـ 0.46 ثانية و جنريك النهاية 0.23 ث، ثابتين على طول الحلقات.
- ♣ أعتد البرنامج محل الدراسة على تنوع لغوي واسع، جمع اللغات العربية والفرنسية والدارجة والأمازيغية، مما يعكس احتراماً كبيراً من القائمين على البرنامج للتنوع الثقافي واللغوي في المجتمع الجزائري.
- ♣ تعد الروبورتاجات والبورتريهات والتقارير أكثر القوالب فنية استخداماً مع وجود توازن في استخدام هذه القوالب الفنية الثلاث، ما أضفى تنوعاً على المحتوى البيئي المقدم مع وجود تركيز عالي وجلي على تصوير لقطات واقعية بدقة عالية وبأفضل جودة ممكنة.
- ♣ اعتمد البرنامج البيئي محل التحليل على الاستمالات العاطفية بنسبة كبيرة، بهدف جذب وتحفيز الجمهور عبر الاعتماد على تصوير الجوانب الإنسانية لفعل البيئي، مع تسجيل حضور لاستخدام الاستمالات العقلية لتقديم المعلومات والتفسيرات العلمية، بما يساعد في تعزيز فعالية توصيل الرسائل البيئية وتحفيز التفاعل الإيجابي معها من قِبَل المتلقين.
- ♣ أعتد البرنامج على مصادر متنوعة رسمية وغير رسمية ومباشرة وغير مباشرة، مما عزز من مصداقية البرنامج البيئي ونوع في طبيعة المعلومات المقدمة.
- ♣ تركز موقع مواضيع البرنامج المتناولة بشكل واضح على المناطق الوسطى للبلاد، مع بعض الجهود والمحاولات لتحقيق توازن جغرافي لصالح باقي مناطق الوطن، مع تسجيل انعدام في تغطية القضايا البيئية الدولية.
- ♣ شارك في البرنامج فاعلون من مختلف الفئات كالمجتمع المدني والمؤسسات البيئية والمواطنون المهتمون بالشأن البيئي، ما يعكس تمثيلاً واسعاً للمجتمع.
- ♣ غطى البرنامج مجموعة واسعة من المواضيع البيئية، مع تركيز كبير على الإنتاجات الصديق للبيئة ومستقبل الطاقة النظيفة ومكافحة تلوث البيئة بأنواعه.

- ♣ استهدف البرنامج بالدرجة الأولى جمهور المواطنين من جميع الفئات، إلى جانب المؤسسات والهيئات الحكومية والمجتمع المدني، في محاولة لتعزيز الشراكة والتعاون حول القضايا البيئية والوصول إلى جمهور مختلف ومتنوعة تهتم بلشأن البيئي ولها علاقة به.
 - ♣ غلب على البرنامج اتجاه التأييد والتشجيع للممارسات البيئية الإيجابية، ولكن بشكل متوازن مع المعارضة حيال الممارسات السلبية والحيادية. مما عكس موقفاً بناءً ومحفزاً تجاه قضايا البيئة.
 - ♣ من أبرز أهداف البرنامج هو تشجيع السلوكيات البيئية المستدامة لدى الجمهور، كما سعى لتوعية الجمهور بالقضايا البيئية وتسليط الضوء على المبادرات والحلول البيئية الذكية والمستحدثة، مع كذا تشجيع الشراكات البيئية المختلفة، ما عكس إستراتيجية البرنامج في نشر الوعي وترجمته إلى ممارسات ملموسة صديقة للبيئة.
 - ♣ ركز البرنامج بشكل كبير على التوعية والتشجيع على الممارسات البيئية المستدامة، وأشرك مختلف الفاعلين والفئات المجتمعية في عملية المعالجة الإعلامية. كما ربط البرنامج بين القضايا البيئية والاقتصادية والاجتماعية والصحية، مما عكس فهماً شاملاً للبيئة كجزء لا يتجزأ من الحياة اليومية.
- وللإجابة على تساؤلات الدراسة الرئيسة والفرعية نورد ما يلي :
- ♣ تبنى برنامج Green Mag عدة أطر إعلامية في تغطيته للمحتوى البيئي، أولاً، اتسم البرنامج بإطار التنوع الثقافي واللغوي، حيث احترمت التعددية اللغوية والثقافية في المجتمع الجزائري من خلال استخدام العربية والفرنسية والدارجة والأمازيغية، وإشراك فاعلين وممثلين من مختلف المناطق والخلفيات الثقافية. ثانياً، تبنى البرنامج إطار التركيز على الجهود المجتمعية وقصص الناس العاديين، حيث أولى اهتماماً كبيراً لإبراز تجارب ومبادرات المواطنين والمجتمع المدني والجمعيات في مجال البيئة، مما عزز الشعور بالقرب والمصداقية لدى المشاهدين. ثالثاً، انتهج البرنامج إطاراً شاملاً يربط بين البيئة والاقتصاد والعلوم والصحة والمجتمع، مقدماً محتوى متكامل يغطي جوانب متعددة من القضايا البيئية وانعكاساتها. رابعاً، كان للبرنامج إطار واضح للتوعية البيئية وتشجيع السلوكيات المستدامة، حيث ركز بشكل كبير على توعية الجمهور بالقضايا البيئية وحثهم على تبني أساليب حياة صديقة للبيئة.

♣ أما فيما يتعلق بالخصائص والأساليب الشكلية المستخدمة في البرامج البيئية الجزائرية بناءً على برنامج "غرين ماغ" البيئي، فيمكن ملاحظة تنوع في استخدام القوالب الفنية كالروبورتاجات والبورتريهات والتقارير. بالإضافة إلى ذلك، اعتمد هذه البرامج على مؤثرات صوتية متنوعة تراوحت بين الموسيقى المرحية والحيوية والمشوقة والهادئة. فضلاً عن استخدامها لأنواع مختلفة من اللقطات والصور.

♣ ومن حيث الخصائص والأساليب المضامينية المستخدمة، فقد تميز هذه البرامج بتنوع في مصادر الخبر، سواء كانت مباشرة أو غير مباشرة، رسمية أو غير رسمية. علاوة على ذلك، أشرك هذا البرنامج فاعلين متنوعين مثل المزارعين والمجتمع المدني وممثلي المنظمات والمواطنين والمؤسسات. مع ميله إلى التركيز على الاستمالات العاطفية أكثر من العقلية، مستهدفة المواطنين من جميع الفئات كجمهور رئيسي، مع إبراز اتجاهات التأييد والتشجيع للممارسات البيئية الإيجابية على غرار وجود نقص في تواجد المختصين والباحثين البيئيين كفاعلين في البرنامج.

♣ ومن ناحية الإستجابة لإحتياجات الجمهور وجدنا وجدنا أن مضامين البرنامج البيئي استجابت على حد كبير لإحتياجات البيئية للجمهور الجزائري، حيث تركز على التوعية البيئية وتشجيع السلوكيات المستدامة. بالإضافة إلى تناولها لقضايا بيئية ذات صلة مباشرة بالمجتمع الجزائري، وإشراكها لمختلف شرائح المجتمع كفاعلين ومصادر. كما تستخدم لغات متعددة لتغطية التنوع الثقافي واللغوي في البلاد.

في ختام هذه الدراسة المعنونة بـ الإعلام البيئي في القنوات الجزائرية الخاصة دراسة وصفية تحليلية على عينة من أعداد برنامج "غرين ماج" على قناة الشروق اليومية خلال الفترة الممتدة من 20/11/2021 إلى 22/03/2022" توصلنا إلى أن البرنامج سعى لتقديم مضامين بيئية تسعى لتلبية إحتياجات الجمهور الجزائري وهكذا مواضيع، من خلال تركيزه على التوعية البيئية وتشجيع السلوكيات المستدامة، وتناول قضايا بيئية ذات صلة مباشرة بالمجتمع، وإن كنا سجلنا مع ذلك بعض النقائص في البرنامج البيئي محل التحليل مثل عدم وجود ترجمة للغات المستخدمة بجانب اللغة العربية، مما قد يحد من فهم جميع شرائح الجمهور ومن انتشاره دوليًا، ومحدودية التغطية الجغرافية للمناطق الجنوبية. كما لوحظ نقص في تواجد المختصين والباحثين البيئيين كفاعلين أساسيين في مثل هذه البرامج.

إن هذا البرنامج عكس واقعًا إعلاميًا بيئيًا جزئيًا به عدة إيجابيات تتخللها بعض النقائص التي يمكن تجاوزها والعمل عليها، لكن تبقى تجربة برنامج غرين ماج رائدة في الإعلام البيئي في القنوات الجزائرية الخاصة وجب تثمينها والاحتذاء بها.

إن هذه الدراسة هي محاولة أولى منا لفتح آفاق لدراسات مستقبلية أخرى تشمل برامج بيئية أكثر حداثة وتحليلها بشكل أعمق وأوسع، ولما الخروج من نطاق المحلية لانجاز دراسات مستقبلية مقارنة مع دول أخرى ودراسة تأثير هذه البرامج على الوعي البيئي والسلوكيات البيئية للجماهير لمختقة.

قائمة المصادر والمراجع:

أولا المراجع باللغة العربية :

أ. الكتب:

1. إبراهيم، عبد الفتاح محمود عبد النبي: الإعلام وجرائم البيئة الريفية: دراسة في الإعلام البيئي، العربي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 1992.
2. أبو زيد، فاروق، وعبد المجيد، ليلي: الصحافة المتخصصة، مركز التعليم المفتوح كلية الإعلام جامعة القاهرة، الطبعة الأولى، 2002.
3. أنجرس، مورييس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية: تدريبات علمية، الإشراف على الترجمة مصطفى ماضي، دار القصة، الجزائر، الطبعة الثانية، 2008.
4. بدران، عبد الله: الإعلام البيئي: مفهومه وأهدافه وأدواره، دار غار حراء، دمشق، 2019.
5. بن شريفة، محمد: التلفزيون الجزائري: الواقع والآفاق، دار الهدى، الجزائر، 2009.
6. درويش، مصطفى: الإعلام البيئي، الخطيب للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، 2014.
7. زروق، عدلان: أدوات جمع بيانات البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال: (الملاحظة المقابلة وتحليل المحتوى)، منشورات مركز البحوث والدراسات حول الجزائر والعالم، الجزائر، 2020.
8. عابد، زهير عبد اللطيف أحمد أبو سعد: الإعلام والبيئة بين النظرية والتطبيق، دار اليازوري، الأردن.
9. عفيف، علاء الدين، وأبو شيخة، عيسى موسى: الإعلام والبيئة، دار المعتز، عمان، 2015.
10. عماد مكاي، حسن، والسيد، ليلي حسين: الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الأولى، القاهرة، 1998.

11. عرابي، محمد عبد الحميد: أساليب البحث الاجتماعي والتربية، دار النهضة العربية، القاهرة، 2018.
12. غيث، محمد عاطف: أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، دار النهضة العربية، القاهرة، 2008.
13. غرابية، فوزي، ودهمش، نعيم، والحسن، ربحي، وعبد الله، خالد أمين، وأبو جبارة، هاني: أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، منشورات الجامعة الأردنية، عمان، 2008.
14. كافي، مصطفى: الإعلام والاتصال البيئي والسكاني، دار الفكر العربي، الطبعة الأولى، القاهرة.
15. لفضلي، عبد الهادي: أصول البحث، دار المأرخ العربي، الطبعة الأولى، بيروت، 1992.
16. المحمودي، محمد سرحان علي: مناهج البحث العلمي، دار الكتب، الطبعة الثالثة، صنعاء، 2019.
17. هيئة الموسوعة العربية: الموسوعة العربية الميسرة، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، 2019، المجلد السادس.

ب. المجلات والدوريات (المقالات):

1. دالع، وهيبة: دور الإعلام البيئي في نشر الثقافة البيئية - حالة المجتمعات العربية، المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد 8، العدد 2، الجزائر، 2022.
2. عيساوة، نبيلة: فعالية الاعلام في تجسيد الثقافة البيئية في المجتمع، حوليات جامعة الجزائر، المجلد 35، العدد 4، 2014.
3. مجاني، باديس: دور الإعلام في نشر الوعي البيئي، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 30، 2017، الجزائر.

5.المزاهرة، نال هلال، وكريشان، عاصم: الأطر الإخبارية لقضية انسحاب المملكة المتحدة من الاتحاد الأوروبي في الصحافة البريطانية، مجلة لباب، العدد 13، فيفري 2022.

ج. الدراسات والرسائل الجامعية

1. دحمان، نور الدين: قضايا البيئية في الصحافة المكتوبة دراسة تحليلية لجريدتي وقت الجزائر والشعب، مذكرة ماجستير، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2011-2012.

2. دواجي، كريم: الإعلام البيئي التلفزيوني ونشر الثقافة البيئية دراسة وصفية تحليلية لعينة من برنامجي "بيئتنا" بالتلفزيون الجزائري و Green Mag على الشروق تيفي، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2017.

3. لخضر، شتوي: برامج التربية البيئية في التلفزيون الجزائري، دراسة تحليلية لسلاسل إعلانات الغزالة دنيا، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2013.

4. وهابي، نزيهة: المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة في الصحافة المكتوبة الجزائرية، دراسة تحليلية مقارنة لصحيفتي الشعب والشروق اليومي خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي إلى 31 ديسمبر 2016، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2016.

د.مواقع الإنترنت:

1. الموقع الإلكتروني <https://ushuaiatv.fr> تم التصفح 2024/04/21 الساعة 16.30.
2. الموقع الإلكتروني <https://www.animalplanet.com/about> تم التصفح 2024/04/21 الساعة 16.45.

3. الموقع الإلكتروني <https://doc.aljazeera.net/> عن-القناة تم التصفح 2024/04/21 الساعة 16.45.

4. الموقع الإلكتروني <https://www.natgeotv.com/ae/about-us> تم التصفح 2024/04/21 الساعة 18.10.

5. الموقع الإلكتروني <https://www.zdf.de/dokumentation/terra-x> تم التصفح 2024/04/21 الساعة 12.45.

6. "مقال سكاى نيوز عربية" تطلق برنامج "كوكبنا" لمواكبة قضايا البيئة 2024/05/17 تم التصفح 2024/04/21 الساعة 12.45.

ثانيا المراجع باللغات الأجنبية:

أ. الكتب:

1. François Gemenne. Stéphanie Leyron ،Géopolitique de l'environnement ،Armand Colin ،2015. (فرنسية)
2. Vincent Larivière et Cassidy R.Sugimoto: Mesurer la science, Les Presses de l'Université de Montréal، 2018.(فرنسية)

ب.المجلات والدوريات (المقالات):

1. جفال، إيمان، والبالخيري، رضوان: الإعلام البيئي في الجزائر...الواقع والتحديات، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، 2019، الجزائر.
2. مجلة دراسات في علوم الإنسان والمجتمع-جامعة جيجل، مجلد 3، عدد 3، سبتمبر 2020.
3. Chun Hong Tse, News Values Revisited: A Comparison between Citizen and Mainstream Media in Hong Kong, Hong Kong, 2022. (إنجليزية)
4. Dietram A. Scheufele: Framing as a theory of media effects, Journal of Communication, Volume 49, Issue 1, March 1999(إنجليزية) .

5. Gabi mocatta, Journalism: Environmental journalism, the open sroffessional school SE, 2015. (إنجليزية)
6. John S. O'Connor, The Economics of Environmental Programming on Global Television Channels, Journal of Broadcasting & Electronic Media, Volume 52, Issue 2, 2008. (إنجليزية)
7. R Lance Holbert, Nojin Kwak, Dhavan V Shah, Environmental Concern Patterns of Television Viewing and Pro-Environmental Behaviors Integrating Models of Media Consumption and Effects, Journal of Broadcasting & Electronic Media 47(2), 2003. (إنجليزية)

ج.المقالات الالكترونية :

1. James Jackson, Kavin Laher, Clive Davis, The best environmental TV shows and movies to watch now, New York times, 22/03/2021 vesited 14/03/2024 22.20.

فهرس المحتويات

الصفحة	فهرس المحتويات
	شكر و عرفان
	إهداء
	ملخصات الدراسة
	-ملخص بالعربية
	Résumé -بالفرنسية
	Summary -بالإنجليزية
	فهرس الجداول والأشكال
	-فهرس الجداول
	-فهرس الأشكال
1	مقدمة
	الفصل الأول: موضوع الدراسة ومنهجها
5	-إشكالية الدراسة
6	-أسباب اختيار موضوع الدراسة
7	-أهداف الدراسة
8	-أهمية الدراسة
9	-المقاربة المنهجية المستعملة في الدراسة
11	-مجتمع وعينة الدراسة
13	-ضبط مفاهيم ومصطلحات الدراسة
15	-حدود الدراسة
15	-الدراسات السابقة والمثابة لها
	الإطار النظري
	الفصل الثاني: المواضيع البيئية وحضورها الإعلامي التلفزيوني
25	-المبحث الأول: مدخل إلى ماهية المواضيع البيئية
25	-تعريف المواضيع البيئية

26	-مؤشرات تناول المواضيع البيئية وأهميتها
29	-خصائص ومميزات المواضيع البيئية ومصادرها
31	-المبحث الثاني: تجربة البرامج البيئية في القنوات التلفزيونية العالمية
31	-نماذج من القنوات التلفزيونية المتخصصة في البرامج البيئية
33	-نماذج عن برامج تلفزيونية بيئية عربية وعالمية
35	-علاقة البرامج البيئية في القنوات التلفزيونية العالمية بتنمية الثقافة البيئية
36	-اقتصاديات البرامج البيئية في القنوات التلفزيونية العالمية
	الفصل الثالث: الإعلام البيئي التلفزيوني وأهم مداخله النظرية
38	-المبحث الأول: مقدمة إلى تجربة البرامج البيئية في القنوات التلفزيونية
38	-تعريف وتوضيح لماهية الإعلام البيئي التلفزيوني
39	-أنواع الإعلام البيئي التلفزيوني وأهدافه وخصائصه
42	-نظريات الإعلام الأساسية للإعلامي البيئي
44	-المبحث الثاني: إنتاج الإعلام البيئي
44	-خطوات إنتاج برنامج بيئي في القنوات التلفزيونية
45	-تحديات إنتاج برامج بيئية في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة
46	-أهم الانتقادات الموجهة لتجربة البرامج البيئية في القنوات الجزائرية الخاصة
47	-آفاق إنتاج البرامج البيئية في القنوات الجزائرية الخاصة مستقبلاً
	الإطار التطبيقي
	الفصل الرابع: عرض النتائج وتحليلها ومناقشتها
82	-النتائج العامة للدراسة
85	خاتمة
	قائمة المصادر والمراجع
	الملاحق

الملاحق

ملحق رقم (1): استمارة تحليل المضمون

البيانات الأولية :

إسم البرنامج : 1

طاقم الإعداد : 2

الأعداد المختارة: 3

عناوين الأركان : 4

1. فئات الشكل:

- اللغة المستخدمة 5 6 7 8
- القوالب الفنية: 9 10 11
- المؤثرات الصوتية: 12 13 14 15 16 17
- اللقطات: 18 19 20 21
- الصور: 22 23 24 25
- الاستمالات: 26 27 28

2. فئات المضمون:

- مصادر الخبر 29 30 31 32
- الفاعلون: 33 34 35 36 37 38
- المواضيع المعالجة: 39 40 41 42 43 44 45 46 47 48
- الجمهور المستهدف: 49 50 51 52

- الاتجاه: 53 54 55
- المفاهيم المستخدمة: 56 57 58 59 60
- أهداف البرنامج: 61 62 63 64

دليل إستمارة تحليل المضمون :

1. فئات الشكل:

- اللغة المستخدمة: 5. العربية 6. الدارجة 7. الفرنسية 8. الأمازيغية
- القوالب الفنية: 9. الروبورتاج 10. البورتريه 11. التقارير
- المؤثرات الصوتية: 12. موسيقى مرحة 13. ضجيج 14. موسيقى حيوية 15. موسيقى تشويقية (سوسبانس) 16. موسيقى هادئة 17. لا مؤثرات
- اللقطات: 18. اللقطات الصدرية 19. اللقطات المتوسطة 20. اللقطات العامة 21. تقنية التكبير (زووم)
- الصور: 22. صور تمثيلية 23. صور معالجة رقمياً 24. صور فوتوغرافية 25. صور رسومات
- الاستمالات: 26. عاطفية 27. عقلية 28. لا يوجد استمالات

2. فئات المضمون:

- مصادر الخبر: 29. مباشرة 30. رسمية 31. غير رسمية 32. غير مباشرة
- الفاعلون: 33. المجتمع المدني والجمعيات 34. مواطنون شهادات 35. مزارعون ومنتجون
36. مؤسسات وممثليها 37. ممثلي منظمات وخبراء وأكاديميين 38. المختصين والباحثين البيئيين

- المواضيع المعالجة: 39. الإنتاج الصديق للبيئة40. تلوث البيئة،41. تسيير النفايات وإعادة التدوير، 42. التحسين الحضري وتنمية المساحات الخضراء،43. علاقة الصحة بالبيئة، 44. النظافة والجمال،45. الكوارث الطبيعية والتغيرات المناخية والحرائق،46. الوعي البيئي وترسيخ المواطنة البيئية،47. السياحة البيئية،48. التكوين والبحث العلمي في المجال البيئي
- الجمهور المستهدف:49. المواطنون من كل الفئات،50. المؤسسات والهيئات الحكومية، 51. المجتمع المدني والجمعيات،52. المؤسسات الاقتصادية والصناعية
- الاتجاه: 53. تأييد وتشجيع،54. محايد،55. معارضة
- المفاهيم المستخدمة:56. مفاهيم بيئية،57. مفاهيم اقتصادية، 58. مصطلحات علمية، 59. مفاهيم صحية،60. مفاهيم اجتماعية
- أهداف البرنامج:61. تشجيع السلوكيات البيئية المستدامة، 62. توعية الجمهور بقضايا البيئة، 63. تسليط الضوء على مبادرات وحلول بيئية، 64

ملحق رقم (2): إستمارة المقابلة

تقديم إستمارة المقابلة:

تهدف هذه المقابلة إلى التعمق أكثر في واقع الإعلام البيئي في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة، في إطار دراسة بحثية معنونة بـ "الإعلام البيئي في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة: دراسة Green mag"، وذلك لتخليص تحليلنا لبرنامج "جرين ماغ" من أي نقص محتمل وتوفير رؤى أعمق حول الموضوع.

أولاً: التعريف بالشخصية:

- الاسم واللقب:
- العمر:
- المهنة/الوظيفة:
- سنوات الخبرة في المجال:

ثانياً: أسئلة المقابلة:

القسم الأول: واقع البرامج البيئية في الجزائر

1. هل ترى بأن الإعلام البيئي يحظى بإهتمام كاف في القنوات الجزائرية الخاصة ؟ لماذا؟
2. كيف تقيم جهود برنامج green mag في تغطية المواضيع البيئية ؟
3. ركز هذا العدد على إبراز الأمثلة والنماذج الإيجابية فهل تناول المواضيع من هاته الزاوية كاف لتغطية القضايا البيئية بعيدا عن قوالب الترويع والتخويف بالعواقب؟
4. لاحظنا ندرة الباحثين والمختصين البيئيين الجزائريين في البرنامج، ما السبب في ذلك؟
5. محتوى البرامج البيئية له عدة خصائص، ما هي حسب رأيك؟ وهل هناك نقاط يجب أخذها بعين الاعتبار عند التطرق لها؟

القسم الثاني: الصعوبات التي تواجهها البرامج البيئية في الجزائر

1. ما هي أبرز الصعوبات والتحديات التي تواجه القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة في تغطية القضايا البيئية؟
2. ماهي أبرز المعوقات التي تمت مواجهتها في إعداد هذا الموسم؟
3. هل البرامج البيئية مكلفة وهل تستقطب معننين؟
4. هل تواجه أي صعوبات في التواصل مع الجهات الحكومية أو الخبراء البيئيين؟
5. هل واجهتم أي صعوبة من ناحية إيجاد فكرة المواضيع و إختيار زوايا تناول؟

القسم الثالث: آفاق الإعلام البيئي في الجزائر

1. كيف ترى مستقبل الإعلام البيئي في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة؟
2. ما هي الخطوات التي يمكن اتخاذها لتعزيز دور القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة في التوعية البيئية؟

ملاحظة: تم تعديل أو إضافة أسئلة أخرى حسب الحاجة خلال المقابلة.

ثالثا: دليل المقابلة

رغبنا بإجراء مقابلة مع السيدة "حسيبة إبلعدين"، مقدمة برنامج "غرين ماغ"، كونها من أوائل المطلعين على تفاصيل وخلفيات البرنامج. بالإضافة إلى ذلك، الأستاذ "كريم دواجي"، رئيس قسم الإعلام بجامعة الجزائر 3، نظرًا لمعرفته الواسعة بالموضوع وقيامه بدراسة سابقة في الدكتوراه حول الإعلام البيئي. واختيارنا لهما كان بهدف الحصول على رؤى متعمقة حول واقع الإعلام البيئي في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة.

تقدمنا بطلب المقابلة والذي قوبل بالقبول من طرفهما، وتم إجراء المقابلتين بتاريخ 2024/05/12 على الساعة 11.15 بمقر المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام مع الأستاذة حسيبة إبلعدين، وعلى الساعة 14.25 في جامعة الجزائر 3 مع د. دواجي.

وفيما يلي أهم الإجابات المتحصل عليها :

1. هل ترى بأن الإعلام البيئي يحظى باهتمام كاف في القنوات الجزائرية الخاصة ؟ لماذا؟

الإعلام المتخصص الذي يعالج مواضيع معينة، مثل الإعلام البيئي، هو إعلام مرتبط بحياة الإنسان. ومع ذلك، فإن الإعلام البيئي في الوطن العربي وحتى الغربي لا يحظى بالاهتمام الكبير. فعندما نتحدث عن البيئة، نتحدث عن الصناعات الكبرى والصناعات التحويلية التي تلوث البيئة وتحدث تغيرات كبيرة في المناخ، مثل التغير الحراري. ومن الصعب على الدول كبح هذا التقدم التكنولوجي للحفاظ على البيئة، لأن المسألة مرتبطة بعدم التزام العديد من الدول بحماية البيئة لتفضيلها الجانب الصناعي. (تمت الإجابة من طرف كريم دواجي)

المنظومة الإعلامية التي تهتم بالبيئة هي منظومة مسيسة، لأنه لا يمكن الحديث عن منظومة إعلامية بمعزل عن المنظومة السياسية. لذلك، هناك دائماً اختلالات في التعامل مع المواضيع البيئية وإعطائها أهمية أكبر. هناك حاجة ماسة للانفتاح أكثر على توعية المجتمعات بضرورة الحفاظ على البيئة، خاصة في العالم العربي الذي هو أكثر انغلاقاً في هذا المجال ولا يوجد فيه اهتمام كبير على غرار الدول الأوروبية. (تمت الإجابة من طرف كريم دواجي)

2. كيف تقيم جهود برنامج green mag في تغطية المواضيع البيئية ؟

مقدمة برنامج "جرين ماغ" البيئي تتمتع بخلفية علمية، مما كان له أثر إيجابي في تطوير البرنامج على قناة خاصة، حيث أن القليل من القنوات الخاصة تهتم بمثل هذه المواضيع. هذا البرنامج تطور بشكل ملحوظ من ناحية المواضيع التي يعالجها في مواسمه المختلفة، مع التركيز على المواضيع المرتبطة بالواقع الجزائري. "جرين ماغ" هو من البرامج القليلة والوحيدة التي تمكنت من التعبير عن المواضيع البيئية وتقديم إعلام توعوي وتربوي، وهذه نقطة تُحسب للقناة وللسيدة حسينة إبلعدين التي أضافت لمسة واضحة المعالم إلى هذا البرنامج. هناك برنامج آخر في التلفزيون الجزائري، ولكن

"غرين ماغ" يعتبر أكثر تنوعًا وتطورًا من حيث المعالجة والمواضيع المطروحة. "غرين ماغ" هو نموذج يُقنّدى به. (تمت الإجابة من طرف كريم دواجي)

3. ركز هذا الموسم على إبراز الأمثلة و النماذج الإيجابية فهل تناول المواضيع من هاته الزاوية كاف لتغطية القضايا البيئية بعيدا عن قوالب الترويع والتخويف بالعواقب؟ و في نفس السياق التحليلي لهذا العدد لاحظنا ندرة للباحثين والمختصين البيئيين كفاعلين في البرنامج ما السبب في ذلك؟

حضور الفاعلين مرتبط دائمًا بالموضوع. لا يمكننا التساؤل عن غياب الباحثين أو الخبراء البيئيين في موضوع معين إذا لم تكن هناك حاجة لهم في تناوله عند التحليل ستلاحظين وجود العديد من الفاعلين المهتمين بالبيئة من رؤساء الجمعيات و المجتمع المدني ... ولكن أوافقك الرأي فعلاً، الخبراء والباحثون البيئيون الذين يتعاطون مع وسائل الإعلام قليلون. (تمت الإجابة من طرف حسبية إبلعدين)

4. المحتوى البيئي و البرامج البيئية له عدة خصائص ما هي حسب رأيك؟ و هل هناك نقاط يجب أخذها بعين الاعتبار عند التطرق لها؟

ركز هذا العدد على إبراز الأمثلة و النماذج الإيجابية فهل تناول المواضيع من هته الزاوية كاف لتغطية القضايا البيئية بعيدا عن قوالب الترويع و التخويف بالعواقب

لم يكن متعمد أننا نركز فقط على الجوانب الإيجابية لكن كان هناك مقصد إبراز الجانب الإيجابي. في الحقيقة التنديد بالأوضاع السلبية مهم لكن إبراز النماذج الإيجابية لا يقل أهمية ،أن نقادى نموذج سلبي فهذا شيء جيد و لكن أن نشجع نموذج إيجابي لهما نفس التأثير. و يمكن هو فقط إنعكاس للواقع فنحن نشهد وعي بيئي حركية بيئية من قبل الجزائريين مقلنة بالسنوات الماضية فالقضية البيئية لم تصبح قضية رفاة . (تمت الإجابة من طرف حسبية إبلعدين)

5. ما هي أبرز الصعوبات والتحديات التي تواجه القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة في تغطية القضايا البيئية؟

أول صعوبة للبرنامج هو رهان إيجاد المواضيع لكن في الحقيقة لم يشكل عائق بأي شكل من الأشكال في أي من الأوقات وذلك راجع إلى أنه كان من الضروري التخلص من النظرة السطحية للبيئة البيئية ليست طبيعة ونباتات بل أي موضوع حتى ولو كان إقتصادي أو إجتماعي تغير فقط زاوية تناوله تجعله موضوعا بيئيا يتأقلم مع القضية و المسألة البيئية . و كذلك خلفية الأكاديمية ساعدتني في هذا. (تمت الإجابة من طرف حسيبة إبلعيدن)

6. ما هي أبرز الصعوبات والتحديات التي تواجه القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة في تغطية القضايا البيئية؟

كان لدينا اتصالات لطلب التصوير و كان لدينا مقترحات لكن لم نتلقى العديد من العوائق في التراخيص لتغطية أو التصوير لكن كان هناك إشكال في الآثار و التصرفات السلبية أين نتمكن من تصوير الإنعكاسات على الطبيعة بالمقابل يأبى المتسببون فيه من تقديم حق الرد و تبرير أفعالهم, لم نتلقى أية رد . (تمت الإجابة من طرف حسيبة إبلعيدن)

7. هل البرامج البيئية مكلفة وهل تستقطب معننين؟

نحن في عصر نتحدث فيه عن صناعة الإعلام لذلك علينا أن نسوق هذا الإعلام في الإعلام على عكس القطاعات الأخرى يتميز بالجانب الأخلاقي و كذلك تطبيق الرسالة الإعلامية لذلك نحتاج إلى الربط لتحقيق هته الرسالة و كذلك تحقيق ربح مادي من جهة أخرى هذا الأمر جعل أصحاب القنوات الإعلامية تتجه نحو البرامج الجاذبة للمعلنين أما الإجابة حول هل البرامج البيئية جاذبة للمعلنين فلا تجذب معننين بالدرجة الأولى منه الإعلام البيئي يدخل في الخدمة العمومية لوسائل الإعلام فلا ننتظر منه تحقيق أرباح و لكن هذا لا يعني أنه لا يحققها .

(تمت الإجابة من طرف حسيبة إبلعيدن)

8. كيف ترى مستقبل الإعلام البيئي في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة؟

التكوين موجودة و الكفاءات موجودة المعارف تلقن على مستوى المعاهد و الكليات و لكن يلزمنا الإرادة ليس إرادت فردية بل إرادة للمنظومة الإعلامية المنظومة الإعلامية حاليا لا توعي بالتقائل فمن يكتسح الفضاء الإعلامي اليوم الأجندا الميولات اليوم لا توعي بالتقائل لكن ما يوعي بالتقائل اليوم هم الكفاءات علينا فقط الإيمان بذلك . (تمت الإجابة من طرف حسيبة إبلعيدن)

9. ما هي الخطوات التي يمكن اتخاذها لتعزيز دور القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة في التوعية البيئية؟

لا بد من إعادة النظر في هذا المجال و محاولة إعطاء دفع أكثر لتكوين الصحفيين كما ينبغي أن يهتموا بمجال الاعلام و البئة بشكل عام ولابد على القائمين على المؤسسات الإعلامية أن يدرجوا هذا المجال ضمن الأولويات ضمن برامجهم و في إنتاج مختلف البرامج التي يقومون بانتاجها هذا هو سر نجاح أي مجال لابد أن يحضى بالاهتمام و في نفس الوقت لابد أن يتم التخطيط له بشكل أو بآخر من حيث التكوين كذلك من حيث إستقطاب المعلنين . (تمت الإجابة من طرف كريم دواجي)