

جامعة الجزائر 3

كلية علوم الإعلام والاتصال

قسم الاتصال

أثر الصورة الصحفية في تشكيل الوعي البيئي في المجتمع الجزائري

دراسة استطلاعية على عينة من جمهور الصحافة المكتوبة بمدينة الجزائر

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراة في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال بيئي

تحت إشراف الأستاذة الدكتوراة:

نبيلة بوخبزة

إعداد الطالب:

بكير قشار

العام الجامعي 2016 – 2017

خاتمة شكر وعرفان

بعد أن اكتملت فصول هذا البحث وتناسقت لتؤلف هذه الرسالة، أجد نفسي ملزماً من باب الاعتراف بالجميل وشعوراً بواجب شكر النعمة أن أقدم بالشكر الجزيل لكل من كانت له بصمة في هذا البحث. فكل شكري لله عز وجل وأحمده على أن وفقني لأكمل هذا العمل، كما أقدم بالشكر الجزيل إلى الأستاذة المشرفة الدكتورة نبيلة بوخبرة التي قبلت الإشراف على هذا البحث، وكانت بمثابة الشمعة التي أضاءت هذه الدراسة، كما أشكرها على جميل صبرها معي، وعلى نصائحها وتوجيهاتها لي طيلة فترة البحث.

ورجائي من الله تعالى أن يجازيها خير الجزاء، ويوفقها في مسيرتها العلمية والمهنية. آمين

بكمير

كلمة شكر

أوجه شكري الجزيل إلى السادة الأساتذة أعضاء لجنة المناقشة على قبولهم مناقشة هذه الأطروحة، وعلى توجيهاتهم وتصويباتهم القيمة.

كما لا أنسى أن أشكر كل أفراد عائلتي وخاصة الوالدين الكريمين اللذان وفر لي كل الظروف من أجل إتمام هذا العمل كما أوجه خالص شكري لكل يد ييضاء امتدت لتساعدني من قريب أو من بعيد لإنجاز هذه الدراسة، راجيا من المولى العليّ القدير أن يشيب الجميع بخير ما عنده من أجراته سميع مجيب.

بكبر

الإهداء

إلى أرواح مشائخي تخليداً لذكراهم...

إلى روح جدّي وجدّتي عطر الله مثواهم...

إلى والدي الكريمين برا وإحساناً واعترافاً بالجميل...

إلى كل إخوتي وأخواتي اعترافاً بهم...

إلى زوجتي وأولادي افتخاراً وإكراماً لهم...

إلى مشائخي وأساتذتي تقديرًا واحتراماً ووفاء...

إلى جميع الأصدقاء الذين جمعني بهم الحياة،

إلى كل زملاء في جمعية الرسالة الثقافية، ونادي الاتحاد الرياضي البنوري...، وجمعية الثبات...

إلى كل من سلك طريقاً يطلب فيه علماً من أجل إعلاء كلمة الله...

إلى كل هؤلاء أهدي ثمرة جهدي

بكير

خطة الدراسة

مقدمة:

الإطار المنهجي

- الإشكالية.
- تساؤلات الدراسة
- أهداف الدراسة.
- أهمية الدراسة.
- أسباب اختيار الموضوع.
- منهج الدراسة وأداته.
- أدوات جمع البيانات.
- عينة الدراسة.
- حدود الدراسة.
- تحديد المفاهيم والمصطلحات.
- الدراسات السابقة.
- حدود الاستفادة من الدراسات السابقة.

الإطار النظري:

الفصل الأول: الصورة، النشأة والمفهوم.

تمهيد

- المبحث الأول: تعريف الصورة.
- المبحث الثاني: نشأة الصورة وتطورها.
- المبحث الثالث: الصورة: أهميتها، خصائصها ووظائفها.
- المبحث الرابع: أنواع الصورة.

الفصل الثاني: الصورة الصحفية: النشأة والمفهوم.

تمهيد

المبحث الأول: الصورة الصحفية والتصوير الصحفي.

المبحث الثاني: الصورة الصحفية: أنواعها ووظائفها، ومجالات استخدامها.

المبحث الثالث: الصورة الصحفية وتأثيرات النظم الرقمية

الفصل الثالث: تأثير الصورة الصحفية في وسائل الإعلام.

تمهيد

المبحث الأول: مجالات تأثير وسائل الإعلام.

المبحث الثاني: نظريات تأثير وسائل الإعلام والاتصال.

المبحث الثالث: أثر الصورة الصحفية كوسيلة اتصال.

الفصل الرابع: الإعلام والتوعية البيئية.

تمهيد

المبحث الأول: مفهوم الإعلام البيئي.

المبحث الثاني: الإعلام والقضايا البيئية.

المبحث الثالث: دور الإعلام في نشر الوعي البيئي.

الفصل الخامس: أثر الصورة البيئية في تشكيل الوعي البيئي لدى جمهور الصحافة

المكتوبة بمدينة الجزائر العاصمة.

تمهيد.

المبحث الأول: نبذة فنية عن الجرائد الدراسة

المبحث الثاني: تحليل معطيات الدراسة الميدانية.

المبحث الثالث: الاستنتاجات العامة.

- خاتمة.

- قائمة المراجع

- الفهرس

- الملاحق

مقدمة:

منذ أكثر من خمسين عاما أصبح الإنسان يواجه أخطر أنواع التلوث البيئي، فأصبح العالم يعرف ازدياد رقعة التصحر يوما بعد يوم على حساب تقلص المساحات الخضراء، تلوث مصادر المياه والهواء، انتشار المخلفات والنفايات، ازدياد الإشعاع والضجيج، التوسع في التسلح النووي، سوء استعمال الأسمدة والمبيدات... وغيرها، كل هذا بسبب أخطاء الإنسان الناتجة عن الاستخدام الخاطئ للموارد الطبيعية، وكذا تصاعد أنشطته الصناعية وطموحاته الاقتصادية، مع إهمال وسوء استخدام للمقومات البيئية، مما أحدث خلا في التوازن البيئي وكبد العالم خسائر فادحة، وعرض شعوبه لمخاطر صحيّة عديدة.

ومع تنامي هذه المشاكل البيئية الخطيرة، أصبح من الضرورة تسخير جميع الطاقات، وإشراك جميع الفاعلين في حماية البيئة، حيث أصبح الاعتناء بالبيئة ضرورة حتمية، وشغلا شاغلا للمجتمع الإنساني المعاصر. وفي ضوء ذلك، يقع على عاتق الإعلام مسؤولية العمل على توفير الرسائل الإعلامية المرتبطة بهذه القضية، والبحث عن سبل لمعالجة هذه المشاكل البيئية ووضع الحلول الناجعة لها.

يعتبر الإعلام بأنواعه المختلفة من أهم وأنجع الوسائل في نشر الوعي البيئي، إذ أصبحت وسائل الإعلام تمارس دورا جوهريا في إثارة اهتمام الجمهور بالقضايا والمشكلات المطروحة بسبب فاعليته الاجتماعية وانتشاره الواسع، ولما له من تأثير عميق في فئات المجتمع على اختلاف بنيتهم الاجتماعية، وتركيباتهم الثقافية، وظروفهم الاقتصادية، وعلى اختلاف طبيعة النظام السياسي، فهو بذلك يسمى بالسلطة الرابعة (Le Quatrième Pouvoir)* لما له من قدرة كبيرة في تشكيل الرأي العام وتوجيهه. فدوره في عملية التحسيس والتوعية البيئية هو من الأهمية بمكان، حيث يساهم في تشكيل الوعي البيئي لدى الجمهور الواسع عن طريق تزويده بالمعطيات الصحيحة والمستجدة حول البيئة.

ورغم التقدم الهائل الذي أحرزته وسائل الإعلام السمعية والبصرية من درجة عالية في التحكم في الصوت والصورة، وتطبيق أحدث التقنيات التكنولوجية والرقمية من أجل الاستحواذ على ثقافة العين وتسهيل اختراق وجدان الجماهير، لا تزال سلطة الإعلام المكتوب تلعب دورا هاما في المجتمع ولم تتراجع مكانتها منذ القدم، وسجلت على مدى حقبات من التاريخ دورا فاعلا، ساعدت على تنوير عقول الجماهير

(*)- أول من أطلق صفة السلطة الرابعة على الصحافة، هو الإنجليزي " أدموند بيرك Edmund Burke " (1729 - 1797)، عندما اتجه إلى مقاعد الصحفيين في مجلس العموم البريطاني، وهو يقول "أنتم السلطة الرابعة".

فانتزعت لقب "صاحبة الجلالة" رغم العقبات والعراقيل التي تلقتها. هذه الأهمية عرفت تزايداً مستمراً باتساع وظائفها وتنوع قوالب التحرير الصحفي المستخدمة فيها، وأصبحت الصحافة تؤدي دوراً هاماً في التنقيف والتحسيس والإرشاد.

والصحافة المكتوبة -وبالخصوص الصحف اليومية- تساهم في عملية التوعية والتحسيس البيئي، ونشر مفهوم التنمية المستدامة، من خلال ما تنحويه من أخبار ومعلومات ووقائع حول البيئة، وباعتمادها على عدة آليات في تحقيق أهدافها التوعوية منها:

- نشر مقالات ومواضيع في مجال البيئة من مختصين ومهتمين بمجال البيئة.
- نشر المعلومات البيئية ودرجة التلوث ومخاطره على الإنسان، والكائنات الأخرى، في قوالب فنية، كالصورة الفوتوغرافية، والروبورتاج، والتقرير، والأعمدة، والرسوم الكاريكاتورية، والتعريف بالقوانين البيئية.
- حملات التوعية عبر الصحف عن أهم المواد الملوثة للبيئة، ووسائل تجنبها والوقاية منها.
- إجراء مقابلات ميدانية مع القائمين على شؤون البيئة، ونقل انشغالات المواطنين، وعرض نماذج من مظاهر التلوث وأسباب تفاقمه.
- عرض نماذج من تجارب ناجحة في مجال حماية البيئة ومكافحة التلوث.

وضمن الوسائل التي توظفها الصحافة المكتوبة في تحقيق أهدافها ونشر أفكارها، يبرز دور الصورة، إذ تعد الصورة (Image) أول نسق اتصالي وظّفها الإنسان في التعبير عن أعماله ونشاطاته، وبنى الإنسان حضارته فاستعان برسم الصور على جدران الكهوف والمعابد ليخلد آثار أعماله، ويحافظ على خبراته وتجارب حياته، وعرف الإنسان الصورة في مرحلة سابقة من تطور اللغة، وقبل أن يدوّن التاريخ بآلاف السنين، فأصبحت أداة تعبير شائعة لديه، ووسيلة للتعبير عن مظاهر الحياة الاجتماعية، ونقل الأحاسيس والمعتقدات، ومعبرة عن الكلمات والجمل في اللغة. واليوم نعيش مرة ثانية عصر الصورة، حيث تشكل الصورة عنصراً أساسياً في عملية الإعلام والاتصال، ونقل الوقائع وتخليد الأحداث، فهي لا تقل أهمية عن فعل الكلام، إن لم تكن أكثر تأثيراً وفعالية منه، إذ الصورة الواحدة تساوي ألف كلمة.

إنّ الصورة هي مادة اتصال تقيم العلاقة بين المرسل والمتلقي، فمرسل الصورة لا يقترح رؤية محايدة للأشياء، والمتلقي "يقرؤها" انطلاقاً مما يسميه (جون دافينييو Jean Duvignaud) (*) بالتجربة

(*) - جون دافينييو Jean Duvignaud: باحث فرنسي، وأول سكرتير للجمعية الفوتوغرافية، وأول مصور صحفي في العالم.

الجمالية والمخيال الاجتماعي، ذلك لأن الصورة لا تخاطب حاسة البصر لدى المتلقي فحسب، بل تحرك حواسه وأحاسيسه، وميراثه العاطفي والاجتماعي، فهي تتمتع بالطابع السحري كما يدل على ذلك اشتقاق اسمها (Image).

تحتل الصورة موقعا متميزا بين وسائل الاتصال، تستمد تأثيرها في الصحافة المكتوبة بفضل عناصرها، وبوصفها علامة مباشرة تنقل معلومات وأخبار، ولها دور أساسي في عملية توضيح أفكار الكاتب ومعلوماته وتوصيلها إلى القارئ، وتوثق أحداثا ومواقف إلى قطاعات عريضة من القراء، فتسهم بالتأثير في اتجاهات الرأي العام، وإنها من أيسر السبل المؤدية إلى المعرفة وأسسها، فهي التي توضح النص وتدعمه بتقديم البرهان الذي يغني النص بعناصر إضافية إعلامية وتعبيرية، ولذا فإن تأثيرها قد يكون أعمق بكثير من المادة الإعلامية المكتوبة.

والصورة ضمن إطار الاتصال الجماهيري عبارة عن وسيلة اتصال تنقل الرسالة إلى المتلقي بأقل قدر من التحريف والخطأ، فهي تشارك المادة التحريرية وتتفاعل معها، لتقديم خدمة صحفية متكاملة لقارئ لا يقنع بالقراءة عن الأحداث وإنما يريد معاشتها.

وانطلاقا مما سبق من استعراض دور الصورة في الصحافة المكتوبة، وأهميتها في دعم الحقائق ورصد الوقائع وكذا التأثير على رأي القارئ، نسعى في هذه الدراسة إلى البحث حول أثر الصورة البيئية في الصحف الجزائرية في تشكيل الوعي البيئي في جمهور الصحافة المكتوبة الجزائرية. ولبلوغ هذا الغرض قسمنا دراستنا إلى قسمين، قسم نظري وقسم تطبيقي، وتضمن القسم النظري أربعة فصول، وتضمن التطبيقي فصلا واحدا. إضافة إلى قسم خاص بالإطار المنهجي، حيث استعرضنا فيه مختلف الخطوات المنهجية للدراسة.

- الفصل الأول: تضمن الإطار النظري للدراسة، وتمّ تقسيمه إلى أربعة مباحث، حيث المبحث الأول يعرض المفهوم العام للصورة، أما المبحث الثاني فكان حول نشأة الصورة وتطورها، وفي المبحث الثالث فسقنا فيه أهمية الصورة وخصائصها إضافة إلى وظائفها وفي المبحث الرابع والأخير أشرنا فيه إلى أنواع الصورة.

- الفصل الثاني: تطرقنا فيه إلى الصورة الصحفية، وقسمناه إلى ثلاثة مباحث، تحدثنا في المبحث الأول عن الصورة الصحفية والتصوير الصحفي، وفي المبحث الثاني تطرقنا فيه إلى أهمية الصورة الصحفية وكذا الإشارة إلى أنواعها ووظائفها ومجالات استخدامها، وفي أخيرا المبحث الثالث المتعلق بالصورة الصحفية وتأثيرات النظم الرقمية.

- الفصل الثالث: تحدثنا فيه عن تأثير وسائل الإعلام، باعتبار أن الصورة من ضمن أهم عناصر الوسيلة الإعلامية، فقسّمنا هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث، حيث أشرنا في المبحث الأول إلى مجالات تأثير وسائل الإعلام مبرزين تأثير وسائل الإعلام على المعرفة والإدراك وفي الاتجاهات وتغيير السلوك، أما المبحث الثاني سقنا فيه أهم نظريات تأثير وسائل الإعلام، وأنهيها الحديث في هذا الفصل بعرض المبحث الثالث الذي خصصناه لعرض أثر الصورة الصحفية باعتبارها وسيلة اتصال.

- الفصل الرابع: تحدثنا فيه عن الإعلام البيئي ودوره في التوعية البيئية، باعتبار أن الإعلام من بين الآليات الفعالة التي تساهم في عملية التوعية البيئية، لما يمتاز به من قوة التأثير، خاصة وسائل الإعلام الجماهيرية، وقسّمنا هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث، المبحث الأول عرضنا فيه مفهوم الإعلام البيئي، المبحث الثاني تحدثنا فيه عن الإعلام وقضايا البيئة، وفي المبحث الثالث تطرقنا فيه بالتفصيل إلى دور الإعلام في نشر الوعي البيئي، مع الإشارة إلى الإعلام البيئي في الجزائر.

- الفصل الخامس والأخير: خصص للجانب الميداني والتطبيقي لموضوع البحث، وقد تضمن ثلاثة مباحث رئيسية، المبحث الأول عرضنا فيه نبذة مقتضبة عن الجرائد عينة الدراسة، المبحث الثاني تطرقنا فيه إلى تحليل بيانات الدراسة الميدانية الخاصة بأثر الصورة البيئية في تشكيل الوعي البيئي لدى جمهور الصحافة المكتوبة بمدينة الجزائر العاصمة، عالجا فيها المحاور الخمسة الآتية: المحور الأول، تحليل البيانات الشخصية للمبحوثين، المحور الثاني، علاقة المواطن بالبيئة، المحور الثالث، الصورة البيئية في الصحف الجزائرية، المحور الرابع، تقييم جمهور الصحافة المكتوبة للصورة البيئية، والمحور الخامس والأخير، دور الصورة البيئية في تشكيل الوعي البيئي. كما عرضنا في هذا الفصل مبحث خاص بالاستنتاجات الجزئية والاستنتاجات العامة للدراسة، ثم في الأخير عرضنا خاتمة لخصنا فيها ما توصلت إليه الدراسة.

الإطار المنهجي

للدراصة

الإطار المنهجي

1. الإشكالية.
2. تساؤلات الدراسة.
3. أهداف الدراسة.
4. أهمية الدراسة.
5. أسباب اختيار الموضوع.
6. منهج الدراسة وأداته.
7. أدوات جمع البيانات.
8. عينة الدراسة.
9. حدود الدراسة.
10. تحديد المفاهيم والمصطلحات.
11. الدراسات السابقة.
12. حدود الاستفادة من الدراسات السابقة.

1. الإشكالية:

بات التصوير باختلاف استخداماته وأنواعه وأشكاله في وسائل الإعلام، يشكل ضرورة من الضرورات الحتمية في العمل الإعلامي، لما له من خواص استقطابية وخواص إبهار وتأثير في المتلقي، فأكثر الجرائد والمجلات والنشرات وغيرها من الوسائل الصحفية باتت تعتمد بشكل أساسي على ما تحمله الصورة من قدرات تأثيرية في القارئ أو المتلقي، لتحقيق النجاح والانتشار، ولتمرر رسالتها وتبلغ أهدافها.

وتعتبر الصورة من أهم الوسائل الاتصالية الفعالة، ولها دور مؤثر في تكوين الرأي العام وتحريك الجماهير، وهي من أيسر الطرق التي تمكن الناس من الاطلاع على الأحداث والتعرف على أدق التفاصيل، كما تمتاز الصورة كوسيلة اتصالية بسرعة أكبر في لفت نظر القراء واستيعابهم لمضمونها، وبالتالي تحقيق التأثير المطلوب من خلال الوضوح في التفاصيل، والبساطة في المضمون، إضافة إلى مقدرتها الإقناعية، فهي أصدق أدوات الصحف والمجلات، إلى جانب دورها في إثراء المحتوى من خلال تسجيلها للأحداث ودعمها المادة التحريرية وإضافة الجديد إليها، وأصبحت الصورة بمختلف أشكالها (سياسية، ثقافية، اجتماعية، اقتصادية، رياضية وبيئية) مادة أساسية في الصحيفة، وباتت تلازم الخبر أو الموضوع الذي ينشر في الجريدة، بل أنها في بعض الأحيان تمثل خبراً صحفياً كاملاً من دون تعليق. كما تعبّر الصورة عن الآراء والأفكار في المجتمع وتنقل همومه وتطلعاته، وهي من أدوات التوجيه والإرشاد المهمة، وهي لغة معبرة تفهمها جميع الأمم والشعوب على تعدد لغاتهم وثقافتهم.

ولم يعد الآن يُتخيل أو يُقبل أي جريدة أو صحيفة تصدر وهي خالية من الصور والرسوم وغيرها من المواد المصورة كالخرائط والكاريكاتير والأشكال البيانية والرسوم التوضيحية... لأن هناك نوعاً من الإجماع بين القراء والمحررين والناشرين، أنّ أي صحيفة مطبوعة دون صور تكون غير قادرة على الإقناع وإمتاع الناظر إليها، وبذلك تفقد كثيراً من مؤهلاتها وكفاءتها في الاتصال بالقارئ والتأثير فيه.

وقد أدى اختراع آلة التصوير الفوتوغرافي إلى إحداث نقلة كبيرة ونوعية في تاريخ الصحافة، التي استخدمت الصورة الصحفية كمرافقة لفنون الكتابة الصحفية، مما أسهم بانتقال التصوير من مرحلته الجمالية، كفن يهتم به الفنان بالشكل والتكوين إلى فن تطبيقي وظيفي، يهتم بالقيم الإخبارية والصحفية، وذلك بعد أن أصبحت الصورة الصحفية مادة أساسية من مواد الصحيفة، التي لا يمكن الاستغناء عنها، كما لا يمكن للصحيفة أن تصدر وهي خالية منها، نظراً لأهميتها في تسجيل الأحداث والموضوعات، وجذب الانتباه إلى المضمون أكثر مما تفعله الكلمات، لا سيما-كما جاء في المثل الصيني- أن صورة واحدة تعادل ألف كلمة.

واهتمام الصحف بالبيئة والقضايا البيئية ليس بالأمر الجديد، إذ يؤكد الخبير البيئي "د. عصام الحناوي" بأن الإعلام عن قضايا البيئة ليس جديداً، فمنذ أكثر من 100 عام أنشئت جمعيات أهلية

للحفاظ على الحياة البرية، وكان من نشاطاتها إعلام الناس عن فوائد الحياة البرية وضرورة صونها. واتخذت تلك الجمعيات من الصحافة والمجلات العامة وسائط لنشر رسالتها، وأصدر البعض منها المجلات العلمية العامة، التي أولت البيئة الطبيعية اهتماماً خاصاً، مثل مجلة "الجغرافيا الوطنية" (National Geographic)، التي صدرت في أمريكا.

إلا أنّ الصحف لم تبدأ أول الأمر بنشر الصور، بالشكل الموجود الآن، بل كانت الصور الأولى، التي ظهرت في الصحف والكتب، لا تتعدى كونها رسوماً يدوية، تُطبع من قطع خشبية، حُفرت عليها الرسوم، واستمر استخدام هذه الطريقة، حتى قرب نهاية القرن التاسع عشر، وكانت صحيفة أخبار الأسبوع الإنجليزية أول من استخدم هذه الطريقة، عام 1638، مع موضوع حريق شب في جزيرة سانت مايكل⁽¹⁾.

وتستخدم الصورة البيئية من قبل الصحف والجرائد، كأداة فعالة ومهمة لتنمية الوعي بقضايا البيئة، ورعاية شؤون البيئة والتنمية، وتعميق شعور المواطن بواجباته ومسئوليته تجاه البيئة، وتستخدم كذلك لتعزيز السلوكيات الإيجابية نحو البيئة، وتغيير السلوكيات الخاطئة، وكذا نشر مفاهيم التنمية المستدامة، وتقديم معلومات وحقائق وآراء حول البيئة ومشكلاتها.

لذا هذه الدراسة تسعى إلى إبراز الدور الذي تضطلع به الصورة الصحفية (ذات الطابع البيئي) في الصحافة المكتوبة الجزائرية في مجال التحسيس والتوعية البيئية، واخترنا جمهور الصحافة المكتوبة في مدينة الجزائر نموذجاً لدراستنا الميدانية، وعليه فإن دراستنا تقوم على سؤال محوري مفاده:

ما أثر الصورة الصحفية "البيئية"، في تشكيل الوعي البيئي لدى جمهور الصحافة المكتوبة الجزائرية بمدينة الجزائر العاصمة؟

2. تساؤلات الدراسة:

يندرج تحت السؤال الرئيس، مجموعة من الأسئلة تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة عليها، من أهمها:

1. ما حجم اهتمام صحف الدراسة بالقضايا البيئية ومشكلاتها؟
2. كيف تساهم الصورة "البيئية" في عملية الإعلام البيئي والتوعية البيئية؟
3. ما مكانة الصورة البيئية في صحف الدراسة لدى الجمهور المبحوث؟
4. إلى أي مدى ساهمت الصورة البيئية في صحف الدراسة، في توضيح المفاهيم والحقائق والمشكلات البيئية لقراءها؟
5. هل تمكنت الصور البيئية في الصحف العينة، من تعزيز السلوكات الإيجابية نحو البيئة لدى جمهورها؟

(1)- عبد الجبار محمود علي، التصوير الصحفي، ط1، (مؤسسة دار الكتاب للطباعة والنشر، بغداد، 1980)، ص14.

6. كيف يقيم جمهور الصحف العينة، أثر الصورة البيئية في عملية التوعية والتحسيس البيئي؟

3. أهداف الدراسة:

- تسعى هذه الدراسة الاستطلاعية في ضوء الإشكالية المطروحة، إلى عدة أهداف منها:
- (1) الوقوف على الدور الذي تلعبه الصورة الصحفية البيئية في عملية المحافظة على البيئة، ودورها في غرس وتشكيل القيم البيئية، وإرساء الثقافة البيئية لدى الفرد الجزائري.
- (2) التعرف على أهم الصحف المكتوبة الجزائرية التي تساهم في المجال البيئي من خلال الصور البيئية التي تعرضها.
- (3) دراسة مدى تمكن الصورة البيئية في الإعلام المكتوب الجزائري، من تعديل بعض السلوكيات السلبية للمواطنين اتجاه البيئة.
- (4) معرفة حجم اهتمام الصحافة المكتوبة الجزائرية بقضايا البيئة ومشكلاتها.
- (5) الكشف عن آراء جمهور الصحافة المكتوبة، نحو أداء الصورة البيئية في مجال التوعية والتحسيس البيئي.

4. أهمية الدراسة:

أصبحت حماية البيئة ونشر الوعي البيئي وإيجاد الإدراك السليم للقضايا البيئية في المجتمع من أهم أهداف الصحافة المكتوبة، كونها واحدة من أكبر وسائل الإعلام وأكثرها تأثيرا على الجماهير في مختلف المجالات وخصوصا فيما يتعلق بمواضيع البيئة، ولما تتصف به أيضا من نشر القضايا البيئية ومعالجة مشاكلها، وكذا استعمالها لأدوات وآليات في توضيح أفكارها ومعلوماتها، وتوصيلها إلى القارئ بأقل قدر من الخطأ والتحريف، ومنها على الخصوص الصورة.

لهذا تكمن أهمية هذه الدراسة في التعرف على الصورة الصحفية "البيئية"، والوقوف على الدور الذي بات تشغله في غرس الوعي البيئي والثقافة البيئية في المجتمع، كونها تشكل عنصر جذب لانتباه القارئ، ولما تتميز به من قوة في التأثير والإقناع وتوثيق المعلومات، وتتجلى أهمية الموضوع أكثر بكوننا نعيش في عصر ثقافة الصورة.

كما جاءت أهمية هذه الدراسة كونها دراسة استطلاعية تكشف عن اتجاهات الرأي العام الجمهور الصحافة المكتوبة، نحو الأداء الإعلامي لوسائل الإعلام الجزائرية- المكتوبة- فيما يتعلق بدورها في عمليات التحسيس وتشكيل الوعي البيئي، وخاصة بعد مضي نحو أكثر من ثلاثة عقود من الزمن على انتهاج الجزائر لسياسة عامة لحماية البيئة، الذي رفعت شعاره الحكومات المتعاقبة.

وإلى جانب ذلك، فإنها توفر بيانات إحصائية مستقلة، وغير متوافرة رسمياً، في مجال الأداء الإعلامي المكتوب والوعي البيئي، وتقدم بعض المؤشرات المهمة لصناع القرار في هذا المجال،

وتعطيه صورة واضحة لنبض الشارع فيما يتعلق بمدى تأثيرهم بـصور البيئة التي تعرض على صفحات الجرائد الجزائرية.

5. أسباب اختيار الموضوع:

يعود اختيارنا لهذا الموضوع لعدة اعتبارات نجلها فيما يلي:

- (1) الدور الكبير الذي تلعبه الصورة في الصحافة المكتوبة، إذ أصبحت أداة ملازمة للخبر، لما تحمله من قوة في التأثير وسرعة في الإدراك، وسهولة في الإقناع.
- (2) المكانة المتزايدة للصحافة المكتوبة في مجال حماية البيئة والتحسيس البيئي.
- (3) زيادة مظاهر التدهور البيئي في الجزائر بسبب المشاكل البيئية الناتجة عن السلوكات الخاطئة من قبل الإنسان، كالتلوث بجميع أشكاله، الاحتباس الحراري، التصحر،... إلخ، وبالتالي أصبح من الضرورة بمكان القيام بدراسات علمية من شأنها البحث عن حلول لهذه المظاهر البيئية.
- (4) العدد الهائل والمتزايد للصحف في الجزائر، وكذا ضخامة توظيفها للصور، وبالتالي محاولة معرفة مكانة الصور البيئية ضمن الصور المعروضة.
- (5) زيادة توسع جمهور الصحافة المكتوبة الجزائرية، وبالتالي ضرورة دراسة مدى تأثيره بالمضمون الإعلامي، خاصة المضمون الإعلامي البيئي.
- (6) اهتمامنا بالبحوث والدراسات الاجتماعية والإعلامية المتعلقة بالموضوع (الصورة الصحفية وتنمية الوعي البيئي).

6. منهج الدراسة وأداته:

حتى نتمكن من إقامة دراستنا على أسس علمية، يتوجب علينا الاعتماد على منهج من المناهج العلمية، وهذا يعتبر أمر ضروري في أي بحث علمي. فدراستنا هي دراسة استطلاعية، تعتمد على المنهج المسحي لمجموعة من الجرائد الوطنية للتعرف على دورها في عملية نشر الوعي البيئي في أوساط جمهورها من خلال الصور البيئية التي تنشرها، والنزول إلى الميدان لدراسة عينة من الجمهور الذي تستهدفه هذه الصور، للوقوف على مدى تمكّنها من تشكيل وعي بيئي لديهم، ومدى قدرتها على التأثير في قيمهم وسلوكاتهم اتجاه البيئة.

تعتبر هذه الدراسة دراسة استطلاعية فيه يلجأ الباحث عندما يكون مقدار ما يعرفه عن الموضوع قليلا جدا لا يؤهله لتصميم دراسة وصفية، وذلك عن طريق إجراءات منهجية محددة تتكامل لتحقيق أهداف الدراسة الكشفية، وتمثل هذه الدراسات أو الأبحاث في الغالب نقطة البداية في البحث العلمي بشقيه النظري والتطبيقي.⁽¹⁾ والبحث الاستطلاعي هو البحث الذي يستهدف التعرف على المشكلة فقط

(1)- منال هلال مزاهرة، مناهج البحث الإعلامي، ط1 (دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2014)، ص300.

دون البحث عن الحلول، وتكون الحاجة إلى هذا النوع من البحوث عندما تكون مشكلة جديدة أو عندما تكون المعلومات عنها ضئيلة، وعادة ما يكون هذا النوع من البحوث تمهيدا لبحوث أخرى تسعى لإيجاد حل للمشكل.

اعتمدنا على منهج المسح بالعينة، حيث من الصعب إجراء مسح شامل على مجتمع البحث كله (الصحف الجزائرية)، واكتفينا بأسلوب العينة وهو أسلوب علمي يتبع في جميع البحوث وخاصة عند كبر حجم مجتمع الدراسة، وذلك من أجل الحصول على المعلومات والبيانات.

ويعتبر أسلوب المسح من المناهج الرئيسية المستخدمة في إعداد البحوث الوصفية، وتتم الدراسات المسحية من خلال جمع البيانات والمعلومات عن الظاهرة المبحوثة كما هي في الواقع من أجل التعرف على طبيعة وواقع هذه الظاهرة ومعرفة جوانب القوة والضعف فيها، من أجل التوصل إلى تصور قد يقود إلى إحداث تغيير جزئي أو جذري على الظاهرة.⁽¹⁾

7. أدوات جمع البيانات:

يعتبر الحصول على البيانات والمعلومات التي ستعتمد عليها الدراسة من أهم خطوات البحث العلمي، ويرجع ذلك إلى قيمة البحث ومدى دقة نتائجه التي تعتمد على مدى قدرتنا في الحصول على المعلومات اللازمة للدراسة والمحققة لأهداف البحث. واعتمدنا في دراستنا على الأدوات الآتية:

- المقابلة:

وظفنا في دراستنا المقابلة العلمية لجمع المعلومات والحقائق والبيانات، وكانت عبارة عن أسئلة (مفتوحة ومغلقة) متعلقة بموضوع الدراسة، موجهة لرؤساء تحرير الصحف العينة، وكذا المصورين الصحفيين في الصحف الخمسة المختارة، وتم اعتمادنا على المقابلة قصد التعرف على مدى توظيف رؤساء تحرير الصحف العينة للصور البيئية في عملية التوعية والتحسيس البيئي في المجتمع، وكذا معرفة مكانة القضايا البيئية ومشكلاتها لدى اهتماماتهم مقارنة ببقية المواضيع الصحفية الأخرى.

واخترنا في بحثنا المقابلة المقننة حيث تم توجيه ثمانية (08) أسئلة بنفس التركيب لجميع الأفراد المبحوثين. ودليل المقابلة ينشر كاملا في الملحق.

- الإستبانة:

استعنا في بحثنا بتقنية الإستبانة بالاستمارة، التي تعتبر وسيلة أساسية للاتصال بالمبحوثين، قصد الحصول على معلومات وآراء حول الظاهرة المدروسة، وهي أثر الصورة البيئية في تشكيل الوعي البيئي لدى جمهور الصحافة المكتوبة الجزائرية بمدينة الجزائر العاصمة، وهذه التقنية وجهناها لجمهور كل من جريدة الشروق اليومي، جريدة الخبر، جريدة النهار الجديد، جريدة (El Watan)، وجريدة (Liberté).

(1)- منال هلال مزاهرة، مرجع سابق الذكر، ص324.

تحتوي الاستمارة على 27 سؤالاً، وتتوزع أسئلة الاستمارة بين أسئلة مفتوحة، وأسئلة مغلقة ثنائية النفر، وأسئلة مغلقة متعددة الاختيار، وكانت الأسئلة موزعة على أربعة محاور:

- المحور الأول: اشتمل على ثمانية (08) أسئلة لمعرفة مدى علاقة المبحوث ببيئته.
- المحور الثاني: حول الصورة البيئية في الصحف الجزائرية، وضم ثمانية (08) أسئلة.
- المحور الثالث: كان حول معرفة تقييم جمهور الصحافة المكتوبة للصورة البيئية في الصحافة، واحتوى خمسة (05) أسئلة.
- أما المحور الرابع والأخير فكان حول رأي المبحوث في دور الصورة الصحفية البيئية في تشكيل الوعي البيئية، وضم ستة (06) أسئلة.
- إضافة إلى وثيقة خاصة بالبيانات الشخصية للشخص المبحوث، تضم أربعة (04) بيانات.

كانت الأسئلة مرتبة بأسلوب منطقي مناسب، تم توزيعها على مجموعة من الأشخاص لتعبئتها، وتم اختيار عينة المبحوثين بطريقة قصدية.

قبل توزيع الاستمارة على المبحوثين، قدّمنا الاستمارة لمجموعة من الأساتذة الخبراء في علوم الإعلام والاتصال^(*)، قصد تحكيمها وتقييم مدى صلاحيتها، من أجل معرفة مدى مطابقتها لأهداف الدراسة، ومدى مطابقة صياغة الأسئلة للشروط العلمية، وقد تمّ الأخذ بعين الاعتبار لملاحظاتهم واقتراحاتهم، حيث قمنا بإعادة صياغة بعض الأسئلة، وإلغاء بعضها وإعادة النظر في ترتيبها، فكانت الاستمارة في الشكل الذي تمّ تقديمه لـ 40 فرداً - كدراسة تمهيدية - لاختبارها قبل توزيعها نهائياً، وقد لاحظنا بعد توزيع الاستمارة أنّ هناك تعاملًا إيجابيًا مع مضمونها، فكانت الاستمارة في شكلها النهائي المتكون من 27 سؤالاً.

قمنا بتوزيع 600 استمارة استرجعنا منها 380 استمارة فقط، وبعد شروعا في عملية توزيع البيانات تمّ إلغاء 30 استمارة لعدم صلاحيتها لأسباب مختلفة، ليكون العدد النهائي للاستمارات التي تم على أساسها إنجاز دراستنا 350 استمارة.

"تعرف على البحوث الاستطلاعية بأنها البحوث التي تهدف إلى تكوين رؤية أولية لدى الباحث حول مشكلة معينة. وإن إجراء مثل هذه البحوث لا يتطلب في العادة استخدام عينات احتمالية كبيرة الحجم..."⁽¹⁾

تمّ توزيع الاستمارة على أفراد عينة الدراسة بصورة مباشرة بداية من 30 جويلية 2016 إلى 24 جانفي 2017، عن طريق تتبع المبحوثين في عدّة أماكن، منها: الجامعات، المدارس الثانوية

(*) - الأستاذ الدكتور: نصر الدين العياضي (جامعة الجزائر 03). الأستاذ الدكتور: أحمد فلاق (جامعة الجزائر 03). الأستاذة الدكتورة: فايزة يخلف (جامعة الجزائر 03). الدكتور: كريم بالقاسي (جامعة الجزائر 03). الأستاذ الدكتور: جعفر عاقل: (أستاذ بالمعهد العالي للإعلام والاتصال بالرباط. المملكة المغربية).

(1) - منال هلال مزاهرة، مرجع سابق الذكر، ص 296.

والمتوسطات،. المقاهي، الأكشاك،...، وتم الاستعانة بمجموعة من الطالبات الجامعيات قصد تسهيل مهمة الوصول إلى العنصر النسوي. وعرفت العملية نوع من الصعوبات، منها على الخصوص نقص ثقافة التعامل مع الاستثمار لدى كثير من المبحوثين، خاصة مع المستويات الثقافية الدنيا، كذلك رفض بعضهم التعاون معنا بحجة التزاماتهم واستعجالهم، إضافة إلى تأخر بعض المبحوثين في استرجاع الاستثمار، مما أدى إلى طول العملية حيث أخذت عملية جمع الاستثمارات حوالي 06 أشهر كاملة.

تفريغ البيانات والمعالجة الإحصائية: اعتمدنا في تفريغ الاستثمار على الترميز المسبق، بإعداد دليلًا للترميز، وبموجب ذلك أصبحت البيانات جاهزة للتفريغ عن طريق الحاسب الآلي، وقد استخدم البرنامج الإحصائي الخاص بالعلوم الاجتماعية " SPSS " لتفريغ بيانات هذه الدراسة.

8. عينة الدراسة:

يتمثل موضوع دراستنا في محاولة معرفة أثر الصورة " البيئية " في الصحافة المكتوبة الجزائرية في تشكيل الوعي البيئي لدى أفراد المجتمع الجزائري، وهي دراسة استطلاعية ميدانية يوظف فيها أسلوب العينة، وبالتالي كان لزاما علينا اختيار العينة بدقة. تم اعتماد العينة القصدية وهو اختيار الحالات بناء على هدف خاص لدى الباحث، وهذا النوع من العينات يتلائم مع الدراسات الاستطلاعية.

وتم تحديد عينات الدراسة على النحو الآتي:

- **العينة المتعلقة بالجرائد الوطنية:** وقع اختيارنا على مجموعة من الجرائد الوطنية الجزائرية، ذات الإصدار اليومي، وهي جريدة الشروق اليومي، جريدة الخبر، جريدة النهار الجديد، جريدة (El Watan)، وجريدة (Liberté). وقد تم هذا الاختيار على عدة اعتبارات منها، تعد هذه الجرائد المختارة من الصحف الجماهيرية، والأكثر مقروئية في الجزائر، وتوجه إلى قطاع كبير من المجتمع الجزائري، كما تعد من أقدم الصحف الجزائرية اليومية، إضافة إلى كونهن أكثر الصحف توزيعا وانتشارا في الجزائر بصفة عامة، وفي مدينة الجزائر العاصمة - المختارة كمنطقة للدراسة - بصفة خاصة، وما كسبته هذه الصحف من طابع مميز من تغطيتها للقضايا البيئية المحلية والوطنية، والذي يفترض معه امتداد تأثيرها في رقعة عريضة من القراء. إضافة إلى مراعاة التوجه الثقافي والإيديولوجي لقراء الصحف، من حيث اختيار صحف ناطقة بالعربية (جريدة الشروق اليومي، وجريدة الخبر، وجريدة النهار الجديد)، وصحف أخرى ناطقة باللغة الفرنسية (جريدة (El Watan)، وجريدة (Liberté))، كما تتوفر لهذه الصحف صفة الاستمرارية، بمعنى عدم التوقف عن الصدور.

Année 2013				
	Tirage	Diffusion payée	Diffusion totale	Variation (diffusion totale) 2013/2012
Echorouk	506 749	425 022	426 603	+ 6.28%
Echorouk WE	305 229	250 253	250 498	+ 0.90%
EL Khabar	412 074	350 137	351 005	-5.66%
Ennahar El Djadid	334 592	285 938	286 557	-9.50%
El Watan	139 795	114 019	114 735	+ 4.45%
El Watan WE	115 084	91 243	91 621	+ 0.19%

Source OJD 20/05/2014

Moyenne en exemplaires par parution en 2013

جدول رقم (01): ترتيب الجرائد الجزائرية الأكثر مقروئية لسنة 2013

المصدر: الجرائد والمواقع الجزائرية: <http://dir.dzemploi.org/2014>، تاريخ التصفح: 2016/03/15

- **العينة المتعلقة بالمبحوثين:** متمثلة في جمهور الصحافة المكتوبة القاطنين بمدينة الجزائر العاصمة، وتم اختيار هذه العينة بصفة قصدية، بمعنى أن اختيارنا وقع فقط على المواطنين الذين يتصفحون فعلا الجرائد العينة دون غيرهم، وهذا ما يتناسب مع هدف دراستنا - أثر الصور الصحفية في تشكيل الوعي البيئي لدى جمهور الصحافة المكتوبة - وحجم العينة 350 مفردة، ورعينا في العينة متغيرات الدراسة، من الجنس والسن والمستوى الدراسي، وهذا حتى نضمن تمثيل مختلف شرائح مجتمع البحث.
- **العينة المتعلقة بمناطق إجراء الدراسة:** وقع اختيارنا على سبعة بلديات من ضمن 57 بلدية في الجزائر العاصمة، قمنا باختيار 03 بلديات تصنف ضمن البلديات الحضرية وهي: بلدية الجزائر الوسطى، بلدية سيدي امحمد، بلدية القبة. و 04 بلديات شبه حضرية، وهي: بلدية بئر خادم، بلدية جسر قسنطينة، بلدية براق، وبلدية الحراش. وكان الاختيار بشكل قصدي، وهذا لمعرفة مدى تأثير الصور الصحفية البيئية في السلوكات اتجاه البيئة للمواطنين الذين يقطنون في المناطق الحضرية وشبه الحضرية.

9. حدود الدراسة:

- حاولنا رسم الحدود المكانية والزمنية للدراسة من خلال مايلي:
- ضمن الصحافة المكتوبة اقتصرنا هذه الدراسة على الجرائد اليومية الصادرة بالجزائر، دون غيرها، لأننا نتوقع أن يكون هذا النوع من الصحافة أكثر استعمالا من قبل أفراد المجتمع، لأسباب منها، كثرتها وتنوعها^(*)، وكذا ثمنها المنخفض، مقارنة بالأنواع الأخرى من الصحافة المكتوبة، كالجرائد الأسبوعية، والمجلات، والكتب.

(*)- يوجد في الجزائر حوالي 332 عنوانا للصحافة المكتوبة بمختلف دوريات الصدور، وطنية منها وجوهية، والتي يقارب مجموع سحبها 5 مليون نسخة، بمعدل سحب يومي يقدر بـ 02.5 مليون نسخة في اليوم. يتوزع الـ 332 عنوانا إلى 65 يومية، منها 57 يومية لأخبار العامة، و3 يوميات متخصصة في الاقتصاد، و5 عناوين في الرياضة.

تتم هذه الدراسة في نطاق مدينة الجزائر العاصمة، باعتبار العاصمة تعاني من بعض مظاهر التدهور البيئي، إضافة إلى احتلالها - حسب لائحة وحدة "إيكونوميست Economist" للمعلومات - لذيّل ترتيب قائمة المدن الأكثر ملائمة للعيش في العالم، " إذ صنفت الجزائر في المرتبة الخامسة في عشر آخر مدن العالم، واحتلت بذلك المرتبة 134 عالمياً، متقدمة على مدن بعض الدول الفقيرة، التي لا يمكن مقارنة إمكاناتها الاقتصادية بالجزائر، على غرار كراتشي وأبوجا والخرطوم، وبوغاتا"،⁽¹⁾

10. تحديد المفاهيم والمصطلحات:

(1) الأثر:

- لغة: الأثر مفرد، والجمع آثار وأثر، ويطلق على معان متعددة منها:
- الأثر: بقية الشيء، والتأثر: إبقاء الأثر في الشيء، وأثر في الشيء، ترك فيه أثراً⁽²⁾، ويقال: "أثر النجاسة": أي بقيتها.
- ويطلقونه كذلك بمعنى ما يترتب على الشيء،⁽³⁾ فيقال: "أثر عقد البيع": أي الأحكام، والنتائج المترتبة عليه.
- ومنه التبعية، يقال: أثر كذا بكذا: أي أتبعه إياه. ويقال: خرجت في أثره: أي بعده.⁽⁴⁾
- ويطلق على ما بقي من رسم الشيء، ومنه قوله تعالى: "أَوْ أَثَارَةٌ مِنْ عِلْمٍ" (الأحقاف: الآية 04): وهو ما يروى أو يكتب فيبقى له أثر⁽⁵⁾. ومنه علم الآثار: أي علم الوثائق والمخلفات القديمة.
- اصطلاحاً: الأثر: هو ما يمكن أن يحدث من تغيير في المواقف أو السلوكيات والآراء والمعلومات من جراء انتقال الرسالة الإعلامية إلى المتلقي، فالرسالة الإعلامية قد تلقت انتباه المتلقي فيدركها، وقد تضيف إلى معلوماته معلومات جديدة وقد تجعله يكون اتجاهات جديدة أو يعدل من اتجاهاته السابقة، وقد تجعله يتصرف بطريقة جديدة أو يعدل سلوكه السابق⁽⁶⁾.
- في العملية الإعلامية نجد أنه ما من مصدر للرسالة الإعلامية أو مرسل لها إلا ويهدف إلى إحداث أثر في الجمهور المستقبل لرسالته، ويظهر هذا الأثر في شكل رجوع صدى (Feedback) أو رد

(1)- زبير فاضل، مدينة الجزائر من بين الأسوأ في العالم، العاصميون يعيشون "حياة ضنكا"، جريدة الخبر الجزائرية الإلكترونية، <http://www.elkhabar.com/ar/watan>، تاريخ التصفح، 2014/12/29.

(2)- ابن منظور، لسان العرب، ط3 (بيروت، مؤسسة التاريخ العربي، 1993)، مادة أثر، المجلد الأول، ص 69.

(3)- الراغب الأصفهاني، تحقيق: صفوان عدنان داوودي، مفردات ألفاظ القرآن، ط4 (دمشق، دار القلم للنشر والتوزيع، 2009)، مادة أثر، ص 62.

(4)- ابن منظور، مرجع سابق الذكر، ص 70.

(5)- الخليل بن أحمد الفراهيدي، تحقيق: مهدي المخزومي، إبراهيم السامرائي، العين، ج7 (دمشق، دار ومكتبة هلال للطباعة والنشر، 2008)، مادة أثر، ص 370.

(6) - عبد الله بوجلّال، اثر التلفزيون على الأطفال، مجلة بحوث، جامعة الجزائر، العدد 1، 1992، ص 64.

فعل (استجابة، Réponse)⁽¹⁾، و" هو العنصر الأخير من عناصر العملية الإعلامية كما حددها (هارولد لاسويل Harold Lasswell) بقوله: With Wich Effect⁽²⁾

التعريف الإجرائي:

نقصد بالأثر في دراستنا كل ما يمكن أن تحدثه الصورة "البيئية" في مواقف وسلوكات، وآراء، واتجاهات، جمهور قراء صحف العينة، بمنطقة الجزائر العاصمة، اتجاه القضايا البيئية، وكذا ما يمكن أن تضيف له (الصورة البيئية) من معلومات ومعارف بيئية جديدة، وتشكيل لديه وعي سليم اتجاه البيئة، ما تجعله يتصرف بطريقة صحيحة اتجاه البيئة، أو يعدل من سلوكاته الخاطئة اتجاهها.

2) الصحافة:

- لغة: هي كل سطح رقيق يكتب عليه، والجمع صحائف وصُحف وصُحف⁽³⁾
فكلمة صحافة تقابلها في اللغة الإنجليزية حسب قاموس أكسفورد: (PRESS) وهي شيء مرتبط بالطبع والطباعة ونشر الأخبار والمعلومات، وهي تعني أيضا: (journal) ويقصد بها الصحيفة و: (journalism) بمعنى الصحافة، و: (journalist) بمعنى الصحفي. فكلمة الصحافة تشتمل إذن الصحيفة والصحفي في الوقت نفسه.

الصحافة لغة: مُشتقة من الصحف، جمع صحيفة، والصحيفة - كما شرحها ابن منظور في "لسان العرب -: "هي التي يُكتب فيها" وفي القرآن الكريم: ﴿إِنَّ هَذَا لَفِي الصُّحُفِ الْأُولَى * صُحُفِ إِبْرَاهِيمَ وَمُوسَى﴾ سورة الأعلى: (18، 19)، والصحف هنا بمعنى الكتب المنزلة، وفي "الصَّحاح للجوهري أن الصحيفة، وجمعها صحف وصحائف، هي: الكتاب بمعنى الرسالة.⁽⁴⁾

ويُطلق على الصحيفة أيضًا: الجريدة، وهي مأخوذة من الجرائد، أي: قُضبان النخل المجردة من خوصها، وقد كان العرب بعد الإسلام يَكْتُبُونَ على جرائد النخل، ومن هنا كانت التسمية مجازية، بمعنى أن الجريدة هي ما يُكتب عليها، وكلمة الصحافة بمعناها المُتعارف عليه اليوم لم تَصِل إلينا إلا على يد نجيب حداد مُنشئ صحيفة "لسان العرب" في الإسكندرية (عام 1867 - 1899م)، وهو أول من استعمل لفظة) الصحافة (بمعنى صناعة الصحف والكتابة فيها، وقد استعمل العرب كلمة الوراق الذي يَنْقُل عن الصحف، وقد عَرَف بعضهم الصحيفة الحديثة: "بأنها كل نشرة مطبوعة تشتمل على أخبار

(1)- عبد القادر قندوز، محمد الطيب الزاوي، المدخل إلى علوم الإعلام والاتصال، (المطبعة العربية، غرداية، 2011)، ص35.

(2)- محي الدين عبد الحليم، الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية، ط2 (مكتبة الخانجي، الرياض، 1984)، ص151.

(3)- أنظر كلمة الصحافة، الموسوعة العربية العالمية (النسخة الإلكترونية).

(4)- فهمي قطب الدين النجار، من وسائل الإعلام المقروءة (الصحافة ووكالات الأنباء)، <http://www.alukah.net/culture>

تاريخ التصفح، 2014/08/20.

ومعارف عامة، وتتضمن سير الحوادث والملاحظات والانتقادات التي تُعبّر عن مشاعر الرأي العام، وتُعدّ للبيع في مواعيد دورية، وتُعرض على الجمهور عن طريق الشراء والاشتراك⁽¹⁾

- **اصطلاحاً:** الصحافة هي نشر الأخبار والحوادث والمعلومات وروايتها، وجعلها معمة بين الناس، أي متداولة لدى الجمهور. وتعرّف الموسوعة السياسية الصحافة على أنها "مجلد المنشورات المطبوعة التي تظهر بشكل دوري، يومي، أسبوعي، نصف شهري، وتكون إما صحافة رأي، أو صحافة إعلام، أو صحافة متخصصة، أو تكون كل ذلك معاً مع التشديد على غاية أساسية من هذه الغايات"⁽²⁾

وتُعرف الصحّافة- بكسر الصاد- بأنها مهنة من يجمع الأخبار، والآراء، وينشرها في صحيفة أو مجلة. **والصحيفة:** هي مجموعة صفحات، تصدر يومياً، أو في مواعيد منتظمة، وتتضمن أخبار السياسة، والاقتصاد، والاجتماع، والثقافة، وما يتصل بها.

وهي من الوسائل المطبوعة التي تعرف على أنّها عبارة عن مساحات من الورق المطبوع بطريقة آلية لنقل الرسائل الاتصالية من القائم بالاتصال أو المرسل، إلى أعداد كبيرة ومنتشرة من الأفراد⁽³⁾.
فيعرف محمد منير حجاب الصحافة بأنّها: " هي صناعة إصدار الجرائد والمجلات، وذلك باستقاء الأخبار، وكتابة الموضوعات الصحفية من تحقيقات وأحاديث ومقالات وأعمدة، وجمع الصور والإعلانات ونشر كل ذلك في الجرائد والمجلات وتولي إدارتها"⁽⁴⁾.

التعريف الإجرائي:

نعني بالصحف في دراستنا الصحف الوطنية اليومية الصادرة بالجزائر باللغتين العربية والفرنسية، (بالشكلين الورقي والالكتروني)، والمتمثلة في جريدة الشروق اليومي، وجريدة الخبر، جريدة النهار الجديد، جريدة الوطن (El Watan)، وجريدة ليبرتي (Liberté). وقد تم أخذها كعينة لدراسة أثر الصور البيئية في تشكيل الوعي البيئي لدى قرائها.

3) الصورة:

- **لغة:** تعني الشكل، أو الصفة، أو النوع. يقال صورة فلان كذا، أي صفته كذا.⁽⁵⁾
- **اصطلاحاً:** الصورة (Image) هي كلمة لاتينية الأصل وتحمل الجذر (Im) الموجود في لفظة (Imatari) والتي تعني التماثل مع الواقع⁽⁶⁾

(1)- أديب مروّة، الصحافة العربية، (دار الحياة، بيروت، 1961)، ص ص، 12 ، 15.

(2)- عبد الوهاب الكيلاني، الموسوعة السياسية، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، ط1، ج3، 1983، ص، 552.

(3)- محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، (عالم الكتب، القاهرة، 1997)، ص 43.

(4)- محمد منير حجاب، وسائل الاتصال نشأتها وتطورها (دار الفجر، القاهرة ، 2008) ص 57.

(5)- قاموس المحيط، ط4، (دار الكتب العلمية، بيروت، 2006)، ص 351.

(6)- رضون بلخيري، سيمبولوجيا الصورة بين النظرية والتطبيق، ط1 (دار قرطبة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2012)، ص 71.

(4) الصورة الصحفية (Press Photo):

عرفت الصورة الصحفية بتعاريف عديدة، منها تعريف أحمد عبيد، الذي عرفها " بأنها المكون البصري في الصحف والمجلات، الذي يشمل الصور الفوتوغرافية، والرسوم الصحفية، بالإضافة إلى الرسوم الجرافيكية⁽¹⁾، يضاف إلى ذلك الصور الكاريكاتورية والرسوم الفنية والرسوم البيانية.

التعريف الإجرائي:

نعني بالصورة الصحفية في دراستنا كل الصور البيئية بمختلف أنواعها (صور فوتوغرافية، رسوم يدوية، صور كاريكاتورية) التي تعرض في الصحف المدروسة، والتي تهدف إلى التأثير في سلوكيات القارئ، من خلال ما تقدمه من معلومات ومشاهد بيئية، قصد إيجاد وعي اتجاه البيئة. ونظرا للتطور الكبير الذي عرفته الصحافة المكتوبة في ميدان توظيف الصورة، وتأثرها بالتطور التكنولوجي في ميدان التصوير الصحفي، إذ أصبحت كل الصحف تستعمل في صفحاتها الصور الفوتوغرافية عوض الصور اليدوية، فإننا سنركز في بحثنا بشكل أكبر على الصورة الفوتوغرافية.

(5) البيئة:

لم يتوحد العلماء في تحديد مفهوم البيئة، بل تعددت معانيها، وتباينت مفاهيمها حسب تخصص الباحث في كل فرع من فروع العلوم الاجتماعية المختلفة، حيث يعرفها كل منهم في ضوء رؤيته وتخصصه. وقد اتفقت معاجم اللغة العربية على أن البيئة مشتقة من (بؤا) وهي المكان أو المحيط أو المنزل المستقر فيه، والذي يعيش فيه الكائن الحي⁽²⁾

ووردت هذه الكلمة في القرآن الكريم، في قوله تعالى: " وَأَوْحَيْنَا إِلَىٰ مُوسَىٰ وَأَخِيهِ أَن تَبَوَّءَا لِقَوْمِكُمَا بِمِصْرَ بُيُوتًا " (سورة يونس، الآية 87)

يستخدم لفظ البيئة Environment في اللغة الإنجليزية للدلالة على الظروف المحيطة التي تؤثر على النمو والتنمية، وتستخدم كذلك للتعبير عن الظروف الطبيعية مثل: الهواء والماء والأرض التي يعيش فيها الإنسان. أما من حيث الوجهة العلمية فهي المكان الذي يحيط بالشخص ويؤثر على مشاعره وأخلاقه وأفكاره.⁽³⁾

(1) - أحمد عبيد، التحليل الموضوعي للصور الصحفية: الأسس والتطبيقات، ط1 (دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2016)، ص 19.

(2) - انظر: ابن النثير، لسان العرب، القاهرة: دار المعارف، ص، 382.

(3) - حسين عبد الحميد أحمد رشوان، البيئة والمجتمع: دراسة في علم اجتماع البيئة، (المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2006)، ص 03.

وفي اللغة الفرنسية تعرف كلمة البيئة Environnement بأنها مجموعة الظروف الطبيعية للمكان من هواء وماء وأرض والكائنات الحية المحيطة بالإنسان. والتي تشمل الكائنات الحية وما يحتويه من مواد كالهواء، والماء والتربة وما يقيمه الإنسان من منشآت.⁽¹⁾

وعلى ذلك فالبيئة بمفهومها العام هي: "الوسط أو المجال المكاني أو الإطار الذي يعيش فيه الإنسان، ويحصل منه على مقومات حياته من غذاء وكساء ومأوى، ويتأثر به ويؤثر فيه، ويضمن هذا المجال المكاني عناصر ومعطيات سواء من خلق الله - سبحانه وتعالى - كالصخور وما تضمه من معادن ومصادر ووقود، التربة، والتضاريس، وموارد المياه وعناصر المناخ من حرارة وضغط ورياح وأمطار. يضاف إلى ذلك النبات الطبيعي والحيوانات البرية، وكذلك معطيات من صنع الإنسان من عمران وطرق ووسائل نقل واتصال ومزارع ومصانع وسدود وغيرها."⁽²⁾

التعريف الإجرائي:

نقصد بالبيئة المكان أو الوسط الذي يعيش فيه الإنسان، وبقيّة الكائنات الأخرى، الحية منها (حيوانات ونباتات وحشرات...) أو غير الحية (الهواء والماء والتربة...) إضافة إلى ما استحدثته الإنسان من مباني ومنشآت ومرافق.

6) الوعي البيئي:

الوعي في اللغة يعني: "المعرفة أو الإدراك أو الاحتواء، فوعى الشيء أي جمعه وحواه، ووعى الحديث أي فهمه... وهذا يعني أن الشخص الواعي هو الذي يتحلى بصفة المعرفة والإدراك والفهم لما يدور حوله من مواقف وأحداث في الحياة، ومن ثم فإنه يعي الموقف الذي يقدم عليه ويدركه إدراكاً صحيحاً"⁽³⁾.

إصطلاحاً: يعرف الوعي البيئي: " بأنه إدراك معطيات البيئة أو معرفتها من خلال إدراك الأفراد للواقع الاجتماعي الذي يعيشون فيه، وبما يدور في بيئتهم المحلية والقومية والعالمية من ظواهر ومشكلات بيئية وآثارها ووسائل علاجها، وبالتالي يكتسب الأفراد إدراكهم الواعي لهذه الأبعاد وتتكون لديهم المفاهيم والاتجاهات والقيم نحو ذلك الفهم، وذلك من خلال وسائل الإعلام المختلفة واتصالهم الشخصي بالآخرين"⁽⁴⁾.

(1)-حسين عبد الحميد أحمد رشوان، مرجع سابق الذكر، ص 04.

(2)- المرجع نفسه، ص 04.

(3)- أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية: الإعلام الأمني العربي قضايا ومشكلاته، الرياض، 2001، ص 11.

(4)- جمال الدين السيد علي صالح: الإعلام البيئي بين النظرية والتطبيق، (مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية، 2003)، ص ص 91، 92.

التعريف الإجرائي:

الوعي البيئي: هو عملية اكتساب الفرد لخبرات في فهم العلاقات والمشكلات البيئية من حيث أسبابها وآثارها وطرق حلها، وهذا من خلال الصور البيئية التي تنتشرها الصحف العينة، والهدف من ذلك أن يصبح الفرد ملماً بالحقائق والمعارف البيئية التي تمكنه من معرفة بيئته وعلاقته معها، وكذا تكوين اتجاهات نحو البيئة، تكون إيجابية تمكن الأفراد من المساهمة في حل المشكلات البيئية والمحافظة عليها.

(7) الإعلام البيئي:

عرفه البنك العالمي بأنه: "كل معلومات ذات طابع بيئي من وكالات أو منظمات غير حكومية، من أجل إثراء معارف الجمهور والتأثير على آرائه وأفكاره وسلوكياته تجاه البيئة"⁽¹⁾ أو هو ذلك الإعلام الذي يسعى إلى تحقيق أغراض حماية البيئة من خلال خطة إعلامية موضوعية على أسس علمية سليمة تستخدم فيها كافة وسائل الإعلام، وتخطب مجموعة بعينها من الناس أو عدة مجموعات مستهدفة، ويتم أثناء هذه الخطة وبعدها تقييم أداء هذه الوسائل ومدى تحقيقها للأهداف البيئية لهذه الخطة الإعلامية.⁽²⁾

التعريف الإجرائي:

الإعلام البيئي هو: عملية إنشاء ونشر الحقائق العلمية المتعلقة بالبيئة من خلال الصحف العينة في شكل صور، الهدف منها توجيه الجمهور والتأثير في آرائه وأفكاره وسلوكياته إيجابياً، من أجل حماية البيئة وصيانتها وتتميتها وإيجاد درجة من الوعي البيئي وصولاً إلى التنمية المستدامة.

(8) الجمهور (Audience):

جاء في (لسان العرب) أن: "جمهور كل شيء معظمه. وجمهور الناس: جُلهم."⁽³⁾ وقد استخدم لفظ "الجمهور" كترجمة للمصطلح الإنجليزي (Audience)، ليشير إلى مجموع الأفراد الذين يقرؤون أو يستمعون أو يشاهدون أياً من وسائل الإعلام أو وحداته. وهو بذلك يختلف عن مصطلح (Public)، الذي يشير إلى المجموع العام للأفراد، أو الشعب في مجتمع ما. فالفرد من حيث هو يعتبر جزءاً من (Public) بينما يلزم كي يكون جزءاً من (Audience) أن يقرأ أو يشاهد أو يستمع.⁽⁴⁾

(1)- Gillian Martin Mehers, **Manuel de Planification de la Communication Environnemental Pour la Région Méditerranéenne**, (Editeur Suisse, Suisse, 1992), p.01.

(2)- أحمد ملح، **الرهانات البيئية في الجزائر**، (مطبعة النجاح، الجزائر، 2000)، ص 135.

(3)- ابن منظور: **لسان العرب**، مج 4، ط 3، (دار صادر، لبنان، 1994)، ص 149.

(4)- جون ميرال، رالف لوينشتاين، ترجمة (ساعد خضر العرابي)، **الإعلام وسيلة ورسالة**، (دار المريح، السعودية، 1989)، ص 165.

ويعرف "الجمهور" بأنه: " جماعة لا توجد عنها معطيات من قبل وغير معروفة على حسب الموضوع الذي نشأت لأجله".⁽¹⁾

كما يعرف بأنه: " اشتراك مجموعة من الناس في التعرض للرسائل التي تقدمها وسائل الإعلام بمختلف أشكالها، وفي مختلف مراحل تطورها".⁽²⁾ كما يرى (ديوي) بأن الجمهور " تجمع سياسي لعدد من الأفراد يشكلون وحدة اجتماعية من خلال الاعتراف المتبادل بوجود مشاكل مشتركة ينبغي إيجاد حلول مشتركة لها، كما يحتاج التجمع إلى وسائل متنوعة للاتصال من أجل تنميته واستمراره".⁽³⁾

➤ جمهور وسائل الإعلام:

يرتكز مفهوم جمهور وسائل الإعلام في صياغته الشكلية وفي مضامينه الراهنة على جملة من الاعتبارات لها علاقة بالتطور السريع الذي تشهده المجتمعات الحديثة في مجالات الإعلام والاتصال الجماهيري، خاصة انعكاسات الاستعمال المكثف لتكنولوجيات الاتصال التي أدت إلى التفكير في إعادة صياغة العديد من المفاهيم السائدة التي تتمكن من استيعاب العناصر المستجدة الناتجة عن هذا التطور.⁽⁴⁾

➤ أهمية دراسات الجمهور وأهدافها:

لقد " احتلت دراسة جمهور القراء والمستمعين والمشاهدين مكاناً هاماً على خريطة البحوث الإعلامية خلال العقود الخمسة الأخيرة من القرن الماضي و قد بدأ الاهتمام بها في بداية الثلاثينات مع تعاظم الإحساس بقوة تأثير وسائل الإعلام في علاقتها بأفراد هذه الجماهير، رغبةً في استمرار السيطرة على هذه العلاقة لتحقيق مختلف الوظائف والأهداف، التي يسعى إليها المجتمع والأفراد.⁽⁵⁾

ويمكن أن نستخلص مما سبق أنّ جمهور وسائل الإعلام: "هو في الأصل جماعة تنشأ استجابة لنشاط إعلامي محدد تقوم به وسائل الإعلام".

(1)-Jean-Pierre Esquenza, **Sociologie des publics**, (Editions la Découverte, paris, 2003), p 4.

(2)-علي قسايسية، المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي، دراسة نقدية تحليلية لأبحاث الجمهور بالجزائر، (شهادة دكتوراه غير منشورة)، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006، ص36.

(3)-John Dewey. **Le public et ses problèmes**, (Editions Farrago, France, 2003), p 125.

(4)-Ali Kessaissia, **The Role of The Algerian Media in Global Development**, Paper Prepared to Seminar on Home crisis, cccs, Birmingham, March, 1998.

(5)- محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، ط1، (منشورات عالم الكتب، القاهرة، 1993)، ص07.

➤ دوافع استخدام الجمهور لوسائل الإعلام:

ترتبط دوافع التعرض لوسائل الإعلام بمجموعة من الحاجات تتلخص أساساً في: حاجات معرفية، أي الحاجة إلى الخبر والمعرفة بشكل عام. حاجات عاطفية، كالحاجة إلى الإحساس بالأخوة والمحبة والفرح. حاجات اجتماعية. وحاجات تحقيق الذات، والحاجة إلى الترفيه⁽¹⁾.
أما عن الدوافع فيقسمها روبن (Robin) إلى فئتين، هما:

- **الدوافع الوظيفية (النفعية):** تعني اختيار الفرد لنوع معين من المضمون ولوسيلة اتصالية معينة، لإشباع حاجته من المعلومات والمعرفة.
- **الدوافع الطقوسية:** وتستهدف تضيعة الوقت، والتنفيس والاسترخاء، والهروب من الروتين اليومي والمشكلات.⁽²⁾

وبما أن الجمهور كظاهرة سوسيولوجية ارتبط ظهوره وتطوره بانتشار وسائل الإعلام وتطورها، فقد صاحب ظهور الصحافة، جمهور يسمى بجمهور الصحافة المكتوبة، وهو أساس دراستنا.

➤ علاقة الجمهور بوسائل الإعلام:

عن طبيعة ونوعية علاقة الجمهور بوسائل الإعلام، فهناك مفاهيم استعملت لتشرح العلاقة، منها "التأثير"، الذي يعرف بالتغيير الذي يحدث على الحالة النفسية، والذهنية، والمعرفية، والثقافية والاجتماعية للمتلقى عند تعرضه للرسائل الإعلامية. غير أن هناك من يستعمل مفهوم "الأثر" عوض التأثير، "كجيمس كوران (James Curran)" الذي يعبر عن التلاحم بين طرفين أو شيئين⁽³⁾. كما تمتاز العلاقة الاتصالية بالتفاعل والتفاعلية بين المرسل والمتلقي الذي يتسلم أو يتعرض للرسالة الإعلامية.

ويضيف دانيال داين (Daniel Dayan) " أن علاقة الجمهور بالمرسل تدخل ضمن التفاعل الاجتماعي، الذي تتفاعل فيه كل أنواع الاتصالات الشخصية بين الناس".⁽⁴⁾ وهنا يتعلق الأمر بنوع من العلاقات الاجتماعية بين الجمهور والمرسل، ويتم ربطها بواسطة وسائل الإعلام. لكن تضل هذه العلاقة مرتبطة بطبيعة ونوعية الاتصال القائم بين الجمهور وأصحاب المؤسسات الإعلامية.
وكنتيجة لهذه المقاربة، يلعب مسؤول التحرير في الصحيفة دوراً كبيراً في تحديد نوعية وطبيعة علاقة المرسل بالمتلقي، من خلال اختياره لمواضيع تصب في اهتمامات وتطلعات المتلقي أو (الجمهور).

(1)- عبد الرحمان عزي، دراسات في نظرية الاتصال: نحو فكر إعلامي متميز، ط1 (مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2003)، ص115.

(2)- مرزوق عبد الحكم العادلي، الإعلانات الصحفية: دراسة في الاستخدامات والإشباع، ط1 (دار الفجر، القاهرة، 2004)، ص118.

(3)- James Curran, **Media, Ritual and Identity** (Routledge, London, 2000), p74.

(4)- Daniel Dayan, **Les Mystères de la Réception**, in le Débat, No 171, 1992, p78.

فوسائل الإعلام ليست العامل الوحيد أو المباشر للتأثير على الجماهير، ولكن هذه الوسائل تعمل من خلال بعض المتغيرات الأخرى، منها ما هو نفسي واجتماعي، ويؤكد الباحثون والخبراء أن "التأثير الإعلامي يتوقف على دعائم أهمها المادة الإعلامية أو البرمجية نفسها، ثم الظروف المحيطة بالعملية الاتصالية، فإذا أُريد للعملية الإعلامية النجاح وجب النظر في الرسالة الإعلامية في ضوء هذه المتغيرات النفسية والاجتماعية للجمهور.⁽¹⁾

فالمتلقي أو الجمهور طرف إيجابي ونشط، يتأثر بوسائل الإعلام ويؤثر فيها وهي - وسائل الإعلام - تعمل كنظم اجتماعية تستهدف رضا هذا الجمهور وإشباع حاجاته الاجتماعية والفردية بوصفه طرفاً في العلاقة الاجتماعية الثلاثية التي تربط بين هذه الوسائل وأفراده والمجتمع ككل، الذي يتمثل في مجموعة النظم الاجتماعية الأخرى.

لقد كان وما يزال الجمهور، أهم متغير في عملية الاتصال، فإذا لم يكن لدى القائم بالإعلام فكرة جيدة عن طبيعة جمهور المتلقين، السلوكية والعاطفية والاجتماعية فسوف يحد ذلك من قدرته على التأثير فيه وإقناعه، أو معرفة آرائه ورغباته مهما كانت الرسالة الإعلامية معدة إعداداً جيداً، ومهما كانت كفاءة وقُدرة القائم بالاتصال ونوع الوسيلة الإعلامية، فهناك كثير من المتغيرات والعوامل التي تؤثر على المضمون الإعلامي، مثل ما في المتلقي وخلفيته وتجاربه السابقة وتعليمه وجنسه وسنه وشخصيته ومعتقداته ومُحيطة الأسري والاجتماعي، كل ذلك له دور في توجيه تأثير مضمون الرسالة الإعلامية.

➤ جمهور الإعلام البيئي:

يوجد نوعان من الجمهور البيئي الذي تستهدفه وسائل الإعلام، وهما:

- **الجمهور العام:** يتمثل هذا الجمهور في القراء العاديين بكل قطاعاتهم وفئاتهم، وهؤلاء القراء يجب مخاطبتهم من خلال رسائل مبسطة في أشكال صحفية جذابة تتناسب مع خصائص كل فئة واهتماماتها واحتياجاتها، مما يساعد في تنمية الوعي البيئي لديهم من خلال الفهم الصحيح لقضايا البيئة، وحثهم على المشاركة الجادة في الجهود المبذولة لحماية البيئة، والحفاظ عليها من خلال ممارستهم لسلوكيات بيئية سليمة.⁽²⁾

ومن الضروري أن يعرف كل فرد الحد الأدنى من المعلومات الضرورية عن القضايا البيئية حتى يمارس الضغط على المسؤولين لإصلاح الأخطاء، ومنعهم من تبني سياسة تنموية ضارة

(1)- إبراهيم إمام، الإعلام والاتصال بالجماهير (مطبعة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1981)، ص 318.

(2)- زهير عبد اللطيف عابد، أحمد العابد أبو السعيد، الإعلام البيئي بين النظرية والتطبيق، (دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان (الأردن)، 2014)، ص ص، 71، 72.

بيئياً، وقد يلجأ بعض أفراد الجمهور إلى تكوين جماعات ضغط لمتابعة المشكلات البيئية بشكل يتسم بالاستمرار والتنظيم وتعبئة الجماهير لتبني مواقفها.⁽¹⁾

- **الجمهور الخاص:** يمثل الجمهور الخاص فئات محددة من المجتمع تجمعهم خصوصية معينة أو صفات مشتركة، كالخبراء والمتخصصين وصناع القرار والإعلاميين.

ومن أهم فئات الجمهور الخاص نذكر مايلي:⁽²⁾

1. **صانعو القرار، من التشريعيين والتنفيذيين:** هذه الفئة هي المنوط بها إصدار التشريعات والقوانين، واتخاذ القرارات والإجراءات الكفيلة بالحد من مظاهر التدهور البيئي، وكلما أمكن الوصول إليهم بالمضمون العلمي السليم لقضايا البيئة يزداد احتمال تبنيهم سياسة سليمة بيئياً، والتأثير على سلوكهم.
2. **قادة الرأي في المجتمع من أساتذة الجامعات والمفكرين وعلماء الدين وأعضاء الأحزاب والنقابات:** وذلك لإقناعهم وحثهم على بذل الجهود للضغط على صانعي القرار في اتجاه إصدار تشريعات أو قوانين مؤازرة للبيئة، واتخاذ قرارات وإجراءات كفيلة بصونها وحمايتها، والحد من تدهورها.
3. **أعضاء الجمعيات الأهلية:** باعتبارهم يمثلون شكلاً من أشكال المشاركة الشعبية الفعلية في صيانة البيئة، كما أن لهم دوراً ملموساً في الضغط على متخذي القرار ومنفذه.
4. **القيادات الإعلامية:** بما لهم من دور أساسي في تحديد أولويات اهتمامات المواطن العادي بكل القضايا والمشكلات ومنها قضايا البيئة، وتفهم هذه القيادات لتلك القضايا والمشكلات يجعلهم يتحدثون عنها في منابرهم المختلفة، ويقدمون المعلومات والحلول المعتمدة على المصادر الموثوقة.

11. الدراسات السابقة:

على الرغم من تنامي البحوث الصحفية وتزايدها، إلا أننا نسجل نقص الاهتمام بقيمة الصورة وتأثيراتها في العمليات الصحفية، وبالنظر لحداثة موضوع بحثنا وحرصاً منا على التعمق في المشكلة البحثية، وحسب اطلاعنا فإننا لم نجد أية دراسات تناولت موضوعنا بشكل مباشر - أثر الصورة البيئية في تشكيل الوعي البيئي لدى جمهور الصحافة الجزائرية، إلا ما تعلق بالدراسات التي تناولت موضوعات اقترنت في بعض حدودها من موضوع البحث، وتعرضت للموضوع في إطاره العام، والتي تناولت الإعلام والبيئة، أو مكانة الصورة في الصحافة المكتوبة.

وفي ما يلي عرض لبعض الدراسات السابقة التي تصب في صلب بحثنا، (جزائرية منها وأجنبية)، يمكن تقسيمها إلى محورين:

(1)- زهير عبد اللطيف عابد، أحمد العابد أبو السعيد، المرجع السابق الذكر، ص72.

(2)- ليلي عبد المجيد، دور الإعلام في تنمية الوعي البيئي، مجلة النفط والتعاون العربي، منظمة الأقطار العربية المصدرة للبترول (الأوبك)، المجلد 25، العدد 91، سنة 1999، ص ص، 60 ، 61.

- المحور الأول: دراسات حول القضايا البيئية في الصحافة المكتوبة.

- المحور الثاني: دراسات حول الصورة في الصحافة المكتوبة.

1) المحور الأول: دراسات حول القضايا البيئية في الصحافة المكتوبة.

I. دراسات جزائرية:

1. دراسة بن يحي سها م:⁽¹⁾

حاولت الباحثة من خلال هذه الدراسة الكشف عن الدور الحيوي الذي يمكن أن تلعبه الصحافة المكتوبة بنوعيتها (الوطنية والجهوية) في تنمية الوعي البيئي لأفراد المجتمع، باعتباره عنصرا أساسيا لتغيير سلوكيات الأفراد المضرة بالبيئة ودفعه لحماية والحرص على استغلال مواردها استغلالا رشيدا. وذلك من خلال تحليل مضمون جريدتين وطنيتين و جريدتين جهويتين آخر ساعة و L'est républicain.

بلورة الباحثة مشكلة دراستها في تساؤل رئيسي مفاده: ما هو الدور الذي تضطلع به الصحافة المكتوبة بشقيها (الوطنية والجهوية) في تنمية الوعي البيئي لأفراد المجتمع الجزائري؟

وللإجابة على الإشكالية المطروحة قسمت الباحثة دراستها إلى سبعة فصول رئيسية، وهي كالتالي:

- يتناول الفصل الأول، الجانب المنهجي للدراسة.
- أما الفصل الثاني فيتناول الإطار المفاهيمي للصحافة المكتوبة بنوعيتها (الوطنية والجهوية) وخصائصها و وظائفها ونشأتها وتطورها في الجزائر، مشيرتا إلى النظريات التي تفسر تأثير وسائل الإعلام بما فيها الصحافة المكتوبة على الفرد والمجتمع.
- وتتطرق في الفصل الثالث إلى مفهوم الوعي البيئي وأبعاده ومصادره.
- أما الفصل الرابع تحدثت عن المشكلات البيئية وآثارها على التنمية، في الجزائر والجهود المبذولة من طرف الدولة الجزائرية لدورها.
- أما الفصل الخامس فيتمحور حول التغطية الإعلامية لقضايا البيئة ومشكلاتها والوعي البيئي في الدول المتقدمة والدول النامية على حد سواء.
- وضمن هذا السياق تم التعرض في الفصل السادس إلى دور الصحافة بنوعيتها (الوطنية والجهوية) في تنمية الوعي البيئي لأفراد المجتمع.

(1)- بن يحي سها م، الصحافة المكتوبة و تنمية الوعي البيئي في الجزائر، دراسة تحليلية لمضمون صحيفتين وطنيتين "الشروق" و "Le Matin"، و صحيفتين جهويتين " آخر ساعة و " l'est Républicain" (مذكرة ماجستير غير منشورة)، قسم علم الاجتماع و الديمغرافيا، جامعة منتوري قسنطينة. سنة 2005 م.

- و تضمن الفصل السابع عرض وتحليل بيانات الجداول المتعلقة بالشكل والمضمون، بعد ذلك قامت بتفسير النتائج المتوصل إليها من خلال عرض وتحليل هذه البيانات، وتم التطرق في الأخير، إلى الخاتمة.

أشارت الباحثة إلى أهمية الدراسة من خلال إبراز الدور الذي يمكن أن تضطلع به الصحافة المكتوبة بشقيها (الوطنية والجهوية) في تنمية الوعي البيئي لأفراد المجتمع، من خلال تزويدهم بالمعلومات البيئية وإكسابهم اتجاهات إيجابية نحو البيئة، تمكنهم من درء المشكلات البيئية. وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- الانخفاض في حجم اهتمام الصحف الأربعة بالقضايا البيئية ومشكلاتها على امتداد فترة الدراسة.
- انخفضت نسبة ظهور القضايا البيئية ومشكلاتها على الصفحتين الأولى والخلفية، رغم أهميتهما.
- أغلبية القضايا البيئية ومشكلاتها ظهرت غير مصحوبة بالصور والرسوم.
- الصحافة المكتوبة - محل الدراسة - لا تسعى إلى تكوين اتجاهات إيجابية نحو البيئة، وإنما تكتفي فقط بالسرد دون اتجاه محدد.

2. دراسة الدكتور فضيل دليو: (1)

تتناول هذه الدراسة موضوع البيئة في حياتنا اليومية ودور الإعلام في مكافحة مشكلات البيئة المختلفة، وهي دراسة تحلل واقع الإعلام البيئي الجزائري في ظل الظروف الراهنة والتي تتمثل في الاهتمام العالمي المتزايد لموضوع البيئة.

أشار الباحث في هذه الدراسة إلى الاتجاهات النظرية المختلفة حول تقدير نشر الصحف لجرائم البيئة فهناك اتجاه يعارض نشر الصحف لهذه الجرائم، وهناك اتجاه مؤيد لنشرها بكل تفاصيلها مهما كانت بشعة.

تتنمي هذه الدراسة إلى نوع الدراسات الوصفية التحليلية في المجال الإعلامي، حيث استخدمت منهج تحليل المضمون لعينة ثلاثية تتكون من الصحف الجزائرية ويوميتين وطنيتين، جريدتي، الخبر والنصر، (جهوية)، جريدة رسالة الأطلس (جريدة أسبوعية). استخدمت استمارة البحث كأداة لجمع البيانات والمعلومات و صممت تماشيا مع تساؤلات مع الدراسة.

وأثارت هذه الدراسة مجموعة من التساؤلات منها:

- ما حجم اهتمام الصحف الجزائرية بجرائم البيئة؟
- ما هي أنماط جرائم البيئة الأكثر تناول في معالجة هذه الصحف؟

(1)- فضيل دليو، المعالجة الصحفية لجرائم البيئة، (الصحافة الجزائرية نموذجا)، مجلة البحوث الأمنية، المجلد 14، العدد 32، يناير 2006، المملكة العربية السعودية.

- ما هو اتجاه المعالجة الصحفية لجرائم البيئة؟

وتوصل الباحث إلى جملة من النتائج أهمها:

- كان حجم اهتمام الصحف الثلاث بجرائم البيئة منخفضا جدا.
- تشير البيانات الميدانية إلى توجه الصحافة الجزائرية نحو الاهتمام بنوع جرائم البيئة المرتبط بالنظافة العمومية (تلوث التربة والبرك و لقاذورات)، مع ملاحظة إهمال كلي أو شبه كلي لجرائم بيئية قوية التأثير على المسار التنموي للبلاد مثل البناء على الأراضي الزراعية أو هدر الثروات السمكية أو الحيوانية.
- تؤكد البيانات الخاصة بمؤشر اتجاه المعالجة الصحفية لجرائم البيئة ميل الصحافة الجزائرية إلى مجرد سرد الوقائع بدون تصرف، مع تعميم في ذكر أقوال المواطنين والمسؤولين وإجراءاتهم المتخذة أو الموعود بها. حين يقتضي الإعلام البيئي مزيدا من الشرح والتحليل مع تأييد أو الإنقاذ الموجه والمؤثر خدمة للمحيط البيئي وتنمية للوعي لأهميته لصالح جيلنا الحالي والأجيال القادمة.

3. دراسة زينة بوسالم:⁽¹⁾

- تعد هذه الدراسة بمثابة محاولة لمعرفة واقع المعالجة الإعلامية لمشكلات البيئة في الصحافة الجزائرية من خلال جريدة الشروق اليومي التي تم الاعتماد عليها كنموذج عن الصحافة الجزائرية اليومية لاعتبارات معينة، كونها واسعة الانتشار بين القراء الجزائريين وبالتالي فهي من أكثر الجرائد الجزائرية مقروئية من جهة، ومن جهة أخرى هي أكثر الجرائد تأثيرا على الرأي العام الجزائري كما أثبتته بعض الدراسات.
- وسعت الدراسة إلى الإجابة على سؤال محوري مفاده: كيف تعالج مشكلات البيئة في جريدة الشروق اليومي؟ وهي الإشكالية التي صاغ لها الفرضيات التالية:
- تحظى مشكلات البيئة بقدر من الاهتمام في معالجة جريدة الشروق اليومي لها.
 - أكثر المواضيع المتناولة في جريدة الشروق اليومي هي تلك المتعلقة بالمشكلات البيئية المحلية والخاصة بقضايا التلوث.
 - تتخذ جريدة الشروق اليومي موقفا إيجابيا في معالجتها لمشكلات البيئة.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها:

- انخفاض في حجم اهتمام جريدة الشروق اليومي بمشكلات البيئة.

(1)- زينة بوسالم، المعالجة الإعلامية لمشكلات البيئة في الصحافة الجزائرية. جريدة الشروق نموذجا، (مذكرة ماجستير غير منشورة)، قسم علم الاجتماع، جامعة منتوري، قسنطينة. سنة 2011م.

- فجريدة الشروق اليومي تركز أكثر على استخدام القالب الخبري في معالجاتها لمشكلات البيئة، بالرغم أن القوالب الصحفية الأخرى كالمقال والتحقيق مناسبين أكثر لمثل هذه المواضيع التي تتطلب الشرح والتفسير والتحليل
- أوضحت هذه الدراسة أن معظم المواضيع المتناولة في جريدة الشروق محلية، وأغلبها يدور حول التلوث بصفة عامة.
- فجريدة الشروق اليومي تتخذ موقفا سلبيا في معالجاتها لمشكلات البيئة.

وفي الأخير خلصت الدراسة إلى الإشارة بأنه على الرغم من الأهمية التي تتميز بها القضايا البيئية في الوقت الحالي، في ظل تزايد مشكلاتها في جميع أنحاء العالم بما فيها الجزائر، وضرورة المعالجة الإعلامية الجادة والفعالة لها في الصحافة الجزائرية كما في مختلف وسائل الإعلام الأخرى، إلا أن الصحافة الجزائرية لا تولي المواضيع والمشكلات البيئية الأهمية اللازمة.

4. دراسة أمينة هاجر شلابي: (1)

- تبرز أهمية هذه الدراسة في كونها تبحث في علاقة الصحافة المكتوبة بالبيئة، وبالتالي أهمية الدور الذي يمكن أن تضطلع به هذه الأخيرة في تنمية الوعي لأفراد المجتمع من خلال تزويدهم بالمعلومات البيئية وإكسابهم اتجاهات إيجابية نحو البيئة تمكنهم من درء المشكلات البيئية.
- تمحورت إشكالية الدراسة في سؤال محوري، يتمثل في: ماهي المكانة التي أفردتها جريدتي الخبر والوطن EL Watan لقضايا البيئة المحلية؟ وتمحورت عن الإشكالية تساؤلات أهمها:
- ماهو حجم المساحة التي أفردتها يوميتي الخبر والوطن للقضايا البيئية في الجزائر؟
 - ما هي العناصر التيبوغرافية المستخدمة لإبراز الموضوعات البيئية؟
 - ما مدى وعي الفاعلين الإعلاميين في اليوميتين بضرورة مواجهة مشكلات البيئة؟

وسعت الدراسة إلى تحقيق عدة أهداف، أهمها:

- تقييم وتحليل دور وسائل الإعلام ولا سيما الصحافة المكتوبة في إبلاغ رسالتها الإعلامية لتنمية وعي القارئ وإدراكه لخطورة المشكلات البيئية التي تهدده.
- توضيح المكانة التي تحتلها المواضيع البيئية المحلية في الصحافة المكتوبة الجزائرية.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج نذكر منها:

(1)- أمينة هاجر شلابي، مكانة قضايا البيئة المحلية في الصحافة الجزائرية، دراسة وصفية تحليلية مقارنة لمضامين يوميتي "الخبر والوطن EL Watan" في الفترة ما بين 01 جوان إلى 30 نوفمبر 2013، (مذكرة ماجستير غير منشورة)، قسم علوم الاتصال، جامعة الجزائر 03. سنة 2014م.

- ضعف المساحة التحريرية المخصصة لقضايا ومشكلات البيئة المحلية.
- نقص الاهتمام الإعلامي ليوميّتي الدراسة بشكل ومضمون المادة الإعلامية.
- تعد البيئة قضية ثانوية بالنسبة للصحيفتين محل الدراسة.
- غياب الأسلوب العلمي المتخصص في كتابة الصحيفة للشؤون البيئية.
- لم تقم الصحافة المكتوبة من خلال نموذجي الدراسة بأي جهد في سبيل النهوض بالوضع البيئي نحو الأفضل من خلال إدراج البيئة ضمن أولوياتها وأجندتها الإعلامية.

II. دراسات أجنبية:

5. دراسة عاطف عدلي العبد⁽¹⁾

تندرج هذه الدراسة في إطار دراسة مقارنة بين عدة دول عربية حول الإعلام العربي وقضايا البيئة، وسعت هذه الدراسة إلى الإجابة عن سؤال مزدوج يهدف إلى التعرف عن المعلومات وآراء القائمين بالاتصال والشخصيات العامة والجمهور حول قضايا البيئة ومشكلاتها من ناحية، ومدى مواكبة الإعلام العماني المطبوع والمسموع والمرئي للاهتمام الكبير الذي توليه السلطنة لقضايا البيئة ومشكلاتها من ناحية أخرى.

وظفت الدراسة منهج مسح الرأي العام الذي يستهدف التعرف على الآراء والأفكار والاتجاهات والمفاهيم والقيم والدوافع والانطباعات لدى مجموعة معينة من الجمهور تبعا للهدف من إجراء المسح. كما اعتمدت الدراسة على منهج مسح محتوى الرسائل الإعلامية بقصد تحليل محتوى المواد الإعلامية التي قدمها الوسائل الإعلامية للكشف عما تريد هذه الوسائل أن تبليغه لجمهورها. بالإضافة إلى استخدام الاستقصاء والمقابلة المعمقة والملاحظة المقننة لجمع البيانات والمعلومات من القائمين بالاتصال والشخصيات العامة والجمهور وكذلك الاعتماد على استمارة تحليل المضمون، فالأولى خاصة بالمادة الإعلامية التي قدمها التليفزيون والراديو، والثانية خاصة بالمادة الإعلامية التي قدمتها الصحف خلال الفترة المحددة للدراسة.

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

و اشتملت أيضا على عينة للدراسة التحليلية وهي عبارة عن الرسائل الإعلامية المقدمة من طرف الصحف والمجلات والتليفزيون والإذاعة. واختار الباحث شهر ماي من سنة 1992 مجالا زمنيا لهذه الدراسة التحليلية.

(1)- عاطف عدلي العبد، الإعلام العماني وقضايا البيئة ، معهد البحوث والدراسات العربية، سلطنة عمان، 1993.

توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها:

- نجاح الإعلام العماني في إمداد الأفراد بالمعلومات البيئية وتشكيل الآراء والاتجاهات الداعمة للجهود التي تبذلها السلطة في هذا المجال.
- توفير المعلومات الكافية عن القضايا البيئية من أهم الاحتياجات الواجب توفرها حتى تصبح معالجة هذه القضايا إعلامياً أكثر فعالية.
- تستمد الشخصيات العامة المعلومات البيئية من مصادر إعلامية عمانية وغير عمانية في مقدمتهم الجرائد والمجلات، ثم يليها الإذاعة والتلفزيون، فالكتب والندوات والحلقات الدراسية.
- عينة الدراسة تحصلت على المعلومات البيئية من الوسائل الإعلامية العمانية وغير العمانية، جاء التلفزيون في مقدمة هذه المصادر يليها الجرائد ثم المجلات، فالمصققات والندوات والمؤتمرات.
- أوضحت هذه الدراسة اهتمام وسائل الإعلام العمانية بقضايا البيئة ومشكلاتها كما تبين وجود اتساق وتكامل في تناولها لهذه القضايا والمشكلات، واستخدامها كافة الأساليب والفنون الإعلامية، حيث استخدمت الجرائد والمجلات، الخبر والتقارير والمقال والتحقيق والحديث، والإعلام الصحفي.
- كما نشرت الجرائد والمجلات العمانية موادها التي تتناول البيئة وقضاياها في صفحات مهمة كالصفحتين الأولى والأخيرة، كما استخدمت الجرائد والمجلات العديد من الأساليب لإبراز القضايا البيئية في استخدامهما للعناوين الممتدة ونقد الموضوعات الصحفية مصحوبة بصور ورسومات توضيحية وداخل إطارات وعلى أرضيات مختلفة لجذب أنظار إليها أكثر.

6. دراسة محمد خليل الرفاعي:⁽¹⁾

تتركز مشكلة هذه الدراسة على حجم القضايا البيئية المنشورة في الصحف السورية، نتيجة أهمية الموضوع البيئي، وتنوع المخاطر البيئية، وكيف عالجت الصحف المدروسة هذا الموضوع. وتستهدف الدراسة معرفة إلى أي مدى تهتم الصحف السورية بالقضية البيئية وكيفية تناولها. وتجيب هذه الدراسة عن عدد من الأسئلة منها: ما عدد الموضوعات البيئية المنشورة؟ وما نوعها؟ مجال تركيزها على الموضوعات المهمة بالشؤون البيئية في الصحف المدروسة (البعث، الثورة، وتشرين). اختيرت هذه الصحف لعدة أسباب منها: أنها أقدم الصحف السورية التي ما زالت تصدر، وتشكل كل القاعدة الرئيسية للصحف السورية.

(1) - محمد خليل الرفاعي، الإعلام البيئي الشؤون البيئية في الصحافة السورية: دراسة تحليلية لصحف: (البعث - الثورة - تشرين) خلال النصف الأول من عام 2008، مجلة جامعة دمشق - المجلد - 27 العدد الثالث + الرابع 2011.

تعد هذه الدراسة وصفية وتعتمد على مناهج المسح، وتحليل المضمون والمنهج المقارن. جمعت البيانات بواسطة استمارة تحليل صمّمت خصيصاً لهذا الغرض.

وخلصت هذه الدراسة إلى عدد من النتائج من أهمها:

- تهتم الصحف السورية بنشر موضوعات بيئية كما أن الصحف السورية أكثر اهتماماً بنشر أخبار البيئة من نشر قضايا بيئية.
- كما أهملت الصحف المدروسة مصادر المعلومات البيئية.
- الصحف المدروسة، أيضاً، كانت مقلة جداً في إشعار القراء بأهمية القضايا البيئية المنشورة وفي تقديم المعلومات العامة حول البيئة.
- عالجت الصحف المدروسة المشكلات البيئية بطرائق مختلفة وفي مستويات متدنية من حيث الكم.
- أغلب الموضوعات البيئية مقدمة بالصور، عادة ما تكون صورة واحدة، وإلى حد ما أغلب الصور ملاتمة.

وختم الباحث دراستها بتوصية دعى فيها إلى ضرورة إعادة النظر في دور الصحافة خصوصاً فيما يتعلق بوظيفة الإخبار على حساب الوظائف الأخرى، مثل: التعليم والتثقيف والتحليل والتفسير. هذه الوظائف يمكن أن تنجز من خلال الصحافة التي تمتاز بإستراتيجية بيئية معينة، لها إطار صحفي مؤهل ومتخصص، صحافة تبني الجسور القوية على حد سواء بين الخبراء والمختصين في موضوعات البيئة والقراء.

7. دراسة علي محمد علي جلال⁽¹⁾

سعت الدراسة إلى قياس حجم اهتمام جريدتي "أخبار الخليج" و"الأيام" المحليتين (البحريتين)، بتغطية القضايا البيئية وماهيتها، وما إذا كانت تلك التغطيات مطابقة للسياسات والتوجهات البيئية في مملكة البحرين.

استعانة الباحث في دراسته بالنظرية البنائية الوظيفية، ونظرية التأطير الإعلاميتين، وعن عينة الدراسة اختار الباحث أعداد الصحفيتين مدة عام كامل وهو العام 2015، مستخدماً أداة بحثية محكمة، وهي استمارة تحليل المحتوى. وقام في دراسته بمسح جميع أعداد صحيفتي "أخبار الخليج" و"الأيام" مدة عام كامل، أي ما يساوي 730 عدداً، بواقع 23360 صفحة.

توصل الباحث إلى عدة نتائج منها:

(1)- علي محمد علي جلال، معالجة الصحف البحرينية لقضايا البيئة، (مذكرة ماجستير غير منشورة)، كلية الآداب، قسم الإعلام والسياحة والفنون، جامعة البحرين. سنة 2016م.

- أكثر قضايا البيئة التي تعالجها الصحف البحرينية هي "القضايا البيئية الأخرى" التي لا تمس الواقع البيئي البحريني.
- ندرة تناول قضايا البيئة في الصحافة المحلية.
- لم تستخدم الصور الموضوعية التي تعكس موضوع المقال البيئي إلا في حدود 29% فقط.
- مثلت المواد المتعلقة بالبيئة المنشورة في صفحات ملونة نسبة تقل عن 4%، وأن ما يزيد على 64% من الأخبار البيئية المنشورة هي أخبار قصيرة لا تقدم أي نوع من العمق في طرح القضايا البيئية أو شرحها.

وختم الباحث دراسته بتوصية حصر كل ما ينشر من القضايا البيئية عبر الصحافة المحلية من قبل المختصين في المجلس الأعلى للبيئة، وأن يتم إعلان النتائج بشكل سنوي، وهو الأمر الذي من شأنه أن يعطي مؤشراً واضحاً للصحف بما قامت به، وكذلك بالنسبة للمجلس الأعلى للبيئة ليعرف مدى تجاوب الصحف مع أجندته البيئية. ورأى الباحث أهمية أن تمارس جمعية الصحفيين البحرينية، بالتنسيق مع الجهات البيئية، دوراً أكبر في بث الوعي البيئي من خلال توفير برامج خاصة لعدد من الصحفيين لتغطية الشأن البيئي، وتدريب الخبراء والمتخصصين في الشأن البيئي لإكسابهم المهارات اللازمة لتقديم المعلومات للصحفيين، أو كتابة المقالات بشكل يمكن القراء من فهم الرسالة الإعلامية، ولإيصال القضية البيئية في نهاية الأمر إلى صانع القرار وبقية القراء.

ومن خلال الدراسات السابقة المتعلقة بدراسة القضايا البيئية ومشكلاتها في الصحافة المكتوبة، يمكن استخلاص عدة نتائج منها:

- كل الدراسات تعتبر بأن للصحافة المكتوبة لها دور هام في معالجة القضايا البيئية، ونشر الوعي البيئي لدى جمهورها، كما لها دور فعال في عملية التحسيس والتوعية البيئية.
- جلها تعتبر أن اهتمام الصحافة المكتوبة بالقضايا البيئية كان ضئيلاً بنسبة كبيرة جداً، مقارنة بالمواضيع الصحفية الأخرى.
- كلها ترى بأن عرض الجرائد للقضايا البيئية كان يغلبها الطابع الخبري السردى، دون توجه إلى التحليل والتفسير والتقويم.
- رغم توظيفها لأغلبية الأساليب والفنون الإعلامية، كالتقرير والخبر الصحفي، والمقال،... إلا أنّ حظ الصورة البيئية فيها كان ضعيف جداً.

(2) المحور الثاني: دراسات حول الصورة في الصحافة المكتوبة.

I. دراسات جزائرية:

1. دراسة الطالبين: بن زيتوني صفية، مرنيز عليمه.⁽¹⁾

جاءت هذه الدراسة كمحاولة لتسليط الضوء على ماهية الصورة الفوتوغرافية ودورها البارز في إثراء الصحافة المكتوبة من خلال دراسة لصور العدوان الإسرائيلي على غزة في جريدة الشروق اليومي، وكيف ساهمت هذه الصور في تغطية الحرب، والتعبير عن سياسة الصحيفة. وتوجهت الدراسة لمعالجة إشكاليين وهما: كيف تناولت جريدة الشروق اليومي الحرب على غزة من خلال الصور؟ وكيف ظهرت صور الحرب على غزة في جريدة الشروق اليومي.

تتتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، كونها تهدف إلى التعرف على مساهمة الصورة الفوتوغرافية في جريدة الشروق اليومي لتغطية الحرب على غزة، وعليه فقد لجأت الباحثتان إلى استخدام منهج المسح التحليلي.

اختارت الباحثتان عينة الدراسة متمثلة في الصور المنشورة في جريدة الشروق اليومي خلال فترة العدوان الإسرائيلي على غزة، من 28 ديسمبر 2008، إلى يوم 17 جانفي 2009، محصورة في 18 عدد. ووظفت الباحثتان لجمع البيانات أداة الملاحظة من خلال ملاحظة صور العدوان الإسرائيلي على غزة المنشورة في جريدة الشروق، وكذا استمارة تحليل المضمون.

وخلصت الدراسة إلى عدّة نتائج نذكر منها مايلي:

- تنوعت مواضيع صور الحرب على غزة.
- احتلت صور العدوان كامل صفحات جريدة الشروق اليومي، من بداية الحرب إلى نهايتها.
- تربعت صور العدوان على مساحات كبيرة.
- ظهرت الصور في مواقع هامة من قطع الجريدة، كأعلى الصفحة، وكامل الصفحة خاصة الصفحة الأولى، والصفحات الداخلية.
- كان مكتب الشروق المصدر الرائد لهذه الصور.
- غيّرت الصور عن مأساة الضحايا ومختلف الحرب على غزة.

II. دراسات أجنبية:

2. دراسة أميرة أحمد سليمان أحمد:⁽¹⁾

(1)- بن زيتوني صفية، مرنيز عليمه، الصورة الفوتوغرافية في الصحافة المكتوبة، تحليل سيميولوجي لصور العدوان الصهيوني على غزة، جريدة الشروق اليومي نموذجا، (مذكرة ليسانس غير منشورة)، قسم العلوم الإنسانية، كلية الآداب واللغات والعلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة تبسة، سنة 2008م.

هذه الدراسة محاولة لاستكشاف طبيعة معالجة الصحف المصرية لانتفاضة الأقصى في ظل التعنت والرفض الإسرائيلي لاستئناف مفاوضات السلام من خلال الصور الصحفية. وعليه تحددت المشكلة البحثية في دراسة الصور الصحفية لانتفاضة الأقصى في الصحف المصرية، دراسة تحليلية في الفترة من 2000 إلى 2004.

بناء على مشكلة الدراسة قامت الباحثة بصياغة تساؤلات تسعى الدراسة لتقديم إجابات نذكر منها ما يلي:

- ما أنواع الصور الصحفية التي نشرت عن انتفاضة الأقصى في الصحف عينة الدراسة؟
- ما موضوعات الصور الصحفية التي نشرت عن انتفاضة الأقصى في الصحف عينة الدراسة؟
- ما المعالجة التيبوغرافية لكلام الصور الصحفية لانتفاضة الأقصى في الصحف عينة الدراسة؟
- ما مصادر الصور الصحفية المنشورة عن انتفاضة الأقصى في الصحف عينة الدراسة؟

قسمت الباحثة الدراسة إلى ستة فصول، حيث الفصل الأول خصصته للإطار المنهجي، أما الفصل الثاني فتطرقت فيه بالتفصيل إلى مفهوم الصورة الصحفية، مبينة ماهيتها وأهميتها ووظائفها واستخداماتها، وأشارت في الفصل الثالث إلى الإعلام وانتفاضة الأقصى، حيث تطرقت إلى كل من الإعلام العربي والإسرائيلي والدولي، إضافة شبكة المعلومات الدولية، أما الفصل الرابع والخامس والسادس فمثلت الإطار التطبيقي للدراسة حيث تم تحليل نتائج الدراسة للصور الظلية لانتفاضة الأقصى في الصحف المصرية في الفصل الرابع، وتحليل نتائج الدراسة للرسوم الخطية لانتفاضة الأقصى في الصحف المصرية في الفصل الخامس، أما الفصل السادس فخصصته لدراسة نتائج المقارنة للصور الصحفية لانتفاضة الأقصى في الصحف المصرية.

وتتمثل أهمية الدراسة في الدور الذي تقوم به الصور الصحفية كأداة إعلامية تستخدم في أوقات الحروب والصراعات العسكرية في إشباع حاجة الجمهور إلى رؤية ومعرفة ما يدور من أحداث، حيث يتحول الجمهور من مجرد متلقين للرسالة إلى متفاعلين معها.

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث والدراسات الوصفية التحليلية وذلك من خلال تحليل محتوى وشكل الصور الصحفية لانتفاضة الأقصى في الصحف المصرية عينة الدراسة، والتي تتمثل في جريدة: أخبار اليوم والأهالي والأسبوع في الفترة من 28 سبتمبر 2000، إلى 27 سبتمبر 2004.

اعتمدت الدراسة بشكل أساسي على منهج المسح الإعلامي باعتباره جهداً علمياً منظماً يساعد في التوصل إلى بيانات ومعلومات عن الظاهرة موضوع الدراسة، وتم استخدام هذا المنهج بشقيه الوصفي

(1)- أميرة أحمد سليمان أحمد، الصور الصحفية " لانتفاضة الأقصى " في الصحف المصرية، دراسة تحليلية في الفترة من 2000م-2004م (مذكرة ماجستير غير منشورة)، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة الزقازيق، جمهورية مصر العربية. سنة 2006م.

وذلك بإتباع أسلوب " العينة الكلية " أو الحصر الشامل للصور الصحفية التي نشرت عن انتفاضة الأقصى في الصحف المصرية عينة الدراسة، للتعرف على سمات وخصائص الصور الصحفية لانتفاضة الأقصى من جهة، وطبيعة المضامين المثارة في الصور من جهة أخرى. كما استخدمت الدراسة المنهج المقارن، لرصد أوجه الاتفاق والاختلاف بين شكل ومضمون الصور الصحفية لانتفاضة الأقصى بين الصحف المصرية الثلاث عينة الدراسة.

استخدمت الباحثة في جمع البيانات والمعلومات مجموعة من الأدوات، منها: أداة تحليل المضمون وقامت الباحثة بتحليل مضمون الصور الصحفية المنشورة عن انتفاضة الأقصى في الصحف المصرية عينة الدراسة باستخدام استمارة تحليل المحتوى. كما وظفت أداة تحليل الشكل وقد قامت الباحثة بتحليل شكل الصور الصحفية التي نشرت عن انتفاضة الأقصى في الصحف المصرية باستخدام استمارة تحليل الشكل، لإبراز الفروق الإخراجية للصور الصحفية لانتفاضة الأقصى. إضافة إلى أداة الملاحظة، اعتمدت الباحثة على الملاحظة بالمشاركة حتى يمكن تكوين صورة واضحة وقريبة من الواقع، وذلك لملاحظة أساليب الممارسة الإخراجية للصور الصحفية بالصحف المصرية الأسبوعية، عينة الدراسة، وكيفية اختيار الصور وتحديد مضمونها، وذلك من خلال البقاء في صالات الإخراج الصحفي والتنفيذ والقسم الخارجي بالصحف. وأخيرا أداة المقابلة وقد اعتمدت الباحثة على المقابلة غير المقننة في مقابلة رؤساء الأقسام الخارجية ومديري تحرير الصحف، للاستفادة بصفة خاصة في جمع بعض المعلومات التي تتعلق بسياسة الصحف تجاه القضية الفلسطينية وموقفها من التلاعب في مضمون الصور الصحفية في ظل الاعتماد على تكنولوجيا الحاسب الآلي في إنتاجها.

وخرجت الدراسة بمجموعة من النتائج، منها:

- زيادة اهتمام الصحف المصرية بالصور الصحفية خلال العام الأول والثاني من اندلاع الانتفاضة، ثم تدنى اهتمامها بالصور خلال العام الثالث والرابع.
- اختلاف توظيف الصور الصحفية في صحف الدراسة وفقا لطبيعة التوجهات الخاصة بكل جريدة والتي استندت إلى مرجعيتها السياسية بالدرجة الأولى.
- زيادة عدد الصور الظلية عن الرسوم الخطية، وتدل هذه النتيجة على زيادة اهتمام الصحف المصرية بالصور الظلية في التغطية الحية لأحداث وتطورات " انتفاضة الأقصى " ، وذلك على الرغم من أن الرسوم الخطية تعتبر أكثر أنواع الصور استخداما في الدعاية السياسية حيث تشكل صورة ذهنية للقارئ حقيقية وقريبة من الواقع السياسي، حيث تحمل في طياتها الكثير من المعاني والحقائق التي تكشف الهامش المهمل الذي لا تستطيع أن تنقله الصور الظلية، هذا من جانب ... ومن جانب آخر نجد هناك محاولات واسعة من جانب الحكومة

الإسرائيلية للتعتيم الإعلامي لمنع نشر الصور الظلية، والدليل على ذلك الانتهاكات التي ترتكبها الحكومة الإسرائيلية ضد المصورين الصحفيين.

- تنوعت الموضوعات التي تناولتها الصور الصحفية المنشورة عن الانتفاضة، حيث وظفت الصحف كل عناصرها المرئية في إبراز " العنف الإسرائيلي ".
- نوعت الصحف في المغزى الإعلامي الذي استخدمته الصور الصحفية في دعمها للانتفاضة.
- عكست الصور معاناة الشعب الفلسطيني نتيجة الممارسات الإسرائيلية اللا إنسانية.

وأنهت الباحثة دراستها بالإشارة إلى أن الصور الصحفية التي نشرتها الصحف عن " انتفاضة الأقصى " عكست أهمية الانتفاضة، والتي تصبح مادة خصبة وغنية تستطيع الصور الصحفية من خلال وظائفها العديدة نقل تطورات الأحداث في الأراضي الفلسطينية المحتلة وتفسيرها ومتابعتها وتقديم خلفية تاريخية عنها، والتي تشكل في كثير من الأحيان وحدة إعلامية متكاملة قائمة بذاتها.

كما أشارت أنه لا يزال غائبا عن أعين العالم العديد من الصور نتيجة للتعتيم الإعلامي التي تفرضه الحكومات الإسرائيلية، والتي تقدم مثالا لما يمكن أن يكون عليه حال من يقع بين يدي من يريدون نشر السلام والديمقراطية، والتي تعكس كآبة الصور الحقيقية التي يعيشها الفلسطينيون اليوم.

3. دراسة حاتم علاونة⁽¹⁾

هدفت هذه الدراسة إلى تعرف على مدى الأهمية التي توليها الصحف الأردنية اليومية للصورة الصحفية، والموضوعات التي تعالجها الصور الصحفية ومصادر هذه الصور. تشكل أهمية الدراسة في كون الصورة عنصر جذب لانتباه القارئ، وتبقى المعلومات الملتقطة من خلالها، مدة أطول في الذاكرة من المعلومات المستقاة عن طريق القراءة، مما يجعلها تحتل أهمية كبيرة في الصحف والمجلات.

سعت الدراسة للإجابة على عدّة تساؤلات، منها:

- ما الموضوعات التي تتناولها الصورة الصحفية في الصحافة الأردنية اليومية؟
- ما المصادر التي تعتمد عليها الصحف الأردنية اليومية، للحصول على الصور الصحفية؟
- ما مدى الاهتمام الذي توليه الصحف الأردنية اليومية للصورة الصحفية، من خلال موقع الصورة في الصحيفة، من خلال موقع الصورة في الصحيفة؟
- ما أنواع الصور الصحفية التي تنشرها الصحف الأردنية اليومية؟
- هل يرافق الصور المنشورة شرح وتعليق عليها؟

(1)- حاتم علاونة، الصورة الصحفية في الصحافة الأردنية اليومية دراسة تحليلية مقارنة لصحيفتي " الدستور " و" الغد "، مجلة دراسات، العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 38 ، العدد 2011، ص 01.

- ما الأحجام التي تنتشر بها الصور في الصحف المدروسة؟
 - ما القيم التي تحملها الصور الصحفية في الصحف المدروسة؟
- تتنمي هذه الدراسة إلى نوعية الدراسات الوصفية" التي تقوم على رصد ومتابعة دقيقة لظاهرة أو حدث، بطريقة كمية أو نوعية في فترة زمنية معينة ومن ثم تحليلها وتفسيرها وصولاً إلى حقائق دقيقة عن الظروف القائمة، وتوضيح العلاقات بين الظواهر المدروسة كما تنتمي هذه الدراسة أيضاً إلى بحوث الشك التي تهدف إلى وصف العناصر التيبوغرافية كالصورة الصحفية، التي تتم دراستها من حيث شكلها والألوان التي تستخدمها
- وقد اعتمدت هذه الدراسة على منهج تحليل المضمون. كما اعتمدت على المنهج المقارن، الذي يقوم على مقارنة مختلف أوجه التشابه والاختلاف بين حالتين مختلفتين، والحكم عليهما في ضوء معطيات محددة.
- واعتمدت هذه الدراسة وحدة المفردة كوحدة للتحليل، والمفردة في هذه الدراسة هي الصورة الصحفية فقط، ولا تشمل الرسومات بأنواعها المختلفة الكاريكاتير والكرتون والرسوم البيانية والتخطيطية والجداول الإحصائية، والخرائط الجغرافية، التي تنتشرها الصحف الأردنية اليومية، كما لا تشمل الصور التي تنتشر مرافقة للإعلانات.
- أما بخصوص فئات تحليل الدراسة فكانت كالآتي:
- أولاً: موضوعات الصورة الصحفية، وقد شملت الموضوعات: السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية والإنسانية، والرياضة والشباب، والثقافية، والعلوم والتعليم، والتكنولوجيا، والعسكرية والأمنية، والشؤون البيئية، والشؤون الدينية، والشؤون الصحية والطبية، والقضايا الخدمية، والشؤون السياحية، والأسرة والطفل، وأخرى.
 - ثانياً: مصدر الصورة الصحفية، وقد شملت هذه الفئة: مصور الصحيفة، ووكالة الأنباء الأردنية، ووكالات الأنباء العربية، ووكالات الأنباء العالمية، والصحف العربية، والصحف الأجنبية، وشبكة الإنترنت، وغير مبين.
 - ثالثاً: الموقع من الصحيفة، وتضمنت الصفحة الأولى، والداخلية، والأخيرة.
 - رابعاً: الموقع من الصفحة، وشملت أعلى الصفحة: وهي الصورة التي تنتشر من أعلى الصفحة حتى منتصفها، وأسفل الصفحة: وهي الصورة التي تنتشر من منتصف الصفحة حتى نهايتها.
 - خامساً: أنواع الصورة الصحفية، وشملت شخصية: وهي الصور التي تتضمن شخصاً أو أشخاصاً فقط، وموضوعية: وتتضمن أحداثاً ونشاطات وموضوعات، وأخرى.
 - سادساً: طبيعة عرض الصورة، وقد شملت عرض الصورة منفردة، ومرافقة لمادة تحريرية.
 - سابعاً: شرح الصورة، وتضمنت: مع شرح للصورة، ودون شرح.
 - ثامناً: جنس الصورة، وشملت: ذكرًا، وأنثى، ومختلطاً، وأخرى.

- تاسعا: الهوية الجغرافية، وشملت: محلية، وعربية، ودولية، ومختلطاً.
 - عاشرا: حجم الصورة الصحفية، وقد شملت: صغيرة: وهي الصورة التي تمتد على عمود واحد أو عمودين، ومتوسطة: وهي التي تعرض على أكثر من عمودين وأقل من خمسة أعمدة، وكبيرة: وهي الصورة التي تمتد على خمسة أعمدة أو أكثر.
 - حادي عشر: اللون في الصورة، وشملت ملونة، وغير ملونة.
 - ثاني عشر: القيم التي تحملها الصورة، وشملت إيجابية، وسلبية، ومختلطة، ودون قيم.
- أما مجتمع الدراسة وعينتها: تكون مجتمع الدراسة من كافة الصحف الأردنية اليومية ممثلة بـصحف الدستور والرأي والعرب اليوم والغد والديار والأنباط، واختار الباحث صحيفتي الدستور والغد كممثلتين لمجتمع الدراسة. وقد تم اختيار الدستور لأنها الأقدم بين الصحف الأردنية اليومية، وهي من الصحف اليومية الأوسع انتشاراً بعد الرأي، إذ يصل توزيعها إلى حوالي 90 ألف نسخة يوميا، أما صحيفة الغد مملوكة بالكامل للقطاع الخاص، الأمر الذي يعطي مرونة كبيرة للقائمين عليها، في التعامل مع الأحداث الداخلية أو الخارجية، وتميزت صحيفة الغد بإصدار عدد من الملاحق الدورية في المجالات الاجتماعية والفنية والرياضية وغيرها، وتعتمد كثيرا في التوزيع على أسلوب الاشتراك المخفض، ويلاحظ عليها أنها تفرد مساحات واسعة للصور الصحفية، سواء في معالجتها للقضايا المحلية أو الخارجية.
- أما بالنسبة للعينة الزمنية، فقد لجأ الباحث إلى طريقة العينة العشوائية البسيطة، باستخدام الأسلوب الصناعي، وذلك لأنه يعطي فرصا متساوية لجميع أيام الصدور، لأن تكون ممثلة في العينة، حيث تم اختيار العدد الأول من شهر تموز عام 2005 عشوائيا، وكان ذلك اليوم يوم الثلاثاء، الخامس من جوان، وبعد ذلك تم اختيار الأعداد الأخرى، بوضع مسافة بينهما لمدة سبعة أيام وبواقع سبعة أعداد من كل صحيفة.
- ومن أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة مايلي:
- احتلت الصور الصحفية التي عالجت الموضوعات الرياضية والثقافية المرتبتين الأولى والثانية على التوالي بين الموضوعات جميعها.
 - 52% من الصور الصحفية التي تنشرها الصحف الأردنية يزودها بها المصورون العاملون لديها.
 - 58.4% من الصور التي تنشرها الصحف الأردنية صور موضوعية، 41.6% صور شخصية.
 - 66.9% من الصور الصحفية في الصحف الأردنية اليومية تحمل قيماً إيجابية.

4. دراسة أحمد بن الحميدي الدهلاوي⁽¹⁾

(1)- أحمد بن الحميدي الدهلاوي، الصورة الصحفية في الصحافة الخليجية: تحليل مضمون الصورة في صحف " الرياض، الوطن، الأيام، الاتحاد، الرابطة، وعمان"، المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد 09، ماي 2013، ص 227.

تتطلب إشكالية الدراسة من الدور الرئيسي الذي بات تلعبه الصورة في الرسالة الإعلامية، على جميع المستويات المحلية والعربية والدولية، سواء كانت الصورة مطبوعة أو إلكترونية، وتعد إحدى الركائز الأساسية للغة غير اللفظية، فالصورة الصحفية تكمل ما تحمله الأخبار من معلومات وتقدم الدليل المرئي على وقوع الأحداث، وازدادت أهميتها في العملية الإعلامية فأصبحت في أغلب الأحيان تتقدم على الخبر المكتوب، بل وفي حالات كثيرة يستغني عنه لمصلحتها.

ومن هذه الإشكالية خلصت الدراسة إلى عدة تساؤلات منها:

- ما مدى اهتمام الصحف الخليجية بالصورة الصحفية، من خلال: عدد الصور المنشورة، موقع الصورة في الصحيفة، موقع الصورة من الصفحة، اللون في الصورة؟.
 - ما الموضوعات التي ركزت عليها الصورة الصحفية المنشورة في الصحف؟
 - ما المصادر التي اعتمدت عليها صحف عينة الدراسة للحصول على الصور الصحفية؟
 - هل يرافق الصورة الصحفية شرح وتعليق؟
 - ما أنواع الصورة الصحفية التي تنشرها الصحف عينة الدراسة؟
- تتنمي الدراسة إلى البحوث الوصفية التحليلية التي تستهدف وصف وتحليل وتقويم الصور الصحفية المنشورة في صحف دول مجلس التعاون الخليج العربية، واعتمد الباحث على تحليل المضمون كأداة لجمع وتحليل البيانات.
- وعن عينة الدراسة اختار الباحث صحيفة من كل دولة من دول مجلس التعاون لدول الخليج وهي صحف(الرياض، الوطن، الأيام، الاتحاد، الراية، وعمان)، لتكون الصحف الممثلة للعينة والخاضعة للدراسة، وقد استند الباحث في اختيار عينة الصحف على معيارين هما: مواكبتها للتطورات التكنولوجية الحديثة، انتشارها في الدولة نفسها ودول الخليج الأخرى.
- وانتهت الدراسة إلى الوصول إلى مجموعة من النتائج، نذكر منها:
- أظهرت الدراسة أن عدد الصور المنشورة بلغ 13813 صورة، ما بين صور إخبارية، وصور شخصية، وصور الموضوعات وغيرها من أنواع الصور.
 - أظهرت نتائج الدراسة إلى أن نسبة كبيرة من الصور تحتل النصف العلوي من الصفحة، وهذا يتفق مع مستوى أهمية الجزء العلوي من الصفحة.
 - تبرز أهمية الصورة لدى الصحف عينة الدراسة من خلال تركيزها على استخدام الألوان في الصور المنشورة حيث عرضت الصحف الخليجية 10744 صورة ملونة، مشكلتا نسبة 77.8%.
 - أشارت النتائج إلى أن صور الرياضة والشباب تصدرت ترتيب مواضيع الصورة الصحفية عينة الدراسة، بنسبة 17.5%، في حين جاءت الصور السياسية في المرتبة الثانية 13.3% بنسبة وتلاها في المرتبة الثالثة الصور المتعلقة بالمواضيع الاقتصادية بنسبة 13.0%.
 - كشفت الدراسة، أن الصحف عينة الدراسة اعتمدت على مصور الصحيفة بنسبة 31.4%، وجاءت وكالات الأنباء العالمية في المرتبة الثانية بنسبة 06.2%، أما وكالات الأنباء المحلية

فلم تشكل نسبة كبيرة من حيث اعتماد الصحف على ما تنتجه من صور حيث جاءت نسبة الصور 02.6%.

- وأظهرت النتائج إلى أن 58.5% من الصور المنشورة في الصحف لم تذكر مصدر الصورة، وتعد هذه النسبة عالية حيث تشكل أكثر من نصف الصور المنشورة بدون ذكر اسم المصور.

5. دراسة سعد سلمان عبد الله: (1)

تحددت مشكلة الدراسة في تسليط الضوء على التطور الذي طرأ على استخدام الصور الصحفية في الصحافة العراقية، وذلك عن طريق تحليل شكل ومضمون الصور الصحفية المستخدمة في صحيفة الصباح لعام 2012، وذلك من زاويتين زاوية الشكل الفني (الصورة المفردة، سلسلة الصور، صور المشهد المتعاقب)، وزاوية المضمون أو الدلالة (الصور الخبرية، صور الموضوعات أو صور التحقيق الصحفي، صور الموضوعات الإخبارية ذات الطابع الإنساني، الصور التي تمثل شخصية هي محور الموضوع، الصور ذات الطابع الجمالي، صور الإعلان).

ويأتي اهتمام الباحث بهذا الموضوع لما تمثله الصورة الصحفية من وسيلة إبراز لجذب اهتمام القارئ بالمضمون الصحفي الذي يمثل أهداف الصحيفة من وراء النشر.

اختار الباحث صحيفة الصباح العراقية كعينة للدراسة ممثلة للصحف العراقية اليومية، وفقاً لعدة معايير موضوعية، منها ما تتمتع به الصحيفة من مكانة متميزة بين الصحف اليومية العراقية وانتشارها وتوزيعها الواسعين. وتم تحديد المجال المكاني للبحث بالصور الصحفية المنشورة على الصفحة الأولى لصحيفة الصباح خلال عام 2012، انطلاقاً من كون الصفحة الأولى تعدّ واجهة الصحيفة التي تحمل اسمها وشخصيتها العامة عن القراء. أما المجال الزمني للدراسة فيحدد بالأشهر الثلاث الأولى لعام 2012، من 01 جانفي 2012، إلى 31 مارس 2012.

ولجمع البيانات والمعلومات استخدم الباحث أسلوب الحصر الشامل بإخضاع صور الصحيفة الأولى من كل الأعداد الصادرة من صحيفة الصباح خلال مدة البحث المذكورة للبحث والتحليل بغية تحقيق أكبر قدر من الدقة والشمول لنتائج الدراسة التحليلية للأعداد الصادرة من الصحيفة.

اعتمد الباحث لتحقيق أهداف الدراسة أسلوب تحليل المضمون عن طريق تحليل شكل ومضمون الصور الصحفية المستخدمة في صحيفة الصباح لعام 2012.

وانتهت الدراسة باستخلاص عدة نتائج، نذكر منها:

(1)- سعد سلمان عبد الله، تطور الصورة الصحفية في الصحافة العراقية: دراسة تحليلية لصور الصفحة الأولى لصحيفة الصباح لعام 2012، مجلة الباحث الإعلامي (العراقية)، العدد 21، جويلية، أوت، سبتمبر، سنة 2013، ص 56.

- أن استخدام ثلاث أو أربع صور كبيرة في الصفحة الأولى لصحيفة الصباح، تجعل الصفحة مقبولة أكثر من صفحة أخرى فيها تسع أو عشر صور صغيرة.
- أثبتت نتائج البحث أن التطور في شكل ومضمون الصورة الصحفية في صحيفة الصباح قد أسهم في تعدد وتنوع الاهتمام بمضمون الصورة من خلال وظيفتها الإعلانية.
- اهتمت صحيفة الصباح خلال مدة البحث في استخدامها للصور الصحفية بالمجال المحلي أكثر من المجال الإقليمي والعربي والدولي، وعلى الرغم من استخدام هذا المجال إلا أن مصدر الصورة الصحفية المحلية كان في الغالب من وكالة رويترز لتأتي بعدها وكالة الصحافة الفرنسية.
- استخدمت صحيفة الصباح أفضل صورة متاحة لديها لتهيمن على الصفحة الأولى حجماً وموقعاً، إذ أن الغالبية العظمى من الصور المنشورة قد صممت في أعلى الصفحة على اليسار وعلى مساحة تمتد من عمودين إلى أكثر من أربعة أعمدة.
- عمدت صحيفة الصباح إلى كتابة التعليق على الصورة بصيغة الفعل المضارع، لتعزيز حالتها، واقتصرت التفسير في الوصف على الحدث الظاهر في الصورة الصحفية.

12. حدود الاستفادة من الدراسات السابقة:

كحوصلة لعرضنا للدراسات التي تناولت موضوع الصورة في الصحافة المكتوبة، نجد أنها كلها تقر بالاستعمال المكثف والحضور القوي للصورة، حيث أصبحت الصورة تشكل دعامة أساسية وضرورية في الصحيفة، كما نلاحظ تواجدها في كامل صفحات الجريدة، وبكل الأحجام والأنواع والمواضيع وفي كامل مواقع الصحيفة، إضافة إلى مسايرة الصحف للتطورات التكنولوجية في مجال توظيف الصور، على غرار توظيف الصور الملونة والآنية والصور المعالجة إلكترونياً.

وقد استفدنا كثيراً من هذه الدراسات، حيث تتناول كثير من جوانب بحثنا، إلا أنها تختلف عن دراستنا في كونها لم تخصص نوعاً معيناً من الصور للدراسة والتحليل، ومن جهة أخرى فهي تختلف عن دراستنا في كونها دراسات ركزت فقط على مكانة الصورة الصحفية في الصحافة المكتوبة دون التطرق إلى تأثير هذه الصور على القراء أو جمهور الصحافة المكتوبة، لهذا فتمثل إضافة دراستنا في أننا سنخصص بالدراسة والبحث عن نوع مهم من الصور، وهي الصور البيئية، إضافة إلى قيامنا باستطلاع رأي جمهور الصحافة المكتوبة بخصوص تواجد الصور البيئية في الصحف الجزائرية، ومدى قدرتها في تشكيل وعي بيئي لدى قرائها من شأنه أن يساهم في تعديل سلوكياتهم السلبية اتجاه البيئة، وبالمقابل يعزز توجهاتهم الإيجابية نحو الحفاظ على البيئة وحمايتها.

الإطار النظري

للدراصة

الفصل الأول: الصورة، النشأة والمفهوم.

تمهيد.

المبحث الأول: تعريف الصورة.

المطلب الأول: مفهوم الصورة لغة.

المطلب الثاني: مفهوم الصورة اصطلاحاً.

المطلب الثالث: أبعاد الصورة.

المبحث الثاني: نشأة الصورة وتطورها.

المطلب الأول: تاريخ الصورة والتصوير.

المطلب الثاني: الصورة والعرب.

المطلب الثالث: الصورة والدين.

المبحث الثالث: الصورة: أهميتها، خصائصها ووظائفها.

المطلب الأول: أهمية الصورة.

المطلب الثاني: خصائص الصورة.

المطلب الثالث: وظائف الصورة

المبحث الرابع: أنواع الصورة.

المطلب الأول: الصورة البصرية، والصورة الذهنية.

المطلب الثاني: الصورة: المتحركة، الثابتة، والتشكيلية.

المطلب الثالث: صور الخيال، وصور الواقع الافتراضي.

المطلب الرابع: الصورة الرقمية، والصورة الفوتوغرافية.

تمهيد:

إذا جاز لنا وصف عصرنا الذي نعيش فيه، فهو باتفاق الآراء أننا نعيش عصر الصورة، فالإنسان الآن يعيش في عالم وسائطه الصور بطريقة لم يشهدها التاريخ البشري من قبل، حيث أصبحنا مجتمعاً سورياً، مجتمع هيمنت عليه الصورة وسادت لتكون إحدى أهم الأدوات المعرفية والثقافية والاقتصادية، والاتصالية، ويتضح ذلك جلياً ونحن نتلقى ونبنى مدركاتنا على أعداد لا تحصى من الصور البصرية والذهنية، مكونة بذلك وعاء شاملاً لثقافة الإنسان وحضارته.

ولم يعد فهم العالم من حولنا قائم على قراءة الكلمات بل على قراءة الصور، إذ لا يمكن الآن تصور الحياة المعاصرة من دون صور، فقد أصبحت الصورة ظاهرة دائمة في الحياة المعاصرة فهي تشغل كل جزء من حياتنا، فقد أصبح لكل شيء صورة، فملئت عيوننا بالصور البصرية، حيث الصورة حاضرة في الجرائد والصحف والمجلات والكتب، والملابس وشاشات التلفزيون والكمبيوتر والإنترنت والتليفونات المحمولة، ولوحات الإعلانات، وكذا في الشارع وفي البيت والمدارس،... وغيرها.

والصورة ليست وليدة اليوم، فهي قديمة قدم الإنسان، إذ تعتبر الصورة من أقدم وسائل الاتصال التي عرفها الجنس البشري في عصوره المختلفة، إلا أنّ أهميتها وهيمنتها ازدادت بشكل كبير في العصر الحديث، فقد منح التطور الكبير في عالم التكنولوجيا ووسائل الاتصال، وفي ظل ثورة المعلومات والقفزات التكنولوجية المتلاحقة، منح الصورة فرصة للانتشار والصدارة، فأصبح الإنسان المعاصر يعيش في غابة من الصور، وغدت الصورة لغة جديدة تغلو كل اللغات البشرية، فأسقطت بذلك عامل السن والجنس والثقافة، فهي قابلة للإدراك والقراءة من كل الفئات العمرية، ومن مختلف الأجناس البشرية، فأصبح العمل الإعلامي -الجديد خاصة- يعتمد بشكل أساسي على الصورة كوسيلة توصيل وتواصل بين البشر، وقوة كبيرة في التأثير على الرأي العام.

ورغم تعدد وسائل الاتصال وتنوعها، تبقى الصورة ذات تأثير معترف به في عدد كبير من المجتمعات في العالم، وتستخدم لأغراض متعددة، سياسية، اقتصادية، ثقافية، واجتماعية،... بل لم يعد العالم المعاصر اليوم يعيش مجتمع الصورة فحسب، بل عمق وظيفة الصورة ومنحها درجة اللغة والثقافة المتميزة عن اللغة والثقافة الأبجدية التي ألفناها وتعلمنا بواسطتها، وهما هي ظاهرة العولمة التي يشهدها العالم المعاصر ترفع قوة الصورة إلى أداة العصر وفي كل الميادين: البحث العلمي، الأخبار، الاتصال، الحروب العسكرية، التعليم، الإشهار، العلاقات العامة،...

وكون أن الصورة تحمل هذا القدر الكبير من الأهمية والفعالية، في هذا الفصل من الدراسة، سنحاول الحديث عن الصورة، من خلال عرض مفهومها، وتطورها التاريخي، وإبراز أهميتها وتأثيراتها.

المبحث الأول: تعريف الصورة:

منذ أن التقطت أول صورة فوتوغرافية خلال القرن الثامن عشر وصولاً إلى أول التجارب لإرسال الصور عن بعد في منتصف القرن التاسع عشر الميلادي، وحتى يومنا هذا برزت نماذج عديدة لمفهوم الصورة، إلى أن وصلت إلى ما هي عليه اليوم من درجة بالغة التقدم مقارنة بما كانت عليه بالقرون الماضية، إذ أن مفهومها قد تطور مع تطور أشكال العلاقات الإنسانية.⁽¹⁾

وعند محاولة البحث عن مفهوم الصورة، نجد أنفسنا أمام جملة من المفردات التي تدل على المفهوم العام للصورة: الصورة الثابتة (الفوتوغرافية)، اللوحة الزيتية، الصورة المتحركة (التلفزيون، والسينما)، الصورة الشعرية، الصورة الرقمية، الصورة الذهنية، والصورة الخطية (الرسم)⁽²⁾. ومن جهة أخرى يكون من العسير أن نضع تعريفاً شاملاً لكل استعمالات "الصورة" نظراً لتعدد التفسيرات المقدمة لها، واستثمار خصائصها المتعددة في مختلف المجالات المعرفية، فالصورة " هي مصنوع مشترك بين علم النفس المعرفي، والفلسفة، والمنطق، وعلم اجتماع المعرفة، وأنتروبولوجيا الثقافة، والنقد الأدبي، وعديد من العلوم الإنسانية والاجتماعية... فالإنسان يعيش في عالم من الصور تحدد رؤيته للعالم وطبيعة علاقاته الاجتماعية، وإنّ الحوار الذي يتم بين طرفين إنما يتم بين صورة كل طرف في ذهن الآخر"⁽³⁾.

وقبل التطرق لتعريف الصورة لابد أن نميز بين الصورة كعمل فني بحت، والصورة كأحدى قنوات الاتصال. فالفنان عادة " المصور " قد لا يهتم برد فعل القارئ، والذي يتراوح بين الإعجاب والسخط، بينما المصور القائم بالاتصال لابد أن يكون متأكد من أن كل قارئ سوف يحصل على المعلومات نفسها التي يحصل عليها القراء الآخرون. فالاتصال يجب أن يكون دقيقاً، وإلاّ يتعرض للتفسير والتأويل من كل عقل مثلق⁽⁴⁾. وبسبب هذا التعدد في استخدام الصورة في حقول معرفية مختلفة، تعددت المفاهيم المقدمة له، إذ تعطي بعض القواميس نحو عشرة تعريفات لكلمة صورة.

المطلب الأول: مفهوم الصورة لغة:

1. ورد في لسان العرب " لابن منظور" في تعريف الصورة: " الصورة في الشكل، والجمع صور، فقد صورته فتصور، وتصورت الشيء، توهمت صورته فتصور لي، والتصاویر التماثيل،... قال

(1) - فضيل دليو، الاتصال: مفاهيمه، نظرياته، وسائله (دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003)، ص 149.

(2) - نصر الدين العياضي، الصورة في وسائل الإعلام العربية: بين البصر والبصيرة، الإذاعات العربية، مجلة فصلية يصدرها اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد 1، تونس 2006، ص 75.

(3) - محمد جواد مغنية، مذاهب فلسفية وقاموس مصطلحات، (دار ومكتبة الهلال، دار الجواد، بيروت، 2006)، ص 18.

(4) - أشرف صالح، إخراج الصحف العربية الصادرة بالإنجليزية (دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 1988)، ص 24.

- ابن الأثير: الصورة ترد في لسان العرب (لغتهم) على ظاهرها، وعلى معنى حقيقة الشيء وهيئته، وعلى معنى صفته، يقال صورة الفعل كذا وكذا أي هيئته، وصورة كذا وكذا أي صفته" (1)
2. وورد في معجم مقاييس اللغة " لابن فارس " عن التحديد القاموسي " لابن منظور " حيث يقول: "من ذلك الصورة، صورة كل مخلوق والجمع صورٌ وهي هيئة خلقته، والله تعالى البارئ المصور، ويقال رجلٌ صير إذا كان جميل الصورة " (2)
3. ويقال صوره أي جعل له صورة مجسمة، وصور الشيء أو الشخص رسمه على الورق أو الحائط ونحوهما بالقلم أو الفرجون أو بآلة التصوير، وصور الأمر وصفه وصفا يكشف جزئياته، تصور وتكونت له صورة وشكل. (3)
4. وضَّح المنجد في اللغة الصورة بـ:
- صور الشيء: قطعه وفصله.
 - صورة: جعل له صورا وشكلاً ورسمه ونقشه.
 - تصور الشيء: توهم صورته وتخيَّله.
 - صورة الأمر: صفته.
 - ويقال صورة العقل كذا: أي هيئته. (4)
5. وجاء في لسان العرب " هو الذي صور جميع الموجودات ورتبها وأعطى كل شيء منها صورة خاصة وهيئة مفردة يمتاز بها على اختلافها وكثرتها" (5)
6. تستعمل كلمة "صورة" بمعنى: "النوع والصفة" ومنه قولنا: رأيت رجلاً في أحسن صورة. كما تستعمل " الصورة" بمعنى "الشكل"، ومنه يقول تعالى: " فِي أَيِّ صُورَةٍ مَّا شَاءَ رَكَّبَكَ" (6).
7. ونجد أنّ "الصورة" هي: " التمثال وجمعها "صور" مثل غرفة وغُرْف، وتصورت الشيء منلّتُ (صورته) هو، وقد تطلق (الصورة) ويراد بها الصفة كقولهم (صورة) الأمر كذا، أي صفته،

(1) - ابن منظور، لسان العرب، ط1 (دار صادر، بيروت، 1990)، ج4، ص473. المادة "صور"

(2) - أبي الحسين أحمد بن فارس، معجم مقاييس اللغة، تحقيق عبد السلام محمد هارون، (دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، 1979)، ج3، ص320. المادة "صور"

(3) - إبراهيم أنيس وآخرون، المعجم الوسيط، ج1، ص548.

(4) - المنجد في اللغة، ط2 (دار المشرق، بيروت، 1957)، ص440.

(5) - ابن منظور، مرجع سبق ذكره، ص 473.

(6) - سورة الانفطار، الآية: 08.

- وصورة المسألة كذا أي صفتها...⁽¹⁾. وفي قاموس المصطلحات اللغوية والأدبية، نجد مفهوم الصورة هي: "خيال الشيء في الذهن والعقل، وصورة الشيء، ماهيته المجردة"⁽²⁾.
8. كما أثبتت بعض الدراسات أنّ مفهوم الصورة يتضمن مفهوماً آخر، وهو الأيديولوجيا، فنجد "ميتشل Mitchel" يقر بالعلاقة التي تربط كلمة أيديولوجيا من الوجهة التاريخية بمفهوم الصورة والتفكير بالصورة، فقد جاءت كلمة أيديولوجيا (Ideology)، كما قال، من كلمة فكرة (Idea) التي جاءت من الفعل يرى (To see) في اللغة الإغريقية، وهو فعل كثيرا ما كان يتم ربطه بالفكرة العامة حول الصنم (Eidolon) أو الصورة المرئية (Visible image) والتي تعد فكرة جوهرية في البصريات ونظريات الإدراك.⁽³⁾
9. وفي المرجعية الغربية، كلمة "image" (صورة)، مشتقة من الكلمة اللاتينية "imago" التي تعني، قناع الموتى الذي كانوا يلبسونه في الجنائز خلال العصر الروماني.⁽⁴⁾

المطلب الثاني: مفهوم الصورة اصطلاحاً:

1. تعرف "الصورة" على أنها علامة تماثلية غير لغوية يتطابق فيها الدال والمدلول إلى حد كبير⁽⁵⁾ كما يشار إلى الصورة أنها ليست إلاّ تعبيراً بصرياً وإبداعياً يسلك سبل التخيل وترجمة الأفكار بمعانٍ مستمدة من البيئة الثقافية التي يتحرك فيها خطاب الصورة، وذلك من خلال مستويين الأول إخباري: وهو مستوى الاتصال بين المرسل والمستقبل، والثاني رمزي: وهو مستوى الدلالة والمعنى الواضح أو الإيحائي للصورة.⁽⁶⁾
2. تمتد كلمة "Imago" بجذورها إلى الكلمة اليونانية القديمة أيقونة "Icon" والتي تشير إلى التشابه والمحاكاة، أو ما ينتمي إلى حقل التمثيل، La représentation.⁽⁷⁾ ويغطي مصطلح الصورة "Image" مجمل الأعمال البيانية والرسمية والفوتوغرافية والسينماتوغرافية والتلفزيونية وغيرها.

-
- (1)- أحمد بن محمد بن علي الفيومي المقرئ، المصباح المنير، (المكتبة المصرية، صيدا، بيروت)، 1996، ص182.
- (2)- إميل يعقوب وآخرون، قاموس المصطلحات اللغوية والأدبية، ط1، (مؤسسة القاهرة للتأليف والترجمة والنشر، بيروت، 1987)، ص247.
- (3)- بدرة كعسيس، سيمائية الصورة في تعليم اللغة العربية (مذكرة ماجستير غير منشورة)، كلية الآداب والعلوم الاجتماعية، قسم اللغة العربية وآدابها، جامعة فرحات عباس (سطيف)، 2009، ص55.
- (4)- مارتين جولي، ترجمة علي أسعد، مدخل إلى تحليل الصورة (دار النبايع للطباعة والنشر، دمشق، 2011)، ص17.
- (5)- عباس فاضل، الصورة في وكالات الأنباء العالمية بين الاستمالية والإفناء، ط1 (دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012)، ص18.
- (6)- مؤيد عبد الجبار الحديثي، العولمة الإعلامية والأمن القومي العربي، (الأهلية للنشر والتوزيع، الأردن، 2002) ص241.
- (7)- عبد الحميد شاكر، عصر الصورة السلبية والإيجابيات (عالم المعرفة، الكويت، 2005)، ص09.

3. إنّ الصورة شيء ذو طبيعة تكمن في التشابه مع شيء آخر، والتي نطلق عليها تسمية "تمودجه" أو "أصله"⁽¹⁾، بمعنى أن الصورة تذكرنا بالشيء المصور، وتجعله حاضرا دون أن تعوضه أو تحل محله. والافتتان بالصورة وقدرتها الإغرائية ينبع من علاقة الصورة بالشيء المصور والتي لا يمكن اختصارها في الشبه، بل يمكن حصرها في التمثيل أو التصور، بمعنى أن الصورة تمثل الشيء المصور⁽²⁾. وفي نفس السياق يعرف " روبير دوانو Robert Doisneau (مصور فرنسي): الصورة بأنها إعادة إنتاج طبق الأصل، أو تمثل مشابه لكائن أو شيء، ويحيل أصل المصطلح الاشتقاقي على فكرة النسخ والمشابهة والتمثيل والمحاكاة، ذلك أن الفعل اللاتيني (Imitar) يعني، " إعادة الإنتاج بواسطة المحاكاة"⁽³⁾.
4. الصورة: تمثيل وتشخيص لشيء ما أو لكائن ما بالرسم أو النحت أو بالتصوير الضوئي⁽⁴⁾.
5. يمكن الإشارة إلى الاختلاف في مفهوم الصورة، وكان الاختلاف على أنواع الصور لأنها تزداد مع زيادة المعرفة والتقدم البشري، ومن أبرز تلك الأنواع:

- ✓ الصورة البصرية المعتادة.
- ✓ الصورة الذهنية المتخيلة في حالة اليقظة.
- ✓ الصورة في الأحلام في حالة النوم.
- ✓ الصورة القولية بدلالاتها المجازية.
- ✓ الصورة في العلامة الأيقونية والتي تمثل رموز الموضوع.
- ✓ الصورة المرئية (الثابتة، المتحركة، المشهدية) في كل وسائل الإعلام.
- ✓ الصورة في الواقع الافتراضي.
- ✓ الصورة في الفنون الجميلة والتشكيلية والتطبيقية.
- ✓ الصور الفوتوغرافية والتي تمثل ناتجا لواقع منظور عبر عدسة مرئية⁽⁵⁾.

تتزامن هذه المفردات لا يدل على تعدد أشكال نقل الصورة وتجسيدياتها المختلفة بقدر ما يؤكد شيئا أساسيا، وهو أننا لا يمكن بأي حال من الأحوال أن نستغني عن الصور. فعندما نفكر فنحن نستعمل

(1)-Louis Chamming's, **Y'a-t-il une vérité dans l'image ?** Séminaire organisé par l'INA, Alger, Janvier 1994.p50.

(2)-Louis Chamming's,Idem.

(3)- محمد العماري، **الصورة واللغة - مقارنة سيميوطيقية-**، مجلة فكر ونقد(المغرب)، العدد 13، 1998، ص21.

(4)- Petit Larousse, imprimé en France, Les Presses des imprimeries Herissey reddy et aurey, Mai, 1986, p30.

(5)- سعيد الغريب النجار، **تكنولوجيا الصحافة في عصر التقنية الرقمية**، ط2(الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2009) ص21.

صوراً ذهنية، ولا يمكن القيام بعملية التفكير بدون هذه الصورة، لأنها هي التي تدفعنا للتعبير عما هو غير موجود بشكل عيني، فالصورة هي العالم المتوسط بين الواقع والفكر، وبين الحس والعقل⁽¹⁾.

ويرى محمد الغامدي، أن الصورة هي: "مادة اتصال تقيم العلاقة بين المرسل والمتلقي، بحيث المرسل للصورة لا يقترح رؤية محايدة للأشياء، كما أن المتلقي يفسرها انطلاقاً من التجربة الجمالية الخاصة والخيال الاجتماعي"⁽²⁾ لهذا، فإن الصورة لا تخاطب حاسة البصر فقط، بل تحرك حواسه، أحاسيسه، عواطفه، ميراثه العاطفي الذاتي والاجتماعي.

ويرى السيد ياسين (أحد مؤسسي مركز الأهرام للدراسات الإستراتيجية): أن الصورة "انطباعات ثابتة لا تؤثر فيه الأحداث المتغيرة، وهي ذات محتوى غاية في البساطة، إذ لا تحتوي إلا على العناصر المتميزة للموضوع، وهي تعد أحد شروط تكوين المعتقدات والاتجاهات..."⁽³⁾

وحول الفرق بين لفظة "Image" ولفظة "Picture" يرى "أحمد عبيد" أن اللفظتين عادة ما يتم استخدامها بشكل تبادلي، وإن كانت لفظة "Image" هي الأكثر استخداماً بشكل عندما يتعلق الأمر بالصور غير المرئية (الصور الذهنية، الصورة المتخيلة)، أما "Picture" فتستخدم للتعبير عن شيء مرئي.⁽⁴⁾ أما "Photo" هي الصورة المأخوذة عبر آلة التصوير، وعادة تكون صورة حقيقية معبرة عن الواقع، و "Photo" هي "Image" لكن "Image" ليس بالضرورة تكون "Photo".

« La Photo, elle, doit être impérativement prise par un appareil photo, et le plus souvent représentative de la vie réelle. La photo est donc une image, alors que l'image ne peut pas forcément être une photo »⁽⁵⁾

وفي الأخير يمكن أن نشير بأن تعريف "الصورة" **"image"** لاقى انتشاراً واستعمالاً واسعاً من قبل المهتمين والدارسين في هذا المجال، كما أن استعمال مفردة "صورة" ارتبط بدلالات كثيرة تفنقر إلى رابط فيما بينها، إلى درجة أنه بات من الصعب أن نعطي للصورة تعريفاً مبسطاً يشمل مجمل استعمالاتها. وبالفعل ما الشيء المشترك بين رسوم الأطفال، والفيلم السينمائي، والرسم الجداري، واللوحة الزيتية، والملصقات، والصور الذهنية...

(1)- حسن حنفي، عالم الأشياء أم عالم الصور، مجلة النقد الأدبي، العدد 62، ربيع وصيف 2003، ص50.

(2)- محمد الغامدي، في الصورة الرمزية، مجلة التربية والبحوث للعلوم التربوية والنفسية والاجتماعية، كلية التربية جامعة الأزهر، العدد 54، سنة 1996، ص38.

(3)- إبراهيم محمد صافي، فن التصوير الصحفي، ط1، (دار أسامة للنشر، عمان (الأردن)، 2016)، ص14.

(4)- أحمد عبيد، مرجع سبق ذكره، ص18.

(5) - Mouâd Benzahra, quelle est la différence entre une image et une photo, <https://reddjreda.wordpress.com>, Date de vue, 14/ 05/ 2017.

المطلب الثالث: أبعاد الصورة:

للوصول إلى الأبعاد التي تتضمنها الصورة يمكن أن نجاري الباحثة فرنسواز سبلت (Francoise Sublet) في المحددات الثلاثة التي وضعتها لفهم الصورة.⁽¹⁾

I. الصورة تتكون من جملة اللغات المتفاعلة: تتشكل الصورة المرئية من تمفصل المدونات المختلفة (الشكل، الألوان، والتأطير)، والصورة يمكن أن تكون صامتة أو مسموعة، وتملك مدوناتها (الكثافة، الإيقاع، السكنات). "والمدونة هي سجل من العلامات Signes تخضع لقوانين ترابطية". والمدونة التي تشدد على البعد الاتصالي في الصورة تشبك جملة من المعطيات المادية والرمزية التي تجسدها مكونات الصورة وما تتضمنه من خطاب، مفاهيم، مؤسسات، علاقات اجتماعية، وبهذا تظهر الصورة أكثر تعقيدا في توظيفها لعدة لغات بشكل مكثف، لإنتاج المعنى الذي سنشير إليه في المحدد الثالث.

II. علاقة الصورة بالواقع: تكمن خصوصية الصورة في كونها تقيم علاقة مع الواقع أو العالم الواقعي أو التصوّر، سواء كانت هذه العلاقة ذات طبيعة تماثلية أو رمزية. وخطورة الصورة لا تكمن في التعبير عما هو عيني ومائل أمام النظر، بل في إعطائه وجودا على الصعيد الرمزي، ويصبح هذا الوجود الثاني بديلا لأول، بل يتحكم فيه، بهذا القدر أو ذاك، وهذا ما تسعى الوصول إليه الإعلانات حيث تجعل علاقة الزبون بالمواد الاستهلاكية تخضع لتماثلاتها في العالم الرمزي، فالزبون لا يشتري هذه الماركة من اللباس أو الأكل أو المرهم لتسريح الشعر، بل نقوم بتعويض ما ينقصه للسمو والوصول إلى الصورة التي يروجها الإعلان، أو الرمز الذي يخزن جملة من القيم والسلوكيات.

III. إنتاج المعنى: تقوم الصورة على مشاركة المتلقي وعلى إسهامه في إعطائها معنى، أي تأويلها. وللوصول إلى ذلك يستخدم المتلقي جملة من الكفاءات: الرؤية، الإدراك، المعرفة، الفهم، والبعد الذاتي الشخصي الذي لا يمكن أن يلغي التأويل الجماعي للصورة. فهذه الكفاءات لا يمكن أن تستغني عن البعد اللساني، فكلما ازدادت كفاءتنا اللسانية استطعنا أن نقرب أكثر من معاني الصورة. فغياب كل عملية تأويل للصورة الفوتوغرافية أو السينمائية أو التلفزيونية نتيجة للقصور في امتلاك هذه المكونات أو بعضها، يؤدي إلى إحدى الحالتين:

1. عدم فهم الصورة، أو فهمها بشكل سطحي أو مبتور، بمعنى الاكتفاء بـ"حرفية" الصورة وبمستواها التعييني فقط الذي لا يشمل كل ما تريد أن تبوح به الصورة
2. الانغلاق الذهني الناجم عن عجز الذات الرائية على طرح السؤال المتعلق برسالة الصورة، وبالتالي الاستسلام ببسر إلى الأحكام المسبقة والصورة النمطية التي تغتال التفكير.

(1)- Francoise Sublet, Enseigner l'image, Conférence de CLEMI, 1998.

المبحث الثاني: نشأة الصورة وتطورها:

كانت الصورة أول شيء وظّفها الإنسان البدائي للتعبير عن نفسه وعن أفكاره وتخليد حضارته ونمط عيشه، فقد عرف الإنسان الصورة قبل أن يعرف الكتابة، وبعدها فكّر الإنسان أن يخلّد حياته بأكثر وضوح، ففكّر في الصورة وطريقة إنتاجها، إلى أن وصل إلى اختراع آلة التصوير، ولم يقف عند هذا الحد، بل فكر في طريقة تطويرها، واهتدى به الأمر إلى اختراع آلات تصوير تتميز بالدقة في التصوير، والجودة في الصورة، مع صغر حجمها وسهولة استعمالها، واستمر تفكير الإنسان في تطوير الصورة والتصوير إلى أن وصل إلى اختراع آلات تصوير تتميز بالإضافة إلى الدقة والجودة، وسهولة الاستعمال، تميزت أيضا بكثرة عدد الصور التي تلتقطها وسرعة التقاطها. ومازال هذا التطور في مجال الصورة والتصوير متواصلا، حيث مازال الإنسان يعرف في كل لحظة ظهور نوع جديد من آلات التصوير، أحسن وأجود من سابقتها. في هذا المبحث سنستعرض أهم الفترات التاريخية لتطور الصورة والتصوير، مع الإشارة إلى مساهمة العرب والمسلمين في هذا التطور، كما سنبين نظرة الديانات السماوية إلى الصورة - وبخصوص الديانة الإسلامية -، وكيفية التعامل معها.

المطلب الأول: تاريخ الصورة والتصوير:

منذ أن بنى الإنسان أولى حضاراته (أي ما بين 75.000 سنة إلى 4000 سنة قبل الميلاد) حاول أن يخلّد آثار أعماله، فاستعان برسم الصور على جدران الكهوف والمعابد، إذ بدأ الإنسان بإمكاناته البسيطة وتبعا لظروف حياته البدائية التعبير عن مكوناته ورغباته الملحة في تعريف الآخرين بمنتجاته العقلية أو اليدوية، وكان ذلك بمثابة تاريخ محفوظ ومكتوب، والسبب أن الصورة والرسوم لغة عالمية يفهما جميع الناس⁽¹⁾. إذ نجح في إيصال رسائله المتنوعة إلى بقية أفراد المجتمع الإنساني عبر التاريخ بواسطة رسومات (رأس طائر، بقر، جواد،...) في الكهوف والقبور واللحود التي تنتمي للعصر الحجري الأول أي قبل حوالي 15000 سنة قبل الميلاد.

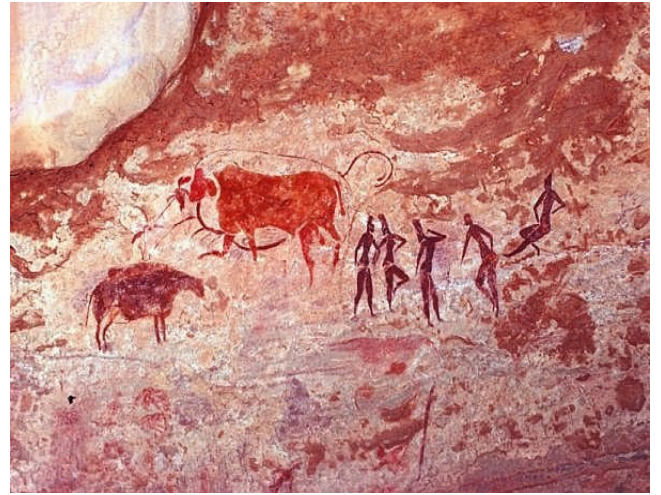
كان الاهتمام حاضرا عبر العصور بمجال الصورة على اختلاف ثقافة الشعوب وأدواتهم في التفكير والتصوير معا، ولا توجد فترة في تاريخ الإنسان خالية من إنتاج الصور أو التفكير في الصور، إذ لم تغب الصورة عن تعبير هذه المجتمعات عن ذاتها، وتركت لنا المجتمعات الإنسانية البدائية الصور المختلفة التي تعبّر عن حياتها محفورة في الصخر أو مصبوغة في التماثيل⁽²⁾. فالرسم والتخطيط وحده يؤكد ولادة الإنسان حوالي 35000 سنة قبل الميلاد، أي في نهاية العصر الحجري الحديث⁽³⁾.

(1)- شريف درويش، تكنولوجيا النشر الصحفي (الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2001)، ص 61.

(2)- ليلي شرف، ثقافة الصورة (دار مجدلوي للنشر والتوزيع، الأردن، 2008)، ص ص، 7، 8.

(3)- ريجيس دوبري، حياة الصورة وموتها، ترجمة: فريد زاهي، ط2، (أفريقيا الشرق، المغرب، 2013)، ص 92.

لقد ترك الإنسان في كل مكان من العالم آثارا لمملكاته التخيلية بشكل رسوم على الصخور منذ أقدم مراحل العصر الحجري وحتى العصر الحديث⁽¹⁾ هذه الرسوم كانت مخصصة لنقل مراسلات شكّل عدد منها ما نطلق عليه اسم " تباشير الكتابة" إذ كانت تستخدم طرقًا في الوصف والتمثيل، لا تتضمن إلاّ رسمًا تخطيطيًا يمثل أشياء واقعية، فهي إما مرسومة "éetrogrammes" وإما محفورة أو منحوتة في الصخر "pétroglyphes" هذه الأشكال تمثل الوسائل الأولى للتواصل البشري، ولمّا كانت تحاكي الأشخاص والأشياء في العالم الواقعي من خلال الرسم التخطيطي البصري، فإنّها تعدّ بمنزلة صور⁽²⁾. وقد أثبتت " الأركيولوجيا Archéologie " حقيقة أن الرسم هو علامة مميزة للإنسان، فالإنسان سليل العلامة، بيد أن العلامة تنحدر من الرسم والتخطيط.



صورة رقم(01): رسوم الإنسان البدائي على الصخور

كانت الصور هي أول شيء لجأ إليه الإنسان البدائي للتعبير عن نفسه وعن أفكاره، بدليل أن الحروف الهجائية في اللغة الإنسانية الأولى اتخذت شكل صور الأشياء والطيور والحيوانات المحيطة بالإنسان الأول، مثلما حدث في اللغة الهيروغليفية Hiéroglyphes وغيرها من لغات الشرق القديم⁽³⁾. كما كانت الصورة الوسيلة الأولى المعتمدة للتواصل، وكذا الوسيلة الأولى المعتمدة في إرسال ونقل المعلومات. " فالفعل التصويري أقدم من الحرف المخطوط بعشرات الآلاف السنين"⁽⁴⁾ وأشار"طوماس مونرو Thomas Monroe " إلى أن مبادئ الكتابة قد نشأت في مرحلة العصر الحجري الحديث للحياة القروية، وذلك في صورة رموز تصويرية إيديوجرافية بسيطة كانت

(1)-Ignace Jay Gelb. **Pour une théorie de L'écriture**, Flammarion idées et recherches (Paris), Volume 53, Numéro 04 , 1973, p1300.

(2)- مارتين جولي، ترجمة علي أسعد، مرجع سبق ذكره، ص16.

(3)- محمود علم الدين، **الصورة الصحفية دراسة فنية**(العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1989)، ص17.

(4)-ريجيس دوبري، مرجع سابق الذكر، ص92.

تخدش أو ترسم على الجص أو الفخار وربما كان لهذه الرموز معان سحرية فضلا عن أنها كانت تزخرف الجدران وتميزها⁽¹⁾.

فقد ظلت مكانة الصورة محفوظة على مر العصور وتعاقب الحضارات، وقد كانت الحضارة الفرعونية واحدة من أهم الحضارات التي اعتمدت ثقافتها على الصورة " ذلك أنها أخذت مكانها في زمن لم يكن مؤسسوا هذه الحضارة يتقنون القراءة والكتابة، حيث استطاع الفرعوني عن طريق وعيه بالموت أن يرسم لنفسه صورة تجعله خالدا في عين إنسان المستقبل، ولعل سر خلود هذه الحضارة يكمن في تمكنها واستيعابها لمدى قيمة السلطة الرمزية وبالتالي سلطة الصورة التي كانت فعالة في صنع متاحف استطاعت حضارة اليوم أن تصنع منها متاحفها الخاصة، ليصبح (الميت من يعطي للحي قيمته)⁽²⁾.

ثم إن الحضارة الإغريقية في جذورها حضارة بصرية " تلك الثقافة المشمشة العاشقة للحياة وللرؤية إلى حد عدم التفريق بينهما، فالحياة بالنسبة للإغريقي القديم ليست كما لدينا، مرتبطة بالتنفس وإنما بالرؤية، والموت وفقدان البصر، نحن الفرنسيون نقول عن الميت لفظ أنفاسه الأخيرة، أما الإغريق فيقولون، " أطلق نظرتَه الأخيرة "⁽³⁾.

ونظرا لفاعليتها وتأثيرها على الأفراد دون استثناء " لم تعرف الصورة الحرية في بيزنطة، فقد كان لها من السلطة ما يصعب معه تركها بين أيدي أي غريب... لقد كانت الصورة الملونة أفضل من النص، إذ كانت تترك الرعاع والقرويين فاغري الفاه، كما أن الرفض اللاهوتي كان أيضا عبارة عن تمرد للإكليروس المدني على الإكليروس النظامي الذي يملك لوحده حق استعمال الصورة المباحة، ولم تتساهل المؤسسة الإكليرية إلا بصعوبة في حقها في مراقبة الصورة وتسنين وضبط العمل الأيقوني... إن التحكم في ورشات التصوير كان يعني بالنسبة للأمبراطورية كما في ما بعد بالنسبة للسلطات المدنية الأولى في الغرب التحكم في أحد الدعامات الحاسمة للهيمنة "⁽⁴⁾.

أما الحضارة الرومانية فقد كان لها اهتمام كبير بالصورة، فاقت بذلك الحضارة الإغريقية، فكانت أكثر تقبلا للصور وللابتكار والتمثيل من الذهنية الإغريقية، " فاللاتيني أقل ميتافيزيقية من أخيه الأكبر، ومن ثمة أكبر فنية، لقد كان المظهر يعذبه أقل لأن اهتمامه بالحقيقة كان أقل، فهذا الشخص الواقعي كان يثق بما يبدو له واقعيًا، ولم يكن يبحث عن ضحية مثل معلمه وسلفه الأثيني، وليس من

(1) - توماس منرو، تاريخ تطور الفنون، ترجمة: جاويد (الهيئة المصرية للكتاب، القاهرة، 1973)، ص 23.

(2) - بدرة كعسيس، سيمائية الصورة في تعليم اللغة العربية (مذكرة ماجستير غير منشورة)، كلية الآداب والعلوم الاجتماعية،

قسم اللغة العربية وآدابها، جامعة فرحات عباس (سطيف)، 2009، ص 10.

(3) - المرجع نفسه، ص 11.

(4) - ريجيس دوبري، مرجع سابق الذكر، ص ص، 77، 78.

باب الصدفة أن الشهادات عن التشكيل الروماني كانت أكثر غزارة، فإلى حدود 1968 لم تكن تتوفر على أي جدارية إغريقية ذات شأن.⁽¹⁾ ثم إن العصر الوسيط كان " حضارة للصورة " أكثر من عصرنا البصري، فجاء العصر الكلاسيكي ليغفله بصفحات داكنة، لقد كان المصور الوسيط ينجح الحجر أو الخشب، وكان الفنان يشتغل عادة على القماش المثبت على إطار خشبي، أما البصري فإنه يُصنع بدون لمس أي بواسطة الإلكترونيات".⁽²⁾

مع ظهور الكتابة التي حملت على عاتقها معظم التواصل النفعي، خفّ حمل الصورة التي أصبحت من ثمة مهياة للقيام بالوظائف التعبيرية والتمثيلية، ومنفتحة على المشابهة، لنلخص ولو بإيجاف: الصورة أمّ العلامة، بيد أن ولادة العلامة مكنت الصورة من أن تعيش حياة الرشد بالكامل، منفصلة عن الكلام ومتخفة من أعبائها المتبذلة المتمثلة في التواصل... كل شيء يبدو إذن كما لو أن تجريدية الرمز المكتوب قد حررت الوظيفة التشكيلية للصورة، من حيث هي وظيفة تنافسية ومكاملة للأداة اللغوية... أما التدليل بالتضاد فتقدمه لنا وضعية الصورة في الحضارات الشفوية، فالصورة كانت فيها تشغل وظيفة العلامات،... وتشهد على ذلك الثقافة ما قبل الكولمبية للمكسيك التي كانت تقريبا محرومة من الكتابة، والتي كانت تتواصل عبر الصورة، وتشهد على ذلك أيضا المنحوتات الزنجية والأفيانوسية الأكثر زخرفية.⁽³⁾

وبخصوص التصوير الضوئي فقد بدأت إرهاباته عندما لاحظ الفيلسوف الإغريقي القديم (أرسطو)، أن الضوء المار من خلال ثقب صغير في حائط الغرفة يكون خيالا مقلوبا لشكل ما⁽⁴⁾. ولكن لم تستغل هذه المعلومة الضوئية لتصميم آلة التصوير حتى عام 1500م، حين ظهرت في إيطاليا أول آلة تصوير بسيطة، أطلق عليها آلة تصوير الحجرة المظلمة⁽⁵⁾. ويرجع الفضل في اختراع آلة التصوير إلى "جان بابتستابورتا، Jean Baptistaport " الذي أجرى عدة أبحاث هامة سنة 1553م في فن التصوير الفوتوغرافي⁽⁶⁾.

وتتكون آلة التصوير هذه من صندوق ضخم له فتحة دقيقة في أحد الجوانب، تسمح بدخول الضوء ليسقط على الجانب الآخر من الصندوق، مكونا خيالا مقلوبا للمنظر بالخارج، لقد كانت آلة الحجرة المظلمة كبيرة بالقدر الكافي ليدخل فيها شخص⁽⁷⁾، لذلك استغلت من قبل الفنانين كوسيلة مساعدة لعمل

(1)- ريجيس دوبري، مرجع سابق الذكر، ص 146.

(2)- المرجع نفسه، ص 146.

(3)- المرجع نفسه، ص 176.

(4)- سعيد الغريب النجار، التصوير الصحفي: الفيلمي والرقمي (الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003)، ص 25.

(5)- المرجع نفسه، ص 25.

(6)- إبراهيم إمام، فن الإخراج الصحفي، (مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1977)، ص 333.

(7)- سعيد الغريب النجار، مرجع سبق ذكره، ص 25.

تخطيط أولي للمنظر الخارجي، حيث كانوا يقومون برسم الخطوط الأساسية للخيال المتكون داخل الصندوق، ثم يكملون الصورة خارجها بتلوينها. وقد كانت آلة الحجرة المظلمة يمكنها فقط إسقاط خيالات على شاشة أو قطعة ورقية، وبعدها فكّر العلماء في طريقة تجعل هذه الخيالات دائمة⁽¹⁾. وفي عام 1573 أدخل جوهان زاهن "Johann Zahn" (1641-1707) تعديلات جوهرية على آلة التصوير، من بينها:

1. تصغير حجم آلة التصوير، أي أنّه صنع صندوقاً محكم الغلق بعد أن كانت لا تتعدى كونها غرفة أو خيمة متحركة.
2. استخدام مجموعة من العدسات وتثبيتها في أسطوانة نحاسية لتحل محل عدسات النظارات التي كانت تستخدم.
3. استخدام الزجاج المصنفر (النصف الشفاف) لاستقبال الصور المرئية بدلاً من الورق المطلي بالزيت⁽²⁾.

وظلت هذه التحسينات حتى القرن التاسع عشر، حيث بدأ التطور الحقيقي السريع في التصوير الضوئي، كما نشير بأن الصورة في القرنين السابع عشر والثامن عشر الميلاديين، لم تكن بالشكل الذي نراه اليوم، بل كانت عبارة عن صورة تظهر على سطح ورقة مطلية بمواد حساسة للضوء وسرعان ما تصبح سوداء بعد إخراجها من آلة التصوير، أي ليس لديها القدرة على البقاء⁽³⁾. ويعتبر العالم الفرنسي "جوزيف نيبس" (*) Joseph Niepce (1765، 1833)، صاحب الفضل الأول في التصوير الضوئي الحديث، إذ كان أول من تمكن من عمل صورة لها صفة الدوام والبقاء، مسجلة على خامات حساسة للضوء وذلك بمعاملات كيميائية جعلتها قابلة للبقاء دون تلف، وقد استمرت تجاربه طوال الفترة من عام 1829 إلى 1833⁽⁴⁾. وبذلك كان أول من قدم للعالم صورة فوتوغرافية التقطها من نافذة غرفته للشارع، وقد عرّض صفيحة معدنية حساسة للضوء، واستغرق تعريضها ثماني ساعات كاملة، مما أتاح للشمس أن تتحرك من الشرق للغرب وتضيء أرجاء المنظر، الذي تم تصويره من جهتين⁽⁵⁾ والجدير بالذكر أن في تلك الفترة الصور لم يكن من الممكن استنساخها أو تكبيرها.

(1)- سعيد الغريب النجار، مرجع سبق ذكره، ص 25.

(2)- عبد الجبار محمود علي، التصوير الصحفي (دار المعرفة، بغداد، 1980)، ص 9.

(3)- المرجع نفسه، ص 9.

(*)- جوزيف نيبس (Joseph Nicéphore Niépce) فيزيائي ومخترع فرنسي. يعتبر رائد التصوير الفوتوغرافي، حيث حضر أول صورة فوتوغرافية بتعريض سطح حساس للضوء في آلة تصوير، عام 1826. وقد عمل طويلاً مع لويس داجير وأجريا تحسينات على طريقة إعداد فيلم التصوير.

(4)- عبد الجبار محمود علي، مرجع سابق الذكر، ص 9

(5)- سعيد الغريب النجار، مرجع سبق ذكره، ص 26.



صورة رقم-(02): تبين أول صورة فوتوغرافية التقطها "جوزيف نيبسي" عام 1826.

وفي منتصف القرن الثامن عشر للميلاد وضع العالم الانجليزي "فوكس تالبوت" (*)، "William Henry Fox Talbot" (1800-1877م) أسس الطريقة السالبة والموجبة التي تتيح الحصول على أي عدد من الصور نريده، وكذلك تكبير الصورة حسب رغبتنا⁽¹⁾.



صورة رقم(03): صورة التقطها فوكس تالبوت عام 1853.



صورة رقم(04): الطريقة السالبة والموجبة في التصوير

(*)- مصور فوتوغرافي إنجليزي، قام بدور كبير في تطوير عملية تظهير الصور، كما أنه ابتكر طريقة تشبه الطريقة المتبعة حالياً والقائمة على إنتاج سلبات صغيرة للصورة يمكن استخدامها لإنتاج الصورة المطلوبة، وذلك على خلاف الأسلوب الذي اتبعه جوزيف نيبس، ولويس داجير.

(1)- عبد الجبار محمود علي، مرجع سبق ذكره، ص 12.

وفي عام 1837م، اكتشف الفرنسي " لويس داجير " (*) " Louis Daguerre " (1787م - 1851م) أن مادة " هيبو كبريتات الصوديوم " قادرة على تثبيت الصورة فوق اللوح الحساس، وأدى ذلك الاكتشاف إلى اكتمال عملية التصوير، فالصورة بذلك يمكن إسقاطها على اللوح الحساس للضوء، ثم يتم إظهارها، ثم يتم تثبيتها بشكل دائم لا تختبئ مرة أخرى، وعليه قام "لويس داجير" بطباعة أول صورة بتعريض لم تزد مدته عن ثلاثين دقيقة، وبقيت الصورة لفترة زمنية جيدة، دون أن تتلف أو تتغير ملامحها⁽¹⁾.



صورة رقم(05): أول صورة التقطها لويس داجير أواخر عام 1838.

وفي عام 1878م تمكن الإنجليزي " تشارلز بنت " Tcharls Bennett من اكتشاف قلب موازين المتعارف عليها في التصوير الضوئي، فقد تمكن من استخدام الجيلتين محل الكلودين، وتحقيق سرعة تصوير قياسية لا تتعدى 25/1 من الثانية، مع استخدام الألواح الجديدة جافة تماما وإجراء تظهير الصور في أي وقت يشاء ليس فور التصوير كما في طريقة الكلودين المبلل. ولا زال الجيلتين الحامل الأساسي للأملح الحساسة إلى يومنا هذا، ولعدة سنوات قادمة⁽²⁾.

وفي عام 1888م أحدث الأمريكي "جورج إيستمان" (*) " George Eastman " (1854م - 1932م) تطورا بالغ الحيوية بإنتاج الفيلم مقاس 35-135مم، وقدم آلة التصوير الصندوقية "كوداك

(*) - لويس داجير (Louis Jacques Mandé Daguerre) فنان وكيميائي فرنسي، أبرز أعماله كانت تعاونه مع المخترع جوزيف نيبس على تطوير التصوير الفوتوغرافي. وقد اخترع طريقة قديمة في التصوير الفوتوغرافي عرفت بالداجيروتايب (Daguerreotype). ومن أعماله أيضاً اختراعه "الديوراما" (مشهد ثلاثي الأبعاد)

(1) - سعيد الغريب النجار، مرجع سبق ذكره، ص ص 26، 27.

(2) - محمد نيهان سويلم، التصوير والحياة (عالم المعرفة، الكويت، 1984)، ص 21.

(*) - مُخترع ورجل أعمال أمريكي، مؤسس شركة "إيستمان كوداك Eastman Kodak " إخترع الفيلم الملفوف، مما ساعد على تحقيق شعبية هائلة للتصوير الفوتوغرافي. وقد تم تخصيص منزله الذي لا يزال موجوداً، باسم المتحف الدولي للتصوير والسينما، كمعلم تاريخي قومي.

Kodak "، وقد كانت "كوداك" أول آلة تصوير تصمّم خصيصاً للإنتاج الكمي واستخدام الهواة، حيث كانت خفيفة الوزن ورخيصة الثمن وسهلة التشغيل، كما ألغى نظام " كوداك" حاجة المصورين للقيام بإظهار صورههم بأنفسهم، لأنه استخدم ملفاً من فيلم مغطى بالجيلاتين يمكن أن يسجل عليه 100 صورة ملفوفة، وبعد استخدام الملف بكامله ترسل آلة التصوير وبداخلها الفيلم إلى أحد محال تطهير الأفلام وعمل الصور، ثم تعاد مزودة ببكرة فيلم جديد، لقد كان شعار " كوداك" " أنت تضغط على الزر ونحن نعمل الباقي"⁽¹⁾. وقد استفاد " توماس أديسون Thomas Edison " من اكتشاف " ايستمان" للأفلام الشفافة في صنع أول جهاز تصوير سينمائي لتصوير الأشياء المتحركة، وصولاً إلى مجيء الأفلام التي تتضمن الصوت والحركة عام 1926، كما تمكنت شركة "جنرال إلكتريك" الأمريكية بهذه الخطوة من دخول مجال البث التلفزيوني إذ قامت عام 1928م بالبث التجريبي التلفزيوني⁽²⁾.

وفي عام 1890م، تم إنتاج آلة التصوير الثنائية العاكسة، وفق تصميم المخترع الألماني " كرونجر Krüger " وفي العام نفسه تم إنتاج آلة التصوير المجسم، وفق تصميم الفرنسي "فرانكاس Frankas"، وفي عام 1891م، ظهرت للمخترع " كرونجر" أيضاً آلة التصوير الأحادية العاكسة.⁽³⁾ وطراً تطور جديد على فن التصوير بظهور الأفلام الملفوفة الشفافة التي كان لها تأثير كبير في شكل وحجم آلة التصوير، فبعد أن كانت على شكل خيمة أو غرفة كبيرة تحمل على عربة وتسبب للمصور كثيراً من العناء، أخذت هذه الآلة تصغر يوماً بعد آخر حتى وصلت اليوم إلى أن تكون في حجم ساعة اليد، أو قلم الحبر، أو أزرار الملابس في بعض الأحيان⁽⁴⁾.

وفي العشرينيات من القرن العشرين الميلادي خضع التصوير الضوئي لتغيرات مثيرة، وشهد على ذلك ظهور آلة التصوير الصغيرة الحجم 35مم، والإضاءة الصناعية، ففي عام 1924م، ظهرت آلة التصوير " لايكا Leica " بألمانيا "من قبل أوسكار بارنيك Oskar Barnack في عام 1913" وقد كانت آلة التصوير هذه صغيرة بالقدر الكافي لتتناسب وحجم الجيب، ومع ذلك أنتجت صوراً نقية، واضحة التفاصيل، وتم استخدامها عدد كبير من المصورين. واتسع مجال تصوير المناظر عندما أُنتج مصباح ضوء الوميض الكهربائي عالم 1929م، وباختراع ضوء الوميض الإلكتروني "Flash" عام 1931م⁽⁵⁾.

(1)- سعيد الغريب النجار، مرجع سبق ذكره، ص 27.

(2)- خليل صابات، وسائل الاتصال: نشأتها وتطورها، ط4 (دار تكنولوجيا للطباعة، القاهرة، 1985)، ص272.

(3)- المرجع نفسه، ص28.

(4)- عبد الجبار محمود علي، مرجع سبق ذكره، ص15.

(5)- سعيد الغريب النجار، مرجع سبق ذكره، ص29.

وفي عام 1940م، استطاع "جون و. دراير John Drayer"، التقاط أول صورة فوتوغرافية لوجه إنسان، لم يزد زمن تعريضها عن خمس دقائق، كما صمم عالم الرياضيات " جوزيف بترفال" نوعين من العدسات، أحدهما لتصوير الأشخاص، والآخر للمناظر الطبيعية، حيث تسمح عدسة الأشخاص بدخول إضاءة أكثر من العدسات في السابق، وبذلك قللت من زمن التعريض لعدة دقائق، أما عدسة المناظر الطبيعية فتمنح صوراً تفاصيلها أكثر حدة للمساحات الكبيرة عما كان في السابق.⁽¹⁾

بدأ التصوير الضوئي بالأبيض والأسود، واستمر حتى الثلاثينات من القرن العشرين الميلادي، حتى أعلن عام 1935م، عن صناعة أول فيلم ضوئي للتصوير الضوئي الملون، ولكن لم تُكشف بالكامل الإمكانيات الفنية للتصوير الملون إلا في السبعينات من القرن العشرين.⁽²⁾

وفي عام 1947م، أُنتجت آلة التصوير الفورية، وبدأ صناعها يحسّنون من كفاءة وسهولة عملية الإظهار الفوري، فقد كان النموذج الأول من آلة التصوير الفورية ضخّم الحجم وغالي الثمن.

وتطور التصوير الضوئي وبصورة مستمرة وإلى يومنا هذا، حتى دخل عصرًا جديدًا يتعامل بالتقنيات الرقمية، وذلك بظهور ما يعرف بالتصوير الرقمي أو الفوتوغرافيا الرقمية " Digital Photography " واستطاعت هذه التقنيات الرقمية أن تحقق قدرات عظيمة في التصوير من خلال اختصار التقنيات والمعدات والوقت والكلفة والجهد.⁽³⁾

كما أنها تطورت ليتم بواسطتها تصوير الأجرام السماوية والكواكب البعيدة عن الأرض، وتصوير الأرض بواسطة الأقمار الصناعية التي تدور حول الكرة الأرضية من مسافات بعيدة تصل إلى آلاف الأميال، ووصلت في تطورها إلى حدّ تشغيلها بالعقول الإلكترونية⁽⁴⁾.

وهكذا تطور فن التصوير الضوئي، واكتشفت إمكانيات آلة التصوير في التسجيل والتصوير بطريقة تعجز حواس الإنسان عن إدراكها، كما يمكن القول بأن التطور التقني الهائل الذي حدث في التصوير وآلات التصوير يمثل حجر الأساس وراء التطور الذي يشهده التصوير الصحفي اليوم في الجرائد والمجلات، حتى احتلت الصورة الفوتوغرافية مكانها بين الفنون وأدوات التعبير والاتصال بأشكاله المختلفة.

(1)- سعيد الغريب النجار، مرجع سبق ذكره، ص 29.

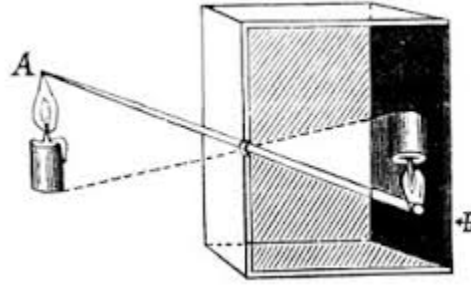
(2)- المرجع نفسه، ص 29.

(3)- المرجع نفسه، ص 30.

(4)- عبد الجبار محمود علي، مرجع سبق ذكره، ص 12.

المطلب الثاني: الصورة والعرب:

جرت العادة على ربط أصل جميع الاكتشافات والاختراعات بالعالم الغربي، أي بالبلدان الأوروبية والأمريكية، لكن الحقيقة التي لا جدال فيها أن العرب هم أول من درسوا ظاهرة سقوط صور الأجسام، ووضعوا أسس فن التصوير الضوئي من خلال الأبحاث التي قاموا بها لظاهرة " الغرفة المظلمة" (*)



شكل رقم: (01) فكرة الغرفة المظلمة لابن الهيثم.

وبذلك فإن أسس التصوير الضوئي قد وضعت بداية على يد العلماء العرب والمسلمين، من خلال تجاربهم لظاهرة الغرفة المظلمة في مدينة بغداد عندما كانت عاصمة الدولة الإسلامية، وقد أشار لذلك العلامة أبو جعفر الخازن- الفلكي العربي- في كتابه " الآلات العجيبة الرصدية " عام 960م، كما ذكرها (أي الغرفة المظلمة) العالم العربي " أبو الفتح عبد الرحمن المنصور " في كتاباته عن الفلك والبصريات عام 1137م⁽¹⁾. كما شهدت الموسوعة البريطانية "لابن الهيثم" (965م- 1039م)^(*) بأنه أول مكتشف ظهر بعد "بطليموس Ptolémée " في عالم البصريات والضوء، وقال عنه الباحث الأمريكي " روبرت بريفولت Robert Briffault " في كتابه " بناء الإنسانية The Making Of Humanity " بأنه رائد علم الضوء، وعنه نقل " روجر بيكون Roger Bacon " كتاب "المناظر" وادعاه لنفسه⁽²⁾ وعن ابن الهيثم يقول "جوزيف شاخت Joseph Schacht " في كتاب

(*)- الغرفة المظلمة: يقصد بها فراغ بين ستة جدران لا ينفذ إليه الضوء إلا من ثقب صغير في أحد الجوانب حيث تخترقه الأشعة، وفيها صورة للأجسام الموجودة في الخارج تسقط على الجانب المقابل للثقب، (بشكل مقلوب).

(1)- عباس فاضل، مرجع سبق ذكره، 15.

(*)- أبي علي الحسن بن الهيثم، ولد في البصرة (العراق)، مسلم من أصل عربي، عالم موسوعي قدم إسهامات كبيرة في الرياضيات والبصريات والفيزياء وعلم الفلك والهندسة وطب العيون والفلسفة العلمية والإدراك البصري، لُقّبَ ببطليموس الثاني (Ptolemaeus Secundus)، إلا أنه لم يتبن نظريات بطليموس ليشرحها ويجري عليها بعض التعديل، بل إنه رفض عدداً من نظرياته في علم الضوء، بعدما توصل إلى نظريات جديدة غدت نواة علم البصريات الحديثة، منها توصله بأن الرؤية تتم بواسطة الأشعة التي تنبعث من الجسم المرئي باتجاه عين المبر، وليس كما كان يزعم "بطليموس" بأن الرؤية تتم بواسطة أشعة تنبعث من العين إلى الجسم المرئي. ويعد كتابه -ذي السبعة مجلدات في علم البصريات- "المناظر" من أشهر مؤلفاته.

(2)- محمد نبهان سويلم، مرجع سبق ذكره، 27.

"تراث الإسلام" إن كتاب "المناظر" مصنف عظيم يؤكد مدى ما توصل إليه العلماء العرب والمسلمون في فهم التجربة والملاحظة والاستنتاج، وتوصلهم إلى حقائق الحياة بأسلوب علمي منظم⁽¹⁾. ويرى العالم المصري الدكتور مصطفى نظيف أن كتاب "المناظر" أكثر الكتب استيفاء لبحوث الضوء وأرفعها قدراً، ولا يقل مادةً وتبويباً عن أحدث الكتب العالمية، إن لم يفقها في موضوعات انكسار الضوء وتشريح العين وكيفية تكوين الصورة على الشبكية، وهو يعد من أروع كتب القرون الوسطى وأبدع ما أخرجته القريحة الخصبية، فقد أحدث انقلاباً في علم البصريات وجعل منه علماً مستقلاً ووضع أسسه وقوانينه كما سار على نظام علمي يقوم على المشاهدة والتجربة والاستنتاج⁽²⁾.

لذا فإن الاعتقاد الشائع بأن "روجر بيكون" أواخر القرن الثالث عشر، أو "البرتي" أو "ليوناردو دافيشي" أو "جيوفاي باتستابورتا" هم الذين وضعوا أساس آلة التصوير ذات الثقب من الأمام اعتقاد خاطئ⁽³⁾.

درس "ابن الهيثم" الضوء دراسة فاحصة متأنية خرج منها باستقراء الشروط الواجب توافرها لكي يحدث الإبصار - وهي نفسها المعتمدة في وقتنا الحاضر - وقد جملها في أربع نقاط هي: ⁽⁴⁾

1. أن يكون الشيء مضيئاً بذاته كالشمس، أو بإشراق ضوء عليه، ويعني أن يعكس الضوء.

2. أن يكون على بعد من الشيء.

3. أن يكون مواجهاً للشيء، بمعنى وجود خط رؤية مباشرة بين الناظر والغرض.

4. أن يكون الجسم المتوسط بينه وبين البصر مشفافاً (أي شفافاً يسمح بمرور الضوء كالهواء)

والحقيقة التي لا شك فيها أن فكرة آلة التصوير ذات الثقب وظاهرة سقوط صور الأجسام داخل غرفة مظلمة قد سجلت مكتوبة منذ أكثر من تسعة قرون، حيث كتب عن ذلك العالم العربي "أبو الحسن بن الهيثم" في عام 1038م، أي أنه سبق "روجر بيكون" بأكثر من قرنين، وإن لم يظهر فيما كتبه ذلك العالم العربي أن تلك الظاهرة كانت كشفاً جديداً يرجع الفضل إليه شخصياً⁽⁵⁾. فقد وردت كلمة "الغرفة المظلمة" أو "القَمَرَة" في رسائله ومنها جاءت الترجمة الإنجليزية (Camera)

وقد قدم "بورتا" في كتابه المسمى "السحر الطبيعي" عام 1558 أول وصف كامل للغرفة المظلمة، أو الخيمة المتنقلة، عقب ما كتبه أبو الحسن بن الهيثم، ومن هنا نشأ الاعتقاد الخاطئ عن نسب كشف فكرة آلة التصوير إليه⁽⁶⁾.

(1)- محمد نبهان سويلم، مرجع سبق ذكره، ص ص، 27، 28.

(2)- المرجع نفسه، ص، 28.

(3)- عبد الجبار محمود علي، مرجع سبق ذكره، ص 6.

(4)- محمد نبهان سويلم، مرجع سبق ذكره، ص 28.

(5)- عبد الفتاح رياض، آلة التصوير (مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1966)، ص 18.

(6)- عبد الجبار محمود علي، مرجع سبق ذكره، ص 8.

وفي تاريخ الصحافة العربية فتعد صحيفة الأهرام المصرية هي الصحيفة الأولى التي نشرت أول صورة صحفية في 04 ماي 1881، وكانت صورة لـ " فرينالان دي ليسبس Ferdinand de Lesseps " ومعه طفله، ويبدو من شكل الصورة أنها طبعت على لوحة خشبية محفورة نقلاً عن إحدى الصور والرسوم.⁽¹⁾

المطلب الثالث: الصورة والدين:

حاربت الديانة اليهودية الصورة إلى درجة تحريمها تحريكما مطلقاً، وقد ظهر جلياً في النصوص العبرانية، التي جاءت لتحذر من شر وبلاء الصور بلهجة صريحة وواضحة، لقد جاء في التوراة: "إنهم لضالون أولئك الذين يخدمون الصور" اللعنة على من يصنع صورة منحوتة"، أحرقوا بالنار الصور المنحوتة". إن الإلحاح في اللعنة جعلنا نحس بحضور الخطر.⁽²⁾، فالتوراة تزوج بين بوضوح بين الرؤية والخطيئة، فقد جاء في سفر التكوين: "وقد رأت المرأة أن الشجرة ذات طيب وأنها متعة للنظر" فقد صدقت حواء عينيها ووقعت تحت فتنة الحية فانصاعت لرغبتها، حذار من الشرك إنها صورة الفرج المسن" كل خطيئة صورة هي خطيئة جسدية،... البصري عنصر خطيئة، فهو فتنة وشهوة ولعنة للغافلين. لا تركعوا أمام الصور الغرائزية والمشغبة والساخنة،... الصورة بشر ومادة مثل حواء، وهي خيال وعذراء وهوجاء، كما أنها سيدة الخطأ والزيغ، إنها شيطان يلزم استخراج الشر منه.⁽³⁾

فالأديان اليهودية تقيم علاقة مع الصور، ليس لأن التمثيلات الدينية حاضرة بشكل كثيف في مجمل تاريخ الفن الغربي، بل لأن مفهوم الصورة وقوامها يمثلان مشكلة أساسية في قضية الدين. فتحریم " التوراة" لصناعة الصور والسجود لها (الوصية الثالثة) تشير إلى أن الصورة وكأنها صنم وإله. وهكذا يتعين على الديانة التوحيدية محاربة الصور، أي الآلهة الأخرى.⁽⁴⁾

ومن خلال النصوص السابقة نلمس الرفض اليهودي القاطع للصور من حيث استخدامها وصنعها، فاعتبرت الصورة شراً خالصاً يلزم محاربته. "إلا أن قراءة التوراة بدون رؤية الصور كان عملاً عسيراً، فصحائف التوراة توجد مادياً في الحائط وسط الكنيسة اليهودية ضماناً على الحضور"⁽⁵⁾

إذا كانت الديانة اليهودية حرمت الصورة والتصوير تحريماً مطلقاً، فإن الديانة المسيحية في بداية القرنين الثاني والثالث الميلاديين عارضت خدمة الفن (الرسم والنحت) للدين، ورفضت أن تجسد

(1)- محمود علم الدين، الصورة الصحفية دراسة فنية، مرجع سبق ذكره، ص 23.

(2)- ريجيس دوبري، مرجع سابق الذكر، ص 60.

(3)- المرجع نفسه، ص 60.

(4)- مارتين جولي، ترجمة علي أسعد، مرجع سبق ذكره، ص 16.

(5)- ريجيس دوبري، مرجع سابق الذكر، ص 60.

المعتقدات الدينية في الصور، فلقد حرم الإنجيل الصور في ثالث الوصايا العشر: "احذروا أن تجعلوا لأنفسكم آلهة غير الرب، صورة لرجل عظيم، رسماً لحيوان بري يسير على الأرض، أو لطائر ذو جناحين يحلق في السماء أو لحوت يسبح في الماء"⁽¹⁾، وإلى حدود القرن الثامن للميلاد لم تعرف التصوير إلا بشكل محتشم وتدرجي، وقد يكون ذلك راجعاً للخلاف الذي كان قائماً بين الكنيسة الشرقية والكنيسة الرومانية كنتيجة للتصادم الحاصل بين محاربي الصورة والمدافعين عنها، فقد "كان ثمة طرفان يتواجهان منذ أكثر من قرن في العالم البيزنطي: أعداء الصورة الذين كانوا الطرف الغالب في الإكليريوس المدني وفي البلاط والجيش، وأتباع الصور وهم أغلبية الإكليريوس الكنسي من رهبان وقسس"⁽²⁾، فكانت حجة منكرو الصور أن "الإله لا يقبل الوصف، لذا فإن كل صورة له لا يمكن أن تكون سوى زائفة وغير حقيقية، خادعة وغير مشابهة للأصل، من ثمة فالروحاني واللامرئي مرادفان"⁽³⁾. لقد شكلت قوة الصورة وقدرتها على كشف المتواري وإظهار الحقائق سبباً آخر لعدم تقبلها، بالإضافة إلى ربط مظريتها وجماليتها بجمالية المرأة ومظهريتها، وكذا بين الرغبة الأنثوية والجمال والمظهر" وسوف يشكل "جون كالفن Jean Calvin" أحد محاربي الصور المتأخرين صدى له في كتابه "المؤسسة المسيحية" بقوله: "لا يمكن للإنسان أن يسعى لعبادة الصور أبداً من دون أن يتوهم باستقصاء متعة جسدية شاذة من ذلك" كما "كانت المسيحية ترفض رسم الوجه خشية أن يؤدي الرسم إلى كشف حقيقة الإنسان" ومع محاربي الأيقونة تأسست نزعة جديدة حيث الإنسان هو مركز الكون Anthropocentrisme فالشعور بالخوف يلزمه، لذلك فهو بحاجة دائمة لشيء يحميه"

ولكن شيئاً فشيئاً تم تخفيف الحكم على الصورة في الديانة المسيحية بعد جدال كبير وقع بين رجال الدين،" لقد حسمت مشروعية الصور في المسيحية في المبدأ، وسط النزاع الدامي حول الصور خلال المجمع الديني المنعقد بمدينة "نيس Nice" سنة 787 للميلاد، ... ولقد كان هذا المجمع السابع هو آخر مجمع مسيحي شامل شاركت فيه كنائس الشرق والغرب المسيحي. فقد قام بقلب الأولوية المطلقة للكلمة على الصورة كما عرفتها اليهودية، مؤكداً بالتأثير الذي مارسه الثقافة البصرية الإغريقية على المسيحيين، وكان القرار الأول للمجمع، الذي يمنح المشروعية للتشخيص التصويري للنعمة والحقيقة عبر صورة المسيح سنة 692..."⁽⁴⁾، كما أشار الأب "غريغوار le père Grégoire" في حوالي نهاية القرن السادس الميلادي، عن التخفيف في الحكم المطلق بتحريم الصورة في الديانة المسيحية، بقوله: "إذا أراد أحد أن يصنع صوراً فنحن لا نمنعه، ولكن سنحارب بكل الطرق أن تحب هذه الصور... إذا كانت

(1) - إيمان عفان، دلالة الصورة الفنية دراسة تحليلية سمبولوجية لمنمنمات محمد راسم (رسالة ماجستير غير منشورة) قسم

علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، الجزائر، 2005، ص ص 31، 32.

(2) - ريجيس دوبري، مرجع سابق الذكر، ص 62.

(3) - المرجع نفسه، ص 64.

(4) - ريجيس دوبري، مرجع سابق الذكر، ص 62.

الكتابة موجهة لمن يعرف القراءة فالصورة لمن لا يقرأ فكل من لا يحسن القراءة يمكنه أن يقرأ الصورة، إنها موجهة خاصة لأولئك الملحدين الخارجين عن الدين فالصورة قراءة... ويجب أن نفرق بين حبنا للصورة وبين العبر والدروس التي نستخلصها من هذه الصورة ذات الموضوع المحبب لدينا⁽¹⁾.

ولأن الصورة بكل خصائصها تمثل سلطة، فقد عاشت أهم مراحلها في ظل الديانة المسيحية، حيث غدت علامة الصليب مع توالي العصور، الصورة المادية لصلب المسيح بثلاثة أبعاد.. وهنا أصبح " من المؤكد أن الخطاب كصورة لم يبلغ أوجه إلاّ مع المسيحية التي ستأسس على الصورة كمصدر لبسط السيطرة المطلقة على الناس، وبالتالي غدت الصورة أداة يتم إخضاع البشر بها"⁽²⁾، وتم قبولها كتوسط ضروري في مجالات أخرى، حيث تم التعرف على الاستعمالات الحسن للصورة، وهي الاستعمالات التي منهجتها المذاهب السكولائية خلال القرون الوسطى في ثلاث: الاستعمال التربوي والتذكاري والتعبدية.

ومن خلال ما سبق نلمس المكانة التي كانت تحتلها الصورة عند المسيحيين - بعد نهاية الصراع - إلى درجت جعلت " سنيفور الباتريارش sniffer Patriarch " يقول: " ذا نحن حذفنا الصورة فلن ينمحي المسيح وحده، بل معه الكون بكامله "⁽³⁾

أما الديانة الإسلامية فقبل حلول الإسلام كانت منطقة الجزيرة العربية قوامها قبائل متناثرة لا تعرف الاستقرار، فهي بين الرحيل والحرب باستثناء مجتمع مكة ومجتمع اليمن اللذان كانا يمثلان شبه دولتين شمالية وجنوبية. عدم الاستقرار هذا كان من نتائجه عدم الاشتغال بالفن اليدوي، والاقتصار على قول الشعر كفن القول، ولم يظهر للعرب من تصاوير ومنحوتات إلاّ ما ازدحمت به الكعبة من أصنام وتساوير، وحتى لهذه الأخيرة جلبوا لصنعها صنّاعا من الخارج.

يحكي الأزرق في كتابه "أخبار مكة" أن سادة قريش لما هموا بإعادة بناء الكعبة استعانوا بنجار قبطي اسمه "باخرم" وأنهم زوقوا سقفها وجدرانها وجعلوا في دعائمها صور الأنبياء والملائكة، وكان من بين هذه الصور صورة إبراهيم عليه السلام وصورة عيسى وأمه مريم عليهما السلام⁽⁴⁾. وعبارة الأزرق تفيد أن تزاويق الكعبة التي زينت الكعبة في عهد الجاهلية كانت من صنع غير العرب.

ومن هنا يمكننا القول أن العرب لم يعرف عنهم ميلهم إلى فن التصوير كما هو شأن الأمم الأخرى.

(1) - إيمان عفان، مرجع سابق الذكر، ص32.

(2) - سعاد عالمي، مفهوم الصورة عند ريجيس دوبري، (أفريقيا الشرق، المغرب، 2004)، ص 17.

(3) - ريجيس دوبري، مرجع سابق الذكر، ص 69.

(4) - ثروت عكاشة، موسوعة التصوير الإسلامي، ط1، (مكتبة لبنان ناشرون، لبنان، 1999)، ص04.

لقد جاء الإسلام -الدين الجديد- يدعو إلى عبادة الله الأحد الذي لا شريك له، وقد بعث هذا الدين أول ما بعث إلى أهل مكة الذين نحتوا الأصنام وعبدوها كآلهة متعددة، وكان من الطبيعي والملمز أن الرسول ﷺ بعد فتحه لمكة اتجه مباشرة لتحطيم هذه الأوثان الرامزة إلى الشرك بالله، وحذر أصحابه من الإتيان بمثلها خوفاً عليهم من أن يرتدوا عن دينهم بعد أن تبين لهم الحق.

وإذا قمنا باستقراء للقرآن الكريم بخصوص مادة " ص و ر " وجدنا أنها وردت في أكثر من موضع كانت نسبة التصوير لله سبحانه وتعالى، فكلمة " المصور " هي من أسماء الله الحسنى: " لقوله تعالى: " هُوَ اللَّهُ الْخَالِقُ الْبَارِئُ الْمُصَوِّرُ لَهُ الْأَسْمَاءُ الْحُسْنَى... " (1)، كما أن الإسلام يلح على وجوب الوعي بوجود الله من خلال خلقه، وإذا كان مصوراً، فإن خلقه صورة أبدعها (2)، لقوله تعالى: " هُوَ الَّذِي يُصَوِّرُكُمْ فِي الْأَرْحَامِ كَيْفَ يَشَاءُ " (3)، " اللَّهُ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ قَرَارًا وَالسَّمَاءَ بِنَاءً وَصَوَّرَكُمْ فَأَحْسَنَ صُورَكُمْ " (4). " يَا أَيُّهَا الْإِنْسَانُ مَا غَرَّكَ بِرَبِّكَ الْكَرِيمِ، الَّذِي خَلَقَكَ فَسَوَّاكَ فَعَدَلَكَ، فِي أَيِّ صُورَةٍ مَّا شَاءَ رَكَّبَكَ... " (5). " لَقَدْ خَلَقْنَاكُمْ ثُمَّ صَوَّرْنَاكُمْ ثُمَّ قُلْنَا لِلْمَلَائِكَةِ اسْجُدُوا لِآدَمَ... " (6)، ومجمل الآيات تشير إلى " أن الله تعالى هو الذي صور آدم حيث خلقه بيده، ثم أكرمه بأن أمر الملائكة بالسجود له، ثم صور ذريته في الأرحام، فإن الله تعالى هو خالق الخلق، ومعطي كل مخلوق صورته، فهو المصور حقاً وصدقاً " (7).

وذهب كثير من العلماء المسلمين إلى تحريم الصور، وأشاروا إلى أن الله تعالى " ذكر في القرآن الكريم التماثيل والأصنام والصور بالذم، والسب، والعيب، والجهل، وضعف عقول صناعها وعابديها، وأنها عبدت من دونه تعالى " (8)، مستشهدين على ذلك بكثير من النصوص القرآنية والأحاديث النبوية منها: قوله تعالى: " وَاتْلُ عَلَيْهِمْ نَبَأَ إِبْرَاهِيمَ، إِذْ قَالَ لِأَبِيهِ وَقَوْمِهِ مَا تَعْبُدُونَ، قَالُوا نَعْبُدُ أَصْنَامًا فَنَظَّلُ لَهَا عَافِينَ، قَالَ هَلْ يَسْمَعُونَكُمْ إِذْ تَدْعُونَ، أَوْ يَنْفَعُونَكُمْ أَوْ يَضُرُّونَ، قَالُوا بَلْ وَجَدْنَا آبَاءَنَا كَذَلِكَ يَفْعَلُونَ، قَالَ أَفَرَأَيْتُمْ مَا كُنْتُمْ تَعْبُدُونَ، أَنْتُمْ وَآبَاؤُكُمْ الْأَقْدَمُونَ، فَإِنَّهُمْ عَدُوٌّ لِّي إِلَّا رَبَّ الْعَالَمِينَ " وقال أيضاً: " وَجَاوَزْنَا بِبَنِي إِسْرَائِيلَ الْبَحْرَ فَأَتَوْا عَلَى قَوْمٍ يَعْكُفُونَ عَلَى أَصْنَامٍ لَهُمْ

(1)- سورة الحشر، الآية: 24.

(2)- بن يونس عميروش، معاني الصورة في التراث الإسلامي-تداخل العلامات-، مجلة فكر ونقد(المغرب)، دار النشر المغربية، ع13، 2000، ص32.

(3)- سورة آل عمران، الآية: 06.

(4)- سورة غافر، الآية: 64.

(5)- سورة الانفطار، الآية: 6، 8.

(6)- سورة الأعراف، الآية: 11.

(7)- عبد الله بن عبد الحميد الأثري، التصوير أنواعه وأحكامه، (دار ابن خزيمة، د.د.ن.)، د.س.ن، ص07.

(8)- عبد الله بن عبد الحميد الأثري، مرجع سابق الذكر، ص07.

قَالُوا يَا مُوسَى اجْعَلْ لَنَا إِلَهًا كَمَا لَهُمْ آلِهَةٌ قَالَ إِنَّكُمْ قَوْمٌ تَجْهَلُونَ ". ومن السنة النبوية الشريفة نجد كذلك كثير من الأحاديث استشهدوا بها على تحريم الصور، ومدى إثمها والوعيد عليها، منها قوله ﷺ: "إن أشد الناس عذاباً عند الله يوم القيامة المصورون" (رواه البخاري). وكذلك قوله ﷺ: "إن الذين يصنعون هذه الصور يعذبون يوم القيامة، يقال لهم: أحيوا ما خلقتم " (متفق عليه). وقوله أيضاً: " كل مصور في النار، يجعل له بكل صورة صورها نفس، فتعذبه في جهنم" (رواه مسلم). وقال أيضاً: "لا تدخل الملائكة بيتاً فيه كلب ولا تصاوير". (رواه البخاري). وعن علي (ك)، صنعت طعاماً فدعوت رسول الله ﷺ فجاء فرأى في البيت تصاوير فرجع" (صحيح: ابن ماجه). وعن عائشة رضي الله عنها أن أم حبيبة وأم سلمة رضي الله عنهما ذكرتا كنيسة رأينها بالحبشة فيها تصاوير، فذكرتا ذلك للنبي فقال: " إن أولئك إذا كان فيهم الرجل الصالح، فمات بنوا على قبره مسجداً، وصوروا فيه تلك الصور، أولئك شرار الخلق عند الله يوم القيامة." (متفق عليه). وقال العلماء الذين شرحوا هذه الأحاديث: فإن كان كافراً، فيلحق مع فرعون في أشد العذاب، وإن كان غير ذلك فهو عاص يعذب، وإن كان قاصداً مضاهاة خلق الله، فقد كفر، ويلحقه أشد العذاب. (1). قال النووي رحمه الله: " صورة كل ما فيه روح حرام شديد التحريم، وهو من الكبائر". والعلل في تحريم التصوير: " مضاهاة خلق الله تعالى، ومحاولة إيجاد ما يشابه صنعة الله تبارك وتعالى، الذي اختص لنفسه هذه الصفة، والمصور ينازع الله تعالى والعياذ بالله، وكذلك الصورة وسيلة إلى تعظيم الصور والتماثيل، وجعلها آلهة وأرباباً من دون الله." (2).

وقد استثنى العلماء من التحريم أنواع من الصور، " وبياح كل صورة وتمثال ليس بذی روح كتصوير الجمادات والأنهار والأشجار والمناظر الطبيعية التي ليست بذات روح، وكل صورة ليست متصلة الهيئة كصورة اليد وحدها، أو القدم، لأنها ليست كاملة الخلق إذا كان لغرض التعليم." (3)، مستشهدين بالحديث الشريف الآتي: " عن ابن عباس رضي الله عنهما أنه أتاه رجل فقال إني إنسان إنما معيشتي من صنعة يدي، وإني أصنع هذه التصاوير فقال ابن عباس: لا أحدثك إلا ما سمعت من رسول الله ﷺ سمعته يقول: "من صور صورة، فإن الله معذبه حتى ينفخ فيها الروح، وليس بنافخ فيها أبداً" فربا الرجل ربوة شديدة واصفر وجهه، فقال: ويحك إن أبيت إلا أن تصنع، فعليك بهذا الشجر، كل شيء ليس فيه روح". (رواه البخاري).

أما التصوير الفوتوغرافي، - فحسب الكاتب عبد الله بن عبد الحميد الأثري - "قد اختلف فيه العلماء المتأخرون والمعاصرون في التصوير الشمسي (الفوتوغرافي)، ما بين محرم، ومبيح له بشروط،

(1)- عبد الله بن عبد الحميد الأثري، مرجع سابق الذكر، ص10.

(2)- المرجع نفسه، ص10.

(3)- المرجع نفسه، ص16.

ولكن أرجح الأقوال وأحوطها هو عدم الجواز، لأنه لا يخرج عن كونه من التصوير، فينبغي أن يقتصر على حد الضرورة وما يتحقق به من المصلحة، ولأن في الصور الفوتوغرافية مفسد عظيمة ما هو حال معظم مجلات اليوم، وما فيها من الصور العارية، والمناظر المخزية مع أنه ليس تصويراً اليد، ولكنه في الضرر أشد من التصوير باليد، ثم إن علة التحريم ليست هي المضاهاة والمشابهة لخلق الله فحسب، بل إن التصوير ذريعة إلى تعظيم الصور وعبادتها من دون الله، وإن الوثنية ما دخلت إلى الأمم السابقة إلاّ عن طريق الصور، حيث كانوا إذا مات فيهم الرجل الصالح صوروه تخليداً لذكراه، ثم جاء من بعدهم، فعبدوهم من دون الله تعالى".⁽¹⁾

في حين يرى بعض العلماء أنّ الإسلام لم يعاد الصور، ولا وجود لآيات تحرم الصورة ضمن النصّ القرآني، لكن ربما كانت نسبة التصوير لله سبحانه وتعالى إشارة واضحة إلى عجز الإنسان عن خلق الصور، ثم إنّ الصورة هي المعادل الحقيقي للشكل بالمعنى الفلسفي لهذه الكلمة (فالمترجمون العرب لم يخطئوا - كما هو الشائع - في ترجمتهم للفكر اليوناني)، حينما قالوا: الله وحده هو واهب الصور، إذ من أسمائه المصور، وفعل إعطاء الصورة أو الشكل تابع لعملية الخلق، وهذا الوضع لا يمكن تصوّره في نظام الكائن، ولا يسمح بالتقليد المطلق لتصوير الإله ولذلك لم تكن ثمة حاجة ليعلن القرآن منع التصوير وتحريمه، فلا وجود لنص في القرآن يصرح لا من قريب ولا من بعيد، بتحريم المصور والصورة.⁽²⁾ أمّا في السنة النبوية فقد حدث هنالك خلاف بخصوص بعض الأحاديث الصحيحة التي رويت عن النبي ﷺ، والتي نصت على نوع من الاحتقار الواضح للصور من منطلق أنّ الملائكة لا تدخل البيت الذي يحتوي صوراً، كما أنّ هناك أحاديث تؤكد عذاب المصورين يوم القيامة بعدّهم يحاولون مضاهاة خلق الله وهم عاجزون عن نفخ الروح فيها. فالكائن الإنساني يحاول دائماً محاكاة الفعل الإلهي، لكن محاولته تبقى محكومة دائماً بالنقص، وقد كان خلاف بين مفسري الحديث بخصوص ما يقصده النبي ﷺ بالصور ورجع تفسيرها بالتمثيل والمجسمات والأصنام خاصة ما يتخذ منها للعبادة.

والحقيقة أنه وعلى مر العصور الإسلامية كان هناك جدل بين الفقهاء والعلماء حول موضوع الصورة، سواء تلك الثنائية أو الثلاثية الأبعاد، أي بتعبير آخر سواء تلك المسطحة ذات البعدين أو تلك المجسمة (التمثيل) فمن هؤلاء الفقهاء من أوّل أحاديث الرسول ﷺ على أن التصوير حرام مطلق

(1)- عبد الله بن عبد الحميد الأثري، مرجع سابق الذكر، ص ص، 17، 18.

(2)- ثروت عكاشة، مرجع سبق ذكره، ص 16.

لا نقاش فيه، ومنهم من ذهب فيه مذهب الميسر فقال ليس كل تصوير حرام وإنما فقط ما كان فيه مخالفة للعقيدة الإسلامية⁽¹⁾.

ويرى عبد الحميد شاكر أن تنامي النظرة الازدرائية للصورة في الثقافة الإسلامية كان بسبب ربطها بعبادة الأوثان.⁽²⁾

وفي الأخير نشير إلى أن حياة الصورة وتواجدها قديم قدم الإنسان، فالصورة أصبحت تترعرع في كل أوضاعنا المعرفية والاجتماعية والثقافية، ونزواتنا النفسية، وعكست علاقاتنا مع الآخر والطبيعة، وبالتالي استطاعت الصورة أن تؤدي دورا فعالا كوسيط للتواصل بين الحضارات، خاصة الغربية منها، حيث أن أي فعل يهدد الصورة يفضي إلى الشعور بإلغاء الوجود برمته.

المبحث الثالث: الصورة: أهميتها، خصائصها ووظائفها:

المطلب الأول: أهمية الصورة:

تطورت الصورة مع تطور الحياة الإنسانية في العصور الحديثة، وصولا إلى ما اكتسبته الصورة من أهمية خاصة عند معظم الناس باختلاف فئاتهم وبيئاتهم ومستوياتهم. بعد أن أصبح للصورة حضور طاغ في حياتنا اليومية فإن مشاهدة الصورة تمكّن المشاهد من استعادة زمن الصورة وذاكرة المشهد، وهو أمر يروق للنفس الإنسانية في رغبتها إلى استعادة الزمن أو إلى مشاهدة الصورة لاستعادة ذاكرتها⁽³⁾.

وبذلك أصبحت لها أبعادها السياسية والثقافية والإعلامية بل حتى النفسية والأخلاقية، بعد التطور الكبير الذي شهده عالم الصورة بنوعيتها الثابتة والمتحركة، فقد أقام الإنسان عن طريقها علاقة جديدة مع الزمان والمكان، وصار يشاهد الأحداث لحظة وقوعها وبشكل مرئي ومحسوس في الوقت نفسه.⁽⁴⁾ فتحوّلت المجتمعات المعاصرة إلى مجتمعات مشهد، بحسب تعبير المنظر الفرنسي (غي ديور Guy Debord) فأصبحت الصورة جزءا لا يتجزأ من حياتنا اليومية وفهمنا لما يدور في العالم من حولنا⁽⁵⁾.

ومما زاد في أهمية الصورة هو مشاركتها للنصوص المكتوبة أو التعليق المرافق لها على إنتاج المعرفة ونقلها، ولاشك في أهمية الصورة بعد أن أصبحت مكونا أساسيا للمعرفة والمعلومات في هذا العصر، وقديما قال حكيم (كونفشيوس) "إن ألف كلمة لا يمكن أن تتحدث ببلاغة صورة واحدة"⁽⁶⁾.

(1) - أكثر تفاصيل عن هذا الجدل، أنظر إيمان عفان، مرجع سبق ذكره، ص 33.

(2) - أنظر: عبد الحميد شاكر، مرجع سبق ذكره، ص 10.

(3) - عباس فاضل، مرجع سبق ذكره، ص ص، 21، 22.

(4) - المرجع نفسه، ص 22.

(5) - فخري صالح، التجنيس وبلاغة الصورة، (دار ورد الأردنية للنشر والتوزيع، الأردن، 2008)، ص 09.

(6) - عباس فاضل، مرجع سابق الذكر، ص 22.

وهذه المقولة تعود إلى قرون خلت ولو أنها قيلت في بداية الألفية الثالثة لجعلت الصورة تعادل مليون كلمة، فنحن الآن في عصر مركزية الصورة، إذ أنها تحيط بنا من كل اتجاه وتقرض علينا حضورها وهيمنتها أينما كنا، متمثلة بالصورة في التلفزيون والفيديو والانترنت، والصحف والمجلات، والإعلانات المتحركة والمضيئة، والمكثبات والأكشاك، يضاف إليها الهاتف النقال الذي يخزن صور ثابتة أو متحركة⁽¹⁾ وهذا الطغيان للصورة دفع المفكر الفرنسي (ريجيس دوبري "Régis Debray") أن يؤكد على أننا أصبحنا معرضين لفقدان البصر من كثرة الصور الذي نشاهدها⁽²⁾.

فالعالم اليوم يشهد ثورة غير مسبوقة في إنتاج الصورة وتمثيلها وتوزيعها، وصولاً إلى الاستهلاك العالمي الكبير لها، وهي ثورة جاءت نتيجة امتداد للنجاح الكبير في ميدان توظيف تكنولوجيا الاتصال عبر الوسائط الفضائية في مجال الإعلام المرئي، وذلك أسس لقيام الآلاف المحطات الفضائية بعدما اشتد الرهان على أهمية الصورة وما تلعبه من دور كبير في التأثير على المشاهد وسرعة إيصال الفكرة⁽³⁾ وزيادة بأهمية الصورة إذا علمنا أن الإنسان يحصل على (98%) من المعلومات عن طريق حاستي البصر والسمع، ولأهمية أكثر أن (90%) من معلوماته يحصل عليها عن طريق حاسة البصر فقط⁽⁴⁾، فالصورة هي بمثابة شاهد العيان، فلها إمكانية التعبير الذاتي، وإن موضوعيتها تجعلنا نصدق ما نراه، إذ نكون ملزمين بتصديق ما هو ظاهر بالصورة الذي أصبح حاضراً أمامنا في الزمان والمكان، " فقد تجاوز الإنسان أو المشاهد حدود الزمان عبر الرؤية عن بعد لأحداث تقع في اللحظة نفسها مما أضاف أهمية ومصادقية كبيرة للصورة، وعدت بمثابة شاهد العيان لإمكانيتها الكبيرة في التعبير"⁽⁵⁾، والصورة تؤثر مباشرة في نفسية المتلقي ولا تتفاعل مع عقله شأن الكلمة، إذ يمكن لصورة جزئية أن تعطي تعبيراً لصورة شاملة، لأن الصورة المقدمة وبكل بساطة ليست مجرد شكل وإنما هي مادة مكتنزة بالخطابات والرسائل والدلالات، فهي وسيلة إقناعية تجعل المتلقي أكثر استعداداً لتصديق ما يراه على الشاشة أو الصحيفة، فالصورة تحمل في أثنائها الواقعية فهي قريبة إلى الإقناع، إذ أن الجمهور يتفاعل مع المضمون الذي تتضمنه الصورة عند مشاهدة الأحداث العالمية والمحلية⁽⁶⁾.

(1)- عواد علي، مسرح الصور: بلاغة المشهد والطقس والجسد (دار ورد الأردنية للنشر والتوزيع، الأردن، 2008)، ص 231.

(2)- ريجيس دوبري، حياة الصورة وموتها، ترجمة: فريد زاهي (دار المأمون للترجمة والنشر، بغداد، 2007)، ص 20.

(3)- عباس فاضل، مرجع سبق ذكره، ص 23.

(4)- المرجع نفسه، ص 23.

(5)- أدور ستاشيف ورودي برتيز، ترجمة: أحمد ظاهر، برامج التلفزيون (إنتاجها وإخراجها)، (مؤسسة سجل العرب، القاهرة، 1955)، ص 30.

(6)- أياد شاكر البكري، حرب المحطات الفضائية عام 2000 (دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، 1999)، ص 256.

عملت الصورة عبر أهميتها الواضحة إلى تحويل المجتمع الإنساني إلى مجتمع بصري في نشاطاته كافة، بعد أن هيمنت على عالم الإنسان وأصبحت وسيلة كبرى للاتصال مما جعلت من العالم أسرة صغيرة، إذ احتلت الصورة المكانة الأولى في التواصل البشري نتيجة التقدم الكبير في الاتصال عن طريق الفضاء والأقمار الصناعية⁽¹⁾.

إذن فالصورة كانت ولا تزال أعرق وأهم وسائل التعبير الإنساني وأكثرها جاذبية وتأثيرا في النفس البشرية، وفوق هذا وذاك أيسرها قراءة وفهما واستيعابا من الجميع، العالم والأمي، والصغير وكبير، كلهم باستطاعتهم قراءة الصورة وفهم رسالتها.

المطلب الثاني: خصائص الصورة:

تتميز الصورة بعدة خصائص، جعلها تكتسي أهمية بالغة في حياة الإنسان، ومن بين هذه الخصائص نذكر مايلي:

- I. الصورة عالمية: الجميع يفهمها باختلاف لغاتهم، وحتى الأميين الذين يجهلون القراءة.
- II. غنية بالمعلومات: يعجز النص عن تقديمها بنفس الدرجة من التكامل والاختصار.
- III. الفورية وسرعة القراءة: الوقت الذي نقضيه في قراءة الصورة أقصر بكثير من الوقت الذي نقضيه في قراءة نص كتابي وصفي.
- IV. الصورة تتصف بالشمولية: من خلال الصورة نطلع على الكل أما التفاصيل فتأتي فيما بعد متزامنة مع تفحص بصرنا لأجزائها.
- V. تخترق حدود الزمان والمكان: مثلا: حيث تعبر عن حوادث وأشخاص مضت عن وجودهم ملايين السنين .
- VI. متعددة القراءات: تعكس عدة معاني، تختلف باختلاف المشاهدين (متغيرات...) حتى أنها في بعض الأحيان تعطي معنا مغايرا تماما للنص الذي أراد لها صاحبها.
- VII. الصورة كانت ولا تزال لها قدرات في خدمة الأديان ونشرها: فالحضارات الإنسانية كثيرا ما استعملت الصور في المعاني لتعزيز الإيمان بالمعتقدات.
- VIII. الصورة خدمت السحر: والدليل تلك التمثيلات الحيوانية المرسومة بالطمي الأحمر والبنّي على جدران الكهوف، مثل المتواجدة في الطاسيلي في الجنوب الجزائري، مهمة هذه الصور إجبار أو دفع القدر لجعل الصيد وافرا على حد اعتقاد الإنسان البدائي.
- IX. الصور قد تحتاج إلى نص توضيحي لكي تفهم بدرجة أكبر، فالنص يضيف على الصورة معنى معيناً يريده صاحبه (صاحب الصورة).

(1) - ليلي شرف، ثقافة الصورة (دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، الأردن، 2008)، ص18.

X. الصورة قد تغير الحقيقة: وهذا أمر غير مستغرب، فمثلا الصورة الفوتوغرافية أو التلفزيونية تصور لنا ما تراه عين ملتقط الصورة فهي تشير إلى ما اهتم به صاحبها وعاناه.

XI. الصورة قد تشير إلى معنى أبعد مما تتضمنه: وهذا ما نسميه بالإسقاط، فمثلا مشاهدتنا لصورة شخص يحمل عصا بيده وقبعة مستديرة فوق رأسه وخلفه ساعة (بنغ بانغ) نفهم حينها مباشرة إنه إنجليزي.

XII. بإمكان الصورة تمثيل أشياء تخترق قوانين الطبيعة، وتتعدى ما هو منطقي أو مألوف، مثل لوحات " بابلو بيكاسو Pablo Picasso " الغريبة التي قد تمثل وجها بأنفين بدلا من أنف واحد، أو قد تمثل أمرا يستحيل إيجاده في الطبيعة (الخيال).

XIII. الصورة تشبه أو تقترب من الموضوع المصور بدرجة كبيرة أو نسبية، وهذا على خلاف اللغة المنطوقة، فمثلا صورة نحلة ترجعنا إلى النحلة الطبيعية بغض النظر عن دقة التصوير ودرجة واقعيته، أما كلمة (نحلة) بالعربية أو (Abeille) بالفرنسية فهي لا تشبه في شيء شكل حشرة النحلة⁽¹⁾.

المطلب الثالث: وظائف الصورة:

كون أن الصورة أصبحت عنصرا مهما وأساسيا في حياة الإنسان، وكونها وسيلة تعبير عن الواقع، فإنها بذلك تحمل عدّة وظائف، تتمثل فيما يلي:

I. الوظيفة الإعلامية:

تعدّ الصورة والرسوم أول لغة مكتوبة، ومنها تطورت الأبجدية التي نستخدمها اليوم، فالصورة ليست أمراً مستحدثاً ولكن تهيئ ظروف جديدة لها جعلها تؤدي دورا إعلاميا أكبر من خلال زيادة نسبة المتلقين لها، وكذلك اهتمام المؤسسات الإعلامية بها، إذ تجد نفسها بحاجة إلى أن تكون على مقربة من مجريات وأحداث الحياة اليومية تلبية لمطالب اتصالية⁽²⁾. فلذلك شكلت الصورة وحدة مهمة في مجمل حركة الاتصال اليوم، إذ أن استخدام الصورة في الاتصال بوسائله كافة ليس بقصد نقل المعنى فحسب بل من أجل زيادة فاعلية تلك الوسائل في أداء وظيفتها الإخبارية، الترفيهية، والتنقيفية فضلا عن مميزات كثيرة في أداء وظيفتها الإعلامية من تشويق وجاذبية وإثارة ووضوح ولفت انتباه الجمهور⁽³⁾. وتعاظمت الوظيفة الإعلامية للصورة في الإعلام المطبوع والمرئي، ولا سيما بعد أن زاد التطور التقني في مجال الطباعة والتصوير من إمكانات الصورة،... إذ أصبح الموضوع أو المادة

(1)-Yvline Baticle, **Apprendre L'image** (Magnad, France, 1986).P,105-108

(2)- فاضل علي عباس، مرجع سبق ذكره، ص 29.

(3)- هادي نعمان الهيتي، **التلفزيون الدولي وشبوع ثقافة الصورة في ثقافة الشباب العربي**، مجلة آفاق عربية، العدد 01، بغداد، سنة 1997، ص 24.

المصورة العنصر الحاسم في المادة التلفزيونية أو الصحفية، فمن الصعب تصور وجود هذه المواد الإعلامية من دون الصور الصحفية النابضة بالحياة⁽¹⁾. وبذلك فإن الوظيفة الإعلامية للصورة هي نقل المعلومات والوقائع وتجسيد المعاني والأفكار والعواطف، وصولاً إلى مشاهدتها من قبل المتلقي وقراءتها والتعرف عليها.

II. الوظيفة الإخبارية:

يقصد بالتوظيف الإخباري للصورة، هو توجيه الصورة لنقل خبر معين متعلق بحادث معين، سياسي، اقتصادي، اجتماعي، ثقافي، بيئي،... وهذا لخدمة فكرة معينة ولمناصرة رأي معين. تعد الوظيفة الإخبارية للصورة من أهم وظائف الاتصال، ومسألة أساسية في سياسة كل مؤسسة إعلامية سواء كانت حكومية أو خاصة لأجل أهداف معينة، إذ للصورة تأثير كبير على الرأي العام وتغييره⁽²⁾.

III. الوظيفة الترفيهية والتعليمية والجمالية للصورة:

إنّ العامل الترفيهي يكاد يكون محبذاً وبالإجماع من طرف جمهور القراء أو المشاهدين، وعليه تعكس الصورة مدى تجاوب الجمهور مع ما تقترحه من مواضيع ترفيهية⁽³⁾.

أما الوظيفة التعليمية، فكثيراً ما توظف الصورة لخدمة أغراض تربوية، وقد جاءت آراء علماء علم النفس والاجتماع، لتؤكد أهمية الترفيه في التعليم، من حيث الأشرطة المرسومة، المساعدة على تنمية قدرات الطفل العقلية⁽⁴⁾.

كما أن للصورة وظيفة جمالية، إذ كل صورة تحمل معالم جمالية بداخلها سواء تعلق الأمر بالصورة ذاتها أو الألوان التي تزينها⁽⁵⁾.

والصورة ضمن إطار الاتصال الجماهيري عبارة عن وسيلة اتصال تنقل الرسالة إلى المتلقي بأقل قدر من التحريف والخطأ، فهي تشارك المادة التحريرية وتتفاعل معها لتقديم خدمة صحفية متكاملة.

وتمتاز الصورة كوسيلة اتصالية بسرعة كبيرة في لفت نظر المشاهدين واستيعابهم مضمونها، وبالتالي تحقيق التأثير المطلوب من خلال الوضوح في التفاصيل والبساطة في المضمون، فالصورة كانت ولا تزال أهم وسيلة اتصالية وأقربها إلى فهم جميع الناس بغض النظر عن أجناسهم وفئاتهم وتباين لغاتهم، فنحن باستعمال الصورة يمكننا إيصال جزء كبير مما نريد إيصاله إلى الآخرين متخطين بذلك الحدود الجغرافية والعراقيل الأثنية.

(1) - أديب خضور، الإعلام المتخصص، ط2 (المكتبة الإعلامية، دمشق، 2005)، ص ص، 196، 197.

(2) - فاضل علي عباس، مرجع سبق ذكره، ص 33.

(3) - عبد الرحمان عمار، مرجع سبق ذكره، ص 32.

(4) - المرجع نفسه، ص 33.

(5) - المرجع نفسه، ص 32.

المبحث الرابع: أنواع الصورة:

هناك تنوعات وتباينات مهمة في استخدام مصطلح "الصورة" بعضها يرتبط بالصور الإدراكية الخارجية وبعضها بالصور العقلية الداخلية، وبعضها الآخر يرتبط بالصور التي تجمع بين الداخل والخارج، وبعضها يربط الصورة بالمعنى التقني والآلي والرقمي. في هذه النقطة سنحاول التطرق إلى أهم التصنيفات التي تبرز أنواع الصور.

المطلب الأول: الصورة البصرية، والصورة الذهنية:

الصورة البصرية، يعرفها "عبد الحميد شاكر" بأنها أكثر الاستخدامات العيانية (الملموسة والمحسوسة) للمصطلح. ويشير هذا الاستخدام بشكل خاص إلى انعكاس موضوع ما على مرآة أو على عدسات، أو غير ذلك من الأدوات البصرية، ويجري الامتداد بالاستخدام السابق فنتحدث عن الصورة الشبكية التي هي الصورة التقريبية لشيء ما، ينعكس على شبكية العين عندما ينكسر الضوء إلى جهاز الإبصار بشكل مناسب⁽¹⁾.

أما الصورة الذهنية (الصورة التي في الدماغ) وتوجد في عقل الفرد نتيجة لشيء يتذكره أو يتخيله، وتعرف بأنها في درجة أعلى من مجرد إعادة البناء للخبرة الحسية، فالصورة الذهنية كما يوضحها "فرديناند دو سوسير Ferdinand de Saussure" هي مجموعة الصور يتم استحضارها من دائرة التمثل الحر، حيث لا تمتد صفة معانيها المجردة إلى المعنى، وأن التفكير يحدث بمعزل عن الصورة⁽²⁾ ومع تشابه هذا الاستخدام مع كثير من الأفكار الشائعة حول مفهوم الصورة الذهنية أو العقلية فإن بعض التحذيرات يجب أن توضع في الحسبان، ومن أهمها مايلي:

1. الصورة الذهنية ليست مجرد صورة حرفية من الخبرة الأساسية، فليس هناك ما يشبه عملية إسقاط شريحة مصورة مصغرة على شاشة من جهاز عرض، لكن هذه الصورة تكون من قبيل الصورة التي تبدو "كما لو كانت" هي الصورة الأصلية، وهذا يعني أن التفكير بالصور هو عملية معرفية تنشط "كما لو" كان المرء يمتلك (صورة ذهنية) مماثلة للمشاهد الخاص الموجود في العالم الواقعي.

2. إن الصورة ينظر إليها باعتبارها تتضمن عمليات بناء وتركيب، وبهذا المعنى فإن الصورة لم يعد ينظر إليها على أنها نسخة مكررة، فمثلا، يمكنك أن تتصور حيوان "وحيد القرن" وهو يقود دراجة بخارية، وهي صورة لا يمكن أن تكون نسخة لصورة أو خبرة واقعية رُئيت من قبل.

(1) - عبد الحميد شاكر، مرجع سبق ذكره، ص 20.

(2) - فرديناند دوسوسير، ترجمة عبد الرحمان أيوب، إشراف سيزا قاسم ونصر حامد أبو زيد، فصول من دروس في علم اللغة العام، مدخل إلى السيميوطيقا، ج 1، ط 2، منشورات عيون (المغرب)، د س ن، ص 155.

3. إن الصورة الذهنية ليست مقصورة بالضرورة على التمثيلات البصرية، مع أن هذا النوع هو أكثرها شيوعاً، فمثلاً يمكن أن يقوم المرء بتفصيل أو تنويع معين في صورة سمعية أو في صورة لمسية... إلخ . وتوجد لدى أفراد آخرين صورة متعلقة بالتذوق بالفم أو الشم بالأنف⁽¹⁾.

المطلب الثاني: الصور المتحركة، والصورة الثابتة، والصورة التشكيلية:

الصورة المتحركة هي صورة مكونة من مجموعة الصور الحية، التي تحوّل وتترجم الأحاسيس المكوّنة الباطنية إلى أحاسيس ملموسة مادية⁽²⁾، وينطبق مفهوم الصورة المتحركة على نحو مماثل بالنسبة للتلفزيون والسينما.

أما الصورة الثابتة، فهي الصورة التي يتم تسجيلها على شيء مادي مثل الورق أو النسيج وذلك عن طريق التصوير الفوتوغرافي.

أما الصورة التشكيلية، فتتمثل في الأعمال الفنية التشكيلية كالرسم والتصوير الملون وغير ذلك من الأعمال الفنية التي هي في جوهرها صورة⁽³⁾.

المطلب الثالث: صور الخيال، وصور الواقع الافتراضي:

يُعرف الخيال بأنه القدرة العقلية النشيطة على تكوين الصور والتصورات الجديدة. ويشير هذا المصطلح إلى عمليات الدمج والتركيب وإعادة التركيب بين مكونات الذاكرة الخاصة بالخبرات الماضية، وكذلك الصور التي يجري تشكيلها وتكوينها خلال ذلك في تركيبات جديدة⁽⁴⁾.

أما صورة الواقع الافتراضي، فهذا المصطلح صاغه عالم الكمبيوتر جاردن لانير "Jardon Lanier" لوصف الطريقة التي يشعر بها مستخدموا الكمبيوتر بينما هم يعيشون العوالم التي يقوم الكمبيوتر بتخليقها في العالم وفي ألعاب الكمبيوتر، والتي انتشرت منذ أواخر ثمانينيات القرن العشرين وعبر تسعينياته حتى الآن. "إن أنظمة العالم الافتراضي تمزج بين طرائق التصوير والصوت والأنظمة الحسية الخاصة بالكمبيوتر من أجل أن تضع جسد المستخدم للكمبيوتر في دائرة من العائد أو التغذية الحيوية " Feedback " المباشرة مع هذه التكنولوجيا ذاتها، وكذلك مع العالم الذي تقوم هذه التكنولوجيا بمحاكاته أو مماثلته"⁽⁵⁾.

(1)- عبد الحميد شاكر، عصر الصورة السلبية والإيجابية، مرجع سابق الذكر، ص20.

(2)- عبد الرحمان عمار، الصورة والرأي العام، السلطة الخامسة: دراسة سيميولوجية (منشورات بغداد، الجزائر، 2009) ص، 33.

(3)- عبد الحميد شاكر، المرجع السابق الذكر، ص22.

(4)- المرجع نفسه، ص21.

(5)- المرجع نفسه، ص23.

المطلب الرابع: الصورة الرقمية، والصورة الفوتوغرافية:

إن تطور الصور الرقمية أدى في ثمانينيات القرن العشرين وتسعينياته إلى تحولات جذرية في معنى الصورة في الثقافة الإنسانية. وتختلف الصور الرقمية عن الفوتوغرافية في أنها صورة مولدة من خلال الكمبيوتر "Computer Generated" أو على الأقل معززة بالكمبيوتر. وتستمد القيمة الخاصة بالصورة الرقمية من دورها كمعلومة، وكذلك من تميزها بوصفها صورا يسهل الوصول إليها، والتعامل معها أو معالجتها، وتخزينها في الكمبيوتر أو على موقع على الإنترنت أو إنزالها ... وهكذا⁽¹⁾. وقد تغير شكل العالم الرقمي بدرجة كبيرة من خلال آليات الضغط أو التكتيف والإيجاز والأحجام الصغيرة للأجهزة القابلة للحمل "Portabe" والحركة، مثل كاميرات الفيديو وأجهزة التليفون المحمولة، وأجهزة الكمبيوتر المحمولة وغيرها، إضافة إلى الاستعانة بالتقنيات التكنولوجية في إدخال التعديلات الرقمية على الصور، وكذلك تحويل الصور إلى معلومات تجعلها أكثر قابلية للمعالجة والتغيير.

أما الصورة الفوتوغرافية، فهي من أصل الكلمة اليونانية "فوتوغرافي" (Photography)، فهي تنقسم إلى كلمتين: فوتو (Photo) وتعني الضوء، وجراف (Graph) وتعني رسم أو تصوير، وبذلك يكون لمعنى الكلمة "التصوير بالضوء" أو "الرسم بالضوء" حيث إن التصوير ومنذ نشأته في تجاربه الأولى، تستند إلى الضوء في تحقيق العملية التصويرية، حيث إنه يشكل لنا متغيرات كثيرة من ظل وضوء وأجسام وخطوط وكتل وألوان وأحجام،... من عناصر الصورة⁽²⁾.

وقد تم استخدام مصطلح "فوتوغرافيا" لأول مرة في عام 1939م، وقبل ذلك التاريخ كان يطلق على التصوير "ضوء الشمس Sunlight" على أساس أن ضوء الشمس كان أُنذاك هو المصدر الوحيد للإضاءة المستخدم في التصوير⁽³⁾. أما تعبير الصورة الفوتوغرافية "Photograph" فهي تعني تجميد لحظة من الزمن أو أنها شكل جامد ينقل لحظة أو حال ما ربما كان موجودا وربما ما زال حاضرا، والصور الفوتوغرافية هي الصور التي تلتقط بواسطة آلات التصوير المعروفة، وقد تكون الصور الفوتوغرافية صورا لأشخاص أو مناظر بيئية أو أشياء عادية يستخدمها الإنسان في حياته أو غير ذلك⁽⁴⁾. وقد لعبت الصور الفوتوغرافية منذ ظهورها في بدايات القرن 19، كثيرا من الأدوار الاجتماعية والسياسية والبيئية وغيرها، وقد اشتملت هذه الأدوار على أدوار خاصة بالفن والتسويق والقانون والتوعية...

(1) - سعدية محسن عايد الفضلي، ثقافة الصورة ودورها في إثراء التنوع الفني لدى المتلقي، (مذكرة ماجستير غير منشورة)،

جامعة أم القرى، كلية التربية، قسم التربية الفنية، المملكة العربية السعودية، سنة 2010، ص 19.

(2) - عبد الباسط سلمان، سحر التصوير، فن وإعلام (الدار الثقافية للنشر، بغداد، 2004)، ص ص 18، 19.

(3) - سعيد الغريب النجار، مرجع سبق ذكره، ص 32.

(4) - سعدية محسن عايد الفضلي، مرجع سابق الذكر، ص 19.

الفصل الثاني: الصورة الصحفية: النشأة والمفهوم.

تمهيد.

المبحث الأول: الصورة الصحفية والتصوير الصحفي.

المطلب الأول: مفهوم الصورة الصحفية.

المطلب الثاني: أهمية الصورة الصحفية وخصائصها.

المطلب الثالث: التصوير الصحفي وخصائصه.

المبحث الثاني: الصورة الصحفية: أنواعها ووظائفها، ومجالات استخدامها.

المطلب الأول: أنواع الصورة الصحفية

المطلب الثاني: وظائف الصورة الصحفية.

المطلب الثالث: مجالات استخدام الصورة الصحفية.

المبحث الثالث: الصورة الصحفية وتأثيرات النظم الرقمية.

المطلب الأول: أنواع المعالجة الرقمية للصورة الصحفية.

المطلب الثاني: تأثيرات المعالجة الرقمية للصورة الصحفية.

المطلب الثالث: تأثير الصورة الصحفية في العمليات الإدراكية للقراء.

تمهيد:

تحتل الصورة الصحفية أهمية بالغة في وسائل الإعلام المطبوعة، وتمثل أحد الأركان الرئيسية للصحف والمجلات، وتأخذ حيزا كبيرا من اهتمام المحررين والناشرين والمعلنين بسبب تأثيرها الكبير في الجمهور، ولما لها من خواص استقطابية وخواص إبهار وتأثير وإثارة وتشويق في المتلقي، وكذا الدور الذي تؤديه في لفت أنظار الرأي العام، وتوجيهه نحو الهدف الذي تريد إبرازه، والغاية التي تسعى إلى بلوغها. ولو تخيلنا أن الصحف وهي لا تحوي على لقطات فوتوغرافية فإننا سوف نجد أن تلك الصحف مملّة وغير مرغوبة فيها، لما يبعثه الشكل العام لتلك الصحف من رتابة وغموض.

هنا يتوجب التذكير أن الصورة الصحفية، لم تعد تقف في الصف الثاني بعد الكلمة، بل تجاوزت كل حدود اللغة لتكون هي العنوان وهي ذاتها التفاصيل، وتحتل المكان الأبرز في صفحات صاحبة الجلالة، خاصة بعدما أحدثته الثورة التكنولوجية في مجال الصورة والتصوير.

وتشكل الصورة الصحفية حيزا قائما بذاته، ومادة صحفية مستقلة بذاتها في بعض الأحيان، كما يمكن أن تكون تأكيدا للمادة الخبرية التي تترافق معها حتى لا يتسرب إليها الشك، وتستطيع أيضا أن تعكس وتقدم قراءات للحدث من زوايا معينة، بجانب استخداماتها في فنون التحرير الصحفي المختلفة. وتذكر عدد من الدراسات الإعلامية أن نحو 75 % من قراء الصحف والمجلات يلاحظون الصورة ويركزون عليها، وأن نحو 50 % منهم يلاحظون العناوين الرئيسية، وأن 29 % منهم يلفت نظرم تعليقات الصور، في حين لا تلفت المادة التحريرية إلا انتباه نحو 25 % من القراء⁽¹⁾، مما يعني أن الصورة تعد أفضل وسيلة لجذب انتباه القراء واهتمامهم.

وتقوم الصورة الصحفية بدور اتصالي ثنائي، فهي رسالة ووسيلة معا، إذ أنها متاحة للجميع بغض النظر عن مستوياتهم الثقافية والعلمية، كونها لغة عالمية يفهمها الجميع رغم تعدد الأمم والشعوب، وتمتاز الصورة الصحفية كوسيلة اتصالية بسرعة أكبر في لفت نظر القراء واستيعابهم مضمونها، وبالتالي تحقيق التأثير المطلوب من خلال الوضوح في التفاصيل والبساطة في المضمون، إضافة إلى مقدرتها الإقناعية فهي أصدق أدوات الصحف والمجلات، إلى جانب دورها في إثراء المحتوى من خلال تسجيلها للأحداث ودعمها المادة التحريرية، وإضافة الجديد لها.⁽²⁾

وفي هذا الفصل سنتعرض بالتفصيل إلى ماهية الصورة الصحفية من خلال الحديث عن مفهومها وأهميتها وأنواعها ومجالات استخدامها، مع الإشارة إلى تأثيرات النظم الرقمية عليها.

(1)- محمد عبد الحميد، السيد بهنسي، تأثيرات الصورة الصحفية، النظرية والتطبيق، ط1 (عالم الكتب، القاهرة، 2004)، ص 187.

(2)- إبراهيم محمد صافي، فن التصوير الصحفي، ط1، (دار أسامة للنشر، عمان (الأردن)، 2016)، ص 13.

المبحث الأول: الصورة الصحفية والتصوير الصحفي:

المطلب الأول: مفهوم الصورة الصحفية:

الصورة الصحفية هي كل ما ينشر في المطبوعات غير منتم إلى الحروف، وبذلك يشير المصطلح إلى كافة العناصر الجرافيكية (graphic design)، التي تشترك في بناء الصفحة، كالصور الفوتوغرافية، والرسم بكافة أنواعه. والصورة أحد الفنون التحريرية المهمة التي لا غنى عنها في الصحف الحديثة. فهي توجه رسالة إلى القارئ من أوضح ما يكون، تحسها العين أسرع من حسها للحروف⁽¹⁾.

وتعرف أيضا: أنها صورة منفردة لتغطية حدث هام تجلب المتعة والمشاهدة، وتقدم معلومات كاملة وتسجل زمن الموضوع وتتجه باتجاه بؤرة الخبر وغالبا ما تجسد بإتقان التأثير الفني والتركيب غير الاعتيادي للصورة التي تكون وافرة الحركة وبسيطة جدا⁽²⁾.

كما تعرف: بأنها، نقل مطابق للواقع المادي لشكل قائم أو متحرك بواسطة آلة التصوير، أو يد الرسام أو هما معا، يظهر على سطح من ورق أو مادة أخرى ثلاثية، بمعرفة مصور أو رسام محترف أو من المهتمين أو الهواة، بهدف النشر أو العرض أو الشرح أو التسويق أو الاستشهاد أو التسجيل التذكاري، باستخدام الألوان، أو الأبيض والأسود فقط⁽³⁾.

وقدّم "محمود أدهم" مفهوما طويلا وشاملا للصورة الصحفية، تناول فيه ما ذكره الآخرون من تعريفات، وعرفها بأنها " الصورة ذات المضمون الحالي المهم الواضح وال جذاب، المعبرة وحدها أو مع غيرها في صدق وأمانة وموضوعية عن الأحداث أو الأشخاص أو الأنشطة أو الأفكار أو القضايا أو النصوص والوثائق، أو المناسبات المختلفة المتصلة غالبا بمادة تحريرية معينة، تنشرها أو تكون صالحة للنشر على صفحات جريدة أو مجلة أو توزعها وكالة أنباء أو صور، على سبيل التأكيد والتوضيح والتفسير والدعم والإضافة ولفت الأنظار، وزيادة الاهتمام والقابلية للقراءة والإمتاع والموائمة وزيادة التوزيع، وكمعلم وركيزة إخراجية...، والتي تلتقطها عدسة مصورها بطريقة تعكس حسا فنياً اتصاليا وفهما لوظيفتها، بعد إعداد خاص أو بطريقة يدوية أو مفاجئة أو تحصل عليها بمعرفة المحرر أو الوكالات أو من مصدر محترف أو حر أو من احد الهواة، أو نقل عن وسيلة نشر أخرى، أو بواسطة من يتصل بموضوعها عن قرب...، وغالبا ما تكون إخبارية أو تسجيلية أو تفسيرية، أو جمالية أو وثائقية، وقد تكون قديمة متجددة الأهمية، تقدم بواسطة إحدى هذه المصادر نفسها، أو

(1) - أشرف صالح، المعجم المصور للفنون الطباعية (دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 1998)، ص 241.

(2) - هيثم فتح الله عزيزة، الصورة الصحفية (دار الكتب والوثائق، بغداد، 1992)، ص 33.

(3) - محمود أدهم، مقدمة إلى الصحافة المصورة: الصورة الصحفية وسيلة اتصال، (مطابع دار البيضاء (المغرب)، 1998)، ص ص 27، 28.

بمعرفة مركز المعلومات أو أرشيف الصور الخاص بوسيلة النشر، أو دور المحفوظات والوثائق، كما قد تكون مرسومة بريشة قلم الرسام الخاص، أو أي رسام آخر، مادامت مناسبة.⁽¹⁾

فالصورة الصحفية: هي وسيلة اتصال مستقلة بذاتها، تنقل مضمونا فعليا قد يكمل مضمون المادة التحريرية لتقديم خدمة صحفية متكاملة، أو قد تعبر عن مضمون مستقل في حد ذاته، كما أنّها أحد العناصر الجرافيكية التي تشترك مع العناصر التيبوغرافية الأخرى، من متن وعناوين وخط وألوان، في بناء الصفحة، وتشمل الصور الفوتوغرافية والرسوم الخطية، بكافة أنواعها.

المطلب الثاني: أهمية الصورة الصحفية وخصائصها.

I. أهمية الصورة الصحفية:

تتمتع الصورة بمكان بارز وأهمية واضحة على صفحات الجرائد والمجلات، حيث لا يكتمل البناء العام لهما إلا بوجودها، فهي عنصر هام في الصحافة الحديثة، إذ ينذر اليوم وجود صحيفة دون الاستعانة بالصور النابضة بالحياة، فالفن الصحفي الحديث قد أصبح فنًا بصريا يعتمد على الصور والرسوم، وأصبحت الصور-الفوتوغرافية- في الجريدة أو المجلة تلعب دورا هاما في تحقيق أهداف الصحافة في هذا العصر الذي سمي بعصر " حضارة الصورة ".⁽²⁾

وحول تطور أهمية الصورة في الصحافة الحديثة يقول " فرنسيس هنري تايلور، Francis Henry Taylor " : لقد دخل حيّز الوجود أدب بصري لم يسبق له مثيل، يقرأ فيه الناس الصور كما لم يفعلوا من قبل منذ مئات السنين، تاركين بذلك للألفاظ واجب نقل الأفكار المجردة غير القابلة للانتقال في أشكال مرسومة.⁽³⁾

وتحتل الصورة في الصحف مكاناً أساسياً في عملية توضيح أفكار الكاتب ومعلوماته، وتوصيلها إلى القارئ بعد أن كان استخدامها للزخرفة والتجميل، وبالتالي فقد أصبحت الصور مواد أساسية من مواد الصحيفة الحديثة، ولم تعد عنصراً جمالياً فقط بل عنصراً إعلامياً وظيفياً، وأصبحت الصورة تعبر عن الأفكار والآراء، كما تعبر عن الأخبار والأحداث، بل من أكبر أدوات الإرشاد والتوجيه.⁽⁴⁾

وتعد الصورة الصحفية تسجيلاً حياً وواقعياً لمختلف جوانب الحياة، وتعطي الأحداث الموضوعات حيوية ومصادقية، فهي مادة اتصالية لا تخاطب حاسة البصر لدى المتلقي فقط، بل

(1)- محمود أدهم، الصورة الصحفية وسيلة اتصال، مرجع سبق ذكره، ص 103.

(2)- أديب خضور، الإعلام المتخصص، (المكتبة الإعلامية، دمشق، 2005)، ص 197.

(3)- فريزر بوند "Fraser Bond Fund"، ترجمة راجي صهيون، مدخل إلى الصحافة، (مؤسسة بدران، بيروت، 1969)، ص 402.

(4)- محمود علم الدين، الصورة الصحفية دراسة فنية، مرجع سبق ذكره، ص 06.

تحرك حواسه وأحاسيسه وميراثه العاطفي والاجتماعي، واستمدت الصورة تأثيرها في الصحافة بفضل عناصرها، وبوصفها علامة مباشرة تنقل المعلومات والأخبار وتوثق الأحداث والمواقف.⁽¹⁾ وتتميز الصورة الصحفية بأنها تنقل الرسالة إلى القراء بأقل قدر من التحريف والأخطاء، لذلك فإنها كوسيلة اتصالية تتميز بقدرة إقناعية عالية، لأنها من أصدق الأدوات التي تستخدمها الصحف والمجلات، علاوة على دورها في إثراء المحتوى ودعمها للمادة التحريرية، وذلك لأن المعلومات التي يتلقاها القراء من خلال الصور، تبقى مدة أطول في الذاكرة، من المعلومات المستقاة عن طريق القراء.⁽²⁾ وتساعد الصورة الصحفية في تعميق الرسالة الصحفية، وأحياناً تكون بديلاً عن كلماتها، لما تحمله من دلالات تعبيرية وجمالية وسيكولوجية ورمزية تعجز الكلمة عن إيصالها، فالصورة لغة تمتاز بالمرونة والرمزية وأداة للتفاهم وحقيقة واقعية كونها أداة فائقة للتصور الحقيقي لأنها تفرض على أعيننا الحقيقة وبذلك يكون شكلها ومضمونها من الناحية العملية ملتصقين مع بعض، أي يكمل أحدهما الآخر⁽³⁾

ويرى "مارشال ماكلوهان Marshall McLuhan" أن الصورة الصحفية تعد إحدى الوسائل الاتصالية الساخنة، لأنها تقدم المعلومات التي تعجز عنها آلاف الكلمات. مما يؤكد أهمية دورها الاتصالي والإقناعي والجمالي، التي لا يمكن لأية صحيفة أو مجلة الاستغناء عنها، بل هناك العديد من الصحف والمجلات المصورة في العالم، والتي تعتمد على الصورة فقط.

ويمكن أن نشير إلى أن أهمية الصورة وفعاليتها تعود إلى قدرتها الكبيرة على عرض الواقع وإعادة صياغته وتشكيله من جديد، كما أنها خطاب يمتلك كل مقومات التأثير في المتلقي، وسهولة إدراكها وفهمها من قبل المتلقين على اختلاف أجناسهم ومستوياتهم الثقافية، فهي توفر عنصر الحالية من خلال نقل الوقائع والأحداث، وإيصالها إلى ملايين المتلقين في مختلف مناطق العالم، فهي بذلك تخطي الحواجز الزمانية والمكانية، إضافة إلى قدرتها على جعل الواقع حاضراً مرئياً، مع القدرة على الإمساك بأدق التفاصيل.⁽⁴⁾

(1)- حاتم علاونة، ثقافة الصورة في الإعلام والاتصال: مؤتمر فيلادلفيا الدولي الثاني عشر (منشورات جامعة فيلادلفيا، جامعة فيلادلفيا، 2008)، ص 227.

(2)- عبد الحميد ليلي، علم الدين محمود، فن التحرير الجرائد والمجلات (دار السحاب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004)، ص 156.

(3)- مارسيل مارتين، ترجمة: سعد مكاوي، اللغة السينمائية، (الدار المصرية للتأليف والترجمة، القاهرة، 1969)، ص 08.

(4)- عادل هاشم محسن، الوظيفة الاتصالية للصورة الصحفية، مجلة العربية للإعلام والاتصال، السعودية، العدد 202، سنة 2012، ص 565.

ويمكن إجمال أهمية الصورة الصحفية فيما يلي: (1)

- دور الصورة في تثبيت المعلومات في ذاكرة القارئ تبعاً لدور المدخل البصري في إدراك الصورة ثم العمل على تخزينها بما يؤدي إلى أن تكون المادة المحتوية على الصورة أكثر التصاقاً بالذهن من غيرها من المواد غير المصورة.
- مصداقيتها كونها حاضرة بصرية متحققة أمام أنظار المتلقين.
- توفرها على الجانب الجمالي، الذي يشكل بؤرة استقطاب وقوة جاذبة للاهتمام، تستحوذ على المخيلة وتحقق الإقناع.
- هيمنتها وسيطرتها على تفاصيل حياتنا المعاصرة بحيث أضحت نظام اتصال بين البشر.
- تعتبر الصورة وسيلة مهمة للتسلية والإمتاع الفكري تفوق في ذلك غيرها من الوسائل، ولذلك أصبحت الصورة قاسماً مشتركاً بين الصفحات والأبواب المختلفة في الصحف.

II. خصائص الصورة الصحفية:

❖ من جانب المضمون:

تأتي أهمية الصورة في الصحافة في هذا الجانب من خلال:

1. إمكانية الصورة في إضافة الكثير من المعاني للمادة المقدمة بما يكسبها مصداقية أكبر من خلال قدرتها على التفاعل مع الكلمات لإيجاد جو واقعي يقترب من الواقع المنقول، بما يدعم تفهم القارئ للواقع المنقول واستيعابه لمعانيه. (2)
2. إمكانية الصورة في تقديم معلومات في حيز صغير، الأمر الذي لا تستطيع المادة المكتوبة أدائه (3)، كما تعمل الصورة على تقليل الجهد المطلوب من القارئ بذله للإحاطة بالمواد المنشورة، على العكس من المادة المكتوبة التي يستدعي التأثر بها، إعمال العقل والذهن في تخيل ما تثيره من معان قد تعجز الكلمات والجمل عن تصويرها. (4)
3. إمكانية الصورة أن تشغل حيزاً بنفسها كموضوع إخباري بما يعمل على إضفاء الحيوية والحركة على تغطيات الصحف للأحداث.

(1)- شريف درويش اللبان، تكنولوجيا الطباعة والنشر الإلكتروني، وتطبيقاتها في مجال الصحافة، المؤتمر العلمي الثاني

لمركز بحوث ونظم وخدمات المعلومات، جامعة القاهرة، المكتبة الأكاديمية، 2001، ص124.

(2)- سمير صبحي، صحيفة تحت الطبع (دار المعارف، القاهرة، 1974)، ص184.

(3)- محمد نبهان سويلم، التصوير الإعلامي (دار المعارف، القاهرة، 1985)، ص ص 47، 44.

(4)- فهد بن عبد العزيز بدر العسكر، الإخراج الصحفي: أهميته الوظيفية واتجاهاته الحديثة، ط1 (مكتبة العبيكات، الرياض،

1998)، ص46.

4. تحقيق الوظائف الاتصالية في الشرح والتفسير، أو دعم معاني النص، وتأكيد رموزه اللفظية.⁽¹⁾
5. تأكيد قيمة الرسالة الاتصالية بما تقدمه من معان إضافية تعزز الاهتمام بالرسالة ومستواها.
6. المساهمة في تكوين الصورة الذهنية عن موضوع الرسالة الاتصالية بما يدعم أفكار القراء.

❖ من جانب الشكل:

تتميز أهمية الصورة الصحفية في هذا الجانب كعنصر طباعي مميز تعود بالفائدة على المخرج عند تنفيذه لإخراج الصفحة، فمن خلالها يتم تحريك جمود الصفحة الممثلة بالكلمات المكتوبة، كما أنها تستخدم لإبراز الموضوعات المهمة في صفحة معينة، كما تساعد الصورة على التوزيع داخل الجريدة مما يدفع الملل عن القارئ.

ويقصد بها الخصائص التي يكون فيها الشكل في خدمة المادة الخبرية، وأبرزها:

1. **الحجم المناسب:** يجب ألا تكون الصورة صغيرة جداً، وإلى الحد الذي لا يجذب الأنظار إليها، وتمر من على القارئ دون التوقف عندها، لأن صغر الحجم يجعل القارئ غير محيط بتفاصيلها، إضافة إلى أن الحجم الصغير يؤثر سلباً على مخرجي الصحف، ما يؤدي إلى عدم إعطاء المادة الخبرية المصاحبة الأهمية المكانية المناسبة لها. كما أن الحجم المناسب لا يعني أن تكون الصورة المصاحبة للموضوع أو التقرير لوكالة الأنباء كبيرة أو كبيرة جداً، إلى الحد الذي يمكن أن تعطي انطباعاً لا يتناسب مع أهمية التقرير، أو أن تكون مزدحمة بالتفاصيل غير المهمة، أو أن تكون تفاصيلها غير واضحة.
2. **الهدف:** أن يكون للصورة هدف من وجودها، بحيث يشعر القارئ بأن اختيارها مدروس وليس بغرض سد الفراغ في الصفحات.
3. **الوضوح:** يجب أن تكون الصورة واضحة الشكل، بكل جوانبها وأبعادها وتفاصيلها، وهذا الوضوح يتناسب مع حجمها المعقول ودرجة أهميتها.
4. **التنوع:** بمعنى أن تتنوع أحجام الصور الخبرية المصاحبة للمواد الخبرية والمساحات التي تحتلها على الصفحات، كما يمكن أن تتنوع من حيث كونها ملونة أو بالأبيض والأسود.

❖ سلبيات الصورة الصحفية:

علل الكثير من الباحثين سلبيات الصورة بأنها لا تصور الحقيقة كاملة، أو أنها التقطت لتعبر عن موضوع ما، كما يمكن تغيير الصورة بواسطة الرتوش، بل إن مجرد اختيار صورة وليس أخرى دليل على تحيز متعمد من المصور وقت الالتقاط، ومن المحرر عند المفاضلة بين عدة صور التقاطها.

(1) - أحمد حسين الصاوي، طباعة الصحافة وإخراجها (الدار القومية للطباعة والنشر، القاهرة، د.ت.ن)، ص 174.

ومن أهم سلبيات الصورة الصحفية نذكر ما يلي: (1)

1. الانتشار الكبير والمستمر بتأثيره الطاعي على العقول، فالانتشار الطاعي الذي يملأ حياتنا ويغمرها بصور غير منقطعة، يمثل أكثر من زاوية عنصر تخدير للرأي العام، وعنصر تأثير في اتجاه التهوين أو التصغير أو التهويل أو المبالغة أو التلاعب بالعقول أو تعتيم وتضليل إعلامي.
2. فرصة أكبر لتضليل عقول الجماهير، خاصة بما تتميز به من جذب الانتباه، وأنها لا تكذب، إذ إن المصور لا يقدم شيئاً من عنده وإنما ينقل ما حدث، ومن هنا فالثقة البالغة والدائمة في الصورة تزيد هذا التضليل عندما تكون هذه الجماهير غير متعلمة، وهنا يتدخل القائمون على وسيلة النشر لتوظيف الصورة لتحقيق أهدافهم الإقناعية، وتضليل عقول الناس، والتأثير عليهم بواسطة طرق غير صحيحة.
3. تشجيع غير مباشر للأمية، وتشجيع على التكاسل بالنسبة للقراءة، وفي هذا الجانب تكون نظرة القارئ إلى العناصر الصورة فقط، دون أن يتبعها أي قراءة لأي شكل من الأشكال للمضمون التحريري المصاحب للصورة، ويزيد ذلك كله ما يتعرض له إنسان العصر الحاضر من مصاعب الحياة، وبالتالي يلجأ إلى الراديو والتلفزيون، لمعرفة الأحداث من حوله، أو على مستوى الصحافة، فهو يكتفي بالنظر للصور الموجودة بالصحيفة أو المجلة.
4. منافسة المادة التحريرية، ويتمثل ذلك في احتلال الأماكن الأكبر والأهم والسيطرة على انتباه القراء، وهي السلبية التي تتسبب بها الغلبة التصويرية أو ذلك الطغيان التصويري، والمنافسة بين المادة التحريرية من جانب والتصويرية من جانب آخر، وذلك ينعكس سلباً على طابع العمل وروح الفريق بين المحرر من جانب والمصور من جانب آخر.
5. الاتجاه إلى الظاهر والجوانب السطحية، إن ميزة الصورة في أنها تدرك بمجرد النظرة الأولى واللحمة العابرة والإطلالة السريعة، فإن الوجه الآخر لها يقول إنها تحمل أيضاً طابع اهتمام هذه الصور في مجموعها بالجوانب السطحية وبالجانب الظاهر دون الوصول إلى الجوهر أو العمق.
6. تغيير ملامح الصورة بالحذف أو الإضافة أو التركيب أو جميعهم معاً، وتتم عن طريق عمليات قص أجزاء من أكثر من صورة ثم تركيبها ثم طبعها في النهاية كصورة واحدة، ويكون ذلك باستعمال برامج معالجة الصور " كالفوتوشوب Photoshop " وقد يؤدي هذا إلى تشويه صورة ما، وتقديم انطباع سيئ عن موضوع أو أشخاص في داخل الصورة أو مجموعة من الصور.

(1)- محمود علم الدين، الصورة الصحفية دراسة فنية، مرجع سبق ذكره، ص ص، 150، 159.

المطلب الثالث: التصوير الصحفي وخصائصه:

I. مفهوم التصوير الصحفي (Photojournalisme):

التصوير الصحفي، نمط من أنماط العمل الصحفي الذي يقدم المادة الإخبارية على شكل صور، ويعد نمطا من أنماط الصحافة، شديد التخصص، ومن خلاله يتم إنتاج الصور للتعبير كلية أو بشكل جزئي عن القصص الخبرية إلى جانب الحروف والكلمات، ويشير تعبير التصوير الصحفي عادة إلى الصور الثابتة Still Images في حين يشمل في الواقع التصوير من أجل النشر الفيديوي⁽¹⁾.

وفي التصوير الصحفي يعتمد المؤلف "Author" أو المحرر "Editor" على الكاميرا، ليس فقط في رصد وتحرير المواضيع المختلفة التي يتضمنها مجال الصحافة، ولكنه يفكر أساسًا بواسطة النص المرئي لنقل رسالته للمتلقي أكثر من تفكيره بواسطة النص المكتوب حرفا، أو المسموع لفظا.⁽²⁾

ويمكن حصر مجالات ومواضيع التصوير الصحفي في توثيق ونقل صور الأخبار والأحداث والظواهر الاجتماعية والعلمية والجغرافية والاقتصادية والسياسية، على أن يتم تناول ذلك وفق إدراك وإلمام ورؤى عميقة، تقوم على الرغبة والموهبة والتأهيل الأكاديمي، ويتزاح ذلك التناول بين صورة واحدة لحدث أو ظاهرة، ومجموعة متتالية من الصور لموضوع واحد، وبين رصد شامل ومتكامل لجوانب وظواهر في الحياة والمجتمع، وذلك بغرض الإنارة والإثارة عبر التوثيق والأخبار أو الدراسة⁽³⁾.

II. خصائص التصوير الصحفي:

يُتسم التصوير الصحفي بعدة خصائص ينفرد بها، وتميزه عن بقية فروع التصوير الضوئي، مثل تصوير الاستديو، التصوير الوثائقي، وتصوير المناظر الطبيعية... إلخ، ومن أهم هذه السمات مايلي⁽⁴⁾:

(1) يتضمن التصوير الصحفي عادة مواضيع خارج سيطرة المصور الصحفي، وهي تلك التي لا يمكن للمصور أن يتحكم في مجرياتها، كالأحداث المفاجئة، الحرائق والكوارث الطبيعية من زلازل وفيضانات، وغير ذلك من الموضوعات التي تحدث دون توقع. كما يتضمن أيضا مواضيع تحت سيطرة المصور الصحفي، وهي التي يمكن للمصور التحكم نسبيا في مجرياتها بالتدخل، شريطة ألا يؤدي ذلك إلى تغيير طبيعة وحقيقة الأمر الواقع بالفعل وبالتالي فقدان المصداقية.

(1) - سعيد الغريب النجار، التصوير الصحفي: الفيلمي والرقمي، مرجع سبق ذكره، ص 36.

(2) - المرجع نفسه، ص 36.

(3) - المرجع نفسه، ص 36.

(4) - المرجع نفسه، ص ص، 37، 38.

(2) يشوب التصوير الصحفي بعض القيود والمحاذير التي تحد بالضرورة من قدرة المصور على التحكم في المشهد الذي يريد تصويره.

(3) التكوين الجمالي في الصورة ليس هدفا في حد ذاته في التصوير الصحفي، بل إن مضمون الصورة هو الأساس، والتكوين الجمالي مجرد عامل مساعد لإبراز هذا المعنى أو إيصال الرسالة الإعلامية المصورة بقدر عال من الواقعية والأمانة والجمال معا.

(4) ممارسة التصوير الصحفي هو أمر صعب، وليس بالسهولة التي يتصورها الإنسان بأنها مجرد التقاط صورة لشخص جالس أو واقف أو غيرها.

❖ المصور الصحفي وسماته:

يعتبر التصوير الصحفي علم وفن وخبرة، فأى شخص يمارس مهنة التصوير عليه أن يتعلم فن وتقنيات التصوير وعليه أيضا أن يستوعب شروط الصورة الناجحة.

I. المصور الصحفي: هو محرر صحفي يعتمد على الكاميرا في تحرير المواضيع الصحفية

المختلفة وبمعزل عن توجيهات محرر النص المكتوب حرفاً، ولكن وفق خطة واضحة

ومحددة تقادياً للزواجية أو سوء الفهم، وهذه الخطة تعدها الأقسام المختصة بالصحيفة أو

المجلة أو القناة، ودون تحديد لأفكار التصوير حيث يحد ذلك من قدرات المصور وإبداعه

في التصرف عند موقع الحدث أو التصوير لاستحالة التنبؤ بكيفية سير الأحداث.⁽¹⁾

وهناك المصور الصحفي المستقل، الذي يعمل لحسابه الخاص ولا ينتمي لمؤسسة إعلامية، وهو

بذلك يوفر لنفسه معادته وأدواته ومواضيعه الصحفية، كما يتولى بنفسه بيع إنتاجه التصويري. ومن جهة

أخرى هناك المصور الصحفي الموظف، وهو يعمل وظيفة مصور صحفي لدى مؤسسة إعلامية أو

صحفية، وفي هذه الحالة المؤسسة هي التي توفر للمصور كل احتياجاته التقنية والمالية، كما تحدد له

الموضوعات التي يقوم بتصويرها في إطار سياسية المؤسسة واحتياجاتها.⁽²⁾

II. سمات المصور الصحفي:

وللمصور الصحفي الناجح عدة صفات يجب أن يتسم بها، وتتوفر فيه، وفي هذا المجال يقول

خبراء التصوير وكبار المصورين رأيهم في المصور الصحفي في جملة: " يجب أن يتمتع المصور

الصحفي بحس فوتوغرافي " ⁽³⁾ ومن أهم سمات المصور الصحفي، مايلي:

- الإلمام بالجوانب القانونية والإدارية المرتبطة بعمله، والتي تحدد حقوقه وواجباته وحدوده المهنية.

(1)- سعيد الغريب النجار، مرجع سبق ذكره، ص 36.

(2)- المرجع نفسه، ص 36.

(3)- توماس بييري، ترجمة مروان الجابري، **المصور الصحفي**، (بدران للطباعة والنشر، بيروت، 1964)، ص 505.

- الإلمام الكامل بالجوانب والمجالات الموضوعية المختلفة للتصوير الصحفي، وما يتعلق بها من مفاهيم اجتماعية وثقافية، ومعارف وخبرات في التناول الموضوعي المرئي، لضمان نجاح رسالته المرئية ومؤثراتها النفسية.
- أن يتمتع بالحس الصحفي، ويكون مستعداً دائماً ذهنياً وتصويرياً، نظراً لاستحالة التنبؤ بمتى وأين يقع الحدث، كما يعرف ويميز غريزياً المشاهد التي تؤثر، حتى يقدم صوراً ناجحة.
- الإلمام بالتقنيات المختلفة للتصوير، وفق المعايير العالمية المتعارف عليها، كما يكون ملماً بقواعد وأسس إخراج الصور الصحفية.
- الدراية الكاملة بالسياسية التحريرية للمؤسسة الصحفية التي يعمل في إطارها، بما تفرضه عليه أحياناً كثيرة من تسجيل اللقطات التصويرية، التي تتواءم وتلك السياسية التحريرية.

III. المصور الصحفي البيئي:

يعتبر المصور الصحفي المختص في البيئة، هو أحد عناصر منظومة الإعلام البيئي، وتقع على عاتقه مسؤولية جذب الجماهير المختلفة للإطلاع على الصور البيئية التي يقوم بنشرها من خلال عرضها بشكل جذاب ومشوق وتقرض نفسها على القارئ، وتتمثل هذه الصور في الأغلب الأحيان الكوارث الطبيعية كالزلازل والبراكين، أو المشكلات البيئية ذات درجة كبيرة من الخطورة كالتلوث الإشعاعي، والكميائي...

يتوجب على الإعلامي البيئي حمل آلة التصوير بشكل دائم، وعليه التقاط الصور لعناصر الطبيعة الحية وغير الحية، والظواهر الطبيعية والأخطاء البشرية بحق الطبيعة والبيئة وأرشفة هذه الصور.⁽¹⁾ والتحدي الذي يواجه الصحفي البيئي هو تحويل " اللاحث البيئي " إلى حدث يثير انتباه القارئ، ويجعله مهتماً به ومشاركاً في التصدي له ومساهماً في معالجته.



صورة رقم (06): صور بيئية التقطت من قبل المصور الصحفي البيئي

(1)- علي عبد الفتاح، الإعلام البيئي، (دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، عمان (الأردن)، 2014)، ص 92.

المبحث الثاني: الصورة الصحفية: أنواعها، وظائفها، ومجالات استخدامها.

المطلب الأول: أنواع الصورة الصحفية:

تعد الصورة من أهم العناصر الإعلامية في الصحيفة، لما تحمل من قدرة على التأثير في القراء، حيث تؤدي الصورة بأنواعها المختلفة، وظيفة أساسية ودورا كبيرا في تسهيل إيصال المعاني المتضمنة في الصحيفة، التي يصعب الوصول إليها في ظل الاعتماد على الكلمات التحريرية فقط. تنقسم الصور الصحفية إلى قسمين رئيسيين هما:

I. الصور الفوتوغرافية (الظلية):

يمكننا تعريف التصوير الفوتوغرافي بفن الرسم بالضوء، حيث يتكون أصل إلى الكلمة اليونانية photograph التي تنقسم إلى كلمتين هما: (Photo) التي تعني الضوء، و (Graph) التي تعني الرسم أو الكتابة. وهي الصور التي يتم إنتاجها بطريقة آلية تامة باستخدام آلات التصوير وآلات الطبع والتحميض.

➤ أنواع الصور الفوتوغرافية (الظلية):

تنقسم الصور الظلية تبعا لما تحمله من مضامين إلى عدة أنواع منها:

1. الصورة الخبرية:

وهي الصور التي تقدم خدمات إخبارية كاملة، بحيث تستقل في هذا الجانب، مع اعتمادها البسيط على بعض الكلمات التي تشرح بعض المعاني غير الظاهرة فيها، وغالبًا ما تتسم هذه الصور بكبر مساحتها، وينشرها في الصفحات الأولى أو الإخبارية من الصحف.

وتعد الصورة الصحفية الخبرية المادة التالية للمضمون الإخباري التحريري، من ناحية أهميتها وسيطرتها، وامتدادها على صفحات الجرائد والمجلات، بل ومن حيث اعتبارها أهم وأبرز أنواع الصور الصحفية بشكل عام.

وتمثل هذه الصور حدث وقع في مكان معين وزمن معين، مثل إجراء مقابلة بين رئيسي دولتين، أو إخماد حريق، أو وقوع تلوث في منطقة معينة... إلخ، وفي بعض الأحيان تكون الصورة المنشورة مع الخبر لا تمثل الحدث نفسه، بل تنشر توضيحًا للقارئ كالخرائط والمخططات.⁽¹⁾



صورة رقم (07): صورة فوتوغرافية خبرية

(1)- عبد الجبار محمود علي، مرجع سبق ذكره، ص20.

2. الصور الموضوعية:

وهي الصور التي تعد أحد العناصر الطباعية التي تستخدم في بناء وحدة طباعية معينة، بحيث تتصل بما تحمله هذه الوحدة من معنى، وتعبر عن لحظات وقوع الأحداث أو انعكاساتها. والصور الموضوعية تجسد موضوعا ما، وتعبر عنه وقت حدوثه أو بعده، توقف القارئ وتعلمه بالموضوع، وتتفاوت الموضوعات التي تعبر عنها هذه الصور، فهي تشمل على الموضوعات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والرياضية وغيرها، وتمتاز صور الموضوعات بكثرتها في الصحيفة لما تبرزه من تفاصيل عديدة حول الموضوعات التي تصاحبها.⁽¹⁾

وتهدف الصور الموضوعية إلى نقل أو توصيل صور أو تفاصيل عن أحداث أو وقائع أقل سرعة للنشاط الإنساني (الدراما الإنسانية)، ولأن الصورة الإخبارية تنسم بخاصية الجدة أو الحالية أو الوقتية، نجد على العكس من ذلك صور الموضوعات التي يمكن أن تؤجل يوما أو أسبوعا أو شهرا، وتنتشر في أي وقت مع موضوعها لأنها لا ترتبط بتوقيت أو حدث إخباري عاجل.⁽²⁾



صورة رقم (08): صورة فوتوغرافية موضوعية

3. الصور الشخصية:

وتسمى " بورتري " أي صورة نصفية لشخص معين تنتشر مع حديث أو تصريح له أو خبر عنه أو للدلالة على مكان معين، وهي الصور التي تعبر عن الشخصيات ذات العلاقة بالوحدات التحريرية المنشورة، وقد تحمل الصورة أكثر من شخصية ذات علاقة بهذه الوحدات، وتتميز غالبا بصغر أحجامها بالنظر إلى الصور الإخبارية أو الموضوعية.

والصور الشخصية تمثل شخصية محور الموضوع، وتروي تفاصيل هذه الصورة ملامح شخصية، وينبغي أن تتمتع الصورة الشخصية بحركة أو انفعال، وغالبا ما تنتشر الصحيفة الصور الشخصية

(1)-عادل هاشم محسن، مرجع سبق ذكره، ص 567.

(2)- محمود علم الدين، الصورة الصحفية دراسة فنية، مرجع سبق ذكره، ص 27.

على عمود واحد، إلا أنّها أحيانا تبالغ في المساحة لتشغل أكثر من عمود في الموضوعات الكبيرة مثل الأحاديث الصحفية.⁽¹⁾

ويستخدم هذا النوع من الصور في كثير من الأحيان في الأحاديث الصحفية لتوضيح حدث أو موقف، أو لإبراز وتقديم جانب من شخصيته، أو لحظة في تطور حدث، أو جانب غير منظور، أو غير ملاحظ في تطور ظاهرة ما، وبذلك تكون المهمة الأساسية للصورة هي دعم النص المكتوب، وإعطائه المزيد من عناصر (الديناميكية) والفعالية وقوة التأثير.⁽²⁾



صورة رقم (09): صورة فوتوغرافية شخصية

4. الصور الفنية والجمالية:

دأبت الصحف والمجلات على نشر إبداعات الفنانين وخصصت لذلك مساحات من صفحاتها، فنراها تنشر اللوحات البديعية للرسميين والتماثيل الجيدة للنحاتين، ومع دخول الصورة الفوتوغرافية إلى عالم الفنون احتلت موقعا مرموقا بالنسبة للصحف والمجلات، فقد خصصت لذلك زوايا أسبوعية أو شهرية⁽³⁾ وهي غالبا صور ذات معان غير إخبارية، كما أنّها لا تتضمن أي أبعاد يمكن أن تستخدم في خدمة الوحدات التحريرية المنشورة، وإنّما تتم الاستفادة منها لإحداث لمسات جمالية على الصفحات، ما لم تكن هذه الصور الجمالية مرتبطة بتقارير عن اكتشافات أو مزايدات أو غير ذلك. وتنتشرها بعض الصحف كنوع من الإبداع الفني للمصورين وتعتمد فقط على براعة المصور الفنية أو الجمالية من خلال اختياره لتكوينات معينة وتوظيفه للغة الشكل في الصورة، ولا يتضمن هذا النوع من الصور أي قيمة إخبارية، ويستخدمها المخرج لتجميل الصفحة.⁽⁴⁾



صورة رقم (10): صورة جمالية في الصحفية

(1) - شريف درويش اللبان، فن الإخراج الصحفي، ط1 (العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1995)، ص 137.

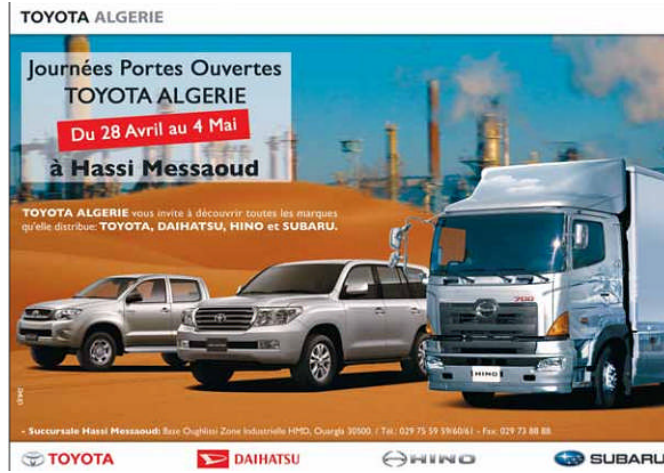
(2) - أديب خضور، الحديث الصحفي، (المكتبة الإعلامية، دمشق، 1990)، ص 176.

(3) - عبد الجبار محمود علي، مرجع سبق ذكره، ص، 26.

(4) - محمود علم الدين، الصورة الصحفية في مجالات الإعلام، (الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1981)، ص 41.

5. الصور الإعلانية (الدعائية):

وهي الصور التي تستخدم في دعم المضامين الإعلانية المنشورة في الصحف، حيث تعبر هذه الصور عن المضامين الإعلانية القائمة على الفكرة الرئيسية للإعلان، ويمكن أن تعبر عن أشخاص أو سلع، كما أنها قد توضح حالات الاستخدام الخاصة بهذه السلع.⁽¹⁾ وتستخدم الصور في الإعلان بغرض إبراز الفكرة الرئيسية وتسهيل الجهد المبذول من جانب المعلن إليه في فهم الإعلان ودفعه إلى تصديقه، بحيث تضفي على السلعة جواً من الواقعية، وتساهم مساهمة فعالة في زيادة تقبل القارئ للرسالة الإعلانية.



صورة رقم (11): صورة إعلانية في الصحفية

6. صور التحقيق الصحفي:

توظف المؤسسة الإعلامية هذا النوع من الصور عندما ترى أن هناك موضوعاً جديراً بأن تسلط الأضواء عليه، حيث تختار المصور الذي يستطيع أن يجمع عدد من الصور التي تقدم للقراء الدليل القاطع على ما هو مكتوب ضمن التحقيق. تختلف هذه الصور عن الصور التي ترافق الخبر من حيث الوقت المتوفر للمصور لكي يلتقط صور أكبر مما يتوفر له لو كان يصور لخبر معين.⁽²⁾

II. الصور الخطية (الرسوم اليدوية):

وهي الصور التي تشمل في الغالب على الخطوط، وتتوافر على تدرجات ظلية خفيفة، ويتم رسم هذه الخطوط باستخدام حبر أسود قوي على ورق أبيض ناصع، لإحداث قدر عال من التباين بين الخطوط والأرضية⁽³⁾ وتعدّ هذه الصور (الصور الخطية) أقدم العناصر الطباعية التي عرفت

(1) - أحمد حسين الصاوي، مرجع سبق ذكره، ص، 157، 176.

(2) - عبد الجبار محمود علي، مرجع سبق ذكره، ص، 24.

(3) - فهد بن عبد العزيز بدر العسكر، مرجع سبق ذكره، ص 39.

الصحافة، نسبة لتأخر اختراع آلات ومستلزمات الإنتاج الخاصة بالصور الظلية، وترتبط أهمية هذا النوع نسبة للوظائف الصحفية والفنية التي يؤديها، والتي ترتبط بعدم القدرة على الحصول على الصور الظلية (الفوتوغرافية) أثناء المعارك والمحاكمات المغلقة، أو حينما تعجز الصور المتوافرة عن التعبير عن المعاني المتضمنة في النصوص الصحفية المقدمة، أو عند الحاجة إلى بسط هذه المعاني كالحاجة إلى الجداول أو الخرائط أو الرسوم البيانية التي توضح بعض الإشارات أو الأماكن، حيث تسمح هذه العناصر بتأكيد وتوضيح المعاني المرادة في النصوص المنشورة.⁽¹⁾

➤ أنواع الصور الخطية:

تنقسم الصور الخطية إلى عدة أنواع، بحسب طبيعة كل نوع، وذلك على النحو التالي:

1. الرسوم الساخرة: وهي الرسوم التي تحاول أن تقدم بعض الوقائع بطريقة ساخرة تنسم

بالمبالغة، وذلك لإثارة القراء تجاه أنماط سائدة السلوك، بغية حشد الرأي العام لاتخاذ قرار

معين بالرفض أو القبول، كما تستهدف هذه الرسوم التنفيس عن القراء بالسخرية من

الأوضاع غير السوية السائدة في المجتمع.⁽²⁾

تعد الرسوم الساخرة إحدى وسائل الإبداع البصرية الفذة والقادرة على توصيل الرسالة الإعلامية

إلى المتلقي بسهولة ويسر، لما تحويه من إشارات وإيماءات وتلميحات مبسطة قادرة على تشكيل وعي

مسبق وصورة أولية عن قضية معينة.

تنقسم الرسوم الساخرة إلى رسوم كاريكاتورية ورسوم كارتونية، فالرسوم الكاريكاتورية تستهدف

تسلية القراء من خلال تشويه الخصائص الملامحية للأشخاص المتضمنين فيها ومن خلال التعليقات

المصاحبة لها، بينما تستهدف الرسوم الكارتونية بالاعتماد على الرسوم المشتملة على الشخصيات

الرمزية، فهو لا يصور الأشخاص لذواتهم وإنما للتعبير عن الأفكار والمواقف⁽³⁾ ويلعب الكارتون دورا

فعالا في حالة الرغبة في التأثير على القراء فضلا عن دوره في النقد.



صورة رقم (12): رسوم كاريكاتورية بيئي ساخر

(1)-Mario Garcia, OP.Cit,P,131.

(2)- سعيد محمد الغريب إبراهيم النجار، مرجع سبق ذكره، ص356.

(3)- أحمد حسين الصاوي، مرجع سبق ذكره، ص167.

2. **الصور الشخصية اليدوية:** وتعتبر من أقدم أنواع الرسوم الخطية انتشاراً في الصحف، حيث استخدمت قديماً في الصحف في وقت كان التصوير الفوتوغرافي مازال مجهولاً، فكانت الصور الشخصية ترسم باليد بدلاً من الظلية الملتقطة بجهاز التصوير، والصور الشخصية اليدوية هي الصور المرسومة للشخصيات المتضمنة في الوحدات التحريرية المنشورة، ويستعان بها في حالة عدم توافر الصور الظلية لبعض الشخصيات،⁽¹⁾ أو في حالة النشر الدائم لصور بعض الشخصيات كالرؤساء أو المشاهير وغيرهم، بحيث يمكن بذلك التغلب على الرتابة والملل الذي قد يصيب القراء من مظهر الصحيفة، تبعاً لتكرار نشر الصور نفسها لهذه الشخصيات في الأعداد المتوالية، إضافة إلى قدرة الصور الشخصية على توفير قدر عالٍ من البياض للصفحة وعلى التباين مع الصور الظلية المنشورة، كما تحقق القدرة على التعبير عن مواقف الصحف واتجاهاتها نحو الأشخاص المنشورة صورهم الشخصية من خلال التحريف في بعض مظاهر وجوههم، بما يتناسب مع الاتجاهات السائدة في الصحيفة⁽²⁾.

وعلى الرغم من اكتشاف التصوير الفوتوغرافي، إلا أنه مازالت الصحف تستخدم الصور اليدوية الشخصية، لما تتمتع به من مزايا متعددة.



صورة رقم (13): صورة شخصية يدوية في الصحيفة

3. **الصور التوضيحية:** وهي أحد أشكال الرسوم الخطية، تساعد على إيضاح المعلومات المتضمنة في المواد الصحفية المنشورة بطرق تمكن الصحف من أداء رسالتها المعتمدة على ضرورة وصول موادها الصحفية إلى عامة القراء بأبسط الوسائل، وتقوم الرسوم التوضيحية

(1) - فهد بن عبد العزيز بدر العسكر، مرجع سبق ذكره، ص 41.

(2) - سعيد محمد الغريب إبراهيم النجار، مرجع سبق ذكره، ص 356.

تسجيل أكثر من 30 اعتداء بالأسلحة الأبيض منذ حلول رمضان

معركة بالسيوف بحي بورارة في قالمة

سجلت مصلحة الاستعجالات في المؤسسة الاستشفائية الحكيم عقبي بقالمة، منذ حلول شهر رمضان، استقبال أكثر من 30 شخصا تعرضوا إلى اعتداءات خطيرة بالأسلحة البيضاء، راح ضحيتها مواطنون أبرياء جراء شجار بين شباب منحرفين عبر مختلف أحياء مدينة قالمة. وقد عرفت ظاهرة الاعتداءات بالأسلحة البيضاء انتشارا رهيبا على مستوى ولاية قالمة في الفترة الأخيرة، رغم الجهود التي تقوم بها مصالح الأمن والدرك الوطنيين، كما أن ظاهرة حمل الأسلحة البيضاء، الذي شهد مؤخرا معركة استعملت فيها السيوف، عندما أقدمت عصابة مكونة من عدة أشخاص مدججين بالسيوف على الاعتداء على سيارة أحد المواطنين، وهو ما أدى إلى اندلاع شجار عنيف بينهم وبين صاحب السيارة، كما تسبب هذا الشجار إلى تعرض ساكن بعض المواطنين إلى الاعتداء ناهيك عن الخوف والرعب الذي زرعه هؤلاء المجرمون في الأطفال والنساء. من جهتها تدخلت مصالح الشرطة القضائية وقامت بتوقيف المعتدين، وتعود أسباب هذه الاعتداءات خاصة خلال الساعات المتأخرة من الليل، حسب بعض المواطنين.



صورة رقم (15): صورة تعبيرية في الصحيفة

المطلب الثاني: وظائف الصورة الصحفية:

بما أن الصورة الصحفية أضحت مادة أساسية في صحافة اليوم - إذ لا يمكن لأية صحيفة أن تستغني عنها - فهي بذلك عنصر إعلامي وظيفي يتم الاستعانة به لنقل المعرفة والترفيه والإعلام والثقافة والتربية، وكذا تحقيق العديد من الوظائف، وهناك العديد من الوظائف التي تؤديها الصورة في الصحافة، يمكن تلخيصها فيما يلي:

I. وظيفة إخبارية وإضفاء مصداقية للحدث:

من أهم وظائف الصورة الصحفية وظيفتها الإخبارية التي نافست بها الكلمات في الصحافة الحديثة، ومهما تكن الكلمات في حد ذاتها نافذة ومؤثرة، فالصورة أقدر على ربط مضمونها بالحياة، كما أن الصورة تشترك مع الكلمات في نقل الأخبار والمعلومات، بل إنها تنقل المعلومة بشكل أوضح وأسرع مما تستطيع الكلمات، فضلا عن أنها تستخدم لإشباع فضول القراء إلى شكل الأشخاص والأماكن والأشياء.⁽¹⁾

يقول الكاتب "إيفان تورجينيف Ivan Turgenev": "إن الصورة الواحدة قد تعرض ما استطاع كتاب أن يقوله في مائة صفحة، حيث إن حاسة البصر ذات أهمية كبرى بالنسبة لشعور الإنسان ودرجة فهمه" فالصورة خير من ألف كلمة إذ تختزل الصورة أحداثا يقضي الصحفي ساعات في كتابتها، لتخرج بذلك صفحات، إلا أن الصورة في كثير من الأحيان تختصر على القارئ قراءة المادة، فالصورة نصف الخبر، وأحيانا تشرح الخبر كاملا دون نقصان، خاصة للذين لهم خيال واسع وأفق منفتح حول الفهم المتمعن لمحتوياتها.⁽²⁾

كما تشكل الصورة الصحفية عنصرا أساسيا في العمل الإعلامي، لما لها من أهمية بالغة في توثيق الأحداث والوقائع، ولما تحقق من مصداقية في الأخبار والتقارير الإخبارية، فقد أصبحت

(1) - سعيد غريب النجار، مرجع سبق ذكره، 41.

(2) - المرجع نفسه، ص 42.

الصورة بمكان لتأكيد الخبر حتى لا يتسرب إليه الشك. كما لعبت الصورة أيضا جزءا كبيرا في توثيق حياة الشعوب، وتوثيق تاريخها وشخصياتها الإنسانية بمختلف شرائحها.

II. القدرة على التأثير وتثبيت المعلومات:

تتمتع الصورة الفوتوغرافية بقدرة كبيرة على التأثير في المتلقي لإثارة انتباهه والطلب إليه بأداء عمل ما، فأكثر الجرائد والمجلات والنشرات، باتت معتمدة بشكل أساسي على ما تحمله اللقطة الفوتوغرافية من قدرات تأثيرية في القارئ، وأن أي صحيفة مطبوعة دون صور تكون غير قادرة على الإقناع وإمتاع الناظر إليها، وبذلك تفقد كثيرا من مؤهلاتها وكفاءاتها في الاتصال بالقارئ والتأثير فيه.

كما تساعد الصورة الفوتوغرافية على تثبيت المعلومات في ذاكرة القراء، فالخبر أو الموضوع الصحفي المدعوم بالصور يكون أكثر بقاء في ذاكرة القراء من الخبر أو الموضوع الذي ينشر بدون صور. كما أن الصورة الصحفية تقوم بإحدى وظائف الصحافة الحديثة وهي التوثيق، ذلك أن القيمة الوثائقية للصورة تكمن في قدرتها على عزل لحظة من الزمن وتجميد الحركة بكل انطباعاتها الظاهرة وتسجيلها في حياد كامل.⁽¹⁾

III. الوظيفة السيكولوجية، والجمالية، والبصرية:

ترتبط الصورة ارتباطاً وثيقاً بسلوكية الإنسان وتحل له بعض المتطلبات النفسية والعقلية. ويمكن شحن ذاكرة القراء الذين ينتمون إلى النوع البصري وتقويتها بإضافة صورة إلى النص الإعلامي، وهنا تسيطر عليه إن لم تكن تمتلكه العقلية المصورة، وعندما نستمتع نحاول تشكيل الأفكار التي وصلتنا وتحويلها إلى صورة ذهنية، وعندما نقرأ نحاول بشكل لاشعوري تصوير الكلمات والعبارات بشكل مقبول عبر شاشات عقولنا.

كما للصورة وظيفتها الجمالية من حيث كونها عملاً فنياً يستوقف النظر ويبعث الاهتمام في نفس القارئ، فهي تستطيع أن تجعل الصفحة ذات مظهر مليء بالحيوية والنشاط والتنوع، ويصنع عليها جاذبية تجعلها قابلة للمطالعة، والصورة بهذه الصفة تفيد الصحف من الناحية التجارية والتسويقية، لذلك فإن كثير من الصحف الشعبية والمثيرة تستخدم أكبر مساحة من صفحاتها لأجمل الصور الملفتة والمثيرة للانتباه والمطالعة، خاصة في غلافها الخارجي لجذب القارئ إليها.

وتتمتع الصورة بدور فعال في جذب انتباه القارئ والاستحواذ عليه، ويتفق مصمموا الصحف على أن الصورة اللافتة للنظر ربما تكون أفضل الوسائل جذب عين القارئ إلى الصحيفة، وإلى الموضوعات المنشورة على صفحاتها، فالصورة الفوتوغرافية تعد العنصر الذي يستطيع جذب الانتباه

(1)- محمد نبهان سويلم، مرجع سبق ذكره، ص 107.

في الصحيفة بشكل أقوى وأسرع من بقية عناصر الصحيفة، كالرسوم والكلمات، كما أن الاستخدام الناجح للصور والكلمات بشكل متتابع على الصفحة يكسب الصحيفة قوة كبيرة كوسيلة بصرية.⁽¹⁾

IV. الوظيفة الاتصالية:

تعد الصورة الصحفية من الرموز الاتصالية الأساسية التي تعتمد عليها الصحف في صياغة رسائلها التي تتفق مع خصائص الجمهور المتلقي، فهي لا تعتمد فقط على الرموز اللفظية ولكنها تعتمد أيضا على رموز أخرى غير لفظية لتأكيد المعاني والأفكار التي تعكسها الرموز اللفظية أو تتفرد بنقل معان وأفكار مستقلة في رسائل خاصة بها، ولا يقف دورها عند وظيفة جذب انتباه القارئ أو إثارة اهتمامه، ولكن يتم قراءة الرموز التي تتكون منها الصورة وما تحمله من أفكار أو معان أو ما يجسد أبعادا مضافة، أو يركز على شخصيات ووقائع معينة وغيرها من الوظائف الاتصالية.⁽²⁾

فالصور الصحفية بكافة أنواعها تنقل المعلومات المطلوبة بشكل أوضح مما تستطيع الكلمات، فضلا عن أنها تُستعمل لإشباع فضول القارئ إلى شكل الأشخاص والأماكن والأشياء،⁽³⁾ كما توفر له إحساسا بالقرب وتقدم دعوة كي يأخذ مكانه في الحدث، بالإضافة إلى أنها تعمل على توجيه الاتجاهات، والتأثير على سلوك المتلقي، مما يسفر عنه تحريك ردود فعل قوية.⁽⁴⁾

وأكدت نتائج العديد من الدراسات أن الصور أكثر تذكارا من الكلمات وأكثر قدرة على تكوين الصورة الذهنية وذلك وفقا لنظرية "الترميز المزدوج Paivio's Dual-Coding Theory" الذي يذكر أن الصور يتم ترميزها في رموز تصويرية في الذاكرة، أما الكلمات فيتم ترميزها في رموز لفظية. وأن الرموز التصويرية يسهل التعرف عليها أكثر من الكلمات، فضلا عن أن استخدام الترميزان معا يساعدان على زيادة معدلات التذكر، وإحداث ما يسمى بالتأثير المتفوق للصورة، لأنه كلما زاد عدد مدخلات تذكر الصورة كلما عملت هذه المدخلات على زيادة استدعاء رموز أخرى، وهذا ما يجعل الصورة الصحفية من أنجح وأقوى الرسائل المطبوعة في الصحيفة.⁽⁵⁾

V. الوظيفة التيبوغرافية والإخراجية:

تمثل الصور الصحفية أحد أهم العناصر التيبوغرافية والجغرافية في الصحف التي يركز عليها مخرج الصحيفة، فهي تشترك مع حروف المتن والعناوين ووسائل الفصل والألوان في بناء الجسم

(1)- سعيد غريب النجار، مرجع سبق ذكره، 42.

(2)- محمد عبد الحميد، السيد بهنسي، تأثيرات الصورة الصحفية، النظرية والتطبيق، ط1 (عالم الكتب، القاهرة، 2004)، ص26.

(3)- أحمد حسين الصاوي، مرجع سبق ذكره، 167.

(4)-Roy Blackwood , **The Content of News photos : Roles portrayed by Men andWomen** , Journalism Quarterly , Vol.60 , Winter . 1983 , p . 711 .

(5)-Prabu David & Jagdeep Kang , **Pictures , high-imagery news Language andnews recall**, Newspaper Research Journal , Vol. 19(3) , Sum. 1998 , pp , 23,24 .

المادي للصفحة، أيا كان شكلها وطريقة إخراجها. وتستخدم الصور تبيوغرافيا للمساعدة في تصنيف الأخبار حسب أهميتها، شأنها في ذلك شأن حروف المتن والعناوين. كما تستخدم لتثبيت أركان الصفحة ولتكوين صفحة جذابة⁽¹⁾، باعتبارها عنصرا جرافيكيا يتميز بالثقل والسواد التباين.

وفي جانب الإخراج الصحفي، اتفقت معظم الدراسات على أن الصورة بما يتوافر لها من نواحي جمالية تضيف جاذبية على الصفحات، أما الصفحات التي تخلو من الصور فإنها تعد في نظر القارئ رمادية باهته كئيبة تبعث الملل، كما أثبتت الدراسات أن الصور كبيرة المساحة تجذب انتباه القارئ لمتابعة القصص وتجعلهم أكثر قدرة على تذكر وإدراك القصص الإخبارية المصاحبة لها، فضلا عن أنها تؤثر في ترتيب اهتمامات القراء،⁽²⁾ وفي دراسة أخرى رتب فيها المبحوثون مقدار الجاذبية التي تتمتع بها العناصر التبيوغرافية التي تستخدمها الجرائد الأمريكية جاءت الصور الملونة في المركز الأول بنسبة 90.01%.⁽³⁾

وحتى تحقق الصورة الصحفية أهدافها ووظائفها لابد أن تتوفر فيها عددا من العناصر تتمثل فيما يلي: (4)

1. أن تجذب العقل بحيث يكون لها غرض ومعنى.
2. أن تجذب القلب بحيث تثير لدى المتلقي إحساسا وشعورا قصده المصور.
3. أن تجذب العين لتختارها وتفضلها عن غيرها.
4. أن تكون ذات حرفية ومهنية، حتى يسهل فهمها وإدراك معناها.

المطلب الثالث: مجالات استخدام الصورة الصحفية:

لا تخلو أية صحيفة عن توظيف الصورة، فقد أصبحت عنصر أساسي ومهم لتحقيق أهداف الصحيفة، فقد أصبحت الصورة الصحفية توظف في كل المجالات، ومنها:

I. استخدام الصورة الصحفية في تغطية الحروب:

وظّفت الصورة الصحفية في تغطية الحروب العسكرية، من خلال العمل على إظهار بشاعة الحروب وما تخلفه من دمار وخراب، وكذا إظهار الخسائر الكبيرة في الأرواح والممتلكات.

(1)-Edward J. Smith and Danna J. Hajash, **Informational Graphics in 30 Daily Newspaper**, Journalism Quarterly , Vol. 65(4) , Fall . 1988 , pp. 714-718.

(2) - Wayne Wanta, **The Effects of Dominant Photographs: An Agenda – Setting Experiment**, Journalism Quarterly , Vol . 65(1) , 1988, pp . 107 ,111 .

(3)- Keith Kenney and Stephen Lacy , **Economic Forces Behind Newspaper : Increasing Use of Color and Graphics**, Newspaper Research Journal , Vol . 8(3) , Spring . 1987 , pp . 33,41.

(4) - حاتم علاونة، مرجع سبق ذكره، ص228.

فلم تعد الحروب الحالية بين الدول حرباً عسكرية، بقدر ما أصبحت حروباً إعلامية، وأصبحت حروب صور قبل أن تكون حروباً عسكرية تكتيكية وإستراتيجية في الميدان، إذ تستطيع صورة واحدة أن تلخص حدثاً وأن تحفز دولة وتحركها، كما يمكنها أن ترزعج دولة وتحط منها، أكثر مما يستطيعه عدد لا نهائي من الصفحات المقروءة عن نفس الموضوع.

والصورة الصحفية الأولى بمعناها الحقيقي جاءت نتيجة الأحداث السياسية، وبدأ ظهورها في السنوات التي سبقت حرب الاستقلال الأمريكية، أي في بداية النصف الثاني من القرن الثامن عشر وهذه الصورة عبارة عن كارتون سياسي رسمه الفنان " بنجامين فرانكلين Benjamin. Franklin " ونشر في صحيفة " بنسلفانيا جازيت Pennsylvania Gazette " الأمريكية في ماي 1754 ، ويمثل الرسم شعباناً مقطوعاً إلى ثمانية أجزاء ترمز إلى المستعمرات الأمريكية في ذلك الوقت وكتب تحته " الاتحاد أو الموت (Join or Die) وكان الغرض منه حث المستعمرات على القيام بعمل مشترك في الحرب التي كانت متوقعة مع الفرنسيين وحلفائهم من الهنود الحمر، وقد لعب هذا الرسم دوراً مهماً أثناء كفاح المستعمرات الأمريكية للاستقلال عن بريطانيا⁽¹⁾



صورة رقم (16): أول كارتون سياسي في الصحف الأمريكية

وإذا تطرقنا إلى مجال الصور الصحفية والحروب في العصور الحديثة من بداية القرن العشرين، نجد الحرب العالمية الأولى والتي سميت بحرب المطبوعات والنشرات، حيث تنافست الصحف في نشر أخبار الحرب مدعمة بالخرائط والرسوم⁽²⁾ وسمي هذا العصر بالعصر الذهبي للكارتون فظهرت الرسوم الكرتونية المناهضة للحرب، وكانت أشهر شخصية كرتونية هي العم سام (Uncle Sam) للرسم أوسكار تشيزاري (Oscar Edward Cesare) المنتقدة للحرب، ومن أقوى رسومه عندما رسم العم سام وهو يواجه شلالاً من الخطر يسمى بالحرب وصفارات إنذار تحذر بالخطر وانعدام القانون والنظام في ألمانيا وبريطانيا.⁽³⁾

(1) - أحمد حسين الصاوي، مرجع سبق ذكره، 169.

(2) - محمود أدهم ، الصورة الصحفية: دراسة في المصادر والمؤثرات ، (دار الكتب المصرية، القاهرة، 1988)، ص ص، 194، 195.

(3) - إبراهيم إمام، مرجع سبق ذكره، ص ص، 229، 300.



صورة رقم (17): إحدى الصور الكاريكاتورية للرسام أوسكار تشيزاري المناهضة للحرب.

و ظهرت إعلانات عن الحرب مثل ما حدث في بريطانيا عام 1916م، عندما فرضت بريطانيا التجنيد الإلزامي فظهر "بوستر" إعلاني يحث ويشجع البريطانيين على التجنيد، وكان يحمل صورة اللورد "هربرت كيتشنر Herbert Kitchener" وعبارة "Your Country Needs You" أي بلادك تحتاجك.⁽¹⁾



صورة رقم (18): الصورة الأكثر شهرة والأكثر ديمومة، من الحرب العالمية الأولى.

أما الحرب العالمية الثانية، ومع ازدياد شراستها وفرض الرقابة العسكرية على المواد الإعلامية، نقلت الصور الصحفية أخبار الحرب ومآسيها، وكشفت عن الكثير من الجرائم التي ترتكب في الحرب وخاصة التي قام بها النازيون. وكانت الصورة التي التقطها المصور "جورج ستروك Goerge Strock" من أقوى صور الحرب العالمية الثانية لأجسام القتلى من الجنود الأمريكيين يغطيها الدود، ونشرتها مجلة "لايف Life" الأمريكية، مصحوبة بتعليق: هذه أول صورة لجنود الحرب العالمية الثانية.⁽²⁾

(1) -Andy Young , **Shooting Wars** available <http://www.newyorker.com/online/content/onlineonly/22/12/2015>, p 02 .

(2)- أميرة أحمد سليمان أحمد، مرجع سبق ذكره، ص 77.

كما شهد مجال الصور الصحفية خلال الغزو الأمريكي البريطاني للعراق سنة 2003 إسهامات كبيرة للمصورين الصحفيين في إظهار بشاعة الغزو، وقتل المئات من المدنيين العراقيين، مقابل ذلك لقي كثير من المصورين الصحفيين حتفهم.⁽¹⁾

وكان العدد الكبير من المصورين والصحفيين ضحايا تغطية الأحداث يشير إلى اهتمام الصحف بتصاعد ثقافة الصورة الصحفية، لما لها من قدرة في التأثير في حاسة البصر التي تعد أسرع الحواس في تسجيل الصور الذهنية لدى الجمهور، وبما تمتلكه الصورة من قدرة على التأثير في اتجاهات الرأي العام وعلى القائمين على اتخاذ القرار السياسي.⁽²⁾ فعلى سبيل المثال استطاعت عدة صور منشورة في الصحف الأمريكية للجندي الأمريكي الذي قتل وسحب على الأرض عبر شوارع مقديشو بالصومال إثارة مناقشات في الكونجرس، دفعت الرأي العام الأمريكي إلى ممارسة ضغوط على الحكومة الأمريكية للانسحاب، وهو ما دفع حكومة " بيل كلينتون Bill Clinton " إلى اتخاذ قرارات بالخروج العاجل من الصومال، وأثار تساؤلا هاما حول قدرة الصورة الصحفية الفعالة على التأثير في القرار السياسي تحت ضغوط الرأي العام.⁽³⁾ كما استطاعت صورة الطفلة الفيتنامية العارية "كيم فوك" في شوارع فيتنام أن تعبر عن عداء العالم كله لهذه الحرب، مما أدى إلى هزيمة الولايات المتحدة الأمريكية فيها. فالتحول في التغطية الإعلامية والسياسية للحرب الأمريكية الفيتنامية جاء بسبب تحول في كيفية تقديم الصراع بواسطة الصور الصحفية، فكانت صور المجلات ذات تأثير وانطباع أقوى على الرأي العام الأمريكي أكثر مما قدم في التلفزيون، فمن بين ست صور تم تذكرها كرموز لحرب الفيتنام كانت هناك أربع منها نشرت بالمجلات الإخبارية، وقد حصلت أكثر من صورة على جائزة بوليتزر "Pulitzer Prize". وتشير هذه الدلائل إلى أن المستقبل يحمل مكانة جديدة للصور الصحفية في إطار ما يطلق عليه البعض بزمان الصور الصحفية⁽⁴⁾.



صورة رقم(19): صورة طفلة فيتنامية تجرى عارية في شوارع فيتنام.

(1)- محمد عبد الحميد، السيد بهنسي، مرجع سبق ذكره، ص، 39.

(2)- علي عجوة، الأسس العلمية للعلاقات العامة (عالم الكتب، القاهرة، 2000)، ص، 189.

(3)- محمد عبد الحميد، السيد بهنسي، مرجع سبق ذكره، ص، 40.

(4)- Becker, Pictures in the Press : **Yesterday, Today, Tomorrow**, (Nordicom Review, 02, 1996), PP, 11, 23.

وبرز الدور المهم للصور الصحفية في تغطية أحداث الانتفاضة الفلسطينية، وفي مواجهة المزاعم الإسرائيلية بشأن تهديد الفلسطينيين لأمنها، ولا شك أن الصور الصحفية كانت المحرك الرئيسي في تصعيد القضية الفلسطينية، فقد حركت الصور التي التقطها المصور الفلسطيني "طلال أبو رامة" لتفاصيل المشهد المأسوي لاستشهاد الطفل الفلسطيني "محمد الدرة" في أحضان والده على يد قوات الاحتلال الإسرائيلي، بعد تعرضه لوابل من طلقات الرصاص، العالم كله إلى انتفاضة الأقصى، فكانت بمثابة مرآة حقيقية كشفت النقاب عما خفي من الممارسات الإسرائيلية اللاإنسانية ضد الشعب الفلسطيني الأعزل، مما أدى إلى التعاطف الدولي للقضية الفلسطينية فضلا عن تكوين جيل جديد من المنتفضين من الأطفال الذين سيحملون هذه القضية في المستقبل. فأصبحت هذه الصورة محفورة في ذاكرة الأمة العربية والإسلامية، ولن تغيب عنها لأنها محفورة في ضميرهم.



صورة رقم (20): صورة مقتل الطفل محمد الدرة في حضن أبيه

ولا ننسى صور مذابح الجزائر التي أرعبت العالم، والتي بدأت في ديسمبر 1991، بعد توقيف المسار الانتخابي، مما أدخل الجزائر في حمام من الدماء ووصل عدد الشهداء إلى 80 ألف شهيد في عام 1998. كما لعبت الصورة الصحفية دورا مهما وحاسما في عدة معارك أخرى منها الحرب الكورية، وحروب أيرلندا الشمالية، وصور الحرب العراقية الإيرانية، وحرب الخليج، و الحرب الدائرة في سوريا... إضافة إلى كثير من الأزمات العالمية، وقد عكست هذه الصور الدور الذي لعبته الصور الصحفية ليس فقط في تسجيل الحروب، ولكن أيضا في التأثير في الرأي العام المحلي والعالمي. وقد تم إنجاز عدّة دراسات حول دور الصور الصحفية (الظلية منها والخطية) في الأزمات والمعارك العسكرية، والتأثير في الرأي العام، فكانت كلها تتفق في الإشادة بالدور الكبير والمؤثر للصورة الصحفية في مجريات الحرب، وكذا فعاليتها في إدارة الصراع بين الأطراف المتنازعة⁽¹⁾

(1)- أنظر: محمد عبد الحميد، السيد بهنسي، مرجع سبق ذكره، ص ص، 42، 43، 44، 45.

II. استخدام الصورة الصحفية في المجال الاجتماعي:

قد مثلت المجالات الاجتماعية محورا مهما دارت حوله الصور الصحفية لسنوات عديدة، مسجلة خلاله الأحداث والانفعالات وردود الأفعال والجوانب الإنسانية، وليس أدل على ذلك من تأمل الصور الصحفية الفائزة خلال السنوات العشر الأخيرة بجائزة "بوليتزر" (*) والتي تعد واحدة من أهم جوائز التصوير الصحفي.

ففي عام 2012 منحت الجائزة، عن فئة تصوير الأخبار العاجلة"، إلى "مسعود حسيني" من وكالة الأنباء الفرنسية لصورته "المفجعة" لفتاة تصرخ من الخوف بعد تفجير انتحاري استهدف مزاراً مزدحماً في كابل. كما منحت الجائزة عن فئة التصوير المميز للمصور " كريج ووكر Craig Walker " من صحيفة The Denver Post وذلك عن صوره التوثيقية لحياة أحد المقاتلين العائدين من العراق والذي يعاني من حالة متقدمة من اضطراب ما بعد الصدمة. (1)



صورة رقم(21): تارانا أكبري، 12 سنة،
تصرخ من الخوف بعد تفجير انتحاري
استهدف جموعاً في مزار أبو الفضل في كابل.

وفي عام 2014، فاز بالجائزة اثنين من مصوري مجلة نيويورك تايمز عن فئة التصوير الصحفي نظير الصور التي توثق هجوماً إرهابياً داخل المجمع التجاري "وستغيت Westgate " بمدينة نيروبي الكينية، إضافة إلى الصور الموثقة لأحد الناجين من تفجير ماراثون بوسطن في 15 أبريل 2013. (2)



صورة رقم(21): حادثة المركز التجاري "وستغيت" صورة رقم(22): تفجيرا ماراثون مدينة بوسطن .

(*)- جائزة بوليتزر (Pulitzer Prize): هي مجموعة من الجوائز والمنح تقدمها سنويا جامعة كولومبيا بنيويورك في الولايات المتحدة الأمريكية في مجالات الخدمة العامة والصحافة والآداب والموسيقى، وتمنح في شهر مايو من كل عام منذ عام 1917. ويصل عدد الجوائز الممنوحة سنويا إلى واحد وعشرين جائزة، منها أربع عشرة جائزة في مجال الصحافة، وست في مجال الآداب، وواحدة في الموسيقى، إضافة إلى أربع منح في مجالات متعددة أخرى.

(1)- جائزة بوليتزر: إعلان أسماء الفائزين لعام 2012، <http://www.arabjpg.com>، تاريخ الزيارة: 2014/07/08.

(2)- جائزة بوليتزر: إعلان أسماء الفائزين لعام 2014، <http://www.arabjpg.com>، تاريخ الزيارة: 2014/07/09.

III. استخدام الصورة الصحفية في المجال الرياضي:

لوسائل الإعلام وفي مقدمتها الصحافة المكتوبة أهمية كبيرة في نشر وتطوير التربية الرياضية في أوساط شرائح المجتمع المختلفة لما تمتلكه من أدوات فعالة وفي مقدمتها الصورة.

وعرفت الصورة الصحفية تواجد كبير وكثيف في المجال الرياضي، بمختلف أشكالها وأنواعها، وذلك بمساهمتها الواسعة في تغطية الأحداث الرياضية، المحلية منها والعالمية، وأصبحت الصورة قرينة الأحداث الرياضية، كما ساهمت الصور الرياضية كثيرا في استقطاب القراء لقراءة الجريدة، حيث العديد من القراء يواظبون على مطالعة الصحف نتيجة ما تنتشره من أخبار وأحداث رياضية.

تمثلت أهمية الصورة الصحفية الرياضية من خلال تواجد عدة صحف متخصصة في المجال الرياضي، كجريدة الهدف، والكرة، والشباك... الجزائرية، إضافة إلى تخصيص كل الصحف الإخبارية لصفحات ثابتة للأخبار الرياضية، وتعرف هذه الجرائد بتوظيف كبير وكثيف للصورة لتغطية مجمل الأحداث الرياضية، كأخبار المنتخب الوطني، الدوري العام، المنافسات الرياضية العالمية (كأس العالم، الألعاب الأولمبية...)، والمنافسات الإقليمية... وغيرها. إضافة إلى تخصص عدة صحفيين في المجال الرياضي، مهمتهم تغطية الأحداث الرياضية عن طريق الكاميرا.

وتتمثل أنواع الصور الصحفية الرياضية بنوعيه (الظلية والخطية)، في الصور الشخصية (اللاعبون، والمدربون)، الصور الإخبارية (الأحداث الرياضية، والندوات الصحفية...).

وحظيت الصور الصحفية التي ساهمت في تغطية الأحداث الرياضية باهتمام بعض الدراسات نظرا للدور المهم الذي أصبحت تلعبه الرياضة وما تعكسه من توجهات مجتمعية تعدت حدود مجالها.⁽¹⁾

أعلن عن رحيله رسميا من تدريب الأخضر متجاهلا طلب الجزائر شعبا وحكومة



حليوزيتش يبيع الجزائريين
بوسخ الدنيا..!

الجزائر من صنعت له اسم ووقفت معه بعد
نكسة الكان ليحذر لها ظهره من أجل الأموال

أكد التقني البوسني وحيد حليوزيتش الأحد رحيله رسميا من العارضة الفنية للمنتخب الوطني متجاهلا بذلك كل نداءات الشعب الجزائري وحتى السلطات الجزائرية فضلا عن الإغراءات المالية على طلبات الجماهير الجزائرية حيث لم يتوان التقني البوسني في الركن وراء الإغراء المالي من قبل نادي طرايون سيور التركي الذي كان وراء رحيله ضاربا عرض الحائط كل مطالب الجزائريين من أجل الأموال. في صورة مخزية تركها هذا التقني البوسني الذي تجاهل الجزائريين الذين صنعوا له اسم بعدما كان نكرة في عالم التدريب، إلى جانب النقطة المهمة وهي وقوف الجزائريين إلى جانبه بعد نكسة كان 2013 وخروج المنتخب الوطني من الدور الأول ليبيع الجزائريين في أول فرصة أتاحت له من

بقاء حليوزيتش بعد المونديال أصبح مطلب الشعب وبوتقلبة!

رواية في حروطة.



صورة رقم (23): نماذج لاستخدام الصور الصحفية في المجال الرياضي.



(1)-أنظر: محمد عبد الحميد، السيد بهنسي، مرجع سبق ذكره، ص ص، 51، 50.

IV. استخدام الصورة الصحفية في المجال البيئي:

تلعب الصحافة المكتوبة دورا هاما في عملية التوعية البيئية، لما تتمتع به من دور فعال في المجتمع وقدرتها الكبيرة في التأثير في الجماهير، وهذا ما يجعلها تلعب دورا مهما في عملية تعديل السلوك الخاطئة اتجاه البيئة، وتشكيل الاتجاهات والمواقف الإيجابية مكانها.

ولازالت الصحافة المكتوبة تحتل مكانة هامة بين وسائل الإعلام الأخرى، فالصحيفة وسيلة ميسرة ومريحة في الوقت نفسه، كما أن الفن الصحفي وتنوع ما يحتويه من أخبار وتعليقات وآراء المختصين والعامة، وشكاوى واقتراحات ورسوم كاريكاتورية وصور، كل ذلك يؤدي إلى أهمية الصحافة بين وسائل الإعلام بالنسبة للرأي العام، هذه المكانة تمنح للصحافة دورا فعالا في التوعية بمختلف مجالاتها⁽¹⁾ وعلى وجه الخصوص التوعية بقضايا ومشكلات البيئة والتلوث على المستوى المحلي والوطني والإقليمي والعالمي.

وتعتبر الصحف والمجلات العلمية من أهم وسائل الإعلام التي يمكن من خلالها نشر الوعي البيئي، فهي تطرح القضايا بعمق وبأسلوب علمي، فمنذ أكثر من مائة عام صدرت مجلة الجغرافيا الوطنية (National Geographic Magazine) بأمريكا والتي يبلغ توزيعها أكثر من 10 ملايين نسخة في جميع أنحاء العالم، ومنذ بداية القرن الحالي صدرت العديد من المجلات التي تهتم بنواحي البيئة المختلفة⁽²⁾، وتشير عدد من الدراسات التي تناولت دور الإعلام في التوعية البيئية إلى أن الزيادة الكبيرة في المجلات العلمية ذات البعد البيئي والتي ظهرت في الولايات المتحدة كانت انعكاسا لاتجاهات المواطنين ورغباتهم، فقد أصبحت قضية التلوث تشكل إحدى همومهم الأساسية⁽³⁾

وفي عام 1989 قدم مركز صحفي للبيئة في الهند طلبا للتسجيل طبقا لقانون تسجيل الجمعيات والشركات لسنة 1920، وأبدى حوالي 100 صحفي رغبتهم في الانضمام لهذا المركز وقد جاءوا من مختلف مناطق الهند، ويهدف هذا المركز إلى إرهاب حس الرأي العام حول المسائل الخاصة بالبيئة و تشجيع الانسياب الحر للإعلام البيئي، كما يقوم بتنظيم حوارات مع أصحاب القرارات في وسائل الاتصال، وقد قرر أيضا التعاون مع الهيئات المهنية والجمعيات العلمية والتجارية والمؤتمرات.⁽⁴⁾

وأصبحت الصور البيئية تشغل مساحات أغلب الجرائد الوطنية ومادة أساسية في الإعلام المكتوب، وتسعى الصحف إلى نقل المشاكل البيئية من خلال تخصيص مساحات في الجريدة لنشر

(1)- علي الباز، الإعلام والإعلام الأمني (مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، 2001)، ص16.

(2)- أحمد الجلال، مرجع سبق ذكره، ص47.

(3)- علي الربيعي، "الإعلام وقضايا البيئة"، مجلة البحوث الإعلامية، مصر، العدد 05، 1993/04/05، ص138.

(4)- خليل صابات، مرجع سبق ذكره، ص، 174.

المواضيع البيئية التي عادة ما تكون مرفقة بالصور، ويتم استخدام الصورة الصحفية البيئية لمعالجة المشاكل البيئية التي يعاني منها الإنسان، وكذا توظف في إيجاد وعي بيئي في أوساط المجتمع.



صورة رقم(24): تبين توظيف الصورة الصحفية في المجال البيئي.

المبحث الثالث: الصورة الصحفية وتأثيرات النظم الرقمية:

قد غدت الصورة الصحفية في ظل التكنولوجيا الحديثة شأنها شأن بقية عناصر الصحافة، تنتج الكترونيا بدء من الحصول عليها من مصادرها المختلفة، وانتهاء بإجراءات المعالجات الإخراجية اللازمة للصورة، كي تأخذ طريقها للنشر على صفحات الصحيفة.

كان للصورة الفوتوغرافية النصيب الأكبر من الاهتمام في التطور التكنولوجي في الصحافة، وتمثل هذا الاهتمام في تطوير سرعة الحصول على الصورة وسرعة معالجتها وإنتاجها وتوزيعها، بالإضافة إلى دخول الالكترونيات بصورة كبيرة في كل العمليات الخاصة بالصورة الفوتوغرافية، فمن أهم التطورات التكنولوجية التي تم تطبيقها في مجال الصورة الفوتوغرافية، تطوير ما يسمى بال غرفة المظلمة الالكترونية، وتتكون تلك الغرفة بصفة أساسية من ست وحدات: جهاز لمسح الصور الفوتوغرافية، جهاز مركزي لمعالجة الصور الفوتوغرافية، جهاز رئيسي لتخزين الصور الفوتوغرافية، وسيلة لعرض الصور الفوتوغرافية، ووسيلة لتخزين الصور بعد استخدامها.⁽¹⁾

وأرست النظم الرقمية دعائم التغيير الجذري في تكنولوجيا الاتصال والإعلام، وتصدرت الصور الصحفية الاستفادة من هذا التغيير بالاتجاه نحو التصوير الرقمي Digital Photography، للاستفادة بما قدمه الكمبيوتر من إمكانيات مؤثرة مثل تغيير الإضاءة وتعديل الألوان، وتخزين الصورة لحفظها بشكل أفضل، بل وتغيير المحتوى بتبديل أماكن عناصر الصورة.⁽²⁾

تختلف الصور الرقمية عن الصور الفوتوغرافية في أنها صور مولدة من خلال الكمبيوتر والكاميرا الرقمية أو على الأقل معززة بهما، وتستمد قيمتها الخاصة من دورها كمعلومة، وكذلك من

(1)- شريف درويش اللبان، ، تكنولوجيا النشر الصحفي، الاتجاهات الحديثة، مرجع سبق ذكره، ص 66.

(2)- محمد عبد الحميد، السيد بهنسي، مرجع سبق ذكره، ص، 59.

تميزها بوصفها صور يسهل الوصول إليها، والتعامل معها ومعالجتها وتخزينها وتحميلها أو تنزيلها في الكمبيوتر أو على الإنترنت.⁽¹⁾

وقد ساعدت رقمنت الصور وقابلية تناقلها بين الوسائط الإعلامية المختلفة، على تناول موضوعات لم يتم تناولها من قبل، وتشكل ذات الصورة الإعلامية بعدة أشكال وفقاً لمتطلبات الوسيلة التي تعرض فيها من جهة، وإلى تناولها في عدة أشكال وفنون إعلامية من جهة أخرى، وإلى تعدد وسائل توظيفها، فضلاً عن إمكانية تحويلها وتغيير معالمها بحيث تظهر بصور متنوعة، كما ظهرت فنون صحفية وإعلامية جديدة تعتمد على الصورة، وعلى توظيف التقنيات الحديثة في عرض الصور مثل Photo essay ، و Slideshow، كما يسرت التكنولوجيا الحديثة مجال المشاركة في إنتاج الصور للعديد من الأفراد، والذين أصبح بمقدورهم القيام بكل المراحل الخاصة بإنتاج الصورة الإعلامية الرقمية، فضلاً عن حدوث تطور هائل في مجال الكاميرات ومواصفاتها الفنية، بحيث أصبح بالإمكان التغلب على المشكلات التقليدية التي كانت تواجه وسائل الإعلام في مجال إنتاج الصور الإعلامية، كما أصبح بالإمكان خرق المراحل التقليدية المتعلقة بإنتاج الصورة، وزيادة القدرات الاستيعابية الخاصة بتنظيم وتخزين واسترجاع الصور.

المطلب الأول: أنواع المعالجة الرقمية للصورة الصحفية: (2)

I. عملية الفوتومونتاژ Photomontage: وهي أخطر عمليات تغيير ملامح الصورة، تقوم

على الحذف أو الإضافة أو التركيب أو كلهم معاً. وتهدف إلى مجرد تقديم مشهد معبر، وقد تهدف إلى تشويه صورة ما، وتقديم انطباع سيئ عن موضوع أو أشخاص في داخل الصورة أو مجموعة من الصور. وتتم عملية الفوتومونتاژ عن طريق عمليات قص أجزاء من أكثر من صورة ثم تركيبها معاً ثم طبعها في النهاية كصورة واحدة، وهو نفس تكنيك المونتاژ السينمائي الذي يضع لقطة قبل لقطة أو بعدها ليعطي تأثيراً معيناً.

II. عملية الاقتطاع من أجزاء الصورة Recadrage: وهي عملية يتم من خلالها تحرير أو

حذف أجزاء من الصورة لزيادة الاهتمام بها أو تغيير نسبها أو حجمها أو مساحتها. كما تعنى أيضاً عملية التقطيع الرمزي (الجمالي) للصورة الأصل لحذف الأجزاء الزائدة.

III. التعتيم أو تفتيح بعض مناطق الصورة: والتعتيم يعمل على زيادة المناطق الداكنة أو

المظلمة في الصورة، وعكسه هو التفتيح، وهما عمليتان منفصلتان حتى أن بعض الصحف والمجلات تقيدان العمل بكليتهما معاً، ففي مجلة النيوزويك Newsweek

(1)- عبد الحميد شاكر، مرجع سبق ذكره، ص22.

(2)- محمود علم الدين، الصورة الصحفية دراسة فنية، مرجع سبق ذكره، 51.

يقيدون أنفسهم إما بتفتيح أو تعتيم الصورة الإخبارية مع عدم السماح بإتمام العمليتين معاً. وقد يتم تعمية الخلفية أو إزالتها cutout أو تغييرها أو وضع عناصر الصورة في إطار خلفية مغايرة للخلفية الأساسية التي النقطت. وأحياناً ما يتم تعديل المساحة اللونية لعناصر الصورة، ومغايرتها لكي تتشابه مع واقعها بقدر الإمكان، وكذلك القيام بعمليات زيادة أو إنقاص للتشبع اللوني في الصورة، وتعديل المساحة اللونية وكنه اللون، وكذلك تحويل الصور الملونة إلى أبيض وأسود باستخدام قنوات لونية منفصلة.

IV. اصطناع الأحداث المصورة re-enactments: أحياناً ما تقوم بعض وسائل الإعلام

باصطناع أحداث مصورة، لا تمت للواقع بصلة، من خلال تجميع بعض العناصر مع بعضها أو تحريك بعضها، وأحياناً ما تقوم باستخدام صور تم التقاطها في أماكن مختلفة وتوقيتات مختلفة وتقديمها على أنها تمثل وقائع حدثت في توقيت حديث، وقد يحدث هذا عندما لا يلحق المصور بالحدث، مما يجعله يقوم بإعادة صياغة للحدث سواء من مخيلته أو من خلال الجمع بين بعض الحقائق والتصورات، إلا أنها تؤدي في النهاية إلى نقل أحداث قد لا تقترب كثيراً من الواقع. ومن طرق اصطناع الأحداث المصورة أيضاً، إظهار المشاهد المصورة، وكأنها تمثل أحداث عفوية أصلية وليست اصطناعية، وكذلك صناعة الصورة من مشاهد الآخرين، copy catting، حيث يتم أخذ صورة من مشهد قام بالنقاطه شخص آخر.

المطلب الثاني: تأثيرات المعالجة الرقمية للصورة الصحفية:

شهدت التسعينات من القرن العشرين ثورة حقيقية في مجال التصوير الصحفي، تمثلت في دخول جميع العمليات الخاصة به إلى عصر الصورة الرقمية، بدءاً من التقاط الصورة إلى معالجتها بطرق متنوعة عالية التقنية والدقة، وانتهاء بنقلها السريع إلى أي مكان في العالم، ليتحقق ما تنبأ به المتخصصون في منتصف الثمانينات من أن التصوير التقليدي المعتمد على استخدام فيلم التصوير الحساس والغرفة المظلمة سوف يختفي، ليدخل التصوير الإعلامي العالم الرقمي، الذي يختزل النص والصوت والصورة التناظرية إلى معلومات رقمية يمكن نقلها بواسطة أجهزة رقمية، وذلك بفضل الاندماج الكبير بين صناعات الاتصالات والبت والكمبيوتر.⁽¹⁾

وفي 19 أكتوبر 1987 شقت أول صورة فوتوغرافية ملونة لحدث إخباري طريقها إلى الصحف الأمريكية لتكمل بذلك دائرة التكنولوجيا التي تم تطبيقها في الصحافة، فقد ظهرت في الصفحة الأولى من الطبعة الأولى لصحيفة USA Today صوراً فوتوغرافية ملونة من المباراة الثانية لدورة World Series

(1)- محمد عبد الحميد، السيد بهنسي، مرجع سبق ذكره، ص60.

في البيسبول والتي أقيمت مساء الليلة نفسها التي صدرت فيها الطبعة الأولى من الصحيفة، وكانت الصور ملتقطة على قرصين من أقراص الكمبيوتر من خلال استخدام كاميرا إلكترونية ماركة "كانون".⁽¹⁾ وأثناء تنصيب الرئيس جورج بوش الأب في يناير 1989، التقط "رون إدموند Ron Edmundo" مصور "الأسوشيتد برس Associated Press" لقطات الاحتفال بكاميرا إلكترونية، وأمكنه إرسال الصور إلى مختلف أنحاء العالم مباشرة، ووصلت الصور إلى الصحف في أقل من دقيقتين بعد أداء الرئيس لليمين، في حين أن الصور التي استخدمت الكاميرا التقليدية في التقاطها قد تأخرت عن هذا الحدث بـ 25 دقيقة كاملة، مما أسفر عن وجود اختلافات في تغطية الصحف المسائية الأميركية لهذا الحدث حيث كانت مرتبطة بموعد نهائي لتبدأ طباعتها. وكانت هذه هي المحاولة الأولى من نوعها للنقل المباشر والحي للصور الصحفية الإلكترونية من موقع الحدث ليبدأ عصر جديد في تاريخ الصحافة المصورة.⁽²⁾

ومن بعض المزايا التي أتاحتها نظام التصوير الرقمي ما يلي:

1. بمجرد وجود الصور في جهاز الكمبيوتر الملحق بالكاميرا يمكن معالجتها بتكبيرها أو تصغيرها وزيادة درجة التباين في درجاتها الظلية مما يساعد على تحسين جودتها، والقيام بعمليات القطع وكتابة الكلام عليها وغيرها من المعالجات اللازمة، وذلك من خلال مجموعة من أدوات التلوين والتحرير الإلكتروني التي تتميز عن نظيرتها التقليدية بأنها أكثر مرونة في التعامل، كما يتيح برنامج المعالجة للمصور إمكانية التراجع في إجراءاته، وبعد ذلك يمكن للمصور رؤية كل الصور في الحال ليختار من بينها ما يريد إرساله للصحيفة.
2. اختصار الوقت اللازم للنقل الرقمي مهما كانت المسافة بعيدة بين مكان الكاميرا والصحيفة، وبعد استقبالها في الصحيفة يمكن رؤيتها على شاشة الكمبيوتر قبل طباعتها وتحميلها مما يوفر كثيرا من التكلفة.
3. بإمكان الصحفي أو المراسل إرسال الصورة إلى صحيفته بأسرع وقت ممكن، وبإمكانه إرسال الصور عبر الهاتف المتنقل وعن طريق الأقمار الصناعية.
4. الوفرة الكبيرة في الصور الواردة إلى الصحيفة بصفة يومية من المصادر المختلفة، حيث أن السرعة العالية في ظل النقل الرقمي للصور الصحفية تتيح للمصور إمكانية إرسال العديد من

(1)-شريف درويش اللبان، تكنولوجيا النشر الصحفي، الاتجاهات الحديثة ، مرجع سبق ذكره، ص، 66.

(2)-Brian Hortan, The Associated Press Photo Journalism Stylebook, (Addison_Wesly Publishing Company, New York, 1990),P 134.

الصور، لتلحق بالإصدار اليومي للصحف مما يتيح عددا كبيرا من الصور، كما يتيح أيضا هذا التدفق تحقيق التوازن بين الأنواع المختلفة للصور الصحفية.⁽¹⁾

5. في ظل التصوير الرقمي لن يصبح هناك وجود لمسح الصور الورقية على أجهزة المسح الضوئي Scanners لتحويلها إلى بيانات رقمية، بل أصبحت العملية تتم بشكل رقمي، وبسرعة عالية.

6. يمكن تخزين الصور الصحفية الواردة للصحيفة في وحدة التخزين المركزي بالصحيفة، ويمكن للمحررين أن يطلعوا عليها عبر شاشات الكمبيوتر ليختاروا ما هم بحاجة إليه، دون الحاجة إلى طبع كل الصور الواردة كي يتمكنوا من رؤيتها للغرض نفسه.⁽²⁾

7. وقد شهدت صناعة الصورة تطورا مذهلا، ابتداء من تحويل الصورة العادية إلى مجموعة من النقاط، وصولا إلى الوضع الحالي الذي يتم من خلاله تخليق هذه النقاط بأشعة الليزر في الكاميرات الحديثة، باستخدام أحدث الأجهزة الإلكترونية في كل مراحل التصوير الدقيقة التي أصبحت تعطي نتائج أفضل من التصوير التقليدي، الأمر الذي انعكس على جودة الصورة الصحفية المطبوعة في الجريدة.⁽³⁾

بالرغم من المزايا العديدة التي قدمتها نظم التصوير الرقمي للصور، إلا أنه أثار العديد من المناقشات حول تأثير المعالجة الرقمية على المصدقية التي تميزت بها الصور لعقود طويلة، حيث يصعب إدراك التعديلات التي تتم على الصورة وتتبعها بسبب الدقة العالية وعدم وجود فيلم للصورة، وهو ما يسميه الخبراء الفنيون " التغيير دون ترك أثر " حيث يمكن جمع الجمع بين صورتين لتقديم صورة جديدة، بل يمكن اختلاق صورة وبناء عالم تصويري لم تلتقط له صورة من قبل، وهو ما لا يقبله الكثيرون.⁽⁴⁾

ومن أشهر المحاولات في مجال إدخال التعديلات الرقمية على الصورة الصحفية ما نشر على غلاف جريدة News Day في 27 أكتوبر 1989 لصورة ثماني عشرة طائرة حربية تقلع معاً في تشكيل استعراضى لم يحدث أبداً، وكانت الصورة ملفقة فنياً، حيث نقلت الصحيفة صورة طائرة حقيقة واحدة إلى الكمبيوتر التقطت لها وهي تحلق في الجو ثم كررتها 17 مرة.

(1) - محمد عبد الحميد، السيد بهنسي، مرجع سبق ذكره، ص، 64، 63.

(2) - سمير محمود محمود، الحاسب الآلي وتكنولوجيا صناعة الصحف، (دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 1997)، ص 75.

(3) - صلاح الدين حافظ، تكنولوجيا الاتصال وحرية الصحافة والفكر في الثورة التكنولوجية ووسائل الاتصال العربية، (المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس، 1991)، ص 70.

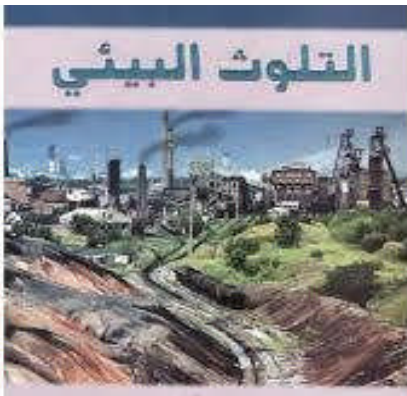
(4) - Brian Hortan, OP, Cit, P, 139.

وفي أكتوبر من عام 2009، وتزامنا مع إجراء المقابلة التصفوية بين المنتخب الوطني الجزائري والمنتخب المصري لاقتطاع تأشيرة مونديال جنوب إفريقيا 2010، وبسبب حدة المنافسة بين الفريقين نشرت جريدة النهار الجديد الجزائرية صورة فوتوغرافية مركبة للناخب الوطني الجزائري " رابح سعدان " يزفّ بمدرّب المنتخب المصري " حسان شحاتة " الذي ألبس لباس العروس، وقد لقيت هذه الصورة استكارا واسعا في أوساط الجماهير المصرية كما زادت من شدة الاحتقان بين الفريقين.



صورة رقم(25): صورة صحفية أدخلت فيه التعديلات الرقمية.

كما تم الاستعانة بالتقنيات التكنولوجية في إدخال التعديلات الرقمية على الصور الصحفية البيئية، من أجل التأثير في القارئ وإثارة انتباهه، وتعديل سلوكاته الخاطئة اتجاه البيئة، وكذا العمل على تشكيل وعي بيئي لدى المواطنين اتجاه المشاكل البيئية الخطيرة التي تعرفها الكرة الأرضية، خاصة منها التلوث البيئي بأشكاله المختلفة.



صورة رقم(26): صور صحفية بيئية أدخلت فيها التعديلات الرقمية.

من هنا، نرى أن الصورة الرقمية (الديجيتال) أصبحت تحل تدريجياً محل الصورة الصحفية التقليدية، خصوصاً بعد ثورة التكنولوجيا والاتصالات، وبخاصةً أن الصورة الرقمية أصبح بالإمكان التلاعب بها عبر الكمبيوتر والأجهزة المتطورة، من خلال التعديل على ألوان الصورة والإضاءة، وما إلى ذلك من أمور تقنية تساعد في النقاطها.

المطلب الثالث: تأثير الصورة الصحفية على العمليات الإدراكية للقراء:

يعتبر الإدراك Perception نقطة التقاء المعرفة بالواقع، حيث يتأثر سلوك الفرد بالمعرفة الإدراكية الموجودة لديه عن العالم، ويميل الأفراد إلى إدراك الأشياء في كليات ذات معنى، يفسرون العالم الخارجي من خلالها، ويأتي سلوكهم انعكاسا لهذه المعاني، وهو ما يوضح السبب في عدم تماثل تفسيرات الأفراد للشيء الواحد، لاختلاف المعرفة الإدراكية لكل منهم من خلال المتغيرات المؤثرة فيها. وهذا يعني أن الفرد لا يقوم بتفسير الصور الصحفية في معان مطابقة لها تمامًا، ولكن التفسير يكون في إطار التفاعل بين الصور التي تم استقبالها وبين المعرفة ذات العلاقة والتي يستعين بها المتلقي، وهو ما يوضح عدم تطابق التفسير بين كل الأفراد بالنسبة للصورة الواحدة لتباين المعرفة الإدراكية ونظام عملها بين كل فرد وآخر بتأثير التنشئة الاجتماعية.⁽¹⁾

وتتضمن عملية الإدراك، أنشطة معرفية عديدة هي، الانتباه والوعي والتذكر وتمثيل المعلومات، ويلعب الانتباه دورا مهما في توجيه الوعي Consciousness، ثم يأتي دور الذاكرة Memory التي تدخل في عملية الإدراك من عدة نواح وفقا لقدرة الحواس على اختزان المعلومات.

وأجرى جيبسون R. Gibson وزيلمان D. Zillmann دراسة لاختبار مدى تأثير وجود أو عدم وجود صور مصاحبة للنصوص في إدراك المعلومات، وجاءت النتيجة أن وجود الصور مع النص أكثر تأثير من وجود نص دون صور، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج العديد من الدراسات التي أكدت أن الصور أكثر تذكرًا من الكلمات. كما تؤكد أن البصر يلعب دورا رئيسيا في عملية الإدراك حيث يمد الإنسان بكمية غير محدودة من المعلومات عن البيئة المحيطة به، ولذلك يعتبره الكثيرون الحاسة المهيمنة عند الإنسان، حيث يميل الإنسان غالبا إلى تصديق ما يراه إذا ما تعارضت المعلومات الحسية، ولذلك فقد تزايدت مكانة الصورة الصحفية كأداة إعلامية لأسباب عديدة أكدتها الأبحاث التي أشارت إلى أن 75% من قراء الصحف يلاحظون الصورة، وأكثر من 50% يلاحظون العناوين الرئيسية، وأن 29% يلفت نظرهم تعليقات الصور، بينما لا تلفت المادة التحريرية سوى انتباه 25% من القراء مما يعني أن الصورة هي أفضل وسيلة لجذب انتباه القراء.⁽²⁾ وهو ما جعل المسؤولين في الصحف ينظرون إلى الصور ليس باعتبارها مجرد عنصر لإضفاء الجاذبية على الصفحات، وإنما لمساعدة القراء على فهم الموضوعات وحثهم على قراءتها أكثر عمقا بتقديم معلومات مصورة واضحة بتأثير درامي.

(1)- محمد عبد الحميد، السيد بهنسي، مرجع سبق ذكره، ص، 17.

(2)- المرجع نفسه، ص، 23.

الفصل الثالث: تأثير الصورة الصحفية في وسائل الإعلام.

تمهيد

المبحث الأول: مجالات تأثير وسائل الإعلام.

المطلب الأول: أثر وسائل الإعلام على المعرفة والإدراك والفهم.

المطلب الثاني: أثر وسائل الإعلام على الاتجاهات والقيم.

المطلب الثالث: أثر وسائل الإعلام على تغيير السلوك.

المبحث الثاني: نظريات تأثير وسائل الإعلام.

المطلب الأول: نظريات التأثير المباشر (1927).

المطلب الثاني: نظريات التأثير الانتقائي (التأثير المحدود).

المطلب الثالث: نظريات التأثير غير المباشر.

المبحث الثالث: أثر الصورة الصحفية كوسيلة اتصال.

المطلب الأول: خصائص الصورة الصحفية بصفقتها وسيلة اتصال.

المطلب الثاني: خصائص الصورة الصحفية بصفقتها وسيلة اتصال متميزة.

المطلب الثالث: خصائص الصورة الصحفية من زاوية الإخراج الصحفي وصلته

بالعملية الاتصالية.

تمهيد:

الإعلام قديم قدم المجتمع البشري، وهي أداة وظفها الإنسان منذ أن كان يعيش في الكهوف لاطلاع الآخرين على ما يحدث في بيئته، حيث كان يوصل المعلومة من شخص إلى آخر. وبعد ما تعلم اللغة والكتابة أصبحت وسائل الإعلام هي الصوت والكتابة والأغنية والصورة ثم المسرح. ومع بداية القرن العشرين بدأ العالم يشهد ثورة في وسائل الإعلام تمثلت في ظهور الصحافة ثم الإذاعة ثم التلفزيون وأخيرا الوسائل الالكترونية (الانترنت)، كما عرفت الدراسات الإعلامية، والبحوث الإعلامية الميدانية، ودراسات الجمهور إضافات وتجديدات لا يستهان بها، ومن بين أبرز مجالات اهتمام هذه البحوث نجد في المقدمة علاقة المجتمع بوسائل الاتصال الجماهيرية من حيث التأثير.

فقد أدى استعمال الإنسان لوسائل الإعلام والاتصال إلى التأثير في سلوكياته وقيمه ومعتقداته بل حتى في مجرى تطوره. ويقول "برنارد برلسون Berelson" "إن آثار الاتصال عديدة ومتنوعة الشدة، قد تكون قصيرة الأمد أو طويلة الأمد، ظاهرة أو مستترة، قوية أو ضعيفة، يمكن حدوثها من أي عدد من جوانب الرسالة الإعلامية، ويمكن أن تؤثر في الآراء أو القيم، ومستوى المعلومات والمهارات، والذوق والسلوك.

والأثر الإعلامي هو ما يحدث من تغيرات على مستقبل الرسالة، وتعلمه شيئا من محتوى هذه الرسالة، أو تبنيه اتجاهها مؤيدا لمحتوى هذه الرسالة، أو تخليه عن أفكار كان قد تبناها من قبل.⁽¹⁾ والأثر الإعلامي هو الهدف الأساسي لأي عملية اتصالية، فنحن نتصل لنؤثر، وفي تواصلنا نتأثر.

وتسهم وسائل الإعلام عبر رسائلها المختلفة في إحداث تغييرات جوهرية في طريقة تعامل الجمهور مع قضايا البيئة ومكوناتها، وتعديل سلوكياتهم بما يتناسب مع الحفاظ عليها وحماية مواردها والحد من إحداث الضرر فيها، والتأثير في اتجاهاتهم حيال البيئة واستشعارهم لمشكلاتها.

في هذا السياق سنحاول التطرق إلى تأثير وسائل الإعلام وطبيعة تأثيرها في سلوكيات وقيم ومعتقدات المتلقي، كما سنشير إلى مجالات تأثير وسائل الإعلام والعوامل المؤثرة في فعاليتها، إضافة إلى الإشارة إلى أهم النظريات الإعلامية المفسرة لتأثير وسائل الإعلام على الأفراد، مع الإشارة إلى أثر الصورة الصحفية باعتبارها وسيلة اتصال فعالة.

المبحث الأول: مجالات تأثير وسائل الإعلام:

يعدّ الإعلام من أكثر أدوات التغيير قوة، لما له من سلطة على أفراد المجتمع بشرائحهم المختلفة، ولا سيما مع توجيه مشاعرهم وأحاسيسهم نحو قضايا نفسية واجتماعية وبيئية. وقد أخذت وسائل الإعلام

(1) - محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال، ونظريات التأثير، ط1 (الدار العالمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003)، ص، 227.

تأخذ أشكالاً متشابهة نسبياً في التأثير، بحكم عمليات التقارب بين مكوناته، غير أن تأثيراتها تأتي مختلفة بدرجة كبيرة تبعاً للخصوصيات الثقافية والحضارية التي تميز المجتمعات عن بعضها البعض. لوسائل الإعلام آثار فردية وآثار مجتمعية، فعلى المستوى الفردي يمكن أن تؤثر وسائل الإعلام في زيادة عدوانية الأفراد ومعارفهم واتجاهاتهم وأنواع المنتجات التي يشترونها وأسلوب استخدامهم للوقت. وعلى المستوى الجمعي، فإن وسائل الإعلام يمكن أن تعيد رسم النظم السياسية والقضائية والرياضية والاقتصادية والثقافية.⁽¹⁾ وعند الحديث عن تأثير وسائل الإعلام لا بد أن نميز بين الآثار قصيرة المدى (Short-Term Effects)، والآثار طويلة المدى (Long-Term Impact)، حيث يمكن بسهولة ملاحظة وقياس الآثار قصيرة المدى، بينما طويلة المدى فلا يمكن ملاحظتها بسهولة.

وعموماً فإن لوسائل الإعلام بمختلف أنواعها وأشكالها ثلاثة أنواع من الاستجابات أو الآثار وهي:⁽²⁾

I. الاستثارة: Arousal: وهي استجابة قابلة للقياس نتيجة المنبه أو المثير Stimulus، والاستثارة هي الاستجابة السريعة من المتلقي، فمثلاً يؤدي التعرض إلى محتوى عنيف أو مخيف إلى تنبيهه بيولوجي وكيميائي، واستجابة انفعالية وجدانية.

II. الآثار قصيرة المدى: Shot-Term Effects: في ظل متغيرات وسائل الإعلام، فإن هناك تأثيراً لوسائل الإعلام يؤدي إلى حدوث تغييرات قصيرة الأمد في الفهم والاتجاهات، والقيم والسلوك.

III. الآثار بعيدة المدى: Long-Term Impact: إن تكرار التعرض لبعض أنواع وسائل الإعلام، في بعض البيئات، لبعض أعضاء الجمهور، يؤدي إلى إحداث تغيير طويل الأمد، عميق الجذور، في البناء المعرفي، والاتجاهات، والقيم، والسلوك، ويحدث ذلك على مستوى الأفراد أو المجتمع ككل.

وقد ركزت آثار وسائل الإعلام على ثلاثة مجالات أساسية وهي:

المطلب الأول: أثر وسائل الإعلام على المعرفة والإدراك والفهم:

وهي درجة متقدمة من تأثير وسائل الإعلام، حيث تبدأ عملية الاتصال بجذب اهتمام الجمهور لتوليد الوعي (المعرفة)، لتصل إلى الإدراك والفهم، ويتأثر الفهم في الاتصال الجماهيري بحقيقة أن الفرد لا يقرأ كل صفحات الجريدة، وإنما يتحكم في ذلك عوامل انتقائية. فأعضاء الجمهور يعرضون أنفسهم بشكل انتقائي لمحتوى الوسيلة، وتستطيع هذه الوسيلة من خلال تكرار التعرض وتجانسه أن

(1) - محمود حسن اسماعيل، مرجع سابق الذكر، ص 404.

(2) - حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، مرجع سبق ذكره، ص ص 408، 409.

تؤثر بقوة على فهمنا للعديد من القضايا، وقد يتأثر احتفاظ الشخص بالمعلومات المقدمة في وسائل الإعلام بدرجة اهتمامه الشخصي بتلك المعلومة.

ويحدث الإدراك أو الفهم نتيجة التفاعل بين محتوى الرسالة مع الخبرات الشخصية المباشرة لأعضاء الجمهور، وتعتمد قابلية الفرد للاستجابة للمعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام على تكرار التعرض لنفس المثير وبعض التدعيم من خلال العلاقات الشخصية.⁽¹⁾

وتؤثر وسائل الإعلام في التكوين المعرفي لأفراد من خلال عملية التعرض طويلة المدى لوسائل الإعلام كمصادر للمعلومات، فتقوم باجتماعات الأصول المعرفية القائمة لقضية أو لمجموعة قضايا لدى الأفراد، وإحلال أصول معرفية جديدة بدلا منها، ويعتبر التغيير المعرفي أعمق أثرا في حياة الإنسان، بخلاف تغيير الموقف أو الاتجاه الذي يكون طارئا أحيانا ويزول بزوال المؤثر، أما التغيير المعرفي فهو بعيد الجذور ويمر بعملية تحول بطيئة تستغرق زمنا طويلا.⁽²⁾

وتظهر التأثيرات الأساسية لوسائل الإعلام في الجانب المعرفي عند الفرد بتقديم معلومات جديدة تختلف عن معلوماته السابقة، وتغيير أو خلق صور ذهنية عنده عن الأحداث أو المواقف أو الأشخاص، ووفقا لذلك تهدف الرسائل الإعلامية إلى زيادة الجانب المعرفي لدى الفرد من خلال المعلومات والحقائق التي تقدم حلولاً للمشكلات البيئية، ومعرفة الدور المطلوب منه للمساهمة في علاجها.⁽³⁾ وهذا الاهتمام نابع من وجود علاقة بين العملية التعليمية وزيادة الوعي البيئي وتنمية المهارات التي يمكن أن تتيح المزيد من تفهم العلاقات المتبادلة بين الإنسان والبيئة.⁽⁴⁾

المطلب الثاني: أثر وسائل الإعلام على الاتجاهات والقيم:

تشير معظم الدراسات إلى أن وسائل الإعلام تحدث آثارا على الاتجاهات والقيم، كما تقوم بدور ملموس في تكوين الآراء وتغييرها. فالرسالة الإعلامية سواء كانت في شكل خبر أو صورة أو برنامج، فإنها تستطيع أن تعمل على إزالة قيمة من القيم وتثبيت أخرى محلها.

وقد لاحظ " لازرسفيلد Lazarsfeld " و " ميرتون Merton " في دراستهما لآثار وسائل الإعلام على القيم الاجتماعية، أن وسائل الإعلام لا تدعم معتقداتنا السابقة فقط، وإنما تدعم اتجاهات

(1)- حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط7، (الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2008)، ص، 397.

(2)- فهد بن عبد الرحمن الشميري، التربية الإعلامية، كيف نتعامل مع الإعلام، ط1 (مكتبة الملك فهد للنشر، الرياض، 2010)، ص، 85.

(3)- زهير عبد الله عابد، أحمد العابد أبو السعيد، مرجع سبق ذكره، ص 86.

(4)- Hugnes M, Evans D, Environmental Education Key Issues Of Future (Oxford, Program Press, Introduction, 1977), P29.

وأنماط سلوك المجتمع أيضا، فالنشر الإعلامي يسد الفجوة بين الاتجاهات الفردية الخاصة والآداب العامة السائدة في المجتمع.⁽¹⁾

كما تشير دراسات أن الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام أحيانا تؤدي إلى نتائج غير مرغوبة Dysfunctional، فزيادة الأخبار السلبية المتعلقة بالحروب والمجاعات والاضطرابات كثيرا ما تؤدي إلى زيادة القلق والتوتر لدى المتلقين، مما يدفعهم إلى اللامبالاة والانكباب على الذات. كما تشير دراسات أخرى إلى أن كثيفي التعرض لوسائل الإعلام يتولد لديهم اتجاهات سلبية نحو العالم الذي يعيشون فيه.

وتؤثر وسائل الإعلام على الاتجاهات البيئية للأفراد من خلال المواقف التي يتخذونها نحو بيئتهم واستشعارهم بمشكلاتها واستعدادهم للمساهمة في حل هذه المشكلات وتطوير ظروف البيئة نحو الأفضل، وموقفهم من استغلال الموارد الطبيعية استغلالا رشيدا.

وتتحدد أهم الاتجاهات البيئية الرئيسية في ثمان اتجاهات وهي:⁽²⁾

1. الاتجاهات نحو الاستغلال الأمثل للموارد الطبيعية.
2. الاتجاه السالب نحو تلويث البيئة.
3. الاتجاه المضاد نحو استنزاف الموارد الطبيعية.
4. الاتجاه المضاد نحو الإصابة بالأمراض المتوطنة.
5. الاتجاه المضاد نحو الانفجار السكاني.
6. الاتجاه المضاد نحو الإخلال بمقومات التوازن البيئي.
7. الاتجاه المضاد نحو تغيير المعتقدات الخاطئة في البيئة.
8. الاتجاه المضاد نحو حماية البيئة.

المطلب الثالث: أثر وسائل الإعلام على تغيير السلوك:

غالبا ما يتم دراسة أثر وسائل الإعلام على السلوك في سياق أوقات الفراغ، حيث يزداد التعرض لوسائل الإعلام، وخاصة الوسائل التي لا تحتاج إلى مهارات معينة مثل: مشاهدة التلفزيون أو الاستماع إلى الراديو أو التردد على دور السينما.⁽³⁾

(1)- حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، مرجع سابق الذكر، ص، 398.

(2)- محمود أبو زيد، الاتجاهات البيئية لدى طلاب الصف قبل النهائي في المرحلتين الإعدادية والثانوية في الوطن العربي (برنامج الأمم المتحدة للبيئة، القاهرة، 1997)، ص 27.

(3)- محمود أبو زيد، مرجع سابق الذكر، ص، 398.

قد يكون تغيير السلوك البشري نتيجة تغيير في الموقف والاتجاه، أو نتيجة تغيير معرفي عميق، أو نتيجة تنشئة اجتماعية طويلة الأمد، أو قد يكون السلوك ناشئاً عن مؤثرات وقتية بسيطة.⁽¹⁾ ومهما كانت أسباب تغيير السلوك فإن لوسائل الإعلام دوراً في إحداث التغيير والتأثير بشكل عام، وذلك حسب متغيرات البيئة، والمحتوى، والوسيلة، والجمهور والتفاعل.⁽²⁾

يتم التأثير في السلوك البيئي من خلال إكساب المواطن سلوكيات بيئية سليمة، وإقناعه بترك اتجاهات وسلوكيات بيئية غير سليمة، والسلوك الإنساني هو مايقوم به الفرد من أنشطة مختلفة، وما يأتي به من أفعال وردود أفعال في حياته اليومية الخاصة، وفي علاقته مع الآخرين، وهو انعكاس للمواقف التي تحيط به نتيجة اتصاله بمجال اجتماعي معين.

والرسائل البيئية تهدف إلى تعديل أنماط السلوك وتغييرها في الاتجاه المستهدف بهدف إكساب الجمهور عادات سلوكية جديدة غير ضارة بالبيئة، وتمثل هذه المرحلة أصعب مراحل العملية الاتصالية البيئية.⁽³⁾

ويعتبر قياس أثر وسائل الاتصال من الصعوبة بمكان، وتأتي ذلك من صعوبة فصل تأثير الاتصال عن التأثيرات المختلفة للمؤسسات الاجتماعية التي يعيشها الإنسان، ويمكن رصد ومعرفة التأثيرات المختلفة للاتصال المباشر، حيث يتمكن القائم بالاتصال من معرفة رد فعل الجمهور، وحجم التعرض لرسالته، وذلك بعكس الاتصال الجماهيري أو الإعلامي-(جمهور الصحافة المكتوبة مثلاً)- حيث أنه ليس من السهل قياس رجوع الصدى ومدى تأثر الجماهير بالرسالة الإعلامية.⁽⁴⁾ فحين الحديث عن تأثير وسائل الإعلام، فنحن لا نعني أن تكون الوسائل هي السبب الوحيد في التأثير، فأي شيء معقد مثل السلوك البشري لا يمكن التحكم فيه من خلال عامل واحد فقط، وإنما يحد السلوك نتيجة تأثير عوامل متعددة.⁽⁵⁾

المبحث الثاني: نظريات تأثير وسائل الإعلام والاتصال:

يعتبر " لازار سفيلد Lazarsfeld " أول من أجرى بحثاً ميدانية حول تأثير وسائل الإعلام، سنة 1940 بعد ظهور " نظرية لا سويل Lasswell theory " ثم أصبح بعد ذلك الاهتمام منصبا على دراسة التأثير وسماته، مما أنتج عدّة نظريات حول تأثير وسائل الإعلام.⁽⁶⁾

(1)- فهد بن عبد الرحمن الشميري، مرجع سبق ذكره، ص59.

(2)- المرجع نفسه، ص59.

(3)- زهير عبد الله عابد، أحمد العابد أبو السعيد، مرجع سبق ذكره، ص88.

(4)- محمود حسن إسماعيل، مرجع سبق ذكره، ص226.

(5)- حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، مرجع سابق الذكر، ص401.

(6)- عبد الرزاق محمد الدليمي، المدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال، ط1 (دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011)، ص، 177.

I. مفهوم نظريات التأثير:

هي نظريات جاءت لتدعيم فهم الظاهرة الإعلامية، إذ أنه يستحيل فهم الظاهرة الإعلامية في إطار فراغ نظري، وهذا عن طريق الاهتمام بأحد أهم العناصر الاتصالية وهو " التأثير Influence " أي جاءت النظريات لتدرس وسائل الاتصال الجماهيرية كوسائل مؤثرة على جمهورها، وتأتي أيضا هذه النظريات لتغطية الحاجة الإنسانية في معرفة نوعية ودرجة وكيفية التأثير، وخاصة بعد أن صارت أحد العناصر الفاعلة داخل المجتمع (وسائل الاتصال الجماهيرية).⁽¹⁾

الاتصال كعلم قائم بذاته سبقه علوم كثيرة، ارتبط بتلك العلوم وبالتالي تأثر بالنظريات الخاصة بتلك العلوم، خاصة علم الاجتماع وعلم النفس والفلسفة، ولذلك فهناك صعوبة في تحديد ما يمكن أن نسميه بـ " نظريات الاتصال ". ومن الصعب أيضا أن نصف نظريات أو نقدم تفسيرات محددة لآثار وسائل الاتصال تكون صالحة لكل المواطنين في كل العصور، إذ لم يزل أساس العلم هو البحث عن حقائق دائمة، فالبحث العلمي يهدف إلى وصف للعلاقات المنظمة بين الظواهر، وتقديم تفسيرات عن كيفية تأثير بعض الأحداث بحيث تؤدي إلى تكوين نماذج متكررة.⁽²⁾

وبعبارة أخرى يمكن القول بأن الأبحاث العلمية تهدف إلى البحث عن مبادئ لا تتغير، - وهو هدف ليس بالمهمة السهلة - وبالذات إذا كان الأمر يتعلق بآثار وسائل الاتصال على الناس، وذلك بسبب التطور الطبيعي لوسائل الاتصال من جانب وتطور المجتمع من جانب آخر.⁽³⁾

وحدد " وارنر سيفرين Severina Warner " و " جيمس تانكرو James Tango " أربع مراحل متتالية تصل إلى بلورة لنظرية الاتصال، وهذه المراحل هي:

1. فحص العلاقة بين أمرين بينهما ترابط يحتاج إلى معلومات لفهمه.

2. وضع فروض لتفسير هذه العلاقة.

3. محاولة وضع نموذج يقرب عملية التفسير والفهم.

4. الوصول إلى قانون يحكم الظاهرة.

ويرى " ملفين ديفلير Melvin De fleur " و ساندرا روكيتش Sandra Ball-Rokeach " أن هذه النظريات هي عبارة عن تعريفات استخلصت من محاولات الباحثين الكثيرة لفهم آثار وسائل الإعلام على الناس، وهذه التعريفات تعتبر أدلة للتفسير والتكهن بما سيحدث عندما يفرض على

(1)- عبد الرزاق محمد الدليمي، المرجع السابق الذكر، ص 179.

(2)- محمود حسن اسماعيل، مرجع سبق ذكره، ص 243، 244.

(3)- ملفين ديفلير وساندرا روكيتش، ترجمة كمال عبد الرؤوف، نظريات وسائل الاتصال (الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1992)، ص 212.

بعض الطبقات من الشعب أشكال خاصة من الرسائل ذات محتوى إعلامي معين عبر إحدى وسائل الاتصال الجماهيري.⁽¹⁾

II. عوامل ظهور نظريات التأثير:

كان لظهور نظريات التأثير عوامل أبرزها: ⁽²⁾

1. **ظهور الدراسات الإعلامية الحديثة:** وهذا بعد تطور وسائل الإعلام مما أنتج الحاجة إلى دراستها بعدما صارت عنصرا فاعلا في المعادلة الاجتماعية.

2. **الحاجة السياسية والاجتماعية:** فنحن كأفراد في المجتمع محتاجون لفهم تأثير هذه الوسائل، إضافة إلى تأثير الحياة السياسية كالانتخابات.

3. **حادثة أولسن والس "Olsen Wallace":** حيث قام الممثل الأمريكي الشاب " أولسن والس " بإنجاز مسرحية على المباشر عبر أمواج الأثير الأمريكية في أكتوبر 1936 تحت عنوان "حرب العالمين " حيث استطاع أن يوهم الجمهور أن سكان المريخ قد هجموا على الكرة الأرضية، فاعتقد الناس أن هذا حقيقي، ففرعوا وخرجوا إلى الشوارع ومنهم من انتحر فتعجب الباحثون في قدرة تأثير هذه الوسائل الناس، فجاءت نظريات التأثير لبحث هذا الموضوع.

4. **تحول الدراسات الاتصالية والإعلامية** من دراسة الظاهرة في إطار التفاعل بين الأفراد إلى دراسة الفعل من خلال الوسائل الاتصالية الجماهيرية الحديثة.

5. **دراسة وسائل الاتصال الجماهيرية كمتغير مستقل.**

6. **العامل العلمي والأكاديمي،** ويلاحظ في تطوير أدوات البحث الخاصة بكيفيات قياس تأثير وسائل الإعلام.

III. التطور التاريخي لنظريات تأثير وسائل الإعلام:

يقسم "ملفين ديفلير، وساندرا روكيتش " نظريات الاتصال إلى ثلاث أجيال:⁽³⁾

1. **الجيل الأول:** عبارة عن التفسيرات الأولية التي بلورت التفكير حول آثار وسائل الاتصال، مثل النموذج الارتقائي.

تمتد هذه الفترة من العشرية الأولى للقرن العشرين، إلى بداية الحرب العالمية الثانية، ميزتها الأبحاث حول الأثر السحري لوسائل الاتصال الجماهيرية، منطلقة من أن رسائلها يتم تلقيها من طرف الجمهور بصفة مماثلة مما يؤدي إلى استجابة فورية ومباشرة.⁽⁴⁾

(1)- ملفين ديفلير وساندرا روكيتش، ترجمة كمال عبد الرؤوف، مرجع سابق الذكر، ص213.

(2)- عبد الرزاق محمد الدليمي، مرجع سبق ذكره، ص180.

(3)- محمود حسن اسماعيل، مرجع سبق ذكره، ص245.

(4)-André Akroun, Op. Cit, P.143.

وقد كانت هذه الفترة تختص أساسا حول تأثيرات الأفلام التي تطورت بشكل كبير في بداية القرن العشرين، حيث لم يكن هناك أبحاث علمية منتظمة حول تأثير وسائل الإعلام حسب المصطلح العلمي الحالي، بل هناك العديد من الكتابات حول وسائل الإعلام المتوافرة آنذاك، وهي الصحافة والراديو، ومع تطور وسائل الإعلام الجماهيرية وتطور الدعاية خلال الحربين الأول والثاني... وبداية عصر الإعلان كعامل اقتصادي هام في وسائل الإعلام (الصحف والإذاعة)، الأمر الذي أدى إلى دعم الأبحاث في مجال تأثيرات وسائل الإعلام، بالإضافة إلى الدراسات التي أجريت على الحملات الانتخابية في الراديو والتلفزيون. (1)

2. الجيل الثاني: النظريات البدائية التي جاءت فيما بعد وحلّت محل الأشكال الأولى، مثل نظرية القذيفة السحرية.

تمتد هذه الفترة من أواخر الثلاثينات إلى الستينات، ميزتها بحوث ترد على فكرة " القذيفة السحرية " معيدة بذلك النظر في تأثير وسائل الجماهيرية، ونتجت عنها نظرية " التأثير المحدود " مشيرة إلى أن هذه الوسائل ما هي إلا واحدة من العوامل المؤثرة على سلوك واختيارات الأفراد. (2)

تأثرت هذه المرحلة بالباحثين الأمريكيين الذين اعتمدوا في دراساتهم على نظريات علم النفس الاجتماعي والوظيفة فيما يتعلق بتأثير وفعالية وسائل الإعلام، وركزت الدراسات خلال هذه الفترة على تكوين الاتجاه، وتغييره وأساليب قياسه... وقد توصلت الدراسات خلال هذه الفترة على اكتشاف أهمية العوامل الاجتماعية الوسيطة (المتداخلة) وتأثيرها على جماهير وسائل الإعلام، وأظهرت أن قوة وسائل الإعلام تتم من خلال التكوينات الموجودة للعلاقات الاجتماعية وأنظمة القيم والمعتقدات، أي أن تأثير وسائل الإعلام ليس تأثيرا مطلقا، وإنما يحدث من خلال القيم والمعتقدات السائدة في المجتمع. (3)

3. الجيل الثالث: النظريات الحديثة، والتي كانت في معظمها ردود فعل ضد أشكال الجيل الأول.

تمتد من الستينات إلى يومنا هذا، وهي فترة إعادة النظر في مقاربة إشكالية الأثر المحتمل لوسائل الاتصال الجماهيرية على الجمهور، وارتبطت هذه المرحلة بتطور التلفزيون كوسيلة " تصنع الخيال " فاتجهت البحوث لدراسة الآثار المعرفية والشعورية، والعاطفية على المدى البعيد، وما ميز هذه الفترة هو كثرة الأفكار وظهور توجهات جديدة وكثيرة وغنية في الطرح النظري والمنهجي لهذه الظاهرة. (4)

مع الاهتمام بقوة وسائل الإعلام والاتصال، قام عدة باحثين بالنظر في حقيقة قوة وسائل الإعلام والاتصال كعوامل مؤثرة في سلوك ومواقف الأفراد والجماعات والمجتمع، وصاغوا بذلك عدة

(1)- منال هلال مزاهرة، مناهج البحث الإعلامي، ط1 (دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2014)، ص41.
(2)-André Akroun, Op.cit, P.143.

(3)- منال هلال مزاهرة، مرجع سابق الذكر ص48.

(4)-André Akroun, ibid, P.145.

نظريات مختلفة مفسرة لتلك التأثيرات والآثار، وسنحاول في هذه النقطة استعراض أهم نظريات تأثير وسائل الإعلام على الجمهور المتلقي.

المطلب الأول: نظريات التأثير المباشر (1927):

وتسمى أيضا نظرية الرصاصة السحرية أو نظرية الحقنة تحت الجلد أو القذيفة السحرية: Hypodermic Needle or Magic Bullet، ظهرت هذه النظرية خلال الحرب العالمية الأولى على يد هارولد لازويل Harold Lasswell، وتفترض هذه النظرية أن لوسائل الإعلام تأثير مباشر وقوي مثل تأثير الحقنة التي تأخذ تحت الجلد، وتفترض هذه النظرية أن الأشخاص ليسوا إلا مجتمع جماهيري مؤلف من مجموعة من الأشخاص المنعزلين (تأثرت بفكر فرويد)^(*)، وأن وسائل الإعلام تمثل فيه مصادر قوية للتأثير وأن الناس يقبلونها ويفهمونها بشكل متماثل، وأن كل شخص يتلقى المعلومات بشكل فردي، ويستجيب بشكل فردي.

أعطت هذه النظرية للإعلام والاتصال قوة كبيرة في قدرته على التأثير، فهو يشبه من يطلق الرصاصة ليصيب من ضحيته مقتلا. كما أن هذه النظرية تنظر إلى الناس باعتبارهم مخلوقات سلبية يمكن التأثير المباشر فيهم بمجرد حقنهم برسائل الإعلام والاتصال.⁽¹⁾

أهم الأفكار التي قامت عليها هذه نظرية التأثير المباشر:⁽²⁾

1. أن وسائل الإعلام تقدم رسائلها إلى الأعضاء في المجتمع الجماهيري الذين يدركون تلك الرسائل بشكل متقارب.
2. هذه الرسائل تقدم مؤشرات أو منبهات تؤثر في مشاعر وعواطف الأفراد بقوة.
3. هذه المنبهات تقود الأفراد إلى الاستجابة بشكل متماثل إلى حد ما، وتوجد تغييرات في التفكير والأفعال بشكل متماثل عند كل الأفراد.
4. إن تأثيرات وسائل الإعلام قوية ومتماثلة ومباشرة، ويرجع ذلك إلى ضعف وسائل الضبط الاجتماعي مثل التقاليد والعادات المشتركة.
5. أن الفرد يتلقى معلومات بشكل فردي من وسائل الإعلام وبدون وسيط، ومن ثم فإن تأثيراتها تكون قوية ومباشرة.

(*)- افترض "فرويد" أن الإنسان تحركه قوى فطرية غير واعية وغير رشيدة ويتحكم فيه العقل الواعي، وهو نفسه ينقسم إلى قسمين الذات والأنا العليا، وهما يسيطران عامة على هذه القوى غير الرشيدة، ولا يحدث السلوك إلا عندما تسيطر الأنا العليا سيطرة تامة على هذه القوى.

(1)- مي العبد الله، نظريات الاتصال، ط1، (دار النهضة العربية، بيروت، 2006)، ص266.

(2)- بيسوني إبراهيم حمادة، وسائل الإعلام والسياسة، دراسة في ترتيب الأولويات، (مكتبة نهضة الشرق، القاهرة، 1996)، ص ص، 214، 215.

6. إن رد فعل الأفراد على ما يتلقونه من وسائل الإعلام يكون فردياً أيضاً ولا يعتمد على التأثيرات المتبادلة بين الأفراد المتلقين بعضهم ببعض.

والواقع أن ما قدمته نظرية التأثير المباشر من تفسيرات لتأثير وسائل الإعلام وعلاقتها بالمجتمع تعد نظرية متشائمة بكل المقاييس، كما أنها نظرية غير قابلة للدراسة التجريبية، فهي توضح وبشكل قوي صور السيطرة والتحكم والتوجيه الإعلامي، وتبين أن اتجاه التأثير الإعلامي هو اتجاه واحد فوقي من الصفوة أو النخبة إلى الجماهير وهذا الاتجاه يفتح المجال واسعاً لتكون وسائل الإعلام أدوات تضليل وتزييف بالغة القوة والفاعلية في أيدي القوة السياسية والاقتصادية في المجتمع، الشيء الذي جعلها لم تصمد طويلاً، إذ أن عملية الاتصال عملية معقدة، وهي تخضع لمجموعة من العوامل المتعددة التي تتحكم في فعالية الرسالة الإعلامية والاتصالية. فلا يمكن لكل رسالة أن تكون مؤثرة ناجحة، وإذا كانت بعض الرسائل من بعض القائمين بالاتصال ذوي الشخصية الكرزمية قادرة على التأثير في الجمهور، إلا أن ذلك لا يحصل مع كل الرسائل الإعلامية والاتصالية.⁽¹⁾ ولم تكن هذه النظرية واقعية بسبب التبسيط الشديد، وافترض أن للإعلام تأثيرات عنيفة ومفاجئة.⁽²⁾، كما هذه النظرية لا تأخذ بعين الاعتبار فكرة إمكانية تناقض تأثيرات وسائل الإعلام، بمعنى أن نفس هذه الوسائل قد تؤدي إلى تأثيرات متناقضة بحيث لا يصبح هناك تأثير نهائي، كما تفترض أن تأثيرات وسائل الإعلام جميعاً، يمكن قياسها وملاحظتها على المتلقي فور حدوثها، وهو ما لا يمكن الركون إليه إذ أن كثيراً من تلك التأثيرات تحدث بينما لا يمكن ملاحظتها " التأثيرات غير فورية " إلا أن أهمية هذه النظرية تكمن في أنها بداية بحوث تأثيرات وسائل الإعلام.

المطلب الثاني: نظريات التأثير الانتقائي: (التأثير المحدود):

أصبح الشك يراود الكثيرين حول العلاقة الآتية بين المنبه والاستجابة، فظهرت قي الأربعينات نظرية جديدة مفادها أن وسائل الاتصال تؤثر بصفة محدودة، وذلك بفعل الإدراك الانتقائي، سواء على مستوى الإدراك أو التعرض أو التذكر.⁽³⁾

وأثبتت الدراسات الإعلامية أن وسائل الإعلام هي جزء صغير من المجتمع الكلي، فالأفراد الذين يتعرضون للمعلومات والتأثيرات الواردة من وسائل الإعلام، لا تدخل كلها إلى مدركاتهم حيث

(1)- بسيوني إبراهيم حمادة، مرجع سابق الذكر، ص 266.

(2)- بشير العلاق، **نظريات الاتصال، مدخل متكامل** (دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان (الأردن)، 2010)، ص 63.

(3)- عبد الرزاق محمد الدليمي، مرجع سبق ذكره، ص 182.

يمارسون قدرا واسعا من الاختيار والانتقالية للمعلومات، فالأفراد لديهم قدرات على اختيار ما يريدون وما لا يحتاجون.

تجسدت هذه الفكرة من خلال ما توصل إليه "ميلفن دفلر، وركنتش"، بناء على فكرة مفادها أن الطاقة الاستيعابية للفرد لا يمكنها أن تستوعب الكم الهائل من الرسائل التي يتعرض لها يوميا، فهو لا يدرك كل ما يتلقاه، بل ينصب تفكيره على إدراك وفهم الرسائل التي تحتوي على مفاهيم تهمة أو على الأقل هو في حاجة إليها. فالمواضيع لا تفرض على المتلقي وإنما يختار ما يريد وترك ما لا يحتاج إليه.⁽¹⁾ وتتجسد هذه النظرية فيما يلي:

I. نظرية الاختلافات الفردية: Individual Differences Theory :

تعتمد نظرية الاختلافات الفردية على ما توصل إليه علماء النفس من أن الأفراد يختلفون بشكل كبير في البناء النفسي، وعلى ذلك فالأفراد من المفترض أن يستجيبوا بشكل مختلف للرسائل الإعلامية وفقا لاتجاهاتهم وبنيتهم النفسية، وصفاتهم الموروثة والمكتسبة. كما توضح النظرية أن وسائل الإعلام تُستقبل وتُفسر بشكل انتقائي، وذلك بسبب اختلاف الإدراك الذي يفكر به كل شخص، والذي يرجع إلى اختلاف المعتقدات والقيم والاتجاهات، لدى كل شخص، ولأن الإدراك انتقائي فالتذكر والاستجابة هما انتقائيان أيضا، وبالتالي فتأثير وسائل الإعلام ليس متماثلا.⁽²⁾

وقد أشار "ملفين ديفلير Melvin De fleur" إلى الخطوات الأساسية لنظرية التأثير الانتقائي في مايلي:⁽³⁾

1. تقدم رسائل الإعلام رسائلها إلى أعضاء المجتمع الجماهيري ولكنها تستقبل وتفسر بشكل انتقائي.
2. إن أساس هذه الانتقائية يرجع إلى الاختلافات في طبيعة الإدراك بين أعضاء المجتمع.
3. يرجع الاختلاف في الإدراك إلى أن كل فرد له تنظيم متميز من المعتقدات والاتجاهات والقيم والحاجات.

4. ولكون الإدراك انتقائي، فإن التذكر والاستجابة أيضا انتقائي.

وبناء على النظرية فإن تأثيرات وسائل الإعلام ليست متماثلة ولا قوية ولا مباشرة، وإنما هذه التأثيرات تكون انتقائية ومحدودة وفق معتقدات وقيم واتجاهات المستقبل ووفق الاختلافات النفسية للأفراد. وقد كان الفروق الفردية في تشكيل الاستجابات لوسائل الاتصال هو الموجه الأكبر في الأبحاث الخاصة بوسائل الإعلام، بدء من الفترة السابقة مباشرة للحرب العالمية الثانية وحتى بداية الستينيات.

(1)- عبد الرزاق محمد الدليمي، مرجع سابق الذكر، ص75.

(2)- المرجع نفسه، ص64.

(3)- محمود حسن إسماعيل، مرجع سبق ذكره، ص248.

فقد كانت الفكرة الأساسية هي أن الفروق الفردية في البنية النفسية أو الإدراكية لأفراد الجمهور هي مفاتيح تشكيل اهتماماتهم بوسائل الإعلام، وسلوكهم نحو القضايا والموضوعات التي تمت مناقشتها.⁽¹⁾

مما سبق اتضح أن جمهور وسائل الإعلام ليس جماعة متناسقة تصغى إلى الرسائل الاتصالية وتتأثر بها بشكل مباشر وموحد مثل الطلقات السحرية، وإنما ظهر مبدأ الانتقائية الذي يشير إلى أن استخدام وسائل الإعلام يخضع للاعتبارات الفردية، والسمات الشخصية، وظروفها الذاتية.⁽²⁾

II. نظرية الفئات الاجتماعية: Théories des Catégories sociales

افترض علماء الاجتماع في أواخر القرن التاسع عشر أن الناس في المجتمعات الحديثة متماثلون ومتشابهون ويفتقرون إلى الروابط الاجتماعية، لكن الدراسات الميدانية التي أجريت في القرن العشرين كشفت عن صورة مختلفة، وكشفت بأن المجتمعات الصناعية الحديثة ليسوا قوالب واحدة، وأنهم ليسوا متشابهين، بل إنه في الإمكان ترتيبهم في تصنيفات اجتماعية "Catégories sociales" محددة على الرغم من اشتراكهم في بعض الملامح مثل الطبقة الاجتماعية، والدين، والهوية العنصرية، أو الطائفية، ومكان الإقامة في الريف أو المدن، وكشفت دراسة هذه التصنيفات أن الناس في أية جماعة محددة يتشابهون في جوانب عدة ذات تأثير كبير على سلوكهم.⁽³⁾

تقوم نظرية الفئات الاجتماعية على الاختلافات بين الجماعات، وظهرت هذه النظرية في أحضان علم الاجتماع وأفكار "دوركايم Durkheim" الخاصة بتقسيم العمل.

وترى هذه النظرية أن الناس ينقسمون إلى فئات اجتماعية، والسلوك الاتصالي يتشابه داخل كل فئة. وترى النظرية أن موقع الفرد في البناء الاجتماعي يؤثر على استقباله، وأن الفئة قد تتحدد بناء على عوامل مثل: السن، والجنس، والدخل، والتعليم، والوظيفة، كما أن أنماط الاستجابة تتشابه في داخل كل فئة، لذا فتأثير وسائل الإعلام ليس قويا ولا متماثلا، ولكنه يختلف بتأثير الفئات الاجتماعية.⁽⁴⁾ وتخلص هذه النظرية إلى أن أفراد الفئة الاجتماعية الواحدة من المتوقع أن يختاروا نفس المضمون الاتصالي تقريبا، كما أنهم سيستجيبون إلى المضمون الإعلامي والاتصالي بدرجة متشابهة إلى حد ما.

وكشفت الدراسات المتعلقة بمقارنة الأنماط المختلفة لسلوك الناس الإعلامي، أن جماهير القراء والمستمعين المنتمين إلى فئات اجتماعية معينة، كانوا على الأرجح ينتقون مضمونا مختلفا من وسائل

(1) - ملفين ديفلير وساندرا روكيتش، مرجع سبق ذكره، ص 256.

(2) - حسن عماد مكاي، عاطف عدلي العبد، مرجع سبق ذكره، ص 359.

(3) - المرجع نفسه، ص 360.

(4) - بشير العلاق، مرجع سبق ذكره، ص 64.

الإعلام، ويفسرون نفس الرسالة بطرق مختلفة عن أسلوب الفئات الاجتماعية الأخرى، ويتذكرون الرسائل بطريقة انتقائية، ويتصرفون بطريقة مختلفة تماما كنتيجة لعرضها.⁽¹⁾

III. نظرية العلاقات الاجتماعية: Théorie des relations sociales :

تعتبر نظرية العلاقات الاجتماعية نتاجا لبحوث مكملية لنظرية الفئات الاجتماعية، وتؤكد هذه النظرية على تأثير الأفراد على بعضهم البعض داخل الفئة الاجتماعية الواحدة، فجمهور وسائل الإعلام رغم الفروق الفردية، والفروق الاجتماعية ليسوا أفراد منعزلين، وعلى ذلك فالعلاقات بين الأفراد يجب أن تأخذ في الاعتبار عند تقدير تأثير وسائل الإعلام.⁽²⁾

وترى هذه النظرية أن جمهور وسائل الإعلام ليسوا مجرد أفراد منعزلين، أو أفراد مجتمعين في فئات اجتماعية، ولكنهم مرتبطون ببعضهم البعض في اتحادات، وعائلات، ونوادي... فقد أكدت دراسة قام بها كل من "لازر سفيلد (Lazarsfeld)، وجودين (Godin)، وبيرلسون (Pearson) عام 1940 حول ميول الأفراد أثناء التصويت، معتمدين في ذلك على عدة محددات كالسن والجنس والانتماء السياسي، وخلصوا إلى أن الفرد بحكم انتمائه إلى جماعة معينة لديه ميولا كاملا لسلوك علني محدد، كما خلصوا إلى أن المناقشات السياسية كان لها أكبر الأثر على قرارات الناس بدرجات تفوق التعرض للراديو والصحافة.⁽³⁾

يرى " جوزيف كلاير Joseph Klapper " أن قوة وسائل الإعلام والاتصال وتأثيرها يجب أن ينظر إليها دوما من خلال العمليات الانتقائية، وفي هذا السياق رأى أن العمليات الانتقائية تكون عوامل وسيطة في عملية الاتصال، وتحد من تأثيرها، وتتمثل هذه العوامل فيما يلي:

1. التعرض الانتقائي: Exposition sélective:

ويتمثل في انتقاء الناس لما يقرأون أو يسمعون أو يشاهدون، إذ يميل الناس للتعرض للاتصال الجماهيري الذي كان يتوافق مع أفكارهم واهتماماتهم، ويتجنبون المواد التي لا يتعاطفون معها. بمعنى أن المتلقي حر في اختيار ما يتعرض له، فهو لا يتعرض إلى جميع الرسائل التي تبث عبر وسائل الإعلام بل يهتم ببعضها ويهمل الأخرى.⁽⁴⁾

2. التصور والتفسير الانتقائي: Visualisation et interprétation sélective :

(1) - ملفين ديفلير وساندرا روكينش، مرجع سبق ذكره، ص 266.

(2) - محمود حسن إسماعيل، مرجع سبق ذكره، ص 250.

(3) - بشير العلاق، مرجع سبق ذكره، ص 64.

(4) - المرجع نفسه، ص 76.

يتمثل في تصور الناس وتفسيرهم للرسائل الإعلامية والاتصالية وفقاً لذواتهم ومصالحهم، إذ أن الرسالة الإعلامية والاتصالية محكومة بما يريد أن يتصور أو يدرك الفرد، أو ماهي فائدة الرسالة الإعلامية والاتصالية بالنسبة له، أو ماهي توقعاته للجزء الاجتماعي أو المادي نتيجة لتصوراته وإدراكاته.

3. التذكر الانتقائي *Rétention sélective* :

يرتبط التذكر بالعملية السابقة، فالفرد يتذكر ما يتصوره ويدركه أو يحب تصوره أكثر من تذكره ما لا يرغب فيه أو لا يحبه.⁽¹⁾ فهو يعمل على التركيز على بعض مدركاته لتخزينها في ذاكرته ليقوم بعملية استرجاعها متى أراد ذلك.⁽²⁾

4. الاهتمام الانتقائي *Attention sélective* :

ليس كل ما يتعرض له الجمهور يهتم به، فمع الكم الكبير للمحتوى المعروض تزداد أهمية الاهتمام كعنصر انتقائي فعال من قبل الأفراد .

5. الإدراك الانتقائي *Perception sélective* :

الأفراد لن يفهموا ويدركوا المضمون بمعنى واحد أو كما يريده القائمون على الرسالة، والإدراك يعني النشاط النفسي والذهني، الذي ينظم الأفراد من خلاله التفسيرات ذات الدلالة للمعلومات .

6. التصرف الانتقائي *Disposition sélective* :

فهو يعني حمل المتلقي على عملية الفعل مع ترك الحرية في كيفية الفعل، فالأفراد لن يتصرفوا بطريقة واحدة، والسلوك الجماعي مختلف بسبب العمليات الانتقائية السالفة، وبسبب البيئة الاجتماعية الحاكمة للسلوك وبسبب المعارف والفئات والأنماط السلوكية والاجتماعية التي يتحرك بداخلها كل فرد.⁽³⁾ ولذا-حسب كلابر- فوسائل الاتصال ليس عملها بالضرورة التأثير على الجمهور، ولكنها تعمل من خلال عوامل ومؤثرات وسيطة ومتراطة، هذه العوامل تجعل وسائل الاتصال عاملاً مساعداً في التأثير وليست فقط هي السبب الوحيد فيه.

المطلب الثالث: نظريات التأثير غير المباشر:

تعتمد نظريتا التأثير المباشر، والتأثير الانتقائي على خصائص الجمهور والفئات الاجتماعية والعلاقة بينهما، بينما نظريات التأثير غير المباشر تركز على استخدامات الجمهور لوسائل الإعلام، ومدى اعتمادهم عليها، كما تركز على العلاقة التفاعلية بين الإعلام والمجتمع.

(1)- مي العبد الله، مرجع سبق ذكره، 367.

(2)- المرجع نفسه، ص76.

(3)- وسائل الإعلام بين النظرية والتطبيق، <http://www.startimes.com>، تاريخ التصفح: 2014/08/24.

ويندرج تحت نظريات التأثير غير المباشر مجموعة من النظريات تأخذ في الاعتبار استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وظروف المجتمع، منها ما يلي:

I. نظرية الاستخدامات والإشباعات Uses and Gratification:

تعتبر هذه النظرية من النظريات الهامة في الدراسات الإعلامية الحديثة على أساس أنها تحاول فهم عملية الإعلام، وكذلك تحاول أن تستكشف كيف ولماذا يستخدم الأفراد وسائل الإعلام وما الدوافع التي تدفعهم للجلوس أمام التلفزيون أو شراء وقراءة الصحف أو سماع برامج الإذاعة أو التفاعل مع شبكات التواصل الاجتماعي.

ظهرت هذه النظرية لأول مرة بطريقة كاملة في كتاب " استخدام وسائل الاتصال الجماهيري، Elihu Katz and Blumler Jay " : لـ كاتز وبلومر عام 1974، ودار هذا المؤلف حول فكرة أساسية مفادها تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام ومحتواها من جانب، ودوافع الفرد من التعرض إليها من جانب آخر.⁽¹⁾

وتعتبر نظرية الاستخدامات والإشباعات تحولاً نوعياً في البحوث الإعلامية من رؤية الجمهور على أنه عنصر غير فعال إلى رؤيته على أنه فعال، بحيث ينتقي أفراد هذا الجمهور الوسائل والمضامين الإعلامية التي يفضلونها من وسائل الإعلام، ويشير كل من "وينر" "Werner" و"تانكارد" "Tankard" "إلى أن البحث في أنواع الاحتياجات التي يحققها استخدام وسائل الإعلام قد بدأ منذ وقت مبكر في الثلاثينات، حيث أجريت العديد من الدراسات من هذا المنطلق على قراءة الكتب، ومسلسلات الراديو، والصحف اليومية، والموسيقى الشعبية وأفلام السينما، وذلك للتعرف على أسباب استخدام الناس لوسائل الإعلام والنتائج التي تترتب على ذلك للرأي العام.⁽²⁾

وتستند نظرية الاستخدامات والإشباعات على الافتراضات التالية:⁽³⁾

1. أعضاء الجمهور فاعلون في عملية الاتصال، واستخدامهم لوسائل الإعلام يحقق لهم أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.
2. الربط بين الرغبة في إشباع حاجات معينة، واختيار وسيلة إعلام محددة يرجع إلى الجمهور نفسه، وتحده الفروق الفردية.
3. التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الوسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.

(1)- محمود حسن إسماعيل، مرجع سبق ذكره، ص 253.

(2)- حسن عماد مكاي، عاطف عدلي العبد، مرجع سبق ذكره، ص 362.

(3) - Baran Stanley, Denis Davis, Mass Communication Foundations, Ferment and Future (Wadsworth Publishing, Californie, 1995), pp, 223, 224.

4. يكون الجمهور على علم بالفائدة التي تعود إليه، وبدوافعه واهتماماته، فهو يستطيع أن يمد الباحثين بصورة فعلية لاستخدامه لوسائل الإعلام.

5. الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسالة التي تقدمها وسائل الاتصال.

تسعى نظرية الاستخدامات والإشباع إلى تحقيق ثلاث أهداف رئيسية، هي: (1)

1. محاولة تحديد كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط

الذي يستطيع أن يختار، ويستخدم الوسائل والمضامين التي تشبع احتياجاته.

2. شرح دوافع التعرض لوسائل الإعلام والإشباع المتحققة من هذا التعرض.

3. التأكيد على نتائج استخدام وسائل الإعلام بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.

عناصر نظرية الاستخدامات والإشباع:

1. افتراض الجمهور النشط: ويرى بالمغرين "Palmagreen" أن الجمهور يكون نشطا من خلال ثلاثة أبعاد رئيسية وهي: (2)

(1) الانتقاء: حيث ينتقي الجمهور الوسائل الإعلامية والمضامين وفقا لما يتفق واحتياجاته واهتماماته.

(2) الاستغراق: ويتم ذلك من خلال الاندماج مع ما يتعرض له الفرد من مضامين.

(3) الإيجابية: بمعنى الدخول في مناقشات والتعليق على مضمون الاتصال.

2. الأصول النفسية والاجتماعية لمستخدمي وسائل الإعلام: لقد أدى ظهور مفهوم الإدراك

الانتقائي المرتكز على الفروق الفردية إلى افتراض أن الأنماط المختلفة من البشر يختارون

الأنشطة بأنفسهم ويفسرون وسائل الإعلام بطرق متنوعة ومتباينة، أي أن العوامل النفسية

يمكن أن تؤدي إلى وجود حوافز، وأن تحدد أصول كثير من استخدامات وسائل الإعلام. (3)

3. دوافع استخدام الجمهور لوسائل الإعلام: وترتبط دوافع التعرض لوسائل الإعلام بمجموعة

من الحاجات تتلخص أساسا في: حاجات معرفية: أي الحاجة إلى الخبر والمعرفة بشكل عام.

(1)- مرزوق عبد الحكم العادلي، الإعلانات الصحفية: دراسة في الاستخدامات والإشباع، ط1 (دار الفجر، القاهرة، 2004)، ص 126.

(2)- المرجع نفسه، ص، 115.

(3)- حمدي حسن، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، (دار الفكر العربي، مصر، 1991)، ص 21.

حاجات عاطفية: كالحاجة إلى الإحساس بالأخوة والمحبة والفرح. حاجات اجتماعية، وحاجات تحقيق الذات، والحاجة إلى الترفيه. يضاف إليها الحاجة الهروبية كالحاجة إلى إزالة التوتر⁽¹⁾

أما عن الدوافع فيقسمها روبن "Robin" إلى فئتين هما:

- (1) الدوافع الوظيفية (النفعية): تعني اختيار الفرد لنوع معين من المضمون، ولوسيلة اتصالية معينة لإشباع حاجته من المعلومات والمعرفة.
- (2) الدوافع الطقوسية: وتستهدف تمضية الوقت، والتنفيس والاسترخاء، والهروب من الروتين اليومي والمشكلات.⁽²⁾

4. توقعات الجمهور من وسائل الإعلام: يرى " كاتز " أن التوقعات هي "الإشباعات التي يبحث عنها، وبذلك فالتوقعات تساهم في عملية اختيار الوسائل والمضامين. ويرى " شرام Schramm " في هذا الشأن أن الإنسان يختار إحدى وسائل الإعلام المتاحة التي يظن أنها سوف تحقق له الإشباع النفسي المطلوب، فالشخص الميّل للعنف والمغامرات يستخدم التلفزيون لإشباع هذا الميل من خلال مشاهدة أفلام العنف والمطاردات. والمرأة التي لديها نزعة تحرر وتمرد على القيم تجد راحتها النفسية في ذلك النوع من البرامج التي تتبنى مثل هذا التوجه، وهكذا.⁽³⁾

5. يشير "سيفن وندهل" إلى أن الاستخدام ربما يشير إلى عملية معقدة تتم في ظروف معينة يترتب عليها تحقيق وظائف ترتبط بتوقعات معينة للإشباع، ولذلك فإنه لا يمكن تحديده في إطار مفهوم التعرض فقط، ولكن يمكن وصفه في إطار كمية المحتوى المستخدم، نوع المحتوى، العلاقة مع وسيلة الإعلام، طريقة الاستخدام، وعلى سبيل المثال تحديد ما إذا كان الاستخدام أولياً⁽⁴⁾

6. إشباعات الجمهور من وسائل الإعلام: يفرق " لورانس وينر Lawrence Weiner " بين نوعين من الإشباعات:

(1)-عبد الرحمان عزي، دراسات في نظرية الاتصال، نحو فكر إعلامي متميز، ط1، (مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، 2003)، ص 115 .

(2)-مرزوق عبد الحكم العادلي، مرجع سابق الذكر، ص 118 .

(3)- محمد بن عبد الرحمان الحضيف، كيف تؤثر وسائل الإعلام، ط2 (مكتبة العبيكان، الرياض، 1998)، ص 26 .

(4)- محمد عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص 328.

(1) **إشباعات المحتوى:** وتنتج عن التعرض لمحتوى وسائل الإعلام، وهي نوعين: إشباعات توجيهية: تتمثل في مراقبة البيئة والحصول على معلومات، وإشباعات اجتماعية: ويقصد بها ربط المعلومات التي يتحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية. "نموذج كاتز للاستخدامات والإشباعات"⁽¹⁾

(2) **إشباعات العملية:** وتنتج عن عملية الاتصال والارتباط بوسيلة محددة، وهي نوعين: إشباعات شبه توجيهية: وتتحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر، والدفاع عن الذات، وتعكس في برامج التسلية والترفيه والإثارة. وإشباعات شبه اجتماعية: مثل التوحد مع شخصيات وسائل الإعلام، وتزيد هذه الإشباعات مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية وإحساسه بالعزلة.⁽²⁾

II. نظرية النموذج Modeling Theory:

وتسمى أيضا بنظرية باندورا، نسبة إلى مؤسسها "Albert Bandura" عام 1961، تدخل هذه النظرية في إطار نظريات التعلم الاجتماعي "Social Learning" والتي تهتم بدراسة كيفية اكتساب الناس لأشكال السلوك المختلفة، التي تتم نتيجة لعملية التعلم التي تحدث في إطار بيئة اجتماعية محددة. كما تركز النظرية على تعرض الفرد وتأثره بنماذج السلوك التي تقدمها وسائل الإعلام، مما يدفعه لتبني بعض هذه النماذج في سلوكه اليومي⁽³⁾

عند استعمال النظرية لتوضيح كيفية اكتساب أشكال جديدة للسلوك نتيجة التعرض لوسائل الإعلام، فإن الأساس هو "عملية النموذج"، وهذه العملية تتألف من مراحل عديدة يمكن تلخيصها في الآتي: يلاحظ أحد أفراد جمهور المستمعين أو المشاهدين أو القراء أن شخصا (نموذجاً) يشترك في نموذج للتصرف في محتوى إعلامي، يتعرف الملاحظ على النموذج ويتمثل معه، أي يعتقد أنه يشبه النموذج، أو يريد أن يكون مثل النموذج أو يرى النموذج جذاباً وأنه جدير بأن يقلده. يدرك الملاحظ وهو واع أو يصل إلى استنتاج بدون وعي، أن الشخص الذي يلاحظه، أو أن السلوك الموصوف سيكون مفيداً له، أي أن الشخص يعتقد أن هذا السلوك سوف يؤدي إلى نتائج مرغوب فيها، إذا قلد هذا السلوك في موقف معين. يتذكر الشخص تصرفات النموذج عندما يواجه الظروف ويتخذ السلوك الذي اقتنع به كوسيلة للاستجابة لهذا الموقف. عند اتخاذ هذا السلوك في مواجهة موقف التأثير، يؤدي ذلك إلى شعور الفرد ببعض الراحة أو المكافأة أو الرضا، وهكذا تتكون الرابطة بين هذه

(1)- حسن عماد مكاي، عاطف عدلي العبد، مرجع سبق ذكره، ص365.

(2)- المرجع نفسه، ص249.

(3)- محمود حسن إسماعيل، مرجع سبق ذكره، ص 258.

المؤثرات والاستجابة المستوحاة من النموذج ويزداد تدعيمها. يزيد إعادة الدعم الإيجابي من احتمال استخدام الفرد هذا النشاط السلوكي باستمرار كوسيلة للاستجابة لمواقف مشابهة.⁽¹⁾

III. نظرية تحديد الأولويات: Agenda-Setting Theory :

تهتم هذه النظرية بدراسة العلاقة التبادلية بين وسائل الإعلام والجمهور التي تتعرض لتلك الوسائل في تحديد أولويات القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي تهتم المجتمع. وتفترض هذه النظرية أن وسائل الإعلام لا تستطيع أن تقدم جميع الموضوعات والقضايا التي تقع في المجتمع، وإنما يختار القائمون على هذه الوسائل بعض الموضوعات التي يتم التركيز عليها بشدة والتحكم في طبيعتها ومحتواها. وتتعلق هذه النظرية من قضية هامة وهي " أن الإعلام ووسائله المتنوعة ينمي معارف الجمهور، ويضع لهم القضايا التي يفكرون فيها.

فالفكرة الأساسية في هذه النظرية، أن هناك علاقة وثيقة بين الطريقة التي تعرض بها وسائل الإعلام بشكل عام (الصحافة، الإذاعة، التلفزيون،...) والموضوعات أثناء حملة انتخابية، وبين ترتيب أهمية هذه الموضوعات كما يراها هؤلاء الذين يتابعون الأخبار.⁽²⁾

تعود الأصول النظرية لدراسات "وضع الأجندة" (ترتيب الأولويات) إلى ما كتبه "والتر ليبمان" Walter Lippmann " عام 1922 عن: "دور وسائل الإعلام في إيجاد الصلة بين الأحداث التي تقع في العالم الخارجي والصور التي تنشأ في أذهاننا عن هذه الأحداث" في كتابه "الرأي العام" الذي جاء فيه أن " وسائل الإعلام تساعد في بناء الصور الذهنية لدى الجماهير، وفي الكثير من الأحيان تقدم هذه الوسائل - بيانات زائفة - في عقول الجماهير، وتعمل وسائل الإعلام على تكوين الرأي العام من خلال تقديم القضايا التي تهتم المجتمع".⁽³⁾

وتقوم نظرية " تحديد الأولويات " على أن وسائل الإعلام تتجح بكفاءة في تعريف الناس فيما يفكرون، ذلك لأن لها تأثير كبير في تركيز انتباه الجمهور نحو الاهتمام بموضوعات ما أو أحداث وقضايا بذاتها، فالجمهور لا يعلم من وسائل الإعلام عن هذه الموضوعات فحسب، بل يعرف كذلك ترتيب أهميتها، فهناك علاقة ارتباطية ايجابية قوية بين أهمية الموضوع في وسائل الإعلام وأهميته لدى الجمهور.⁽⁴⁾ أي أن دور وسائل الإعلام والاتصال يسهم في ترتيب الأولويات عند الجمهور، ومن ثم فإن وسائل الإعلام والاتصال بهذا المعنى تقوم بمهمة تعليمية.

(1)- ملفين ديفلير وساندرا روكيتش، مرجع سبق ذكره، ص259.

(2)- المرجع نفسه، ص365.

(3)- حسن عماد مكاي، عاطف عدلي العبد، مرجع سبق ذكره، ص392.

(4)- Ronald Shaw, Maxwell McCombs, **The Emergence of American Political issues :Agenda-Setting Function of the Press**, (Wet Publisher, London, 1977), p5.

وقد دعم كل من "لانج و لانج، lang et lang" عام 1966 هذا الرأي من خلال تقرير أشار فيه إلى أن "وسائل الإعلام هي التي توجه الاهتمام نحو قضايا بعينها، فهي التي تطرح الموضوعات وتقتراح ما الذي ينبغي أن يفكر فيه الأفراد باعتبارهم أعضاء في الحشد، وما الذي ينبغي أن يعرفوه وما الذي ينبغي أن يشعروا به. فقد أكدت دراسة قام بها "لانج lang" حول أهمية الصحافة في وضع جدول الأعمال، إلى أن الصحافة تلعب دورا هاما في تحديد معظم ما سيتحدث عنه الناس وما يعتقد الناس أنه حقيقة، وما يعتبر الناس مشكلات يجب التعامل معها، وإلى حد كبير فإن الصحافة تضع الأجندة للمواطنين.⁽¹⁾ وعلى قدر اهتمام الصحيفة بقضايا معينة وإبرازها والتركيز عليها شكلا ومضمونا تتوقع الصحيفة(خاصة إذا تم توظيف الصورة بشكل صحيح) أن تكون تلك القضايا في مقدمة اهتمامات الجمهور نتيجة لقراءته للصحيفة، وهكذا بالنسبة لباقي وسائل الإعلام.

وعرّف Stephen Batroson نظرية " تحديد الأولويات " بأنها العملية التي تبرز فيها وسائل الإعلام قضايا معينة على أنها قضايا مهمة، وتستحق ردود الحكومة والجمهور، من خلال إثارة انتباههم لتلك القضايا، بحيث تصبح ذات أولوية ضمن أجندتهم، وأن الفرد الذي يعتمد على وسيلة إعلامية ما ويتعرض لها سوف يكتف إدراكه وفقاً للأهمية المنسوبة لقضايا تلك الوسيلة وموضوعاتها، وبشكل يتوافق واتجاه عرضها، وحجم الاهتمام الممنوح لها في تلك الوسيلة.⁽²⁾

وتم تعريفها أيضا بأنها: "العملية التي تقوم بها الهيئات والمؤسسات التي تقدم الأخبار والمعلومات باختيار أو التأكيد على أحداث وقضايا ومصادر معينة لتغطيتها دون أخرى، ومعالجة هذه القضايا وتناولها بالكيفية التي تعكس اهتمامات هذه المؤسسات وأولويات المسؤولين الحكوميين ومتخذي القرار والصفوة.

ومن خلال التعاريف السابقة يتضح أن نظرية وضع الأجندة "هي عبارة عن إعادة صياغة الأحداث المحيطة بقالب جديد، يتم ترتيب أهميتها في الوسيلة الإعلامية بما يتناسب مع السياسة التحريرية للمؤسسة الإعلامية، بهدف إقناع الجمهور وتغيير اتجاهه بما يتوافق مع التوجهات الأيديولوجية لتلك الوسيلة.

❖ استراتيجيات نظرية وضع الأجندة:

هناك إستراتيجيتان أساسيتان لوضع الأجندة:⁽³⁾

1. الإستراتيجية الأولى: وتقوم على دراسة مجموعة القضايا السائدة في وسائل الإعلام وعند الجمهور إما على فترة زمنية واحدة أو على فترتين.

(1)- محمد عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص 335.

(2)- منال هلال مزاهرة، نظريات الاتصال، ط1(دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2012)، ص332.

(3)- المرجع نفسه، ص335.

2. الإستراتيجية الثانية: وتقوم على دراسة قضية واحدة سواء على فترة زمنية واحدة أو على فترات زمنية مختلفة، أي دراسة ممتدة.

ويستخدم أسلوب تحليل المحتوى لحصر الموضوعات التي تؤكد عليها وسائل الإعلام، ومن الأفضل أن يشمل تحليل المحتوى كل وسائل الإعلام، مثل: الصحف والمجلات والراديو والتلفزيون، غير أن الباحثين يركزون غالباً على وسيلة واحدة أو وسيلتين على الأكثر، وعادة ما يتم اختيار التلفزيون والصحف اليومية، وعقد مقارنات بينهما⁽¹⁾

❖ وظائف نظرية وضع الأجندة:

يمكن تحديد الوظائف التي تؤديها نظرية وضع الأجندة، فيما يلي: ⁽²⁾

أ. عرض وسائل الإعلام لقضية معينة يزيد من وعي الجماهير لتلك القضية، وبالتالي يمكن تمييز القضية الهامة من بين القضايا التي تعرضها وسائل الإعلام.

ب. تقوم هذه النظرية بترتيب أولويات الجمهور، وذلك للتركيز على قضايا معينة دون أخرى، مثل:

1) مراقبة البيئة: يسعى المجتمع دائماً للتعرف على ما يجري في البيئة الداخلية

والخارجية، وذلك لمواجهة كافة الظروف المتغيرة، وتقوم وسائل الإعلام دائماً بالتعرف على مشكلات المجتمع، ومحاولة تقديم الحلول المختلفة لها.

2) الترابط: إن أهم ما تحاول وسائل الإعلام الوصول إليه هو محاولة إيجاد رأي عام

موحد ومتربط تجاه قضية معينة دون القضايا الأخرى، ما يؤدي إلى وصول إلى اتفاق عام تجاه القضايا المختلفة.

3) نقل التراث الاجتماعي: تقوم وسائل الإعلام عبر السنوات المختلفة بالتركيز على

أهم العادات والتقاليد السائدة في المجتمع خلال الفترات المختلفة، وهي تعد بذلك موروث ثقافي واجتماعي يمكن الأفراد من التعرف على ملامح العصور المختلفة.

❖ العوامل المؤثرة في وضع الأجندة:

يتأثر ترتيب الأولويات حسب الكاتب حسن عماد مكايي بمجموعة من المتغيرات، نلخصها فيما يلي: ⁽³⁾

1. طبيعة القضايا: يقصد بها مدى كونها مدركة أو ملموسة من جانب الجمهور أو أن

تكون القضية مجردة أو غير ملموسة. والقضايا الملموسة هي التي يكون لأفراد الجمهور خبرة مباشرة بها.

(1)- حسن عماد مكايي، عاطف عدلي العبد، مرجع سبق ذكره، ص 348، 292.

(2)- بارعة شقير، دور التلفزيون اللبناني في ترتيب أولويات طلبة الجامعة اللبنانية، (رسالة ماجستير غير منشور)، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، سنة 1995، ص 20.

(3)- حسن عماد مكايي، عاطف عدلي العبد، مرجع سبق ذكره، ص 396، 398.

2. أهمية القضايا: افترضت دراسة " كاتر Carter " وجود علاقة ارتباط إيجابي بين درجة اهتمام الجمهور بالقضية وزيادة حصولها على اهتمام أكبر، وأشارت النتائج إلى زيادة الاهتمام بالقضايا التي تسبب التهديد والخوف مثل التلوث والإيدز، من القضايا ذات التهديد غير المباشر مثل الإجهاض والحرب النووية.

3. الخصائص الديموغرافية: تشير بعض الدراسات إلى وجود علاقة ارتباط بين الخصائص الديموغرافية وترتيب الأولويات، فقد خلصت دراسة " ويتني Whitney " إلى أن متغير التعليم يلعب دوراً أساسياً في ترتيب الأولويات نحو القضايا المثارة في وسائل الإعلام، حيث تزيد قدرة تلك الوسائل في وضع أولويات المتعلمين عند المقارنة بغير المتعلمين.

4. الاتصال الشخصي: تستطيع الاتصالات الشخصية تقرير تأثير وضع الأولويات للقضايا التي تحظى بتغطية إعلامية مكثفة ومن أمثلة ذلك دراسة " موتز Mutz " الخاصة بإدراك الجمهور لقضية المخدرات بوصفها قضية شخصية أو مشكلة اجتماعية، وقد أيدت هذه الدراسة دور الاتصال الشخصي في ترتيب الأولويات.

5. القائم بالاتصال: ويقصد به الأفراد العاملين في وسائل الإعلام، والتي تحكمهم العديد من العوامل: كسماتهم الاتصالية، وخلفياتهم المهنية، ومستوياتهم الثقافية، واتجاهاتهم الشخصية، ومستويات دخلهم.

6. اختلاف قدرة وسائل الإعلام في وضع الأجندة: يناقش هذا العامل أنه يمكن أن يكون للصحف تأثيراً في وضع الأجندة بشكل أقوى على العامة من التلفزيون، رغم أن التلفزيون هو الوسيلة التي تزود الأفراد بالمعلومات السياسية، بالإضافة إلى أنه المصدر المعلوماتي الأكثر مصداقية، وبذلك فإن مستخدمي الوسائل الإلكترونية يشعرون أنهم أقل معرفة بالأخبار عن غيرهم من الذين يستخدمون الوسائل الإخبارية التقليدية.

من خلال ما سبق ذكره يتضح أن نظرية وضع الأجندة هي إحدى النظريات التي تهتم بدراسة العلاقات التبادلية بين وسائل الإعلام والجمهور التي تتعرض لهذه الوسائل، وقدرة تلك الوسائل على تحديد أهمية وأولوية بعض القضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية وغيرها التي تهتم كافة قطاعات المجتمع، كما تؤكد هذه النظرية على وجود علاقة ارتباط بين بروز قضية ما في وسائل الإعلام وبروزها لدى الجمهور من خلال تركيز هذه الوسائل على موضوعات بعينها وإهمالها لموضوعات أخرى، مما يؤثر على اهتمام الجمهور بالموضوعات المطروحة في وسائل الإعلام، وبذلك لم تعد وسائل الإعلام أداة لنقل المعلومات فقط، بل أصبحت إحدى العوامل الرئيسة التي تؤثر في أفكار الجمهور واتجاهاته وسلوكه من خلال طرحها لقائمة من القضايا التي ترتبها طبقاً لأهميتها عن طريق

انتقاء قصص إخبارية معينة وإغفال قصص أخرى، وبذلك يعتقد الجمهور أن قضية ما قضية مهمة لأن وسائل الإعلام تتناولها باستمرار⁽¹⁾.

IV. نظرية الاعتماد على وسائل الاتصال (نظرية التبعية): Dependency Theory:

ظهر مفهوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام من قبل ملفين ديفلير Melvin De fleur و ساندرا روكيتش Sandra Ball-Rokeach في مؤلف بعنوان "نظريات وسائل الإعلام" الذي حاولا من خلاله ملء الفراغ وسد الثغرات التي خلفها نموذج الاستخدامات والاشباع الذي أهمل تأثير وسائل الإعلام وقوتها في ذلك. ونظرية التبعية هي مقارنة اجتماعية تحاول أن تحدد أي من الشروط يصبح فيها الأفراد تابعين لوسائل الاتصال الجماهيرية، وما هي الأسباب التي تجعل لهذه الوسائل تأثيرات غير مباشرة وضعيفة.

تعتمد فكرة هذه النظرية على إبراز العلاقة المتبادلة بين نظام الوسائل والنظم الاجتماعية والجمهور في إطار تركيب عضوي، وهذا التفاعل يؤثر على محتوى وسائل الإعلام والاتصال، ومن خلالها على تبعية الجمهور لها، فكلما وفرت هذه الوسائل خدمات معلوماتية مهمة (نشر الأخبار والتسلية،...) أصبح الجمهور أكثر تبعية لها، ومن ثم فهم يرون بأن الأفراد الأكثر تبعية لهذه الوسائل يعدون الأكثر تعرضاً لتأثيراتها في معتقداتهم وتصوراتهم عموماً.⁽²⁾

1. مجالات تأثير نظرية الاعتماد:⁽³⁾

تتخصص مجالات التأثير الناتجة عن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في مايلي:

(1) **التأثيرات المعرفية: Cognitive Effects:** مثل إزالة الغموض الناتج عن افتقاد المعلومات الكافية لفهم الحدث، وذلك بتقديم معلومات كافية وتفسيرات صحيحة للحدث، وأيضاً التأثير في إدراك الجمهور للأهمية النسبية التي تمنحها لبعض القضايا، ومن التأثيرات المعرفية كذلك تلك الخاصة بالقيم والمعتقدات.

(2) **التأثيرات الوجدانية: Affective Effects:** المتعلقة بالمشاعر والأحاسيس، مثل زيادة

المخاوف والتوتر والقلق، وأيضاً التأثيرات المعنوية مثل الاغتراب عن المجتمع.

(3) **التأثيرات السلوكية: Behavioral Effects:** والمتمثلة في الحركة أو الفعل، الذي يظهر في

سلوك علني، وهذه التأثيرات ناتجة عن التأثيرات المعرفية والتأثيرات الوجدانية، ومرتبة عليهما.

2. فرضيات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

تقوم نظرية الاعتماد على عدة فرضيات مفسرة لها، منها مايلي:

(1) - نسرين حسونة، نظريات الإعلام والاتصال، (شبكة الألوكة، <http://www.alukah.net>، 2015)، ص 10.

(2) - بشير العلاق، مرجع سبق ذكره، ص 83.

(3) - محمود حسن إسماعيل، مرجع سبق ذكره، ص ص، 280، 281.

1) يتراوح تأثير وسائل الإعلام بين القوة والضعف تبعاً للظروف المحيطة والخبرات الخاصة بالجمهور.

2) نظام ونشاط وسائل الإعلام جزء أو صورة مجزأة للنسق الاجتماعي للمجتمع.

3) استخدام وسائل الإعلام وتأثيرها لا يحدث بمعزل عن تأثيرات النظام الاجتماعي الذي ينتمي إليه الجمهور ووسائل الإعلام.

4) اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام يزداد كلما كان النظام الإعلامي قادراً على الاستجابة لاحتياجات النظام الاجتماعي والجمهور.

المبحث الثالث: أثر الصورة الصحفية كوسيلة اتصال.

تعتبر الصورة الصحفية وسيلة اتصال كغيرها من الوسائل الاتصالية الأخرى، لها تاريخها واستخداماتها في المجالات الإعلامية المختلفة، إذ يمكن بالصورة الصحفية أن ننقل ونتبادل الأفكار والأخبار والمعلومات والآراء من فرد إلى آخر أو من فرد إلى آخرين.

عرف الإنسان الصورة في مرحلة سابقة من تطور اللغة، فأصبحت أداة اتصال وتواصل شائعة لديه، وتعد من الوسائل الاتصالية الفاعلة في الصحافة المعاصرة فهي أداة فاعلة في التحولات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والفنية، محققة بذلك دوراً اتصالياً وإقناعياً وحضارياً وجمالياً.

وتؤكد العديد من المبادئ التي نجدها في أدبيات علم الاتصال على الدور الاتصالي الذي تقوم به الصورة الصحفية بوصفها رسالة اتصالية ذات رموز خاصة، تستهدف نفس الوظائف والأهداف التي تستهدفها الرسائل الاتصالية اللفظية، حتى أن هذا الدور الاتصالي، وما يرتبط به من أسس أو مبادئ، أصبح يحكم الأطر الخاصة بعملية التصوير الصحفي من جانب، واختيار الصورة الصحفية للنشر من جانب آخر، وذلك بما يقدم تكوين الصورة من أفكار أو معان، تستهدف الصحف إيصالها إلى القارئ، حيث إن نشر الصورة الصحفية أصبح يمثل البعد المرئي في الاتصال، وبصفة خاصة الاتصال الصحفي، وأصبح مفهوم الاتصال يستخدم للدلالة على العملية التي يعتمد فيها القائم بالاتصال على تكوين الصورة، في تكوين المعاني والرموز أو الإشارات والإيماءات أو معالم الحركة وغيرها من الرموز المصورة التي تعكس حالة أو فكرة معينة يريد المصور أو الناشر توصيلها إلى جمهور الصورة، معتمداً على الإدراك البصري لهذه المعالم وتفسيرها في إطار الرموز الثقافية التي تتوحد لدى كل من المصور (قائم بالاتصال) وجمهور المشاهدين للصورة (القراء في الصحف).⁽¹⁾

(1) -أشرف أمين، الصورة الصحفية: ربّ صورة أبلغ من ألف كلمة، <http://www.wata.cc/forums/showthread> ، تاريخ التصفح: 2017/06/03.

تعد الصورة الصحفية من الرموز الاتصالية الأساسية التي تعتمد عليها الصحف في صياغة رسالتها، فهي بذلك تشمل عدّة خصائص تنقسم في هذا المجال إلى جانبين، جانب عام، يرمي خلاله أنّ الصورة الصحفية كبعض وسائل الإعلام الأخرى، وجانب خاص يرمي خلاله أن للصورة الصحفية خصائص فريدة تتميز بها على المستوى الاتصالي العام.⁽¹⁾ ويمكن إجمال خصائص الصورة الصحفية في ما يلي:⁽²⁾

المطلب الأول: خصائص الصورة الصحفية بصفقتها وسيلة اتصال:⁽³⁾

I. الدور الاتصالي الثنائي: والمقصود به أن الصورة الصحفية وسيلة اتصال، ورسالة اتصال قائمة بذاتها، ويمكن أن تقوم بذلك الدور الاتصالي الثنائي، فهي رسالة تقوم بدورها الجزئي أحيانا، والكامل أحيانا أخرى.

إذ ليس من الضروري دائما أن يكون هناك محرر إلى جانب المصور، فقد تكون الرسالة عبارة عن رسالة مصورة فقط، كما أن الصور العديدة التي يقوم بإرسالها المصورون المحترفون من مناطق الأحداث الكبرى، ومصورو الوكالات المختلفة، دون كلام يذكر تنشر كذلك دون كلام يذكر.

II. القدم بقدم عهد الإنسان: إذ أن الصورة من أقدم وسائل الاتصال التي عرفها الجنس البشري في عصوره المختلفة الموعلة في القدم، كان ينقشها الإنسان للدلالة على أنشطته أو تعريف الغير بها، وحفظها في شكل هذه الرسائل التي بقيت إلى اليوم.

فعن الكتابة " الهيروغليفية، L'écriture hiéroglyphique " يقال أنها كانت في الأصل كغيرها من الكتابات القديمة، كتابة تصويرية، تمثل تصويرا لا لفظا لما كان يراد تسجيله من الأخبار والأحداث، وبذلك لم تكن تختلف كثيرا عن الرسم الإخباري أو القصصي.

وكانت الصور والرسومات والنقوش المجسدة لمختلف الموضوعات، والمتمثلة في صور الحيوانات والرجال والنساء، وكذا الصور المنحوتة على جدران الكهوف والمعابد والأواني، كان الإنسان البيدائي في الحضارات القديمة منها على الخصوص، الحضارة المصرية القديمة، وحضارة "سومر" و"بابل" و"آشور"، والحضارة الهندية القديمة، يوظفها كوسيلة اتصال بينه وبين بقية أفراد المجتمع الإنساني عبر التاريخ.

وفي الأخير يمكن الإشارة بأن الصورة عرفت بقدم الإنسانية، فبالتالي هي أقدم وسائل الاتصال التي عرفها الجنس البشري في عصوره المختلفة.

(1)- محمود أدهم، مقدمة إلى الصحافة المصورة، الصورة الصحفية وسيلة اتصال، مرجع سبق ذكره، ص ص، 27، 28.

(2)- المرجع نفسه، ص ص، 102، 114.

(3)- المرجع نفسه، ص ص، 27، 28.

III. عالمية المعرفة: الصورة هي لغة عالمية، أي يجيد قراءتها الأفراد باختلاف ثقافتهم ولغتهم، والأفراد باختلاف لغتهم يستطيعون قراءة وفهم الصور الصحفية المطبوعة في جرائد بعضهم البعض، حيث نفس ما يحدث بالنسبة للقارئ العربي الذي يمكنه قراءة ومتابعة صور الأجانب، كذلك يستطيع الأجانب والعجم قراءة وفهم الصور المطبوعة على الصحف العربية، " إذ الإنسان في أي مكان يستطيع أن يشاهد صور غيره المنشورة أو القادمة عبر الأثير أو الأسلاك، وأن يفهم منها ما يتلاءم مع مستواه الفكري والثقافي متى أتيح له ذلك، وليس شرطاً تماماً ودائماً أن يكون من العالمين بلغة كتابتها أو تقديمها"⁽¹⁾

ومن أجل ذلك فالصورة كوسيلة اتصال تقوم بدورها الاتصالي المهم بين الأفراد والمجتمعات والأمم والشعوب، وما يتفرع عن ذلك من وظائف عديدة تسهم - متى أحسن استغلالها وتوظيفها - في دعم جو المعرفة، والفهم المتبادل بين البشر، وفي ذلك ما فيه من نبذ للحروب والفتن والمؤامرات.

IV. عمومية المعرفة: تمثل الصورة وسيلة اتصال تتميز بكل ما يتيح لها عمومية المعرفة، أي أنه يتاح لمثل هذه الصور اتصالياً أو في حالة نشرها على صفحات جريدة أو مجلة، أن تحمل مضمونها ما متاحاً أمام الجميع، من شأنه أن يثير انتباه القراء ويلفت أنظارهم، ويستوي في ذلك الرجال والنساء بغض النظر عن مستواهم التعليمي أو تركيبهم العمري.

وواقع الصورة عامة والصحفية خاصة، يؤكد أنها تلفت أنظار كل من ينظر إليها من غير القراءة، أو غير القادرين على القراءة، من الأطفال الذين لم يبلغوا درجة القراءة، ومن الكبار الذين لم يتعلموا القراءة، ومن الذين لا يتقنون القراءة بدرجة كافية. ويشترط في ذلك أن يقوم المصور بمراعاة ما ينبغي مراعاته بشأنها، وتطبيق الشروط الواجبة التوافر من أجل نجاحها وفعاليتها، بدءاً من التفكير فيها، ومروراً بالنقاطها ووقت وزاوية ونوع الآلة، حتى تقديمها إلى السكرتير أو رئيس التحرير، ومن ثم تؤدي دورها الوظيفي المتميز المأمول والمرجو منها.

V. المقدرة على تحقيق الرابطة الإنسانية: من أبرز خصائص الصورة الصحفية أنها تستطيع أن تلعب دوراً فعالاً ومؤثراً كوسيلة اتصال إنسانية عامة، ويتجسد ذلك في الدور الاتصالي الإنساني الذي قامت به الصورة والمادة المصورة الصحفية، لا سيما تلك التي ترسلها الوكالات العامة والمصورة، والأقمار الصناعية وأجهزة الإرسال والاستقبال الحديثة، وكبار المصورين المحترفين وكذا المصورون من أعضاء أسرة الصحيفة خلال رحلاتهم الخارجية لمتابعة الأخبار المهمة، أو لتقديم القصص والتحقيقات والتقارير المصورة عن ألوان الحياة والناس والشعوب المختلفة، بشكل يجعلنا نزع أن للصورة الصحفية دور كبير في تقريب وجهات النظر،

(1) - ليلي شرف، **ثقافة الصورة**، مرجع سبق ذكره ص، 32.

والمواقف والعادات، وإقامة الجسور بين الشعوب والحكومات على أساس من المعرفة والفهم المتبادل، والإسهام في وجود عالم متماسك ومتعاون ومتفاهم مما يكون له دور إيجابي في نبذ الحروب، أو إبعاد شبحها وفي تحقيق السلم العالمي.⁽¹⁾

المطلب الثاني: خصائص الصورة الصحفية بصفاتها وسيلة اتصال متميزة:

I. خصائص الصورة الصحفية من زاوية الأثر الفني:

1. سرعة أكبر في لفت أنظار القراء: فالصورة تنجح قبل غيرها من المواد الصحفية الأخرى

في لفت أنظار القراء إليها، ومن ثم تجذبهم نحوها، وباستثناء عنوان الصحيفة الرئيسي " المانشيت "، وباستثناء بعض العناوين الأخرى ذات الأهمية القصوى، فإن الصورة لا يكاد ينافسها في ذلك منافس وذلك بالنسبة لأغلبية القراء، ويتضاعف ذلك بالنسبة لبعض الصفحات الداخلية، وبعض الزوايا والأركان الخاصة، لاسيما صفحات وأركان وزوايا المرأة والرياضة والحوادث والأطفال والفن والتلفزيون، استنادا إلى ما يرتبط بصورها من عوامل جذب إخبارية أو جمالية أو ترتبط بعنصر الشهرة.

أما الصور التي لا تكاد تقاوم، أو تجد منافسة من مادة غيرها حتى العناوين، فهي صور أغلفة المجلات العامة المصورة، ومجلات الاهتمام العام الرياضي والشبابي والنسائي والفني، ويمكن أن نضيف إليه صور ذات مجلات الاهتمام التي تنشر في الصفحة الأولى (الواجهة) من الجريدة. وتشير دراسات أن صور الصفحة الأولى تلفت أنظار 95% من القراء بعد العنوان الرئيسي مباشرة، خاصة إن كانت هذه تقع في منتصف الصفحة العلوي أو على يسار هذا الجانب، ويزيد من قدرتها على لفت الأنظار حتى تصل إلى 98% من القراء إن كانت إخبارية ساخنة، خاصة بأحداث داخلية مهمة، أو خارجية تتصل بعناصر عديدة ولها انعكاسات داخلية، أو كانت تتصل بالمشاهير، أو بالمشير من حوادث الإرهاب أو الطائرات أو القطارات أو انهيار المباني أو الكوارث الطبيعية أو الأحداث الرياضية - خاصة كرة القدم - أو الإنسانية.

والصورة الصحفية الناجحة تسبق غيرها من المواد في الاستحواذ على عين القارئ والاستئثار باهتمامه، بل تسبق أيضا في إثارة عنايته بقراءة هذه المادة، في معظم الأحوال.

2. سرعة أكبر في الفهم وإمكانية التأثير: الصورة الصحفية الجذابة اللافتة للأنظار، إذا

اتبعت ذلك الوضوح في تفاصيلها والبساطة في مضمونها والإشراق في جوانبها، فإن ذلك يكون أكثر مدعاة لفهمها أو لفهم ما يقوله مصورها، بل تكون أكثر سرعة في الوصول

(1)-محمود أدهم، مقدمة إلى الصحافة المصورة، الصورة الصحفية وسيلة اتصال، مرجع سبق ذكره، ص 111.

إلى عقل القارئ، وبالتالي فإن ما يقوله المصور هنا يكون أكثر سرعة في الوصول إلى أعداد كبيرة من القراء، وبدلاً من قراءة المقال كله فإن الصورة تقوم بالمهمة.

وتزيد هذه الحالة ظهوراً بالنسبة لهؤلاء الذين تعوزهم الفرص الكاملة للقراءة والاطلاع، أو تحول شواغلهم دون ذلك في الوقت المناسب والأمثل، أو يكون هؤلاء من الذين ينفذ صبرهم سريعاً، أو من أنصاف القارئ، أو الذين يقفون عند حد قراءة العناوين الرئيسية والفرعية لمادة أو لأخرى.

3. قاعدة أكبر من المتأثرين: للصورة الصحفية أثر عند قطاعات عديدة من الناس، يصل

إليهم من مختلف الأماكن والمواقع، ومن مختلف مراحل العمر، والمستوى الثقافي والتعليمي، بحيث نجد أنفسنا في النهاية أمام قاعدة كبيرة من القراء أو المشاهدين قد وصل إليهم هذا التأثير بطريق ما، وأكثر من طريقة يمكن أن تحدثه صورة ما. (1)

4. تأثير أكثر عمقا: الصورة عامة والصورة الصحفية خاصة، وبكل ما يتاح لها الآن من

وسائل الذيوع والانتشار والالتقاط والإعداد والنقل والبث والمعالجة والنشر والعرض، تكاد تكون هي صيحة العصر، التي تقوم مقام القصيدة والخطبة في القديم، وقد لا تتمكن الوسائل الأخرى من الوصول إلى مستواها، أو مداها في معظم الأحوال، وفي معظم الظروف أيضاً.

ويتحقق هذا التأثير عندما تتوافر لهذه الصورة الخصائص العديدة التي لابد من توافرها، والموضوع الذي تعتبر الصورة الصحفية الوسيلة المثلى بالنسبة له، حيث يصعب أحياناً حتى على أكثر الكلمات وأدقها وأصدقها تعبيراً، أن تصل إلى درجة تأثير صورة صحفية واحدة. ولعل نظرة واحدة إلى صور الحروب والكوارث الطبيعية وحوادث المصادمات الكبرى، وسقوط الطائرات والانتحار... تؤكد ما لا يدع مجالاً إلى الشك، عظم هذا التأثير الذي تحدثه الصورة الصحفية.

المطلب الثالث: خصائص الصورة الصحفية من زاوية الإخراج الصحفي وصلته بالعملية الاتصالية:

لا توجد صحف أو مجلات بدون إخراج صحفي، فالصور بأنواعها المختلفة واحدة من أهم العناصر التيبوغرافية التي يركز عليها المخرج ويستند إليها في سبيل تحقيق الشكل الأمثل لهذه الصفحة، والذي يمكنه عن طريقه من تحقيق الأهداف الأساسية للإخراج الصحفي، التي يمكن اعتبارها في مجموعها من بين الأهداف الاتصالية. (2)

وفي معظم الأحوال نجد أن الصورة في المجلات العامة والشعبية المصورة والمثيرة، تكون هي المدخل الرئيس إلى:

(1)-محمود أدهم، مقدمة إلى الصحافة المصورة، الصورة الصحفية وسيلة اتصال، مرجع سبق ذكره، ص 117.

(2)- سعيد الغريب النجار، مرجع سبق ذكره، ص 35.

1. تحديد الحجم الذي يحتله الموضوع المصاحب له.
 2. تحديد مكانه على أي صفحة من الصفحات التي يتكون منها العدد، وتحديد موقعه على صفحة بعينها.
 3. الثأر بمحتوى الصورة، ودرجة وضوحها، وحجمها في تفضيل اتجاه إخراجي معين على اتجاه آخر.
- وفي الأخير نشير بأنّ الاتصال المصور أصبح في السنوات الأخيرة النموذج الاتصالي الأمثل، وذلك لأنّ البعد البصري قادر على إثراء الكلمة وإيضاح التفاصيل أكثر من الكلمة المكتوبة والمسموعة. ولهذا كله لم يتردد المفكر الإعلامي " مارشال ماكلوهان Marshall McLuhan " في تصنيف الصورة الفوتوغرافية إلى جهة الوسائل الساخنة باعتبارها تقدم من المعلومات ما تعجز عنه آلاف الكلمات، فهي تخاطب حاسة واحدة من حواس الإنسان (حاسة البصر)، كما أنّ الصورة تعد من الوسائل الاتصالية الفعالة في الصحافة المعاصرة، فهي أضحت أداة فاعلة في التحولات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والفنية، محققة بذلك دوراً اتصالياً وإقناعياً وحضارياً وجمالياً.
- وقد استعرض الباحث " جوزيف كلابر Joseph Calabria " عدد كبير من الدراسات التي تناولت تأثير وسائل الاتصال على الجماهير، وخرج بعدة تعميمات أهمها: (1)
1. أنّ وسائل الاتصال ليست عادة السبب الكافي أو الضروري لإحداث التأثير على الجماهير، ولكنها تعمل مع ومن خلال بعض العناصر والمؤثرات الوسيطة.
 2. أنّ طبيعة العناصر الوسيطة تجعلها تعمل على جعل وسائل الاتصال عنصراً مساعداً وليست السبب الوحيد في تدعيم أو تقوية الاتجاهات الموجودة.
 3. في الأحوال الخاصة التي تساعد وسائل الاتصال فيها على إحداث التغيير تسود حالة من الحالتين: إما أنّ العوامل الوسيطة لا تعمل وبذلك يصبح تأثير وسائل الاتصال مباشراً، أو أنّ العوامل تساعد هي نفسها على إحداث التغيير.
- وأثبتت الدراسات الخاصة بتأثير وسائل الإعلام أنّها أكثر احتمالاً أنّ تدعم الآراء والاتجاهات الموجودة من أنّ تغيرها، وأكثر احتمالاً أنّ تحدث تعديلات طفيفة من أنّ تحدث تغيرات أساسية. (2)

(1)- Jeseoph T Klabber, **The Effect of Mass Communication**, (Glencoe Illionis The Freepress, 1963), p40.

(2)- محمود حسن اسماعيل، مرجع سبق ذكره، ص، 234.

الفصل الرابع: الإعلام والتوعية البيئية.

تمهيد.

المبحث الأول: مفهوم الإعلام البيئي

المطلب الأول: تعريف الإعلام البيئي.

المطلب الثاني: أهداف الإعلام البيئي.

المطلب الثالث: مقومات نجاح الإعلام البيئي.

المبحث الثاني: الإعلام والقضايا البيئية.

المطلب الأول: أساليب المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة.

المطلب الثاني: النتائج المترتبة عن المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة.

المطلب الثالث: محددات المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة.

المبحث الثالث: دور الإعلام في نشر الوعي البيئي.

المطلب الأول: وظائف الإعلام البيئي.

المطلب الثاني: وسائل الإعلام البيئي ودورها في التوعية البيئية.

المطلب الثالث: الحق في الإعلام البيئي في الجزائر.

تمهيد:

للإعلام مكانة هامة في المجتمع لما له من دور فعال في تشكيل وتفعيل مظاهر الحياة المختلفة، وربط قنوات الاتصال بين الأفراد والشعوب والأمم، ومعالجة القضايا المتعلقة بالإنسان، سيما منها المتعلقة بحياته وصحته. ولعل السمة البارزة التي تميزت بها المجتمعات المعاصرة، الصناعية منها على الخصوص، هي تفاقم مشكلات البيئة التي كانت نتاج تصاعد أنشطة الإنسان الصناعية وطموحاته الاقتصادية، مع إهمال وسوء استخدام لمقومات البيئة، مما أحدث خلا في التوازن البيئي وكبد العالم خسائر فادحة، وعرض شعوبه لمخاطر صحية عديدة، الشيء الذي مكّن الإعلام أن يلعب دوراً هاماً في تنمية الوعي بقضايا البيئة، وتعميق شعور المواطن بواجباته ومسئوليته اتجاهها، ونشر مفاهيم التنمية المستدامة، وتقديم معلومات وحقائق وآراء حول البيئة ومشكلاتها.

تأتي أهمية الإعلام البيئي، من كونه عنصر أساسي في إيجاد الوعي البيئي في المجتمع، وهو أداة - إذا حسن استثمارها - كان لها المردود الإيجابي للوعي البيئي، ونشر الإدراك السليم للقضايا البيئية.

والاهتمام الإعلامي بقضايا البيئة يعتبر حديثاً نسبياً، إذ لم يتسع ويتصاعد إلا بعد اكتشاف الآثار السلبية المدمرة للبيئة، والناجمة عن التطبيقات المعاصرة للتكنولوجيا المتقدمة، ولقد ساعدت النقلة النوعية الكبيرة في سرعة تدفق وتناول المعلومات المتعلقة بالبيئة والتنمية، على زيادة الوعي البيئي بمشكلات البيئة، إذ لم تكن كلمة البيئة معروفة لدى وسائل الإعلام العربية في الأربعينيات والخمسينيات، ولكنها بدأت تحتل الأعمدة الرئيسية في الصحافة في الستينيات والسبعينيات، كما أبدت الأجهزة الإعلامية المختلفة اهتمامها البالغ بالبيئة، نتيجة لمشكلات التلوث والكوارث البيئية التي طرأت في فترة السبعينيات.

والبيئة والإعلام هما وجهان لعملة واحدة، ولذلك فالمسؤولية تحتم على الإعلام إعطاء قضايا البيئة أهمية قصوى، وكلما أسهمت أجهزة الإعلام في تأصيل دورها البيئي في المجتمع، كان حصاد ذلك مزيد من الحيطة والحذر والوعي الاجتماعي. فالارتقاء بالبيئة وحمايتها أمراً لن يتحقق دون الدعم الكامل والتعاون والشاركة بين جميع قطاعات المجتمع ولا سيما الإعلام.

سننتقل في هذا الفصل إلى الإعلام البيئي من خلال الحديث عن مفهومه وأهدافه، وكذا مقومات نجاحه، إضافة إلى الحديث عن علاقته بالقضايا البيئية، مع الإشارة في الأخير إلى دوره في عملية التوعية ونشر الوعي البيئي.

المبحث الأول: مفهوم الإعلام البيئي.

قبل أن نقدم تعريفا للإعلام البيئي، نشير إلى مفهوم الإعلام الذي يعني: " كافة أوجه النشاطات الاتصالية التي تستهدف تزويد الناس بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عن القضايا والمواضيع والمشكلات ومجريات الأمور بموضوعية وبدون تحريف، بما يؤدي إلى إيجاد أكبر درجة ممكنة من المعرفة والوعي والإدراك والإحاطة الشاملة لدى فئات الجمهور المتلقين للمادة الإعلامية، بكافة الحقائق والمعلومات الموضوعية الصحيحة، بما يسهم في تنوير الرأي العام وتكوين الرأي الصائب لدى الجمهور في الواقع والموضوعات والمشكلات المثارة والمطروحة"⁽¹⁾.

المطلب الأول: تعريف الإعلام البيئي:

يعد الإعلام البيئي تخصصا جديدا في مجال الإعلام، بدأ ينمو في مطلع السبعينات، وهو يعبر عن مفهومين، هما الإعلام والبيئة: فالإعلام هو الترجمة الموضوعية والصادقة للأخبار والحقائق وتزويد الناس بها بشكل يساعدهم على تكوين رأي صائب في مضمون الوقائع، وأما البيئة فهي المحيط الذي يعيش فيه الإنسان وبقيّة الكائنات الأخرى.

ويعرّف الإعلام البيئي بأنه: " أداة تعمل على توضيح المفاهيم البيئية من خلال إحاطة الجمهور المتلقي والمستهدف بالرسالة الإعلامية البيئية بكافة الحقائق والمعلومات الموضوعية، بما يسهم في تأصيل تنمية البيئة المستديمة، وتنوير المستهدفين برأي سديد في الموضوعات والمشكلات البيئية المثارة والمطروحة."⁽²⁾

والإعلام البيئي هو: " أن يتناول الكاتب المواضيع التي تخص البيئة وما يتعلق بها من اعتبارات خاصة بالمقال، من مواضيع مختصة جديدة تتطلب متابعة للمعلومات الصحيحة، ومعرفة للمصادر والأحداث والتعبير والاطلاع على تركيب وعمل المنظمات والبرامج البيئية عالمياً وإقليمياً ومحلياً، والاطلاع على المعاهدات البيئية ومتابعة تطوراتها ومتابعة تقارير البيئة، لتحليل التطورات ومقارنة آراء الناس والجمعيات الأهلية والمؤسسات الرسمية والهيئات الدولية."⁽³⁾

وعرّف أيضاً، بأنه توظيف وسائل الإعلام توظيفاً منهجياً من قبل أشخاص مؤهلين بيئياً وإعلامياً للتوعية بقضايا البيئة، وخلق رأي عام متفاعل إيجابياً مع تلك القضايا⁽⁴⁾.

(1)- حسين عبد المجيد أحمد رشوان، العلاقات العامة والإعلام من منظور علم الاجتماع (المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1993)، ص 246.

(2)- عبدالله احمد الشايع عبد العزيز، الإعلام و دوره في تحقيق الأمن البيئي، أكاديمية نايف للعلوم الأمنية، 2003 ، ص18.

(3)- عايد راضي خنفر، الإعلام البيئي، <http://fspi.ahlamontada.net>، 27 أكتوبر 2011.

(4)- عبد الله بدران، الإعلام البيئي (دار حراء، دمشق، 2008)، ص 15.

من خلال التعاريف السابقة، يمكن أن نقول أنّ الإعلام البيئي هو:

1. وسيلة لإيصال الحقائق والمعلومات البيئية الموثوقة إلى الجمهور، وأيضاً كوسيلة ينقل من خلالها الجمهور آراءه إلى المسؤولين ويتحاور معهم.
2. أداة حوار مفتوحة ومشاركة في اتخاذ القرار.
3. وسيلة لإبلاغ الجمهور عن السياسات الحكومية وشرح المخططات والتدابير المتعلقة بالبيئة لإعطاء الناس حقهم الطبيعي في حرية الوصول إلى المعلومات وتأمين شفافية العمل الرسمي.
4. أداة لإحداث تغيير في سلوك الناس وتعاملهم مع البيئة، إمّا في إطار تصرفات شخصية طوعية، وإمّا في إطار تأمين الدّعم لسياسات وتشريعات بيئية رسمية.
5. وسيلة للعلاقات العامة، إذ أن السياسة البيئية الحكومية لا يمكن أن تتجح من دون إقامة شبكة من العلاقات بين المسؤولين عن السياسة البيئية من جهة، والهيئات الأهلية والصناعيين والتجار والمهنيين والتربويين والمستهلكين وجميع الفئات الشعبية والرسمية من جهة أخرى.

المطلب الثاني: أهداف الإعلام البيئي:

إنّ هدف الإعلام البيئي هو تنمية القدرات البيئية وحمايتها بما يتحقق معه تكييف وظيفي سليم اجتماعياً وحيوياً للمواطنين، ينتج عنه ترشيد السلوك البيئي في تعامل الإنسان مع محيطه وتحضيره للمشاركة بمشروعات حماية البيئة والمحافظة على الموارد البيئية⁽¹⁾.

وأهمية تعاضم الإعلام البيئي، هو دوره في الإنذار المبكر ورصد أي خلل بيئي يحدث، وتحريكه للرأي العام، وزيادة الوعي البيئي عند السكان، وإسهامه في إصدار التشريعات الإيجابية التي تخص البيئة⁽²⁾ وتأتي أهمية الإعلام البيئي للجمهور، من أنّه عنصر أساسي في إيجاد الوعي البيئي ونشر مفهوم التنمية المستدامة، وتحقيق أهداف التربية البيئية بين المواطنين على اختلاف أعمارهم ودرجات ثقافتهم وأماكن تواجدهم⁽³⁾. وتنمية الحس البيئي ونشر ثقافة الكوارث والوعي بها، وبناء قدرات التكيف لدى الإنسان لمواجهتها مواجهة عقلانية.

ويهدف الإعلام البيئي أساساً إلى تشكيل الوعي البيئي بصورة إيجابية مما يؤدي إلى دفع المواطنين إلى تغيير سلوكياتهم السلبية والضارة بالبيئة، والمشاركة الإيجابية والفعالة في حل المشكلات البيئية.

(1) -هويدا مصطفى، "دور الإعلام في تنمية الوعي البيئي، بالتطبيق على قضية التغيرات المناخية"، www.eeaa.gov.eg/english/.../dr-hoidamostafa.pdf ، 13 سبتمبر 2014.

(2) - المرجع نفسه.

(3) - علي عوجة، الإعلام وقضايا التنمية، ط1، (عالم الكتب، القاهرة، 2008)، ص 123.

ويمكن إجمال أهداف الإعلام البيئي وفقا لما حدده مؤتمر " تبليس " عام 1977م، فيما يلي:

1. تيسير المعرفة البيئية وكشف الحقائق المتصلة بالمشكلات البيئية وخطورتها، ومد المواطنين بكل المعلومات التي تساهم في المحافظة على سلامة المحيط البيئي الذي يعيشون فيه.⁽¹⁾
 2. تكوين المواقف والقيم (البعد المهاري): والمقصود بها مساعدة الأفراد والجماعات على اكتساب مجموعة من المشاعر الاهتمام بالبيئة، وكذا اكتساب المهارات المختلفة لتحديد مشكلاتها وكيفية حلها، وجعل الأفراد والجماعات على معرفة بوسائل حماية البيئة.⁽²⁾
 - وتستطيع وسائل الإعلام أن توجد أنماط جديدة من الاتجاهات الإيجابية، لما لها من دور محوري في تنمية المواقف والقيم المختلفة، إضافة إلى إعداد جمهور يتقبل تغيير مواقفه وقيمه التقليدية، وسلوكياته المضرة بالبيئة، والتأثير فيه من أجل تحسينها.
 3. المشاركة (البعد الانفعالي): وهي إتاحة الفرصة للأفراد والجماعات، وتحفيزهم للمشاركة الفعالة في كافة المستويات على ضرورة رعاية البيئة وحل مشكلتها.⁽³⁾
 - وفي هذا الصدد ينبغي على وسائل الإعلام أن توجد قنوات للحوار الاجتماعي بين المواطنين للوصول إلى القرار المشترك حول البيئة، وإيصال آرائهم وأفكارهم ومقترحاتهم، ونقل مشكلات بيئتهم إلى الجهات البحثية والتنفيذية ومتخذي القرار.
 4. تعميق مفهوم الأمن البيئي على اعتبار أن أمن البيئة هو أمن المواطن.
 5. تعزيز الوعي والاهتمام بترابط الجوانب الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والايكولوجية في المناطق الحضرية والريفية.
 6. إتاحة الفرص لكل فرد لاكتساب المعرفة والقيم وروح الالتزام والمهارات الفردية لحماية البيئة وتحسينها.
 7. دفع الجمهور إلى الانخراط في عملية التخطيط واتخاذ القرار بشأن القضايا البيئية، وتؤدي مشاركة الجمهور في الحوار البيئي إلى تعميم الوعي للحفاظ على موارد الطبيعة⁽⁴⁾.
 8. خلق أنماط جديدة من السلوك تجاه البيئة لدى الأفراد والجماعات والمجتمع.⁽⁵⁾
- وقد أتاحت وسائل الإعلام دعما قويا للعمل البيئي، إذ جلبت بعض الأنشطة البيئية مثل (يوم الأرض) و(اليوم العالمي للبيئة) قدرا كبيرا من الاهتمام المركز على المشكلات والعمليات البيئية

(1)- M. Hughes & Evans, Op Cit, P 28.

(2)- جمال الدين السيد علي صالح، الإعلام البيئي بين النظرية والتطبيق، (مركز الإسكندرية، مصر، 2003)، ص 50، 51.

(3)- المرجع نفسه، ص 51.

(4) صفاء شمدي، رفع الوعي البيئي لدى المرأة والشباب، <http://www.beatona.net>، 13 سبتمبر 2014.

(5) حسين إمام علي، دور وسائل الإعلام في نشر الوعي البيئي، (جامعة الدول العربية، برنامج الأمم المتحدة للبيئة، القاهرة)، ص 134.

المختلفة، التي لم تتل من قبل حظها الكافي من العناية، وقد وفرت مثلاً، الحكومات الاسترالية والهولندية واليونانية مخصصات مالية للتجمعات وللجماهير العامة، المهمة بالشؤون المتعلقة بالمحافظة على الطبيعة وحقوق البيئة⁽¹⁾.

المطلب الثالث: مقومات نجاح الإعلام البيئي:

لكي يتحقق التأثير الأمثل لوسائل الإعلام، وأجهزة العلاقات العامة على مستوى الشركات والمنظمات الخاصة والعامة، ينبغي أن يكون هنا تنسيق كامل بين هذه الوسائل وتلك الهيئات لتجنب الجهود المتضاربة أو المتناقضة والتركيز على الأولويات التي تمثل أهم القضايا البيئية التي تحتاج إلى تكاثف جميع الجهود لمواجهتها بشكل حازم وفعال، وهذا يتطلب تخطيطاً علمياً يقوم على المبادئ التالية:

1. زيادة قدرة هذه الوسائل والأجهزة على التأثير والإقناع بأنماط سلوكية جديدة وتغيير أنماط سلوكية سائدة.

2. توفير الإمكانيات المادية والفنية اللازمة لتبني الأنماط السلوكية الجديدة، وتغيير الأنماط السلوكية الضارة بالبيئة.

3. تقديم النماذج الرائدة والقذوة الطيبة من جانب القيادات المسؤولة، في التصدي لعمليات الإفساد البيئي، وتأييد ودعم الجهود المبذولة للتغلب على كافة مظاهر التخلف المؤدية إلى الإضرار بالبيئة.

4. تطبيق القوانين الخاصة بحماية البيئة، وسن ما تطلبه من قوانين جديدة، أو تشديد العقوبات على المخالفين، كل هذا لتوفير قاعدة قانونية فعالة تحقق الانضباط البيئي في الحالات التي لا تكفي فيها الجهود الإقناعية لتحقيق هذا الهدف.

5. ضرورة مشاركة التنظيمات السياسية القائمة (مثل أحزاب الخضر) في كافة الجهود المبذولة لحماية البيئة، ومساندة الأجهزة الرسمية في هذا المجال.

6. تشجيع قيام الجمعيات البيئية على المستوى الوطني والمحلي.

7. الاهتمام بالتربية البيئية في المدارس والجامعات، وبين العمال والفلاحين والجنود...

8. الاهتمام بالدراسات والبحوث الميدانية التي تتصل بمشكلات البيئة في الجامعات، ومراكز البحث العلمي المتخصصة، بهدف التعرف على حجم هذه المشكلات والحلول الممكنة للتغلب عليها.⁽²⁾

ويعتبر الإعلام البيئي أحد أهم أجنحة التوعية البيئية، وهو أداة إذا حسن استثمارها كان لها المردود الإيجابي للرقى بالوعي البيئي، ونشر الإدراك السليم بالقضايا البيئية، ويعمل الإعلام البيئي في تيسير فهم وإدراك المتلقي لقضايا البيئة المعاصرة وبناء قنوات اتجاه البيئة وقضاياها.⁽¹⁾

(1)- برعي حمزة، منى الطاهر، "الإعلام البيئي دراسة ونماذج"، برنامج الأمم المتحدة للبيئة، تونس، 1987، ص 11.

(2)- علي عوجة، مرجع سبق ذكره، ص ص، 128، 129.

ولتعزيز دور الإعلام البيئي في التوعية البيئية لا بد من ضرورة إيجاد إعلام بيئي متخصص يستند إلى العلم والمعرفة والمعلومات، من خلال إيجاد المحرر الإعلامي المتخصص تخصصاً دقيقاً في مجال البيئة، وكذا العمل على تخصيص صفحة واحدة على الأقل تختص بمواضيع البيئة في كافة الصحف، إلى جانب الدقة في اختيار الوسيلة الإعلامية المناسبة بناء على القضايا البيئية وأهميتها وسمات الجمهور المستهدف وهذا لتحقيق التأثير المطلوب.

المبحث الثاني: الإعلام وقضايا البيئة:

عرف الاهتمام الإعلامي بقضايا البيئة تزايد واهتمام كبيرين، وتبلورت اتجاهات جديدة لدى قطاعات واسعة من الجماهير بهذا الشأن، هذا بعد ما كانت المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة منذ عدة عقود من الزمن مقتصرة على بعض الجوانب فقط، كمشاكل المياه والأرض والتصحر، والسكان... وتبقى القضايا الكبرى كالاختباس الحراري، وثقب الأوزون، وتغير المناخ وغيرها... نادراً ما تجسد اهتمام وسائل الإعلام.

إلا أن الاهتمام الإعلامي بقضايا البيئة عرف تزايد كبير منذ انعقاد مؤتمر ستوكهولم (Stockholm) لعام 1972 وبرز المنظمات غير الحكومية الوطنية منها والدولية، ما دفع ذلك إلى تطور أساليب الإعلام في معالجة بعض القضايا البيئية الكبرى، فتكونت الأندية والجمعيات والأحزاب، وخصصت فضاءات إعلامية واسعة لتناول شؤون البيئة، حتى صارت البيئة من يوميات الصحافة وبرامج الإذاعة والتلفزيون، وصارت أيضاً من اهتمامات الجمهور.

وعن أهم القضايا البيئية التي تعالجها وسائل الإعلام، أعد مختصون في الإعلام بالولايات المتحدة دراسة حول القضايا البيئية الأكثر تناولاً في وسائل الإعلام، تؤكد أن هذه الأخيرة عادة ما تعالج القضايا البيئية التالية:⁽²⁾

1. الكوارث الإيكولوجية الناجمة عن الأخطاء والقصور العلمي للإنسان، كانهجار مصنع كيماوي أو تسرب إشعاعي أو حادث بحري لناقلات النفط... الخ، وما تسفر عليه هذه الحوادث من تدمير للبيئة وأخطار تهدد الإنسان.
2. التلوث جراء المخلفات التي تفرزها المنشآت الصناعية، أو تسرب المياه القدرة من مراكز إنتاج الطاقة أو من قنوات الصرف الصحي وأنواع أخرى من التلوث.

(1)- عبد الرحمن العوضي، دور وسائل الإعلام في نشر الوعي البيئي، (المنظمة الإقليمية لحماية البيئة البحرية، الكويت، د ت ن)، ص 05.

(2)- Henry.H. Schulte, et, Marcel,P. Dufresne, pratique du journalisme (nouveaux horizons, Paris,2002), PP. 239,240.

3. القوانين الجبرية والإجراءات التي تقوم بها السلطات التشريعية أو التنفيذية في مجال حماية البيئة والحد من درجة التلوث، وما يتبعه من قوانين وغرامات مالية ومتابعات قضائية ضد المتسببين في التلوث.
4. الأمراض والمخاطر الصحية والإصابات التي تنتقل إلى الإنسان جراء تلوث الهواء أو الماء أو التربة أو المواد الاستهلاكية.
5. حركات الدفاع المدنية عن الطبيعة والمحيط وحقوق الإنسان البيئية، التي عادة ما تنشطها الجمعيات الأهلية والمنظمات غير الحكومية ذات الطابع البيئي.
6. الدراسات العلمية ونتائج البحوث الميدانية حول البيئة والمحيط، وعلاقة ذلك بالسلطة السياسية ومدى استجابتها وتفاعلها مع تطبيق نتائج هذه الأبحاث.
7. المساعي السياسية لحماية مصادر البيئة الطبيعية ومواردها من الاستنزاف والإهدار وتأثيراته على البيئة والإنسان والاقتصاد.
8. أثر القطاعات الاقتصادية كالمنشآت الصناعية على البيئة الطبيعية والصحة العامة.

وكثيرا ما تعالج وسائل الإعلام بالدول المتقدمة هذه القضايا بشكل معمق وتحليل دقيق بحضور المسؤولين والمختصين والفئات الاجتماعية وممثلي الجمعيات والمنظمات، وغيرهم ممن لهم توجه نحو حماية البيئة. هذا لأن إعلامها يتميز بقدر كاف من حرية التعبير والرأي، ما يجعل الإعلام البيئي في هذه الدول ناجحا نسبيا، عكس الدول النامية فقد تقتصر المعالجة الإعلامية لحدث بيئي في إطار إخباري بسيط فقط.

المطلب الأول: أساليب المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة:

تستند المعالجة الصحفية لقضايا البيئة إلى عدد من الأساليب التي تسهم في تحقيق أهدافها، والوصول إلى الشرائح المستهدفة، نورد بعضها فيما يلي:

1. معالجة القضية أو المشكلة البيئية باستخدام الفن الخبري المناسب ليكون أكثر التصاقا بها، وقربا من مضمونها. (1)
2. تزويد المادة الخبرية بالصور الحية المعبرة التي تكون أشد وقعا وأقوى تأثيرا من المادة المكتوبة، وفي حال تعذر الصور الحية يتم اللجوء إلى صور أرشيفية قريبة من الموضوع المعالج.
3. استخدام الرسوم التوضيحية والأشكال البيانية المستندة إلى مصادر موثوقة، لزيادة فهم المادة المنشورة وإدراك أبعادها.
4. استخدام اللمسات الجمالية في فن الإخراج الصحفي، لتظهر المادة بصورة جذابة ومشوقة.

(1) - زهير عبد اللطيف عابد، أحمد العابد أبو السعيد، مرجع سبق ذكره، ص 64.

5. تقديم المعلومات والحقائق بصورة مبسطة خالية من التعقيد، والتقليل من استخدام المصطلحات العلمية الغامضة والمبهمة، واللجوء إلى استخدام لغة سهلة لضمان مشاركة الجماهير في مناقشة قضايا البيئة.

6. التقليل من نغمة التشاؤم في معالجة قضايا البيئة، لأنها قد تصيب الجمهور بحالة من الرعب والهلع، وقد تؤدي إلى حدوث رد فعل غير مرغوب، والعمل على تقديم بعض الرسائل المتسمة بروح التفاؤل.⁽¹⁾

7. التأكيد على الجوانب المحلية للمشكلات البيئية لكي يشعر الجمهور أن المشكلة التي يتم مناقشتها هي مشكلتهم فعلاً، وأنها موضع اهتمامهم، مع العناية ببلورة المطلوب عمله من الجمهور بصورة محددة للتغلب على إحساس المواطن بأن معرفته لا جدوى منها، والتركيز في مخاطبتهم على الجوانب النفسية.

8. الربط بين الحدث البيئي الذي يحدث في مكان ما من العالم وبين الواقع المحلي والإقليمي، كي يتم تنبيه القارئ بأهمية السلوك الصديق للبيئة في مجتمعه تجنباً لأخطاء قد تصيبه مثل ما أصابت غيره.

9. تعزيز المادة الخبرية التي تغطي حدثاً بيئياً ما بمواد أخرى تحلل الحدث وتفسر أبعاده وتستشرف تطوراتهِ وتداعياته.⁽²⁾

في البلدان النامية غالباً ما يسجل التأخر الإعلامي في تناول الظاهرة، أي أن وسائل الإعلام لا تبدأ في تناول الموضوع إلا بعد تعدد الشكاوي والتساؤلات من المواطنين عن سبب الظاهرة، وهو عكس ما يحدث أثناء الأزمات المشابهة في البلدان المتقدمة.

المطلب الثاني: النتائج المترتبة عن المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة:

هناك نتائج ملموسة متخصصة عن أي جهد إعلامي مبذول في مجال الإعلام البيئي، ومن أبرز هذه النتائج ما يلي:⁽³⁾

1. زيادة عدد المدركين لأبعاد ومشكلات البيئة على الصعيد المحلي والإقليمي والدولي، وخروج الرسالة الإعلامية البيئية عن نطاق النخبة العلمية إلى النطاق الجماهيري الواسع.
2. ظهور أفكار جديدة وبرامج متنوعة خاصة ومشكلات البيئة، وطرق معالجتها في مخططات الحكومات المختلفة، وبداية تكوين رأي عام وطني ودولي مساند لعلاج هذه المشكلات.

(1) - ليلي عبد المجيد، دور الإعلام في تنمية الوعي البيئي، مجلة النفط والتعاون العربي، منظمة الأقطار العربية المصدرة للبترول (أوبك)، المجلد 25، العدد 91، 1999، ص 64.

(2) - المرجع نفسه، ص 65.

(3) - محمد سعد أبو عامود، مرجع سبق ذكره، ص 149.

3. ظهور جهود ومسااعي دولية من أجل حماية البيئة والحفاظ عليها، وقد بدأ ذلك واضحا من خلال المؤتمرات الدولية المنعقدة، وسلسلة الاتفاقيات الدولية المتعددة الأطراف المبرمة .
4. اتساع نطاق الاهتمام بالثقافة البيئية، فقد بدأت تظهر تخصصات أكاديمية في مجال الثقافة البيئية في العديد من جامعات العالم.
5. ظهور مؤسسات إعلامية متخصصة في الإعلام البيئي في الدول المتقدمة، وخاصة في الدول الاسكندنافية.

وبالرغم من هذه النتائج الإيجابية، إلا أن بعض الدراسات التي أجريت في مجال تأثير الإعلام البيئي أوضحت أن الاهتمام الإعلامي بقضايا البيئة لا يزال يعرف نقصا، وبالأخص في الإذاعة والتلفزيون في حين أنهما أكثر وسائل الإعلام انتشارا وتأثيرا مقارنة بالصحافة أو بالوسائل الإعلامية الأخرى، واقتصار تناول الإعلام لقضايا البيئة من خلال الصحافة يعني أن الرسالة البيئية تصل إلى المتلقين الذين يجيدون على الأقل القراءة والكتابة، وهو ما يستدعي ضرورة إعداد برامج إعلامية بيئية وتوسيعها من أجل إيجاد وعي بيئي يتناسب وأهمية البيئة للإنسان.⁽¹⁾

المطلب الثالث: محددات المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة:

بالرغم من أهمية الإعلام في معالجة القضايا البيئية، ودوره المماثل في حماية البيئة، إلا أنه يتعرض لعدة معوقات أو محددات، تقف أمام قيامه بدوره الفعال في مجال حماية البيئة ومعالجة قضاياها، وغالبا هذه المحددات تفرض على الإعلام البيئي، أسلوبا معيناً في معالجة قضايا البيئة وعادة يكون هذا الأسلوب مسيرا من قبل جهة معينة، تفرض عليه تناول قضية ما على حسب سياستها وأهدافها. ويمكن أن نتناول هذه المعوقات أو المحددات فيما يلي:

I. المحددات السياسية:

يمكن القول أن العوامل السياسية تلعب دورا هاما في تناول الإعلام لقضايا البيئة، وذلك استنادا إلى ما يلي:

1. أن الاهتمام الإعلامي الواضح بقضايا البيئة مرتبط بالسياسة الإعلامية لكل دولة ومدى توافقها مع نشاط وسائل الإعلام، كما أن نمط الملكية الإعلامية لوسائل الإعلام يلعب دورا في هذه العملية، ويرتبط هذا الاهتمام أيضا بمدى فعالية الجمعيات الأهلية غير الحكومية، التي تحولت فيما بعد إلى أحزاب سياسية مثل "الخضر" بفرنسا وألمانيا.

أن درجة تسييس القضايا البيئية قد باتت واضحة على المستوى الوطني، كبرامج للمرشحين في الانتخابات التشريعية والرئاسية في العديد من دول العالم، سيما المتقدمة صناعيا، مثل ما جاء به

(1)- رضوان سلامن، مرجع سبق ذكره، ص103.

"جورباتشوف Gorbachev " في كتابه الشهير "البروسترويك"، عندما تحدث فيه عن خطورة تدهور البيئة على البشرية.⁽¹⁾

تجدر الإشارة إلى أن التناول الإعلامي لبعض قضايا البيئة قد تأثر بمسار الصراع الأيديولوجي في فترة الحرب الباردة، وبدا ذلك واضحا عند تغطية حادث انفجار المفاعل النووي في "تشرنوبيل Chernobyl" بالاتحاد السوفيتي من طرف محطة -CBS- الأمريكية والتي تجاوزت 129 دقيقة خلال شهري أبريل وماي من عام 1986، رغم أن ضحاياه لم يتجاوزوا الواحد والثلاثون قتيلا، والهدف من ذلك الهدف هو كشف القصور العلمي والتكنولوجي للسوفييت في مجال المفاعلات النووية. وفي المقابل استغرقت التغطية الغربية لزلزال "تانج شان Tangshan" في الصين عام 1976 والذي راح ضحيته ما يقارب المليون شخص حوالي 09 دقائق فقط في جميع الشبكات التلفزيونية الأمريكية.⁽²⁾

أما من جهة الإعلام السوفيتي فقد كان صمته مطبق وعمدت الحكومة التي كانت جديدة آنذاك إلى التعتيم الإعلامي بخصوص حادثة "تشرنوبيل"، وهو ما ترك المواطنين عرضة للإشعاع المباشر على مدى خمسة أيام، ووصفت الصحف الحادثة بقولها: "إن الإشعاع النووي ظل يتسرب من المفاعل المعطوب على مدى سبعة أشهر كاملة كما يتسرب دخان الفول من فوهة القارورة."⁽³⁾

2. هناك اختلافا في الرؤية بالنسبة لقضايا البيئة بين الدول الصناعية ودول العالم الثالث، الأمر الذي كان له تأثيره الواضح على درجة الاهتمام التي أولتها وسائل الإعلام لهذه القضايا في دول العالم، فمثلا: التغطية الإعلامية لحادث "بهبوبال Bhopal" في الهند عام 1984 تناولته إحدى الدراسات الأمريكية من خلال تحليل مضمون لمئات الأخبار الصحفية والإذاعية وركزت على الجوانب السلبية لهذه الكارثة، ولم تجر مناقشات حول المشكلات الصحية والبيئية والاجتماعية التي خلفتها هذه الكارثة.

3. اختلاف رؤية صناع القرار بصدد قضايا البيئة واختلاف تقديرهم لأهميتها، هذا بالإضافة إلى أن هذه القضايا تتطلب من صناع القرار التوضيحية بعدم استغلال بعض الموارد الطبيعية، ويبدو ذلك واضحا لما تملصت الولايات المتحدة الأمريكية من تعهدات "بروتوكول كيوتو" عام 2001 من أجل تحقيق مصالحها القومية، - خاصة الاقتصادية منها - فقد قال أحد الدبلوماسيين الأمريكيين: "نحن وضعنا بالفعل سياسة لمواجهة الاحتباس الكوني ولا يمكننا أن نضع سياسة جديدة من أجل القطب الشمالي". أما الرئيس الأمريكي "جورج دبليو بوش" فقد انسحب من

(1)- محمد سعد أبو عامود، مرجع سبق ذكره، 164.

(2)- عصام الدين الحناوي، البيئة والوعي البيئي (المركز القومي للبحوث، القاهرة، 1990)، ص163.

(3)- سمير رضوان، "التلوث الخفي"، الكتاب العربي، العدد 48، أبريل 2002، ص24.

المعاهدة الدولية للحد من الاحتباس الحراري زاعما أنها باهظة التكلفة بالنسبة للولايات المتحدة وأنها أخطأت باستثناء البلدان النامية من بنودها.⁽¹⁾

لهذه المحددات تأثير على المعالجة الإعلامية لمشكلات البيئة من حيث الموضوعات والرؤى المطروحة لتقديم الحلول الممكنة لها، وهو ما منع وجود خطة إعلامية عالمية لمعالجة قضايا البيئة.

II. المحددات الاقتصادية:

بدا تأثير العوامل الاقتصادية جليا على المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة بسبب الحساسية السياسية والمصالح الاقتصادية بين دول الشمال المصنعة ودول الجنوب النامية التي لا تزال برامجها الصناعية التنموية في إطارها الأول، وعليه لا يزال الجدل دائريا حول إشكالية استمرار أو إيقاف حركة التصنيع من أجل حماية البيئة الطبيعية.

وفي نطاق الجدل المثار حول السيطرة الغربية على وسائل الإعلام الدولية وتكنولوجيا الاتصال وبنوك المعلومات البيئية لا بد من الإشارة إلى ما يلي:

1. دور الشركات المتعددة الجنسيات في المجال البيئي، والمعروف أنها تهيمن على 70% من التجارة العالمية و80% من الاستثمارات الخارجية، وتتحكم في نقل الغازات المسببة للتغيرات المناخية، وهناك حلقة ود مفقودة تربط هذه الشركات وجماعات حماية البيئة، فقد تفتّنت مبكرا إلى الخطورة التي يمكن أن تلعبها وسائل الإعلام في تهديد مصالحها بالكشف عن أدوارها البشعة في تلويث البيئة من خلال الحملات الإعلامية الجادة، لذلك عمدت هذه الشركات إلى إنشاء مكاتب للعلاقات العامة في كافة أنحاء العالم تعمل على استقطاب رجال الإعلام وتحويلهم إلى أدوات دعائية لهذه الشركات، أو باتخاذ مواقف حيادية إزاء مشكلات البيئة، أو استخدامهم لتضليل الرأي العام.

كما تستخدم هذه الشركات الإعلانات كسلاح فعال لمواجهة خصومها من أنصار حماية البيئة ومن خلال وكالات الإعلان الدولية، تحقق هذه الشركات أهداف عدة كترويج بضاعتها ومنتجاتها خصوصا التكنولوجيا الملوثة للبيئة، وتشجيع الأنماط الاستهلاكية التي تهدف إلى إلحاق الضرر بخطط التنمية بدول الجنوب والتأثير على حرية الرأي في وسائل الإعلام.

تتعدد الأمثلة الخاصة بالإعلان مثل: إعلانات السجائر والمبيدات الحشرية وأنواع الأطعمة الصناعية وغيرها... ولا شك أن هذه الإعلانات تضع وسائل الإعلام في مأزق يهدد مصداقيتها أمام الرأي

(1) - أحمد الشربيني، "عندما يذوب القطب، ماذا يحدث للأرض؟"، مجلة العربي الكويتية، الكويت، العدد 554، جانفي 2005، ص ص، 179، 183.

العام، إذ تتبنى الدفاع عن البيئة ثم تخصص بعضاً من صفحاتها أو برامجها للإعلان عن السلع الملوثة والمهددة للبيئة والصحة العامة.⁽¹⁾

2. الدور السلبي للشركات المتعددة الجنسيات في دول الجنوب: فقد استغلت الشركات المتعددة الجنسيات حاجة الدول النامية إلى المشروعات الصناعية، فقامت إما بنقل الصناعة الملوثة للبيئة أو باستئجار أراضيها للتخلص من نفاياتها السامة دون معالجة، ويرجع ذلك إلى أن معظم الدول النامية لا يوجد بها قوانين للتحكم في النفايات الخطرة، كما لا توجد بها القدرات الفنية والمؤسسية اللازمة لتنفيذ هذه القوانين علاوة على ارتفاع قيمة ديونها في مقابل احتياجاتها للنقد الأجنبي⁽²⁾، يحدث هذا رغم الضوابط الصارمة لاتفاقية " بازل Basel " المنعقدة في مارس 1998 بشأن التحكم في النفايات الخطرة عبر الحدود التي وافقت عليها أكثر من 100 دولة.

إن الفساد السياسي في الدول النامية حال دون تحقيق منع دخول ملايين الأطنان من المواد والنفايات المشعة إلى أراضيها الأمر الذي أثر سلباً على البيئة والإنسان.

منذ مؤتمر " ريو دي جانيرو " لعام 1992 ظهر الخلاف بين الدول الصناعية الكبرى ودول العالم الثالث حول حجم المساعدات التي يجب أن تقدمها الدول المتقدمة للدول النامية لتمويل نشاطات حماية البيئة من التلوث، إذ تطالب دول الجنوب برفع مساعداتها المالية من 0.3% من دخلها القومي إلى نسبة 0.7%.⁽³⁾

إن تنافس الشركات المتعددة الجنسيات فيما بينها على أسواق العالم الثالث كان له تأثيره الواضح أيضاً على المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة، خاصة وأن هذه الشركات تمثل أحد أهم مصادر التمويل للنشاط الإعلامي، من خلال ما تقدمه من إعلانات لوسائل الإعلام، بالإضافة إلى اختلاف الموارد المالية التي يمكن أن تخصصها كل دولة للإعلام بصفة عامة وللإعلام البيئي بصفة خاصة، وهو اختلاف يرجع إلى تفاوت درجات الثروة فيما بين الدول، حيث تهيمن الدول الصناعية على استغلال 80% من موارد دول الجنوب، مع أنها تمثل فقط 38% من سكان العالم، في حين لا تحصل الدول النامية إلا على 20% كنصيب من ثرواتها الطبيعية و بها حوالي 62% من سكان العالم.

III. المحددات الإعلامية:

نقصد بها مجموعة العوامل المتعلقة بالبناء المؤسسي لوسائل الإعلام وطبيعة عملها ومستوى العاملين بها، من حيث الحرفية ودرجة إلمامهم ومستوى إدراكهم لقضايا البيئة ومسؤولياتهم تجاهها، والمقصود هنا الصحفيون ومخططو ومنتجو البرامج الإذاعية أو التلفزيونية الذين يعملون في مجال الإعلام البيئي.

(1)- عواطف عبد الرحمان، هموم الصحافة والصحفيين في مصر (دار الفكر العربي، مصر، 1995)، ص ص. 264، 265.

(2)- نفسه سيد محمد أبو السعود، إدارة وتداول المخلفات الصلبة في مصر (الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1992)، ص 150.

(3)- برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، تقرير التنمية البشرية لعام 1998 (مطبعة جامعة أكسفورد، نيويورك، 1998)، ص 73

من المعروف أن الموضوعات البيئية تستلزم درجة معينة من العلم والثقافة البيئية، كي يستطيع الإعلامي استيعابها أولاً والتعبير عنها ثانياً في شكل رسالة إعلامية مفيدة وهادفة، كما أن إعداد الرسالة يتطلب توفير درجة معينة من المهارة الإعلامية لدى القائم بالاتصال، حتى يمكن فهمها واستيعابها من جانب المتلقي⁽¹⁾، وجعله مشاركاً فعالاً في قضايا البيئة وهو الهدف النهائي لصحفي البيئة الذي لا يهتم بنقل الخبر وإنما بجعل البيئة من أولوياته واهتماماته، إيماناً منه بأن الحفاظ عليها هو الحفاظ على الحياة والمستقبل.⁽²⁾

لقد أشارت إحدى التجارب الأمريكية إلى أن أغلب المشكلات التي يعاني منها معظم إعلاميو البيئة هو نقص التأهيل العلمي المتخصص والثقافة البيئية، علاوة على قلة الدورات التدريبية التي يشاركون فيها والتي يمكن أن تسهم في تطوير إمكانياتهم المهنية، كما أنهم يواجهون مشكلات عديدة عند عرض الموضوعات البيئية، حيث يعتمدون على تعليقات الخبراء والمتخصصين وغالباً لا ينجحون في تبسيطها أو عرضها بصورة سليمة متكاملة مما يوجد اضطراباً لدى الرأي العام. ويعاني هؤلاء من نقص المصادر المعرفية الدائمة المتحدثة عن قضايا البيئة، مما يحصرهم في إطار المصادر الحكومية المحدودة التي توجد منهم أبواباً للحكومات ورجال الأعمال والشركات الصناعية المحلية والعالمية⁽³⁾ إضافة إلى نقص التكوين والتأهيل المهني في مجال الإعلام البيئي، فإن اختلاف التفسير العلمي لبعض العلماء والخبراء يضع الإعلاميين في مأزق اختيار الموقف السليم، خاصة لما تكون المشكلة ذات خلفيات سياسية أو اقتصادية تتعلق بمصالح الدول، كإيقاف الصناعات التي تؤثر على طبقة الأوزون مثلاً، أو تخفيض غازات الدفيئة أو منع التجارب النووية... وغيرها

لهذا فإن قلة خبرة الإعلامي، ونقص تكوينه، وضعف إلمامه بقضايا البيئة ومشكلاتها، كلها معوقات تجعل المكلف بالإعلام، ضعيف في أداء رسالته الإعلامية البيئية، وبالتالي يكون في تبعية للحكومة والخبراء الذين عادة ما يتطرقون للشؤون البيئية على حسب أهدافهم ومصلحتهم.

يعتقد بعض الباحثين أن الإعلام البيئي لم يحظ بإقبال الكثير من قبل الإعلاميين، وبرروا عزوف الإعلاميين عن التخصص في الإعلام البيئي، بالأسباب التالية:⁽⁴⁾

1. إن التخصص في العلوم البيئية جديد نسبياً ضمن التخصصات الأخرى.
2. طبيعة المشكلة البيئية لا تشكل سبباً صحفياً إلا إذا تعلقت بكارثة بيئية أو بأضرار فادحة ناتجة عن التلوث.

(1)- محمد سعد أبو عامود، مرجع سبق ذكره، ص145.

(2)- حسن رجب، الصحافة البيئية، دليل المدرب الصحفي (مطابع الأهرام التجارية، مصر، 2000)، ص04.

(3)- برنامج الأمم المتحدة للبيئة، "الجمهور والبيئة" (كينيا: 1988)، ص59.

(4)- فاطمة الزهراء زرواطي، "أهمية الإعلام في دعم قضايا البيئة"، مداخلة قدمت في إطار فعاليات الجامعة الصيفية الأولى للصحافيين الجزائريين، حول "الإعلام والبيئة"، الجزائر (ولاية الطارف) 27 جوان 2010.

3. عند تناول البعد البيئي لمشكلة رئيسة فإن ذلك يتطلب الإلمام بتخصصات أخرى، لأن قضايا البيئة ذات أبعاد متداخلة مع الاقتصاد والتنمية والاجتماع والسياسة.
4. الزمن المطلوب لكتابة تقرير صحفي بيئي يستغرق وقتاً أطول لمراجعة بعض الأمور الفنية والعلمية والإحصائيات.
5. إن القضايا البيئية تثير معها سياسات صاحب القرار الرسمي، وأصحاب القرار من القطاع الخاص، الذين قد تتعارض مصالحهم مع حماية البيئة والتنمية المستدامة.
6. عدم تشجيع القائمين على المؤسسات الإعلامية الصحفيين ودفعهم للخوض في مجال البيئة وعدم تخصيص صفحات في الجرائد أو برامج في الإذاعة والتلفزيون تهتم بشؤون البيئة والتوعية البيئية، والافتقار إلى الأرشيف التخصصي والمكتبة التلفزيونية، وانخفاض الأجور التي يتم منحها عن الموضوعات والريبورتاجات البيئية التي تحتاج إلى جهد ومال كبيرين، واقتصار دور الإعلام على إبراز الإيجابيات، والابتعاد عن كشف السلبيات التي تلحق بالبيئة.
7. غياب التبادل المعرفي بين المشرفين على الصفحات البيئية في الصحف، وبين الخبراء والمهتمين والجمعيات المعنية، الأمر الذي ينتج عنه أحياناً معالجة سطحية لقضايا البيئة. كذلك مسألة غياب التنسيق بين وسائل الإعلام نفسها، وغياب بنك المعلومات وانعدام تأهيل الإعلاميين البيئيين ورفع كفاءتهم.
- يضاف إلى ذلك وجود مجموعة من السلبيات تتمحور حول الرؤية الخاطئة لمفهوم البيئة لدى الإعلاميين، مما أدى إلى ما يلي: ⁽¹⁾
 1. أحادية المعالجة الإعلامية.
 2. الاقتصار على التغطية الخبرية وقلة التحقيقات الصحفية الموثقة عن البيئة.
 3. الخلط بين الموضوعات الإعلانية المدفوعة الأجر والموضوعات الإعلامية، فضلاً عن انحياز أغلب هذه المعالجات لوجهة نظر الحكومات بسبب اعتمادها على المصادر الرسمية، علاوة الاهتمام بالقضايا البيئية العالمية على حساب القضايا المحلية.
- مقترحات وحلول للارتقاء بالإعلام البيئي: ⁽²⁾**
 1. ضرورة إيجاد إعلام بيئي متخصص، يستند إلى العلم والمعرفة والمعلومات، ويتطلب هذا إيجاد المحرر الإعلامي المتخصص تخصصاً دقيقاً بالبيئة، ووجود مناهج دراسية للإعلام البيئي، سواء في الجامعات أو في دورات تدريبية أو في ورش عمل (Les Ateliers) ترعاها وزارة البيئة.

(1) - عواطف عبد الرحمان، الإعلام العربي وقضايا العولمة، ص 292 .

(2) - فاطمة الزهراء زرواطي، مرجع سابق الذكر.

2. تنظيم جائزة سنوية للإعلاميين البيئيين عن أفضل الأعمال، في الإعلام المقروء والمسموع والمرئي، لتشجيع الإعلاميين على الخوض في هذا المجال.
3. تعاون جميع الوزارات والمؤسسات والهيئات في معالجة المشكلات البيئية، وبالإمكان الاستفادة من التجارب العالمية في هذا المجال، وضرورة المشاركة في المنديات والمؤتمرات الدولية في مجال البيئة والاستفادة من النقاشات والتوصيات التي تنتج عنها.
4. تعاون مراكز المعلومات البيئية لتزويد وسائل الإعلام المختلفة بالمعلومات الضرورية، كذلك تزويدها بآخر الدراسات والنشاطات الإقليمية والدولية، والتعاون مع الجمعيات غير الحكومية ذات الصلة بالشأن البيئي.
5. ضرورة وجود لجنة عليا للإعلام البيئي لرسم السياسات والخطط والبرامج، وتنظيم حملات إعلامية بيئية للمواضيع الهامة الطارئة أو ذات الأولوية بالتعاون مع الجهات المعنية.
6. تشجيع التواصل بين الإعلاميين البيئيين مع الخبراء والمختصين والمهتمين بالشأن البيئي من خلال شبكة وطنية بأسمائهم وعناوينهم والحصول على آرائهم بصدد المشاكل البيئية المطروحة.
7. التعاون بين وزارة الإعلام ومختلف وسائل الإعلام الحكومية والخاصة، لوضع خطة وطنية للإعلام البيئي تتسجم مع الخطة والإستراتيجية الوطنية للبيئة.
8. تشجيع حراس البوابة الإعلامية (رؤساء التحرير، مديرو القنوات التلفزيونية والإذاعية) على منح مساحات أكبر في الصفحات والبرامج التي تعالج قضايا البيئة والتنمية المستدامة.
9. تطوير مديرية البيئة على المستوى الوطني، لتكون قادرة على تزويد الإعلاميين يومياً بالمعلومات الجديدة والنشاطات المختلفة الخاصة بالشأن البيئي.
10. تمكين التواصل بين الإعلاميين البيئيين مع الخبراء والمختصين والمهتمين بالشأن البيئي من خلال شبكة وطنية بأسمائهم وعناوينهم والحصول على آرائهم بصدد المشاكل البيئية المطروحة، وتشجيع إقامة أقسام خاصة للمكتبة البيئية في مختلف وسائل الإعلام، تتوفر فيها المراجع والكتب البيئية والمعاجم والمصطلحات وغيرها.

IV. المحددات المتعلقة بالفكر البيئي:

ونقصد بها العوامل الناتجة عن تناول العلماء لقضايا البيئة واختلافهم في تفسير الظواهر البيئية والحلول المقدمة لعلاجها، إضافة إلى اختلافهم في الأولويات التي يعطيها كل فريق منهم لهذه الظواهر وما يفسر هذا الاختلاف هو تشعب الموضوعات التي تدخل في هذا النطاق، واختلاف مجالات الدارسين والمؤلفين الذين يتناولون كل موضوع بطريقة مختلفة تعبر عن وجهة نظر كل واحد منهم، أو وجهة نظر المدرسة التي ينتمي إليها.

المبحث الثالث: دور الإعلام في نشر الوعي البيئي:

تحتل وسائل الإعلام في المجتمعات المعاصرة دور مهم في توجيه الرأي العام نحو القضايا ذات الاهتمام المشترك، وقد كان للتطور التكنولوجي الكبير الذي شهدته هذه الوسائل بتعدد أشكالها وصورها انعكاسه الإيجابي على تضاعف قدراتها وفعاليتها في تعبئة الرأي العام وتوحيد مواقفه حيال العديد من القضايا الإنسانية المشتركة وعلى مختلف الأصعدة المحلية والوطنية والدولية، حيث أصبح إقناع الرأي العام بأي قضية من قضايا الشأن العام خلال العقود والسنوات الأخيرة، متوقف وبدرجة كبيرة على ما تقدمه وسائل الإعلام من آراء ومعلومات تساعد على الاقتناع بها⁽¹⁾.

ومن هنا كان بروز دور وسائل الإعلام - بمختلف أشكالها ووسائلها - الحديثة، ليس مجرد وسائل لنقل المعلومة والخبر المجرد، بل كضرورة أساسية في بناء رأي عام مدرك وواعي بمختلف القضايا والمسائل ذات الاهتمام الإنساني المشترك محليا ودوليا، وذلك من خلال دورها المحوري في نقل وإيصال وتداول كل أشكال المعرفة الإنسانية، وتثوير الأفراد والمجتمعات بجميع المعلومات والتفاصيل المتعلقة بالقضايا ذات الاهتمام المشترك، سواء من حيث دوافعها ومسبباتها أو تأثيراتها وأبعادها على الحياة العامة، مما يجعل الفرد بشكل خاص والمجتمع عموما على بينة من أمره في فهم حقيقتها وتحديد موقفه ورأيه اتجاهها⁽²⁾.

يعتبر الوعي البيئي الوسيلة الأكثر فعالية التي تضع المجتمع أمام مسؤوليته في التعامل مع قضايا البيئة، وتأتي ضرورة تنمية الوعي البيئي عند الفرد من خلال الإعلام عن طريق نشر المعلومات الخاصة بها من منطلق التعريف بالمشكلات البيئية والدعوة إلى استخدام مواردها استخداما سليما، فهذه الموارد وذلك الاستخدام إنما يتعرضان لمشكلات هي من صنع الإنسان نفسه، ومادام الأمر كذلك فلا بد من حماية هذه البيئة من الإنسان ذاته، وهذا يتطلب تنمية الوعي البيئي⁽³⁾.

كما يعتبر الإعلام بأنواعه المختلفة من أهم وأنجع الوسائل في نشر الوعي البيئي، لما له من تأثير عميق في فئات المجتمع على اختلاف بنيتهم الاجتماعية، وتركيباتهم الثقافية، وظروفهم الاقتصادية، وعلى اختلاف طبيعة النظام السياسي، فهو بذلك يسمى السلطة الرابعة (La Quatrième Autorité) لما له من قدرة كبيرة في تشكيل الرأي العام وتوجيهه، وكذا إحساسه بالبيئة ومشكلاتها من خلال إكساب الفرد المعارف والقيم والاتجاهات والمهارات وأساليب السلوك التي تجعل الفرد مسؤولا اتجاه بيئته، فدوره في عملية التحسيس والتوعية البيئية هو من الأهمية بمكان، حيث تساهم في تشكيل الوعي البيئي لدى

(1) - عبد الكريم محمد السروي، الرقابة الشعبية على سلطة رئيس الدولة "دراسة مقارنة بين النظامين الدستوري المعاصر والإسلامي"، (دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، 2009)، ص 276.

(2) - المرجع نفسه، ص 239.

(3) - رمزي منصور، التربية البيئية، (مركز علوم صحة البيئة والمهنة، جامعة بيرزيت (فلسطين)، 2004)، ص ص 121، 122.

الجمهور الواسع عن طريق تزويده بالمعطيات الصحيحة والمستجدة حول البيئة. وقد أشارت بعض الدراسات الغربية أن البيئة تحتل مركزا متقدما ضمن الاهتمامات الإعلامية، كما أنها تتراوح بين المرتبة الأولى والثانية لدى الرأي العام.

فالإعلام والتوعية هما أهم نقاط الارتكاز لانطلاق أي فكرة أو قضية بيئية، ولأن القضايا والمشكلات البيئية تصدرت أجندة الاهتمامات الدولية والإقليمية والقومية، ولحد من النتائج والآثار السلبية المتوقعة لهذه المشكلات، فقد اتفقت غالبية المؤتمرات على ضرورة توعية الشعوب بها، لذا أُلقيت مسؤولية التوعية والتبصير بالقضايا البيئية على كاهل الإعلام باعتباره أداة الاتصال الجماهيري الفعال.

وتعني كلمة الدور: "التبعاات والمسؤولية والمهام الملقاة على عاتق وسائل الإعلام في تحقيق وظيفة التوعية البيئية".⁽¹⁾

أما كلمة التوعية فنعني بها: "نشر الحقائق والمعارف البيئية بين أفراد المجتمع لتحسين سلوكهم وأسلوب حياتهم اتجاه البيئة".⁽²⁾ عن طريق برامج أو نشاطات توجه للناس عامة أو لشريحة معينة بهدف توضيح وتعريف مفهوم بيئي معين، أو مشكلة بيئية لخلق اهتمام وشعور بالمسؤولية وبالتالي تغيير اتجاههم ونظرتهم، وإشراكهم في إيجاد الحلول المناسبة لمشكلة البيئة.

ونعني بالوعي البيئي: "مساعدة الأفراد والجماعات على اكتساب فهم أساسي للبيئة الكلية والمشكلات المرتبطة بها ولدور الإنسان ومسؤوليته الخطيرة فيها".⁽³⁾

والوعي البيئي: "هو أحد نواتج التربية البيئية الذي يقوم على الإحساس بالبيئة والإدراك لمكوناتها وفهم مشكلاتها بالشكل الذي يؤدي إلى تكوين قيم واتجاهات وسلوك بيئي سليم".⁽⁴⁾

ويمثل الوعي البيئي "كل النشاطات العقلية التي تعمل على زيادة الإدراك والشعور والإحساس بالمشاكل والقضايا البيئية كافة".⁽⁵⁾

المطلب الأول: وظائف الإعلام البيئي:

(1)- عبد العزيز عبد الله أحمد الشايع، الإعلام ودوره في تحقيق الأمن البيئي (مذكرة ماجستير غير منشورة) أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، سنة 2003، ص 10.

(2)- المرجع نفسه، ص 79.

(3)- قيولا فارس البيلوي، التربية البيئية ومقوماتها السلوكية، المجلة العربية للعلوم الإنسانية (السعودية)، العدد 04، سنة 1981، ص 179.

(4)- سيتا أرام كيورك كرايديدان، بناء أداة لقياس الوعي البيئي عند تلميذ الصف السادس الابتدائي، (رسالة ماجستير غير منشورة)، كلية التربية، جامعة البصرة (العراق)، سنة 2005، ص 17. منشد 2004

(5)- فيصل منشد، معيار الوعي البيئي لدى طلبة أقسام الجغرافيا في الجامعات العراقية، بناء وتطبيق، (رسالة دكتوراه غير منشورة)، كلية التربية، جامعة البصرة (العراق)، سنة 2004، ص 270.

من أهم الوظائف المنوطة بالإعلام البيئي، يمكن أن نذكر مايلي:

I. الإعلام: تعتبر وظيفة الإعلام محور الارتكاز ونقطة الانطلاق لوظائف وسائل الإعلام المختلفة، وهي من أهم الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام، وتعتبر في مقدمة وظائف الإعلام البيئي، إذ يصعب القيام بالوظائف الأخرى في غيابها.

II. التفسير والتحليل: تعتبر هذه الوظيفة مكملة للوظيفة الأولى، فالأخبار والمعلومات والبيانات التي تنبثها وسائل الإعلام عن شؤون البيئة وقضاياها تحتاج إلى تفسير أسبابها وآثارها، وتوضيح أبعادها وتداعياتها، وتبيان تفاصيلها ونتائجها.⁽¹⁾

III. التثقيف والتعليم: يعد الإعلام من أهم وسائل التعليم والتثقيف، لما له من قدرة على التأثير في حياة الناس وطرق معيشتهم، وعن طريق بث الأفكار والقيم والمفاهيم والمعتقدات يمكن أن تتم عملية التوعية بقضايا البيئة ومكوناتها، والإسهام في صون مواردها.

IV. إحداث الدوافع وتعزيزها: وتعني حث الاختبارات الشخصية والتطلعات، ودعم الأنشطة الخاصة بالأفراد والجماعات بهدف التركيز الكلي على تحقيق الأهداف المرجوة. وهذا الأمر مهم في القضايا المرتبطة بالبيئة ومكوناتها، إذ يسهم في تعزيز الوعي المجتمعي العام بهذا المجال الحيوي الذي أصبح شأنًا عالمياً.

V. التنشئة الاجتماعية: وتتمثل هذه الوظيفة في توفير رصيد مشترك من المعارف والمهارات المرتبطة بالبيئة، بما يمكن الناس من العمل بفعالية في المجتمعات التي يعيشون فيها، فيتأزرون واعيّن مشكلاتهم بما يحقق مشاركتهم في الحياة العامة، إضافة إلى التعاون ضمن الأقاليم وصولاً إلى التعاون الدولي لهذه المجتمعات بما يضمن تنسيق الجهود للحد من تدهور البيئة وإتلاف مواردها، ويسهم في وضع الحلول المناسبة لمشكلاتها.⁽²⁾

VI. الإقناع: يعتبر الإقناع جهداً اتصالياً وإعلامياً مخططاً ومدرّساً للتأثير في الآخرين وتعديل سلوكهم ومعتقداتهم وقيمهم وميولهم، من خلال الاستخدام المركز لوسائل الإعلام، وذلك لدفع الجمهور إلى اتخاذ مواقف إيجابية وفعالة تجاه قضايا البيئة وصون مواردها والحد من تدهورها، وعملية الإقناع تحتاج إلى جهود ودراسات من خبراء معنيين بمجالات إنسانية عدة للوصول إلى أفضل أساليب الإقناع وأكثرها رسوخاً.

VII. الإرشاد والتوجيه: تهدف هذه الوظيفة إلى إحداث التوجيه والإرشاد المطلوبين لتعزيز الوعي البيئي لدى الجمهور من خلال توضيح السبل المثلى للتعامل مع المسائل البيئية، وأساليب الوقاية

(1) - زهير عبد اللطيف عابد، أحمد العابد أبو السعيد، مرجع سبق ذكره، ص 40.

(2) - المرجع نفسه، ص 40.

والعلاج، وتبسيط الضوء على الأحداث والمشكلات السابقة للحدث والتوقعات للأحداث اللاحقة،

لمساعدة الأفراد والجماعات على فهم ما يجري حولهم وتعزيز مشاركتهم البناءة تجاهها.⁽¹⁾

VIII. الإعلان: حيث تلجأ المؤسسات المعنية بالبيئة للإعلان مما تقوم به من أنشطة عدة، ودعوة الجمهور

إلى التفاعل معها، وتسويق حملاتها الإعلامية ذات المضامين الداعية إلى حماية البيئة.⁽²⁾

المطلب الثاني: وسائل الإعلام البيئي ودورها في التوعية البيئية:

ينصرف مضمون الإعلام البيئي لكل صور وأشكال العمل الإعلامي التي تهدف لتمكين الأفراد والجماعات من الإطلاع على المعلومات والأخبار المتعلقة بقضايا البيئة، بغية تأثير في سلوكياتهم ومواقفهم اتجاهها والرفع من مستوى إدراكهم وشعورهم بمسؤولياتهم المباشرة في المحافظة على المحيط البيئي والعمل على تنمية وحماية موارده وتوازناته، فالإعلام البيئي هو إعلام معلومات وتحليل وليس إعلام دعاية وافتراسات نظرية، وذلك من خلال تعامله مع موضوع البيئة كقضية إعلامية تتطلب البحث والتدقيق في مختلف تفاصيلها وفتح النقاشات والحوارات العامة بخصوصها، وليس مجرد أخبار يتم تداول نقلها بدون أي تحليل موضوعي وموثق.⁽³⁾

تلعب وسائل الإعلام البيئي دورا هاما في عملية التوعية البيئية، لما تمتاز به من دور فعال في المجتمع، وقدرتها الكبيرة في التأثير على الجماهير - خاصة الموظفة للصورة- وهذا ما يجعلها تؤدي دورا مهما في عملية تعديل السلوك الخاطئة اتجاه البيئة، وتشكيل الاتجاهات والمواقف الإيجابية مكانها. ويمكن توضيح هذا الدور فيما يلي:

I. التلفزيون:

مما لا شك فيه أن لكل وسيلة إعلامية القدرة على إحداث الأثر في جمهورها من خلال ما تعالجه في أي مجتمع من المجتمعات، وبعد التلفزيون أقوى هذه الوسائل من حيث تأثيرها على المشاهدين على اختلاف أعمارهم ومستوياتهم الاجتماعية والثقافية، لما له من إمكانيات متعددة ومتنوعة، خاصة في المجال الاجتماعي وما يترتب عن ذلك من توعية ووقاية من مختلف الأزمات والظواهر التي تشكل خطورة على المجتمع وأفراده⁽⁴⁾، ففي دراسة أجريت "بانجلترا" وجد أن نسبة 52% من الناس يتقنون أكثر في البرامج الإخبارية التلفزيونية، بينما يثق 33% منهم في الصحف والمجلات الأسبوعية.⁽⁵⁾

(1)-زهير عبد اللطيف عابد، أحمد العابد أبو السعيد، مرجع سبق ذكره، ص 41.

(2)- عبد الله بدران، مرجع سبق ذكره، ص 21.

(3)- بركات مريم، مرجع سبق ذكره، ص 171.

(4)- عماد الدين سلطان، مختصر الدراسات الأمنية(المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب، السعودية، 1986)، ص 332.

(5)- أحمد الجلال، مرجع سبق ذكره، ص 77.

إن بإمكان التلفزيون من خلال الصورة والصوت والألوان والحركات والتعليق المؤثر الفعال، تناول قضايا البيئة وإيصالها إلى الجمهور المشاهد بشكل جذاب يجعلهم يتعرفون على واقع بيئتهم، مما يؤثر فيهما على نحو يتيح لهم تعديل بعض السلوكيات أو تحسينها أو تثبيتها، ويمكنهم أيضا من المشاركة في حل المشاكل البيئية.

❖ يقدم التلفزيون مميزات عدة لاستخدامه في المجال البيئي، منها:

- يساعد التلفزيون على زيادة جذب الانتباه للرسالة الإعلامية البيئية، وتدعيم الفكرة البيئية المتضمنة في الرسالة وترسيخها في ذهن المتلقي بالعديد من المشاهد الحية والمصورة.
- تعدد وتنوع الأشكال والقوالب التي يمكن بها تقديم الرسالة الإعلامية التلفزيونية، مثل أفلام الحركة الحية والكرتون والعرائس والصور الفوتوغرافية والأغاني، مما يساعد على استخدام عدة أشكال فنية في البرنامج الإعلامي الواحد.
- المرونة في عرض الرسالة الإعلامية البيئية، خاصة مع تعدد البرامج وتنوعها وزيادة عدد القنوات التلفزيونية، والاستفادة من قصر المدة الزمنية للرسالة الإعلامية لتكرار بثها بصفة دورية بين البرامج أو الفترات المخصصة للإعلانات.
- توظيف الفنون التشكيلية والرسم والنحت من خلال لوحات ثابتة بين البرامج تستخدم كخلفيات للمذيعين للارتقاء إلى أذواق الجمهور.⁽¹⁾

II. الإذاعة:

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

❖ يحقق استخدام الإذاعة في الإعلام البيئي عددا من المزايا والفوائد منها:⁽²⁾

- تساعد الإذاعة على تحقيق ميزة مهمة في الإعلام البيئي هي فورية الاتصال، حيث يصل إلى الجمهور في أي موقع أو منطقة جغرافية وبأسرع وقت، وينبئهم بآخر المستجدات على الساحة البيئية.

(1)- منى الحديد، الراديو والتلفزيون والتوعية البيئية، مجلة الإعلام العربي والقضايا البيئية، معهد البحوث والدراسات البيئية، القاهرة، 1991، ص ص، 190، 193.

(2)- المرجع نفسه، ص ص، 74، 75.

- يمكن الاستفادة من تنوع وكثرة عدد البرامج الإذاعية وقصر المدة الزمنية المحدد لكل برنامج في الراديو، بتقديم بعض الرسائل الإعلامية البيئية المختصرة أو بعض الإرشادات البيئية قبل البرامج الإذاعية المناسبة أو بعدها، بهدف مخاطبة الجمهور المستهدف.

- يمكن الاستفادة من التلوين الصوتي واستخدام الموسيقى والمؤثرات الصوتية في تدعيم وإضفاء الحيوية على مضمون الرسالة الإعلامية، وبخاصة في المشاهد التمثيلية التي تعالج سلوكيات بيئية خاطئة، فضلا عن الاستفادة من تدعيم القدرة على التخيل لدى المستمع.

III. الصحافة المكتوبة (الصحافة البيئية):

لزالّت الصحافة المكتوبة تحتل مكانة هامة بين وسائل الإعلام الأخرى، فالصحيفة وسيلة ميسرة ومريحة في الوقت نفسه، كما أن الفن الصحفي وتنوع ما تحتويه من أخبار وتعليقات وآراء المختصين والعامّة، وشكاوى واقتراحات ورسوم كاريكاتورية وصور. كل ذلك يؤدي إلى أهمية الصحافة بين وسائل الإعلام بالنسبة للرأي العام، هذه المكانة تمنح للصحافة دورا فعالا في التوعية بمختلف مجالاتها⁽¹⁾ وعلى وجه الخصوص التوعية بقضايا ومشكلات البيئة والتلوث على المستوى المحلي والوطني والإقليمي والعالمي.

تعد الصحافة المكتوبة أقدم وسائل الإعلام في التاريخ البشري، يعود إليها الفضل في الحفاظ على تواصل المعارف والعلوم بين الأجيال منذ القرن الخامس عشر، واستطاعت الحفاظ على حضورها في حياة المجتمع بالرغم من التطور المطرد الكمي والكيفي للوسائل الإعلامية الإلكترونية في العصر الحديث.

لكن مجال الصحافة البيئية لم يبدأ بالتشكل إلا في الأربعينيات والستينيات من القرن العشرين، وفي أوائل التسعينيات كانت نقطة تحول جوهرية في الصحافة البيئية، فقد ازداد عدد المراسلين المختصين بشؤون البيئة، وأسس مجمع الصحفيين البيئيين لتأمين الدعم للصحفيين، حيث بلغ الاهتمام بالبيئة حد الذروة، وارتفعت الدعوات المنادية بوضع قوانين حماية البيئة.⁽²⁾ فقد وسعت الصحافة المكتوبة اهتماماتها في معالجة كل القضايا والأحداث، السياسية والاقتصادية والثقافية والاجتماعية وحتى البيئية، و كانت منبرا لكل الفاعلين في مجال البيئة للتعبير عن آرائهم وعرض نشاطاتهم فيما يتعلق بالبيئة، وأصبحت بذلك من المصادر التي تساهم في تنمية الوعي البيئي، وترسيخ أسس التنمية المستدامة، وهذا لملامتها في معالجة القضايا البيئية التي تتسم

(1)- علي الباز، الإعلام والإعلام الأمني (مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، 2001)، ص 16.

(2)- محمد خليل الرفاعي، أثر وسائل الإعلام في تكوين الوعي البيئي، مجلة المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، العدد 215، يناير، سنة 1997، ص 716.

بالتعقيد وتحتاج للشرح والتفسير، وظهر ما يسمى بالصحافة البيئية التي تعتبر حلقة وصل بين المواطن والمؤسسات الحكومية المعنية بشؤون البيئة والإدارة المحلية، حيث تكتشف التحقيقات الصحفية والأعمدة الصحفية والصور الصحفية، وغيرها من فنون الصحافة البيئية الكثير من السلبيات والمشاكل التي تعاني منها البيئة الطبيعية للمواطن، فتعمل على حلها ومعالجتها، بالإضافة إلى قدرتها التأثيرية على المعرفة والاتجاه والسلوك، وذلك على النحو التالي:

1. تكوين وعي بيئي لدى الجمهور المتلقي من خلال تزويده بالمعارف والمعلومات والمفاهيم والحقائق المتعلقة بقضايا البيئة ومشكلاتها للتعريف بها وبأسبابها وتأثيراتها وكيفية معالجتها.
2. إلقاء الضوء على كافة القوانين المنظمة لمقاومة التلوث البيئي، وكذا تعريف المواطن بحقوقه البيئية، وكذلك الواجبات التي يتحتم عليه القيام بها للحفاظ على سلامة البيئة وصيانة مواردها.
3. تركيز انتباه الجمهور المتلقي على القرارات التي تتخذها الهيئات والجهات المختصة بحماية البيئة من التلوث.
4. التثقيف البيئي حيث تعمل الصحافة البيئية على صقل قدرات ومهارات الارتقاء بخبرات الكوادر العاملة في مجال البيئة، سواء بمؤسسات الحكومة أو جمعيات المجتمع المدني عن طريق عرض كل ما يستجد على الساحة البيئية من تطورات.
5. تعريف الجمهور بالمخاطر الناتجة عن ملوثات المياه والهواء والتربة.
6. التصدي للأنشطة التي تؤدي إلى هدر الموارد الطبيعية، سواء كانت أنشطة بشرية جائرة، أو ما تقوم به المؤسسات الحكومية من أنشطة استثمارية.

❖ مزايا اهتمام الصحف والمجلات بالإعلام البيئي:

تعتبر الصحافة البيئية هي التخصص المعني بتناول ومناقشة ومتابعة عناصر وقضايا ومشكلات البيئة، يشيد ويدعم ما يطرأ عليها من إيجابيات ترتقي بعناصرها وتبنى الأفكار البناءة التي تعلي من شأنها، ويتصدى للسلبيات والممارسات الخاطئة والجائرة التي تهدد عناصر البيئة الطبيعية والايكولوجية بالتهور والتدمير والانقراض، ودور الصحافة البيئية في غاية الأهمية في هذا العصر الذي يعرف بتفاقم الأنشطة الجائرة التي نجمت عن التقدم الصناعي الهائل.⁽¹⁾ وتتصف الصحافة البيئية بالعديد من المزايا منها:

- تسمح الصحف للقارئ بالسيطرة على ظروف التعرض، كما تتيح له الفرصة لقراءة المواد الخيرية أكثر من مرة.

(1)- محمود سمير، **الإعلام العلمي**، ط1، (دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008)، ص152.

- تسمح للقارئ بحرية أكبر في التخيل والتفسيرات مما يجعله يساهم بصورة إيجابية وخلاقة في العملية الاتصالية، ومن ثم يزيد من القدرة الاتصالية للرسالة البيئية المنشورة فيها.
- تساعد على التغطية الخبرية لجميع الأنشطة البيئية على المستوى الإقليمي المحلي والقومي، ويسهم هذا في تعزيز القدرة الاتصالية للإدارة المعنية بالتوعية بالجماهير النوعية المستهدفة.
- تتيح الصحف نشر المواد البيئية المختلفة مستخدمة فنونا خبرية متنوعة، كالتقرير والتحليل والتحقيق، في حين لا يمكن استعمال عدد من هذه الفنون في وسائل إعلامية أخرى.⁽¹⁾

❖ معالجة مواضيع البيئة في الصحف اليومية: ويمكن ذلك بما يلي:

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

❖ الصحافة الجزائرية وشؤون البيئة:

وإذا نظرنا إلى دور الصحافة المكتوبة الجزائرية في التوعية والتحسيس البيئي، فإننا نجد هناك اهتمام واضح بالمواضيع ذات الصلة بالبيئة، كالماء والهواء والبحر، ومشكلة النفايات والتصحر وغيرها، بل إن بعضها تنطرق إلى المواضيع البيئية (على المستوى، الوطني أو المحلي) بشكل يومي، وبعضها تخصص صفحات أسبوعية لذلك.^(*)، ويمكن تفسير ذلك بـ:

- استمرار تفاقم مشكلات البيئة على المستوى الوطني والإقليمي والعالمي.
- ارتفاع الاهتمام الإعلامي بقضايا البيئة لدى الإعلام الجزائري، سيما عند الصحافة المكتوبة وبالأخص في الصحف الناطقة باللغة الفرنسية.
- الاهتمام اليومي للصحف الوطنية بشؤون البيئة، بحيث يمكن القول بأن هذه الأخيرة أصبحت مادة إعلامية تغذي الإعلام المقروء في الجزائر.
- تنامي الوعي البيئي لدى القيادة الإعلامية سيما قطاع الصحافة الخاصة.

(1)- زهير عبد اللطيف عابد، أحمد العابد أبو السعيد، مرجع سبق ذكره، ص 45.

(*)- تتميز صحيفة الوطن "El-Watan" التي تصدر بالفرنسية بتغطية معمقة لقضايا البيئة، خاصة تلك المرتبطة بالمعاهدات والمؤتمرات البيئية الدولية. في حين تتميز صحيفة "الخبر" الصادرة بالعربية، بتغطيتها المتواصلة لمواضيع البيئة، من خلال الأخبار والتحقيقات التي يتولاها محرر متخصص. وإلى جانب تغطيتها بشكل مكثف لنشاطات وزارة تهيئة الإقليم والبيئة.

- تسجيل ارتفاع في مستوى الثقافة البيئية لدى الصحفيين ورجال الإعلام، من خلال تعدد مواضيع البيئة المرتبطة بالمجالات العلمية والسياسية والاقتصادية، وغيرها.
- تشكل جمهور مهتم بقضايا البيئة على المستوى الوطني.
- تدعم الجهود الرسمية الرامية إلى حماية البيئة من التلوث والتدهور المستمر.⁽¹⁾

لكن بالرغم من كثرة المواضيع البيئية في الصحف الجزائرية، وزيادة اهتمامها بتغطية قضايا البيئة والتنمية المستدامة، إلا أن معالجتها للمواضيع البيئية تقتصر إلى المتابعة وتتسم بمحتوى إخباري آني بعيد عن التحليل.⁽²⁾ كما أن الإعلام الجزائري يفتقر إلى جرائد وصحف يومية وأسبوعية مختصة في المجال البيئي، كما أن أغلبية الصحف الجزائرية لا تخصص صفحات ثابتة في الجريدة تتعرض فيها للبيئية ومشكلاتها، وإلى كل ما يتعلق بالمجال البيئة والمحيط.

IV. المجالات العلمية:

تعتبر المجالات العلمية من أهم وسائل الإعلام التي يمكن من خلالها نشر الوعي البيئي فهي تطرح القضايا بعمق وبأسلوب علمي، فمنذ أكثر من مائة عام صدرت مجلة "الجغرافيا الوطنية" بأمريكا والتي يبلغ توزيعها أكثر من 10 ملايين نسخة في جميع أنحاء العالم، ومنذ بداية القرن الحالي صدرت العديد من المجالات التي تهتم بنواحي البيئة المختلفة⁽³⁾، منها مجلة "البيئة والسلوك" التي صدرت عام 1981م، وتشير عدد من الدراسات التي تناولت دور الإعلام في التوعية البيئية إلى أن الزيادة الكبيرة في المجالات العلمية ذات البعد البيئي والتي ظهرت في الولايات المتحدة كانت انعكاسا لاتجاهات المواطنين ورغباتهم، فقد أصبحت قضية التلوث تشكل إحدى همومهم الأساسية⁽⁴⁾

وعلى غرار الصحف والجرائد الجزائرية، فإن الإعلام المكتوب الجزائري يفتقر أيضا إلى مجلات علمية مختصة في المجال البيئي، وهذا يظهر أن البيئة ومشكلاتها مازالت لم ترتق لدى الإعلام الجزائري إلى درجة لتكون من ضمن أولوياته ومهامه وانشغالاته المستعجلة.

(1)- أمينة هاجر شلابي، مكانة قضايا البيئة المحلية في الصحافة الجزائرية، دراسة وصفية تحليلية مقارنة لمضامين يوميّتي "الخبر والوطن" في الفترة ما بين 01 جوان إلى 30 نوفمبر 2013 (رسالة ماجستير غير منشورة) كلية علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الاتصال، جامعة الجزائر 03، سنة 2015. ص 137.

(2)- نجيب صعب، "البيئة في وسائل الإعلام العربية"، الملتقى الإعلامي العربي الأول للبيئة والتنمية المستدامة، القاهرة، 27 - 29/11/2006.

(3)- أحمد الجلاّد، مرجع سبق ذكره، ص 47.

(4)- علي الربيعي، "الإعلام وقضايا البيئة"، مجلة البحوث الإعلامية، مصر، 1993/04/05، ص 138.

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

٧. الاتصال الشخصي:

احتفظ الاتصال الشخصي بمكان الصدارة في القدرة على الإقناع والتأثير، ويتميز الاتصال الشخصي بالقدرة على معرفة صدى الرسالة عند المستقبل، وتوجيه الاتصال على أساس هذا الصدى، مما يساعد على إحداث التأثير المنشود إذا ما توافرت مهارات الاتصال عند المرسل وتهيأت ظروف المستقبل لتلقي الرسالة.

يمكن أن يساهم الاتصال الشخصي في التوعية البيئية على النحو التالي:⁽¹⁾

1. الندوات العلمية التي يشارك فيها كبار المختصين وأعضاء الجمعيات البيئية، ومن الضروري أن تمتد هذه الندوات لتشمل الجمعيات الأهلية واللجان الشعبية والمجالس المحلية... وغيرها
2. معالجة مشكلات التلوث على مستوى المساجد بشكل مبسط في إطار خطبة الجمعة، والمواعظ الرئيسية باعتبار الدعوة وثيقة الصلة بما تحت عليه الأديان من حرص على الصلح العام.
3. الاتصال في المؤسسات التربوية والتعليمية وإدخال مفاهيم الترشيد والمحافظة على نشر المفاهيم من خلال المحاضرات والندوات العلمية، وإجراء المسابقات الفنية التي تشجع على نشر هذه المفاهيم.

المطلب الثالث: الحق في الإعلام البيئي في الجزائر:

لا يمكن تفعيل مساهمة الأفراد والمؤسسات - المؤسسات الإعلامية منها - والمجتمع المدني إلى جانب الإدارة في حماية البيئة لتحقيق شراكة حقيقية، إلا من خلال إضفاء الشفافية على النشاط الإداري البيئي وضمان حق الإطلاع على كل البيانات والمعلومات المتعلقة بوضعية البيئة، لأنه لا يمكن توخي المشاركة في جو التعنيم والإقصاء.

ومن هذا المنطلق فقد أقرت النصوص والمبادئ المرجعية في حماية البيئة وبداية من سبعينات القرن العشرين، بمفهوم الحق في الحصول على المعلومة البيئية كركيزة أساسية لتمكين الأفراد والجماعات من حقها ومطالبها الأساسية في التمتع ببيئة صحية وسليمة، إذ تقر أغلب النصوص والقواعد القانونية المتعلقة بمجال البيئة وبعديها الدولي والداخلي، على صلاحية مختلف الفاعلين في المجال البيئي، سواء كأفراد أو تنظيمات مدنية، أو مؤسسات إعلامية، للإطلاع

(1)- علي عوجة، مرجع سبق ذكره، ص ص 115، 116.

والمعرفة المسبقة بمختلف المعلومات والمعطيات المتعلقة بالمحيط البيئي، باعتبارها القاعدة أو الأساس العملي لضمان مشاركتهم الفعلية ضمن مسارات وآليات التسيير البيئي⁽¹⁾.

وكون الجزائر عضو في الأمم المتحدة، وحاضرة في كل مؤتمراتها الدولية حول البيئة، لا سيما مؤتمر استوكهولم 1972، الشيء الذي أوجد اهتمام كبير من قبل المشرع الجزائري حول قضايا البيئة، كما ظهر نوع من الاهتمام في الحق بالإعلام البيئي في الفترة الأخيرة، ونلمس ذلك من خلال قانون البيئة 10-03 المتعلق بحماية البيئة في إطار التنمية المستدامة. حيث في إطار المبادئ العامة التي يتأسس عليها قانون البيئة 10-03، أشار المشرع إلى مبدأ الإعلام والمشاركة والذي يكون بمقتضاه، "لكل شخص الحق في أن يكون على علم بحالة البيئة، والمشاركة في الإجراءات المسبقة عند اتخاذ القرارات التي قد تضر بالبيئة"⁽²⁾.

وأشار قانون البيئة 10-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بحماية البيئة في إطار التنمية المستدامة، إشارة واضحة إلى مبدأ الحق في الإعلام البيئي، حيث خصص له فصل كامل. وجاء في بابه الثاني المتعلق بأدوات التسيير البيئي، في الفرع الأول المتعلق بالحق العام في الإعلام البيئي، في المادة رقم 07 مايلي: "أنه لكل شخص طبيعي أو معنوي يطلب من الهيئات المعنية معلومات متعلقة بحالة البيئة، الحق في الحصول عليها. ويمكن أن تتعلق هذه المعلومات بكل المعطيات المتوفرة في أي شكل مرتبط بحالة البيئة، والتنظيمات والتدابير والإجراءات الموجهة لضمان حماية البيئة وتنظيمها وتحدد كفاءات إبلاغ هذه المعلومات عن طريق التنظيم"⁽³⁾.

وجاء في الفرع الثاني المتعلق بالحق الخاص في الإعلام البيئي، في المادة رقم 08 مايلي: "يتعين على كل شخص طبيعي أو معنوي، بحوزته معلومات متعلقة بالعناصر البيئية التي يمكنها التأثير بصفة مباشرة أو غير مباشرة على الصحة العمومية، تبليغ هذه المعلومات إلى السلطات المحلية، أو السلطات المكلفة بالبيئة"⁽⁴⁾. كما تنص المادة رقم 09 على حق المواطنين في الحصول على المعلومات عن الأخطار التي يتعرض لها في بعض مناطق الإقليم، وكذا تدابير الحماية التي تخصهم. ويطبق هذا الحق على الأخطار التكنولوجية والأخطار المتوقعة⁽⁵⁾.

مما سبق يلاحظ أنه ورد تضيق للحق في الإعلام حول المخاطر الكبرى الطبيعية أو التكنولوجية على مستويين، يتمثل المستوى الأول في حصر هذا الحق على المواطنين فقط، أي

(1)- بركات مريم، مساهمة المجتمع المدني في حماية البيئة، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، كلية الحقوق والعلوم السياسية (قسم الحقوق)، جامعة مولود معمري- تيزي وزو (الجزائر)، 2014، ص 127.

(2)- أنظر: قانون البيئة 10-03، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 43، (20 جويلية 2003)، ص 09.

(3)- قانون البيئة 10-03، مرجع سابق الذكر، ص 10.

(4)- قانون البيئة 10-03، مرجع سابق الذكر، ص 10.

(5)- المرجع نفسه، نفس الصفحة.

للأشخاص الذين يحملون الجنسية الجزائرية، ويتمثل المستوى الثاني في تضيق هذا الحق وقصره على المواطنين الذين يقطنون المناطق التي تتواجد فيها مصادر المخاطر الكبرى، سواء الطبيعية أو التكنولوجية، وبذلك لا يجوز مثلا لمواطن لا يقيم بمنطقة معرضة لمخاطر كبرى لمنشأة ما أن يطالب بحقه في الإعلام عن هذه المخاطر.⁽¹⁾

كل هذه المعوقات وغيرها تؤثر على إقبال المواطنين والجمعيات في طلب البيانات البيئية وبالتالي الامتناع عن المشاركة في المسار التقريري لحماية البيئة، هذا على الرغم من وجود قواعد تنظم الحق في الإعلام البيئي، وتسلب جزاءات على الأعوان المخالفين وتسمح بالطعن القضائي، إلا أنه ناذرا ما يتم اللجوء إليها لضعف المطالبة القضائية بحق الإعلام.

(1) - وناس يحي، الآليات القانونية لحماية البيئة في الجزائر (رسالة دكتوراه غير منشورة) جامعة تلمسان، سنة 2007، ص 162.

الإطار التّطبيقي

للدراسة

الفصل الخامس: أثر الصورة الصحفية في تشكيل الوعي البيئي لدى جمهور الصحافة المكتوبة بمدينة الجزائر العاصمة.

تمهيد.

المبحث الأول: نبذة فنية عن الجرائد الدراسة.

المطلب الأول: جريدة الشروق اليومي

المطلب الثاني: جريدة الخبر اليومي

المطلب الثالث: جريدة النهار الجديد

المطلب الرابع: جريدة الوطن: El Watan

المطلب الخامس: جريدة ليبرتي: Liberte

المبحث الثاني: تحليل معطيات الدراسة الميدانية.

المطلب الأول: تحليل البيانات الشخصية للمبحوثين.

المطلب الثاني: تحليل المحور الأول: علاقة المواطن بالبيئة.

المطلب الثالث: تحليل المحور الثاني: الصورة البيئية في الصحف الجزائرية.

المطلب الرابع: تحليل المحور الثالث: تقييم جمهور الصحافة المكتوبة للصورة البيئية.

المطلب الخامس: تحليل المحور الرابع، دور الصورة البيئية في تشكيل الوعي البيئي.

المبحث الثالث: الاستنتاجات العامة.

تمهيد:

يكتسي تحليل البيانات الميدانية وتفسيرها أهمية كبيرة في البحث العلمي، لأنه يوجه الباحث ليسلط الضوء على بعض الحقائق والمعالم المبهمة عن موضوع الدراسة، وضمن هذا الإطار خصصنا هذا الفصل للتعرض إلى الجمهور المستهدف في دراستنا وهو جمهور الصحافة المكتوبة بمدينة الجزائر العاصمة، وهذا لتعرف على رأيه اتجاه الصور البيئية في الصحف الجزائرية، والوقوف على مدى قدرة هذه الصور في التوعية والتحسيس البيئي لدى أفراد المجتمع.

تم تحليل معطيات الدراسة الميدانية استنادا لمعطيات الاستبيان الموجه لجمهور المبحوثين الذين يمثلون جمهور الصحافة المكتوبة القاطنين بمدينة الجزائر العاصمة، وتم اختيار هذه العينة بصفة قصدية، أي أن اختيارنا وقع فقط على المواطنين الذين يتصفحون فعلا الجرائد العينة (جريدة الشروق اليومي، جريدة الخبر، جريدة النهار الجديد، جريدة (El Watan)، وجريدة (Liberté)). دون غيرهم، وحجم العينة 350 مفردة، رعينا في متغيرات الدراسة خصائص وصفات متنوعة شملت، الجنس والسن والمستوى الدراسي.

وخصصنا هذا المبحث أيضا لتحليل الجداول المتحصل عليها من خلال تفرغ إجابات المبحوثين على الأسئلة، حسب كل محور من المحاور المعتمدة في تقسيم الاستمارة، وهي كالآتي:

- المحور الأول: اشتمل على ثمانية (08) أسئلة، لمعرفة مدى علاقة المبحوث ببيئته.
- المحور الثاني: حول الصورة البيئية في الصحف الجزائرية، وضم ثمانية (08) أسئلة.
- المحور الثالث: حول معرفة تقييم جمهور الصحافة المكتوبة للصورة البيئية في الصحف الجزائرية، واحتوى خمسة (05) أسئلة.
- المحور الرابع: حول رأي المبحوثين في دور الصور الصحفية البيئية في تشكيل الوعي البيئي، وضم ستة (06) أسئلة.

و اعتمدنا في معالجتنا للمعطيات على تحليل مختلف الإجابات من خلال الجداول البسيطة والأشكال البيانية، والهدف منها التحليل العادي البسيط لمختلف المعلومات المتحصل عليها بجلب الانتباه حول الأرقام المعبرة، كما اعتمدنا إلى تحليل الجداول المركبة بغرض تحليل التقاطعات فيما بين الأسئلة ومتغيرات البحث وكذا تحليل تقاطعات الأسئلة فيما بينها.

وتم استخدام التكرار والنسبة المئوية كوسيلة إحصائية لاستخراج النتائج، كما تم إعطاء المبحوثين حرية اختيار الإجابة المناسبة من بدائل الإجابات في بعض الأسئلة، وتم احتساب التكرار على أساس عدد الإجابات المختارة وليس على أساس عدد المبحوثين، لأن بعض المبحوثين قد اختار أكثر من إجابة واحدة، وهذه الطريقة الإحصائية تم استخدامها لإتاحة الفرصة للمبحوثين حرية الاختيار وعدم تقيدهم في إجابات محددة قد لا تمثل الحقيقة كاملة.

وفي الأخير قمنا باستخلاص نتائج جزئية وعامة استنادا إلى تحليل معطيات الدراسة.

المبحث الأول: نبذة فنية عن الجرائد الدراسة:

المطلب الأول: جريدة الشروق اليومي:



جريدة الشروق اليومي هي صحيفة جزائرية يومية تأسست سنة 1990 ، تصدر عن مؤسسة الشروق للإعلام والنشر، تصدر بالعربية شعارها رأينا صواب يحتمل الخطأ ورأيكم خطأ يحتمل الصواب، لها نسخة إلكترونية بالعربية والإنجليزية والفرنسية متوفرة على موقعها الرسمي.

تكونت الجريدة من مهنيين قداماء كانت لهم الخبرة والممارسة من قبل، بعدها اشتغل فيها 13 صحفياً، وبعد أشهر قليلة من صدورها صارت تحتل المرتبة الثانية في الجزائر بسحب تجاوز آنذاك 300 ألف نسخة، وفي عام 2005 كانت انطلاقة جديدة للشروق اليومي عن طريق تجديد الطاقم الصحفي والإداري بالكامل، هذه الإستراتيجية أثمرت نتائجها حيث مع عام 2007 صارت تحتل المرتبة الأولى وطنياً ومغاربياً، استمرت جريدة الشروق اليومي في تطور مستمر إلى أن تجاوزت مليون نسخة يومياً، وهو رقم غير مسبوق على المستوى الوطني، وفي مرحلة الحرب الإعلامية مع مصر أي ما بعد المباراة الأولى قبل 14 نوفمبر 2009 بلغت 2 مليون نسخة.

جريدة الشروق توزع عبر كل التراب الوطني ولديها مراسلين عبر كل الولايات وحتى خارج الوطن. تعتبر من الجرائد الجزائرية الخاصة، يبلغ سحبها اليومي حوالي 600.000 نسخة. وهي بهذا تحتل المرتبة الأولى من حيث السحب والمقروئية في الجزائر.⁽¹⁾

احتل موقع الشروق أون لاين الواجهة الإلكترونية لموقع جريدة الشروق الجزائرية المرتبة الأولى من حيث أعداد زواره سنة 2014 واحتل المرتبة الثالثة عشر من حيث ترتيب المواقع التي يزورها الجزائريين.⁽¹⁾

(1) - جريدة الشروق اليومي (الجزائرية)، الموسوعة الحرة (ويكيبيديا)، <https://ar.wikipedia.org/wiki/>، تاريخ التصفح، 2017/02/09.

تعمل جريدة الشروق اليومي على تغطية كامل القضايا الوطنية والدولية، منها القضايا السياسية، الاجتماعية، الاقتصادية، الثقافية، والرياضية، كما تهتم بمعالجة القضايا والمشكلات البيئية في الجزائر، من خلال تطرقها لعدة مواضيع بيئية في صفحاتها، خاصة ما يتعلق بالتجاوزات التي يتسبب فيها المواطن اتجاه سلامة البيئة.

المطلب الثاني: جريدة الخبر اليومي:



جريدة الخبر هي جريدة يومية جزائرية مستقلة، شعارها الصدق والمصداقية. تأسست بموجب عقد توثيقي في الفاتح من سبتمبر سنة 1990 من طرف مجموعة من الصحفيين العاملين في صحف عمومية وبالأخص في صحيفتي المساء والشعب، وهذا على شكل مساهمة برأسمال ابتدائي يقدر بـ 30.26.000 دج. وصدر العدد التجريبي من الصحيفة في 06 جوان 1986 بسحب ألف (1000) نسخة وزعت على الأحياء الكبرى من العاصمة.

وتعد جريدة الخبر أول صحيفة جزائرية مستقلة صدرت باللغة العربية، تضم خمسة أقسام وهي: القسم الوطني، القسم الدولي، القسم الثقافي، القسم الرياضي، قسم الصحة والمنوعات، وعلى رأس كل منها رئيس يشرف على تسييرها.

وقد استطاعت الصحيفة رغم كل العراقيل والصعوبات التي واجهتها منذ نشأتها خاصة فيما يتعلق بعملية الطبع والتوزيع أن تحقق مكانة معتبرة ويتضح ذلك في تزايد معدلات سحبها، حيث

(1) - الصحف الجزائرية الأكثر مقروئية على الأنترنت لسنة 2014، <http://dir.dzemploi.org/2015/01/journaux->، populaires-en-algerie-2014-sur-internet.html، تاريخ التصفح، 2017/02/09.

أصبحت اليومية بعد مرور عشر سنوات من تأسيسها الجريدة الأكثر سحبا في الجزائر، بعدد يقدر بـ 450.000 نسخة يوميا، أي بمعدل نصف مليون نسخة يوميا، كما أنّ لها نسختين إضافيتين في موقعها الإلكتروني، نسخة باللغة الفرنسية وأخرى باللغة الإنجليزية.

تقدر نسبة مقروئية الجريدة 90%. حيث حصلت على لقب الحضور الأول والصحيفة الأولى في الجزائر الصادرة بالعربية من حيث الانتشار والمقروئية بنسبة 40% مستوى جامعي، 61.50% إدارات وموظفين، 67% قراء شباب أي ما بين 18 و34 سنة.⁽¹⁾

توظف مؤسسة الخبر 215 شخصا منهم 72 صحفيا دائما و03 مصورين وكاريكاتوريين. تملك الخبر 48 مكتبا عبر التراب الوطني و07 مكاتب في بلدان عربية وأجنبية، وحوالي مائة مراسل متعاون عبر الوطن. كما تملك مكتبين جهويين أحدهما في شرق البلاد بولاية قسنطينة والثاني في غرب البلاد بولاية وهران، بالإضافة إلى مكاتب ولائية عبر كامل التراب الوطني.

تنقلت إلى مقرها الجديد بحيرة عام 2008 حيث كانت في السابق تتخذ من دار الصحافة مقراً لها. يضم المبنى الجديد التابع لها الإدارة العامة، مديرية المحاسبة والمالية، المديرية التجارية، التحرير بمختلف أقسامه، مديرية العلاقات العامة والتسويق، قسم المنازعات، بالإضافة إلى مركز الدراسات الدولية. وقد زودت مختلف الأقسام بأحدث ما أبدعته التكنولوجيا مما يحفز العمال على العطاء وبذل المزيد من الجهد.⁽²⁾

يبلغ متوسط سحب جريدة الخبر 480000 نسخة، مع العلم كذلك فقد تم إصدار جريدة الخبر يوم الجمعة. ويكمن سر نجاحها في قربها من المواطن الجزائري، حيث احتضنت كل همومه وانشغالاته، السياسية والاجتماعية والاقتصادية إضافة إلى تطرقها إلى القضايا والمشاكل البيئية، حتى أصبحت الناطق باسمه تجاه السلطات العمومية.

(1) - أمينة هاجر شلابي، مرجع سبق ذكره، ص144.

(2) - الخبر (صحيفة)، الموسوعة الحرة (ويكيبيديا): [https://ar.wikipedia.org/wiki/الموسوعة_الحرة_\(ويكيبيديا\)](https://ar.wikipedia.org/wiki/الموسوعة_الحرة_(ويكيبيديا))، تاريخ التصفح، 2017/02/09.

تحتل جريدة الخبر المرتبة الثانية من حيث السحب والمقروئية بعد جريدة الشروق اليومي، كما كشفت دراسة قام به مكتب الدراسات "ميديا سورفي Media & Survey"، أن أكثر من 37 بالمائة من الجزائريين يعتبرون "الخبر" الجريدة الأكثر مصداقية في الصحافة الوطنية.⁽¹⁾

المطلب الثالث: جريدة النهار الجديد:



جريدة النهار الجديد، جريدة يومية جزائرية مستقلة تصدر عن شركة الأثير للصحافة في حيدرة بالجزائر العاصمة، تأسست سنة 2007. فهي صحيفة يومية عامة ناطقة باللغة العربية، تتناول أخبار الجزائر وتتبع كل ما يحدث ويجري على الساحة في الجزائر، في المجال السياسي، الاجتماعي، الاقتصادي، إضافة إلى المجال البيئي.

يصل سحبها اليومي إلى 400 ألف نسخة.⁽²⁾ تحتل المرتبة الثالثة من حيث السحب والمقروئية بعد جريدتي الشروق اليومي و الخبر.

(1)- الخبر (صحيفة)، الموسوعة الحرة (ويكيبيديا)، <https://ar.wikipedia.org/wiki/الخبر>، تاريخ التصفح، 2017/02/09.

(2)- النهار الجديد (جريدة جزائرية)، الموسوعة الحرة (ويكيبيديا)، https://ar.wikipedia.org/wiki/النهار_الجديد، تاريخ التصفح، 2017/02/09.

El Watan

LE QUOTIDIEN INDÉPENDANT

جريدة الوطن: بالفرنسية "El Watan" هي صحيفة يومية جزائرية تصدر باللغة الفرنسية، تحتل المركز الرابع من حيث عدد المبيعات. تصدر من السبت إلى الخميس تهتم بالأخبار الوطنية والمحلية والدولية السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية والرياضية والفنية.

تأسست جريدة الوطن "El Watan" في الثامن أكتوبر 1990، بمناسبة الذكرى الثانية لأحداث أكتوبر 1988 التي جرت أحداثها في الجزائر.⁽¹⁾

تعتبر يومية الوطن "El Watan" أول جريدة صباحية مستقلة أصدرت في الجزائر، انتهجت خط افتتاحي يعتمد على المعالجة الموضوعية للمعلومات وتحليلها بطريقة تتناسب مع سياقها، والتدقيق في صحتها قبل نشرها، كما أن هناك اهتمام دائم بالانفتاح على جميع الحساسيات السياسية للبلاد خاصة منها المعارضة.

أصبحت جريدة الوطن "El Watan" فضاء تدور فيه الحوارات وتطرح فيه أفكار المثقفين الجزائريين، ومنبر دائم لمناقشة المسائل المتعلقة بالديمقراطية وكذا الخيارات الاقتصادية والاجتماعية للبلاد. وعلى مستوى النشر فقد عززت المؤسسة إصداراتها بثلاث ملحقات أسبوعية: ملحق اقتصادي، ملحق عقاري، وملحق للبرامج التلفزيونية، ويتم توزيع اليومية في كل أرجاء الوطن الجزائري، كما توزع في مناطق خارج الوطن خاصة في فرنسا.⁽²⁾

(1) - الوطن (جريدة جزائرية)، الموسوعة الحرة (ويكيبيديا)، <https://ar.wikipedia.org/wiki/>، تاريخ التصفح، 2017/02/09.

(2) - المرجع نفسه.

تتميز يومية الوطن في الساحة الإعلامية الجزائرية باهتمامها بالمواضيع الوطنية والجهوية، فقد فتحت مكاتب تحرير جهوية ومحلية عبر التراب الوطني، ومنذ سنوات رفعت اليومية الرهان على المعلومات الجوارية، وذلك بتخصيص صفحات خاصة تعالج المواضيع الجهوية منها: قسنطينة، سطيف، وهران، تيزي وزو، بجاية... وغيرها. وهي مواضيع تهتم بانشغالات المواطن الجزائري، الأمر الذي زاد من مصداقية ومقروئية الجريدة في خياراتها وانتقائها للمواضيع، وذلك بإعطائها مكانة مهمة للأخبار الوطنية، قضايا المجتمع، الأحداث السياسية، الاقتصادية، الرياضية، والأخبار العالمية، إضافة إلى المواضيع المتعلقة بالبيئية وحماية المحيط، معتمدة في ذلك على الريبورتاج والتحقيق، ودوائر الحوار. (1)

المطلب الخامس: جريدة ليبرتي: Liberté



ليبرتي بالفرنسية : "Liberté" وتعني حرية، وهي صحيفة يومية جزائرية تصدر باللغة الفرنسية، تأسست في 27 جوان 1992.

تهتم بالأخبار الوطنية والمحلية والدولية، السياسية منها، الاقتصادية، الاجتماعية، والرياضية والفنية. يبلغ متوسط سحب جريدة "Liberté" 114500 نسخة، حسب وزارة الاتصال، وهي بذلك تحتل المرتبة الثالثة في صفوف الجرائد الجزائرية الناطقة باللغة الفرنسية. (2)

تولي جريد ليبرتي "Liberté" أهمية بالغة للمجال البيئي، من خلال ما تعرضه من قضايا بيئية محلية منها وعالمية، وكذا تتبعها لكامل التظاهرات العالمية الخاصة بالبيئة خاصة ما يتعلق بقمم الأمم المتحدة للتغيرات المناخية.

(1)- أمينة هاجر شلابي، مرجع سبق ذكره، ص146.

(2)- Liberté (Algérie), **L'encyclopédie wikipédia libre**, <https://fr.wikipedia.org/wiki/Liberté>. voir: 09/02/2017.

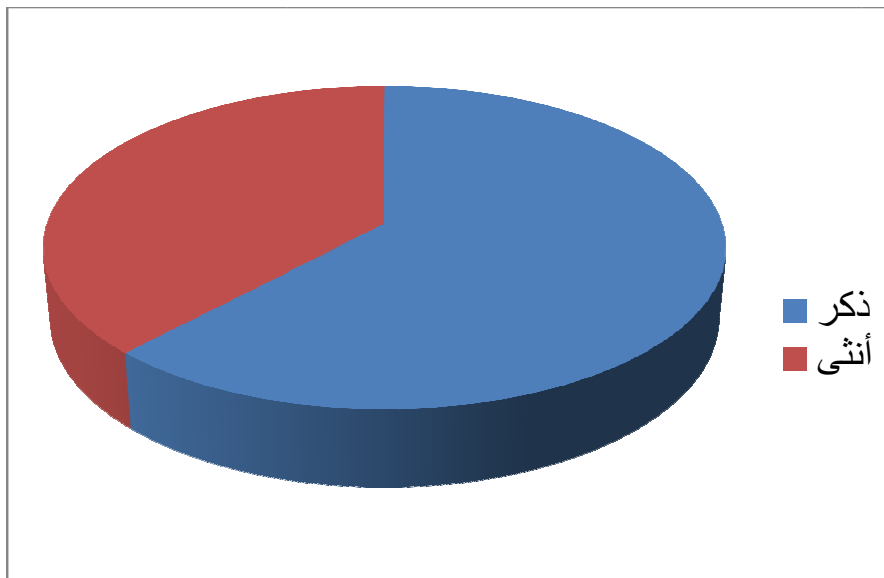
المبحث الثاني: تحليل معطيات الدراسة الميدانية:

المطلب الأول: تحليل البيانات الشخصية للمبحوثين:

جدول رقم(02): توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس.

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	217	62.00%
أنثى	133	38.00%
المجموع	350	%100

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة الذكور متفوقة على نسبة الإناث، حيث بلغت نسبة الذكور (62.00%) في حين بلغت نسبة الإناث (38.00%)، ويعود ذلك الفرق إلى طبيعة توزيع استمارة البحث، حيث قمنا بتتبع قراء الصحف، في كل من الجامعات، المدارس، المقاهي، أكشاك بيع الصحف والمجلات (KIOSQUES)، ومحطات الحافلات... إذ في بعض الأماكن ينعدم فيها العنصر النسوي، أو يصعب الاتصال به.

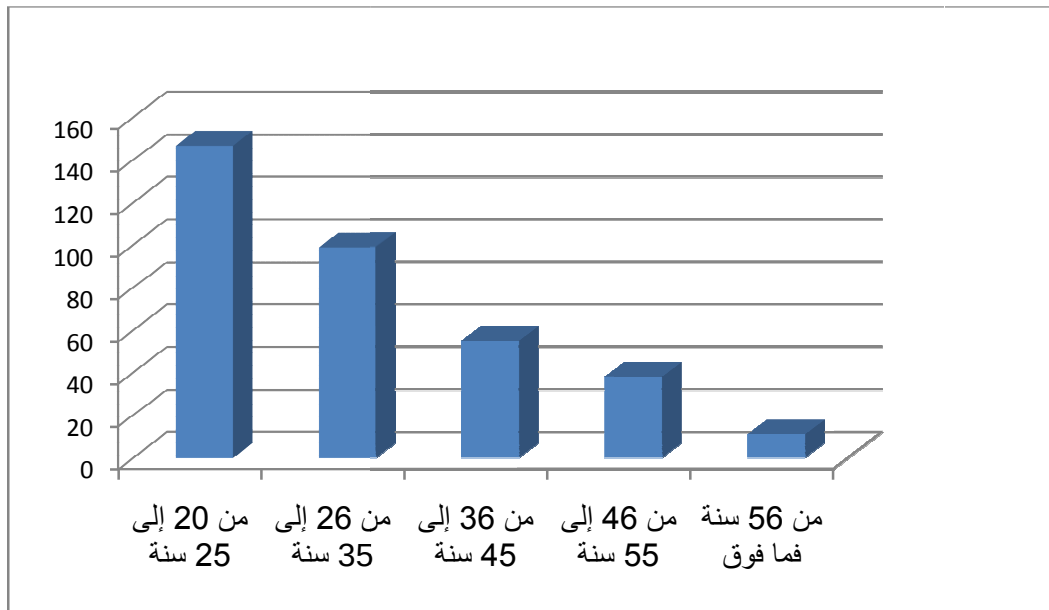


رسم بياني رقم(01): توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس

جدول رقم(03): توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن.

السن	التكرار	النسبة المئوية
من 20 إلى 25 سنة	147	42.00%
من 26 إلى 35 سنة	99	28.29%
من 36 إلى 45 سنة	55	15.71%
من 46 إلى 55 سنة	38	10.86%
من 56 سنة فما فوق	11	3.14%
المجموع	350	100%

يتضح من خلال الجدول أن الفئة العمرية للمبحوثين تأخذ منحى تنازليا مطردا مع زيادة العمر، إذ نسجل أعلى نسبة في الفئة العمرية من 20 إلى 25 سنة، وأدنى نسبة في الفئة العمرية من 56 سنة فما فوق، فهذه النتائج تعبر وبصدق عن التركيبة السكانية لمدينة الجزائر العاصمة، حيث يمثل الشباب شريحة كبيرة من المجتمع الجزائري، إذ أكثر من 70% من سكان الجزائر العاصمة من فئة الشباب.



رسم بياني رقم(02): توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن

جدول رقم(04): توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي.

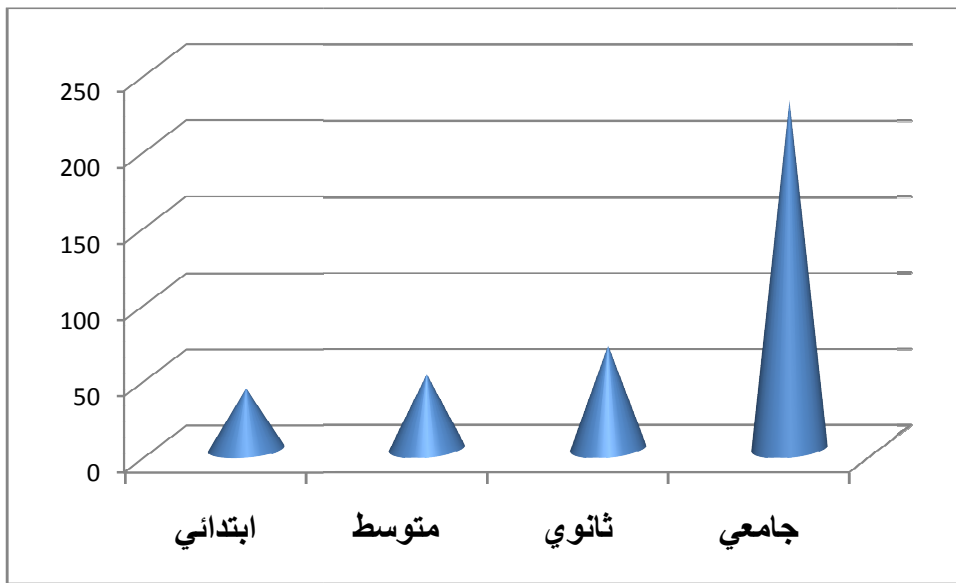
النسبة المئوية	التكرار	المستوى التعليمي
01.14%	04	ابتدائي
14.00%	49	متوسط
19.43%	68	ثانوي
65.43%	229	جامعي
100%	350	المجموع

يتبين من خلال الجدول أن المبحوثين ذوي المستوى التعليمي الجامعي يحتل أعلى مستوى وبنسبة(65.43%) وبعده تأتي نسبة المبحوثين ذوي المستوى الثانوي بنسبة(19.43%)، لتكون نسبة المبحوثين ذوي المستوى المتوسط(14.00%) في حين نسجل أدنى نسبة وهي المستوى الابتدائي(01.14%).

ويمكن تفسير ورود كل المستويات التعليمية في عينة البحث، إلى كون أن المحافظة على البيئة شأن يهم الجميع، بغض النظر عن عمره أو مستواه التعليمي، لهذا نجد أنه حتى المواطنين ذوي المستوى الابتدائي لهم اهتمام بالبيئة وعلى دراية بالقضايا البيئية، ونلمس هذا في مداومتهم على قراءة الجرائد ومتابعة الأخبار والمستجدات البيئية، وتبقى تسجيل أدنى نسبة لدى فئة المستوى الابتدائي فهو شيء منطقي كون أن دراستنا موجهة أساسا فقط للمواطنين الذين يقرؤون فعلا الجرائد الجزائرية، ومنه كان منتظرا أن نسجل نسبة منخفضة في فئة المستوى الابتدائي على اعتبار إمكانية أن تجد هذه الفئة صعوبة في متابعة أخبار الجرائد انطلاقا من مستواها العلمي الذي يعيق ذلك، أما تسجيل أعلى نسبة في المستوى التعليمي الجامعي فهذا يعود إلى الصحة الثقافية والعلمية التي تعرفها المنطقة، إذ تضم ولاية الجزائر العديد من المدارس والجامعات ومؤسسات التعليم الجامعي ومراكز ومعاهد التكوين، إضافة إلى اهتمام الدولة الجزائرية بتوفير فرص التعليم للجميع، ومن جهة أخرى فمستوى الثقافي والعلمي المرتفع لهذه الفئة يجعلهم مؤهلين لقراءة الجرائد والصحف ومتابعتها بكل سهولة وأرياحية.

كما أن أسلوب الكتابة في الصحف الجزائرية يمتاز بالوضوح والبساطة والسهولة في الفهم، ويستعمل عبارات يتداول الناس مفرداتها وتراكيبها وأساليبها في حياتهم اليومية واجتماعاتهم وندواتهم، إذ لا يتطلب مستوى علمي عالي حتى يفهم معناها.

فضلا على أن المستوى التعليمي العام للمبحوثين له دلالة في البحث، على اعتبار أنه من المنتظر أن يسمح لهم بالتجاوب مع أسئلة الدراسة في أبعادها الحقيقية المطلوبة، ومن ثمة المساهمة في إعطاء صورة أكثر واقعية (ميدانية) عن حقيقة أثر الصورة البيئية في تشكيل الوعي البيئي وترسيخ الثقافة البيئية، أي توصيف الحالة بشكل مناسب.



رسم بياني رقم(03): توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي

المطلب الثاني: تحليل بيانات المحور الأول: علاقة المواطن بالبيئة:

نهدف من خلال هذا المحور إلى التعرف على علاقة المبحوثين بالبيئة، من خلال معرفة آرائهم حول حماية البيئة، وطبيعة مسؤوليتهم ودورهم اتجاهها، ومعرفة آرائهم حول المشكلات الخطيرة التي تواجه البيئة في مدينة الجزائر العاصمة، وأسباب تفاقمها.

جدول رقم(05): يبين آراء المبحوثين حول وضع البيئة في الجزائر.

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
سيئ	122	34.86%
في تدهور	127	36.29%
في تحسن	93	26.57%
جيد	08	02.29%
المجموع	350	100%

يبين لنا الجدول أن نسبة (36.29%) من المبحوثين يرون أن البيئة في الجزائر هي في حالة تدهور، وما نسبته (34.86%) يرون أنها في وضع سيئ، وبنسبة (26.57%) يعتقدون أن الوضع البيئي في الجزائر في تحسن، في حين نجد أن (02.29%) فقط من المبحوثين يرون أن الوضع البيئي في الجزائر هو في حالة جيدة.

ويمكن إيعاز اعتبار المبحوثين أن الوضع البيئي في الجزائر في حالة سيئة ومتدهورة، إلى الواقع البيئي الجزائري الذي يعرف عدّة مشاكل بيئية مستمرة، فالمشاكل البيئية في الجزائر مختلفة ومتنوعة وتتزايد بشكل سريع، وتتمثل أساسا في انتشار التلوث بكل أشكاله وأنواعه خاصة تلوث المياه والهواء، تلوث المحيط وانتشار الأوساخ والنفايات السائلة والصلبة، تراكم القاذورات وظهور المفرغات الفوضوية، الإخلال بالتوازن البيئي بما يهدد وجود الحياة الإنسانية وسائر الحياة الأخرى، استنزاف الغطاء النباتي بسبب زحف الإسمنت على الأراضي الزراعية، تفاقم ظاهرة التصحر، تكاثر النفايات الحضرية والصناعية الخطرة وفساد الإطار المعيشي، تدهور التراث الأثري والتاريخي، ويضاف إلى ذلك التكاثر السريع لعدد السكان على حساب التهيئة العمرانية.

ويعرب الكثير من المختصين في الشؤون البيئية أن سبب التدهور البيئي في الجزائر يعود بشكل كبير إلى ضعف الوعي البيئي في أوساط المجتمع الجزائري نتيجة لضعف الثقافة البيئية، إضافة إلى التطورات الصناعية والتكنولوجية الحديثة التي عرفتها الجزائر، مما ساهمت بدرجة كبيرة في التغير المناخي وتدهور التنوع الحيوي.

جدول رقم(06): يبين آراء المبحوثين حول وجود اهتمام بالبيئة في الجزائر.

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	94	26.86%
لا	213	60.86%
بدون رأي	43	12.29%
المجموع	350	100%

يلاحظ من خلال الجدول أن (60.86%) من المبحوثين يرون أن هناك نقص الاهتمام بالبيئة في الجزائر، بالمقابل نجد نسبة ضئيلة (26.86%) يرون بأن هناك اهتمام بالبيئة في الجزائر، بينما نجد نسبة (12.29%) من المبحوثين ليس لهم رأي في ذلك.

ويمكن تفسير اعتبار عدد كبير من المبحوثين بعدم وجود اهتمام بالبيئة في الجزائر إلى مظاهر التدهور البيئي الكبير الذي تعرفه الجزائر، نتيجة لمشكلة التلوث البيئي واستنزاف الموارد الطبيعية، وزحف الاسمنت على الأراضي الزراعية، ووجود الشواطئ المتدهورة نتيجة الإهمال والاعتداءات المتكررة للأشخاص، والتلوث الصناعي المقلق، وانتشار الأوساخ والنفايات في مختلف أحياء العاصمة، وحرقتها الذي يؤدي إلى تكوين سحب سامة، إذ تحولت عديد من أحياء العاصمة إلى مفارغ مفتوحة على الهواء، وهي الآن مصدر خطر يهدد صحة المواطن، خاصة المناطق شبه الحضرية من العاصمة، كمنطقة براقي، جسر قسنطينة، واد السمار، ومنطقة الحراش... كما أهملت الجزائر-حسب المبحوثين- الاعتبارات البيئية في المخططات التنموية، مما أدى إلى تفاقم التلوث، خاصة بعد التوسع الكبير والسريع للمدن وتطور الصناعة وتغير أنماط الحياة، إضافة إلى غياب إستراتيجية واضحة للتخلص من النفايات الحضرية والصناعية وفق المعايير التي تراعي مقتضيات

حماية البيئة، وعدم وجود عملية رسكلة النفايات والاستفادة منها، فضلا عن غياب روح المسؤولية الفردية والجماعية من قبل المواطنين والمسؤولين اتجاه البيئة.

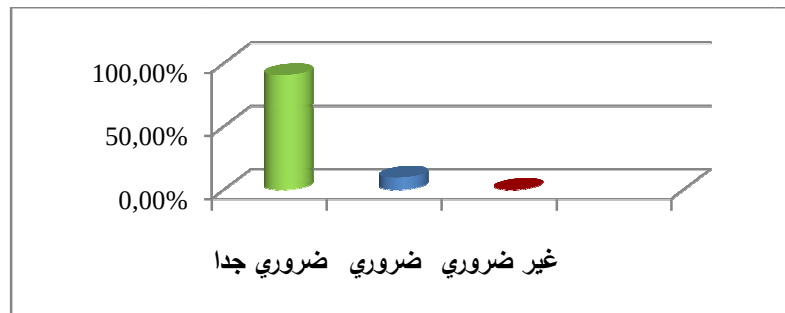
أما المبحوثين الذين يعتقدون بوجود اهتمام بالبيئة في الجزائر يرجعون ذلك إلى اعتبارهم بأن الجزائر لم تدخر جهدا في مجال البيئة وتهيئة العمران، وهذا من أجل الرقي أكثر بهذا القطاع الذي يتوقف عليه مستقبل الوطن، كما أن الجزائر سارعت منذ سنوات إلى تدارك النقص في المجال البيئي، منها إنشاء وزارة خاصة بالبيئة تعنى بهذا الاختصاص، واستطاعت أن تبرمج الكثير من المشاريع في هذا الإطار، حيث أنجزت الكثير من مراكز معالجة النفايات التي تم تعميمها على جميع نواحي الوطن، وسارعت إلى علاج الكثير من المشاكل البيئية، على غرار مفرغة واد السمار الموجودة في قلب النسيج العمراني في العاصمة، حيث كانت تلقى فيها يوميا أكثر من 1600 طن من القمامات المنزلية وأكثر من 2400 طن من النفايات الصناعية، بالإضافة إلى ما تخلفه من تلوث هوائي بعد حرقها، وقد تم تدارك الأمر وإنهاء المشكلة وتحويلها إلى فضاء عمومي وحديقة طبيعية بعد سنوات من المعاناة، إضافة إلى إشكالية وادي الحراش الذي بات يتسبب في تلوث كبير للبحر والسواحل المحيطة بمدينة الجزائر العاصمة، وقد تم برمجة مشروع لمعالجة هذا الإشكال لتصفية مخلفات هذا الوادي وتحويل محيط المجرى إلى حديقة وفضاء طبيعي. كما اهتمت الجزائر في مجال حماية البيئة بالجانب القانوني، حيث يوجد اليوم أكثر من 300 نص قانوني في مجال البيئة مع اعتبارها حقا دستوريا. إضافة إلى وجود اهتمام باستراتيجيات من شأنها التخفيض من مخلفات التعدي على البيئة التي تحدثه المنشآت الصناعية، منها إنشاء صندوق المساعدات النقدية والفنية للشركات والمؤسسات الصناعية للتخفيف من مصادر التلوث والتخلص من النفايات بطريقة آمنة، كما وضع تشريع لدفع الجهات التي تتسبب بالتلوث دفع رسوما على قاعدة من يلوّث يدفع، إضافة إلى إنشاء عدد من الهيئات الشعبية والمؤسسات المجتمعية، لنشر الوعي والتحسيس البيئي في أوساط المجتمع.

جدول رقم (07): توزيع إجابات المبحوثين حسب رؤيتهم لضرورة حماية البيئة.

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
ضروري جدا	315	90.52%
ضروري	33	9.48%
غير ضروري	00	00.00%
المجموع	350	100%

يظهر من خلال الجدول أن نسبة معتبرة جدا من المبحوثين (90.52%) يرون أن حماية البيئة يعتبر أمر ضروري جدا، وما نسبته (9.48%) يعتبرون حماية البيئة أمر ضروري.

ويمكن تفسير نتائج الجدول إلى مستوى وعي المبحوثين بأهمية البيئة وبأهمية المحافظة عليها، وقناعتهم الراسخة بأهمية البيئة كقيمة هامة من قيم المجتمع لا يجوز المساس بها، إذ يرون أن حماية البيئة يعني سلامة الإنسان وتمثل نوعا من الحفاظ على حقه في الحياة، كما أن البيئة هي المحيط الوحيد الذي يعيش فيه الإنسان ويحصل منه على مقومات حياته، وأن تلوث البيئة وزوالها يعني موته وفنائه، إذ الإنسان مرهون ببيئته ومرتبطة بها ارتباطا وثيقا، وهو جزء منها يتأثر بها ويؤثر فيها، فضلا عن مالها من ضرورة قصوى لحياة الإنسان لا يمكنه العيش بدونها. كذلك يرجع اعتبار المبحوثين أن حماية البيئة يعد أمر ضروري جدا إلى إدراكهم لكثرة مظاهر التلوث البيئي ووجود انتهاكات عديدة بالبيئة، وإخلال بالتوازن البيئي نتيجة للاستنزاف الخطير للموارد الطبيعية بمعدلات تزيد عن قدرة الطبيعة على إعادة إنتاج هذه الموارد، إضافة إلى التدهور الكبير الذي أصبح يهدد المحيط البيئي بسبب انتشار النفايات والأوساخ وزيادة التلوث الحضري والصناعي، وإهمال الإنسان لدوره ومسؤوليته اتجاه البيئة، ويمكن تأكيد وعي المبحوثين بضرورة حماية البيئة والاعتناء بها، إلى رفض كل أفراد العينة لعبارة " غير ضروري "



رسم بياني رقم (04): ترتيب إجابات المبحوثين حسب رؤيتهم لضرورة حماية البيئة

جدول رقم(08): يبين ترتيب المبحوثين للجهة الأكثر مسؤولية عن التوعية البيئية.

الفاعل	المتوسط	الترتيب
الأسرة	02.63%	01
الفرد	03.49%	02
المدرسة	03.49%	02
وسائل الإعلام	04.37%	03
المسجد	04.51%	04
الجمعيات البيئية	04.83%	05

يتضح من خلال الجدول أن المبحوثين يحددون الأسرة كجهة مسؤولة عن التوعية البيئية في المرتبة الأولى، بمتوسط حساب (02.63%)، ويحددون الفرد والمدرسة في المرتبة الثانية، بمتوسط (03.49%) لكل منهما، في حين نجد أن السلطات الحكومية يحددها في المرتبة الثالثة، بمتوسط (04.15)، بعدها وسائل الإعلام في المرتبة الرابعة بمتوسط (04.37%)، أما المسجد والجمعيات البيئية في المرتبة الخامسة والسادسة على التوالي، بمتوسط (04.51%) للمسجد، و(04.83%) للجمعيات البيئية.

ويمكن تفسير تركيز أغلبية المبحوثين على الأسرة كجهة مسؤولة عن التوعية البيئية، لإدراكهم الكبير لأهمية الأسرة ودورها في التربية والتنشئة البيئية، وبناء الفرد الإيجابي الواعي بمشكلات البيئة، وتنمية القيم الاجتماعية للمحافظة على بيئة نظيفة وصحية خالية من مظاهر التلوث، إلى جانب تنمية مهاراتهم اللازمة لفهم وتقدير العلاقات التي تربط بين الإنسان وبيئته. إذ تعتبر الأسرة من أهم مؤسسات المجتمع في تهيئة الأفراد للحفاظ على البيئة، فالأسرة هي المدرسة الأولى للطفل والتي يعيش معها السنوات التشكيلية الأولى من عمره، حيث يتعلم فيها مبادئ الحياة من أخلاق وآداب وتربية وسلوك، وفيها أيضا يغرس في الطفل مبادئ النظافة وحب الطبيعة والمحافظة عليها. والوعي البيئي يعني إدراك الإنسان أهمية ما حوله، وهذا لن يحدث ما لم تكن هناك تنشئة مبكرة تبدأ من الأبوين وما يقومون به من تصرفات تجاه البيئة، وما يكتسبه الأبناء من سلوكيات إنما يأتي من خلال تعايشهم اليومي مع أسرهم حيث تتشكل اتجاهاتهم من خلال مشاهداتهم اليومية لما يمارسه الأبوان، والتوعية بالعادات الصحية السليمة واتباع السلوك البيئي السليم، كرمي النفايات في أماكنها

المخصصة لها، عدم رمي القاذورات في الطرق العامة، ترشيد الاستهلاك، الحفاظ على نظافة المياه والترشيد في استهلاكه، الاعتناء بنابتات الحديقة والحيوانات الأليفة، الحفاظ على نظافة المحيط... إلى غير ذلك من أساليب التوعية والتطبيق العملي، وتكاد تكون التربية بالتقليد والمحاكاة من أهم وسائل التربية التي يمكن أن تلجأ لها الأسرة لبناء اتجاهات إيجابية فعالة عند الأبناء نحو البيئة وتعزيز قيم المحافظة عليها.

ويأتي الفرد في المرتبة الثانية كفاعل أساسي في عملية التوعية البيئية، من خلال نشر ثقافة المحافظة على البيئة في أوساط المجتمع بمختلف الطرق والوسائل، وهذا لمواجهة الأخطار الناجمة عن التلوث البيئي، إضافة إلى العمل على تعزيز السلوكيات الإيجابية للأفراد نحو البيئة، ومعالجة السلوكيات السلبية المهددة لسلامتها، ويشمل الدور التوعوي للفرد كل من أفراد الأسرة والجيران والأقارب كما يشمل الأصدقاء وزملاء العمل...، فتوعية الأفراد بقضايا البيئة تعدّ حافزاً هاماً على تزايد الاهتمام بقضايا البيئة والوعي بأهمية تفعيل الجهود المشتركة، وإكساب الفرد السلوك الملتزم والوعي حيال البيئة للحفاظ على سلامتها وتوازنها، وتأكيد المسؤولية الاجتماعية لإحداث تحوّل نوعي في السلوك البيئي للمجتمع البشري بمختلف أطيافه.

وتأتي المدرسة في المرتبة نفسها كمؤسسة تربية مكملّة لدور الأسرة، إذ لم يعد دور المدرسة يقتصر كمؤسسة تعليمية فقط، بل أصبح لها دور كبير كمؤسسة تربية في خلق السلوكيات الإيجابية نحو البيئة، وتعليم النشء أهمية البيئة وضرورة المحافظة عليها، وإكسابهم القيم البيئية والاتجاهات السليمة نحو سلامة المحيط، ففي المدرسة يتعرف الطفل على المحيط البيئي ويتعلم ثقافة وأهمية المحافظة على البيئة، وهذا من خلال مادة التربية البيئية المقررة في البرامج الدراسية، ومن خلال أيضا البرامج والنشاطات الصفية واللاصفية التي تنظمها المدرسة والمتعلقة بالمجال البيئي والمحافظة على المحيط، كالمسابقات الثقافية، المعارض البيئية، البحوث والقصص البيئية، الخرجات الميدانية، المهرجانات البيئية والمخيمات... وغيرها.

وفي المرتبة الثالثة نجد السلطات الحكومية كفاعل أساسي ومهم في التوعية البيئية، وتعتبر السلطات الحكومية من أهم الوسائل الناجعة في حماية البيئة بسبب امتلاكها لعدة صلاحيات تتعدم لدى الفاعلين الآخرين، منها حق إصدار القوانين وسن التشريعات البيئية التي تحكم العلاقة بين الفرد وبيئته،

وكذا امتلاكها لخاصيتي الإلزام والجزاء في تطبيق هذه القوانين، كما تبادر الحكومات في تنظيم المؤتمرات والملتقيات الدولية والوطنية التي تهدف إلى حماية البيئة ونشر الوعي البيئي، وإنشاء معاهد ومراكز متخصصة في مجال العلوم البيئية... باعتبارها من الأدوات الهامة من أجل نشر الثقافة البيئية في أوساط أفراد المجتمع.

ويجدر الإشارة بأن الحكومة الجزائرية لم تدخر جهدا في مجال البيئة وتهيئة العمران، وهذا من أجل الرقي أكثر بهذا القطاع الذي يتوقف عليه مستقبل حدود الوطن والعالم بصورة أجمع، " وقد خصصت الدولة الجزائرية من أجل ذلك ثاني أكبر ميزانية في المنطقة العربية والتي قدرت بـ 03.9 مليار دولار ككلفة سنوية سعيا لتحقيق قفزة نوعية في هذا المجال الحي ودرء لخطر يهدد الجميع".⁽¹⁾

و حسب السيد: "كمال فنيش" - نائب رئيس مجلس الدولة- " خلال مداخلة له أثناء يوم دراسي حول "إطار الحياة وقانون البيئة"، يوم 23 فيفري 2016 أن الجزائر تحتل المرتبة الـ 42 على الصعيد العالمي من بين 195 بلد معني بدراسة في مجال حماية البيئة، وأنها إقليميا تحتل المرتبة الأولى في العالم العربي والمرتبة الثانية على الصعيد الإفريقي- حسب ترتيب أنجزته مجموعة من الباحثين الأمريكيين- وأضاف أن هذا التصنيف تم على أساس مجموعة من المعايير متعلقة بنوعية الهواء والمياه والتنوع البيئي ومعالجة النفايات وتسيير البيئة.⁽²⁾ كما تحصلت الجزائر على الجائزة الأولى لمجلس الوزراء العرب، المكلفين بالبيئة لسنة 2016، عقب مشاركة المركز الوطني للدراسات والأبحاث المدمجة في البناء، في هذه المنافسة.⁽³⁾

وحسب تقرير مؤشر الأداء البيئي للعام 2016 الذي أطلق خلال فعاليات " منتدى دافوس الاقتصادي في جانفي 2016، فإن الجزائر تحتل المرتبة الرابعة (04) عربيا والثالثة والثمانون (83) عالميا.⁽⁴⁾

(1) - عقون أحمد، البيئة في الجزائر تحتاج إلى علاج، موقع عقون أحمد لحماية البيئة والتراث في ولاية النعامة والجزائر (<http://tioutwaha1.blogspot.com>) تاريخ التصفح، 15 جانفي 2017.

(2) - حماية البيئة تتطلب إدارة قوية لتطبيق التشريع، <http://www.djazairiss.com>، تاريخ التصفح، 15 جانفي 2017.

(3) - الجزائر الأولى عربيا في حماية البيئة، جريدة الفجر (يومية جزائرية مستقلة)، <http://www.al-fadjar.com>، تاريخ التصفح، 15 جانفي 2017.

(4) - عبد الهادي النجار، مؤشر الأداء البيئي لـ 2016: معايير محدودة ونتائج تثير التساؤلات، الموقع الإلكتروني: <http://www.alwasatnews.com>، تاريخ التصفح، 17 مارس 2017.

وتجدر الإشارة بأن فكرة «مؤشر الأداء البيئي (EPI) تقوم " على تقييم أداء الدول وتصنيف مؤشراتها البيئية ضمن مجموعتين أساسيتين، هما: الصحة البيئية وحيوية النظم البيئية. ويمنح التقرير الدول تقييماً بالدرجات حول أدائها في تسع قضايا مرجعية، تشمل في فئة الصحة البيئية: الآثار على صحة الإنسان، نوعية الهواء، مياه الشرب والصرف الصحي، وفي فئة النظم البيئية: الموارد المائية، الزراعة، الغابات، الثروة السمكية، التنوع الحيوي والموائل، المناخ والطاقة⁽¹⁾

جدول رقم (09): مؤشرا الأداء البيئي للدول العربية لسنة 2016.

مؤشرات الأداء البيئي للدول العربية سنة 2016													
الترتيب عربياً	الدولة	الترتيب عالمياً	التقييم الإجمالي	تغير الترتيب خلال سنتين	الأثر على الصحة	نوعية الهواء	المياه والصرف	الموارد المائية	الزراعة	الغابات	الثروة السمكية	الأحياء والموائل	المناخ والطاقة
1	تونس	53	77.28	-1	↓	71	91	81	88	28	62	61	74
2	المغرب	64	74.18	17	↑	66	90	68	100	100	71	91	60
3	الأردن	74	72.24	-14	↓	64	76	77	76	100	-	43	85
4	الجزائر	83	70.28	9	↑	67	89	72	82	84	67	62	44
5	البحرين	86	70.07	-4	↓	59	71	92	92	32	57	57	68
6	قطر	87	69.94	-43	↓	54	57	90	90	-	34	58	89
7	الإمارات	92	69.35	-67	↓	55	69	90	95	27	56	89	38
8	لبنان	94	69.14	-3	↓	60	74	80	87	75	35	44	75
9	السعودية	95	68.63	-60	↓	55	74	87	86	38	34	82	48
10	سورية	101	66.91	-33	↓	67	66	77	83	98	64	31	-
11	مصر	104	66.45	-54	↓	65	58	87	79	52	31	73	51
12	الكويت	113	64.41	-71	↓	56	49	90	82	-	45	87	34
13	العراق	116	63.97	33	↑	62	57	74	69	87	-	35	82
14	ليبيا	119	63.29	1	↑	66	84	74	68	70	47	25	55
15	عمان	126	60.13	-27	↓	64	84	78	61	-	58	49	24
16	اليمن	150	49.79	7	↑	54	77	43	0	100	62	48	-
17	جزر القمر	152	49.20	1	↑	30	85	49	4	100	14	68	-
18	موريتانيا	160	46.31	5	↑	36	74	40	0	93	26	43	-
19	جيبوتي	164	45.29	-3	↓	57	85	61	0	-	52	39	-
20	السودان	170	42.25	1	↑	39	78	32	0	82	26	43	-
21	الصومال	180	27.66	-2	↓	26	69	26	4	-	35	21	-

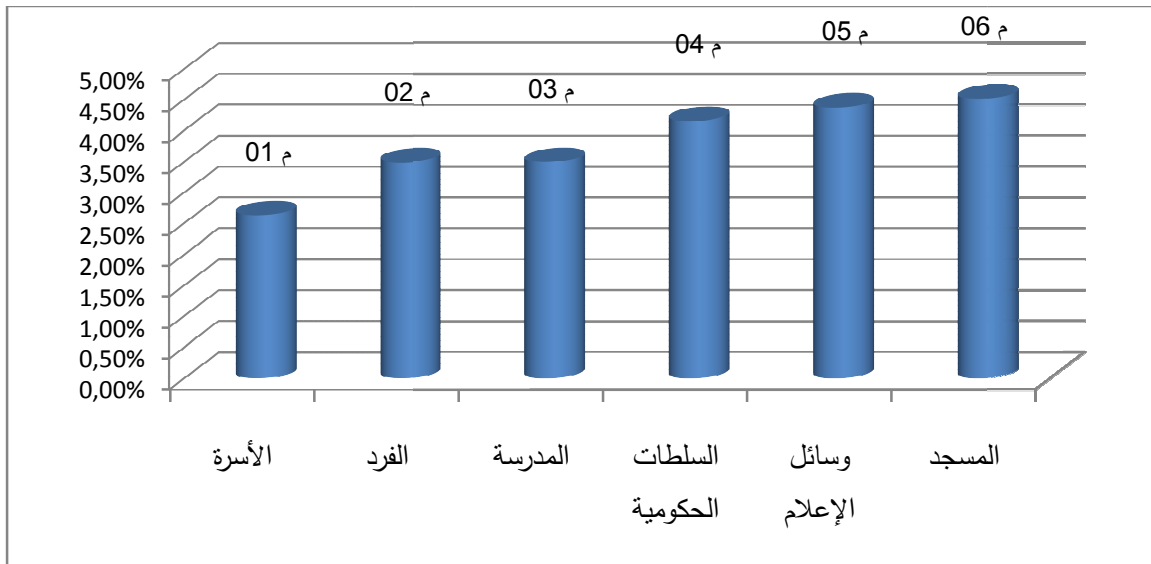
وفي المرتبة الرابعة، يأتي دور وسائل الإعلام كوسيلة مهمة وفعالة في التوعية البيئية وترشيد السلوكات البيئية ودفعها نحو حماية البيئة والحد من مظاهر التلوث البيئي، ويبرز دور وسائل الإعلام في التوعية البيئية لما لها من قوة في التأثير والتوجيه وبناء أنماط سلوكية صحيحة اتجاه البيئة، إضافة إلى توعية الجمهور بحقوقه البيئية والمسؤوليات المترتبة على هذه الحقوق، ونشر المعلومات البيئية الصحيحة بأسلوب سلس بسيط ومفهوم وجذاب للمستقبل، مع محاولة إشراك الجمهور في عملية تقييم الموضوعات البيئية التي تنتشرها وتذيعها، لهذا فمهمة وسائل الإعلام ستكون فعالة وناجحة إذا تم توجيه برامجها لخدمة البيئة ونشر الوعي البيئي والثقافة البيئية في أوساط المجتمع، خاصة البرامج الإعلامية الموجهة لشريحة الأطفال والشباب.

(1) - عبد الهادي النجار، مرجع سابق الذكر.

وتأتي المسجد في المرتبة الخامسة كفاعل أساسي ومهم في التوعية البيئية، ونفسر ذلك بإدراك المبحوثين أن المسجد فضاء للوعظ والإرشاد، ومنبرا للدعوة للحفاظ على البيئة وزيادة الوعي بحجم المشكلات البيئية التي تحدث بالنظام البيئي العالمي والمحلي، إذ يمكن استغلال المسجد في نشر ثقافة الوعي البيئي وتنمية الحس البيئي، من خلال المواعظ الدينية وخطب الجمعة التي تأمر بحماية البيئة والمحافظة على سلامتها، وتنتهي عن الإضرار بها، وإقران ذلك بكمال إيمان المرء، من خلال عرض الآيات والأحاديث التي تشير إلى ذلك مثل: قوله تعالى: ﴿وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا ذَلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ﴾، وقوله: ﴿وَإِذَا تَوَلَّى سَعَى فِي الْأَرْضِ لِيُفْسِدَ فِيهَا وَيُهْلِكَ الْحَرْثَ وَالنَّسْلَ، وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ الْفُسَادَ﴾ (سورة البقرة، الآية 205). ، وقوله أيضا ﴿ظَهَرَ الْفَسَادُ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ بِمَا كَسَبَتْ أَيْدِي النَّاسِ لِيُذِيقَهُمْ بَعْضَ الَّذِي عَمِلُوا لَعَلَّهُمْ يَرْجِعُونَ﴾ (سورة الروم، الآية 41) وقوله تعالى ﴿... وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا، إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ﴾ (سورة الأعراف، الآية 31) وقوله صلى الله عليه وسلم: ﴿ما من مسلم يغرس غرساً، أو يزرع زرعاً، فيأكل منه طير أو إنسان أو بهيمة، إلا كان له به صدقة﴾ (رواه النسائي ومسلم)، كما روي عن النبي صلى الله عليه وسلم، أنه قال: ﴿النظافة من الإيمان﴾.

وفي المرتبة السادسة والأخيرة يأتي دور الجمعيات البيئية في توعية الأفراد وتحسيسهم بضرورة حماية البيئة، وتعديل سلوكياتهم في التعامل معها. هذا المنظور يؤكد أهمية الدور المنوط بالمنظمات غير الحكومية لاسيما الجمعيات الناشطة في الحقل البيئي فيما يتعلق بالتحسيس والتوعية بمشكلات البيئة، والمساهمة في نشر الثقافة البيئية والحس البيئي، ودفع الأفراد للمشاركة بكل قوة وإيجابية وفعالية في حماية الوسط الطبيعي، وهذا ضمانا لاستمرارية التنمية المستدامة التي تضع في أولوياتها مسألة الحفاظ على البيئة. تساهم الجمعيات البيئية في تنمية الوعي البيئي لدى المواطنين من خلال جهودها ونشاطات الميدانية وبرامجها البيئية التي تهدف إلى حماية البيئة والحفاظ على سلامة المحيط والنهوض بحركة الوعي البيئي، من أجل خلق وعي جماهيري بالقضايا البيئية، وتتمثل هذه النشاطات في:

الحملات التطوعية، الخرجات الميدانية، إقامة المعارض وتنظيم الندوات والمحاضرات التحسيسية... وغيرها



رسم بياني رقم (05): ترتيب المبحوثين للجهة الأكثر مسؤولية عن التوعية البيئية.

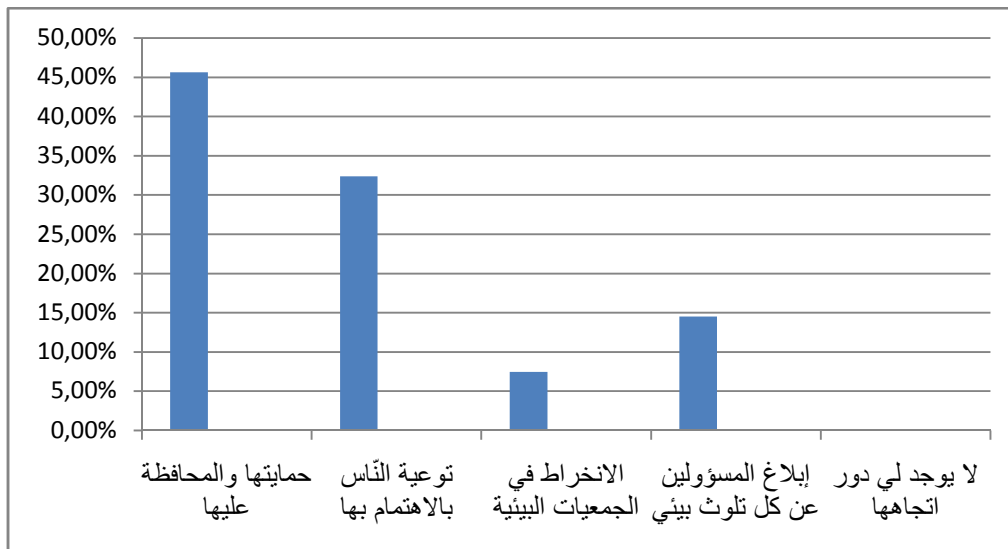
جدول رقم (10): آراء المبحوثين حول طبيعة دورهم اتجاه البيئة.

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
حمايتها والمحافظة عليها	220	45.64%
توعية الناس بالاهتمام بها	156	32.37%
الانخراط في الجمعيات البيئية	36	7.47%
إبلاغ المسؤولين عن كل تلوث بيئي	70	14.52%
لا يوجد لي دور اتجاهها	00	00.00%
المجموع	482	100%

نلاحظ من خلال الجدول أن أغلبية المبحوثين ونسبة (45.64%) يرون بأن دورهم اتجاه البيئة يتمثل في حمايتها والمحافظة عليها، وأن نسبة (32.37%) يحددون دورهم اتجاه البيئة في توعية الناس بالاهتمام بها، كما نجد أن نسبة (7.47%) من المبحوثين يرون دورهم اتجاه البيئة يتمثل في الانخراط في الجمعيات البيئية، ونسبة (14.52%) من المبحوثين يتمثل دورهم اتجاه البيئة في إبلاغ المسؤولين عن كل تلوث بيئي.

تعتبر هذه النتائج تأكيدا إلى ما ذهب إليه أغلبية المبحوثين سابقا، بأن حماية البيئة يعتبر أمر ضروري جدا، حيث نجد أن كل المبحوثين يرون بأن لهم دور اتجاه البيئة، كما نلاحظ وجود نسبة كبيرة من المبحوثين يحددون دورهم اتجاه البيئة في توعية الناس بالاهتمام بالبيئة وسلامة المحيط، ويعتبر هذا من أهم الأدوار التي ينبغي أن يقوم بها كل فرد في المجتمع، إذ للتوعية البيئية دور كبير وأهمية بالغة في حماية البيئة وسلامتها، غير أن هذه الحماية لا تكتمل إلا إذا تضافرت الجهود مجتمعة، حيث التوعية والتحسيس بحماية البيئة مسؤولية الجميع، سواء على المستوى الفردي أو العائلي أو المؤسسي، فهي ليست مسؤولية الدولة فحسب أو المؤسسات العاملة في المجال البيئي وحدها، بل لابد من دعم الأفراد لهذه الجهود ومساهمة التنظيمات والجمعيات والنوادي الرياضية والاجتماعية لها، كما لا تكفي التشريعات والقوانين الخاصة بحماية البيئة إلا إذا شعر المواطن في حياته اليومية بأهمية الحفاظ على بيئته، وبالتالي فحماية البيئة تعني جميع أفراد المجتمع باختلاف وظائفهم ومناصبهم الاجتماعية.

ومنه يمكن تفسير نتائج الجدول بأن كل المبحوثين على وعي بدورهم اتجاه البيئة، كما أنهم جميعا يرون بأن حماية البيئة مسؤولية تقع على كل فرد في المجتمع، على اختلاف أنواعهم ووظائفهم. ويؤكد هذا الاتجاه رفض كل المبحوثين للعبارة (لا يوجد لي دور اتجاهها).



رسم بياني رقم (06): ترتيب آراء المبحوثين حول تورهم اتجاه البيئة.

جدول رقم(11): يبين ترتيب المبحوثين لأخطر المشكلات البيئية بمدينة الجزائر العاصمة.

الترتيب	المتوسط	الفاعل
01	% 02.91	تلوث المياه
02	% 02.99	تلوث الهواء
03	% 03.19	تلوث المياه
04	% 03.99	الصّرف الصحي
05	% 04.34	المخلفات التي تفرزها المنشآت الصناعية
06	% 05.09	تلوث البحار والشواطئ
07	% 05.30	تلوث التربة

يتضح من خلال الجدول، أن ظاهرة انتشار النفايات تعتبر من أخطر المشكلات البيئية في مدينة الجزائر العاصمة، واحتلت بذلك المرتبة الأولى، بمتوسط(02.91%)، وفي المرتبة الثانية جاء تلوث الهواء بمتوسط(02.99%)، وعادت المرتبة الثالثة لمشكلة تلوث المياه، بمتوسط(03.19%)، في حين نجد أن مشكلة الصّرف الصحي جاءت في المرتبة الرابعة بمتوسط(03.99%). ومشكلة المخلفات التي تفرزها المنشآت الصناعية في المرتبة الخامسة بمتوسط(04.34%)، بينما جاءت مشكلة تلوث البحار والشواطئ في المرتبة السادسة بمتوسط(05.09%)، وفي المرتبة السابعة والأخيرة نجد مشكلة تلوث التربة بمتوسط(05.30%).

يلاحظ من خلال الجدول أن أغلبية المبحوثين يرون أن انتشار النفايات من أخطر المشكلات البيئية التي تعرفها مدينة الجزائر العاصمة، وتفسير ذلك يعود للانتشار الواسع للمفرغات الفوضوية، وتكدس أكوام الفضلات والقمامات على قارعة الطرق وفي الفضاءات الفارغة والساحات العمومية، وهو المشهد الذي يتكرر في أغلب بلديات ولاية الجزائر العاصمة سواء الحضرية منها وشبه الحضرية، مخلفا بذلك عدّة آثار سلبية سواء على مستوى الأفراد والبيئة، منها انتشار الذباب والأمراض والأوبئة والروائح الكريهة.

كما يعتبر المبحوثين أن تلوث الهواء من المشكلات البيئية في منطقة الجزائر العاصمة، وتفسير ذلك يعود إلى التطور الهائل الذي عرفته العاصمة على الصعيدين الحضري والصناعي خلال السنوات الماضية، الشيء الذي ولد تلوثا هوائيا يمكن في بعض الأحيان مشاهدته بالعين المجردة، وترجع التدفقات الهوائية في التجمعات الحضرية أساسا لحركة المرور، مصادر منزلية، وتدفعات صناعية صادرة عن الوحدات الإنتاجية أو صادرة عن احتراق النفايات الصلبة في الهواء الطلق. لقد بينت الدراسات العلمية الحديثة، وجود علاقة كبيرة بين تلوث هواء الجو وظهور أو زيادة حدة العديد من الأمراض كنقص التنفس، السعال المزمن. وأظهر التحقيق الوطني للصحة، المنجز من قبل المعهد الوطني للصحة العمومية سنة 1990، بأن الأمراض التنفسية تحتل المرتبة الأولى من حيث أسباب الوفاة في الجزائر، بما يعادل نسبة 35.7%⁽¹⁾.

كما يعتبر تلوث المياه من ضمن أكثر المشكلات البيئية في العاصمة، سواء المياه الجوفية أو السطحية ويعود ذلك بدرجة كبيرة إلى اختلاطها بمياه الصرف الصحي غير المصفاة، كذلك السوائل الصناعية والكيميائية والزراعية والاستشفائية التي تحوي على تركيزات عالية من المواد السامة، والمفرغة في الشبكات الهيدروغرافية دون معالجة. هذا إلى جانب أن مراكز مدن العاصمة وأحيائها - خاصة القديمة منها - تعاني من عدم كفاءة شبكات مياه الصالحة للشرب والصرف الصحي نظرا لتقادمها من ناحية وللضغوط الكبيرة عليها من ناحية أخرى، حيث صممت لخدمة عدد محدد من السكان ولمدة معينة، وقد تجاوزت كلتا الحالتين بكثير.

وتشير الدراسات حول نوعية الموارد المائية في الجزائر أن حوالي 44% منها ذات نوعية جيدة و44% ذات نوعية مقبولة، و12% ذات نوعية رديئة.⁽²⁾ وتتسبب الأمراض المرتبطة بتلوث المياه سنويا خسائر كبيرة، سواء على المستوى الاجتماعي أو المالي، ويعد حمى التيفوئيد الأكثر انتشارا في الجزائر، وهي تمثل ما بين 44% و47% من مجموع الأمراض المتنقلة عبر المياه، وتشير الدراسات أن تلوث المياه في الجزائر يسبب في وفاة حوالي 2000 طفل سنويا بسبب الأمراض

(1)- محمد عشاوي، البيئة في العلاقات الدولية و مكانتها لدى الجزائر (رسالة ماجستير غير منشورة) جامعة الجزائر، سنة 2001، ص 149.

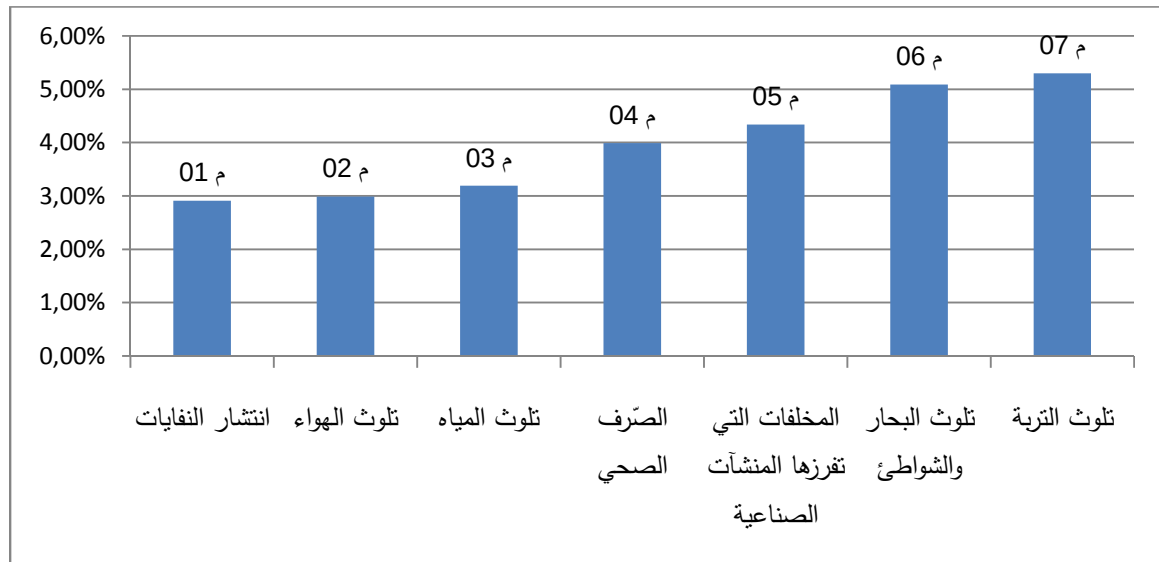
(2)- المجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي، لجنة التهيئة العمرانية والبيئة، مشروع التقرير التمهيدي حول: "الماء في الجزائر من أكبر رهانات المستقبل"، الدورة العامة الخامس عشر، الجزائر: ماي 2000، ص 70.

الإسهالية، ويكلف كل مريض مصاب بالتفؤيد حوالي 120 ألف دينار، كما تخصص الجزائر سنويا حوالي 1.5 مليار دينار (أي ما يعادل 23 مليون دولار) لمقاومة الأمراض المتنقلة عبر المياه. هذا إلى جانب الخسائر الاجتماعية المتمثلة في الخسائر البشرية. حيث تسبب وباء الكوليرا لعام 1996 في وفاة 457 شخص، كما سبب وباء التيفويد في قتل 586 شخص عام 1997.⁽¹⁾

كما أن اعتبار المخلفات التي تفرزها المنشآت الصناعية من المشاكل البيئية التي تهدد العاصمة يعود ذلك إلى ما تخلفه من تلويث للمياه والهواء والتربة، فالقطاع الصناعي في العاصمة ما زال يفتقر حتى الآن إلى وسائل مقبولة بيئيا لأجل التخلص من النفايات والمخلفات الصناعية، إذ عدد كبير من المصانع بدون محطات لتصفية المياه الملوثة، ومخلفاتها السائلة تربطها بشبكة الصرف الصحي، أو تتخلص منها في البحر والأودية أو في الأحواض المائية والأنهار، في الوقت الذي يتوجب أن يتم ذلك وفق أسس وطرق تكنولوجية حديثة. إضافة إلى ما يخلفه تصاعد دخان المصانع من تلويث للهواء، وهذا بسبب عدم اعتماد كثير من المصانع والمنشآت الصناعية على مصافٍ للدخان المنبعث عنها.

ويرى المبحوثين أن تلوث التربة من المشكلات البيئية، ويمكن تفسير ذلك بالتدهور الكبير التي تعرفه التربة بمنطقة الجزائر العاصمة بسبب تعريض التربة إلى خطر التلوث جراء الاستغلال المفرط وغير المدروس للأسمدة الزراعية والمخصبات ومبيدات الآفات، وهذا ما أثر على مردوديتها وخصوبتها، إضافة إلى زحف الإسمنت على حساب الأراضي الزراعية بسبب نشاطات التصنيع والعمران، التي تمت غالبا على حساب الأراضي الزراعية الخصبة دون أخذ البيئة بعين الاعتبار، إضافة إلى المخلفات المنزلية والصناعية والأسواق المفتوحة التي تلقى عادةً على وجه الأرض، وتترسب في التربة وتسبب في تلوثها.

(1)- محمد عشاشي، مرجع سابق الذكر، ص ص 147، 148.



رسم بياني رقم (07): ترتيب المبحوثين لأخطر المشكلات البيئية بمدينة الجزائر العاصمة

جدول رقم (12): يوضح أسباب تفاقم مشكلة التلوث البيئي في مدينة الجزائر (العاصمة).

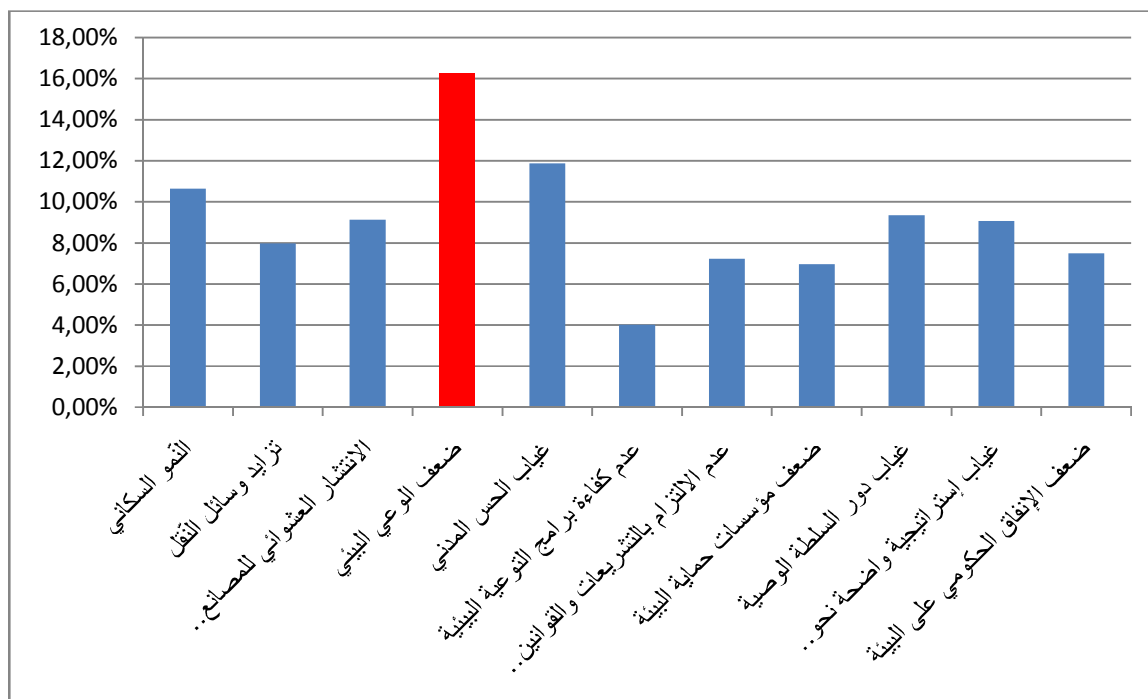
النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
10.64%	156	النمو السكاني
7.98%	117	تزايد وسائل النقل
9.14%	134	الانتشار العشوائي للمصانع والمناطق الصناعية
16.23%	238	ضعف الوعي البيئي
11.87%	174	غياب الحس المدني
4.02%	59	عدم كفاءة برامج التوعية البيئية
7.23%	106	عدم الالتزام بالتشريعات والقوانين البيئية
6.96%	102	ضعف مؤسسات حماية البيئة
9.35%	137	غياب دور السلطة الوصية
9.07%	133	غياب خطة إستراتيجية واضحة لحماية البيئة ومكافحة التلوث
7.50%	110	ضعف الإنفاق الحكومي على البيئة
100%	1466	المجموع

يلاحظ من خلال الجدول أن نسبة (10.64%) من المبحوثين يرون أن سبب تفاقم مشكلة التلوث البيئي في مدينة الجزائر العاصمة يعود للنمو السكاني، وبنسبة (07.98%) من المبحوثين يرون ذلك في تزايد وسائل النقل، وبنسبة (09.14%) يحددونها في الانتشار العشوائي للمصانع والمناطق الصناعية، وبنسبة (16.23%) يرون أسباب التلوث البيئي في ضعف الوعي البيئي، وبنسبة (11.87%) في غياب الحس المدني، وبنسبة (04.02%) من المبحوثين يحددون الأسباب في عدم كفاءة برامج التوعية البيئية، أما نسبة (07.23%) من المبحوثين يرجعون الأسباب إلى عدم الالتزام بالتشريعات والقوانين البيئية، وبنسبة (06.96%) يحددونها في ضعف مؤسسات حماية البيئة، وبنسبة (09.35%) و (09.07%) يرون أسباب المشاكل البيئية في غياب دور السلطة الوصية وغياب خطة إستراتيجية واضحة نحو حماية البيئة ومكافحة التلوث، على التوالي، في حين أن نسبة (07.50%) من المبحوثين يرجعون أسباب التلوث البيئي في الجزائر العاصمة إلى ضعف الإنفاق الحكومي على البيئة.

ويظهر من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية المبحوثين يرجعون أسباب تفاقم مشكلة التلوث البيئي في مدينة الجزائر العاصمة إلى غياب الوعي البيئي في المجتمع انطلاقاً من رجل الشارع إلى صانع القرار، وهذا التوجه يعطي دلالات بأن المبحوثين يدركون أهمية الوعي البيئي في مجال حماية البيئة والمحافظة على المحيط، وأن غيابه يعتبر من الأسباب الكبيرة في تعاظم مشكلة التلوث البيئي في العاصمة، إذ يشكل الوعي البيئي ضرورة إستراتيجية لبناء السلوك البشري الإيجابي وتنميته اتجاه البيئة بغية إنجاز أهداف التنمية المستدامة، وغرس الانتماء الصادق للبيئة في نفوس المواطنين من خلال التركيز على عمق العلاقة بين الإنسان والبيئة ومدى تأثير هذه البيئة في الإنسان وحياته، ولا يتم هذا إلا بتربية بيئية سليمة ابتداء من الأسرة والمدارس والجامعات وجميع المؤسسات التعليمية والتربوية والاجتماعية، والتأكيد على دور وسائل الإعلام المؤثر في غرس المفاهيم الصحيحة للبيئة لدى الأفراد، وما ينجم عنها من أضرار ومشاكل التلوث بمختلف أنواعه.

ويمكن تفسير اعتبار المبحوثين بأن غياب الوعي البيئي من أكبر أسباب تفاقم مشكلة التلوث البيئي في مدينة الجزائر العاصمة، إلى المشاهد اليومية للتلوث البيئي التي يراها ويعيشها المواطن، خاصة المتعلقة بانتشار النفايات والمفارغ العشوائية، تلوث المياه والهواء، تلوث الشواطئ، زحف الإسمنت على حساب الأراضي الزراعية،... وغيرها، كما أن المواطن في العاصمة أصبح يوظف

البيئة ومواردها لرفاهيته، وهذا الاستغلال للبيئة استهدف الحصول على منافع مباشرة دون الالتفات لعواقب ذلك على النظم الطبيعية المختلفة.



رسم بياني رقم(08): ترتيب المبحوثين لأسباب تفاقم مشكلة التلوث البيئي في مدينة الجزائر(العاصمة)

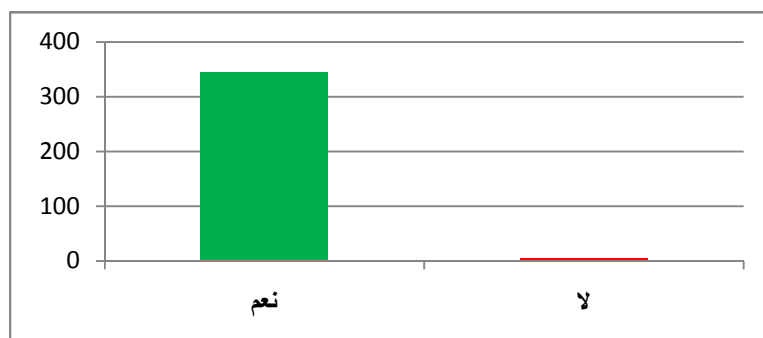
جدول رقم(13): يبين مدى استعداد المبحوثين لحماية البيئة.

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
98.57%	345	نعم
01.43%	05	لا
100%	350	المجموع

يظهر من هذا الجدول أن الأغلبية العظمى للمبحوثين وبنسبة (98.57%) لهم استعداد لحماية البيئة، بينما نجد نسبة ضئيلة جدا (01.43%) من المبحوثين عبروا عن عدم استعدادهم لحماية البيئة.

تعتبر نتائج الجدول عن وعي المبحوثين بأهمية حماية البيئة، واعتبار ذلك واجب على كل فرد في المجتمع، كون أن البيئة المحيط الوحيد الذي يعيش فيه الإنسان، ومنها يحصل على مقومات حياته، وكذا باعتبار أن الحفاظ على البيئة يعني الحفاظ على حياة سليمة ونظيفة وخالية من الملوثات، وعبر المبحوثين عن استعدادهم لحماية البيئة عن طريق مجموعة من الإجراءات منها: استعدادهم للمشاركة في حملات التوعية البيئية، والمساهمة في الأعمال التطوعية التي تقوم بها جمعيات حماية البيئة، إضافة إلى التزامهم بالتشريعات والقوانين البيئية، كما عبر المبحوثين عن استعدادهم لدفع ضرائب أو رسوم إضافية مخصصة لحماية البيئة متى توجب الأمر ذلك.

وقد أخذ موضوع البيئة، لاسيما منذ منتصف السبعينات والثمانينات من القرن العشرين، يتصدر الاهتمامات الفكرية لدى المواطن الجزائري، ومرد ذلك الشعور المتنامي بأن التدهور الراهن للبيئة يحمل معه أخطار حقيقية على الإنسانية كافة، وإن تداركها ومجابهتها مرهون بتحقيق تغيير فعلي في علاقات الإنسان بالطبيعة، وكذا في تصويب علاقة الإنسان بالبيئة بأوسع المعاني وأعمقها.



رسم بياني رقم (09) يوضح استعداد المبحوثين لحماية البيئة

جدول رقم (14): وضع البيئة في الجزائر حسب متغير الجنس.

الجنس	ذكر		أنثى		النسبة المؤوية
	التكرار	النسبة المؤوية	التكرار	النسبة المؤوية	
الإجابة	81	%37.33	41	%30.83	المجموع
سبي	81	%37.33	41	%30.83	122
					%34.86

في تدهور	78	%35.94	49	%36.84	127	%36.29
في تحسن	52	%23.96	41	%30.83	93	%26.57
جيد	06	%02.76	02	%01.50	08	%02.29
المجموع	217	%100	133	%100	350	%100

يلاحظ من خلال الجدول أن متغير الجنس ليس له دلالة إحصائية بخصوص وصف الحالة البيئية في الجزائر، إذ يلاحظ أن أغلب المبحوثين ومن كلا الجنسين عبروا على أن البيئة في الجزائر في تدهور مستمر، بنسبة(36.29%) من أفراد العينة، وبأعلى نسبة عند الإناث (36.84%) مقابل نسبة(35.94%) عند الذكور، كما أن الاتجاه العام للجنسين يرون بأن البيئة في الجزائر في وضع سيئ، بنسبة (34.86%) وبأعلى نسبة عند الذكور(37.33%) مقابل نسبة(30.83%) عند الإناث. لنخص أن الذكور والإناث يرون أن البيئة في الجزائر في وضع سيئ ومتدهور.

جدول رقم(15): وضع البيئة في الجزائر حسب متغير المستوى التعليمي.

الم. التعليمي	ابتدائي		متوسط		ثانوي		جامعي	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
الإجابة	المئوية		المئوية		المئوية		المئوية	
سيئ	%50.00	02	%38.78	19	%47.06	32	%30.13	69
في تدهور	%00.00	00	%36.73	18	%27.94	19	%39.30	90
جيد	%25.00	01	%06.12	03	%01.47	01	%01.31	03
في تحسن	%25.00	01	%18.37	09	%23.53	16	%29.26	67
المجموع	%100	04	%100	49	%100	68	%100	229

تظهر نتائج الجدول أن المستوى التعليمي ليس له دلالة إحصائية فيما يتعلق بالوضع البيئي في الجزائر، حيث أغلبية أفراد العينة من المستوى الابتدائي يصفون الوضع البيئي في الجزائر في حالة سيئة، بنسبة(50.00%)، كما نجد أن أغلبية أفراد العينة من ذوي المستوى المتوسط يرون بأن الوضع البيئي في الجزائر سيئ بنسبة(38.78%)، والشيء نفسه بالنسبة للمستوى الثانوي إذ أغلبية أفراد العينة وبنسبة(47.06%) يعتقدون بأن البيئة الجزائرية في حالة سيئة، بينما عبر أفراد العينة من المستوى

الجامعي بأن الوضع البيئي في الجزائر في تدهور بنسبة (39.30%)، لنخلص من خلال نتائج الجدول إلى أن كل المستويات التعليمية للمبجوثين على دراية بالوضع البيئي في الجزائر، وأن جل المستويات التعليمية يصفون حالة الوضع البيئي في الجزائر بالسيئة، باستثناء المستوى الجامعي يرونها في حالة تدهور متزايد.

جدول رقم(16): وضع البيئة في الجزائر حسب متغير السن.

السن	من 20 إلى 25 سنة		من 26 إلى 35 سنة		من 36 إلى 45 سنة		من 46 إلى 55 سنة		من 56 سنة فما فوق	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الإجابة										
سيئ	50	%34.01	36	%36.36	25	%45.45	07	%18.42	04	%36.36
في تدهور	54	%36.73	34	%34.34	19	%34.55	15	%39.47	05	%45.45
في تحسن	40	%27.21	26	%26.26	11	%20.00	14	%36.84	02	%18.18
جيد	03	%2.04	03	%3.03	00	%0.00	02	%5.26	00	%0.00
المجموع	147	%100	99	%100	55	%100	38	%100	11	%100

نلاحظ من خلال الجدول أن الاتجاه العام للمبجوثين حسب متغير السن يصفون الوضع البيئي في الجزائر بين السيئ والمتدهور، حيث نجد أغلبية أفراد الفئات العمرية (من 20 إلى 25 سنة)، ومن (46 إلى 55 سنة)، و (من 56 سنة فما فوق) يصفون الوضع البيئي في الجزائر بالمتدهور، بنسبة (36.73%) و (39.47%) و (45.45%) على التوالي، بينما الفئتين العمريتين من (26 إلى 35 سنة) و (من 36 إلى 45 سنة) يصفونه بالسيئ بنسبة (36.36%)، (45.45%) على الترتيب. لنخلص إلى أن متغير السن ليس له دلالة إحصائية بخصوص الوضع البيئي في الجزائر، حيث نسجل أن مختلف الفئات العمرية للمبجوثين غير راضيين بالوضع البيئي في الجزائر، ويمكن تفسير ذلك إلى حالة البيئة في الجزائر التي تعرف انتهاكات وتهديدات بيئية خطيرة ومتزايدة، وأغلبها من قبل المواطنين غير المتشبعين بالوعي البيئي.

جدول رقم(17): وجود اهتمام بالبيئة في الجزائر حسب متغير الجنس.

الجنس	ذكر	أنثى

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	المجموع	النسبة المئوية
نعم	59	%27.19	35	%26.32	94	%26.86
لا	139	%64.06	74	%55.64	213	%60.86
بدون رأي	19	%08.76	24	%18.05	43	%12.29
المجموع	217	%100	133	%100	350	%100

يتضح من خلال الجدول أن الأغلبية من أفراد العينة يتفقون على عدم وجود اهتمام بالبيئة في الجزائر، بنسبة(60.86%) من مجموع أفراد العينة، بأعلى نسبة(64.06%) عند الذكور، مقابل نسبة(55.64%) عند الإناث. أما نسبة أفراد العينة الذي عبّروا عن وجود اهتمام بالبيئة في الجزائر كانت ضئيلة لم تتعدى النصف حيث بلغت(26.86%) فقط، وكانت نسبة الذكور(27.19%) وبفارق نسبة طفيفة لعنصر الإناث(26.32%). نستنتج من الجدول عن عدم وجود دلالة إحصائية بخصوص الاهتمام بالبيئة في الجزائر حسب متغير الجنس، إذ الذكور والإناث وينسب مقارنة يرون عدم وجود اهتمام بالبيئة في الجزائر.

جدول رقم(18): وجود اهتمام بالبيئة في الجزائر حسب متغير المستوى التعليمي.

الم. التعليمي	ابتدائي		متوسط		ثانوي		جامعي	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
نعم	01	%25.00	13	%26.53	13	%19.12	67	%29.26

لا	03	%75.00	28	%57.14	49	%72.06	133	%58.08
بدون رأي	00	%0.00	08	%16.33	06	%8.82	29	%12.66
المجموع	04	%100	49	%100	68	%100	229	%100

بينت نتائج الجدول عن عدم وجود دلالة إحصائية فيما يتعلق بوجود اهتمام بالبيئة في الجزائر حسب متغير المستوى التعليمي، حيث الاتجاه العام للمبحوثين يرون نقص الاهتمام بالبيئة في الجزائر، بأعلى نسبة لدى المستويين التعليميين الابتدائي والثانوي، (%75.00)، (%72.06) على الترتيب، مقابل نسبة منخفضة في المستوى التعليمي الجامعي (%58.08)، والمستوى المتوسط (%57.14).

لنخلص بأن كل المستويات التعليمية للمبحوثين يتفقون على عدم وجود اهتمام بالبيئة في الجزائر، وهو الأمر الذي يتطلب على كل شرائح المجتمع بذل مزيد من المجهودات في مجال الاهتمام بالبيئة وسلامة المحيط.

جدول رقم (19): آراء المبحوثين حول طبيعة دورهم اتجاه البيئة، حسب متغير الجنس.

الجنس		ذكر		أنثى	
		ك	%	ك	%
الإجابة					
حمايتها والمحافظة عليها		136	%44.59	84	%47.46
				220	%45.64

توعية الناس بالاهتمام بها	97	%31.80	59	%33.33	156	%32.37
الانخراط في الجمعيات البيئية	22	%07.21	14	%07.91	36	%07.47
إبلاغ المسؤولين عن كل تلوث بيئي	50	%16.39	20	%11.30	70	%14.52
لا يوجد لي دور اتجاهها	00	%00.00	00	%00.00	00	00.00%
المجموع	305	%100	177	%100	482	%100

تظهر نتائج الجدول أنّ حماية البيئة والمحافظة عليها يعتبر الدور الأكثر اختياراً من قبل أفراد العينة بنسبة (45.64%)، يحتل فيه الذكور أكثر اختياراً بنسبة (44.59%)، مقابل (47.46%) عند الإناث، يليه في المرتبة الثانية دور توعية الناس بالاهتمام بالبيئة بنسبة (32.37%) من مجموع أفراد العينة، مسجلاً أعلى نسبة في الإناث (33.33%) مقابل نسبة (31.80%) لدى الذكور، أما دور إبلاغ المسؤولين عن كل تلوث بيئي، فجاء في المرتبة الثالثة ضمن اختيارات أفراد العينة بنسبة (14.52%)، وبأعلى نسبة عند الذكور (16.39%) مقابل نسبة (11.30%) في الإناث، وفي الأخير عبّر المبحوثين عن دورهم في حماية البيئة عن طريق الانخراط في الجمعيات البيئية بنسبة ضئيلة جداً (07.47%) مسجلاً تفوق طفيف للإناث بنسبة (07.91%) مقابل نسبة (07.21%) في الذكور.

نخلص من خلال الجدول إلى أنّ كلا الجنسين من الذكور والإناث يرون بأن لهم مسؤولية قائمة اتجاه البيئة من خلال قيامهم بعدة أدوار تهدف إلى حماية البيئة والمحافظة عليها. معبرين على هذه المسؤولية من خلال تسجيلهم لنسبة (00.00%) بخصوص اختيارهم لعبارة " لا يوجد لي دور اتجاهها"

جدول رقم (20): آراء المبحوثين حول طبيعة دورهم اتجاه البيئة، حسب متغير المستوى التعليمي.

الم. التعليمي	ابتدائي		متوسط		ثانوي		جامعي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
حمايتها والمحافظة	03	%75.00	31	%38.27	43	%48.86	143	%46.28

عليها							
توعية الناس بالاهتمام بها	00	%00.00	24	%29.63	24	27.27%	108
الانخراط في الجمعيات البيئية	01	%25.00	09	%11.11	06	%06.82	20
إبلاغ المسؤولين عن كل تلوث بيئي	00	%00.00	17	%20.99	15	%17.05	38
لا يوجد لي دور اتجاهها	00	%00.00	00	%00.00	00	%00.00	00
المجموع	04	%100	81	%100	88	%100	309

يتبين من خلال الجدول أن أغلبية أفراد العينة من ذوي المستوى الابتدائي يرون أن دورهم اتجاه البيئة يتمثل في حمايتها والمحافظة عليها بنسبة (75.00%)، ونسبة منخفضة (25.00%) في الانخراط في الجمعيات البيئية، بينما يرون أن ليس لهم دور في توعية الناس بالاهتمام بالبيئة، ولا إبلاغ المسؤولين عن كل تلوث بيئي، حيث نسجل نسبة (00.00%) لكل دور. أما المستوى التعليمي المتوسط نجد أن أغلبية أفراد هذا الصنف يرون دورهم اتجاه البيئة يتمثل في حمايتها والمحافظة عليها بنسبة (38.27%)، ونسبة متقاربة (29.63%) في توعية الناس بالاهتمام بها. أما فيما يتعلق بالمستوى الثانوي فقد عبر أغلبية أفراد العينة بأن دورهم اتجاه البيئة يكون من خلال حماية البيئة والمحافظة عليها بنسبة (48.86%)، كما أن الاتجاه العام لمبحوثي المستوى التعليمي الجامعي، يرون أن دورهم اتجاه البيئة يتمثل في حمايتها والمحافظة عليها بنسبة (46.28%). يلاحظ من خلال الجدول أن أقل دور حظي باهتمام أفراد العينة متمثلاً في " دور الانخراط في الجمعيات البيئية" بنسبة (00.00%). (20.99%)، (17.05%)، (12.30%) على التوالي. نستنتج من الجدول أن متغير المستوى التعليمي ليس له دلالة واضحة بخصوص اختيار المبحوثين لدورهم اتجاه البيئة، حيث نلاحظ أن أهم دورين تم اختيارهم من قبل المبحوثين يتمثلان: في حماية البيئة والمحافظة عليها وتوعية الناس بالاهتمام بها. لنخلص إلى أن كل المستويات التعليمية على وعي بدورهم اتجاه البيئة والمحافظة عليها من كل تشوه أو انتهاك بيئي.

جدول رقم(21): آراء المبحوثين حول طبيعة دورهم اتجاه البيئة، حسب متغير السن.

السن الإجابة	من 20 إلى 25 سنة		من 26 إلى 35 سنة		من 36 إلى 45 سنة		من 46 إلى 55 سنة		من 56 سنة فما فوق	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
حمايتها والمحافظة عليها	93	%47.21	63	%48.09	30	%37.97	26	%48.15	08	%38.10
توعية الناس بالاهتمام بها	67	%34.01	40	%30.53	30	%37.97	14	%25.93	05	%23.81
الانخراط في الجمعيات البيئية	15	%07.61	11	%08.40	05	%06.33	03	%05.56	02	%09.52
إبلاغ المسؤولين عن كل تلوث بيئي	22	%11.17	17	%12.98	14	%17.72	11	%20.37	06	%28.57
لا يوجد لي دور اتجاهها	00	%00.00	00	%00.00	00	%00.00	54	%00.00	00	%00.00
المجموع	197	100%	131	100%	79	100%	108	100%	21	100%

نلاحظ من خلال الجدول أن الاتجاه العام للمبحوثين حسب متغير السن يتجه نحو اختيار دوري حماية البيئة والمحافظة عليها، وتوعية الناس بالاهتمام بها، كأهم الأدوار التي ينبغي على الفرد الالتزام بها اتجاه البيئة، حيث جاء دور حماية البيئة والمحافظة عليها كاختيار أول لدى الفئة العمرية من (20 إلى 25 سنة) بنسبة(47.21%) وفي المرتبة الثانية نجد دور توعية الناس بالاهتمام بها بنسبة(34.01%)، كما نجد في الفئة العمرية من(26 إلى 35 سنة) أن دور حماية البيئة والمحافظة عليها كان ضمن أكثر الاختيارات بنسبة(48.09%) ويليه دور توعية الناس بالاهتمام بها بنسبة(30.53%)، بينما في الفئة العمرية من(36 إلى 45 سنة) تتساوى فيها نسب الدورين بـ(37.97%) لكل دور، أما الفئة العمرية من(46 إلى 55 سنة) فنجد أن دور حماية البيئة والمحافظة عليها حاز على الأغلبية العظمى لإفراد المجموعة بنسبة(48.15%)، مقابل نسبة أقل

منها(25.93%) حددوا دورهم في توعية الناي بالاهتمام بها، وأما ما يتعلق بالفئة العمرية من(56 سنة فما فوق) يرون دورهم اتجاه البيئة ينحصر في حمايتها والمحافظة عليها بنسبة(38.10%) إضافة إلى توعية الناس بالاهتمام بها بنسبة(23.81%). كما تقسم النسب المتبقية في مختلف الفئات العمرية بين الانخراط في الجمعيات البيئية، وإبلاغ المسؤولين عن كل تلوث بيئي، كما أن كل المبحوثين عارضوا عبارة " لا يوجد لي دور اتجاههاها ".

نستنتج من خلال الجدول أعلاه بأن كل الفئات العمرية للمبحوثين عبروا عن دورهم اتجاه البيئة، معتقدين أن ضمان سلامة البيئة هي مهمة الجميع، لا يستثنى منها أي فرد في المجتمع صغيرا كان أو كبيرا. معبرين أن أهم الأدوار التي ينبغي القيام بها اتجاه البيئة تتمثل في حمايتها والمحافظة عليها كدور شخصي، إضافة إلى توعية الناس بالاهتمام بها كواجب يقومون به اتجاه الآخرين.

جدول رقم(22): أسباب تفاقم مشكلة التلوث البيئي في مدينة الجزائر حسب متغير الجنس.

الجنس	ذكر		أنثى			
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	المجموع	النسبة المئوية
الإجابة	104	%12.01	42	%07.12	156	%10.64
النمو السكاني						

تزايد وسائل النقل	66	%07.62	51	%08.64	117	%07.98
الانتشار العشوائي للمصانع والمناطق الصناعية	80	%09.24	54	%09.15	134	%9.14
ضعف الوعي البيئي	133	%15.36	105	%17.80	238	%16.23
غياب الحس المدني	104	%12.01	70	%11.86	174	%11.87
عدم كفاءة برامج التوعية البيئية	30	%03.46	29	%04.92	59	%04.02
عدم الالتزام بالتشريعات والقوانين البيئية	57	%06.58	49	%08.31	106	%07.23
ضعف مؤسسات حماية البيئة	60	%06.93	42	%07.12	102	%06.96
غياب دور السلطة الوصية	80	%09.24	57	%09.66	137	%09.35
غياب إستراتيجية واضحة نحو حماية البيئة ومكافحة التلوث	84	%09.70	49	%08.31	133	%09.07
ضعف الإنفاق الحكومي على البيئة	68	%07.85	42	%07.12	110	%07.50
المجموع	866	%100	590	%100	1466	%100

يلاحظ من خلال الجدول أن متغير الجنس ليس له دلالة إحصائية بخصوص أسباب تفاقم المشاكل البيئية في الجزائر العاصمة، إذ يلاحظ بأن أغلبية أفراد العينة من الذكور والإناث يرجعون السبب الأول إلى ضعف الوعي البيئي، بنسبة (16.23%)، وبأعلى نسبة (17.80%) عند الإناث، مقابل نسبة (15.36%) في الذكور. وفي المرتبة الثانية نجد ظاهرة النمو السكاني وغياب الحس المدني (12.01%) عند الذكور، مقابل ضعف الحس المدني بنسبة (11.86%) لدى الإناث. كما

نلاحظ من خلال الجدول أن أضعف سبب للمشاكل البيئية في الجزائر العاصمة لدى الذكور والإناث هو ضعف برامج التوعية البيئية بنسبة (04.02%) من مجموع أفراد العينة، بأعلى نسبة (04.92%) عند الإناث، مقابل نسبة (03.46%) لدى الذكور. لنخلص إلى أن الذكور والإناث يتفقون بأن سبب تفاقم المشاكل البيئية في مدينة الجزائر يعود بالأساس إلى ضعف الوعي البيئي لدى أفراد المجتمع.

جدول رقم(23): يوضح أسباب تفاقم مشكلة التلوث البيئي في مدينة الجزائر (العاصمة)، حسب متغير السن.

السن		20 إلى 25 سنة		26 إلى 35 سنة		من 36 إلى 45 سنة		46 إلى 55 سنة		56 سنة فما فوق	
الإجابة		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
النمو السكاني		54	%09.31	47	%11.58	28	%11.16	20	%06.94	07	%15.42
تزايد وسائل النقل		42	%07.24	33	%08.13	20	%07.97	16	%05.56	06	%13.22
الانتشار العشوائي للمصانع والمناطق الصناعية		55	%09.48	32	%07.88	24	%09.56	15	%05.21	08	%17.62
ضعف الوعي البيئي		102	%17.59	65	%16.01	37	%14.74	28	%09.72	06	%01.32
غياب الحس المدني		63	%10.86	55	%13.55	26	%10.36	23	%07.99	07	%15.42
عدم كفاءة برامج التوعية البيئية		24	%04.14	19	%04.68	10	%03.98	05	%17.36	01	%02.20
عدم الالتزام بالتشريعات والقوانين البيئية		50	%08.62	24	%05.91	17	%06.77	10	%03.47	05	%11.01
ضعف مؤسسات حماية البيئة		40	%06.90	31	%07.64	15	%05.98	14	%04.86	20	%00.44
غياب دور السلطة الوصية		54	%09.31	33	%08.13	27	%10.76	16	%05.56	07	%15.42
غياب خطة إستراتيجية لحماية البيئة ومكافحة التلوث		51	%08.79	36	%08.87	24	%09.56	16	%05.56	60	%01.32
ضعف الإنفاق الحكومي على البيئة		45	%07.76	31	%07.64	23	%09.16	08	%27.78	03	%06.61
المجموع		580	100%	406	100%	251	100%	288	100%	454	100%

يظهر من خلال الجدول أن أغلبية أفراد العينة من الفئات العمرية من (20 إلى 25 سنة) و من (26 إلى 35 سنة) والفئة العمرية من (36 إلى 45

سنة) يرون أن سبب تفاقم مشكلة التلوث البيئي في الجزائر العاصمة يعود إلى ضعف الوعي البيئي بنسبة (17.59%)، (16.01%)، (14.74%) على

التوالي. بينما الفئة العمرية من (46 إلى 55 سنة) فيرجعون سبب تفاقم المشاكل البيئية في الجزائر العاصمة إلى ضعف الإنفاق الحكومي على البيئة بنسبة (27.78%)، أما الفئة العمرية من (56 سنة فما فوق) يرون أن سبب ظهور مشاكل التلوث البيئي في الجزائر العاصمة يعود إلى الانتشار العشوائي للمصانع والمناطق الصناعية بالعاصمة بنسبة (17.62%).

ويمكن تفسير اعتبار الفئة العمرية من (46 إلى 55 سنة) أن سبب تفاقم المشاكل البيئية في الجزائر العاصمة يعود إلى ضعف الإنفاق الحكومي على البيئة، باعتبار أن الميزانية المخصصة للبيئة في الجزائر تعد من أضعف الميزانيات، حيث تفوقها ميزانيات أخرى لقطاعات تعتبر أقل منها أهمية وتأثير، كالرياضة والثقافة، كما أن الدولة أصبحت ترصد مبالغ مالية ضخمة للإنعاش الاقتصادي دون أخذ بعين الاعتبار ما يترتب عن التطور الصناعي والتجاري من عواقب على البيئة وأعظمها خطورة التلوث البيئي.

أما الفئة العمرية الكبيرة من (56 سنة فما فوق) فيمكن تفسير اعتبارها أن سبب ظهور مشاكل التلوث البيئي في الجزائر العاصمة يعود إلى الانتشار العشوائي للمصانع والمناطق الصناعية بالعاصمة، إلى ما تعرفه العاصمة من ظهور مصانع ومنشآت صناعية بشكل فوضوي غير مدروس، وكثير منها أقيمت في مناطق قريبة من التجمعات السكنية، ما انعكس عنها ارتفاع نسبة التلوث البيئي جراء مخلفاتها الصناعية (السائلة والصلبة)، وانبعاث غازات سامة ملوثة للبيئة ومضرة بالأراضي الفلاحية، مما أثرت بشكل سلبي على البيئة والمحيط. ونذكر على سبيل المثال مصانع الاسمنت والتبغ ومواد التنظيف.

ويبقى أهم سبب لتفاقم المشاكل البيئية في الجزائر العاصمة هو غياب الوعي البيئي في أوساط المجتمع، وهو ما عبر عنه أغلبية الفئات العمرية للمبحوثين.

جدول رقم(24): يبين مدى استعداد المبحوثين لحماية البيئة، حسب متغير الجنس.

هل أنت على استعداد لحماية البيئة							السؤال: 08			
		%01.84	ذ	لا	%98.16	ذ			نعم	
		%00.75	أ		%99.25	أ				
%		مج	%		ك	%		ك	الإجابة / متغير الجنس	
%61.89		216	%44.91		97	%55.09		119	ذكر	المشاركة في حملات
%38.11		133	%54.14		72	%45.86		61	أنثى	التوعية البيئية
%62.00		217	%51.15		111	%48.85		106	ذكر	الالتزام بالتشريعات
%38.00		133	%40.60		54	%59.40		79	أنثى	البيئية
%62.00		217	%53.46		116	%46.54		101	ذكر	المشاركة في العمل
%38.00		133	%61.65		82	%38.35		51	أنثى	التطوعي
%62.00		217	%83.41		181	%16.59		36	ذكر	دفع تبرعات لصندوق
%38.00		133	%56.15		105	%43.85		82	أنثى	محلي أو وطني
%61.89		216	%83.80		181	%16.20		35	ذكر	لحماية البيئة
%38.11		133	%82.71		110	%17.29		23	أنثى	دفع ضرائب إضافية

العينية لحماية البيئة، حيث نجد تفوقا طفيفا للإناث على الذكور، بنسبة (17.29%) للإناث، مقابل (16.20%) للذكور. نستنتج من خلال الجدول أن الذكور والإناث لهم استعداد كبير لحماية البيئة، بينما نجد هناك فروق طفيفة بين السلوكيات المعبرة لذلك، حيث نجد الذكور يميلون أكثر إلى المشاركة في الحملات التوعوية البيئية، وهذا يتوافق مع طبيعتهم الجسمية، بينما الإناث يفضلن المساهمة في دفع تبرعات لصندوق محلي أو وطني خاص بحماية البيئة، ويلاحظ هذا التوجه يتوافق مع طبيعتهم المورفولوجية، حيث يملن إلى المساهمة المالية أكثر من البدنية كون بنيتهم البدنية لا تسمح بذلك.

جدول رقم (25): يبين مدى استعداد المبحوثين لحماية البيئة، حسب متغير المستوى التعليمي.

الم. التعليمي الإجابة	ابتدائي		متوسط		ثانوي		جامعي	
	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار
نعم	75.00%	03	100.00%	49	97.06%	66	99.13%	227
لا	25.00%	01	00.00%	00	02.94%	02	00.87%	02
المجموع	100%	04	100%	49	100%	68	100%	229

يظهر من خلال الجدول أن متغير المستوى التعليمي ليس له دلالة إحصائية فيما يتعلق باستعداد المبحوثين لحماية البيئة، حيث نجد كل الفئات العمرية عبرت عن ذلك بنسب كبيرة جدا، وبالأخص في المستوى التعليمي المتوسط إذ سجل نسبة (100.00%) من أفراد المجموعة عبروا عن استعدادهم لحماية البيئة، وبنسبة أقل لدى المستوى التعليمي الجامعي (99.13%)، لتتخفف النسبة إلى (97.06%) لدى فئة المستوى الثانوي، بينما سجل أدنى نسبة في فئة المستوى التعليمي الابتدائي (75.00%)، لنخلص إلى أن كل أفراد العينة بمختلف مستوياتهم التعليمية على استعداد لحماية البيئة، وأكبر فئة عبرت عن ذلك هي فئة المستوى المتوسط.

جدول رقم(26): يبين مدى استعداد المبحوثين لحماية البيئة، حسب متغير السن.

السن	من 20 إلى 25 سنة		من 26 إلى 35 سنة		من 36 إلى 45 سنة		من 46 إلى 55 سنة		من 56 سنة فما فوق	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
نعم	146	99.32%	95	95.96%	55	100%	38	100%	11	100%
لا	01	00.68%	04	04.04%	00	00.00%	00	00.00%	00	00.00%
المجموع	147	100%	99	100%	55	100%	38	100%	11	100%

يتبين من خلال الجدول أن متغير السن لا يحمل أي دلالة إحصائية بخصوص الاستعداد لحماية البيئة، حيث الفئات العمرية من: (36 إلى 45 سنة)، ومن (46 إلى 55 سنة) ومن (56 سنة فما فوق) لها استعداد لحماية البيئة بنسبة (100%). وبنسبة أقل منها (99.32%) في الفئة العمرية من (20 إلى 25 سنة)، بينما نسجل أدنى نسبة (95.96%) لدى الفئة العمرية من (26 إلى 35 سنة)

ويمكن القول أن أفراد العينة الأكبر سنا لهم استعداد كبير لحماية البيئة أكثر من المبحوثين الأقل سنا، وقد يعود ذلك إلى عاملي الوقت والدخل، حيث أن الفئة الأصغر سنا (ثانويون وجامعيون) عادة تكون مشغلة بالتدريس، إضافة إلى دخلها المادي الضعيف، وبالتالي فإن الوقت التي تخصصه للقيام بأعمال بيئية أو تساهم في تبرعات وإشتركات مالية لصالح البيئة، يكون أقل من الفئة العمرية الأكبر سنا، حيث أغلبيتها عمال أو موظفين أو متقاعدين، وبالتالي يكونون على استعداد أكبر للقيام بمهام تهدف إلى حماية البيئة، سواء المهام الذي تتطلب جهدا عضليا كالمشاركة في الحملات التطوعية البيئية، أو مساهمات مالية كدفع تبرعات وضرائب لصناديق تهتم بالشؤون البيئية.

جدول رقم(27): تقاطع رأي المبحوثين حول وجود اهتمام بالبيئة في الجزائر، مع استعدادهم لحماية البيئة.

هل أنت على استعداد لحماية البيئة						السؤال: 08	
		لا		نعم		السؤال: 02	
%	مج	%	ك	%	ك		
%26.86	94	%01.06	01	%98.94	93	نعم	هل ترى بأن
%60.86	213	%01.88	04	%98.12	209	لا	هناك اهتمام
%12.29	43	%00.00	00	%100	43	بدون رأي	بالبيئة في
%100	350	%01.43	05	%98.57	345	المجموع	الجزائر

يلاحظ من خلال الجدول أن الاتجاه العام يوجد في العمود الأول في صنف الذين لهم استعداد لحماية البيئة، حيث تؤكد نتائج الجدول أن كل المبحوثين سواء الذين يعتقدون بوجود اهتمام بالبيئة في الجزائر، أو المبحوثين الذين يعارضون ذلك، عبروا عن استعدادهم لحماية البيئة، بنسبة أعلى(98.94%) للصنف الأول، مقابل نسبة(98.12%) للصنف الثاني، كما أن المبحوثين الذين ليس لهم رأي بخصوص وجود اهتمام بالبيئة في الجزائر قد عبروا عن استعدادهم لحماية البيئة بنسبة(100%). لنخلص إلى أن للمبحوثين استعداد كامل لحماية البيئة، بغض النظر عن وجود اهتمام بالبيئة في الجزائر أو عدمه، ويمكن تفسير ذلك إلى الوعي البيئي المرتفع لدى المبحوثين، وكذا شعورهم الكبير بمسؤوليتهم اتجاه حماية البيئة، باعتبار المحافظة على سلامة البيئة واجب على كل فرد في المجتمع، حتى وإن كان هناك أطراف أخرى في المجتمع تتملص من هذه المسؤولية.

جدول رقم(28): تقاطع رأي المبحوثين حول وضع البيئة في الجزائر، مع دورهم اتجاه البيئة.

السؤال: 01								
كيف تصف وضع البيئة في الجزائر								
جيد		في تحسن		في تدهور		سيئ		
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
05	35.71%	63	47.73%	75	43.60%	77	46.95%	حمايتها والمحافظة عليها
03	21.43%	41	31.06%	59	34.30%	53	32.32%	توعية الناس بالاهتمام بها
03	21.43%	12	9.09%	13	7.56%	08	4.88%	الانخراط في الجمعيات البيئية
03	21.43%	16	12.12%	25	14.53%	26	15.85%	إبلاغ المسؤولين عن كل تلوث بيئي
00	00.00%	00	00.00%	00	00.00%	00	00.00%	لا يوجد لي دور اتجاهها
132	100%	14	100%	172	100%	164	100%	المجموع

بينت نتائج الجدول أن الدور البيئي المتمثل في العبارة " حمايتها والمحافظة عليها" احتل المرتبة الأولى ضمن اختيارات المبحوثين الذين يرون أن البيئة في حالة جيدة بنسبة(35.71%)، ونسبة(47.73%) لدى الفئة التي وصفت البيئة في الجزائر في تحسن، أما فئة المبحوثين الذين يرون أن البيئة في الجزائر في حالة متدهورة، عبروا عن دورهم في حماية البيئة والمحافظة عليها بنسبة(43.60%)، في حين فئة الذي وصفوا البيئة في حالة سيئة كانت نسبتهم(46.95%). كما نجد أن كل الفئات اختارت عبارة " توعية الناس بالاهتمام بها " ضمن الاختيار الثاني بنسبة(21.43%)،(31.06%)،(34.30%) (32.32%) على التوالي. أما عبارتي: " الانخراط في الجمعيات البيئية"، "إبلاغ المسؤولين عن كل تلوث بيئي"، كانتا أيضا كاختيار ثاني للصنف الذي يرى وضع البيئة في الجزائر في حالة جيدة بنسبة(21.43%) لكل دور. بينما المبحوثين الذين عبروا

عن وضع البيئة في الجزائر في حالة " تحسن " و " في تدهور " و "سيئ " ، اختاروا دور إبلاغ المسؤولين عن كل تلوث بيئي كاختيار ثالث بنسبة (12.12%)، (14.53%)، (15.85%) على الترتيب، أما دور الانخراط في الجمعيات البيئية كان ضمن الاختيار الرابع والأخير لكل الفئات بنسبة (09.09%)، (07.56%)، (04.88%).

يلاحظ من خلال الجدول أن كل المبحوثين الذين عبروا عن وضعية البيئة في الجزائر سواء بالإيجاب (جيد، في تحسن) أو بالسلب (في تدهور، سيئ)، عبروا كذلك عن دورهم ومسؤوليتهم اتجاه البيئة، كما بينت النتائج أن جل المبحوثين لديهم نظرة سلبية حول وضع البيئة في الجزائر، ويعكس هذا الاتجاه اختيار معظمهم للعبارتين (في تدهور، سيئ)، لكنهم في الوقت نفسه لديهم استعداد كبير نحو حماية البيئة، ويظهر هذا من خلال تعبيرهم عن دورهم اتجاه البيئة، ويؤكد هذا الاتجاه رفض كل المبحوثين للعبارة (لا يوجد لي دور اتجاهها). كما تؤكد نتائج الجدول ما توصلنا إليه سابقا بأن كل أفراد عينة الدراسة على استعداد لحماية البيئة والمحافظة على سلامة المحيط.

الاستنتاجات الجزئية:

من خلال دراستنا وتحليلنا للمحور الأول المتعلق بعلاقة المواطن بالبيئة، توصلنا إلى مجموعة من النتائج الجزئية، والتي يمكن تلخيص أهمها في النقاط التالية:

1. بينت الدراسة أن أغلبية المبحوثين وبنسبة (36.29%) يرون أن الوضع البيئي في الجزائر في حالة تدهور، ويرجعون ذلك إلى الواقع البيئي الجزائري الذي يتخبط في عدّة مشاكل بيئية، كالتلوث بمختلف أشكاله، انتشار النفايات الحضرية والصناعية، التصحر، فساد الإطار المعيشي،... إلخ
2. أوضحت الدراسة بأن الأغلبية العظمى من المبحوثين يعتقدون بعدم وجود اهتمام بالبيئة في الجزائر، بنسبة (60.86%)، مقابل نسبة (26.86%) فقط من المبحوثين يرون عكس ذلك.
3. كل أفراد عينة الدراسة يعتقدون بأن حماية البيئة أمر ضروري جدا، ويعود هذا إلى مستوى وعي المبحوثين بأهمية البيئة وبأهمية المحافظة عليها.
4. ظهر من الدراسة أن للمبحوثين وعي بالجهات المسؤولة عن التوعية البيئية، إذ يحددون الأسرة في المرتبة الأولى، الفرد والمدرسة في المرتبة الثانية، السلطات الحكومية يحددونها في المرتبة الثالثة، بعدها وسائل الإعلام في المرتبة الرابعة، والمسجد في المرتبة الخامسة وأخيرا الجمعيات البيئية يحددونها في المرتبة السادسة.
5. كل المبحوثين على وعي تام بطبيعة دورهم اتجاه البيئة، حيث نجد أن نسبة (45.64%) يرون دورهم اتجاه البيئة في حمايتها والمحافظة عليها، ونسبة (32.37%) يحددون دورهم اتجاه البيئة في توعية الناس بالاهتمام بها.
6. بينت الدراسة بأن كل المبحوثين على وعي ودراية بالمشكلات البيئية الخطيرة التي تعاني منها مدينة الجزائر العاصمة، وأجمع غالبية المبحوثين بأن ظاهرة انتشار النفايات تعتبر من أخطر المشكلات البيئية التي تعاني منها مدن العاصمة، بمتوسط حساب (02.91%).

7. أغلب المبحوثين يرون أن سبب تفاقم مشكلة التلوث البيئي في مدينة الجزائر (العاصمة)، يعود أساسا إلى ضعف الوعي البيئي في أوساط المجتمع، بنسبة (16.23%)، يليه غياب الحس المدني بنسبة (11.87%).

8. أوضحت الدراسة بأن نسبة (98.57%) من المبحوثين على استعداد لحماية البيئة، وعبروا عن استعدادهم للمحافظة على سلامة البيئة من خلال عدة سلوكيات بيئية وأهمها، المشاركة في حملات التوعية البيئية، والالتزام بالتشريعات البيئية.

9. بينت الدراسة أن المتغيرات الديموغرافية (النوع، المستوى التعليمي، السن) ليس لها دلالة إحصائية بخصوص وصف الحالة البيئية في الجزائر، حيث أغلب المبحوثين يرون أن الحالة البيئية في الجزائر بين الوضع السيئ والمتدهور.

10. أشارت الدراسة بأن متغيرا الجنس والمستوى التعليمي ليس لهما دلالة إحصائية بخصوص الاهتمام بالبيئة في الجزائر، حيث كلا المتغيرين يرون عدم وجود اهتمام بالبيئة في الجزائر بنسب متقاربة.

11. أغلبية المبحوثين وباختلاف متغيراتهم الديموغرافية عبروا عن دورهم اتجاه البيئة في دورين أساسيين وهما: حماية البيئة والمحافظة عليها، وتوعية الناس بالاهتمام بها، كما أن كل المبحوثين عارضوا عبارة " لا يوجد لي دور اتجاههاها ".

12. أغلبية أفراد العينة من الذكور والإناث يرجعون السبب الأول في تفاقم المشاكل البيئية في مدينة الجزائر العاصمة إلى غياب الوعي البيئي في أوساط المجتمع.

13. الفئات العمرية الصغرى يرون أن سبب تفاقم مشكلة التلوث البيئي في مدينة الجزائر العاصمة يعود إلى ضعف الوعي البيئي لدى أفراد المجتمع، بينما الفئة العمرية الكبرى يرجعون سبب ذلك إلى الانتشار العشوائي للمصانع والمناطق الصناعية بالعاصمة، وكذا ضعف الإنفاق الحكومي على البيئة.

14. بينت الدراسة أن الذكور والإناث لهم استعداد كبير لحماية البيئة، وعبر الذكور عن هذا الاستعداد من خلال المشاركة في حملات التوعية البيئية بنسبة (55.09%)، بينما الإناث عبرن عن ذلك من خلال دفع تبرعات لصندوق محلي أو وطني لحماية البيئة بنسبة (43.85%).

15. كل أفراد العينة بمختلف مستوياتهم التعليمية على استعداد لحماية البيئة، وأكبر فئة عبرت عن ذلك فئة المستوى المتوسط بنسبة (100.00%).

16. أوضحت الدراسة أن متغير السن لا يحمل أي دلالة إحصائية بخصوص الاستعداد لحماية البيئة، إلا أن المبحوثين الأكبر سناً لهم استعداد لحماية البيئة أكبر من المبحوثين الأقل سناً.

17. بينت الدراسة أن كل المبحوثين الذين يعتقدون بوجود اهتمام بالبيئة في الجزائر، أو الذين يعارضون ذلك، عبروا عن استعدادهم الكبير لحماية البيئة والمحافظة عليها.

18. كل المبحوثين الذين عبروا عن وضع البيئة في الجزائر سواء بالإيجاب (جيد، في تحسن) أو بالسلب (في تدهور، سيئ)، عبروا كذلك عن دورهم ومسؤوليتهم اتجاه حماية البيئة والمحافظة على سلامتها.

المطلب الثالث: تحليل بيانات المحور الثاني: الصورة البيئية في الصحف الجزائرية.

نهدف من خلال هذا المحور، التعرف على المصدر الرئيس للمعلومات البيئية للمبحوثين، وكذا معرفة حجم مطالعتهم للجرائد العينة وسبب انجذابهم إلى تصفحها، إضافة إلى محاولة معرفة رأيهم في دور وسائل الإعلام في التوعية البيئية، وكذلك معرفة مكانة الصورة البيئية لدى اهتمام المبحوثين مقارنة بالصور الصحفية الأخرى.

جدول رقم(29): يبين ترتيب المبحوثين لمصادر المعلومات البيئية.

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
الصحف اليومية	148	20.96%
التلفزيون	216	30.59%
المجلات المتخصصة	23	03.26%
الأنترنت	196	27.76%
الإذاعة	52	07.37%
الكتب	31	04.39%
المحاضرات	40	05.67%
المجموع	706	100%

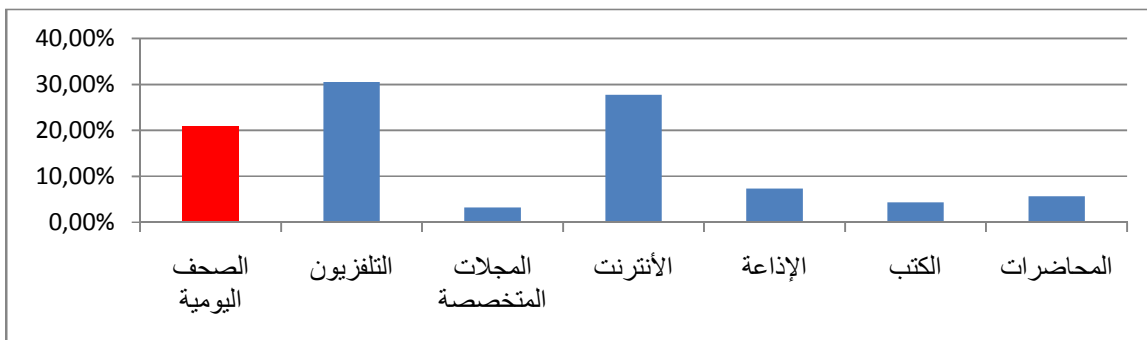
نلاحظ من خلال الجدول أن الأنترنت والتلفزيون والصحف اليومية تعتبر من أهم مصادر المعلومات البيئية بالنسبة للغالبية العظمى من المبحوثين، وذلك بنسبة (27.76%)، (30.59%)، (20.96%) من إجابات المبحوثين على التوالي، وتأتي الإذاعة في المرتبة الرابعة بنسبة (07.37%)، واحتلت المحاضرات كمصدر للمعلومات البيئية لدى المبحوثين في المرتبة الخامسة بنسبة (05.67%)، أما الكتب فجاءت في المرتبة السادسة بنسبة (04.39%) من إجابات المبحوثين، في حين عادت المرتبة السابعة والأخيرة للمجلات المتخصصة وذلك بنسبة (03.26%) من إجابات المبحوثين.

نلاحظ من خلال الجدول أن التلفزيون يعد من أكبر مصادر المعلومات البيئية للمبحوثين بدون منازع، فهو يتقدم سائر وسائل الإعلام كمصدر رئيسي للمعلومات البيئية، حيث نجد أن 216 من أفراد العينة رتبوه في المرتبة الأولى، ويعود ذلك إلى كون التلفزيون من أكثر الوسائل الإعلامية انتشارا لدى جميع فئات المجتمع على اختلاف أعمارهم ومستوياتهم الاجتماعية والثقافية، ومن جهة أخرى

ما تمتلكه التلفزيون من عناصر استقطاب تتفوق بها على الصحف والكتب والمجلات وحتى الإذاعة، كالصوت والصورة المتحركة، لهذا فإمكانية التفاعل مع هذه الوسيلة نجدها كبيرة مقارنة بالوسائل الإعلامية الأخرى.

كما نجد عدد كبير من المبحوثين يعتمدون على الصحف اليومية كمصدر رئيس لمعلوماتهم البيئية، حيث أن 148 من أفراد العينة رتبوها في المرتبة الثالثة، متفوقة في ذلك على كل من الإذاعة والكتب والمجلات، وهذا يوضح مدى مكانة البيئة وقضاياها لدى الصحافة المكتوبة، إذ أصبحت الصحافة المكتوبة الجزائرية تعطي اهتماما بالغا بالبيئة، من خلال عرض المواضيع البيئية في صفحاتها ومتابعة القضايا البيئية ومعالجتها، مستخدمة في ذلك عدة قوالب إعلامية متنوعة، كالصورة الفوتوغرافية، والروبورتاج والتقارير، والأعمدة، والرسوم الكاريكاتورية والجدول البيانية والإحصائية. ويعود اعتماد المبحوثين على الصحف اليومية كمصدر لمعلوماتهم البيئية من خلال عدة اعتبارات منها: كثرة المواضيع البيئية التي تتطرق إليها، إضافة إلى كونها تهتم بكل القضايا البيئية في المجتمع الجزائري، كما أنها تقدم معلومات وحقائق وأراء حول البيئة ومشكلاتها التي تمس الواقع البيئي في الجزائر. إذ لا شك أن إثارة المواضيع البيئية إعلاميا (لا سيما على مستوى الصحف والجرائد) من شأنه أن يرقى من الثقافة البيئية للإنسان الجزائري على اختلاف مستويات مسؤولياته في المجتمع. بالإضافة إلى الصحف والتلفزيون، نجد توظيف المبحوثين لانتترنت والإذاعة والكتب والمحاضرات كوسائل إعلامية يحصلون منها على المعلومات البيئية، وذلك بدرجات متفاوتة تتوقف على إمكانيات كل وسيلة.

وبينت الدراسة أيضا، أن بعض المبحوثين أوضحوا أن حصولهم على المعلومات البيئية يتم من خلال عدة مصادر أخرى منها: حياتهم اليومية والواقع اليومي المعاش، مشاهداتهم الميدانية للطبيعة وما تتعرض لها من انتهاكات بيئية، كذلك من خلال معاشتهم للمجتمع ومشاهدتهم للسلوكات السلبية اتجاه البيئة.



رسم رقم (10) ترتيب المبحوثين لمصادر المعلومات البيئية

تمثل الصحف مصدرا مهما للمعلومات البيئية، نظرا لتمتعها بشبكة من المراسلين الدائمين في أماكن الأحداث، إضافة إلى ارتفاع مستوى الأداء الصحفي مما يمكن هذه الصحف من الانفراد بالمعلومات البيئية المحلية والدولية الهامة.

ويبرز الواقع العملي خلال السنوات الأخيرة وجود عدد معتبر من المجلات والدوريات العلمية المتخصصة في البيئة، التي تعمل على تقديم معلومات بيئية مهمة، على المجالين المحلي والعالمي، ومن بين أهم المجلات البيئية المتخصصة التي تصدر في العالم العربي، نذكر الآتي:

1. مجلة "آفاق البيئة والتنمية" الفلسطينية، مجلة إلكترونية تصدر عن مركز العمل التنموي، تأسست في مدينة القدس في جانفي عام 1989، وتعالج المجلة العديد من المحاور البيئية الهامة مثل: الطاقة المتجددة وترشيد استهلاك الطاقة، التغيرات المناخية، التنوع الحيوي، تدهور الأراضي، المياه، إدارة النفايات، الكوارث البيئية، وغير ذلك من المسائل البيئية الملحة. كما تعالج المجلة القضايا والظواهر والمشكلات البيئية الفلسطينية والعربية والعالمية المعاصرة. وترصد ممارسات الاحتلال الصهيوني المعادية للبيئة الفلسطينية والعربية. (1)

2. مجلة "بيئة المدن" الإلكترونية، تصدر عن مركز البيئة للمدن العربية، التابع لمنظمة المدن العربية، مقره الدائم في مدينة دبي (دولة الإمارات العربية المتحدة) يبلغ عدد أعضائه أكثر من 450 مدينة عربية. يختص المركز في تقديم الخدمات الاستشارية والبحثية في المجالات البيئية المختلفة لجميع المدن الأعضاء في المنظمة، زيادة الوعي البيئي والتعليم البيئي عن طريق العديد من المشاريع البيئية ومنها، منها "المجلة البيئية الإلكترونية" كما يعمل على المساهمة في وضع إستراتيجية بيئية عربية للمدن العربية وتوفير الدعم الفني وتقديم الخبرات والخدمات الاستشارية للمدن العربية في مجالات صحة البيئة وتنمية وتطوير البيئة الطبيعية والعمرانية. هذا بالإضافة إلى دراسة ظروف البيئة الطبيعية والعمرانية وإجراء الأبحاث لتحديد ودراسة المشاكل البيئية والمساهمة في وضع الحلول المناسبة لمعالجتها وبناء قاعدة بيانات بيئية عربية باستخدام أحدث النظم التقنية. ويهدف المركز أيضا إلى توثيق الصلات وتعزيز التعاون ونقل وتبادل الخبرات في المجالات البيئية المختلفة بين المدن العربية وتنفيذ مشاريع

(1) - مجلة "آفاق البيئة والتنمية"، الموقع الإلكتروني للمجلة، <http://www.maan-ctr.org/magazine>، تاريخ التصفح: 2017/01/25.

صديقة للبيئة وإعداد كوادر مؤهلة ومدرّبة في مجال البيئة والتوعية البيئية من خلال إعداد وتنفيذ البرامج العلمية التخصصية والدورات التدريبية والدراسية وحلقات البحث في مجالات البيئة المختلفة.⁽¹⁾

3. مجلة " أخبار البيئة " الإماراتية، مجلة إلكترونية، تهتم بأخبار وشؤون البيئة والتنمية وتضم أخباراً يومية ومقالات مختارة من وسائل الإعلام ودراسات وقضايا تتعلق بالتغيرات المناخية والتقنيات الخضراء (الصديقة للبيئة) والطاقات المتجددة، وترصد نشاطات الجمعيات الأهلية والمؤسسات الحكومية العاملة على حماية البيئة، كما تسعى لتقديم مواد تعليمية تفاعلية لرفع الوعي لدى الجمهور بأهمية البيئة كوسط يجب المحافظة عليه وحمايته من الكوارث.⁽²⁾

4. مجلة "البيئة والتنمية" أول مجلة بيئية إقليمية عربية. أسسها نجيب صعب عام 1996، وهي تعنى بالقضايا والمواضيع البيئية والتنمية. صدرت شهرياً في طبعة ورقية بين 1996 و2016، ووصل توزيعها إلى 38000 نسخة في 22 بلداً. وكانت بين قلة من المجلات العربية التي توزع في المكتبات ومع باعة الصحف في جميع أنحاء العالم العربي. نجحت المجلة منذ انطلاقتها بوضع البيئة على أجندة اهتمامات الحكومات، كما تمكنت من خلال أسلوبها الشيق والسهل في جعل المواضيع البيئية المتخصصة مثار اهتمام القارئ العادي والمتخصص. في عيدها العشرين نهاية سنة 2016، تحوّلت المجلة إلى النشر الإلكتروني، ووضعت كامل أعدادها مجاناً على الإنترنت، لتصبح أوسع مرجع عربي في مواضيع البيئة. وينشر الموقع الإلكتروني أخباراً وتعليقات، إلى جانب نسخة شهرية من المجلة على الإنترنت وصفحات بيئية بالتعاون مع صحف عربية.⁽³⁾

5. مجلة " الخط الأخضر " مجلة بيئية تصدر من دولة الكويت، تأسست سنة 2002. وفي حديثنا عن دور الصحف والجرائد في نشر المعلومات البيئية، فإن أهم الوسائل التي تعتمدها في ذلك " الصورة "، وهذا ما للصورة من قدرة وأهمية بالغة في إثراء الرصيد البيئي للقارئ، إضافة إلى ما تتميز به من خاصيتي الفعالية والتأثير.

(1) - مجلة "بيئة المدن"، الموقع الإلكتروني للمجلة، <http://www.envirocitiesmag.com>، تاريخ التصفح: 2017/01/25.

(2) - مجلة " أخبار البيئة"، الموقع الإلكتروني للمجلة، <http://www.env-news.com>، تاريخ التصفح: 2017/01/25.

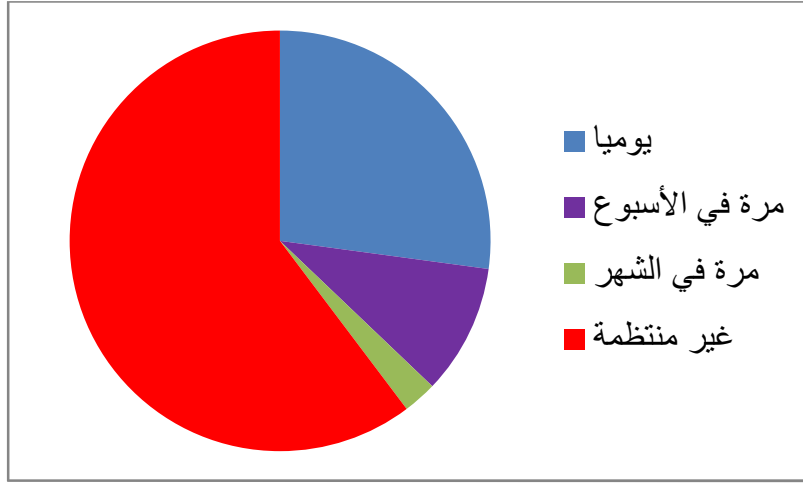
(3) - مجلة "البيئة والتنمية"، الموقع الإلكتروني للمجلة، <http://afedmag.com/web/man-nahnou>، تاريخ التصفح: 2017/01/25.

جدول رقم(30): يبين مدة مطالعة المبحوثين للجرائد الجزائرية.

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
يومية	95	27.14%
مرة في الأسبوع	35	10.00%
مرة في الشهر	09	02.57%
غير منتظمة	211	60.29%
المجموع	350	100%

يظهر من خلال الجدول أن نسبة (27.14%) من المبحوثين يطالعون الجرائد الجزائرية بشكل يومي، و(10.00%) يطالعونها مرة في الأسبوع، ونسبة طفيفة (02.57%) من المبحوثين يطالعون الجرائد مرة في الشهر، بينما نجد نسبة كبيرة من المبحوثين (60.29%) يطالعون الجرائد الجزائرية بشكل غير منتظم.

تظهر نتائج الجدول أن أغلبية المبحوثين يطالعون الجرائد الجزائرية بشكل غير منتظم، إذ ليس لهم وقت معين للمطالعة، ويرتبط ذلك عادة بوقت الفراغ أو الاستراحة، كما نجد أن المبحوثين الذين يطالعون الجرائد الجزائرية بشكل يومي عددهم يقل عن النصف- وهذا من شأنه أن يقلل من قدرة الجرائد في التأثير في القارئ وفي قدرتها على تشكيل وعي بيئي لديه- ويمكن تفسير ذلك إلى اعتماد المبحوثين لوسائل أخرى في عملية الإطلاع والحصول على المعلومات كالتلفزيون والانترنت، أو بسبب تدني القدرة الشرائية للقارئ، خاصة بعد الزيادة في سعر النسخة الورقية للصحف في الجزائر. ومن جهة أخرى تشير مختلف الدراسات إلى أن مقروئية الجرائد تراجعت بصفة كبيرة وهذا بسبب منافسة وسائل الإعلام الأخرى، خاصة التلفزيون والانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي... حيث يقضي الفرد وقتاً أطول مع هذه المواقع بدلاً من قراءة الجرائد، مع الإشارة إلى وجود عدة مبحوثين يفضلون قراءة الجرائد بصيغتها الإلكترونية منها قراءتها بالطريقة التقليدية (الورقية)، نظراً لتوفر النسخة الورقية للجريدة على الأنترنت، وكذا سهولة الاطلاع عليها وتوفرها في كامل الأوقات. إضافة إلى ما سبق ما تتميز به الجرائد الجزائرية من نقص المهنية والافتقار إلى التنوع في العناوين والمحتويات التي يمكن أن تجلب القارئ إليها.



رسم بياني رقم(11): يبين مدة مطالعة المبحوثين للجرائد الجزائرية.

جدول رقم(31): يبين نسبة مواظبة المبحوثين على مطالعة صحف عينة الدراسة.

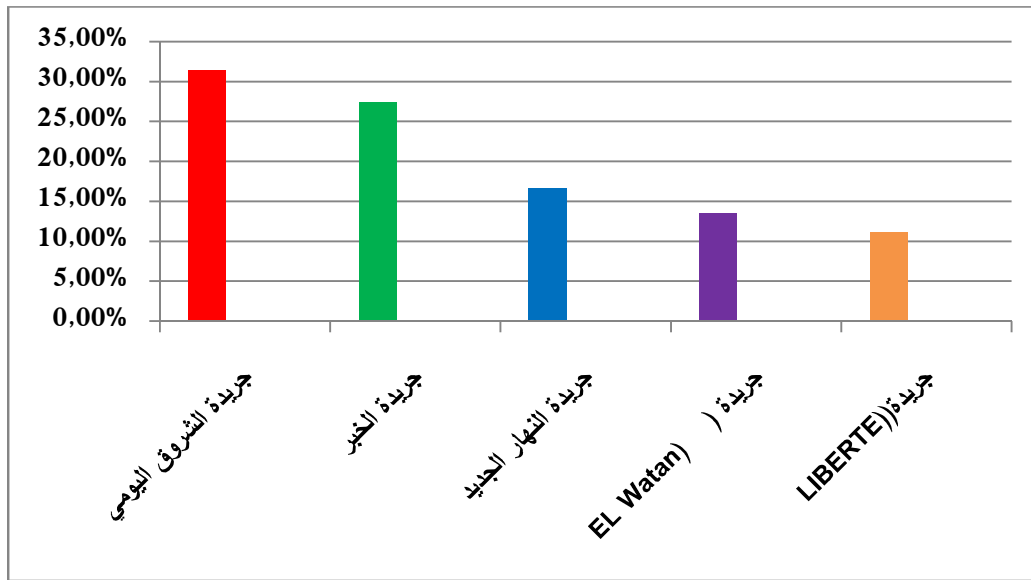
الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
جريدة الشروق اليومي	215	31.43%
جريدة الخبر	187	27.34%
جريدة النهار الجديد	114	16.67%
جريدة (EL Watan)	92	13.45%
جريدة (LIBERTE)	76	11.11%
المجموع	684	100%

نلاحظ من خلال الجدول أن جريدة الشروق اليومي تحتل المرتبة الأولى من حيث مواظبة المبحوثين على مطالعتها بنسبة (31.43%)، تليها في المرتبة الثانية جريدة الخبر بنسبة (27.34%)، وفي المرتبة الثالثة نجد جريدة النهار الجديد بنسبة (16.67%)، أما المرتبة الرابعة فعادت لجريدة (EL Watan) بنسبة (13.45%)، وفي الأخير وبنسبة قليلة جدا (11.11%) نجد جريدة (LIBERTE).

تظهر نتائج الجدول أن أغلبية المبحوثين يطالعون الجرائد الجزائرية الناطقة باللغة العربية، وذلك بجمع نسبة (75.44%) من إجابات المبحوثين، ويعود ذلك إلى الطبيعة الثقافية السائدة في المجتمع الجزائري وهي اللغة العربية، فضلا عن اهتمامها- هذه الجرائد- بجميع المجالات،

الاجتماعية السياسية الثقافية الدينية والرياضية وشؤون المجتمع، كما تهتم بالشؤون العربية والدولية إذ إن لها شبكة مراسلين ومكاتب في عدّة ولايات من الوطن. كما أنها صحف تمثل مؤسسات إعلامية كبيرة وعملها يتسم بالمهنية والتنظيم، الشيء الذي أهلها للإنفراد في نشاطها الصحفي. بالمقابل نجد المبحوثين المهتمين بالصحف الجزائرية الناطقة باللغة الفرنسية ضئيل، فهو يمثل جمع نسبة (24.56%) من إجابات المبحوثين، ويعود ذلك إلى كون اللغة الفرنسية في الجزائر ينطقها عدد محدود من السكان، كما أن الصحافة الناطقة بالفرنسية في الجزائر عادة ما تمتلك جمهورًا نخبويًا محدودًا.

وبينت نتائج الجدول أن "جريدة الشروق اليومي" احتلت الصدارة في نسبة المقروئية لدى أفراد العينة، وحقت معدل قراءة يومي مرتفعًا بالمقارنة مع بقية الجرائد، ويرجع ذلك إلى كون الجريدة ذات انتشار واسع، كما تتميز بسهولة الحصول عليها، وتعد الأكثر تأثيرًا في الشارع الجزائري، نتيجة اهتمامها بمشاكل المجتمع وملامستها اليومية لانشغالات الشباب ومعالجتها لقضايا لها علاقة مباشرة بهذه الفئة، مثل البطالة والمخدرات والحرافة...، وغيرها وكذا الولوج بقوة في الميدان الرياضي الذي يستأثر باهتمامات الفئات الشابة وحتى فئة الكهول، فضلًا عن امتلاكها لعدة كتاب وصحفيين لامعين في الوسط الصحفي الجزائري، الذين يتولون كتابة الدراسات والمقالات والأعمدة الصحفية والتحقيقات الاستقصائية. إلّا أننا نجد "جريدة الشروق اليومي" لم تستغل هذا الانتشار الواسع والشهرة الكبيرة بصورة كافية في مجال التوعية والتحسيس البيئي، نتيجة للعدد الضئيل من المواضيع البيئية التي تتطرق إليها، والنسبة الصغيرة من الصور البيئية التي تنشرها، وهذا على حساب بعض المواضيع الأخرى التي تولي لها أهمية بالغة، وتفردا عدة صفحات من الجريدة، ونشير بالخصوص إلى المواضيع السياسية والرياضية.



رسم بياني رقم (12): نسبة مواظبة المبحوثين على مطالعة الصحف عينة الدراسة.

جدول رقم (32): مدى مساهمة وسائل الإعلام في التوعية والتحسيس البيئي في المجتمع.

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	282	80.57%
لا	63	18.00%
بدون رأي	05	01.43%
المجموع	350	100%

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة (80.57%) من المبحوثين يرون أن لوسائل الإعلام دور في التوعية والتحسيس بأهمية البيئة في المجتمع، ويمكن تفسير ذلك إلى الدور الكبير الذي باتت تلعبه وسائل الإعلام بمختلف أنواعها -المرئية والمسموعة والمقروءة- في حماية البيئة وخلق الوعي البيئي وتعزيزه ونشره في أوساط المجتمع، إذ يعتبر الإعلام البيئي أحد أهم أجنحة التوعية البيئية، وكان له المردود الايجابي للوعي البيئي ونشر الإدراك السليم بالقضايا البيئية. إذ يعمل الإعلام البيئي في تيسير فهم وإدراك المتلقي للقضايا البيئية، وبناء قنوات اتجاه البيئة من شأنها أن تعزز السلوك الإيجابي للفرد اتجاه البيئة وتصحح السلوكات السلبية المضرّة بالمحيط البيئي، كما يعمل الإعلام البيئي على نشر الوعي البيئي من خلال توضيح المفاهيم والحقائق والقضايا والمشكلات البيئية وآثارها على صحة الإنسان وحياته.

وتعد الصحف من أهم وسائل الإعلام التي تلعب دورا كبيرا في نشر الوعي البيئي لدى المواطنين، إذ أن متابعة واهتمام الصحف بالشأن البيئي هو عنصر مكمل لما تقوم به الوسائل الأخرى المرئية والمسموعة على هذا الصعيد، بما يحقق الهدف العام الذي تتوخاه هذه الوسائل من نشر الوعي البيئي بين شرائح المجتمع كافة.

وفي إطار الجدل المثار حول دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي البيئي، يبرز الوضع الخاص للصحافة وتميزها عن سائر وسائل الإعلام الأخرى، بما تمتلكه من قدرات ذاتية في التأثير على الوعي العام، من خلال تشكيل الصورة الذهنية لدى الجمهور عن القضايا المحورية في مجال البيئة، فالصورة الذهنية تتشكل عبر فترة زمنية، يتم خلالها إحداث التراكم المعرفي المطلوب حول القضايا البيئية ذات الطبيعة المتشابكة بقصد تحقيق أهداف معينة، وهذا الدور بالتحديد لا يتأتى لأي وسيلة إعلامية أخرى سوى الصحافة، "كذلك تستطيع الصحافة أن تقوم بدور نقدي ملموس في تشكيل السياق العام لفهم وإدراك قضايا البيئة بمنظور كلي متكامل، من خلال تحديدها لقائمة الأولويات البيئية على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي، من خلال قولها الخاصة،... مما يؤثر في النهاية بصورة حاسمة في تشكيل اتجاهات الرأي العام إزاء قضايا البيئة".⁽¹⁾

ويظهر من خلال الجدول أن نسبة (18.00%) من المبحوثين يرون بأن وسائل الإعلام ليس لها دور في التوعية والتحسيس البيئي، ويمكن إرجاع ذلك إلى عدم كفاية الاهتمام بالبيئة في وسائل الإعلام الجزائرية، إذ تواجد قضايا البيئة في برامج وسائل الإعلام الوطنية بالمقارنة مع القضايا الأخرى يعد ضئيل جدا، إلى درجة أنها لا يمكن أن توجد ثقافة ووعي بيئي لدى المواطنين، إذ لا يوجد في الجزائر إعلام بيئي متخصص سواء كان إعلام مرئي أو مسموع أو مقروء، وإن نشرت عن بعض الموضوعات البيئية فهي لا تدخل في التفاصيل والتحليل، إضافة إلى أنها تغفل عن نشر كثير من القضايا البيئية خاصة التي تعرض قصور الدولة في مجال حماية البيئة، إضافة إلى الاهتمام الموسمي المؤقت المرتبط بالآزمات والنكبات البيئية. ومن جهة أخرى يمكن تفسير النتيجة إلى أن المبحوثين يرون أن وسائل الإعلام لم تتمكن من تعديل السلوكات السلبية للمواطنين اتجاه البيئة، فهذا

(1)- عواطف عبد الرحمان، الإعلام العربي وقضايا العولمة، (دار العربي للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، 1999)، ص 305.

من خلال ما يشاهدونه من بعض مظاهر غياب الوعي البيئي في المجتمع، كرمي النفايات والقمامات وبعض مظاهر تلوث المياه والهواء ، والسلوكات اللامسؤولة للإنسان تجاه بيئته.

ويعتبر الإعلام البيئي من أهم الوسائل وأنجحها في العمل على القضاء على المشكلات البيئية، وهذا من خلال التنوع والمزايا التي يتمتع بها، إذ أتاحت وسائل الإعلام - بمختلف أنواعها وأشكالها - دعماً قوياً للعمل البيئي، من خلال إيجاد الوعي البيئي بين المواطنين، ونشر مفهوم التنمية المستدامة، وتحقيق أهداف التربية البيئية وتنمية الحس البيئي.

ولكي يحقق الإعلام البيئي الأهداف المنشودة منه، يتوجب على القائمين على شؤون البيئة استخدام الوسيلة الإعلامية المناسبة للرسالة الإعلامية التي يريدون إيصالها، وللاتجاهات التي ينشدون إحداثها، وللشريحة المراد الوصول إليها، وتوظيف هذه الوسيلة في إطار الفكرة البيئية المستهدفة والاستمالات الإقناعية المستخدمة بما يزيد من فعالية وتأثير تلك الرسالة.⁽¹⁾ وحتى يتمكن الإعلام البيئي من تحقيق أهدافه، خاصة ما يتعلق بالتوعية البيئية، لا بد من الاعتماد على الأساليب التالية:⁽²⁾

- 1) تنفيذ محاضرات متخصصة وندوات وحلقات بحث لنشر التوعية في قضايا البيئة.
- 2) تنفيذ البرامج الإذاعية والتلفزيونية التي تكشف الحقائق البيئية للمواطن.
- 3) تسخير الصحافة لنشر الوعي البيئي عبر مقالات وتحقيقات ورسوم وصور.
- 4) تشجيع الأفراد على زيارة المتاحف والمعارض وحدائق الحيوانات والمحميات الطبيعية.
- 5) تشجيع الأفراد على تشكيل النوادي والجمعيات البيئية والهيئات الأهلية.
- 6) إنجاح برامج التوعية الصحية وبرامج التنظيف التي تنفذها المؤسسات الحكومية.

وبعد التلفزيون من أهم وأقوى وسائل الإعلام في التوعية والتحسيس البيئي، من خلال توظيفه لتقنيتي الصوت والصورة، وهذا من شأنه يساهم في إيجاد الأثر الكبير في سلوكيات المشاهدين اتجاه البيئة.

ولقيام التلفزيون بدوره المنوط في التوعية البيئية، نورد بعض الأساليب المساعدة في ذلك، منها:

(1)- زهير عبد اللطيف عابد، أحمد العابد أبو السعيد، مرجع سبق ذكره، ص43.
(2)- بشير محمد عريبات، أيمن سليمان مزاهرة، التربية البيئية (دار المناهج، عمان، 2004)، ص 62.

- تناول أخبار البيئة في أي موجز أو في أي نشرة من النشرات الإخبارية.
 - استخدام التمثيليات الإنسانية أو الاجتماعية لتوجيه الجمهور وتقريبه من واقع البيئة.
 - إدراج قضايا البيئة في البرامج الخاصة بالأسرة أو الطفل.
 - إجراء مقابلات ميدانية مع القائمين على شؤون البيئة، ونقل انشغالات المواطنين، وعرض نماذج من مظاهر التلوث وأسباب تفاقمه دون إهمال الجانب الجمالي للبيئة.
 - الابتعاد عن أسلوب الإثارة والتهويل عند تناول بعض المشكلات البيئية الخطيرة.
- إن نظرة على واقع برامج تلفزيون اليوم يجعلنا نقف أمام حقيقة مفادها أن مواضيع البيئة لا زالت ضعيفة مقارنة بمواضيع أخرى كالسياسة وأخبار الحروب، وأفلام العنف والأفلام الاجتماعية وغيرها...
- كما للإذاعة دور في التوعية البيئية لما تمتاز به من كثرة عددها والانتشار الواسع وملزمة الفرد في ساعات طويلة، إذ تشير الإحصائيات بأن عدد المحطات الإذاعية تفوق بنسبة كبيرة عدد القنوات التلفزيونية، كما أن عدد الأفراد الممتلكين للمذياع والمتابعين للقنوات الإذاعية كبير جداً، هذا ما يتيح للإذاعة القدرة على نشر ثقافة حماية البيئة، والقدرة على الإقناع والتأثير في سلوكيات الأفراد نحو المحافظة على البيئة، والقضاء على المشكلات البيئية.
- ولتحقيق الإذاعة للهدف البيئي المنوط بها، هناك بعض الأساليب الإذاعية لنشر الوعي البيئي، منها:
- يمكن التطرق إلى أخبار البيئة في أي موجز إخباري، خاصة وإن الإذاعة لها موجز إخباري في رأس كل ساعة، وهذه الكثافة في الأخبار البيئية ستولد وعي بيئي راسخ لدى المستمعين.
 - الحصص الإذاعية أو اجتماعات الراديو التي تقدم للمستمعين في شكل حوار ومناقشات مع المختصين والقائمين على شؤون البيئة، وبمشاركة المواطنين في كل جوانب الموضوع.
- لقد أثبتت التجارب أن النوادي الإذاعية لها ميزة خاصة من شأنها تقوية وزيادة الوعي بالمشكلات وحلولها وهذا تحت شعار " استمع وناقش ونفذ ".⁽¹⁾

(1)- سمير محمد حسن، الإعلام والاتصال بالجمهور والرأي العام، ط3، (عالم الكتب، القاهرة، 1996)، ص233.

- استعمال الأغاني والحصص والتمثيلات الراديوفونية، فهي فعالة في التوعية البيئية، فالفرد وبطريقة غير مباشرة يتعلم ويتوعى بكل مرونة، فهو يتلقى الرسالة بلباقة تامة دون أن نرغمه على تغيير رأيه.⁽¹⁾

- الإعلانات الراديوفونية المتعلقة بالبيئة والتي يمكن عرضها على أمواج الإذاعة، والغرض منها التأثير في سلوكات المستمعين إيجابيا وحثهم على المشاركة في رفع الوعي البيئي.

- يمكن نشر الوضع البيئي الفعلي عن طريق تكرار العملية حتى تترسخ الرسالة البيئية في أذهان المستمعين، شرط أن تكون الرسالة بسيطة وواضحة لجميع فئات المجتمع.

- يمكن معالجة قضايا البيئة من خلال الإذاعة المحلية، فقد لاقت هذه الأخيرة نجاحا لما لها من ميزة في معالجة القضايا المحلية وبلغة ذلك المجتمع.⁽²⁾

كما يمكن أيضا الاستعانة ببعض وسائل الاتصال في نشر الوعي البيئي على النحو التالي:

1. الأنترنت، من خلال توظيف ما تحتويه من مزايا في نشر الوعي البيئي كمواقع التواصل الاجتماعي، والبريد الإلكتروني، وغيرها.
2. النشرات والكتيبات، والمطويات التي تتضمن معلومات تفصيلية وصور ورسوم توضيحية حول البيئة، وكيفية المحافظة عليها.
3. المعارض المتنقلة التي تقدم بعض النماذج في مجال التوعية البيئية.
4. الندوات، التي تتضمن تناول موضوع أو مشكلة بيئية معينة من قبل مختصين، ثم تترك الفرصة للمناقشة من جانب الحضور.
5. تصميم بعض اللافتات التي تتضمن نقدا لأنماط السلوك الشائعة عن الممارسات الخاطئة تجاه البيئة، أو الحث على سلوكات معتدلة، وتوضح هذه اللافتات بعد اختبار تأثيرها على الجماهير المستهدفة في الأماكن التي يمكن أن يشاهدها أكبر عدد ممكن من الجمهور.

(1)- نبيلة بوخبزة، "الاتصال الاجتماعي الصحي الجزائر"، المجلة الجزائرية للاتصال، 1997/12/16، ص158.

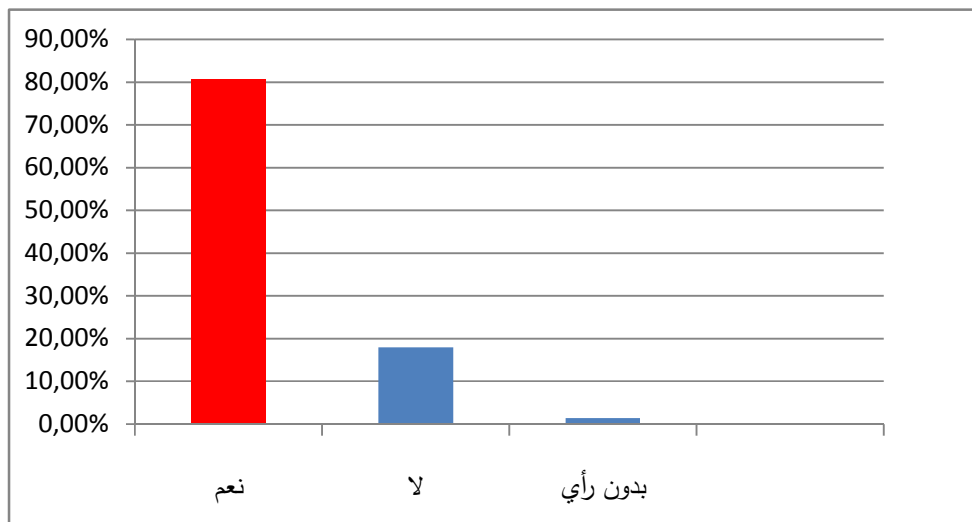
(2)- رضوان سلامن، الإعلام والبيئة، مرجع سبق ذكره، ص140.

6. الرسائل النصية القصيرة، حيث أتاحت الهواتف النقالة فرصة للإعلام البيئي ليستفيد من المميزات التي تتمتع بها، ويستفيد الإعلام البيئي من هذه الهواتف في بث رسائل بيئية قصد التوعية والتحسيس البيئي.

7. تنظيم رحلات ومخيمات صيفية، تحت شعار المحافظة على البيئة، لغرس الحس البيئي لدى المشاركين في الرحلة.

8. المسابقات، تساعد على التنقيب والبحث عن المعلومات في الكتب والدراسات والمراجع لمعرفة الإجابات الصحيحة، فضلا عن إثارة النقاش بين فئات الجمهور المستهدف، مما يزيد من مستوى المعرفة والوعي بالقضايا والمشكلات البيئية التي يتم تركيز المسابقات حولها.

إن استخدام كل هذه الوسائل في الوقت نفسه، كفيل بإيجاد اهتمام راسخ بمشكلات البيئة ووصول الرسالة البيئية إلى جميع أفراد المجتمع على اختلاف ظروفهم وعادات الاتصال عندهم، ومنه كان التكامل ضروريا بين كل وسائل الإعلام لتحقيق التوعية البيئية.



رسم بياني رقم (13) رأي المبحوثين حول دور وسائل الإعلام في التوعية والتحسيس البيئي

جدول رقم(33): يبين أسباب انجذاب المبحوثين نحو مطالعة الصحف الجزائرية.

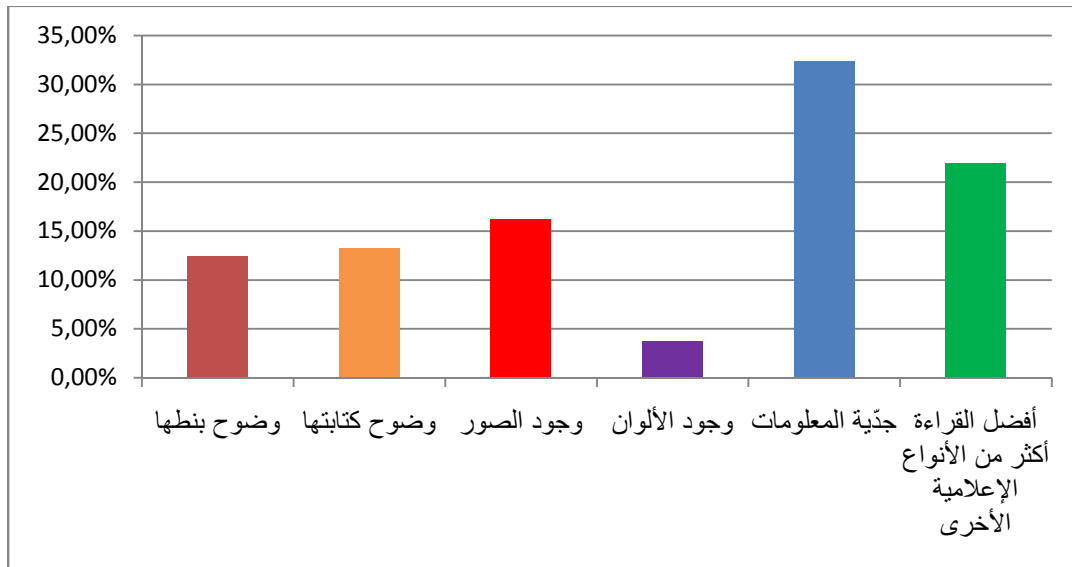
الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
05	%12.43	43	وضوح بنطها
04	%13.29	46	وضوح كتابتها
03	%16.18	56	وجود الصور
06	%03.76	13	وجود الألوان
01	%32.37	112	جديّة المعلومات
02	%21.97	76	أفضل القراءة أكثر من الأنواع الإعلامية الأخرى
	%100	346	المجموع

عن أسباب انجذاب المبحوثين نحو مطالعة الصحف الجزائري، فقد ذكر 112 مبحوث من عينة الدراسة بنسبة(32.37%) بأنهم يطالعون الصحف الجزائرية بسبب احتوائها على "معلومات جديدة"، بينما ذكر 76 مبحوث وبنسبة(21.97%) بأنهم يواظبون على مطالعة الصحف الجزائرية كونهم "يفضلون عملية القراءة أكثر من الأنواع الإعلامية الأخرى"، ثم جاء بعدها في الترتيب الثالث سبب "وجود الصور" بنسبة(16.18%) وبتكرارات بلغت 56، وجاء في الترتيب الرابع سبب "وضوح كتابتها"، بتكرار 46 مبحوث وبنسبة(13.29%)، بينما جاء في الترتيب الخامس سبب "وضوح بنطها" بتكرارات بلغت 43 مبحوث ونسبة(12.43%)، وفي الأخير وبنسبة ضئيلة(03.76%) من المبحوثين يرغبون في مطالعة الصحف الجزائرية بسبب "وجود الألوان"، بتكرارات بلغت 13 مبحوث.

تظهر نتائج الجدول أن أغلبية المبحوثين يواظبون على مطالعة الجرائد الوطنية بسبب ما تقدمه من معلومات ومستجدات في مجالات مختلفة: السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية والبيئية... أو في مجال التعليم والشغل والتوظيف، مما يؤدي إلى إكسابهم لقدر أكبر وأعمق من المعلومات، إضافة إلى أنها تبقي القارئ مطلعاً على آخر التطورات المحلية والعالمية، نتيجة ما تنشره من تحقيقات ودراسات ومتابعة لأهم الأخبار الوطنية والعالمية، وبهذا يكون المبحوثين لم يخرجوا عن ما أثبتته كثيرا من الدراسات بأن أهم دافع يجعل القراء يتصفحون الصحف هو الحاجة إلى المعلومات.

كما بينت نتائج الجدول أن من بين دوافع انجذاب المبحوثين نحو مطالعة الصحف الجزائرية هو احتوائها على الصور، ويمكن تفسير ذلك إلى مكانة الصورة في الجريدة، إذ تلعب الصورة الصحفية دور مهم في استقطاب القارئ، لما تتميز به من قوة التأثير وإثارة الانتباه، فضلا عن إثارة عنصر التشويق وتوضيح أفكار الكاتب، كما تجعل الصورة الموضوع المقروء في الجريدة سهل الاستيعاب والفهم، إضافة إلى مساهمتها في تبسيط المعلومات وجعلها واضحة ومفهومة.

وتعتبر الصورة الصحفية وسيلة لجذب اهتمام القارئ بالمضمون الصحفي الذي يمثل أهداف الصحيفة من وراء النشر. لهذا أصبح العمل الصحفي الحديث فناً بصرياً يعتمد على الصورة، وأصبحت الصورة تشكل أكبر نسبة من الأهمية بالنسبة للجريدة، من منطلق أن الصورة هي مادة الإدراك الأولى نتيجة لعملية الإبصار، وأن التفكير ومعايشة الموضوع المتناول في الصحيفة مستحيل من دون صور، كما أنه من الممكن إيصال أنواع كثيرة من المعلومات بصريا وبلا كلام.



رسم بياني رقم (14): يبين أسباب انجذاب المبحوثين نحو مطالعة الصحف الجزائرية

جدول رقم(34): يوضح رأي المبحوثين حول توظيف الجرائد الجزائرية للصور الصحفية.

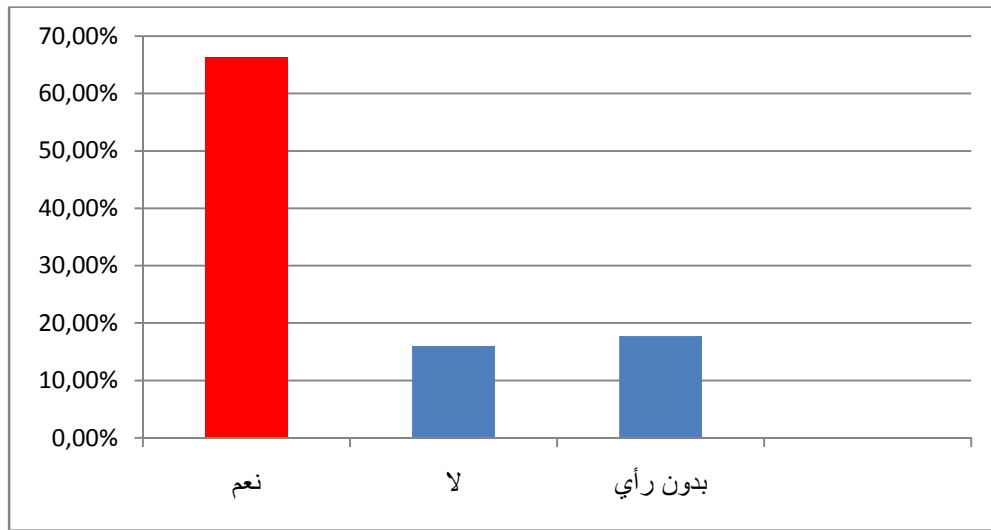
الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	232	66.29%
لا	56	16.00%
بدون رأي	62	17.71%
المجموع	350	100%

يتضح من خلال الجدول أن أغلبية المبحوثين وبنسبة(66.29%) يعتقدون بأن الجرائد الجزائرية توظف صورا صحفية، بينما نجد نسبة قليلة(16.00%) من المبحوثين يرون عكس ذلك.

ويمكن أن نستنتج من خلال نتائج الجدول أن كل الجرائد الجزائرية توظف صورا صحفية، ويعبر هذا عن اهتمام الجرائد الجزائرية بتوظيف تقنية الصورة والاستفادة من الامتيازات التي تخصصها للصحيفة، إذ أصبح حاليا وخاصة مع التقدم التكنولوجي أن عدم توظيف الصور أمرا غير مقبول في الصحيفة، وهذا لما تلعبه الصورة الصحفية من دور فعال في الإقناع وقدرة في التأثير في القارئ وجعله ينساق مع مجريات الحدث. إضافة إلى كون الصورة الصحفية دعامة أساسية في عملية الاتصال، كما أنها تزيد جمالا وشكلا للصحيفة، فأكثر الجرائد والصحف والمجلات وما إلى ذلك من الوسائل الصحفية باتت تعتمد بشكل أساسي على ما تحمله الصورة من قدرات تأثيرية في القارئ أو المتلقي لتحقيق النجاح والانتشار، إذ أن التصوير باختلاف استخداماته وأنواعه وأشكاله في وسائل الإعلام بات يشكل ضرورة في العمل الإعلامي لما له من خواص استقطابية وخواص إبهار وتأثير في المتلقي، كما أن الصورة أصبحت تحتل المرتبة الأولى من حيث الأهمية في حين يحتل التعليق المصاحب لها المرتبة الثانية، إذ يعد الكلام المصاحب للصورة ليس مجرد عامل مساعد في توضيح تفاصيل الحدث الذي يجري في الصورة.

كل هذه الخصائص جعل حضور الصورة في الصحيفة أمر ضروري وغيابها يجعل الصحيفة غير قادرة على أداء دورها وتحقيق أهدافها، إضافة إلى أن غيابها في الصحيفة يجعل الصحيفة مملة وغير مرغوبة فيها، لما يبعثه الشكل العام لتلك الصحيفة من رتابة وغموض، وبالتالي عدم قدرتها على أداء دورها الأساسي في عملية التأثير والإقناع، خاصة ونحن نعيش عصر الصورة حيث تشكل

الصورة عنصرا أساسيا في عملية الإعلام والاتصال، فهي لا تقل أهمية عن النص المكتوب، إن لم تكن أكثر تأثيرا وفعالية منه.



رسم بياني رقم (15): يوضح رأي المبحوثين حول توظيف الجرائد الجزائرية للصور الصحفية.

جدول رقم (35): ترتيب اهتمام المبحوثين عند مطالعتهم للجريدة.

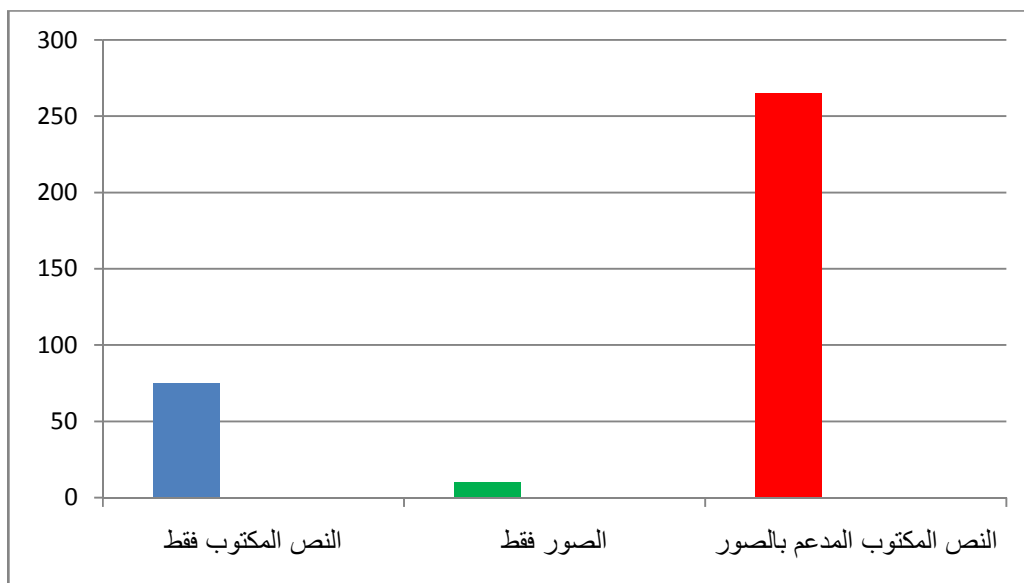
الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
النص المكتوب فقط	75	21.43%
الصور فقط	10	2.86%
النص المكتوب المدعم بالصور	265	75.71%
المجموع	350	100%

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة (21.43%) من المبحوثين عند مطالعتهم للجرائد يهتمون بالنص المكتوب فقط، ونسبة (2.86%) من المبحوثين يهتمون بالصور فقط، في حين أن نسبة (75.71%) من المبحوثين يهتمون بالنص المكتوب المدعم بالصور.

تظهر نتائج الجدول أن أغلبية المبحوثين يهتمون أكثر بالنص المكتوب المدعم بالصور، وهذه النتيجة تعطي دلالة بأن تأثير الصورة وفهمها لدى القارئ تكون عندما ترفق بالنص المكتوب، إذ يعمل النص على شرح الصورة وتوضيح مضمونها، خاصة إذا كانت مبهمة أو تحمل عدة معاني، كذلك لما للصورة الصحفية من أهمية توضيحية إذا تم نشرها مع المادة التحريرية، حيث تساعد

الصورة على تثبيت المعلومات المكتوبة في ذاكرة القراء، حيث الخبر أو الموضوع الصحفي المدعوم بالصورة يكون أكثر بقاء في ذاكرة القراء من الخبر أو الموضوع الذي ينشر بدون صور.

وقد أجرى وانا W. Wanta و روك V. Roack، دراسة حول مدى تأثير الصور الصحفية على استجابات القراء للنصوص المصاحبة لها، وأجريت الدراسة على 20 صحيفة أمريكية متنوعة، وعينة من 204 طالب من طلاب المدارس الثانوية من أصول عرقية ومستويات اجتماعية واقتصادية مختلفة، أوضحت النتائج أن الصور تمتلك تأثيراً كبيراً على المشاعر، وأن العينة موضع الدراسة تحدد أهمية الأحداث المستقبلية من خلال الصور المصاحبة للمقالات، كما تشير الدراسة إلى أن الصور الصحفية التي لا تكمل القصص الإخبارية بمضمونها المثيرة للاهتمام تقلل من عملية استيعاب المعلومات، وأن القصص الإخبارية الفرعية قد لا يستوعبها الفرد إلا إذا كان هناك شيء مصاحب أكثر تذكرًا مثل الصور الصحفية المهمة. (1)



رسم بياني رقم (16) ترتيب اهتمام المبحوثين عند مطالعتهم للجريدة.

(1)-محمد عبد الحميد، السيد بهنسي، مرجع سبق ذكره ، ص،19.

جدول رقم(36): يبين طبيعة عرض الصور البيئية في الصحف العينة

المجموع الكلي		جريدة LIBERTE		جريدة (EL Watan)		جريدة النهار الجديد		جريدة الخبر		جريدة الشروق اليومي		الجريدة عرض الصور
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
01.56	02	—	—	05.56	02	—	—	—	—	—	—	منفردة
98.44	126	100	16	94.44	34	100	25	100	35	100	16	مرافقة لمادة صحفية
100	128	100	16	100	36	100	25	100	35	100	16	المجموع

تبين بيانات الجدول أن الصحف العينة تميل إلى عرض الصور البيئية المرافقة للمواد التحريرية، حيث بلغت نسبة هذه الصور (98.44%) بمجموع 126 صورة، فيما بلغ عدد الصور المنفردة صورتين (02) فقط ونسبة (01.56%).

وعلى صعيد كل صحيفة على حدة، تبين أن كل جرائد العينة كانت صورها مرفقة لمادة تحريرية، باستثناء جريدة (EL Watan)، التي عرضت إلى جانب الصور الأخرى، صورتين منفردتين بدون نص مرفق.

وتفيد هذه النتائج أن الصحف محل الدراسة تعطي أولوية لعرض الصور البيئية المرافقة للموضوعات التحريرية، شأنها في ذلك شأن الصحافة في كل دول العالم، وذلك لما للصورة من أهمية توضيحية إذا تم نشرها مع المادة التحريرية، إذ يصعب في بعض الأحيان فهم الصورة إلا بالرجوع إلى النص المكتوب. إذ تعد عملية كتابة كلام الصورة أو ما يطلق عليها عملية " تحرير الصورة (Edition d'image) جزءاً من عملية التحرير الصحفي، لذا يولى العديد من المهتمين بفنون النشر والإخراج والتحرير الصحفي، لصياغة كلام الصورة الأهمية نفسها التي تتطلبها صياغة للعناوين والتمن. كما أن نشر صورة دون كلام بات أمراً مرفوضاً علمياً من قبل الباحثين والمهتمين

بفنون الصحافة مهما بلغ درجة وضوح مضمونها، إذ هناك قاعدة صحفية هامة تقول " لا تدع صورة في الصحيفة بدون كلام أو تعريف حتى ولو مجرد سطر واحد يحمل اسم صاحب الصورة" ⁽¹⁾

ويرى التيبوغرافيين أن " نشر صورة ظليلة دون كلام يصاحبها، يجعل الصورة عديمة القيمة من الناحية الصحفية، وتحول إلى مجرد ديكور للصفحة" ويذهب البعض إلى أن " الصورة التي لا يصاحبها كلام أصبحت الصورة التي تعلق على جدران المنازل وليست صورة صحفية. ⁽²⁾

جدول رقم(37): يبين ترتيب أنواع الصور الصحفية حسب اهتمام المبحوثين.

الترتيب	المتوسط	الصور الأكثر مشاهدة
01	%03.26	أحوال المجتمع
02	%03.67	العلمية
03	%03.96	الثقافية
04	%03.97	الرياضية
05	%04.09	البيئية
06	%04.17	السياسية
07	%04.37	الاقتصادية

يتبين من خلال الجدول أن الصور الصحفية التي نالت الاهتمام والمشاهدة لدى المبحوثين هي الصور المعبرة عن أحوال المجتمع في المرتبة الأولى بمتوسط(%03.26)، وتأتي في المرتبة الثانية الصور العلمية بمتوسط حساب(%03.67) من إجابات المبحوثين، بينما الصور الثقافية تحتل المرتبة الثالثة بمتوسط(%03.96) من إجابات المبحوثين، وفي المرتبة الرابعة الصور الرياضية بمتوسط(%03.97) من إجابات المبحوثين، وفي المرتبة الخامسة نجد الصور البيئية

⁽¹⁾ - محمود علم الدين، الصورة الفوتوغرافية في مجالات الإعلام ، مرجع سبق ذكره، ص،70.

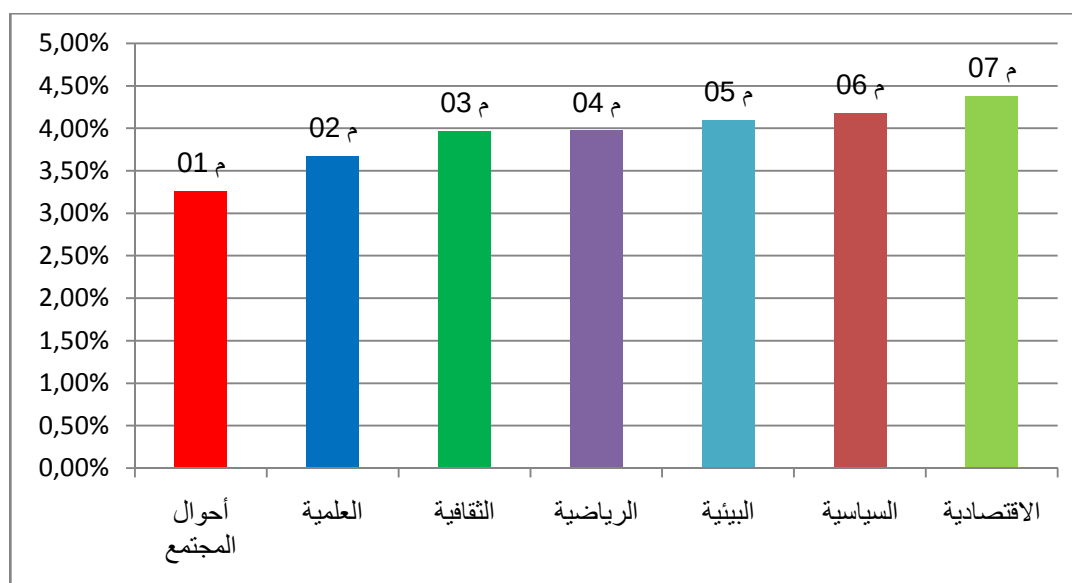
⁽²⁾ - أميرة أحمد سليمان أحمد، مرجع سبق ذكره، ص 234.

بمتوسط (04.09%) من إجابات المبحوثين، وفي المرتبة السادسة والسابعة الصور السياسية والاقتصادية بمتوسط (04.17%) و (04.37%)، لكل منهما على التوالي.

ورغم ما تؤكد الدراسات والشواهد على أهمية الدور الذي تقوم به الصورة البيئية في مجال الوعي البيئي، وتشكيل القيم والاتجاهات البيئية، وكذا تنمية المهارات والمعارف الإيكولوجية، إلا أن نتائج الجدول تظهر أن الصور البيئية في الصحف الجزائرية لم تحظ بمشاهدة واهتمام كبيرين من قبل المبحوثين، إذ نجد مشاهدة الصور البيئية تتذيل الترتيب مقارنة بالصور الصحفية الأخرى. ويمكن تفسير ذلك إلى أن اهتمام المبحوثين بالبيئة مازال ضعيفا وضمن آخر اهتماماتهم، كما أن القضايا البيئية لا تعد ضمن أولويات جمهور الصحافة المكتوبة في الجزائر، ولم تعد الشغل الشاغل لكل فرد من أفراد المجتمع، إذ لا تزال تشغل أولوية هامشية. كما يمكن تفسير ذلك إلى طبيعة عرض الصور البيئية في الصحف الجزائرية، حيث عرضها عادة يكون بدون ألوان وذات نوعية رديئة لا تستقطب اهتمام وانجذاب القراء، وذات حجم صغير كما يغلب عليها صور الأرشيف. ومن جهة أخرى تعكس نتائج الجدول نقص اهتمام الصحف العينة بالصور الصحفية البيئية قياسا إلى الأنواع الأخرى من الصور - خاصة الرياضية - التي تحظى بأولويات شبه مطلقة، فضلا عن ضعف الإخراج الفني للصور البيئية في الصحف الجزائرية، ونعني بذلك كل ما يتعلق بموقع الصورة البيئية في الصحيفة، مكانها داخل صفحة الجريدة، أسلوب العرض أو طريقة التقديم، الوضوح، الألوان، المضمون... وغيرها.

كما يشير هذا التصنيف إلى أن البيئة تعتبر قضية ثانوية وأولوية هامشية لدى الصحافة الجزائرية، إذ لا تمنحها الأهمية التي تعكس طبيعة المشاكل البيئية في الجزائر، كما أن المؤسسات الإعلامية في الجزائر لم تستطع إلى حد بعيد في تشكيل وعي بيئي لدى أفراد المجتمع - خاصة عنصر الشباب - كما أنها لم تستطع أن تكسبهم قيم واتجاهات بيئية من شأنها إيجاد فرد واعي بالبيئة ومتشبع بأفكار ومعارف وسلوكات بيئية صحيحة، ويعزى ذلك إلى أسباب عديدة بعضها يتعلق بالسياسة الإعلامية للصحيفة، والبعض الآخر يرجع إلى انعدام الوعي البيئي لدى القارئ بالارتباط والإعلاميين في الصحيفة، حيث قصور مفهوم البيئة لدى الإعلاميين وافتقارهم إلى التأهيل العلمي المتخصص والثقافة البيئية المتكاملة، يضاف إلى ذلك غياب سياسة إعلامية خاصة بالبيئة تتيح للقائمين بالاتصال حسن اختيار المضامين البيئية والأساليب الإعلامية الملائمة - وعلى رأسها

الصور - لتوصيل الرسالة الإعلامية إلى جمهورها، إضافة إلى انعدام الصحف الجزائرية إلى مصورين صحفيين مختصين في التصوير البيئي، فضلا عن وجود مجموعة من السليبات التي تتمحور حول الرؤية الخاطئة لمفهوم البيئة لدى بعض الإعلاميين.



رسم بياني رقم (17): ترتيب أنواع الصور الصحفية حسب اهتمام المبحوثين.

جدول رقم (38): مطالعة المبحوثين للبرامج الجزائرية، حسب متغير الجنس.

		الجنس				الجنس والتكرارات
		أنثى		ذكر		
%	مج	%	ك	%	ك	مطالعة الجرائد
%27.14	95	%15.79	21	%34.10	74	يومية
%10.00	35	%06.02	08	%12.44	27	مرة في الأسبوع
%02.57	09	%03.01	04	%02.30	05	مرة في الشهر
%60.29	211	%75.19	100	%51.15	111	غير منتظمة
%100	350	%100	133	%100	217	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن متغير الجنس ليس له دلالة إحصائية بخصوص المواظبة مطالعة البرامج الجزائرية، إذ نلاحظ أن أغلبية أفراد العينة من الذكور والإناث يطالعون البرامج الجزائرية بشكل غير منتظم، بنسبة (60.29%) من مجموع أفراد العينة، بأعلى نسبة (75.19%) عند الإناث.

مقابل نسبة(51.15%) لدى فئة الذكور. كما تظهر نتائج الجدول عن وجود فارق كبير في نسبة المطالعة اليومية للجرائد الجزائرية بين فئة الذكور والإناث، بنسبة(27.14%) من مجموع أفراد العينة، بأعلى نسبة(34.10%) في الذكور، مقابل نسبة (15.79%) لدى الإناث.

ويمكن تفسير ذلك الفارق إلى طبيعة الجنسين، إذ الذكور غالبا ما لديهم فسحة من الوقت للقراءة والمطالعة أكثر من الإناث، خاصة خلال الفترة المسائية التي تعقب نهاية العمل أو الخروج من المدارس والجامعات، مقابل فئة الإناث التي عادة تكون أكثر شغلا وارتباطا، حيث نجد أغلب وقتها تقضيها بين مصالحتها الشخصية وبين شؤون المنزل، إضافة إلى أن الإناث يقضين وقتا أطول في متابعة القنوات التلفزيونية مقارنة بالساعات التي يقضينها في قراءة الجرائد، كما يمكن أن يكون السبب في ذلك إلى نقص في قدرة الصحف الجزائرية على تلبية احتياجاتها المعرفية.

جدول رقم(39): مطالعة المبحوثين للجرائد الجزائرية، حسب متغير السن.

		مطالعة الجرائد								التكرارات
		غير منتظمة		مرة في الشهر		مرة في الأسبوع		يومية		السن
%	مج	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%100	147	%66.67	98	%03.40	05	%08.84	13	%21.09	31	من 20 إلى 25 سنة
%100	99	%61.62	61	%03.03	03	%12.12	12	%23.23	23	من 26 إلى 35 سنة
%100	55	%63.64	35	%00.00	00	%05.45	03	%30.91	17	من 36 إلى 45 سنة
%100	38	%44.74	17	%02.63	01	%10.53	04	%42.11	16	من 46 إلى 55 سنة
%100	11	%00.00	00	%00.00	00	%27.27	03	%72.73	08	من 56 سنة فما فوق
%100	350		211		09		35		95	المجموع

يبين لنا الجدول أعلاه أن الفئة العمرية من (20 إلى 25 سنة) يواظبون على مطالعة الجرائد الجزائرية بشكل يومي بنسبة (21.09%)، أما المبحوثين من الفئة العمرية من (26 إلى 35 سنة) فجاءت بنسبة (23.23%)، والفئة العمرية من (36 إلى 45 سنة) كانت بنسبة (30.91%)، في حين الفئة العمرية من (46 إلى 55 سنة) يواظبون على قراءة الصحف الجزائرية بشكل يومي بنسبة (42.11%)، أما الفئة العمرية من (56 سنة فما فوق) فيواظبون على المطالعة اليومية للجرائد الجزائرية بنسبة (72.73%).

وفي قراءة لنتائج الجدول يتبين لنا أن متغير السن له دلالة إحصائية بالنسبة لمطالعة الصحف الجزائرية، فأفراد العينة من ذوي الفئة العمرية الأكبر أكثر اهتماما بالمطالعة اليومية للصحف الجزائرية من الفئة الصغرى، حيث نجد أن نسبة قراءة الصحف بشكل يومي تزيد بتزايد العمر، ويمكن تفسير ذلك إلى أن الفئة العمرية الكبيرة عادة ما تكون لها فسحة أكبر من الوقت تستغلها للقراءة، في حين أن الفئة العمرية الصغرى تكون مشغولة أكثر بأمور أخرى كالدراسة أو العمل، أو بسبب تفضيلها لوسائل إعلامية بديلة كالتلفزيون والانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي والمطالعة الالكترونية للصحف من خلال الوسائط الالكترونية، إذ يتمكن الفرد من التصفح المجاني للصحف والجرائد دون تكبد ثمن اقتنائها، كما قد يعود نقص مواظبة الشباب على قراءة الصحف الجزائرية إلى غياب المضمون الصحفي الذي يخاطب اهتماماتهم ويلبي رغباتهم المعرفية، ناهيك عن غياب ثقافة المطالعة لدى الشباب الجزائري بصفة عامة، ويعز ذلك إلى أن أغلبية الأسر الجزائرية لا تنتمي عادة المطالعة لدى أطفالها.

جدول رقم(40): مطالعة المبحوثين للجرائد الجزائرية، حسب متغير المستوى التعليمي.

المستوى التعليمي								الجنس والتكرارات
الجامعي		الثانوي		المتوسط		الابتدائي		
تك	%	تك	%	تك	%	تك	%	
01	25.00%	17	34.69%	27	39.71%	50	21.83%	
يومية	01	25.00%	17	34.69%	27	39.71%	50	21.83%
مرة في الأسبوع	01	25.00%	08	16.33%	10	14.71%	16	06.99%
مرة في الشهر	00	00.00%	01	02.04%	02	02.94%	06	02.62%
غير منتظمة	02	50.00%	23	46.94%	29	42.65%	157	68.56%
المجموع	04	100%	49	100%	68	100%	229	100%

يظهر من خلال الجدول أن المبحوثين من المستوى التعليمي الابتدائي يقرؤون الجرائد الجزائرية يوميا بنسبة (25.00%)، ويقرؤونها مرة في الأسبوع (25.00%)، وغير منتظمة بنسبة (50.00%)، بينما لم تسجل نتائج الجدول أي مبحوث من هذه الفئة يطالع الجرائد الجزائرية مرة في الشهر. أما المستوى المتوسط فيقرؤون الجرائد الجزائرية يوميا بنسبة (34.69%)، ومرة في الأسبوع بنسبة (16.33%)، أما مطالعتهم للجرائد الجزائرية مرة واحدة في الشهر جاءت بنسبة (02.04%)، في حين يقرؤون الجرائد الجزائرية بصفة غير منتظمة بنسبة (46.94%). وفي ما يتعلق بالمستوى الثانوي فيطالعون الجرائد الجزائرية يوميا بنسبة (39.71%)، ومرة في الأسبوع بنسبة (14.71%)، ومرة واحدة في الشهر كانت بنسبة طفيفة (02.94%)، بينما يطلعونها بصفة غير منتظمة بنسبة معتبرة (42.65%). أما المستوى الجامعي فهم يطلعون الجرائد الجزائرية يوميا بنسبة (21.83%)، مرة في الأسبوع بنسبة (06.99%)، بينما يطلعونها مرة واحدة في الشهر كانت بنسبة (02.62%)، أما الذين يطلعون الجرائد الجزائرية بصفة غير منتظمة فهي بنسبة (68.56%).

ويلاحظ من خلال الجدول أن ذوي المستوى التعليمي المتوسط والثانوي يهتمون بمطالعة الجرائد الجزائرية أكثر من ذوي المستوى الابتدائي والجامعي، ويمكن تفسير ذلك إلى عدة عوامل منها أن أفراد هذه الفئة منقطعين عن الدراسة وبالتالي يريدون إشباع رغباتهم المعرفية بمطالعة الجرائد، أو لأن

لديهم الوقت الكافي لمطالعة الجرائد باعتبار أنه لا توجد لهم انشغالات كثيرة، أو لأنهم ينتمون إلى عائلات مثقفة تتميز بحب المطالعة والاهتمام بقراءة الجرائد، أو يعود ذلك إلى كونهم لا يتقنون استعمال الأنترنت أو لا يملكون حواسيب موصولة بالانترنت، وبالتالي يصبح السبيل الوحيد لحصولهم على المعلومات هو مطالعة الجرائد.

أما المستوى الابتدائي بالرغم من أن عددها محدود جدا فهو أربعة مفردات فقط، وبالتالي لا تنطوي نتائجه على دلالات معتبرة، إلا أنه يمكن أن نرجع سبب قراءتهم للجرائد الجزائرية بنسبة قليلة، إلى مستواهم العلمي المحدود الذي يعيقهم عن المواظبة اليومية على مطالعة الجرائد، أو ربما يعود إلى تواجدهم في أسر لا تقرأ الجرائد، أو بسبب انعدام الوقت للمطالعة أو بسبب انخفاض القدرة الشرائية لديهم وبالتالي فالمواظبة على شراء الصحف بشكل يومي يعتبر عبئا إضافيا لديهم، كما أن أغلب الشباب ليس لديهم ثقة مطلقة بما يقرأون في الصحف اليومية، وقد يكون السبب أيضا أن هذه الفئة لا تهتم أصلا بالجرائد، فضلا على كونهم ضحية للمنظومة التربوية الجزائرية التي لا تشجع المطالعة والقراءة.

وفيما يتعلق بالمستوى الجامعي فقد سجلوا أقل نسبة في المواظبة اليومية على قراءة الجرائد الجزائرية- وهو عكس ما يفترض أن يكون - فيعود ذلك إلى عدة عوامل منها، انشغالهم اليومي بالدراسة والبحث العلمي وبالتالي افتقارهم للوقت الكافي للمطالعة، أو يكمن السبب في أن اعتمادهم في الحصول على المعلومات والمعارف يكون عن طريق وسائل إعلامية أخرى غير الجرائد، وعلى رأسها الأنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي والكتب العلمية، فضلا على أن مشكلة العزوف عن المطالعة ونقص الاهتمام بالقراءة أزمة ثقافية تعاني منها كل المستويات التعليمية بما فيها الفئة الجامعية. وفي هذا السياق يشير تقرير التنمية البشرية لعام 2011، الصادر عن "مؤسسة الفكر العربي" أن المواطن العربي يقرأ بمعدل 06 دقائق سنوياً، بينما يقرأ الأوروبي بمعدل 200 ساعة سنوياً.

وللخروج من هذه الأزمة لا بد أن تضع الخطط الإستراتيجية من أجل غرس القراءة في نفوس الصغار والشباب، وإتباع البرامج التعليمية التي من شأنها أن تشجع الطلاب على القراءة، أيضاً البرامج التربوية والأسرية التي تشجع الأطفال على القراءة في المنازل، إلى جانب البرامج والمسابقات

الخاصة بالشباب لتشجيعهم على القراءة والمطالعة، وذلك للتغلب على هذه الأزمة التي تهدد الجزائر ثقافياً وحضارياً وعلمياً.

جدول رقم(41): مواظبة المبحوثين على مطالعة الصحف العينة، حسب متغير الجنس.

الجنس		الجنس والتكرارات	
أنثى	ذكر		
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار
30.13%	72	32.13%	143
28.87%	69	26.52%	118
17.15%	41	16.40%	73
13.39%	32	13.48%	60
10.46%	25	11.46%	51
100%	239	100%	445

يتبين من خلال الجدول أن متغير الجنس ليس له دلالة إحصائية بخصوص مواظبة أفراد العينة على مطالعة الجرائد الجزائرية (صحف العينة)، حيث أغلبية المبحوثين من الذكور والإناث يفضلون مطالعة الصحف الناطقة بالعربية أكثر من ميلهم لمطالعة الصحف الناطقة باللغة الفرنسية. وبينت نتائج الجدول أن مقروئية "جريدة الشروق اليومي" احتلت المرتبة الأولى لدى الذكور والإناث، بأعلى نسبة (32.13%) لدى الذكور، مقابل نسبة (30.13%) في الإناث، تليها في المرتبة الثانية " جريدة الخبر" بنسبة (26.52%) لدى الذكور، مقابل نسبة (28.87%) لدى الإناث. كما جاءت جريدة " النهار الجديد" في المرتبة الثالثة من حيث المقروئية لدى الذكور والإناث، بنسبة أعلى (17.15%) لدى الإناث، مقابل نسبة (16.40%) في الذكور، أما المرتبة الرابعة فعادت لجريدة " (EL Watan)" بفارق نسبة طفيفة بين الجنسين، (13.48%) للذكور، و(13.39%) للإناث. وفي الأخير نجد جريدة " (LIBERTE)" احتلت المرتبة الخامسة لدى الذكور والإناث بأعلى نسبة (11.46%) في الذكور، مقابل نسبة (10.46%) لدى الإناث.

ويمكن تفسير نتائج الجدول حول ميل الذكور والإناث إلى المواظبة على مطالعة الصحف الجزائرية التي تنتشر باللغة العربية، إلى كون أغلبية سكان الجزائر من الجنسين متشبعين بالثقافة العربية أكثر من الثقافة الفرنسية، على اعتبار أن اللغة العربية من أكثر اللغات تداولاً وتوظيفاً في الجزائر، حيث توظف في التعليم والشغل وخلال التواصل اليومي بين الأفراد. بالمقابل نجد اللغة الفرنسية محدودة التوظيف وعادة تكون مقتصرة لدى فئة محدودة من أفراد المجتمع.

ويمكن تفسير سبب وجود نفس الترتيب في مطالعة الصحف الجزائرية بين الذكور والإناث إلى اعتبار الصحف الجزائرية - وبالخصوص صحف العينة- ذات توجه عام، فهي موجهة لجميع فئات المجتمع بغض النظر عن جنسه ذكراً أم أنثى، كما تبين نتائج الجدول أن جريدة الشروق اليومي تبقى الجريدة الأكثر مقروئية واهتماماً لدى الجنسين.

جدول رقم(42): أسباب انجذاب المبحوثين نحو مطالعة الصحف الجزائرية. حسب متغير الجنس.

الجنس	ذكر		أنثى		الإجابة	
	ك	%	ك	%	مج	%
وضوح بنطها	29	13.55%	13	9.92%	42	12.17%
وضوح كتابتها	31	14.49%	15	11.45%	46	13.33%
وجود الصور	29	13.55%	27	20.61%	56	16.23%
وجود الألوان	09	4.21%	04	3.05%	13	3.77%
جذبة المعلومات	79	36.92%	33	25.19%	112	32.46%
أفضل القراءة أكثر من الأنواع الإعلامية الأخرى	37	17.29%	39	29.77%	76	22.03%
المجموع	214	100%	131	100%	345	100%

نلاحظ من خلال الجدول أن أغلبية المبحوثين من صنف الذكور يرون أن أهم سبب لانجذابهم نحو مطالعة الصحف الجزائرية يكمن في بحثهم على المعلومات الجديدة بنسبة (36.92%)، بينما الإناث يطالعن الصحف الجزائرية كونهن يفضلن القراءة أكثر من الأنواع الإعلامية الأخرى

بنسبة(29.77%). أما ما يتعلق بالصور فنجد الذكور يصنفونها ضمن السبب الرابع بنسبة(13.55%)، مقابل الإناث يصنفونها في المرتبة الثالثة بنسبة(20.61%).

نستنتج من خلال الجدول أن المبحوثين من الذكور يهتمون بمطالعة الصحف الجزائرية قصد الحصول على معلومات جديدة تخص حياتهم اليومية، بينما الإناث يهتمون بمطالعة الصحف الجزائرية قصد الاستمتاع بالقراءة والتسلية والترويح عن النفس عن طريق المطالعة. كما نلاحظ أن الإناث يهتمون بالصور الموظفة في الصحف الجزائرية أكثر من الذكور.

جدول رقم(43): ترتيب اهتمام المبحوثين عند مطالعتهم للجريدة، حسب متغير المستوى التعليمي.

الم. التعليمي	ابتدائي		متوسط		ثانوي		جامعي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الإجابة								
النص المكتوب فقط	01	%25.00	19	%38.78	22	%32.35	33	%14.41
الصور فقط	01	%25.00	02	%04.08	01	%01.47	06	%02.62
النص المكتوب المدعم بالصور	02	%50.00	28	%57.14	45	%66.18	190	%82.97
المجموع	04	100%	49	100%	68	100%	229	100%

نلاحظ من خلال الجدول أن كل المبحوثين وفي مختلف المستويات التعليمية عند مطالعتهم للجرائد الجزائرية يهتمون أكثر بالنص المكتوب المدعم بالصور، وبأعلى نسبة(82.97%) في المستوى الجامعي، تليها نسبة(66.18%) لدى المستوى الثانوي، وينسبة أقل(57.14%) في المستوى المتوسط، مقابل نسبة منخفضة(50.00%) لدى فئة المستوى الابتدائي. بينما نسجل نسب منخفضة لدى المبحوثين الذين يهتمون بالصور فقط عند مطالعتهم للصحف الجزائرية، وذلك على النحو الآتي: (25.00%) للمستوى الابتدائي،(04.08%) للمستوى المتوسط، (01.47%) للمستوى الثانوي (02.62%) للمستوى الجامعي.

نخلص من خلال نتائج الجدول إلى أن متغير المستوى التعليمي ليس له دلالة إحصائية فيما يتعلق باهتمام المبحوثين عند مطالعتهم للجرائد، حيث كل المستويات التعليمية يميلون إلى النصوص المرفقة بالصور الصحفية، أكثر من اهتمامهم بالصور فقط وأكثر كذلك من اهتمامهم بالمضامين الصحفية التي تحمل نصوص مجردة من صور صحفية.

جدول رقم(44): يبين ترتيب الصور الصحفية حسب متغير الجنس.

الجنس				الجنس والتكرارات
أنثى		ذكر		
الترتيب	المتوسط	الترتيب	المتوسط	
07	%04.98	1	%03.43	مشاهدة الصور الرياضية
01	%02.71	2	%03.59	أحوال المجتمع
02	%03.44	3	%03.81	العلمية
05	%04.49	4	%03.98	السياسية
04	%03.95	5	%04.18	البيئية
03	%03.50	6	%04.25	الثقافية
06	%04.58	6	%04.25	الاقتصادية

يظهر من خلال الجدول أن الذكور اختاروا الصور الرياضية في المرتبة الأولى بمتوسط(03.43%)، وفي المرتبة الثانية اختاروا الصور المعبرة عن أحوال المجتمع بمتوسط(03.59%)، أما الصور العلمية فاحتلت المرتبة الثالثة بمتوسط(03.81%)، وفي المرتبة الرابعة جاءت الصور السياسية بمتوسط حساب(03.98%)، في حين عادت المرتبة الخامسة للصور البيئية بمتوسط حساب(04.18%)، أما المرتبة السادسة والسابعة فعادت على التوالي للصور الثقافية والاقتصادية بمتوسط حساب(04.25%) و(04.25%).

أما الإناث فاخترنا في المرتبة الأولى الصور المعبرة عن أحوال المجتمع بمتوسط (02.71%)، أما المرتبة الثانية فعادت للصور العلمية بمتوسط (03.44%)، وفي المرتبة الثالثة جاءت الصور الثقافية بمتوسط حساب (03.50%)، في حين احتلت الصور البيئية المرتبة الرابعة بمتوسط (03.95%)، لتعود المرتبة الخامسة والسادسة للصور السياسية والاقتصادية بمتوسط حساب (04.49%) و (04.58%) على التوالي، وفي المرتبة السابعة والأخيرة جاءت الصور الرياضية بمتوسط (04.98%).

يتبين من خلال نتائج الجدول أن متغير الجنس ليس له دلالة إحصائية بخصوص ترتيب الصور البيئية، حيث نجد الصور البيئية لها مكانة منخفضة ومتدنية ضمن اهتمامات الذكور والإناث مقارنة بالصور الأخرى، إلا أن الإناث سجلنا اهتماما "طفيفا" بالصور البيئية مقارنة بالذكور، بالرغم من أن مواظبتهم على قراءة الصحف أقل من الذكور، لنخلص إلى أن اهتمام الإناث بالبيئة أكثر من الذكور، وأن الإناث يمتلكن اتجاهات ايجابية نحو البيئة أعلى مستوى من الذكور، وهذا ما تعبر عنه بعض السلوكيات البيئية الصحيحة التي يقمن بها الإناث والناجمة عن وعيهم البيئي، كالالتزام بالنظافة والمواظبة عليها.

جدول رقم(45): ترتيب الصور الصحفية حسب متغير السن.

السن										السن والمتوسط
من 20 إلى 25 سنة		من 26 إلى 35 سنة		من 36 إلى 45 سنة		من 46 إلى 55 سنة		من 56 سنة فما فوق		
المتوسط	النسبة	المتوسط	النسبة	المتوسط	النسبة	المتوسط	النسبة	المتوسط	النسبة	مشاهدة الصور
04	%04.04	03	%03.73	02	%03.73	06	%04.53	04	%04.36	
01	%03.12	01	%03.55	01	%02.91	02	%03.18	07	%04.64	
03	%03.90	02	%03.57	04	%03.84	01	%02.71	03	%04.00	
06	%04.37	04	%03.93	07	%04.38	04	%03.84	04	%04.36	
05	%04.26	05	%04.25	03	%03.78	03	%03.68	03	%02.91	
02	%03.54	06	%04.28	05	%04.25	07	%04.55	02	%03.27	
07	%04.46	07	%04.30	06	%04.35	05	%04.26	06	%04.45	

نلاحظ من خلال الجدول المتعلق بمكانة الصور البيئية ضمن صور الموضوعات الأخرى تبعا لسن المبحوثين، أن الصور البيئية احتلت المرتبة الخامسة في الفئة العمرية من 20 إلى 25 سنة، وفي الفئة العمرية من 26 إلى 35 سنة بمتوسط حسابي(04.26%) و(04.25%) على التوالي، وجاءت في المرتبة الثالثة ضمن الفئة العمرية من 36 إلى 45 سنة، بمتوسط(03.78%)، وفي المرتبة نفسها في الفئة العمرية من 46 إلى 55 سنة، بمتوسط(03.84%)، واحتلت المرتبة الأولى في الفئة العمرية من 56 سنة فما فوق بمتوسط(02.91%).

تبين من خلال الجدول أن متغير السن له دلالة إحصائية بخصوص نسبة مشاهدة الصور البيئية في الجرائد عينة الدراسة، إذ الصورة البيئية تحتل مكانتها ضمن اهتمامات المبحوثين تبعا للتقدم في العمر، إذ نجد أن الفئة العمرية الصغيرة مكانة الصورة البيئية ضمن اهتماماتها متدنية بالمقارنة مع الفئة العمرية المتقدمة، ويمكن أن يعود ذلك إلى أن الفئة العمرية الأكبر سنا، أكثر

مطالعة للصحف اليومية مقارنة بالفئة العمرية الصغيرة، إضافة إلى أن الفرد كلما تقدم في العمر يكون أكثر ميلا للطبيعة، وأكثر اهتماما ووعيا بالمشاكل والقضايا البيئية التي يعيشها.

جدول رقم(46): ترتيب الصور الصحفية حسب متغير المستوى التعليمي.

المستوى التعليمي								المستوى التعليمي
الجامعي		الثانوي		المتوسط		الابتدائي		
المتوسط	المرتبة	المتوسط	المرتبة	المتوسط	المرتبة	المتوسط	المرتبة	
06	%04.25	02	%03.69	01	%03.08	03	%03.25	الرياضية
01	%03.22	01	%03.10	04	%03.69	02	%03.00	أحوال المجتمع
02	%03.66	02	%03.69	03	%03.82	01	%01.75	العلمية
04	%04.03	07	%04.69	05	%04.08	05	%04.50	السياسية
05	%04.14	04	%03.87	06	%04.14	06	%04.75	البيئية
03	%03.85	05	%04.06	02	%04.37	04	%03.75	الثقافية
07	%04.35	06	%04.25	07	%04.45	07	%06.75	الاقتصادية

يظهر من خلال الجدول أن المستوى الابتدائي يهتمون أكثر بالصور الصحفية العلمية بمتوسط حساب(01.75%)، تليها في المرتبة الثانية الصور المعبرة عن أحوال المجتمع بمتوسط حساب(03.00%)، أما الصور الرياضية احتلت المرتبة الثالثة بمتوسط(03.25%)، فعادت المرتبة الرابعة للصور الثقافية بمتوسط(03.75%)، وفي المرتبة الخامسة جاءت الصور السياسية بمتوسط(04.50%)، في حين جاءت الصور البيئية في المرتبة السادسة بمتوسط(04.75%)، وفي المرتبة السابعة والأخيرة نجد اختيار المبحوثين للصور الاقتصادية بمتوسط(06.75%).

وفيما يتعلق بالمستوى الأساسي، فنجد الصور الرياضية في المرتبة الأولى بمتوسط(03.08%)، وفي المرتبة الثانية جاءت الصور الثقافية بمتوسط(04.37%)، وفي المرتبة الثالثة اختار المبحوثين الصور العلمية بمتوسط حساب (03.82%)، أما الصور المعبرة عن أحوال

المجتمع فاحتلت المرتبة الرابعة بمتوسط (03.69%)، وفي المرتبة الخامسة جاءت الصور السياسية بمتوسط (04.08%)، أما الصور البيئية احتلت المرتبة السادسة بمتوسط (04.14%)، في حين عادت المرتبة السابعة والأخيرة للصور الاقتصادية بمتوسط حساب (04.45%).

أما المستوى التعليمي الثانوي احتلت صور أحوال المجتمع المرتبة الأولى بمتوسط (03.10%)، أما المرتبة الثانية فعاتت مناصفة بين الصور الرياضية والصور العلمية بمتوسط حساب (03.69%)، وجاءت في المرتبة الرابعة الصور البيئية بمتوسط (03.87%)، أما المرتبة الخامسة والسادسة فعاتت للصور الثقافية والاقتصادية بمتوسط (04.06%) و (04.25%) على التوالي، في حين المرتبة السابعة والأخيرة عبرت عنها الصور السياسية بتوسط (04.69%).

وفي ما يخص المستوى الجامعي نجد صور أحوال المجتمع في المرتبة الأولى، والصور العلمية في المرتبة الثانية بمتوسط (03.22%)، (03.66%) على التوالي، أما الصور الثقافية فجاءت في المرتبة الثالثة بمتوسط (03.85%)، وعادت المرتبة الرابعة للصور السياسية بمتوسط (04.03%)، واحتلت الصور البيئية المرتبة الخامسة بمتوسط حساب (04.14%)، وتأتي في المرتبة السادسة الصور الرياضية بمتوسط (04.25%)، في حين نجد الصور الاقتصادية احتلت المرتبة السابعة والأخيرة ضمن اهتمامات هذه الفئة بمتوسط (04.35%).

ما نستخلصه من بيانات الجدول أن متغير المستوى التعليمي ليس له دلالة إحصائية كبيرة فيما يتعلق بترتيب المبحوثين للصور الأكثر اهتماما عند قراءتهم للصحف العينة، إذ أن الصور الصحفية المتعلقة بالرياضة، والصور المعبرة عن أحوال المجتمع والصور العلمية، تحتل المراتب العليا ضمن اهتمامات المبحوثين، أما الصور البيئية فاحتلت مراتب متدنية.

يلاحظ من خلال الجدول أن المستوى الثانوي عبروا عن اهتمامهم بمشاهدة الصور البيئية أكثر من بعض الأنواع الأخرى من الصور الصحفية، وبالأخص الصور (السياسية والثقافية، الاقتصادية)، ويمكن الإشارة إلى أن هذا الترتيب ليس له دلالة معبرة، إذ الصور البيئية سبقت أنواع أخرى من الصور ضمنيا ليست من ضمن اهتمامات هذه الفئة باعتبار مستواها التعليمي، على غرار الصور الثقافية والاقتصادية والسياسية، إذ هذه الفئة مازالت القضايا السياسية والاقتصادية لا تدخل ضمن اهتماماتهم بحكم مستواهم الدراسي وتكوينهم العلمي، كون أن هذه المجالات هي علوم قائمة بذاتها يصعب فهمها إلا الجامعيون أو ذوي الخبرة والتجربة والإطلاع الواسع.

الاستنتاجات الجزئية:

من خلال دراستنا وتحليلنا للمحور الثاني المتعلق بالصور البيئية في الصحف الجزائرية، توصلنا على عدة نتائج واستنتاجات جزئية، يمكن ذكر أهمها في النقاط التالية:

1. أغلبية المبحوثين يعتبرون الصحف اليومية من أهم مصادر معلوماتهم البيئية بعد التلفزيون والانترنت.

2. بينت الدراسة بأن أغلبية المبحوثين يطالعون الجرائد الجزائرية بشكل غير منتظم، بنسبة (60.29%)، مقابل نسبة (27.14%) من المبحوثين يقرعونها بشكل يومي.

3. أغلبية المبحوثين يطالعون الجرائد الجزائرية الناطقة باللغة العربية (جريدة الشروق اليومي، جريدة الخبر، جريدة النهار الجديد)، أكثر من مطالعتهم لنظيرتها الناطقة باللغة الفرنسية (جريدة El Watan)، وجريدة (Liberté).

4. تحتل جريدة الشروق اليومي المرتبة الأولى من حيث مواظبة المبحوثين على مطالعتها، مقارنة بالجرائد الجزائرية الأخرى.

5. بينت الدراسة بأن الغالبية العظمى من المبحوثين وبنسبة (80.57%) يرون بأن لوسائل الإعلام دور كبير في التوعية والتحسيس البيئي في المجتمع.

6. إن أغلب المبحوثين على وعي بأن نجاح وسائل الإعلام في تكوين الوعي يتوقف على الإعلام المتخصص في هذا المجال، واهتمام الصحف بالشأن البيئي هو عنصر مكمل لما تقوم به وسائل الإعلام الأخرى، المرئية منها والمسموعة.

7. كشفت الدراسة بأن أغلبية أفراد العينة ينجذبون نحو مطالعة الصحف الجزائرية بسبب ما تقدمه من معلومات مختلفة ومتنوعة في الدرجة الأولى، وفي المرتبة الثالثة بسبب احتوائها على صور صحفية.

8. جل المبحوثين وبنسبة (66.29%) يعتقدون بأن الجرائد الجزائرية توظف صوراً صحفية، بينما نسبة قليلة جداً (16.00%) يرون عكس ذلك.

9. عند مطالعة المبحوثين للجرائد الجزائرية يهتمون أكثر بالنص المكتوب المدعم بالصور، مقابل نسبة ضئيلة (02.86%) يهتمون بالصور فقط.

10. أظهرت نتائج الدراسة بأن الصور البيئية لها مكانة متدنية ضمن اهتمامات المبحوثين مقارنة بالصور الصحفية الأخرى، فهي تحتل المرتبة الخامسة من بين سبعة أنواع من الصور الصحفية التي يهتم بها المبحوثين، بينما احتلت الصور المعبرة عن أحوال المجتمع المرتبة الأولى.

11. يواظب الذكور على مطالعة الجرائد الجزائرية بشكل يومي أكثر من الإناث، حيث مثل الذكور منهم نسبة (34.10%) مقابل نسبة (15.79%) فقط للإناث، والعكس بالنسبة للمواظبة بشكل غير منتظم فهي عالية عند الإناث أكثر من الذكور، بينما يتساوى الذكور والإناث في مواظبتهم على مطالعة جريدة الشروق اليومي في الدرجة الأولى.

12. أفراد العينة من ذوي الفئة العمرية الأكبر سنا، يبدون أكثر مواظبة على قراءة الجرائد الجزائرية بشكل دائم، من الفئة العمرية الأصغر سنا.

13. فئة المستوى التعليمي الثانوي أكثر مواظبة على قراءة الجرائد الجزائرية بشكل يومي، تليها فئة المستوى المتوسط، ثم الابتدائي وأخيرا فئة المستوى التعليمي الجامعي.

14. المبحوثون كبار السن يهتمون بمشاهدة الصور البيئية أكثر من فئة صغار السن، والفئة العمرية من " 56 سنة فما فوق " احتلت الصور البيئية المرتبة الأولى ضمن اهتماماتهم، بينما احتلت المرتبة الخامسة ضمن اهتمامات الفئات العمرية الصغيرة، من 20 إلى 25 سنة، وفئة من 26 إلى 35 سنة.

15. يهتم الذكور بمطالعة الصحف الجزائرية بحثا عن المعلومات الجديدة في الدرجة الأولى، بينما الإناث يطالعن الصحف الجزائرية كونهن يفضلن القراءة أكثر من الأنواع الإعلامية الأخرى.

16. يصنف الإناث احتواء الجرائد الجزائرية على " صور صحفية " كسبب لانجذابهن نحو مطالعة الصحف الجزائرية في المرتبة الثالثة، بينما الذكور يصنفونها ضمن السبب الرابع.

17. بينت الدراسة بأن المتغيرات الديموغرافية ليس لها دلالة إحصائية بخصوص اهتمام الباحثين عند مطالعتهم للجرائد الجزائرية، حيث الأغلبية العظمى يهتمون بالنص المكتوب المرفق بالصور، مقابل أغلبية ضئيلة جدا تهتم بالصور فقط أو بالنص المكتوب المجرد من الصور الصحفية.

18. مكانة الصورة البيئية لدى اهتمامات الذكور والإناث عند قراءتهم للجرائد الجزائرية متدنية جدا، مع تسجيل تفوق بسيط للإناث على الذكور.

19. تحتل الصورة البيئية مكانتها ضمن اهتمامات الباحثين تبعا للتقدم في العمر، واحتلت المرتبة الأولى في الفئة العمرية من 56 سنة فما فوق.

المطلب الرابع: تحليل بيانات المحور الثالث: تقييم المبحوثين للصورة الصحفية البيئية.

نهدف من خلال هذا المحور معرفة تقييم المبحوثين للصور البيئية المنشورة في الصحف الجزائرية، من خلال معرفة آرائهم حول نوعيتها في الجريدة، ونسبة تواجدها، وكذا معرفة آرائهم حول مدى إمكانيةها في تزويد القراء بالمعلومات والمعارف البيئية.

جدول رقم(47): نوع الصور البيئية المعتمدة في الجرائد الجزائرية.

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
الصور الحية	174	49.71%
صور الأرشيف	176	50.29%
المجموع	350	100%

تظهر نتائج الجدول أن هناك تقارب بين آراء المبحوثين في نسبة عرض الصور الحية والصور الأرشيف في الجرائد الجزائرية، بنسبة(49.71%) للصور الحية، مقابل نسبة(50.29%) للصور الأرشيف. ويمكن تفسير ذلك إلى ما عرفته الجرائد الجزائرية من تطور في توظيف التقنيات الحديثة في مجال التصوير الصحفي، فضلا عن استعمالها للآلات الحديثة والمتطورة في التصوير بشكل يتماشى مع التطورات التكنولوجية في مجال الصورة وعرضها، خاصة التطور التقني والنظام الرقمي الذي عرفته آلات التصوير، إضافة إلى إمكانية آلة التصوير الحديثة من اختزان عدد كبير من الصور وإمكانية عرضها والاختيار بينها، كل هذا جعل الجرائد الجزائرية تلقى سهولة وإمكانية في توظيف الصور الحية في تغطية الأحداث البيئية المختلفة، أو إعادة توظيف الصور نفسها في الأحداث البيئية المشابهة.

أما ما يتعلق بتوظيف الصحف الجزائرية لصور الأرشيف أكثر من الصور الحية، فيعود ذلك إلى طبيعة الأحداث البيئية، حيث تعرف بالتشابه في موضوعاتها، إضافة إلى تغير حالتها بشكل بطيء وتستغرق زمنا طويلا، وبالتالي فاستعمال نفس الصور في حدث واحد قد لا يخل بالموضوع. إذ يمكن مثلا استخدام صورة تعبر عن انتشار النفايات في منطقة معينة، إعادة توظيفها للحديث عن انتشار النفايات في منطقة أخرى، وهذا دون أن يحدث خلا في محتوى الموضوعين. لهذا فتزويد

المادة الخيرية بالصور الحية المعبرة تكون أشد وقعا وأقوى تأثيرا من الصور الأرشيف، وفي حال تعذر الصور الحية يتم اللجوء إلى صور أرشيفية قريبة من الموضوع المعالج

ويتم استخدام الصور البيئية الحية في الصحف الجزائرية إذا تمكنت الجريدة من الحصول على صور للحدث البيئي التي تقوم بتغطيته، وهذا يكون بشكل أكبر في الصحف التي تمتلك شبكة مراسلين واسعة الانتشار، أو المتعاقدة مع وكالات الأنباء الوطنية والعالمية، أما إذا تعذر على الجريدة الحصول على صور من الحدث البيئي المنشور، فإنه ترفقه بصور من الأرشيف، وتراعي في ذلك ملائمة الصورة للحدث.

جدول رقم(48): يبين تقييم المبحوثين لطبيعة عرض الصور البيئية في الجرائد الجزائرية.

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
صور واضحة	146	41.71%
صور غير واضحة	204	58.29%
المجموع	350	100%

يتضح من خلال الجدول أن أغلبية المبحوثين وبنسبة(58.29%) يرون أن الصور البيئية المنشورة في الجرائد الجزائرية هي صور غير واضحة، مقابل نسبة (41.71%) من المبحوثين مقتنعين بوضوحها.

تتمثل عدم وضوح الصور البيئية في الصحف الجزائرية -حسب المبحوثين- في عدة أشكال، منها: غياب استعمال الألوان، حيث أغلبيتها يعرض باللونين الأبيض والأسود، كذلك جلها صور قاتمة تنقصها الإضاءة والوضوح، إضافة إلى ضعف في تقنية التصوير وعدم الاختيار الدقيق لموقع التصوير، كما أن أغلبيتها ذات حجم صغير جدا لا تجذب الأنظار إليها، وكذا انعدام عنصر الواقعية والصدق في الكثير منها، خاصة صور الأرشيف. فضلا على ذلك فقصور مفهوم البيئة لدى المصورين الصحفيين، وافتقارهم إلى التأهيل العلمي والتقني المتخصص في مجال التصوير البيئي، كل هذه تعيق المصور الصحفي في القدرة على توظيف صورا بيئية واضحة وجذابة من شأنها تثير انتباه القارئ وتؤثر في سلوكياته اتجاه البيئة.

وحسب رأي المبحوثين فإن أهم ما يجعل الصورة البيئية في الصحيفة واضحة ومعبرة عندما تكون منشورة بصورتها الطبيعية أي باستعمال الألوان، وهذا ما للألوان من دور مهم في جذب القراء نحو مطالعة الصحف، إذ تستخدم الألوان في وسائل الإعلام المكتوبة لجذب القراء ولفت انتباههم إلى مواضيع معينة، وعليه فكلما كان الموضوع مهما كلما استعملت الألوان أكثر، فالصورة كوسيلة إبراز للموضوع والتأثير في القارئ تزيد الألوان المستخدمة فيها من جاذبيتها للقراء، وعليه فإن استعمال الألوان في الصور البيئية من عدمه مؤثر يسمح لنا بمعرفة الأهمية التي توليها الصحف للبيئة ومشكلاتها. "فقد أثبتت الدراسات أن استخدام الصور الملونة على صفحات الجرائد يعد من العناصر القوية التي تحقق جذب انتباه القراء وإثارة اهتمامهم بالمادة التحريرية المصاحبة لها"⁽¹⁾.

وقد أجرى جوزيفسون شيري " Josephson Sheree " دراسة حول تأثير الصور الصحفية الملونة على العمليات الإدراكية للقارئ من انتباه ووعي وفهم وتذكر، أوضحت النتائج أن الألوان تؤثر على كيفية تصفح القارئ للصفحة، وأنه إذا تم توظيفها بطريقة معينة يمكن أن تعطي الأثر المرجو، وأنه إذا كان هناك صورة بالأبيض والأسود في أعلى الصفحة وصورة بالألوان في أسفل الصفحة فسوف يركز القارئ على الصورة الملونة أولاً بصورة ملحوظة، كما أكدت النتائج أن استخدام الألوان يؤثر في فهم واستيعاب الصور الصحفية بصورة عامة⁽²⁾. كما أن هناك علاقة بين استخدام الألوان وزيادة سرعة العمليات الإدراكية والمعرفية، وأن التصوير بالأبيض والأسود يأخذ زمناً أطول في إجراء العمليات الإدراكية.

(1) - سعيد الغريب، أثر العوامل الديمغرافية في التفضيلات الإخراجية للقراء: دراسة مسحية على قراءة الصحف المستقلة، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد 04، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، أكتوبر 2000، ص 149.

(2) - محمد عبد الحميد، السيد بهنسي، مرجع سبق ذكره، ص 21.

جدول رقم(49): الصور البيئية في الصحف الجزائرية، مقارنة بالصور الصحفية الأخرى.

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نسبة صغيرة	203	58.00%
نسبة متوسطة	126	36.00%
نسبة كبيرة	21	06.00%
المجموع	350	100%

نلاحظ من خلال الجدول أن أغلبية المبحوثين وبنسبة(58.00%) يتفقون على أن عدد الصور البيئية في الصحف الجزائرية ذات نسبة صغيرة، وبنسبة(36.00%) من المبحوثين يرون ذلك بنسبة متوسطة، بينما نجد نسبة(06.00%) فقط من المبحوثين يرون أن الصحف الجزائرية توظف الصور البيئية بنسبة كبيرة مقارنة بالصور الصحفية الأخرى.

يعبر الجدول أعلاه عن العدد الصغير للصور البيئية المعروضة في الصحف الجزائرية، ويمكن تفسير نتائج الجدول إلى ضالة الاهتمام الذي توليه الصحف الجزائرية للقضايا البيئية ومشكلاتها، إذ تعتبر البيئة قضية ثانوية وذات اهتمام ضعيف تأتي في آخر اهتمامات الجرائد الجزائرية، خاصة ما تعرفه الصورة من قوة في التأثير وسهولة في الإقناع، حيث نسجل في جل الصحف الجزائرية وجود عدد كامل أو عدة أعداد للصحيفة دون نشرها لأي صورة بيئية.

جدول رقم(50): قدرة الصور البيئية على إمام المبحوثين بالمعلومات البيئية.

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	91	26.00%
لا	203	58.00%
بدون رأي	56	16.00%
المجموع	350	100%

أظهرت نتائج الجدول أن أغلبية المبحوثين وبنسبة(58.00%) يرون بأن الصحف الجزائرية لم تستطع أن توافيهم بمعلومات كافية عن القضايا والمشكلات البيئية، بينما نجد نسبة ضئيلة جدا(26.00%) من المبحوثين تمكنوا من الحصول على معلومات ومعارف بيئية من خلال ما تنشره الصحف الجزائرية من صور بيئية.

ويمكن تفسير إجابات المبحوثين بأنهم لم يتحصلوا على معلومات بيئية من خلال ما تنشره الصحف الجزائرية من صور بيئية، نتيجة للعدد الضئيل من الصور البيئية المنشورة في الصحف الجزائرية، وهذا الانخفاض في عدد الصور البيئية يعكس قدرة هذه الصحف في إكساب أفراد المجتمع ثقافة بيئية من شأنها أن تشكل لديهم وعي بيئي، أما المبحوثين الذين عبروا عن قدرة الصور البيئية في إكسابهم معلومات بيئية فهذا يعود إلى أهمية الصورة، إذ تعتبر الصورة إذا تم استخدامها بفعالية من أبرز الوسائل التي من خلالها نقل وإيصال الأفكار والمعلومات من المرسل إلى المستقبل، مما يعني هيمنة الصورة وسيادتها لتكون إحدى أهم أدوات المعرفة، وتشير الدراسات إلى أن 90% من المعلومات التي يتحصل عليها الإنسان تتم عن طريق حاسة البصر فقط.

كما يبين لنا الجدول عن وجود علاقة بين عدد الصور البيئية المنشورة في الصحف الجزائرية وبين قدرتها على إيجاد ثقافة بيئية لدى المبحوثين، إذ كلما كان عدد الصور البيئية في الصحيفة ضئيل كلما كانت عاجزة على إيجاد ثقافة بيئية ووعي بيئي لدى القارئ.

واللافت في إجابات المبحوثين، فإن خيار (بدون رأي) كان ملاذا لنسبة كبيرة منهم، ما يعني أن هؤلاء يشكلون ما يشبه "أغلبية صامتة"، إلا أنهم لا يملكون اتجاهات سلبية تحتاج إلى إعادة تصويب.

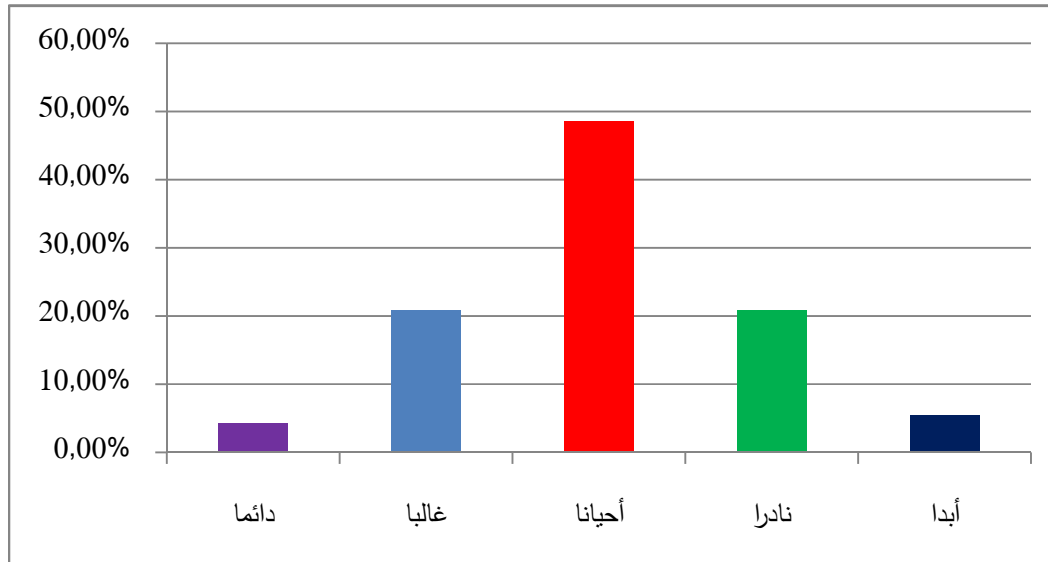
جدول رقم(51): رأي المبحوثين حول تعبير الصور البيئية عن الواقع البيئي في الجزائر.

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
دائما	15	4.29%
غالبا	73	20.86%
أحيانا	170	48.57%
نادرا	73	20.86%
أبدا	19	5.43%
المجموع	350	100%

تشير نتائج الجدول أن(48.57%) من المبحوثين يرون بأن الجرائد الجزائرية توظف صورا بيئية تعبر عن الواقع البيئي في الجزائر " أحيانا "، و(4.29%) من المبحوثين يرون أن الصور البيئية في الصحف الجزائرية تعبر بصفة دائمة عن الواقع البيئي في الجزائر، بينما نسبة(20.86%) من المبحوثين يرون أن ذلك يحدث بصفة نادرة، ونفس النسبة(20.86%) من المبحوثين يرون أن تعبير الصور البيئية عن الواقع البيئي الجزائري يحدث " أحيانا "، بينما نجد نسبة طفيفة من المبحوثين(5.43%) يرون أن الصور البيئية في الصحف الجزائرية ليس لها علاقة تماما بالواقع البيئي في الجزائر.

ويمكن تفسير سبب اعتبار المبحوثين بأن الصور البيئية في الصحف الجزائرية لا تعبر بصفة دائمة عن الواقع البيئي في الجزائر، إلى كون الصور البيئية في الصحف الجزائرية لا تمس كل القضايا البيئية في الجزائر، حيث تهتم فقط بالقضايا البيئية البسيطة والروتينية، مع ملاحظة إهمال شبه كلي لجرائم بيئية قوية التأثير على المسار التنموي للبلاد، إضافة إلى اعتماد الصحف الجزائرية بشكل كبير على صور الأرشيف، مما جعلها تفقد مصداقيتها في نقل الخبر البيئي، وهذا نتيجة لضعف متابعتها اليومية للمستجدات البيئية، كما لا تحتل الصور البيئية في الصحيفة سوى مساحة صغيرة جدا، وكأن الحدث البيئي مجرد حشوة لسد الفراغ الفني في الصحيفة.

يضاف إلى ذلك أن بعض الصحف الجزائرية تتخذ مواقف حيادية وفي بعض الأحيان مواقف سلبية تجاه القضايا البيئية في الجزائر، كما تكتفي بنقل الخبر البيئي وتتحاشى الإشارة إلى الأسباب، مع الميل إلى التهويل والمعالجة السطحية، دون التطرق إلى المعالجة الوقائية، مما يجعل معالجتها للمشاكل البيئية تقتصر فقط في الاهتمام بالأخطار الظرفية، والإشارة إلى الآثار الناجمة عن الحدث البيئي والخسائر المصاحبة لها دون التعرض لحلول أو بدائل العلاج. كما تتغاضى عن تصوير الخروقات البيئية التي تتسبب فيها الدولة، وهذا تقاديا للمشاكل المحتملة التعرض إليها من قبل السلطات الحكومية، وبالأخص التضييق على حصتها من عوائد الإشهار.



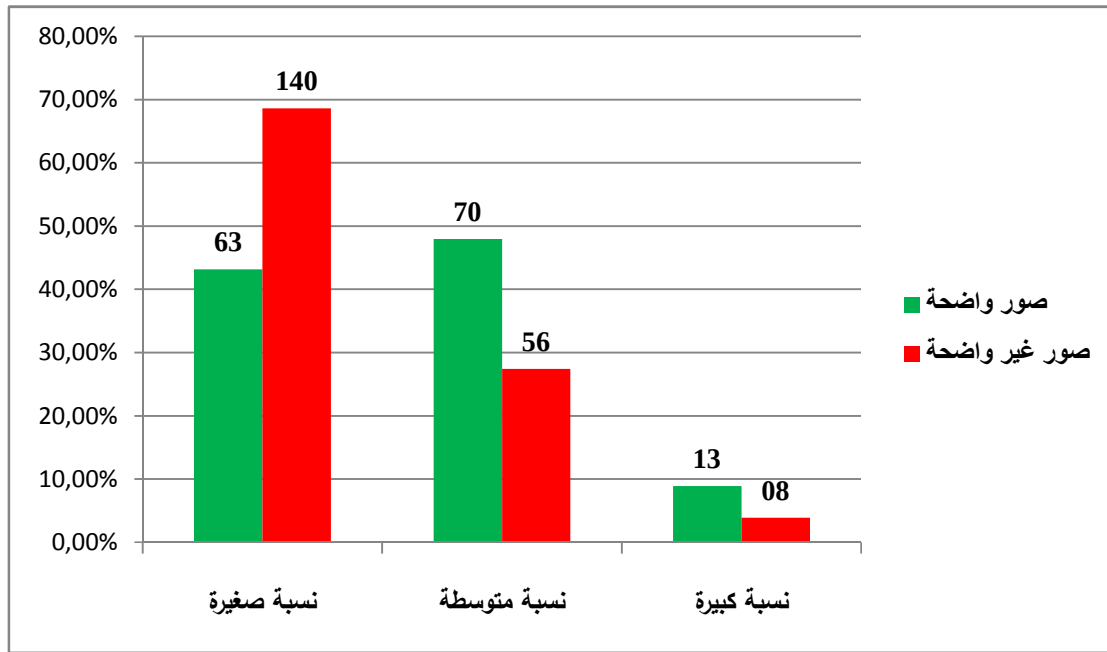
رسم بياني رقم (18) يبين رأي المبحوثين حول تعبير الصور البيئية عن الواقع البيئي في الجزائر

جدول رقم(52): تقاطع نسبة توظيف الصور البيئية في الصحف الجزائرية، مع طبيعة عرضها في الصحيفة.

السؤال رقم: 18						السؤال رقم: 19	
كيف تقيم طبيعة عرض الصور البيئية في الصحف الجزائرية							
صور واضحة		صور غير واضحة					
ك	%	ك	%	مج	%	تقييم نسبة توظيف الصور البيئية في الصحف الجزائرية	
63	%43.15	140	%68.63	203	%58.00		
70	%47.95	56	%27.45	126	%36.00		
13	%08.90	08	%03.92	21	%06.00		
146	100%	204	100%	350	100%		

يظهر من خلال الجدول أن وضوح الصور البيئية يأخذ منحى تصاعديا مطردا مع زيادة نسبتها في الصحف الجزائرية، حيث يتبين من الجدول أن المبحوثين الذين يرون أن نسبة توظيف الصور البيئية في الصحف الجزائرية مقارنة بالصور الصحفية الأخرى، ذات نسبة صغيرة، يرون أن أغلبيتها صور غير واضحة ونسبة(68.63%)، بينما نجد نسبة ضئيلة من المبحوثين(43.15%) يرون أنها صور واضحة. أما المبحوثين الذين يرون أن الصحف الجزائرية توظف نسبة متوسطة من الصور البيئية، نجدهم يعتبرون أغلبيتها صور واضحة ونسبة(47.95%)، مقابل نسبة(27.45%) يرون أنها غير واضحة. بينما المبحوثين الذين يعتقدون أن عدد الصور البيئية في الصحف الجزائرية ذات نسبة كبيرة، نجد نسبة(08.90%) منهم يرونه أنها صور واضحة، بينما نسبة طفيفة (03.92%) يرونها صور غير واضحة.

ويمكن أن نستنتج من خلال الجدول أعلاه أن المبحوثين يرون أن الصور البيئية في الصحف الجزائرية تكون واضحة ومعبرة كلما زاد عددها في الصحيفة، وبالتالي يتوقع أن تؤدي وظيفتها الأساسية والمتمثلة في تشكيل وعي بيئي لدى المواطنين، وهذا قصد ضمان بيئة سليمة وصحية بعيدة عن كل مظاهر التلوث.



رسم بياني رقم (19): نسبة الصور البيئية في الصحف الجزائرية، مع طبعة عرضها في الصحيفة.

جدول رقم (53): قدرة الصور البيئية بإمام المبحوثين بمعلومات بيئية حسب متغير الجنس

قدرة الصور البيئية على الإفادة بمعلومات بيئية								التكرارات
		بدون رأي		لا		نعم		الجنس
النسبة المئوية	المجموع	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
%100	217	%18.89	41	%53.92	117	%27.19	59	ذكر
%100	133	%11.28	15	%64.66	86	%24.06	32	أنثى
%100	350	%100	56	%100	203	%100	91	المجموع

يظهر لنا من خلال الجدول أن المبحوثين من صنف الذكور يرون أن الصور البيئية في الصحف الجزائرية كافية بمدى معلومات كافية عن القضايا والمشكلات البيئية، بنسبة (27.19%)، بينما نجد نسبة معتبرة تتعدى النصف (53.92%) يرون أن الصور البيئية في الصحف الجزائرية لم

توفق في مدهم بمعلومات كافية عن القضايا والمشكلات البيئية، في حين (18.89%) من المبحوثين ليس لهم رأي في ذلك.

وفي ما يتعلق بعنصر الإناث فنجد نسبة (24.06%) يرون أن الصور البيئية في الصحف الجزائرية كفيلة بمدھن بمعلومات كافية عن القضايا والمشكلات البيئية، بالمقابل نلاحظ نسبة كبيرة جدا (64.66%) من المبحوثات يرون أن الصور البيئية في الصحف الجزائرية لم توفق في تزويدهم بمعلومات كافية عن القضايا والمشكلات البيئية، أما اللواتي لم يعبرن عن رأيهن فكانت النسبة (11.28%).

تبيّن لنا القراءة البسيطة للجدول أن متغير الجنس ليس له دلالة إحصائية بخصوص قدرة الصور البيئية في الصحف الجزائرية على إمداد المبحوثين بمعلومات حول القضايا والمشكلات البيئية، إذ نسجل كلا الجنسين وينسب معتبرة تتعدى النصف يعبرن عن عدم قدرة الصور البيئية في الجرائد الجزائرية بتزويدهم بمعلومات حول البيئية، وقد يعود ذلك إلى عدة أسباب منها ضآلة حجم الصور والمواضيع البيئية في الصحف الجزائرية كما أشرنا إلى ذلك سابقا، كما يعود السبب إلى قلة تنوع الصور البيئية في الجرائد الجزائرية، إذ أغلبيتها تنشر صورا لمواضيع بيئية روتينية ومعروفة لدى القراء، كصور انتشار النفايات والقمامات والقاذورات، صور تلوث المياه والهواء والتصحر.. وغيرها ، فضلا عن اقتصرها على المواضيع البيئية المحلية، في حين يغيب عنها الصور المعبرة عن المواضيع البيئية العالمية، والمشاكل البيئية ذات الطابع العالمي أو الدولي، كظاهرة الاحتباس الحراري والتقلب المناخي، ظاهرة النينو، التلوث الكيميائي، التلوث النووي، تقليص طبقة الأوزون.. وغيرها من القضايا البيئية المعاصرة التي يتوجب على كل فرد أن يتعرف عليها بل ويشاهدها حتى يتأثر بها ويزداد رصيده المعرفي البيئي، ومنه تتشكل لديه وعي بيئي من شأنه ترشيد سلوكاته اتجاه البيئة.

جدول رقم(54): قدرة الصور البيئية بإلمام المبحوثين بمعلومات بيئية حسب متغير السن

قدرة الصور البيئية على الإفادة بمعلومات بيئية								التكرارات
		بدون رأي		لا		نعم		السن
النسبة المئوية	المجموع	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
100%	147	19.73%	29	53.06%	78	27.21%	40	من 20 إلى 25 سنة
100%	99	17.17%	17	58.59%	58	24.24%	24	من 26 إلى 35 سنة
100%	55	9.09%	05	67.27%	37	23.64%	13	من 36 إلى 45 سنة
100%	38	13.16%	05	57.89%	22	28.95%	11	من 46 إلى 55 سنة
100%	11	00.00%	00	72.73%	08	27.27%	03	من 56 سنة فما فوق
100%	350	100%	56	100%	203	100%	91	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن متغير السن ليس له دلالة إحصائية فيما يتعلق بقدرة الصور البيئية في الصحف الجزائرية على إمداد المبحوثين بمعلومات كافية حول القضايا والمشكلات البيئية، حيث أن الفئة العمرية من (20 إلى 25 سنة) أغلبيتها وبنسبة (53.06%) يقرّون بعدم اكتسابهم لمعارف بيئية من خلال الصور البيئية التي تنشرها الصحف الجزائرية، مقابل نسبة طفيفة تقدر بـ (27.21%) يرون بأن الصور البيئية في الصحف الجزائرية زودتهم بمعلومات ومعارف بيئية. والشيء نفسه نسجله في الفئة العمرية من (26 إلى 35 سنة) إذ أغلبية أفرادها وبنسبة (58.59%) يرون بأن الصور البيئية في الصحف الجزائرية لم توفّق في مدهم بمعلومات كافية عن القضايا والمشكلات البيئية، مقابل نسبة صغيرة لا تتعدى (24.24%) يرون بأن الصور البيئية في الصحف

الجزائرية وفقت في إكسابهم معلومات كافية عن القضايا والمشكلات البيئية. أما الفئة العمرية من (من 36 إلى 45 سنة) فنجد نسبة (23.64%) يرون بأن الصور البيئية في الصحف الجزائرية تمكنت من تزويدهم بمعلومات حول القضايا والمشكلات البيئية، مقابل نسبة كبيرة جدا (67.27%) يعتقدون عكس ذلك. أما بالنسبة للفئة العمرية من (46 إلى 55 سنة) فنسجل نتائج مشابهة للفئات الأخرى، إذ أغلبية أفراد هذه الفئة وبنسبة تتعدى النصف (57.89%) لا يرون أن الصور البيئية التي تنشرها الصحف الجزائرية استطاعت إكسابهم معارف بيئية، بينما (28.95%) منهم يرون بأن الصور البيئية في الجرائد الجزائرية تمكنت من تزويدهم بمعلومات بيئية. وفي الأخير نجد الفئة العمرية الكبرى من (56 سنة فما فوق) لم تخرج عن مثيلاتها من الفئات الأخرى، إذ جل أفراد هذه الفئة وبنسبة كبيرة جدا (72.73%) يقرّون بأنهم لم يكتسبوا معارف بيئية من خلال الصور البيئية التي تنشرها الجرائد الجزائرية، مقابل نسبة ضئيلة (27.27%) يعتقدون بأن الصور البيئية في الصحف الجزائرية تمكنت من مدهم بمعلومات كافية عن القضايا والمشكلات البيئية.

بينت نتائج الجدول عدم تأثير متغير السن في مستوى استجابة العينة على هذا البعد، وبديل على أن أفراد العينة تساوت رؤيتهم لموقف الصحف الجزائرية من مسألة إخفاقها في أداء دورها المطلوب بخصوص تزويد المواطنين بمعلومات ومعارف حول القضايا والمشكلات البيئية، وتعود أسباب ذلك إلى مجموعة من العوامل منها: ضعف اعتماد المبحوثين باختلاف أعمارهم على الصحف الجزائرية كمصدر لمعلوماتهم البيئية، واعتمادهم بصفة كبيرة على وسائل إعلامية أخرى وفي مقدمتها الأنترنت والتلفزيون، وهذا لما تعرفه هاتين الوسيطتين من سهولة الحصول على المعلومات فضلا عن غزارتها وتنوعها، يضاف إلى ذلك أن جل المبحوثين أصبحوا غير مقتنعين بما تنشره الصحف الجزائرية من صور بيئية، جراء افتقاد الصور المنشورة إلى الدقة في تناول المعلومات وضعف المصداقية في صحتها، إذ ما تزال مصادر المعلومات المحلية الموثوقة عن قضايا البيئة ضعيفة أو معدومة، يضاف إلى ذلك غياب الإشارة إلى المصدر في العديد من الصور البيئية التي تنشرها الصحف الجزائرية، واعتماد بعضها بشكل مكثف على المصادر المجهولة وغير المحددة. ونذكر على سبيل المثال ومن خلال تحليل 160 عدد من صحف العينة تم رصد ما نسبته (87.50%) من الصور البيئية المنشورة في جريدة " الشروق اليومي " بدون ذكر مصدر الصورة، كما أن كل الصور البيئية التي نشرتها جريدة " النهار الجديد " أي بنسبة (100%) غير مشار فيها

إلى مصدر الصورة، مع الإشارة بأن هاتين الجريدتين يعتبرن من أكبر الجرائد الجزائرية انتشارا ومقروئية، فضلا عن انقطاع نشر الصور البيئية في الصحف الجزائرية وعدم استمراريتها، حيث نسجل عدد كامل وفي بعض الأحيان عدة أعداد متتالية للصحيفة دون أن تنتشر فيها أي صورة بيئية، كون أن المواضيع البيئية في الصحف الجزائرية ظرفية تنتهي بانتهاء الخطر البيئي، كما أن نقص تكوين الصحفيين وعدم وجود صحفيين متخصصين في المجال البيئي يعكس سلبا على قدرة الصحيفة في جمع معلومات بيئية مفيدة للقارئ.

وبلاحظ من خلال الجدول أن الفئة العمرية الكبرى من (56 سنة فما فوق) اعتبرت أكبر فئة عمرية تعبر عن إخفاق الصور البيئية في الصحف الجزائرية في مدهم بمعلومات كافية عن القضايا والمشكلات البيئية، وهذا بالرغم من تسجيلها لأعلى نسبة في المواظبة اليومية على مطالعة الصحف العينة، ويمكن تفسير ذلك إلى أن هذه الفئة رغم مطالعتها اليومية للصحف الجزائرية إلا أنهم لا يعتمدونها كمصدر لتقافتهم البيئية.

جدول رقم(55): قدرة الصور البيئية بإلمام المبحوثين بمعلومات بيئية حسب المستوى التعليمي.

قدرة الصور البيئية على الإفادة بمعلومات بيئية								التكرارات
		بدون رأي		لا		نعم		المستوى التعليمي
النسبة المئوية	المجموع	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
100%	04	25.00%	01	25.00%	01	50.00%	02	ابتدائي
100%	49	20.41%	10	46.94%	23	32.65%	16	متوسط
100%	68	13.24%	09	55.88%	38	30.88%	21	ثانوي
100%	229	15.72%	36	61.57%	141	22.71%	52	جامعي
100%	350	100%	56	100%	203	100%	91	المجموع

يظهر من خلال الجدول أن المبحوثين من المستوى الابتدائي يرون أن الصور البيئية في الصحف الجزائرية كفيلة بمدى معلومات كافية عن القضايا والمشكلات البيئية، بنسبة (50.00%) مقابل نسبة (25.00%) يرون عكس ذلك، و (25.00%) من المبحوثين ليس لهم رأي في ذلك. أما المستوى المتوسط فكانت نسبة الإجابة بنعم (32.65%) مقابل نسبة (46.94%) من المبحوثين أجابوا بلا، في حين نسبة (20.41%) من المبحوثين لم يعبروا عن رأيهم. وفي ما يتعلق بالمستوى الثانوي فنجد (30.88%) من المبحوثين يعتقدون بأن الصور البيئية في الصحف الجزائرية لها القدرة بمدى معلومات بيئية، مقابل نسبة معتبرة (55.88%) من المبحوثين يرون عكس ذلك، وبنسبة (13.24%) من المبحوثين ليست لهم إجابة. أما بالنسبة للمستوى الجامعي فنسبة (22.71%) من المبحوثين يرون أن الصور البيئية في الصحف الجزائرية كفيلة بمدى معلومات بيئية، بينما نسبة كبيرة جدا تتعدى النصف (61.57%) يرون أن الصور البيئية في الصحف الجزائرية عجزت عن مداهم بمعلومات كافية عن القضايا والمشكلات البيئية.

ويتبين من الجدول أعلاه أن متغير المستوى التعليمي ليس له دلالة إحصائية بخصوص قدرة الصور البيئية على زيادة الرصيد المعرفي البيئي للمبحوثين، إذ أغلبية المبحوثين وفي جل المستويات

التعليمية يقرون بأن رصيدهم من المعرفة البيئية لم يكن بسبب مشاهدتهم للصور البيئية، ويعود ذلك إلى نسبتها الضئيلة في الجرائد فضلا عن المساحة الصغيرة المخصصة للصور البيئية. وقد نستثني من ذلك فئة المستوى الابتدائي حيث أشاد أغلبية المبحوثين في هذا الصنف بقدرة الصور البيئية في الزيادة في رصيدهم المعرفي البيئي، ويعود ذلك إلى كون هذا المستوى من الفئة العمرية المتقدمة في السن التي تعرف بمواظبتها اليومية على مطالعة الصحف الوطنية.

جدول رقم(56): تعبير الصور البيئية في الصحف الجزائرية عن الواقع البيئي في الجزائر، حسب متغير الجنس.

الجنس	ذكر		أنثى		الإجابة
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	
دائما	10	%04.61	05	%03.76	15
غالبا	45	%20.74	28	%21.05	73
أحيانا	102	%47.00	68	%51.13	170
نادرا	45	%20.74	28	%21.05	73
أبدا	15	%06.91	04	%03.01	19
المجموع	217	%100	133	%100	350

نلاحظ من خلال الجدول أن (%04.61) فقط من مجموع المبحوثين الذكور يرون أن الصور البيئية في الصحف الجزائرية تعبر عن الواقع البيئي في الجزائر، ونسبة مقاربة جدا (%06.91) بالنسبة للمبحوثين الذين أجابوا بـ "أبدا"، ونفس النسبة (%20.74) للمبحوثين الذين يرون أن ذلك يحدث "غالبا" و"نادرا"، بينما الأغلبية منهم يرون أن الصور البيئية في الصحف الجزائرية تعبر عن الواقع البيئي في الجزائر "أحيانا" بنسبة (%47.00). وفيما يتعلق بالإناث فإن الأمر لا يختلف كثيرا عن الذكور، إذ نجد أغلبية المبحوثات يرون أن الصور البيئية في الصحف الجزائرية تعبر عن الواقع البيئي في الجزائر "أحيانا" (%51.13)، بينما نجد المبحوثات اللواتي يرين ذلك يحدث "غالبا" و"نادرا"، بنفس النسبة (%21.05)، ونسبة منخفضة جدا (%03.01) للواتي أجبن "أبدا"، بينما نجد اللواتي يرين أن الصور البيئية تعبر عن الواقع البيئي في الجزائر بصفة دائمة لا يتعدى نسبة (%03.76) فقط.

وبالتالي نستنتج من خلال نتائج الجدول أنه ليس هناك فرقا بين الذكور والإناث بخصوص اعتقادهم بتعبير الصور البيئية في الصحف الجزائرية عن الواقع البيئي في الجزائر، إذ أغلبية المبحوثين من الذكور والإناث يعتقدون ذلك يحدث " أحيانا" بنسبة(48.57%) من أفراد العينة، وبأعلى نسبة عند الإناث مقابل الذكور.

جدول رقم(57):تعبير الصور البيئية في الصحف الجزائرية عن الواقع البيئي في الجزائر، حسب متغير المستوى التعليمي.

الم. التعليمي		ابتدائي		متوسط		ثانوي		جامعي	
الإجابة	التكرار	النسبة المؤوية	النسبة	التكرار	النسبة المؤوية	التكرار	النسبة المؤوية	التكرار	النسبة المؤوية
دائما	00	%00.00	04	%08.16	06	%08.82	08	%03.49	
غالبا	00	%00.00	07	%14.29	19	%27.94	47	%20.52	
أحيانا	03	%75.00	23	%46.94	28	%41.18	116	%50.66	
نادرا	00	%00.00	10	%20.41	13	%19.12	50	%21.83	
أبدا	01	%25.00	05	%10.20	02	%02.94	08	%03.49	
المجموع	04	100%	49	100%	68	100%	229	100%	

يظهر من خلال الجدول، أن أغلبية المبحوثين وفي مختلف المستويات التعليمية يرون أن الصور البيئية في الصحف الجزائرية تعبر عن الواقع البيئي في الجزائر " أحيانا " بنسبة كبيرة لدى المستوى الابتدائي والجامعي(75.00%)،(50.66%)، وبنسبة تقل عن النصف لدى المستوى التعليمي المتوسط والثانوي(46.94%)،(41.18%). كما نسجل نسبة منعدمة لدى المستوى الابتدائي الذين يرون أن الصور البيئية تعبر عن الواقع البيئي الجزائري " دائما"، وبنسبة منخفضة لدى المستوى التعليمي الجامعي(03.49%)، كما نسجل نسبة ضئيلة لدى المستوى التعليمي المتوسط والثانوي (08.16%)،(08.82%) على التوالي.

وعليه يمكن أن نخلص إلى أن متغير المستوى التعليمي ليس له دلالة إحصائية معتبرة فيما يتعلق بتعبير الصور البيئية في الصحف الجزائرية عن الواقع البيئي في الجزائر، إذ نجد أغلبية

المبحوثين باختلاف المستويات التعليمية، يرون بأن الصور البيئية في الصحف الجزائرية غير معبرة كما أنها لا تعكس الواقع البيئي في الجزائر.

جدول رقم(58): تعبير الصور البيئية في الصحف الجزائرية عن الواقع البيئي في الجزائر، حسب متغير السن.

السن	من 20 إلى 25 سنة		من 26 إلى 35 سنة		من 36 إلى 45 سنة		من 46 إلى 55 سنة		من 56 سنة فما فوق	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
دائما	07	%04.76	04	%4.04	01	%01.82	01	%02.63	02	%18.18
غالبا	30	%20.41	25	%25.25	11	%20.00	05	%13.16	02	%18.18
أحيانا	75	%51.02	43	%43.43	26	%47.27	21	%55.26	05	%45.45
نادرا	29	%19.73	21	%21.21	13	%23.64	10	%26.32	00	%00.00
أبدا	06	%04.08	06	%06.06	04	%07.27	01	%02.63	02	%18.18
المجموع	147	100%	99	100%	55	100%	38	100%	11	100%

أشارت نتائج الجدول أن أغلبية الفئات العمرية للمبحوثين يرون أن الصور البيئية في الصحف الجزائرية تعبر عن الواقع البيئي في الجزائر " أحيانا " بنسبة(48.57%) من مجموع أفراد العينة، وبأعلى نسبة(55.26%) عند الفئة العمرية من(46 إلى 55 سنة)، تليها الفئة العمرية من(20 إلى 25 سنة) بنسبة(51.02%)، وبنسبة أقل منها(47.27%) الفئة العمرية من(36 إلى 45 سنة)، تليها الفئة العمرية من (56 سنة فما فوق) بنسبة(45.45%)، وأخيرا نجد الفئة العمرية من(26 إلى 35 سنة) بنسبة(43.43%)، كما بينت نتائج الجدول وجود نسبة ضئيلة جدا(04.29%) من المبحوثين الذين يعتبرون أن الصور البيئية تعبر عن الواقع البيئي في الجزائر، " دائما " بنسبة(04.76%) في الفئة العمرية من(20 إلى 25 سنة)، وبنسبة(4.04%) لدى الفئة العمرية من(26 إلى 35 سنة)، مقابل نسب منخفضة(02.63%)،(01.82%)،(18.18%) في الفئات العمرية: من(46 إلى 55 سنة)، ومن(36 إلى 45 سنة)، و من(46 إلى 55 سنة)على الترتيب.

لنخلص من خلال الجدول أن متغير السن ليس له دلالة إحصائية واضحة فيما يخص تعبير الصور البيئية في الصحف الجزائرية عن الواقع البيئي في الجزائر، حيث يتفق كل المبحوثين باختلاف الفئات العمرية بأن الصور البيئية المنشورة في الصحف الجزائرية لا ترقى إلى المستوى المطلوب بخصوص التشخيص الفعلي والصادق للواقع البيئي في الجزائر، وهذا من خلال ما تم تسجيله من إجابات أغلبية المبحوثين الذين عبروا عن ذلك بـ "أحيانا".

جدول رقم(59): تقاطع تعبير الصور البيئية عن الواقع البيئي في الجزائر، مع نسبة توظيف الصور البيئية في الصحف الجزائرية.

السؤال رقم: 21						تقييم نسبة توظيف الصور البيئية في الصحف الجزائرية					
						نسبة صغيرة		نسبة متوسطة		نسبة كبيرة	
						ك	%	ك	%	ك	%
السؤال رقم: 19											
دائما	07	%03.45	05	%03.97	06	%28.57	تعبير الصور البيئية في الصحف الجزائرية عن الواقع البيئي في الجزائر				
غالبا	26	%12.81	40	%31.75	07	%33.33					
أحيانا	101	%49.75	61	%48.41	05	%23.81					
نادرا	57	%28.08	15	%11.90	01	%04.76					
أبدا	12	%05.91	05	%03.97	02	%09.52					
المجموع						203	100%	126	100%	21	100%

نلاحظ من خلال الجدول وجود علاقة طردية بين نسبة الصور البيئية في الصحف الجزائرية وبين نسبة تعبيرها عن الواقع البيئي في الجزائر، حيث تظهر نتائج الجدول أن قدرة الصور البيئية عن التعبير عن الواقع البيئي في الجزائر يزيد بزيادة نسبتها في الصحيفة، حيث نلاحظ أن تعبير المبحوثين بأن الصور البيئية في الصحف الجزائرية معبرة عن الواقع البيئي في الجزائر " دائما " كان بنسبة كبيرة لدى المبحوثين الذين يرون بأن نسبة توظيف الصور البيئية في الصحف الجزائرية بنسبة

كبيرة (28.57%)، مقابل نسبة قليلة (03.97%) لدى المبحثن الذين يرون أن عدد الصور البيئية في الصحف الجزائرية ذات " نسبة متوسطة " ونسبة أقل (03.45%) لدى المبحوثين الذين أجابوا " بنسبة صغيرة".

ويمكن أن نستنتج من خلال الجدول أن تعبير الصور البيئية في الصحف الجزائرية عن الواقع البيئي في الجزائر، يأخذ منحى تصاعديا مطردا مع زيادة عددها في الصحف الجزائرية، حيث كلما زاد عدد الصور البيئية، كلما كان لها قدرة أكبر على التعبير عن الواقع البيئي في الجزائر.

الاستنتاجات الجزئية:

من خلال دراستنا وتحليلنا للمحور الثالث المتعلق بتقييم جمهور الصحافة المكتوبة للصور الصحفية البيئية، توصلنا إلى مجموعة من النتائج الجزئية، والتي يمكن تلخيص أهمها في النقاط التالية:

1. هناك تقارب بين آراء المبحوثين في نسبة توظيف الصور الحية والصور الأرشيف في الصحف الجزائرية، بنسبة (49.71%) للصور الحية، مقابل نسبة (50.29%) للصور الأرشيف، وتوظيف الصور الحية يكون بشكل أكبر في الصحف التي تمتلك شبكة مراسلين واسعة الانتشار.

2. أوضحت الدراسة بأن أغلبية المبحوثين وبنسبة (58.29%) يرون بأن الصور البيئية المنشورة في الجرائد الجزائرية هي صور غير واضحة،

3. جل المبحوثين يتفقون على أن نسبة تواجد الصور البيئية في الصحف الجزائرية صغيرة مقارنة بالصور الصحفية الأخرى، ويعود ذلك إلى اعتبار البيئة قضية ثانوية تأتي في آخر اهتمامات الصحف الجزائرية.

4. بينت الدراسة بأن أغلبية المبحوثين وبنسبة (58.00%) يرون بأن الصحف الجزائرية لم تستطع أن توافيهم بمعلومات ومعارف كافية عن القضايا والمشكلات البيئية.

5. أغلبية المبحوثين يرون بأن الصحف الجزائرية توظف صورا بيئية تعبر عن الواقع البيئي في الجزائر " أحيانا " بينما نسبة قليلة منهم يرون ذلك يحدث بشكل دائم، ويعود ذلك إلى اعتبار الصور البيئية في الصحف الجزائرية لا تمس كل القضايا البيئية في الجزائر، حيث تهتم فقط بالقضايا البيئية البسيطة والروتينية، كما تعتمد بشكل كبير على صور الأرشيف.

6. وضوح الصور البيئية في الصحف الجزائرية يأخذ منحى تصاعديا مطردا مع زيادة نسبتها في الصحيفة، حيث الصور البيئية المنشورة في الجرائد الجزائرية تكون واضحة ومعبرة كلما زاد عددها في الصحيفة.

7. بينت الدراسة بأن التغيرات الديموغرافية ليست لها دلالة إحصائية بخصوص قدرة الصور البيئية على زيادة الرصيد المعرفي البيئي للمبحوثين، إذ أغلبية المبحوثين يعتقدون بأن الصور البيئية في الجرائد الجزائرية لم تتمكن من تزويدهم بمعلومات كافية حول القضايا والمشكلات البيئية، ويستثنى من ذلك فئة المستوى الابتدائي حيث عبّر نصف المبحوثين في هذا الصنف بقدرة الصور البيئية في إمدادهم بمعلومات بيئية، ويعود ذلك إلى كون هذا المستوى من الفئة العمرية المتقدمة في السن التي تعرف بمواظبتها اليومية على مطالعة الصحف الوطنية.

8. أغلبية المبحوثين من الذكور والإناث يعتقدون بأن الصور البيئية في الصحف الجزائرية تعبر عن الواقع البيئي في الجزائر " أحيانا"، بأعلى نسبة طفيفة لدى الإناث مقابل الذكور، بينما نسبة الذكور الذين يعتقدون بأن التعبير يكون بشكل دائم أكثر من عنصر الإناث.

9. يعتبر المستوى الابتدائي من أكبر الفئات التعليمية التي عبرت عن قدرة الصور البيئية الموظفة في الصحف الجزائرية على تزويدها بمعارف ومعلومات بيئية، بينما عبرت بنسبة صفرية عن كون هذه الصور البيئية معبرة عن الواقع البيئي في الجزائر.

10. تعبير الصور البيئية في الصحف الجزائرية عن الواقع البيئي في الجزائر، يأخذ منحى تصاعديا مطردا مع زيادة عددها في الصحف الجزائرية.

المطلب الخامس: تحليل بيانات المحور الرابع: دور الصورة البيئية في تشكيل الوعي البيئي:

نهدف من خلال هذا المحور إلى معرفة آراء المبحوثين حول دور الصور البيئية في الصحف الجزائرية في عملية التوعية والتحسيس البيئي، وكذا معرفة آرائهم في مدى قدرة الصور البيئية في تعزيز اهتمامهم بالبيئة، وكذا معرفة مدى قدرتها في التأثير في سلوكياتهم اتجاه البيئة والمحافظة عليها، إضافة إلى محاولة التعرف على أنواع السلوكيات البيئية للمبحوثين التي تشكلت نتيجة تعرضهم للصور البيئية المنشورة في الصحف الجزائرية.

جدول رقم(60) يبين دور الصور البيئية في الصحف الجزائرية، في نشر الوعي البيئي في أوساط المجتمع الجزائري.

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
أوافق	256	73.14%
لا أوافق	94	26.86%
المجموع	350	100%

تظهر نتائج الجدول أن الاتجاه العام للمبحوثين يتفق على أنّ الصور البيئية في الصحف الجزائرية، لها دور كبير في نشر الوعي البيئي في أوساط المجتمع الجزائري بنسبة (73.14%)، من مجموع أفراد العينة، مقابل نسبة ضئيلة يرون أن الصور البيئية ليس لها دور في نشر الوعي البيئي بنسبة (26.86%).

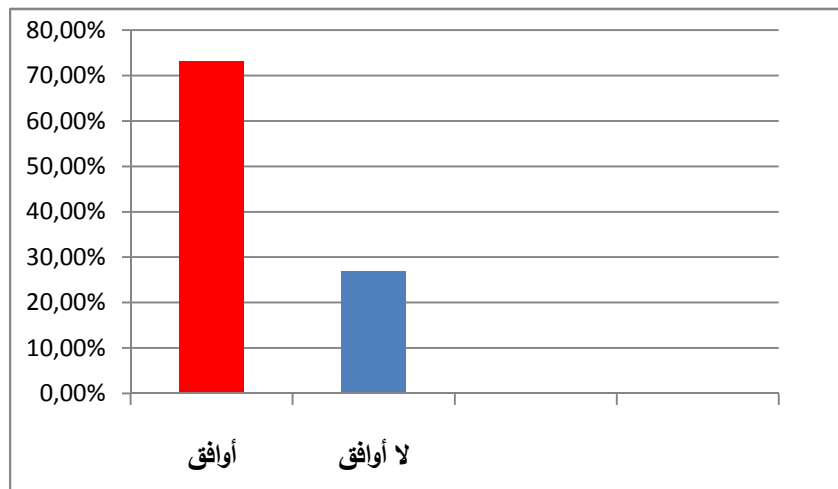
يلاحظ من خلال الجدول أعلاه، أن البيانات أتت متناقضة مع ما ذهب إليه المبحوثين سابقا بأن الصور البيئية في الصحف الجزائرية أخفقت في تزويدهم بمعلومات ومعارف بيئية.

ويمكن تفسير موافقة أغلبية المبحوثين على أن الصور البيئية في الصحف الجزائرية لها دور في نشر الوعي البيئي في أوساط المجتمع الجزائري، إلى ما تتميز به الصحافة المكتوبة في نشر الوعي البيئي من خلال تزويد القارئ بمختلف المعلومات البيئية الصحيحة ليتمكن من تشكيل آراء ومواقف ايجابية تجاه البيئة، مما يساهم في الحفاظ عليها سليمة آمنة، كما تساهم بشكل كبير في حماية البيئة من خلال نشر الوعي البيئي بين مختلف شرائح المجتمع، وإيقاظ الوعي البيئي لدى

المواطنين من خلال نقل المعرفة ونشر قيم حماية البيئة والدعوة إلى التخلي عن عادات وسلوكيات الضارة بها.

وتعتبر الصورة الصحفية(البيئية) من أهم الوسائل والدعائم الأساسية التي توظفها الصحافة المكتوبة في عملية نشر الوعي البيئي، لما تتميز بها الصورة من فعالية كبيرة في التأثير في القارئ، باعتبار أن الصورة أقوى أشكال الاتصال، ولها قدرة كبيرة على التأثير في القارئ وكذا القدرة على الإقناع وتبسيط المضمون الإعلامي، إضافة إلى دورها في تعزيز السلوكيات الإيجابية نحو البيئة وتغيير السلوكيات الخاطئة، كما تساهم الصورة البيئية في تكوين وعي بيئي لدى جمهور القراء من خلال تزويدهم بمعارف ومعلومات بيئية وإدراكهم لمشكلاتها والوقوف على أسبابها وتأثيراتها، فضلا على قدرتها في تزويد القارئ بالمهارات والقيم والاتجاهات التي ترشد سلوكه البيئي وتمكنه من التفاعل مع بيئته الطبيعية بما يسهم في حمايتها واستثمارها استثمارا مرشدا ومستداما.

أما المبحوثين الذين أجابوا بأن الصورة البيئية في الصحف الجزائرية ليس لها دور في نشر الوعي البيئي في المجتمع الجزائري، فيعود ذلك إلى عدة عوامل منها: عددها القليل في الصحف الجزائرية، نتيجة لضعف اهتمام الصحف الجزائرية بالقضايا البيئية، كذلك اعتبار المبحوثين بأن الصورة وحدها لا تكفي لنشر الوعي البيئي، إذ لابد أن ترفق بالكلمة المكتوبة مع تدعيمها بحملات تحسيسية عن طريق وسائل الإعلام الأخرى، إضافة إلى ما يلاحظونه من تقادم المشكلات البيئية نتيجة للتصرفات غير الواعية للإنسان اتجاه البيئة.



رسم بياني رقم(20) يبين دور الصور البيئية في نشر الوعي البيئي في أوساط المجتمع الجزائري

جدول رقم(61): يوضح تعرض المبحوثين للصور البيئية في الصحف الجزائرية والاهتمام بالبيئة والمحافظة عليها.

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	207	59.14%
لا	143	40.86%
المجموع	350	100%

يتبين من خلال الجدول أن أغلبية المبحوثين وبنسبة تتعدى النصف (59.14%) يقرّون بأن تعرضهم للصور البيئية في الصحف الجزائرية جعلتهم يهتمون أكثر بالبيئة ويحافظون عليها، بينما نجد نسبة (40.86%) من أفراد عينة الدراسة، يرون بأن تعرضهم للصور البيئية المنشورة في الصحف الجزائرية لم تشكل لديهم اهتمام بالبيئة ولم توجد لديهم توجه نحو المحافظة عليها.

ويمكن تفسير نتائج الجدول بأن أغلبية المبحوثين يرون بأن تعرضهم للصور البيئية في الصحف الجزائرية جعلتهم يهتمون أكثر بالبيئة ويحافظون عليها، إلى اعتبار أن أغلبية الصور البيئية المنشورة في الصحف الجزائرية لها قدرة في الإقناع والتأثير، ما جعلت المبحوثين يستوعبون مضمونها وبالتالي تحقيق التأثير المطلوب المتمثل في حماية البيئة والمحافظة عليها. في حين نجد بقية المبحوثين يرون أن الصور البيئية التي تعرضها الصحف الجزائرية مازالت لم تصل إلى درجة أنها تشكل فيهم اهتمام بالبيئة، ويعود ذلك إلى عدم اقتناعهم بطبيعة عرض الصور البيئية، من حيث العدد الكافي ومواصفات العرض المطلوبة.

ويمكن أن نشير إلى أن نتائج الجدول أعلاه تؤكد ما توصلنا إليه سابقا، بأن الصور البيئية في الصحف الجزائرية لها قدرة في نشر الوعي البيئي في أوساط المجتمع الجزائري.

جدول رقم(62): يوضح رأي المبحوثين حول تأثير الصور البيئية في اتجاهات المواطنين نحو البيئة.

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	124	35.43%
لا	154	44.00%
بدون رأي	72	20.57%
المجموع	350	100%

نلاحظ من خلال الجدول أن أغلبية المبحوثين وبنسبة(44.00%) يرون أن الصور البيئية في الصحف الجزائرية لم تستطع أن تؤثر في اتجاهات المواطنين نحو البيئة، ويشكل في ذلك 154 من أفراد العينة.

ويمكن تفسير ذلك إلى ما يشاهدونه المبحوثين ويعيشونه من مظاهر غياب الوعي البيئي في أوساط المجتمع الجزائري، حيث تتعرض البيئة لانتهاكات يومية من قبل المواطنين، كانتشار النفايات والقمامات في الشوارع والطرق، تلويث الهواء والمياه، وزيادة تفاقم مظاهر التلوث البيئي... وغيرها، ويحدث هذا بالرغم من كثرة الصحف اليومية التي تتطرق للشؤون والقضايا البيئية، ومن جهة أخرى فعدم قدرة الصور البيئية في التأثير في اتجاهات المواطنين، قد يعود في كثير من الأحيان إلى غياب الخصائص الفنية للصورة البيئية نفسها، كدعاة عرضها في الصحيفة، وعدم قدرتها على التعبير الصحيح للظواهر البيئية، وكذا عدم قدرتها على نقل الواقع البيئي الجزائري بصدق وموضوعية، إضافة إلى أن الصحف الجزائرية لا تغطي كامل القضايا البيئية التي تعيشها الجزائر، إذ أغلبيتها تغطي المشكلات البيئية البسيطة وتتغاضى عن القضايا البيئية الخطيرة والهامة، وتتحاشى في ذلك القضايا البيئية التي تتعارض مع مصالحها، خاصة الاقتصادية والاجتماعية منها، أو تتخذ موقف حيادي تجاه قضايا بيئية أخرى، علاوة على انتهاء الاهتمام الإعلامي بالبيئة بانتهاء الحدث البيئي، وعدم الحرص على متابعة أو تفسير آثاره. ويضاف إلى ذلك عدد الصور البيئية الضئيل في الصحف الجزائرية، بل غيابها التام في عدة أعداد كاملة، كما يسجل في بعض الأعداد وجود صور إعلانية دعائية لسلع ملوثة للبيئة ومهددة للصحة العامة.

ولاشك أن مثل هذه القصور يشوه من قدرة الصحافة الجزائرية على تشكيل اتجاهات ايجابية نحو البيئة في أوساط المجتمع الجزائري، كما ينعكس بصورة سلبية على الاهتمام الجماهيري بالقضايا والأحداث البيئية.

بينما نجد نسبة (35.43%) من المبحوثين يعترفون بقدرة الصورة البيئية في الصحف الجزائرية على التأثير في اتجاهات المواطنين نحو البيئة، لما تتميز به الصورة من خصائص الاستقطاب والإقناع. في حين نجد نسبة كبيرة من المبحوثين ليس لهم رأي في ذلك، وهذا يعبر عن النسبة الصامتة لدى العينة المدروسة التي لا تتشكل القضايا البيئية أي تأثير لها، سواء بالإيجاب أو السلب.

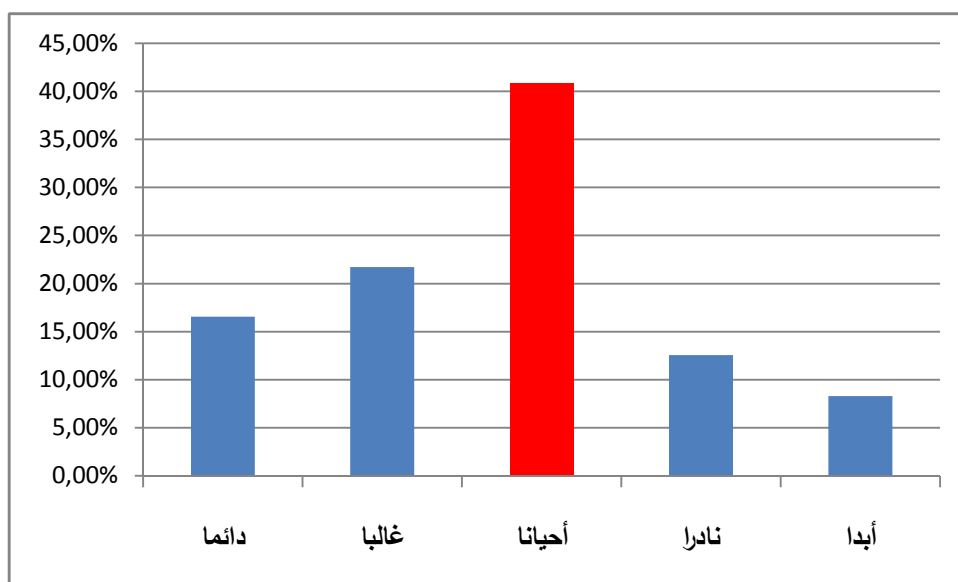
ويضاف إلى ما سبق من أسباب عدم تمكن الصور البيئية في الجرائد الجزائرية في التأثير في الاتجاهات المواطنين نحو البيئة، ما يتعلق بصغر المساحة المخصصة للصور البيئية في الصحف الجزائرية، إضافة إلى ما يتعلق بموقع نشر الصور البيئية في الصحف الجزائرية.

جدول رقم(63): يوضح تأثير الصور البيئية في سلوك المبحوثين اتجاه البيئة

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
دائما	58	16.57%
غالبا	76	21.71%
أحيانا	143	40.86%
نادرا	44	12.57%
أبدا	29	8.290%
المجموع	350	100%

تبين نتائج الجدول أن أغلبية المبحوثين، وبنسبة(40.86%) يرون بأن الصور البيئية في الصحف الجزائرية تؤثر في سلوكياتهم اتجاه البيئة في " أحيانا "، وبنسبة(16.57%) يرون ذلك دائما، مقابل(21.71%) من أفراد العينة يعتقدون ذلك "غالبا"، و(12.57%) يرون حدوث ذلك بصفة نادرة، بينما نجد(8.29%) يرون بأن الصور البيئية في الصحف الجزائرية لم تؤثر " أبدا " في سلوكياتهم اتجاه البيئة.

ويمكن تفسير اعتبار أغلبية المبحوثين بأن الصور البيئية تؤثر في سلوكياتهم اتجاه البيئة، إلى ما تملكه الصورة البيئية من قوة في التأثير والتوجيه، وقدرة في تعزيز وترشيد السلوكات الإيجابية نحو البيئة، وتغيير العادات والسلوكات البيئية الخاطئة، بما يمكن من تعزيز الوعي البيئي لدى الجمهور ومواجهة المشكلات البيئية والتصدي لها ومنع ظهورها من جديد، ويمكن الإشارة إلى أن الصورة تحمل في طياتها رسالة ودعوة لفكر ثقافي وسلوك اجتماعي واقتصادي، ونجاح هذه الدعوة وتغلغلها مرتبط بثقافة المتلقي، فالفرد المعزز بثقافة بيئية واهتمام بيئي يكون تأثيره بالصورة البيئية أكثر من الفرد الذي لا تعتبر البيئة ضمن أولويات حياته.



رسم بياني رقم (21) يوضح تأثير الصور البيئية في سلوك المبحوثين اتجاه البيئة

جدول رقم(64): يبين آراء المبحوثين حول السلوك الأكثر انعكاسا من قبل الصور البيئية.

الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
01	%26.47	243	الشعور بمسؤولية حماية البيئة
04	%13.51	124	المحافظة على المياه وعدم التسبب في تلوثه
02	%18.85	173	إلقاء النفايات في حاوياتها المخصصة لها
05	%12.09	111	المشاركة في العمل البيئي التطوعي
06	%08.28	76	المحافظة على الهواء وعدم التسبب في تلوثه
07	%05.12	47	الانخراط في الجمعيات البيئية
03	%15.69	144	احترام القوانين والتشريعات البيئية
	%100	918	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن جميع أفراد العينة وضعوا في طليعة السلوكات البيئية الشعور بمسؤولية حماية البيئة، إذ احتل المرتبة الأولى بنسبة(26.47%)، يليه في المرتبة الثانية سلوك إلقاء النفايات في حاوياتها المخصصة لها، بنسبة(18.85%)، وفي المرتبة الثالثة جاء سلوك احترام القوانين والتشريعات البيئية، بنسبة(15.69%)، أما في المرتبة الرابعة نجد سلوك المحافظة على المياه وعدم التسبب في تلوثه بنسبة(13.51%)، وعادت المرتبة الخامسة لسلوك المشاركة في العمل البيئي التطوعي بنسبة(12.09%)، وفي المرتبة السادسة نجد سلوك المحافظة على الهواء وعدم التسبب في تلوثه بنسبة(08.28%)، أما المرتبة السابعة والأخيرة فعادت لسلوك الانخراط في الجمعيات البيئية بنسبة(05.12%).

تبين من خلال نتائج الجدول أن الصور البيئية في الصحف الجزائرية استطاعت أن توجد عدة سلوكات إيجابية نحو البيئة لدى المبحوثين، وأهم سلوك والذي تحصل على نسبة كبيرة من الاختيارات، هو سلوك الشعور بالمسؤولية اتجاه البيئة، ويعتبر هذا من أهم السلوكات البيئية باعتباره الركيزة الأساسية التي تقوم عليها بقية السلوكات البيئية الأخرى، إذ مظاهر التلوث الذي تشهده البيئة في الجزائر العاصمة عادة ما يكون بسبب غياب شعور المواطن بمسؤوليته اتجاه البيئة، ويعكس ذلك في قيامه بعدة تصرفات سلبية اتجاه المحيط، مثل: رمي القمامات والنفايات المنزلية في الشوارع

والطرق، نقص الاهتمام بالمساحات الخضراء والتشجير تلويث البيئية، التبذير في استخدام المياه، كثرة مظاهر تلوث الهواء... وغيرها.

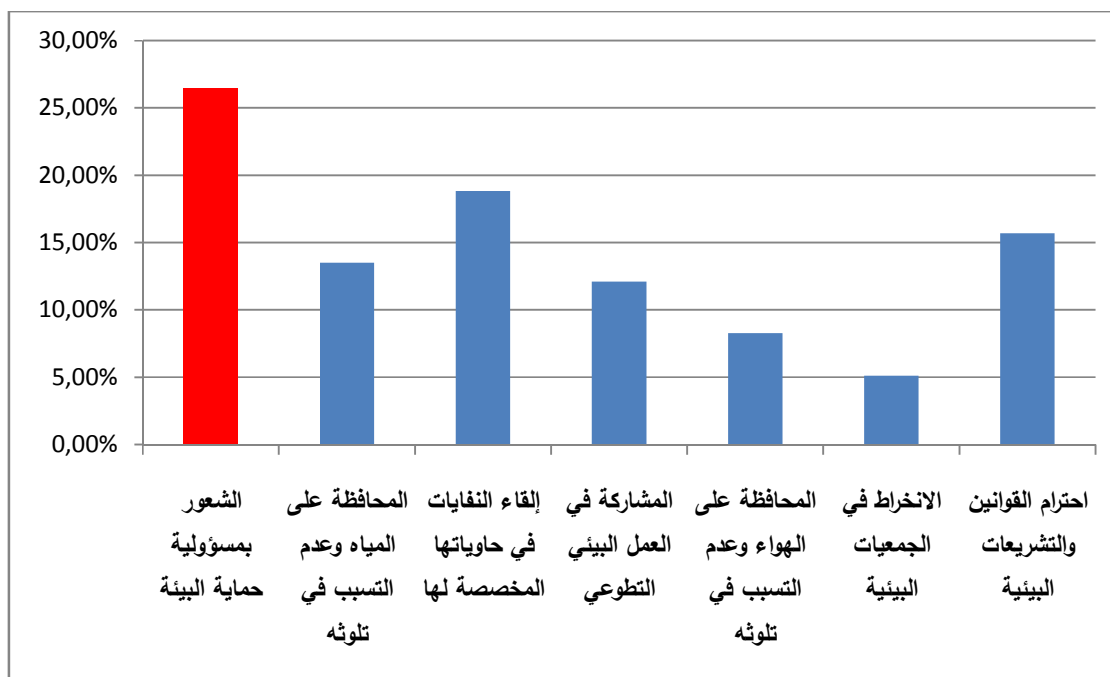
ونجد في المرتبة الثانية سلوك إلقاء النفايات في حاوياتها المخصصة لها، وتعتبر قضية النفايات والقمامات من أكبر المشاكل البيئية التي تعاني منها مدن العاصمة، وهذا انعكاس لما تعانيه شوارع العاصمة من استفحال ظاهرة انتشار النفايات والقمامات والمفارغ العشوائية، وتراكم القاذورات وقرب المفرغات العمومية من الوحدات السكنية، إضافة إلى ما تشكله الأسواق الجوارية المفتوحة من تلويث للبيئة نتيجة لتراكم النفايات وبقايا الخضر والفواكه في الأرصفة والطرق.

كما ساهمت الصور البيئية في تعزيز وتنمية سلوك الأفراد اتجاه احترام القوانين والتشريعات البيئية واحتلت المرتبة الثالثة في ذلك، ويعد هذا دليلا على استعداد المبحوثين بالالتزام بتطبيق التشريعات البيئية، كما أن كثير من الأفراد المبحوثين يرون أن تفاقم مشكل التلوث البيئي في الجزائر يعود في جزء كبير منه إلى غياب السلطة الردعية ونقص الصرامة في تطبيق القوانين والتعليمات البيئية. ويليهما ظاهرة تلوث المياه فهو من بين الكوارث البيئية التي تعرفها العاصمة، خاصة مياه البحار والمجاري المائية، كونها أصبحت مصب لمياه الصرف الصحي ومخلفات المنشآت والمصانع، وهذا في ظل غياب منشآت خاصة بإعادة معالجة مياه الصرف الصحي.

وتظهر نتائج الجدول أيضا عن تأثير الصور البيئية في الصحف الجزائرية في تنمية السلوك التطوعي لدى المبحوثين إلا أن ذلك كان ضعيفا، وهذا ما نلمسه من خلال احتلاله للمرتبة الخامسة، إذ مظاهر المدنية والتحضر في العاصمة أثرت كثيرا على العمل التطوعي. ويبقى سلوك المحافظة على سلامة الهواء يحتل المرتبة السادسة كون أن تلوث الهواء في العاصمة مازال لم يصل إلى درجة يمكن تصنيفه ضمن المشكلات البيئية الخطيرة، إضافة إلى أن البنية الاقتصادية في العاصمة وتزايد عدد السكان ووسائل النقل لم توجد تلوث هوائي يصل إلى درجة الخطورة.

وأخيرا نجد سلوك الانخراط في الجمعيات البيئية يحتل المرتبة السابعة ويمكن تفسير ذلك إلى نقص اهتمام المبحوثين بالعمل الجماعي، إضافة إلى أن الجمعيات البيئية في العاصمة نشاطاتها البيئية مازالت ضعيفة وغير فعالة، وفي الغالب تتماشى والمناسبات البيئية، فضلا عن نقص أهل اختصاص في جهاز الإدارة والتسيير، كل هذه العراقيل وغيرها جعل الجمعيات البيئية في الجزائر

تقف عاجزة على استقطاب أعداد كبيرة من المواطنين، وهذا بالرغم من وجود عدد معتبر من الجمعيات الناشطة في هذا المجال.



رسم بياني رقم (22): يبين ترتيب انعكاس الصور البيئية على سلوكيات المبحوثين.

جدول رقم (65): دور الصور البيئية في نشر الوعي البيئي في أوساط المجتمع الجزائري، حسب متغير الجنس.

الجنس والتكرارات				متغير الجنس	
الإجابة				أنثى	ذكر
				النسبة المئوية	التكرار
أوافق				73.68%	98
لا أوافق				26.32%	35
المجموع				100%	133

يلاحظ من خلال الجدول أن متغير الجنس ليس له دلالة إحصائية فيما يتعلق بدور الصور البيئية في نشر الوعي البيئي في أوساط المجتمع، إذ أظهرت نتائج الجدول أن كل من الجنسين، الذكور والإناث، يوافقون بأغلبية واسعة على أن الصور البيئية في الصحف الجزائرية لها دور في التوعية والتحسيس البيئي، وذلك بنسبة (72.81%) للذكور ونسبة (73.68%) للإناث، مقابل نسبة

طفيفة من أفراد مجتمع الدراسة يعتقدون عكس ذلك، بأعلى نسبة (27.19%) للذكور، مقابل نسبة (26.32%) للإناث.

نخلص من خلال الجدول أن الذكور والإناث وبنسبة متقاربة يعتقدون بأن الصور البيئية لها قدرة على نشر الوعي البيئي في أوساط المجتمع الجزائري، أما المبحوثين الذين يعتقدون عكس ذلك فيرجعون ذلك إلى مجموعة الأسباب المتعلقة بالخصائص التي تتميز بها الصور البيئية في الصحف الجزائرية، منها، صغر حجمها، وكذا صغر المساحة المخصص لها في الصحيفة، إضافة إلى عدم وضوحها فضلا عن ضعف ارتباطها بالحدث البيئي المرفق لها، كل هذه العوامل جعلتها تعجز على القدرة في نشر الوعي البيئي في أوساط المجتمع الجزائري.

جدول رقم(66): دور الصورة البيئية في نشر الوعي البيئي حسب متغير السن.

		الإجابة				الإجابة والتكرارات
		لا أوافق		أوافق		
النسبة المئوية	المجموع	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	متغير السن
%100	147	%23.13	34	%76.87	113	من 20 إلى 25 سنة
%100	99	%30.30	30	%69.70	69	من 26 إلى 35 سنة
%100	55	. %29.09	16	%70.91	39	من 36 إلى 45 سنة
%100	38	%26.32	10	%73.68	28	من 46 إلى 55 سنة
%100	11	%36.36	04	%63.64	07	من 56 سنة فما فوق
%100	350	%100	94	%100	256	المجموع

يظهر من خلال الجدول أن الأغلبية العظمى من مبحوثي الفئة العمرية (من 20 إلى 25 سنة) يوافقون على أن الصور البيئية في الصحف الجزائرية لها دور في نشر الوعي البيئي في أوساط المجتمع الجزائري، وذلك بنسبة (76.87%)، مقابل نسبة ضئيلة (23.13%) لا يوافقون على ذلك. بينما الفئة العمرية (من 26 إلى 35 سنة) فنجد نسبة (69.70%) يوافقون على قدرة الصور البيئية في الصحف الجزائرية على نشر الوعي البيئي في أوساط المجتمع الجزائري، مقابل نسبة

صغيرة(30.30%) يعتقدون عكس ذلك. أما الفئة العمرية(من 36 إلى 45 سنة) فجاءت نسبة(70.91%) منهم يوافقون على دور الصور البيئية في نشر الوعي البيئي، بينما نسبة طفيفة(29.09%) لا توافق على ذلك. أما فيما يتعلق بالفئة العمرية(من 46 إلى 55 سنة) فنجد نسبة كبيرة جدا من المبحوثين يوافقون على وجود دور للصور البيئية في عملية التوعية والتحسيس البيئي، بنسبة(73.68%)، بينما نسبة صغيرة لا تتعدى(26.32%) لا يوافقون على ذلك. وفي الأخير نجد نسبة(63.64%) من أفراد الفئة العمرية (من 56 سنة فما فوق) يعتقدون بأن الصور البيئية في الصحف الجزائرية لها دور في التوعية والتحسيس البيئي لدى أفراد المجتمع الجزائري، مقابل نسبة(36.36%) لا يوافقون على هذا.

يلاحظ من خلال نتائج الجدول أعلاه أن متغير السن ليس له دلالة إحصائية بخصوص دور الصور البيئية في الصحف الجزائرية في عملية نشر الوعي البيئي في أوساط المجتمع الجزائري، إذ يسجل أن كل الفئات العمرية للمبحوثين يوافقون على أن للصور البيئية دور في التوعية والتحسيس البيئي في أوساط المجتمع، وذلك بمجموع نسبة(73.14%) مقابل مجموع نسبة(26.86%) من المبحوثين لا يوافقون على ذلك. كما يلاحظ من خلال الجدول أن نسبة الفئة العمرية الصغرى من (20 إلى 25 سنة) تعتبر أكثر فئة معبرة عن موافقتها على دور الصور البيئية في الصحف الجزائرية في التوعية البيئية، بنسبة(76.87%)، مقابل الفئة العمرية الكبرى(من 56 سنة فما فوق) التي تعتبر أدنى فئة عبرت عن موافقتها على ذلك، بنسبة لا تتعدى(63.64%)، ويمكن تفسير ذلك إلى اعتبار الفئة العمرية الصغرى عايشة التقدم التكنولوجي الكبير في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، كما عايشة عصر الصورة وتواجدها الكبير والواسع في المجتمع وما تلعبه الصورة من قوة في التأثير، إضافة إلى اقتناعها بالمجهودات التي تبذلها وسائل الإعلام وبالأخص الصحف والجرائد في مجال التوعية والتحسيس البيئي، وكذا رضاها عن تأثير الصور البيئية الموظفة من قبل الجرائد الجزائرية في مجال التوعية والتحسيس البيئي، بالرغم من أنها أضعف فئة مواظبة على مطالعة الجرائد الجزائرية، بالمقابل نجد أن الفئة العمرية الكبرى، كان لها أقل نسبة معبرة عن موافقتها على دور الصور البيئية في التوعية البيئية، بالرغم من تسجيلها لأكبر نسبة مواظبة على مطالعة الصحف الجزائرية، ويعبر هذا عن عدم رضاها بمظاهر التلوث البيئي اليومي الذي يعيشه المجتمع الجزائري، وكذا ضعف الوعي البيئي لدى شريحة عريضة من أفراد المجتمع، وهو ما يعبر عنه بعض مظاهر السلوكات

السلبية من قبل المواطنين، إضافة إلى أنها لم تقتنع بالمجهودات التي تبذلها الصحف الجزائرية في المجال البيئي، إذ تعتبرها ناقصة وتحتاج إلى مزيد من الاهتمام والكثافة في النشاط.

جدول رقم(67): دور الصورة البيئية في نشر الوعي البيئي حسب متغير المستوى التعليمي.

		الإجابة				الإجابة والتكرارات
		لا أوافق		أوافق		
النسبة المئوية	المجموع	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	المستوى التعليمي
%100	04	%25.00	01	%75.00	03	ابتدائي
%100	49	%26.53	13	%73.47	36	متوسط
%100	68	%33.82	23	%66.18	45	ثانوي
%100	229	%24.89	57	%75.11	172	جامعي
%100	350	%100	94	%100	256	المجموع

بينت نتائج الجدول أن المستوى الابتدائي عبّر بنسبة كبيرة جدا (75.00%) عن موافقتهم بأن الصور البيئية في الصحف الجزائرية لها دور في نشر الوعي البيئي في أوساط المجتمع الجزائري، مقابل نسبة طفيفة (25.00%) عبروا خلاف ذلك، بينما المستوى المتوسط نسبة (73.47%) يوافقون على دور الصور البيئية في الصحف الجزائرية في نشر الوعي البيئي، مقابل نسبة (26.53%) يرون عكس ذلك، أما المستوى التعليمي الثانوي فنجد نسبة (66.18%) عبروا عن موافقتهم بخصوص قدرة الصور البيئية في الصحف الجزائرية على نشر الوعي البيئي، مقابل نسبة ضئيلة (33.82%) لم توافق على ذلك. أما فيما يتعلق بالمستوى التعليمي الجامعي فعبرت نسبة كبيرة منهم (75.00%) عن موافقتها لدور الصور البيئية في الجرائد الجزائرية في نشر الوعي البيئي في أوساط المجتمع الجزائري، بينما نسبة طفيفة قلّت عن النصف (24.89%) عبرت عن عدم موافقتها على ذلك.

يوضح لنا الجدول أعلاه أن متغير المستوى التعليمي ليس له دلالة إحصائية بخصوص دور الصور البيئية في نشر الوعي البيئي في أوساط المجتمع الجزائري، إذ نسجل أن أغلبية المبحوثين في مختلف المستويات التعليمية يوافقون على أن الصور البيئية في الصحف الجزائرية لها دور في تشكيل

الوعي البيئي لدى أوساط المجتمع الجزائري. ويمكن تفسير ذلك بمكانة الصورة الصحفية البيئية في عملية التوعية والتحسيس البيئي وكذا دورها الكبير في عملية تعزيز السلوكات الإيجابية للأفراد نحو البيئة، بغض النظر عن مستواهم التعليمي، كما يرجع ذلك إلى خاصية الصورة باعتبارها لغة عالمية يفهمها الجميع باختلاف مستوياتهم التعليمية.

جدول رقم(68): تقاطع دور الصور البيئية في نشر الوعي البيئي في المجتمع، مع مدة مطالعة المبحوثين للجرائد الجزائرية.

		الإجابة				السؤال رقم 22
		أوافق		لا أوافق		السؤال رقم: 10
النسبة المئوية	المجموع	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
100%	95	18.95%	18	81.05%	77	يومية
100%	35	28.57%	10	71.43%	25	مرة في الأسبوع
100%	09	44.44%	04	55.56%	05	مرة في الشهر
100%	211	29.38%	62	70.62%	149	غير منتظمة
100%	350	100%	94	100%	256	المجموع

تظهر نتائج الجدول أن جميع المبحوثين الذين يطالعون الجرائد الوطنية سواء بشكل يومي أو مرة في الأسبوع أو مرة في الشهر أو بشكل غير منتظم، يوافقون على أن الصور البيئية في الجرائد الجزائرية لها دور في التوعية البيئية في المجتمع الجزائري، بنسب على التوالي: (81.05%)، (71.43%)، (55.56%)، (70.62%)، مقابل نسب (18.95%)، (28.57%)، (44.44%)، (29.38%) يعتقدون أن الصور البيئية في الصحف الجزائرية لا تشكل وعي بيئي لدى أفراد المجتمع الجزائري. ومنه نلاحظ أن المدة الزمنية لمطالعة الجرائد الوطنية لدى المبحوثين، لا تشكل دلالة إحصائية واضحة بخصوص رأي المبحوثين حول دور الصور البيئية في الصحف الجزائرية في تشكيل الوعي البيئي لدى أفراد المجتمع. وتعكس هذه النتائج أن قوة الصورة في التأثير لا تتطلب المواظبة على مطالعة الصحف، إذ التعرض لها يعتبر كافيا للتأثير في الوعي البيئي للقارئ، إذ

الصورة تتجح قبل غيرها من المواد الصحفية الأخرى في لفت أنظار القراء إليها، ويتحقق هذا التأثير عندما تتوفر لهذه الصور البيئية الخصائص العديدة التي لا بد من توافرها في الصورة الصحفية كالوضوح في تفاصيلها والبساطة في مضمونها إضافة إلى العدد الكافي في الصحيفة.

جدول رقم(69): تقاطع دور الصور البيئية في نشر الوعي البيئي في المجتمع، مع اختيار المبحوثين للصحف اليومية كمصدر رئيس لمعلوماتهم البيئية.

		الإجابة				الإجابة والتكرارات
		لا أوافق		أوافق		
النسبة المئوية	المجموع	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	الصحيفة
100%	148	18.92%	28	81.08%	120	الصحف اليومية

نلاحظ من خلال الجدول أن أغلبية المبحوثين الذين يعتمدون على الصحف اليومية كمصدر رئيس لمعلوماتهم البيئية، يوافقون وبنسبة كبيرة جدا(81.08%) على أن الصور البيئية المنشورة في الصحف الجزائرية لها القدرة على نشر الوعي البيئي في أوساط المجتمع الجزائري، وهذه النتائج تؤكد أهمية الصحافة المكتوبة كوسيلة إعلامية مهمة في عملية نشر الوعي والحس البيئي في أوساط المجتمع، وهذا انطلاقا مما تحمله من خواص تأثير واستقطاب، خاصة إذا وظفت فيها الصور بشكل كافي وبطريقة مدروسة.

جدول رقم(70): تقاطع دور الصور الصحفية البيئية في نشر الوعي البيئي في المجتمع، مع اختيار المبحوثين الصورة فقط كمجال للاهتمام عند مطالعة الجرائد.

		الإجابة				الإجابة والتكرارات
		لا أوافق		أوافق		
النسبة المئوية	المجموع	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	الصورة
100%	10	30.00%	03	70.00%	07	الصورة فقط

يتضح من خلال الجدول أن جل المبحوثين الذين يهتمون بالصور فقط عند مطالعتهم للجرائد الجزائرية يوافقون على أن الصور البيئية في الصحف الجزائرية لها دور في عملية التوعية والتحسيس البيئي في أوساط المجتمع الجزائري وذلك بنسبة تقدر بـ(70.00%)، مقابل نسبة(30.00%) لا يوافقون على ذلك.

ونستنتج من الجدول أعلاه أن مواظبة المبحوثين على قراءة الصحف الجزائرية التي تتطرق بشكل واسع إلى القضايا البيئية، والمرفقة بالصور البيئية المعبرة عن الواقع البيئي الجزائري، من شأنها أن تشكل وعيا بيئيا لدى القارئ، ويتشكل هذا من خلال ما تتضمنه هذه الصحف من صور بيئية معالجة للشؤون البيئية التي تمس الواقع البيئي لأفراد المجتمع الجزائري، كالتلوث البيئي، انتشار النفايات والمخلفات، التغيرات المناخية والاحتباس الحراري، التصحر... وغيرها من مظاهر التلوث البيئي، كل هذا من شأنه تشكيل وعي بيئي في أوساط المجتمع الجزائري، ويتجسد هذا الوعي في تعزيز القيم والسلوكات الإيجابية لدى أفراد المجتمع نحو البيئية، وكذا ترشيد السلوكات السلبية المضرّة بالبيئة، والمساهمة في القضاء عليها.

جدول رقم(71): تقاطع دور الصور البيئية في نشر الوعي البيئي في المجتمع، مع نسبة توظيف الصور البيئية في الصحف الجزائرية.

		الإجابة				سؤال:رقم 22
		أوافق		لا أوافق		السؤال رقم: 19
النسبة المئوية	المجموع	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
100%	203	31.53%	64	68.47%	139	
100%	126	17.46%	22	82.54%	104	
100%	21	38.10%	08	61.90%	13	
100%	350	100%	94	100%	256	المجموع

يظهر من خلال الجدول عن عدم وجود دلالة إحصائية بين دور الصورة البيئية في الصحف الجزائرية في نشر الوعي البيئي في أوساط المجتمع الجزائري، مع رأي المبحوثين في نسبة تواجد الصور البيئية في الصحف الجزائرية، حيث نجد أن أغلبية المبحوثين الذين يعتبرون أن نسبة توظيف الصحف الجزائرية للصور البيئية صغيرة، يقرون بدورها في التوعية البيئية وذلك بنسبة(68.47%)، ما يمثل 139 من أفراد العينة، بالمقابل نجد 64 فقط من أفراد العينة يرون بأن النسبة الصغيرة للصور البيئية المنشورة في الصحف الجزائرية لم تستطع أن توجد وعي بيئي لدى أفراد المجتمع، وذلك بنسبة(31.53%)، كما نجد أن أفراد العينة الذي أجابوا بوجود نسبة متوسطة من الصور البيئية في الصحف الجزائرية كذلك يعتقدون بدورها في تشكيل الوعي البيئي وبنسبة(82.54%) مقابل نسبة (17.46%) من المبحوثين الذين لا يوافقون على ذلك، كذلك المبحوثين الذين يرون بأن الصور البيئية توظف بنسبة كبيرة في الصحف الجزائرية يقرون بقدرتها على التوعية البيئية بنسبة(61.90%)، مقابل (38.10%) لا يوافقون على ذلك. ويمكن تفسير ذلك إلى اعتبار أن تأثير الصورة البيئية في تشكيل الوعي البيئي لدى أفراد المجتمع ليس له علاقة بالعدد، إذ يمكن لصورة بيئية واحدة أن تشكل وعيا بيئيا لدى القارئ، شريطة أن تتوفر فيها خصائص العرض الجيد، من توظيف الألوان والحجم المناسب والوضوح والبساطة في المضمون ... وغيرها.

جدول رقم(72): تعرض المبحوثين للصور البيئية في الصحف الجزائرية والاهتمام بالبيئة، حسب متغير الجنس.

		الإجابة				التعرض للصور والتكرارات
		لا		نعم		
النسبة المئوية	المجموع	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	الجنس
100%	217	40.09%	87	59.91%	130	ذكر
100%	133	42.11%	56	57.89%	77	أنثى
100%	350	100%	143	100%	207	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة (59.91%) من فئة الذكور يرون بأن تعرضهم للصور البيئية في الصحف الجزائرية جعلتهم يهتمون أكثر بالبيئة ويحافظون عليها، مقابل نسبة (40.09%) يرون عكس ذلك، وفيما يتعلق بالإناث فنجد أن نسبة (57.89%) كان لهن اهتمام بالبيئة والمحافظة عليها جراء تعرضهن للصور البيئية المنشورة في الصحف الجزائرية، مقابل نسبة صغيرة (42.11%) يوضحن بأنهن لم يكتسبن أي اهتمام بالبيئة من خلال تعرضهن للصور البيئية في الصحف الجزائرية.

ويمكن أن نستنتج من نتائج الجدول أن متغير الجنس ليس له دلالة إحصائية فيما يتعلق باكتساب سلوك الاهتمام بالبيئة والمحافظة عليها جراء تعرض المبحوثين للصور البيئية المعروضة في الصحف الجزائرية، إذ نجد أن الذكور والإناث على حد سواء أصبحوا يهتمون بالبيئة ويحافظون عليها بشكل أكبر خلال تعرضهم للصور البيئية المنشورة في الصحف الجزائرية، كما نلاحظ من خلال نتائج الجدول أن الذكور أصبحوا يهتمون بالبيئة ويحافظون عليها خلال تعرضهم للصور البيئية أكثر من الإناث، ويعود ذلك إلى أن مواظبة الذكور على قراءة الجرائد الجزائرية أكثر من مواظبة الإناث على ذلك - كما رأينا ذلك سابقا -.

جدول رقم(73): تعرض المبحوثين للصور البيئية في الصحف الجزائرية والاهتمام بالبيئة، حسب متغير السن.

		الإجابة				التعرض للصور والتكرارات السن
		لا		نعم		
النسبة المئوية	المجموع	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
100%	147	36.73%	54	63.27%	93	من 20 إلى 25 سنة
100%	99	47.47%	47	52.53%	52	من 26 إلى 35 سنة
100%	55	38.18%	21	61.82%	34	من 36 إلى 45 سنة
100%	38	39.47%	15	60.53%	23	من 46 إلى 55 سنة
100%	11	54.55%	06	45.45%	05	من 56 سنة فما فوق
100%	350	100%	143	100%	207	المجموع

يوضح الجدول أعلاه أن أغلبية المبحوثين من الفئة العمرية (من 20 إلى 25 سنة) وبنسبة (63.27%) يرون بأن تعرضهم للصور البيئية في الصحف الجزائرية جعلتهم يهتمون أكثر بالبيئة ويحافظون عليها، بينما نسبة (36.73%) منهم يرون عكس ذلك، في حين نجد نسبة (52.53%) من أفراد الفئة العمرية (من 26 إلى 35 سنة) أجابوا بأن تعرضهم للصور البيئية في الصحف الجزائرية عززت لديهم سلوك الاهتمام بالبيئة والمحافظة عليها، مقابل نسبة (47.47%) أجابوا عكس ذلك، أما الفئة العمرية (من 36 إلى 45 سنة) فنجد نسبة معتبرة تتعدى النصف (61.82%) يقرّون بأن مشاهدتهم للصور البيئية في الصحف الجزائرية جعلتهم يهتمون أكثر بالبيئة ويحافظون عليها، مقابل نسبة طفيفة لا تتعدى (38.18%) يقرّون بعكس ذلك. أما بخصوص الفئة العمرية (من 46 إلى 55 سنة) فنجد نسبة معتبرة تقدر بـ (60.53%) يرون بأن تعرضهم للصور البيئية في الصحف الجزائرية جعلتهم يهتمون بالبيئة ويحافظون عليها، في حين نجد نسبة (39.47%) من هذه الفئة لا يعتقدون ذلك، وفي ما يتعلق بالفئة العمرية الكبرى (من 56 سنة فما فوق) فكانت عكس الفئات الأخرى، إذ نجد نسبة تقل عن النصف (45.45%) يرون بأن تعرضهم

للصور البيئية في الصحف الجزائرية جعلتهم يهتمون بالبيئة ويحافظون عليها، بينما نجد نسبة تتعدى النصف (54.55%) يعتقدون بأن تعرضهم للصور البيئية في الصحف الجزائرية لم توجد لديهم ميل للاهتمام بالبيئية والمحافظة عليها.

يلاحظ من خلال الجدول أن متغير السن ليس له دلالة إحصائية بخصوص تعرض المبحوثين للصور البيئية المنشورة في الصحف الجزائرية وزيادة الاهتمام بالبيئة والمحافظة عليها، ويمكن أن نستنتج من ذلك الفئة العمرية الكبرى (من 56 سنة فما فوق) التي عبّرت عن عدم زيادة اهتمامها بالبيئة والمحافظة عليها خلال تعرضها للصور البيئية في الصحف الجزائرية، ويمكن تفسير ذلك إلى اعتبار هذه الفئة من أكثر الفئات العمرية وعيا بالبيئة، وأكثرها تشبعا بالثقافة والمعرفة البيئية مقارنة بالفئات العمرية الأخرى. ونظرا إلى كون الصحف الجزائرية تعرف بنقص اهتمامها بالشؤون البيئية، وبالتالي فإن هذه النسبة القليلة من المعلومات البيئية التي تعرضها الصحف الجزائرية عجزت أن تضيف شيء للرصيد المعرفي البيئي للفئة العمرية الكبيرة التي خبرتها وثقافتها البيئيتين كانتا أوسع مما تنشره الصحف الجزائرية.

جدول رقم(74): يوضح تعرض المبحوثين للصور البيئية في الصحف الجزائرية والاهتمام بالبيئة، حسب متغير المستوى التعليمي.

		الإجابة				التعرض للصور والتكرارات
		لا		نعم		
النسبة المئوية	المجموع	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	المستوى التعليمي
100%	04	00.00%	00	100%	04	ابتدائي
100%	49	34.69%	17	65.31%	32	متوسط
100%	68	36.76%	25	63.24%	43	ثانوي
100%	229	44.10%	101	55.90%	128	جامعي
100%	350	100%	143	100%	207	المجموع

يتضح من خلال الجدول، أن كل أفراد العينة، أي بنسبة (100%) من ذوي المستوى التعليمي الابتدائي يرون أن تعرضهم للصور البيئية في الصحف الجزائرية جعلتهم يهتمون أكثر بالبيئة ويحافظون عليها، أما المستوى التعليمي المتوسط فنجد نسبة (65.31%) عبّروا عن زيادة اهتمامهم بالبيئة والمحافظة عليها من خلال تعرضهم للصور البيئية في الصحف الجزائرية، مقابل نسبة تقل عن النصف (34.69%) يرون عكس ذلك، أما بخصوص المستوى التعليمي الثانوي جاءت نسبة معتبرة (63.24%) من أفراد العينة يرون بأن تعرضهم للصور البيئية في الصحف الجزائرية جعلتهم يهتمون أكثر بالبيئة ويحافظون عليها، مقابل نسبة بسيطة (36.76%) يرون عكس ذلك، وفي الأخير نجد المستوى التعليمي الجامعي فنسبة تتعدى النصف (55.90%) أكدوا عن زيادة اهتمامهم بالبيئة جراء تعرضهم للصور البيئية في الصحف الجزائرية، في حين نجد نسبة تقل عن النصف (44.10%) عبروا بخلاف ذلك.

ونستخلص من نتائج الجدول أن المستوى التعليمي ليس له دلالة إحصائية فيما يخص مشاهدة المبحوثين للصور البيئية وتنمية سلوكهم نحو الاهتمام بالبيئة والمحافظة عليها، إذ نجد أن أغلب أفراد العينة وفي مختلف المستويات التعليمية يرون بأن تعرضهم للصور البيئية في الصحف الجزائرية جعلتهم يهتمون بالبيئة ويحافظون عليها. وذلك بجموع نسب (59.14%) للمبحوثين الذين أجابوا "بنعم"، مقابل مجموع نسب (40.86) للمبحوثين الذين أجابوا بـ " لا " ويمكن تفسير ذلك إلى اعتبار الصورة الصحفية ذات خاصية عالمية، أي أنها تؤثر في القارئ بغض النظر عن مستواه التعليمي والثقافي، حيث الصورة البيئية الواضحة والمعبرة عن الواقع البيئي الجزائري، من شأنها المساهمة في تشكيل اهتمام بيئي لدى القارئ، ويشترك في ذلك القارئ ذو المستوى التعليمي المتدني والمرتفع.

جدول رقم(75): تقاطع تعرض المبحوثين للصور البيئية في الصحف الجزائرية والاهتمام بالبيئة، مع مدة مطالعة الجرائد الجزائرية.

هل تعرضك للصور البيئية جعلتك تهتم أكثر بالبيئة						السؤال رقم: 23
		لا		نعم		السؤال رقم: 10
النسبة المئوية	المجموع	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
100%	95	37.89%	36	62.11%	59	يومية
100%	35	28.57%	10	71.43%	25	مرة في الأسبوع
100%	09	44.44%	04	55.56%	05	مرة في الشهر
100%	211	44.08%	93	55.92%	118	غير منتظمة
100%	350	100%	143	100%	207	المجموع

جدول رقم(76): تقاطع تعرض المبحوثين للصور البيئية في الصحف الجزائرية والاهتمام بالبيئة، مع نسبة توظيف الصور البيئية في الصحف الجزائرية.

هل تعرضك للصور البيئية جعلتك تهتم أكثر بالبيئة						السؤال رقم: 23
		لا		نعم		السؤال رقم: 19
النسبة المئوية	المجموع	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
100%	203	47.78%	97	52.22%	106	نسبة صغيرة
100%	126	30.16%	38	69.84%	88	نسبة متوسطة
100%	21	38.10%	08	61.90%	13	نسبة كبيرة
100%	350	100%	143	100%	207	المجموع

يتضح من خلال جدول رقم(83) وجدول رقم (84)، أن مدة مطالعة المبحوثين للصحف الجزائرية، وكذا نسبة تواجد الصور البيئية في الصحف الجزائرية، ليس دلالة إحصائية بخصوص زيادة الاهتمام بالبيئة والمحافظة عليها من خلال مشاهدة الصور البيئية في الصحف الجزائرية، إذ

نجد أن أغلبية المبحوثين الذين يطالعون الجرائد الجزائرية سواء، بشكل يومي أو مرة في الأسبوع أو مرة في الشهر، أو بصفة غير منتظمة، يرون بأن مشاهدتهم للصور البيئية في الصحف الجزائرية جعلتهم يهتمون أكثر بالبيئة ويحافظون عليها، وذلك بمجموع نسب (59.14%) مقابل مجموع نسب (40.86%) يرون عكس ذلك.

كما أن أغلبية المبحوثين الذي يرون بأن توظيف الصور البيئية في الصحف الجزائرية ذات نسبة صغيرة أو متوسطة أو كبيرة، يعتقدون بأن مشاهدتهم للصور البيئية في الصحف الجزائرية أو التعرض لها زادت من اهتمامهم بالبيئة وجعلتهم يحرصون أكثر على المحافظة عليها، وذلك بمجموع نسب (59.14%) مقابل مجموع نسب (40.86%) يعتقدون عكس ذلك.

ونخلص مما سبق إلى أن الصورة البيئية في الصحف الجزائرية لها القدرة في زيادة اهتمام المبحوثين بالبيئة، بغض النظر عن نسبة قراءة الفرد للصحيفة، كما أن الصورة البيئية في الصحف الجزائرية تشكل في القارئ سلوك الاهتمام بالبيئة ومحافظة عليها بغض النظر عن نسبة تواجدها في الصحيفة.

جدول رقم (77): تقاطع تعرض المبحوثين للصور البيئية في الصحف الجزائرية والاهتمام بالبيئة، مع اختيارهم للصحف اليومية كمصدر رئيس لمعلوماتهم البيئية.

		الإجابة				السؤال رقم: 23
		لا		نعم		
النسبة المئوية	المجموع	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	الصحيفة
100%	148	31.08%	46	68.92%	102	الصحف اليومية

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة (68.92%) من المبحوثين الذين يعتمدون على الصحف اليومية كمصدر رئيس لمعلوماتهم البيئية، يرون بأن تعرضهم للصور البيئية المنشورة في الصحف الجزائرية جعلتهم يهتمون أكثر بالبيئة ويحافظون عليها، أما الذين يعتقدون بأن الصور البيئية لم تؤثر في اهتماماتهم البيئة فتعتبر نسبتهم قليلة جدا وهي (31.08%)، ويرجع ذلك لأسباب تخص الصورة البيئية المعروضة في الصحف الجزائرية منها، قلة عددها في الجريدة وصغر المساحة التي تشغلها،

رداءة ألوانها، كما أن أغلبيتها صور مبهمّة، إذ في كثير من الأحيان يصعب فهمها لكونها تحمل عدّة مواضيع بيئية مختلفة، خاصة الصور المستعملة من الأرشفة.

جدول رقم(78): تقاطع تعرض المبحوثين للصور البيئية في الصحف الجزائرية والاهتمام بالبيئة، مع اختيار الصورة فقط كمجال للاهتمام عند مطالعة الجرائد.

		الإجابة				السؤال رقم 23
		لا		نعم		
النسبة المئوية	المجموع	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	الجواب
100%	10	30.00%	03	70.00%	07	الصورة فقط

يظهر من خلال الجدول أن أغلبية المبحوثين الذين يهتمون بالصورة فقط عند مطالعتهم للجرائد، يرون بأن الصور البيئية التي يشاهدونها في الصحف الجزائرية جعلتهم يهتمون بالبيئة، ويحافظون عليها وذلك بنسبة مرتفعة جدا (70.00%)، في المقابل نجد فئة قليلة من المبحوثين لا تتعدى نسبة (30.00%) يرون عكس ذلك. وهذا يؤكد ما أشرنا إليه سابقا بأن للصور البيئية المنشورة في الصحف الجزائرية دورا مهما في تعزيز سلوكات المبحوثين نحو الاهتمام بالبيئة والمحافظة على سلامتها. حيث توجد علاقة ترابطية بين تعرض المبحوثين للصور البيئية، وبين زيادة حجم اهتمامهم بالبيئة والمحافظة عليها.

جدول رقم(79): يوضح رأي المبحوثين حول تأثير الصور البيئية في اتجاهات المواطنين نحو البيئة حسب متغير الجنس.

الجنس الإجابة	ذكر		أنثى		النسبة المئوية	المجموع
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية		
نعم	77	%35.48	47	%35.34	124	%35.43
لا	105	%48.39	49	%36.84	154	%44.00
بدون رأي	35	%16.13	37	%27.82	72	%20.57
المجموع	217	%100	133	%100	350	%100

يلاحظ من خلال الجدول أن الاتجاه العام للمبحوثين الذكور والإناث وبنسبة(44.00%) من مجموع أفراد العينة في صنف الذين يرون بأن الصور البيئية في الصحف الجزائرية غير كافية في التأثير في اتجاهات المواطنين نحو البيئة، وبأعلى نسبة(48.39%) عند الذكور، مقابل(36.84%) عند الإناث. في حين نجد نسبة(35.43%) من مجموع أفراد العينة يرون بأن الصور البيئية في الصحف الجزائرية لها قدرة على التأثير في اتجاهات المواطنين نحو البيئة، بأعلى نسبة(35.48%) عند الذكور، مقابل فارق نسبة طفيف(35.34%) عند الإناث. كما نسجل من خلال الجدول نسبة معتبرة(20.57%) من أفراد العينة لم يعبروا عن رأيهم في هذه القضية، بأعلى نسبة(27.82%) عند الإناث، مقابل نسبة(16.13%) عند الذكور. لنخلص من خلال نتائج الجدول أن الذكور أكثر إدراك لدور الصور البيئية في الصحف الجزائرية في التأثير في اتجاهات المواطنين نحو البيئة، مقارنة بالإناث، ويمكن إيعاز ذلك إلى كون الذكور أكثر احتكاكا بالواقع البيئي في الجزائر من عنصر الإناث، وهذا من خلال معاشتهم اليومية لمظاهر الإخلال البيئي في المجتمع.

جدول رقم(80): تأثير الصور البيئية في سلوك المبحوثين اتجاه البيئة، حسب متغير الجنس.

الجنس والتكرارات		ذكر		أنثى			
السؤال رقم 25		التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	المجموع	النسبة المئوية
تأثير الصورة البيئية في السلوك اتجاه البيئة	دائما	41	%18.89	17	%12.78	58 %16.57	%100
	غالبا	47	%21.66	29	%21.80	76 %21.71	%100
	أحيانا	81	%37.33	62	%46.62	143 %40.86	%100
	نادرا	30	%13.82	14	%10.53	44 %12.57	%100
	أبدا	18	%08.29	11	%08.27	29 %08.29	%100
المجموع		217	%100	133	%100	350 %100	%100

نلاحظ من خلال الجدول أن متغير الجنس ليس له دلالة إحصائية بخصوص تأثير الصورة البيئية في الصحف الجزائرية في سلوك المبحوثين اتجاه البيئة، إذ نجد أن أغلبية المبحوثين ومن كلا الجنسين يرون أن التأثير يكون "أحيانا"، بنسبة(40.86%) من مجموع أفراد العينة، وبأعلى نسبة(46.62%)عند الإناث، مقابل نسبة (37.33%) عند للذكور، وفي الخانة الأولى نجد نسبة(16.57%) من أفراد العينة يتأثرون بصفة "دائمة"، بنسبة(18.89%) للذكور و(12.78%) للإناث، أما الخانة الثانية فنجد نسبة(21.71%) من مجموع أفراد العينة يتأثرون "غالبا" بأعلى عند نسبة(21.80%) عند الإناث، مقابل نسبة(21.66%)عند الذكور، وفي الخانة الرابعة نجد نسبة(12.57%) من مجموع أفراد العينة يتأثرون " نادرا " بالصور البيئية المنشورة في الصحف الجزائرية، وبأعلى نسبة عند الذكور(08.29%) مقابل نسبة(10.53%) لدى الإناث، أما الخانة الخامسة والأخيرة فنجد نسبة منخفضة تتعدى (08.29%) من أفراد العينة يتأثرون " أبدا" بأعلى نسبة(08.29%) للذكور، مقابل نسبة(08.27%) في الإناث.

يمكن أن نستنتج من خلال نتائج الجدول أن الذكور والإناث يتفقون على أن الصور البيئية المنشورة في الصحف الجزائرية كان لها تأثير في سلوكياتهم اتجاه البيئة، ويعود هذا إلى كون الصور البيئية المنشورة في الجرائد الجزائرية موجهة لكلا الجنسين، إضافة إلى أن الصحف الجزائرية تتطرق إلى المواضيع البيئية التي تخص كل أفراد المجتمع بغض النظر عن طبيعة جنسه، إلا أن سلوكيات الذكور تتأثر بالصور البيئية بشكل دائم أكثر من الإناث، ويعود ذلك إلى اعتبار الذكور أكثر مواظبة على قراءة الصحف الجزائرية من عنصر الإناث، وبالمقابل نسجل أعلى نسبة في المبحوثين الذين لا يتأثرون بالصور البيئية في الذكور أكثر من الإناث، ويمكن تفسير ذلك إلى اعتبار الإناث أكثر اهتماما بالبيئة من الذكور بالرغم من أن مواظبتهم على مطالعة الصحف الجزائرية أقل من الذكور.

جدول رقم(81): تأثير الصور البيئية في الصحف الجزائرية في سلوك المبحوثين اتجاه البيئة، حسب متغير السن.

		تأثير الصورة البيئية في السلوك اتجاه البيئة										التأثير والتكرارات السن
		أبدا		نادرا		أحيانا		غالبا		دائما		
%	مج	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
100	147	%07.48	11	%09.52	14	%43.54	64	%24.49	36	%14.97	22	من 20 إلى 25 سنة
100	99	%07.07	07	%13.13	13	%41.41	41	%21.21	21	%17.17	17	من 26 إلى 35 سنة
100	55	10.91%	06	14.55%	08	40.00%	22	18.18%	10	%16.36	09	من 36 إلى 45 سنة
100	38	%10.53	04	%15.79	06	%39.47	15	%13.16	05	%21.05	08	من 46 إلى 55 سنة
100	11	%09.09	01	%27.27	03	%09.09	01	%36.36	04	%18.18	02	من 56 سنة فما فوق
100	350	%100	29	%100	44	%100	143	%100	76	%100	58	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن أغلبية المبحوثين من الفئات العمرية: (من 20 إلى 25 سنة) و(من 26 إلى 35 سنة) و(من 36 إلى 45 سنة) و(من 46 إلى 55 سنة) يرون أن تأثير الصور البيئية في سلوكياتهم اتجاه البيئة، كان بشكل متوسط، وهو ما عبروا عنه بـ"أحيانا" وذلك بنسب،(%43.54) (%41.41)، (%40.00)، (%39.47) على التوالي، أما فئة الكبار والممتلة في

الفئة العمرية (من 56 سنة فما فوق) فيرون عكس ما ذهبت إليه الفئات العمرية الأخرى، إذ يقرون بأن الصور البيئية أثرت في سلوكهم "غالبا" بنسبة (36.36%).

يظهر لنا من الجدول أنه كلما زاد سن المبحوثين، زاد إدراكهم بطبيعة المحتويات التي تقدمها الصحف الجزائرية، وبالتالي أكثر تأثيرا بما تعرضه هذه الصحف من مواضيع وصور بيئية، كما بينت نتائج الجدول أن الفئة العمرية المتقدمة في السن، وفي مقدمتها فئة من 56 سنة فما فوق، تعتبر أكثر الفئات العمرية تعبيرا عن تأثر سلوكياتها اتجاه البيئة بصفة "دائمة" نتيجة تعرضها للصور البيئية التي تنشرها الصحف والجرائد الجزائرية، ويعود هذا إلى كون هذه الفئة من أكثر الفئات العمرية مواظبة على قراءة الصحف الجزائرية، وبالتالي أكثر تعرضا للصور البيئية التي تنشرها الصحيفة، ويمكن تفسير ذلك إلى اعتبار ما تتوفر عليه هذه الفئة من فسحة في الوقت تستغله لمطالعة الصحف والجرائد، خاصة وأن هذه الفئة عادة تكون فئة المتقاعدين وهي غير مرتبطة بأشغال ومهام رسمية. بينما نلاحظ أن الفئات الأخرى وفي مقدمتها فئة الشباب من (20 إلى 25 سنة)، تأثر الصور البيئية في سلوكياتهم اتجاه البيئة كان متوسطا، وهذا يعكس المدة الزمنية الضئيلة التي توليها هذه الفئة لمطالعة الجرائد الجزائرية من جهة، ونتيجة لنقص اهتمامهم بالصحف مقارنة بالوسائل الإعلامية الأخرى كالتلفزيون والانترنت من جهة أخرى، فضلا عن ضعف اهتمامهم بالبيئة.

جدول رقم(82): تأثير الصور البيئية في الصحف الجزائرية في سلوك المبحوثين اتجاه البيئة، حسب متغير المستوى التعليمي.

تأثير الصورة البيئية في السلوك اتجاه البيئة										التأثير والتكرارات
أبدا		نادرا		أحيانا		غالبا		دائما		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	المستوى التعليمي
%00.00	00	%25.00	01	%25.00	01	%25.00	01	%25.00	01	
%10.20	05	%10.20	05	%46.94	23	%10.20	05	%22.45	11	
%13.24	09	%10.29	07	%23.53	16	%25.94	19	%25.00	17	
%06.55	15	%13.54	31	%44.98	103	%22.27	51	%12.66	29	
%100	29	%100	44	%100	143	%100	76	%100	58	

يتبين من خلال الجدول أن نتائج المستوى الابتدائي بخصوص تأثير الصورة البيئية في سلوكهم اتجاه البيئة، كان متوازنا، إذ نسجل نسبة(25.00%) في كل إجابة، بينما نجد في فئة المستوى التعليمي المتوسط أن أغلب المبحوثين يرون تأثير الصورة البيئية في سلوكهم البيئي كان فقط " أحيانا"، في حين نجد المستوى التعليمي الثانوي كانت أغلبية الإجابات بالتساوي بين " دائما " و"غالبا"، أما فئة ذوي المستوى التعليمي الجامعي أجابت في غالبيتها أن تأثير الصور البيئية في سلوكاتهم اتجاه البيئة كان " أحيانا".

وعليه يمكن أن نستنتج من خلال نتائج الجدول أن متغير المستوى التعليمي ليس له دلالة إحصائية بخصوص نسبة تأثير الصورة البيئية في سلوكات المبحوثين اتجاه البيئة، إذ نجد الأغلبية دائما للإجابات التي ترى بأن التأثير يكون بصورة " أحيانا"، وأسباب ذلك قد يتناصف بين الصحف الجزائرية والمبحوثين، حيث نجد أن الصحف الجزائرية لازالت الصور البيئية تلعب فيها دورا هامشيا مقارنة بالصور الصحفية الأخرى، كذلك نجد أن حماية البيئة والاهتمام بها ليست ضمن أولوياتها، ويستشف ذلك من قلة المواضيع البيئية المعروضة في الجريدة، وكذا العدد الضئيل للصور البيئية

التي تنشرها، من جهة أخرى نجد أن البيئية وقضاياها ليست ضمن أولى اهتمامات جمهور الصحافة المكتوبة في الجزائر.

جدول رقم(83): تقاطع تأثير الصور البيئية في سلوك المبحوثين اتجاه البيئة، مع اختيار المبحوثين الصورة فقط كمجال للاهتمام عند مطالعة الجرائد.

الصورة		الصورة والتكرارات
النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
30.00%	03	دائما
40.00%	04	غالبا
10.00%	01	أحيانا
10.00%	01	نادرا
10.00%	01	أبدا
100%	10	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن المبحوثين الذين اختاروا الصورة فقط كمجال للاهتمام عند مطالعة الجرائد يرون بأن الصور البيئية في الصحف الجزائرية تؤثر في سلوكهم اتجاه البيئة "غالبا"، بنسبة(40.00%)، ودائما بنسبة(30.00%)، في حين نجد أن نسبة(10.00%) من مجموع أفراد العينة يتأثرون بالصور البيئية في الصحف الجزائرية "أحيانا" وبنسبة(10.00%) "نادرا" وبنفس النسبة(10.00%) "أبدا".

نخلص من خلال نتائج الجدول أنه بالرغم من أن عدد المبحوثين الذين يهتمون فقط بالصورة عند مطالعة الصحف الجزائرية قليل جدا، إذ لا يتعدى مجموعهم عشرة مبحوثين، إلا أن تركيزهم على مشاهدة الصور عند مطالعة الجرائد الجزائرية، أثر في سلوكهم اتجاه البيئة، وقد عبّر عن هذا أغلبية المبحوثين، حيث نجد نسبة جد معتبرة من المبحوثين الذين يهتمون بالصورة الصحفية، يعتقدون أن الصور البيئية المنشورة في الصحف الجزائرية أثرت في سلوكهم اتجاه البيئة بشكل دائم.

جدول رقم(84): تقاطع تأثير الصور البيئية في سلوك المبحوثين اتجاه البيئة، مع اختيار الصحف اليومية كمصدر للمعلومات البيئية.

الصحف اليومية		الصحيفة والتكرارات
النسبة المئوية	التكرار	
20.27%	30	دائما
24.32%	36	غالبا
39.19%	58	أحيانا
08.78%	13	نادرا
07.43%	11	أبدا
100%	148	المجموع

تظهر نتائج الجدول عن اتفاق أغلبية المبحوثين الذين يعتمدون على الصحف اليومية كمصدر رئيس لمعلوماتهم البيئية، على أن الصور البيئية المنشورة في الصحف الجزائرية تمكنت من التأثير في سلوكياتهم اتجاه البيئة، إذ معظم الإجابات تركزت عند العبارات: "أحيانا" و"غالبا" و"دائما"، بجمع نسبة(83.78%)، وبأعلى نسبة(39.19%) عند العبارة " أحيانا"، لتتخفض النسبة(24.32%) لدى عبارة " غالبا"، بينما يمثل الذين يقيمون حجم التأثير بـ "دائما " فالنسبة كانت(20.27%).

ويمكن أن نفسر ذلك إلى قوة الصورة الصحفية البيئية في التأثير والاستقطاب، حيث استطاعت أن تكون عنصرا أساسيا ضمن اهتمامات القارئ، إضافة إلى ما تتميز به الصورة بصفة عامة من سهولة التلقي إذ لا تحتاج جهدا ذهنيا كبيرا لتلقيها. بالمقابل نجد نسبة قليلة من المبحوثين الذين أجابوا بـ "نادرا" و"أبدا" إذ يرون أن الصورة البيئية لم تؤثر في سلوكهم البيئي، بجمع نسبة لا يتعدى(16.22%)، وقد يعود ذلك إلى عدم اقتناعهم بطبيعة عرض الصور البيئية في الصحف الجزائرية من جانب الشكل والمضمون.

جدول رقم(85): تقاطع تأثير الصور البيئية في سلوك المبحوثين اتجاه البيئة مع نسبة توظيف الصور البيئية في الصحف الجزائرية.

نسبة الصور البيئية في الجرائد الجزائرية						الإجابة والتكرارات
نسبة كبيرة		نسبة متوسطة		نسبة صغيرة		
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
%47.62	10	%15.08	19	%14.29	29	دائما
%14.29	03	%30.16	38	%17.24	35	غالبا
%23.81	05	%42.86	54	%41.38	84	أحيانا
%04.76	01	%07.14	09	%16.75	34	نادرا
%09.52	02	%04.76	06	%10.34	21	أبدا
%100	21	%100	126	%100	203	المجموع

تظهر نتائج الجدول عن وجود دلالة إحصائية بين تأثير الصور البيئية في الصحف الجزائرية في سلوكات المبحوثين اتجاه البيئة وبين نسبة تواجدها في الصحف، إذ نلاحظ من خلال الجدول أن زيادة تأثير الصور البيئية في الصحف الجزائرية في التأثير في السلوكات البيئية للمبحوثين تزيد بزيادة نسبة تواجدها في الصحيفة، حيث نجد أن المبحوثين الذين يرون بأن نسبة تواجد الصور البيئية ذات نسبة صغيرة، يرون أن تأثيرها في سلوكهم البيئي يحدث "أحيانا" فقط وبنسبة(41.38%)، وبشكل "نادر" بنسبة(16.75%)، وبنسبة(14.29%) "دائما"، وبنسبة(10.34%) "أبدا"، بينما نجد أن المبحوثين الذين يرون أن نسبة تواجد الصور البيئية في الجرائد الجزائرية بنسبة متوسطة، يرون أن تأثيرها في سلوكهم البيئي يحدث "أحيانا" بنسبة(42.86%)، وبنسبة(30.16%) "غالبا"، وبنسبة(15.08%) "دائما"، وبنسبة(07.14%) "نادرا"، وبنسبة(04.76%) "أبدا". في حين نجد أن المبحوثين الذين يرون بأن نسبة تواجد الصور البيئية في الصحف الجزائرية ذات نسبة كبيرة، يرون أن تأثيرها في سلوكهم البيئي يحدث "دائما" بنسبة(47.62%)، وبنسبة(14.29%) "غالبا"، و"أحيانا" بنسبة(23.81%)، وبنسبة(04.76%) "نادرا"، وبنسبة(09.52%) "أبدا".

وعليه يمكن أن نستنتج من خلال الجدول عن وجود علاقة طردية بين نسبة الصور البيئية الموظفة في الصحف الجزائرية وبين قدرتها في التأثير في سلوك الفرد اتجاه البيئة، حيث كثرة تواجد الصور البيئية في الجرائد الجزائرية، وتكرار عرضها من شأنه أن يوجد تأثير كبير في سلوكيات القارئ اتجاه البيئة.

جدول رقم(86): السلوك الأكثر انعكاسا من قبل الصور البيئية، حسب متغير الجنس.

الجنس والتكرارات						متغير الجنس		
السلوك						أنثى		
						ذكر		
الترتيب	%	التكرار	الترتيب	%	التكرار	الترتيب	%	التكرار
1	28.20%	97	1	25.44%	146			
4	13.66%	47	4	13.41%	77			
2	19.19%	66	2	18.64%	107			
5	10.47%	36	5	13.07%	75			
6	07.56%	26	6	08.71%	50			
7	04.36%	15	7	05.57%	32			
3	16.57%	57	3	15.16%	87			
	100%	344		100%	574			

يظهر من خلال الجدول أن جميع السلوكيات البيئية أخذت الترتيب نفسه في الذكور والإناث، كما يلاحظ أن أهم سلوك أحدثته الصور البيئية لدى الجنسين هو الشعور بالمسؤولية اتجاه حماية البيئة، بنسبة(25.44%) في الذكور، مقابل نسبة(28.20%) لدى الإناث، يليه في المرتبة الثانية سلوك إلقاء النفايات في حاوياتها المخصصة لها، بنسبة(18.64%) لدى الذكور، مقابل نسبة(19.19%) في الإناث، وفي المرتبة الثالثة نجد سلوك احترام القوانين والتشريعات البيئية، بنسبة(15.16%) عند الذكور، مقابل نسبة(16.57%) لدى الإناث.

يمكن تفسير نتائج الجدول أن للصور البيئية في الصحف الجزائرية دور كبير في ترشيد السلوكيات الإيجابية اتجاه البيئة لدى المبحوثين على اختلاف الجنسين، ويبقى اتفاق الذكور والإناث

على نفس الترتيب في السلوكات البيئية، يعود إلى التشابه في المشاكل البيئية التي يعاني منها الذكور والإناث في الجزائر العاصمة، إضافة إلى أن الصحف الجزائرية مضامينها الإعلامية أغلبيتها موجهة للجنسين على السواء دون تفريق بينهما، وبالتالي فتعرضهما لنفس المواضيع والقضايا البيئية من شأنه أن يحدث إحساس مشترك، وبالتالي خلق سلوك متشابه اتجاه البيئة.

جدول رقم(87):السلوك الأكثر انعكاسا من قبل الصور البيئية، حسب متغير المستوى التعليمي.

المستوى التعليمي								م / التعليمي السلوك
جامعي		ثانوي		متوسط		ابتدائي		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%27.57	169	%23.89	43	%25.22	29	%20.00	02	الشعور بمسؤولية حماية البيئة
%12.23	75	%15.56	28	%17.39	20	%10.00	01	المحافظة على المياه وعدم التسبب في تلوثه
%19.90	122	%18.89	34	%13.91	16	%10.00	01	إلقاء النفايات في حاوياتها المخصصة لها
%11.58	71	%12.22	22	%14.78	17	%10.00	01	المشاركة في العمل البيئي التطوعي
%07.99	49	%09.44	17	%06.96	08	%20.00	02	المحافظة على الهواء وعدم التسبب في تلوثه
%04.73	29	%06.11	11	%06.09	07	%00.00	00	الانخراط في الجمعيات البيئية
%15.99	98	%13.89	25	%15.65	18	%30.00	03	احترام القوانين والتشريعات البيئية
%100	613	%100	180	%100	115	%100	10	المجموع

يوضح الجدول أعلاه نتائج انعكاس الصور البيئية في الصحف الجزائرية على سلوكيات المبحوثين حسب متغير المستوى التعليمي، ويلاحظ أن المستوى الابتدائي أتى على عكس المستويات التعليمية الأخرى، إذ نسجل أن أكبر سلوك أوجدته الصور البيئية في هذه الفئة هو سلوك احترام القوانين والتشريعات البيئية، بنسبة (30.00%)، يليها سلوك الشعور بمسؤولية حماية البيئة بنسبة (20.00%)، وبنسبة نفسها نجد سلوك المحافظة على الهواء وعدم التسبب في تلوثه. بينما لدى كل من المستوى المتوسط والثانوي والجامعي، فأكبر سلوك أوجدته الصور البيئية هو سلوك الشعور بمسؤولية حماية البيئة، بنسب (25.22%) (23.89%) (27.57%) على التوالي، يليها في المرتبة الثانية سلوك المحافظة على المياه وعدم التسبب في تلوثه، بالنسبة لفئة المستوى المتوسط بنسبة (17.39%)، أما سلوك إلقاء النفايات في حاوياتها المخصصة لها، فاحتل المرتبة الثانية لكل من المستوى الثانوي والجامعي، بنسبة (18.99%) و (19.90%) على الترتيب.

بينما يلاحظ من خلال الجدول أن الصور البيئية لم توجد إطلاقاً سلوك الانخراط في الجمعيات البيئية لدى فئة المستوى التعليمي الابتدائي، كما احتل أدنى نسبة في المستوى المتوسط، والثانوي والجامعي، بنسبة (06.09%)، (06.11%)، (04.73%) على التوالي.

نستخلص من نتائج الجدول أن هناك علاقة وثيقة بين السلوك البيئي الذي تحدثه الصور البيئية في الصحف الجزائرية والمستوى التعليمي للمبحوث، إذ نجد أن المستويات التعليمية المتقدمة، (المتوسط، الثانوي، والجامعي)، وبحكم مستواهم التعليمي فإنهم أكثر اطلاعاً للجرائد، وبالتالي توقع أن يكون التأثير في سلوكياتهم البيئية أكبر من المستوى التعليمي الابتدائي. كما يمكن أن نستنتج من خلال بيانات الجدول أن أكثر الصور البيئية التي تنشرها الصحف العينة، هي الصور البيئية التي تهدف إلى تحميل الفرد مسؤوليته اتجاه ما يحدث من خلل في التوازن البيئي، وهذا ما يمكن ملاحظته من خلال أن معظم المبحوثين وفي مختلف المستويات التعليمية يرون أن سلوك الشعور بالمسؤولية اتجاه حماية البيئة، هو من أهم السلوكيات التي أوجدته الصور البيئية.

جدول رقم(88): السلوك الأكثر انعكاسا من قبل الصور البيئية، حسب متغير السن.

المتغير التعليمي والتكرارات										السلوك البيئي
السن										
من 20 إلى 25 سنة		من 26 إلى 35 سنة		من 36 إلى 45 سنة		من 46 إلى 55 سنة		من 56 سنة فما فوق		
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
111	%28.83	64	%28.32	36	%21.56	27	%23.68	05	%19.23	الشعور بمسؤولية حماية البيئة
46	%11.95	33	%14.60	23	%13.77	16	%14.04	06	%23.08	المحافظة على المياه وعدم التسبب في تلوثه
72	%18.70	45	%19.91	28	%16.77	23	%20.18	05	%19.23	إلقاء النفايات في حاوياتها المخصصة لها
38	%09.87	29	%12.83	26	%15.57	14	%12.28	04	%15.38	المشاركة في العمل البيئي التطوعي
29	%07.53	15	%06.64	18	%10.78	12	%10.53	02	%07.69	المحافظة على الهواء وعدم التسبب في تلوثه
19	%04.94	08	%03.54	14	%08.38	06	%05.26	00	%00.00	الانخراط في الجمعيات البيئية
70	%18.18	32	%14.16	22	%13.17	16	%14.04	04	%15.38	احترام القوانين والتشريعات البيئية
385	%100	226	%100	167	%100	114	%100	26	%100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن سلوك الشعور بمسؤولية حماية البيئة احتلت المرتبة الأولى ضمن أهم السلوكات البيئية التي شكلتها الصور البيئية في الصحف الجزائرية لدى الفئة العمرية من (20 إلى 25 سنة) بنسبة(28.83%)، يليها في المرتبة الثانية إلقاء النفايات في حاوياتها المخصصة لها بنسبة(18.70%)

أما المرتبة الثالثة فعادت لسلوك احترام القوانين والتشريعات البيئية بنسبة (18.18%)، بينما المرتبة الرابعة كانت لسلوك المحافظة على المياه وعدم التسبب في تلوثه بنسبة (11.95%)، ليحتل المرتبة الخامسة والسادسة كل من سلوك المشاركة في العمل البيئي التطوعي، وسلوك المحافظة على الهواء وعدم التسبب في تلوثه، بنسبة قليلة (09.87%) و (07.53%) على التوالي، وفي المرتبة السابعة والأخيرة نجد سلوك الانخراط في الجمعيات البيئية بنسبة (04.94%). أما الفئة العمرية من (26 إلى 35 سنة) فجاء سلوك الشعور بمسؤولية حماية البيئة في المرتبة الأولى كأهم السلوكات البيئية التي عكستها الصور البيئية في الصحف الجزائرية على أفراد العينة، بنسبة (28.32%) وفي المرتبة الثانية نجد سلوك إلقاء النفايات في حاوياتها المخصصة لها بنسبة (19.91%)، وعادت المرتبة الثالثة لسلوك المحافظة على المياه وعدم التسبب في تلوثه بنسبة (14.60%)، في حين عادت المرتبة الرابعة والخامسة لسلوك احترام القوانين والتشريعات البيئية، وسلوك المشاركة في العمل البيئي التطوعي بنسبة (14.16%)، و (12.83%) على التوالي، أما المرتبة الخامسة فعادت لسلوك المحافظة على الهواء وعدم التسبب في تلوثه بنسبة (06.64%)، وفي الأخير نجد سلوك الانخراط في الجمعيات البيئية كسلوك عكسه مشاهدة أفراد العينة للصور البيئية في الصحف الجزائرية، بنسبة طفيفة (03.54%). أما فيما يتعلق بالفئة العمرية من (36 إلى 45 سنة) فعادت المرتبة الأولى لسلوك الشعور بمسؤولية حماية البيئة بنسبة (21.56%)، وفي المرتبة الثانية نجد سلوك إلقاء النفايات في حاوياتها المخصصة لها بنسبة (16.77%)، وجاء سلوك المشاركة في العمل البيئي التطوعي في المرتبة الثالثة بنسبة (15.57%)، في حين عادت المرتبة الرابعة لسلوك المحافظة على المياه وعدم التسبب في تلوثه بنسبة (13.77%)، أما المرتبة الخامسة فكانت لسلوك احترام القوانين والتشريعات البيئية بنسبة (13.17%)، بينما عادت المرتبة السادسة والسابعة لسلوك المحافظة على الهواء وعدم التسبب في تلوثه وسلوك الانخراط في الجمعيات البيئية بنسبة طفيفة (10.78%) و (08.38%) على التوالي. أما بخصوص الفئة العمرية من (46 إلى 55 سنة) فاحتل سلوك الشعور بمسؤولية حماية البيئة المرتبة الأولى بنسبة (23.68%)، وفي المرتبة الثانية نجد سلوك إلقاء النفايات في حاوياتها المخصصة لها بنسبة (20.18%)، أما المرتبة الثالثة فعادت مناصفة بين سلوك احترام القوانين والتشريعات البيئية وسلوك المحافظة على المياه وعدم التسبب في تلوثه بنسبة (14.04%) لكل سلوك، في حين جاء في المرتبة الخامسة سلوك المشاركة في العمل البيئي التطوعي بنسبة (12.28%)، والمرتبة السادسة والسابعة فعادت لسلوك المحافظة على الهواء

وعدم التسبب في تلوثه وسلوك الانخراط في الجمعيات البيئية بنسبة (10.53%) و(05.26%) على التوالي. وفيما يتعلق بالفئة العمرية من (56 سنة فما فوق) فنجد أن سلوك المحافظة على المياه وعدم التسبب في تلوثه احتل المرتبة الأولى كأهم سلوك عكسته مشاهدة أفراد العينة للصور البيئية في الصحف العينة بنسبة (23.08%)، يليها في المرتبة الثانية كل من سلوك الشعور بمسؤولية حماية البيئة وسلوك إلقاء النفايات في حاوياتها المخصصة لها بنسبة (19.23%) لكل منهما، وعادت المرتبة الرابعة مناصفة بين سلوك احترام القوانين والتشريعات البيئية وسلوك المشاركة في العمل البيئي التطوعي بنسبة (15.38%) لكل سلوك، وفي الأخير نجد سلوك المحافظة على الهواء وعدم التسبب في تلوثه بنسبة (07.69%)، بينما لم يختار أي فرد من أفراد العينة سلوك الانخراط في الجمعيات البيئية.

نخلص من خلال نتائج الجدول أن متغير السن ليس له دلالة إحصائية بخصوص طبيعة السلوكات البيئية التي عكستها الصور البيئية في الصحف الجزائرية على المبحوثين، إذ نجد أن أهم السلوكات البيئية التي أوجدتها الصور البيئية وتم الاتفاق عليها لدى كل الفئات العمرية للمبحوثين، سلوك الشعور بمسؤولية حماية البيئة، وسلوك إلقاء النفايات في حاوياتها المخصصة لها، إضافة إلى سلوك احترام القوانين والتشريعات البيئية، باعتبارها أهم السلوكات البيئية التي يتوجب على الفرد الاتصاف بها قصد إيجاد بيئة سليمة وآمنة، كما نجد كل الفئات العمرية أقرت بأن الصور البيئية في الصحف الجزائرية لم توجد لديهم سلوك الانخراط في الجمعيات البيئية، إذ نجده أقل سلوك تم اختيارها من قبل المبحوثين.

ويمكن تفسير نتائج الجدول إلى قدرة الصور البيئية في الصحف الجزائرية على تشكيل وعي بيئي لدى كل الفئات العمرية، وتمثل هذا الوعي في إكساب كل المبحوثين سلوكات بيئية إيجابية من شأنها المساهمة في حماية البيئة وإيجاد فرد واعي مدرك لأهمية حماية البيئة والمحافظة عليها. ويبقى سبب تسجيل أضعف سلوك أكسبته الصور البيئية لدى المبحوثين والمتمثل في سلوك الانخراط في الجمعيات البيئية إلى اعتبار المبحوثين بأن دورهم في حماية البيئة لا يتطلب بالضرورة انخراطهم في الجمعيات البيئية، وهذا ما نلمسه بالخصوص في الفئة العمرية من (56 سنة فما فوق) التي لم يختار أفرادها ولا مرة واحدة عبارة " الانخراط في الجمعيات البيئية".

جدول رقم(89): تقاطع انعكاس الصور البيئية على سلوكات المبحوثين، مع اختيارهم الصحف اليومية كمصدر للمعلومات البيئية، والاهتمام بالصورة فقط عند مطالعة الجرائد.

السؤال رقم: 09 و 15			اختيار الصحف اليومية كمصدر للمعلومات البيئية، مع الاهتمام بالصورة فقط
الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	السؤال رقم: 26
01	%20.00	02	الشعور بمسؤولية حماية البيئة
01	%20.00	02	المحافظة على المياه وعدم التسبب في تلوثه
01	%20.00	02	إلقاء النفايات في حاوياتها المخصصة لها
02	%10.00	01	المشاركة في العمل البيئي التطوعي
02	%10.00	01	المحافظة على الهواء وعدم التسبب في تلوثه
02	%10.00	01	الانخراط في الجمعيات البيئية
02	%10.00	01	احترام القوانين والتشريعات البيئية
	%100	10	المجموع

تظهر نتائج الجدول أن أهم السلوكات البيئية التي تعكسه الصور البيئية لدى المبحوثين الذين يعتمدون على الصحف اليومية كمصدر رئيس لمعلوماتهم البيئية مع اهتمامهم فقط بالصور عند مطالعتهم للصحف، هو سلوك الشعور بمسؤولية حماية البيئة، وفي نفس المرتبة سلوك المحافظة على المياه وعدم التسبب في تلوثه، وسلوك إلقاء النفايات في حاوياتها المخصصة لها، بنسبة(20.00%)، لكل سلوك.

ونستخلص من الجدول أن الصحافة المكتوبة تعتبر من أهم وسائل الإعلام نجاحا في تشكيل السلوكات والاتجاهات البيئية الصحيحة، خاصة الصحافة التي تعتمد بصورة كبيرة على تقنية الصورة في إيصال رسالتها والتأثير في جمهورها، كما تعكس نتائج الجدول أهم المشاكل البيئية التي يعاني منها سكان العاصمة، منها على الخصوص مشكلة نقص الوعي البيئي المتمثل في عدم تحمل الفرد لمسؤوليته اتجاه ما تعرفه البيئة من انتهاكات يومية ومستمرة، كذلك مشكلة تلوث المياه والمحددة في

مظاهر تسرب مياه الصرف الصحي واختلاطها بمياه الصالحة للشرب، وكذا تسربها للبحار والمجاري المائية النظيفة، ويسجل هذا على الخصوص في البلديات شبه الحضرية، كبلدية الحراش، بلدية براقى، الكاليتوس، وبلدية جسر قسنطينة، واد السمار...، إضافة إلى أن أكبر مشكل بيئي تعرفه مدن العاصمة وهو مشكل انتشار النفايات والقمامات، وتراكم الأوساخ والقاذورات، نتيجة لانتشار العشوائى للمفرغات العمومية والأسواق المفتوحة، لهذا نلاحظ أن جل الصور البيئية في الصحف الجزائرية تركز على هذه المشاكل البيئية، وبالتالي فأهم السلوكات البيئية التي عكستها لدى القراء هي السلوكات التي تحارب وتصح هذه المظاهر والآفات البيئية السلبية والخطيرة.

الاستنتاجات الجزئية:

من خلال دراستنا وتحليلنا للمحور الرابع المتعلق بدور الصورة الصحفية البيئية في تشكيل الوعي البيئي، توصلنا إلى مجموعة من النتائج الجزئية، والتي يمكن تلخيص أهمها في النقاط التالية:

1. بينت نتائج الدراسة أن الأغلبية العظمى من المبحوثين يتفقون على أنّ الصور البيئية في الصحف الجزائرية لها دور في التوعية والتحسيس البيئي، لاعتبار الصورة البيئية من أهم الوسائل والدعائم الأساسية التي توظفها الصحافة المكتوبة في عملية نشر الوعي البيئي.

2. أغلبية المبحوثين يقرّون بأن تعرضهم للصور البيئية في الصحف الجزائرية أوجدت لديهم اهتمام أكثر بالبيئة والمحافظة عليها، معتبرين أن أغلبية هذه الصور البيئية لها قدرة في التأثير والإقناع.

3. أغلبية المبحوثين يرون بأن الصور البيئية في الصحف الجزائرية لم تستطع أن تؤثر في اتجاهات المواطنين نحو البيئة، واعتبر المبحوثين سبب عجزها عن التأثير في الأفراد يعود إلى ما يشاهدونه ويعيشونه من مظاهر التلوث البيئي الذي يرجع أساسا إلى غياب الوعي البيئي في أوساط المجتمع.

4. معظم الصور البيئية المنشورة في صحف الدراسة ذات حجم صغير، وتبقى جريدة (LIBERTE) أكثر الجرائد موظفة للصور البيئية ذات الحجم الكبير، ويأخذ على جريدتي الشروق اليومي والنهار الجديد، استخدامهما لصور بيئية بمساحات صغيرة جدا، وانعدام تام في صفحاتها لصور ذات حجم كبير.

5. أغلبية المبحوثين يرون بأن الصور البيئية في الصحف الجزائرية أثرت في سلوكياتهم اتجاه البيئة، يتصدرهم الذين يعتبرون حدوث ذلك يكون "أحيانا"، بنسبة بلغت (40.86%)، ثم الذين يعتبرون حدوث ذلك يكون "غالبا" بنسبة (21.71%)، ثم الذين يرون تأثيرها يكون "دائما" بنسبة (16.57%)، مقابل نسبة (08.29%) فقط للمبحوثين الذين يعتبرون حدوث ذلك يكون "أبدا".

6. كل المبحوثين يعتقدون بأن تعرضهم للصور البيئية انعكس على سلوكياتهم اتجاه البيئة.

7. كشفت الدراسة بأن أهم سلوك بيئي شكلته الصور البيئية لدى المبحوثين هو سلوك الشعور بالمسؤولية اتجاه حماية البيئة والمحافظة عليها، يليها سلوك إلقاء النفايات في حاوياتها المخصصة لها، بعدها في الدرجة الثالثة سلوك احترام القوانين والتشريعات البيئية.

8. يتفق الذكور والإناث وبأغلبية واسعة على أن الصور البيئية المنشورة في الصحف الجزائرية لها دور في التوعية والتحسيس البيئي.

9. الفئة العمرية الصغرى من (20 إلى 25 سنة) أكثر فئة معبرة عن موافقتها على دور الصور البيئية في نشر الوعي البيئي، بينما الفئة العمرية الكبرى (من 56 سنة فما فوق) تعتبر أدنى فئة عبرت عن موافقتها على ذلك.

10. كل المستويات التعليمية وافقت على أن للصور البيئية لها دور كبير في التوعية والتحسيس البيئي، وبأعلى نسبة لدى المستوى الابتدائي، مقابل أدنى نسبة معبرة عن ذلك لدى المستوى الثانوي.

11. كشفت الدراسة بأن جميع المبحوثين الذين يطالعون الجرائد الوطنية سواء بشكل يومي أو مرة في الأسبوع أو مرة في الشهر أو بشكل غير منتظم، يرون بأن الصور البيئية في الصحف الجزائرية لها دور في التوعية والتحسيس البيئي في أوساط المجتمع، وتعكس هذه النتائج أن قوة الصورة في التأثير لا تتطلب المواظبة على مطالعة الصحف، إذ التعرض لها يعتبر كافياً للتأثير في الوعي البيئي للقارئ.

12. أغلبية المبحوثين الذين يعتمدون على الصحف اليومية كمصدر رئيس لمعلوماتهم البيئية، يوافقون على أن الصور البيئية في الصحف الجزائرية لها دور في نشر الوعي في أوساط المجتمع الجزائري.

13. كشفت الدراسة بأن جل المبحوثين الذين يهتمون بالصورة فقط عند مطالعتهم للجرائد الجزائرية يوافقون على أن الصور البيئية في الصحف الجزائرية لها دور في عملية التوعية والتحسيس البيئي.

14. أغلبية المبحوثين الذين يعتبرون أن نسبة توظيف الصحف الجزائرية للصور البيئية ذات نسبة صغيرة، يقرون بدورها في نشر الوعي البيئي في المجتمع.

15. أوضحت الدراسة بأن المتغيرات الديمغرافية لم تؤثر في اعتقاد المبحوثين بأن تعرضهم للصور البيئية في الصحف الجزائرية جعلتهم يهتمون أكثر بالبيئة ويحافظون عليها، يستثنى من ذلك الفئة العمرية الكبرى (من 56 سنة فما فوق) التي أقرت بأن تعرضها للصور البيئية في الصحف الجزائرية لم يؤثر في اهتمامها بالبيئة.

16. أغلبية المبحوثين الذين يطالعون الجرائد الجزائرية سواء، بشكل يومي أو مرة في الأسبوع أو مرة في الشهر، أو بصفة غير منتظمة، يرون بأن مشاهدتهم للصور البيئية في الصحف الجزائرية جعلتهم يهتمون أكثر بالبيئة ويحافظون عليها.

17. أغلبية المبحوثين الذي يرون بأن توظيف الصور البيئية في الصحف الجزائرية ذات نسبة صغيرة، يعتقدون بأن الصور البيئية في الصحف الجزائرية زادت من اهتمامهم بالبيئة وجعلتهم يحرصون أكثر على المحافظة عليها.

18. معظم المبحوثين الذين يعتمدون على الصحف اليومية كمصدر رئيس لمعلوماتهم البيئية، يرون بأن تعرضهم للصور البيئية المنشورة في الصحف الجزائرية جعلتهم يهتمون بالبيئة ويحافظون عليها.

19. الاتجاه العام للمبحوثين الذكور والإناث يرون أن الصور البيئية في الصحف الجزائرية غير كفيلة في التأثير في اتجاهات المواطنين نحو البيئة.

20. تؤثر الصور البيئية المنشورة في الصحف الجزائرية في سلوكيات الذكور بشكل دائم أكثر من الإناث.

21. الفئة العمرية من 56 سنة فما فوق، تعتبر أكثر الفئات العمرية تعبيراً عن تأثر سلوكياتها اتجاه البيئة بصفة "دائمة"، نتيجة تعرضها للصور البيئية.
22. أغلبية المبحوثين الذين يهتمون بالصورة فقط عند مطالعتهم للجرائد يرون بأن الصور البيئية في الصحف الجزائرية تأثر في سلوكياتهم اتجاه البيئة بشكل دائم.
23. أغلبية المبحوثين الذين يعتمدون على الصحف اليومية كمصدر رئيس لمعلوماتهم البيئية، يعتقدون أن الصور البيئية المنشورة في الصحف الجزائرية تمكنت من التأثير في سلوكياتهم اتجاه البيئة.
24. بينت الدراسة أنه كلما زاد عدد الصور البيئية في الصحيفة، كلما زاد تأثيرها في سلوكيات المبحوثين اتجاه البيئة.
25. أوضحت الدراسة أن جميع السلوكات البيئية التي عكستها الصور البيئية، أخذت الترتيب نفسه في متغيري الجنس و السن، فجاء سلوك الشعور بالمسؤولية اتجاه حماية البيئة في المرتبة الأولى، يليه في المرتبة الثانية سلوك إلقاء النفايات في حاوياتها المخصصة لها وفي المرتبة الثالثة نجد سلوك احترام القوانين والتشريعات البيئية.
26. اتفاق الذكور والإناث على نفس الترتيب في السلوكات البيئية، يعود إلى التشابه في المشاكل البيئية التي يعاني منها الذكور والإناث في الجزائر العاصمة، إضافة إلى أن الصحف الجزائرية مضامينها الإعلامية أغلبيتها موجهة للجنسين معا دون تفريق بينهما.
27. توجد علاقة وثيقة بين السلوك البيئي الذي تحدثه الصور البيئية المنشورة في الصحف الجزائرية والمستوى التعليمي للمبحوث، حيث المستويات التعليمية المتقدمة يكون التأثير في سلوكياتهم البيئية أكبر من المستويات التعليمية المتدنية، ويرجع هذا إلى اعتبارهم أكثر اطلاعاً على الصحف من الفئة التعليمية التي دونهم.

28. يعتبر سلوك الانخراط في الجمعيات البيئية أقل سلوك تم اختياره من قبل المبحوثين، ضمن السلوكات البيئية التي عكستها الصور البيئية، ويعود ذلك إلى كون الجمعيات البيئية في الجزائر ذات نشاطات بيئية محدودة وفعالية تحسيسية ضعيفة في المجتمع.

29. أهم السلوكات البيئية التي عكستها الصور البيئية لدى أغلبية المبحوثين الذين يعتمدون على الصحف اليومية كمصدر رئيس لمعلوماتهم البيئية مع اهتمامهم فقط بالصور عند مطالعتهم للصحف، هو سلوك الشعور بمسؤولية حماية البيئة، وفي نفس المرتبة سلوك المحافظة على المياه وعدم التسبب في تلوثه.

المبحث الثالث: الاستنتاجات العامة:

تسعى دراستنا إلى الإجابة على إشكالية محورية متمثلة في البحث عن أثر الصورة البيئية في تشكيل الوعي البيئي لدى جمهور الصحافة المكتوبة بمدينة الجزائر، ومن خلال تحليل الإستبانة الموجهة إلى الجمهور المبحوث، وانطلاقا من قيامنا بدراسة مكملّة قصد دراسة مكانة الصورة البيئية في الصحف الجزائرية عينة الدراسة، توصلنا إلى مجموعة من النتائج العامة، التي تحدد على ضوءها إجاباتنا لمختلف التساؤلات المثارة بشأن الموضوع، ويمكن تلخيص أهمها فيما يلي:

- إن أغلبية أفراد العينة وبنسبة (36.29%) يصفون الوضع البيئي في الجزائر بالمتدهور، وذلك نتيجة لغياب الاهتمام بالبيئة في الجزائر، وهو ما يعبر عنه تفاقم مظاهر التلوث البيئي في الجزائر بشكل يومي ومتواصل.

- ظهر من الدراسة بأن الأغلبية العظمى من أفراد عينة الدراسة وبنسبة (90.52%) يرون بأن حماية البيئة أمر ضروري جدا، محددين الجهات المسؤولة عن التوعية البيئية، في الأسرة في المرتبة الأولى، الفرد والمدرسة في المرتبة الثانية، بعدها السلطات الحكومية في المرتبة الثالثة، ثم وسائل الإعلام في المرتبة الرابعة، والمسجد في المرتبة الخامسة وأخيرا الجمعيات البيئية يحددونها في المرتبة السادسة.

- أجمع غالبية المبحوثين وبنسبة (16.23%) أن ظاهرة انتشار النفايات تعتبر من أخطر المشكلات البيئية التي تعاني منها مدن العاصمة، مرجعين سبب ذلك إلى ضعف الوعي البيئي في أوساط المجتمع الجزائري.

- بينت الدراسة أن نسبة (98.57%) من أفراد العينة على استعداد كبير لحماية البيئة، معبرين عن ذلك بالمشاركة في الحملات التوعية البيئية، والعمل على توعية الناس بالاهتمام بالبيئة والمحافظة عليها.

- تعتبر الصحف اليومية إلى جانب التلفزيون والانترنت من أهم مصادر المعلومات البيئية بالنسبة (20.96%) من أفراد عينة الدراسة.

- أوضحت الدراسة بأن أغلبية المبحوثين وبنسبة (80.57%) يرون أن لوسائل الإعلام دور كبير في التوعية والتحسيس البيئي في أوساط المجتمع. بينما نسبة قليلة لا تتعدى (18.00%) من المبحوثين يرون عكس ذلك.
- بينت الدراسة أن أغلبية المبحوثين وبنسبة (60.29%) يطالعون الجرائد الجزائرية بشكل غير منتظم، كما أن نسبة قليلة من أفراد العينة (02.86%) يهتمون بالصور فقط عند مطالعتهم للجرائد الجزائرية.
- أوضحت الدراسة بأن الصور البيئية لها مكانة منخفضة ومتدنية ضمن اهتمامات المبحوثين مقارنة بالصور الصحفية الأخرى، وذلك بمتوسط حساب (04.09%).
- كشفت الدراسة بأن (58.96%) من المبحوثين يرون بأن توظيف الصور البيئية في الصحف الجزائرية ذات نسبة صغيرة مقارنة بالصور الصحفية الأخرى، كما يرون أن أغلبيتها صور بيئية غير واضحة، بنسبة (58.29%)، ويطغى عليها صور الأرشيف بنسبة (50.29%).
- ظهر من الدراسة أن أغلبية المبحوثين وبنسبة (58.00%) يرون بأن الصور البيئية التي توظفها الصحف الجزائرية لم تستطع أن توافيهم بمعلومات ومعارف كافية عن القضايا والمشكلات البيئية في الجزائر.
- إن أغلبية الصور البيئية المنشورة في الصحف الجزائرية غير معبرة بشكل دائم عن الوضع البيئي في الجزائر، ويعود ذلك إلى اعتبارها صورا لا تمس كل القضايا والمشكلات البيئية في الجزائر.
- بينت الدراسة بأن الصور البيئية التي تنشرها الصحف الجزائرية، لها دور كبير في نشر الوعي البيئي في أوساط المجتمع الجزائري، بنسبة (73.14%).
- كشفت الدراسة بأن نسبة (59.14%) من المبحوثين يرون أن تعرضهم للصور البيئية في الصحف الجزائرية، أوجدت لديهم اهتمام أكثر بالبيئة والاعتناء بالمحافظة على سلامتها.

- أوضحت الدراسة بأن الصور البيئية في الصحف الجزائرية لها دور إيجابي في التأثير في سلوكيات المبحوثين اتجاه البيئة.
- بينت الدراسة أن زيادة تأثير الصور البيئية في السلوكيات البيئية للمبحوثين تزيد بزيادة نسبة تواجدها في الصحيفة.
- أظهرت الدراسة بأن أهم سلوك بيئي شكلته الصور البيئية في الصحف الجزائرية لدى المبحوثين هو سلوك الشعور بالمسؤولية اتجاه حماية البيئة والمحافظة عليها.
- كل الجرائد الجزائرية-عينة الدراسة- توظف صورا بيئية، وجلها معبرة عن مختلف القضايا البيئية الجزائرية.
- بينت الدراسة عن وجود ضعف كبير في توظيف الجرائد الجزائرية للصور البيئية، مقارنة بالصور الصحفية الأخرى، وتعتبر جريدة (EL Watan) من أكثر الجرائد الجزائرية نشرًا للصور البيئية، بنسبة (28.13%) بينما جريدة الشروق اليومي، وجريدة (LIBERTE)، يعتبرن من أضعف الصحف الجزائرية في نشرهما للصور البيئية، بنسبة لا تتعدى (12.50%).
- أوضحت الدراسة بأن الصحف الجزائرية الأكثر انتشارًا ومقروئية، يعتبرن الأقل نشرًا وتوظيفًا للصور البيئية، كما أن الصحف الجزائرية الناطقة باللغة الفرنسية أكثر اهتمامًا بتوظيف الصور البيئية من الصحف الجزائرية الناطقة باللغة العربية.
- وفي الأخير يمكن الإشارة إلى أن النتائج التي توصلنا إليها من خلال دراستنا، لم تختلف كثيرا عن ما توصلت إليه عدة دراسات مشابهة لدراستنا، سواء الدراسات الجزائرية أو الأجنبية (العربية منها وغير العربية)، حيث معظمها تتفق على أن اهتمام الصحافة المكتوبة بالقضايا البيئية ضعيف جدا مقارنة بالمواضيع الصحفية الأخرى، وكذا أن الصورة الصحفية تعتبر من أكبر العناصر التيبوغرافية تأثيرا في القارئ.

خاتمة:

لقد حاولنا من خلال دراستنا تسليط الضوء على دور الصورة الصحفية البيئية في الجرائد الجزائرية في عملية تشكيل الوعي البيئي لدى القارئ، وكذا دراسة الأثر الذي تحدثه الصورة البيئية في مواقف وسلوكات، وآراء واتجاهات جمهور الصحافة المكتوبة، وما يمكن أن تضيفه من معلومات ومعارف بيئية جديدة وتشكيل لديه وعي اتجاه البيئة، ما تجعله يتصرف بطريقة صحيحة، أو يعدل من سلوكاته الخاطئة اتجاه البيئة.

يعتبر التقدم العلمي والتكنولوجي وما أنتجه من تقدم اقتصادي وصناعي، والانفجار السكاني الذي يشهده العالم، والنمو الحضري المتسارع، عوامل أحدثت خلا في النظام البيئي ومكوناته الحية وغير الحية، مما أدى إلى ظهور اختلال في التوازن البيئي ولدت على إثره الكثير من العواقب السيئة على البيئة، من تلوث بيئي وتفاقم ظاهرة الاحتباس الحراري، وزيداد رقعة التصحر، وتقلص المساحات الخضراء، إضافة إلى تلوث مصادر المياه والهواء، وانتشار المخلفات والنفايات، وزيادة الإشعاعات والضجيج، وظهور الكوارث البيئية... وغيرها، ما جعل قضية البيئة وحمايتها والمحافظة عليها من مختلف أنواع التلوث واحدة من أهم القضايا المحورية والتحديات الرئيسية للتنمية الاقتصادية والبشرية في عالمنا المعاصر، وبعداً رئيسياً من أبعاد التحديات التي تواجه البشرية جمعاء، والتي تستدعي تعبئة المجتمع ووضعه أمام مسؤوليته في التعامل مع قضايا البيئة.

من هذا تتجلى أهمية الوعي البيئي والثقافة البيئية لدى الأفراد، إدراكا لأهمية البيئة وضرورة المحافظة على مقوماتها، وغرس السلوك الإنساني السليم بوصفه العامل الأساسي الذي يحدد أسلوب وطريقة تعامل الإنسان فرداً وجماعة مع البيئة. هنا يبرز دور الإعلام البيئي ومنه الصحف والجرائد من خلال خلق الوعي البيئي ونشره وتعزيزه في أوساط المجتمع، إذ يمارس الإعلام البيئي دورا حاسما في إيصال المعلومة البيئية، وتنقيف الأفراد وتوسيع دائرة المعرفة والاهتمام بالبيئة وما تحمله من قضايا ومشكلات، وهذا من خلال ما تحمله الصحافة من أدوات وتقنيات، وأبرزها الصورة الصحفية.

تعتبر الصورة من أهم الآليات التي توظفها الجرائد والصحف في عملية التأثير في القارئ، لما تحمله من خصائص ومميزات جعلتها تستحوذ على اهتمام القراء، ولما تتميز به من نقل المعلومات والأخبار وتوثيق الأحداث والتأثير في الاتجاهات، وأصبحت الصورة اليوم تتمتع بنفوذ هائل وقوة إقناع

فائقة جعلت منها أقوى عناصر العملية الاتصالية، وأصبحت الصورة من أهم عناصر تشكيل الرأي العام في المجتمع.

ركّزنا في دراستنا على الصورة البيئية في الصحافة المكتوبة، وبالخصوص في الصحافة المكتوبة الجزائرية، من خلال محاولة إبراز دورها في عملية التوعية والتحسيس البيئي في المجتمع، وكذا أهميتها في تشكيل قيم ومبادئ واتجاهات صحيحة لدى أفراد المجتمع نحو البيئة، من خلال تشكيل وعي بيئي يقوم على تعزيز السلوكات السليمة وترشيد السلوكات البيئية الخاطئة، مستفيدتا من الخصائص والمميزات التي تتمتع بها الصورة.

وقد تم التعرض للموضوع ومناقشته من خلال خطة منهجية معتمدة في ذلك، تطرقنا فيها إلى الصورة حيث عرضنا أهم مفاهيمها، وتطور تاريخها عبر العالم وفي الغرب خاصة من خلال عرضنا لتاريخ الصورة، بداية بما تطرق إليه أفلاطون (Aflaton)، مروراً بالصورة عند الحضارة الفرعونية، والإغريقية، والبيزنطية، والرومانية، والعصور الوسطى، ووصولاً إلى ما ذكره روجيس دوبري (Régis Debray) في كتابه حياة الصورة وموتها، مع الإشارة إلى الصورة عند العرب باعتبار أن أسس التصوير الضوئي وضعت بداية على يد العلماء العرب والمسلمين، وبالخصوص على يد العالم "الحسن بن الهيثم" من خلال تجاربه لظاهرة الغرفة المظلمة، ختاماً بالإشارة إلى تأثير الصورة بالنظم الرقمية الحديثة.

كما تحدثنا عن الصورة الصحفية باعتبار الأهمية الكبيرة التي تحتلها في وسائل الإعلام المطبوعة، وما تمثله كأحد الأركان الرئيسية للصحف والمجلات، وما تأخذه من حيز كبير لدى اهتمام المحررين والناشرين والمعلنين بسبب تأثيرها الكبير في الجمهور، ولما لها من خواص استقطابية وخواص إبهار وتأثير وإثارة وتشويق في المتلقي، وكذا الدور الذي تؤديه في لفت أنظار الرأي العام، وتوجيهه نحو الهدف الذي تريد إبرازه، والغاية التي تسعى إلى بلوغها.

وأشرنا إلى تأثير وسائل الإعلام من خلال الإشارة إلى أثرها في المعرفة والإدراك والفهم، وكذا أثرها في الاتجاهات والقيم ودورها في تغيير السلوك، مع التنويه إلى أن وسائل الإعلام عبر رسائلها المختلفة تحدث تغييرات جوهرية في طريقة تعامل الجمهور مع قضايا البيئة ومكوناتها، وتعديل سلوكياتهم بما يتناسب مع الحفاظ عليها وحماية مواردها والحد من إحداث الضرر فيها، والتأثير في اتجاهاتهم حيال البيئة واستشعارهم لمشكلاتها.

وتطرقنا إلى الحديث عن الإعلام والتوعية البيئية من خلال الإشارة إلى أهمية الإعلام البيئي، في كونه عنصر أساسي في إيجاد الوعي البيئي في المجتمع، وكذا دوره الإيجابي للوعي البيئي ونشر الإدراك السليم للقضايا البيئية، إذ يعتبر الإعلام البيئي أحد المقومات الأساسية في الحفاظ على البيئة وإيجاد وعي بيئي ونقل الخبرات والمعارف والقيم الجديدة الخاصة بحماية البيئة والدعوة للتخلي عن سلوكيات ضارة بها.

كما وقفنا من خلال الدراسة الميدانية إلى الدور التي تلعبه الصور البيئية في الصحف الجزائرية (صحف العينة) في عملية التوعية والتحسيس البيئي، حيث تمكنت من تشكيل وعي بيئي لدى القراء، من خلال تزويدهم بمعلومات ومعارف بيئية، وكما أوجدت تأثير إيجابي في اتجاهاتهم وسلوكياتهم اتجاه البيئة.

وكشفت الدراسة بأن الصحف اليومية تعتبر من أهم المصادر التي يعتمد بها القارئ الجزائرية في عملية جمع واطلاع على المعلومات البيئية.

وتوصلت الدراسة إلى وجود دور كبير لوسائل الإعلام بمختلف أنواعها وأشكالها وخاصة وسائل الإعلام المقروءة في عملية التوعية والتحسيس البيئي في المجتمع، إلا أن استعانتها بالصورة في عملية التوعية البيئية ضعيف جدا، وهذا نتيجة للضعف الكبير في عدد الصور البيئية التي تنشرها في صفحاتها، مقارنة بالصور الصحفية الأخرى.

وكشفت الدراسة بأن تعرض الأفراد للصور البيئية عند قراءتهم للصحف من شأنه أن يوجد لديهم اهتمام كبير بالبيئة، كما تساهم في تشكيل لديهم وعي بيئي يجعلهم يعتنون بالبيئة ويحافظون عليها، بالرغم من أن الدراسة بينت لنا أن الصور البيئية لها مكانة منخفضة ومتدنية ضمن اهتمامات المبحوثين مقارنة بالصور الصحفية الأخرى، إضافة إلى وجود نسبة قليلة ممن شملتهم الدراسة يهتمون بالصور البيئية فقط عند مطالعتهم للجرائد.

وبشكل عام سمحت لنا نتائج الدراسة بالوقوف على مدى التأثير الذي تحدثه الصور البيئية التي تنشرها الصحف الجزائرية في تشكيل الوعي البيئي لدى القارئ، من خلال ما تلعبه من دور هام ومركزي في تشكيل الوعي البيئي سواء في إطار تزويد القارئ بالمعلومات البيئية الصحيحة، أو في شكل الاتجاهات والمواقف اتجاه القضايا البيئية، وأيضا في تحديد الأولويات البيئية على كافة

المستويات، خاصة على المستوى المحلي. وكذا دورها الكبير في نشر الوعي البيئي في أوساط المجتمع الجزائري، كما أن لها دور إيجابي في التأثير في سلوكات الأفراد اتجاه البيئة، خاصة سلوك الشعور بمسؤولية حماية البيئة والمحافظة عليها، إلا أنه في المقابل أثبتت الدراسة أن نسبة تواجد الصور البيئية في الصحف الجزائرية ضئيل جدا مقارنة بالصور الصحفية الأخرى.

ونشير في النهاية إلى أننا نعتقد أن هذا الموضوع الذي تناولناه بالدراسة يحتاج إلى مزيد من البحث والدراسة، نظرا لأهميته من جهة ونظرا لأهمية الصورة في المجال الإعلامي من جهة أخرى، إذ أصبحت الصورة الوسيلة الاتصالية الأكثر استعمالا وتوظيفا في وسائل الإعلام خاصة المعاصرة منها، لما لها من خصائص استقطاب وتأثير تجعل الرسالة الإعلامية تحقق هدفها المنشود بأيسر السبل وأسرعها وبأقل تكلفة.

ونأمل أن تكون النتائج التي توصلنا إليها منطلقا لفتح الشهية لخوض مزيد من البحوث والدراسات في مجال الصورة، وهذا قصد تحقيق تراكم معرفي يساهم في الاستفادة من مزايا الصورة (الصورة البيئية على الخصوص) لتوظيفها في عمليات التأثير، قصد إيجاد وعي بيئي سليم من شأنه أن يعزز السلوكات الإيجابية ويعدل السلوكات الخاطئة أو يقضي عليها.

كما نشير في خاتمة هذه الدراسة إلى أن مع تنامي المشاكل البيئية الخطيرة، أصبح من الضرورة تسخير جميع الطاقات، وإشراك جميع الفاعلين في المجتمع، من وسائل الإعلام، ومؤسسات ومنظمات حكومية وغير حكومية، ومجتمع مدني، وجماعات محلية،... في حماية البيئة والمحافظة على سلامتها، إذ أصبح الاعتناء بالبيئة ضرورة حتمية، وشغلا شاعرا للمجتمع الإنساني المعاصر، وتبقى قضية حماية البيئة في الواقع ليست مسؤولية وسائل الإعلام فقط ولا الصحافة المكتوبة فحسب، بل هي قضية المجتمع ككل، تتطلب تعبئة جهود جميع الفاعلين الاجتماعيين من مؤسسات المجتمع المدني والهيئات الرسمية وغير الرسمية، والمؤسسات الاقتصادية والاجتماعية،... وغيرها، قصد تعديل السلوكات الخاطئة اتجاه البيئة، وتشكيل الاتجاهات والمواقف الإيجابية مكانها.

وتبقى الدراسة ما هي في الحقيقة إلا بداية لانطلاقة جديدة وطرح لتساؤلات علمية أخرى.

قائمة المراجع

I. القرآن الكريم.

II. الكتب

أ. باللغة العربية:

1. إبراهيم، إسماعيل، فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 1998.
2. الأثري، عبد الله بن عبد الحميد، التصوير أنواعه وأحكامه، دار ابن خزيمة، د.س.ن.
3. احداث، زهير، الصحافة المكتوبة في الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 1991.
4. احداث، زهير، مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 1993.
5. أحمد شحاتة، حسن، تلوث البيئة السلوكيات الخاطئة وكيفية مواجهتها، ط1، مكتبة الدار العربية للكتاب، القاهرة، 2000.
6. أدهم، محمود، الصورة الصحفية دراسة في المصادر والمؤثرات، دار الكتب المصرية، القاهرة، 1988.
7. أدهم، محمود، مقدمة إلى الصحافة المصورة، الصورة الصحفية وسيلة اتصال، مطابع دار البيضاء، المغرب، 1998.
8. إمام علي، حسين، دور وسائل الإعلام في نشر الوعي البيئي، جامعة الدول العربية، برنامج الأمم المتحدة للبيئة، القاهرة، د.س.ن.
9. إمام، إبراهيم، دراسة في الفن الصحفي، ط4، المكتبة الأنجلو مصرية، القاهرة، 1971.
10. إمام، إبراهيم، فن الإخراج الصحفي، ط2، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1977.
11. الباز، علي، الإعلام والإعلام الأمني، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، 2001.
12. بدر العسكر، فهد بن عبد العزيز، الإخراج الصحفي: أهميته الوظيفية واتجاهاته الحديثة، ط1، مكتبة العبيكات، الرياض، 1998.
13. بدران، عبد الله، الإعلام البيئي، دار حراء، دمشق، 2008.
14. البكري، أياد شاكر، حرب المحطات الفضائية عام 2000، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، 1999.
15. بيتر، سبرزستي، ترجمة فيصل الياسري، جماليات التصوير والإضاءة، القاهرة، مركز الحضارة العربية للنشر والإعلام، 2003.
16. بييري، توماس، ترجمة مروان الجابري، المصور الصحفي، بدران للطباعة والنشر، بيروت، 1964.
17. جبر، سعيد، الحق في الصورة، دار النهضة العربية، القاهرة، 1986.
18. جولي، مارتين، ترجمة علي أسعد، مدخل إلى تحليل الصورة، دار الينابيع للطباعة والنشر، دمشق، 2011.
19. حافظ، أسما حسين، مركز معلومات الصحيفة وأصداء تأثيرها على رسالة ومسؤولية الصحافة، دار الثقافة للطباعة والنشر، القاهرة، 1991.

20. حافظ، صلاح الدين، تكنولوجيا الاتصال وحرية الصحافة والفكر في الثورة التكنولوجية ووسائل الاتصال العربية، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس، 1991.
21. حافظ، كرم علي، الإعلام وقضايا البيئة، ط1، الجندرية للطبع والنشر، عمان (الأردن)، 2017.
22. حسن إسماعيل، محمود، مبادئ علم الاتصال، ونظريات التأثير، ط1، الدار العالمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.
23. حسن، سمير محمد، الإعلام والاتصال بال جماهير والرأي العام، ط3، عالم الكتب، القاهرة، 1996.
24. حسين الصاوي، أحمد، طباعة الصحف وإخراجها، الدار القومية للطباعة، القاهرة، 1965.
25. الحضيف، محمد بن عبد الرحمان، كيف تؤثر وسائل الإعلام، ط2، مكتبة العبيكان، الرياض، 1998.
26. الحمامصي، جلال الدين، الصحيفة المثالية، دارالمعارف، القاهرة، 1972.
27. حمزة، برعي، الطاهر، منى، الإعلام البيئي دراسة ونماذج، برنامج الأمم المتحدة للبيئة، تونس، 1987.
28. الحناوي، عصام الدين، البيئة والوعي البيئي، المركز القومي للبحوث، القاهرة، 1990.
29. خضور، أديب، الإعلام المتخصص، المكتبة الإعلامية، دمشق، 1992.
30. خضور، أديب، الحديث الصحفي، المكتبة الإعلامية، دمشق، 1990.
31. خضور، أديب، فنيات الصحافة، ط2، جامعة دمشق، 1992.
32. خضور، أديب، مدخل إلى الصحافة: نظرية وممارسة، ط2، المكتبة الإعلامية، دمشق، 2000.
33. درويش، شريف، الألوان في الصحافة المصرية، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1996.
34. درويش، شريف، تكنولوجيا النشر الصحفي، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2001.
35. الدليمي، عبد الرزاق محمد، المدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011.
36. دليو، فضيل، الاتصال: مفاهيمه، نظرياته، وسائله، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.
37. دوبري، ريجيس، ترجمة: فريد زاهي، حياة الصورة وموتها، ط2، أفريقيا الشرق، المغرب، 2013.
38. ديفلير، ملفين، وروكيتش، ساندرا، ترجمة كمال عبد الرؤوف، نظريات وسائل الاتصال، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1992.
39. راغب، نبيل، العمل الصحفي، دمشق، المكتبة الإعلامية، 1990.
40. رجب، حسن، الصحافة البيئية، دليل المدرب الصحفي، مطابع الأهرام التجارية، مصر، 2000.
41. رشوان، حسين عبد الحميد أحمد، البيئة والمجتمع: دراسة في علم اجتماع البيئة، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2006.
42. رياض، عبد الفتاح، آلة التصوير، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1966.

43. زاهي، فريد، **الجسد والمقدس والصورة في الإسلام**، أفريقيا الشرق، الدار البيضاء (المملكة المغربية)، 1999.
44. سلطان، عماد الدين، **مختصر الدراسات الأمنية**، المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب، السعودية، 1986.
45. سلمان، عبد الباسط، **سحر الصورة فن وإعلام**، الدار الثقافية للنشر، بغداد، 2004.
46. سمعان، فايز، **التصوير الفوتوغرافي**، مكتبة الهلال، القاهرة، 1980.
47. سويلم، محمد نبهان، **التصوير الإعلامي**، دار المعارف، القاهرة، 1985.
48. سويلم، محمد نبهان، **التصوير والحياة**، الكويت، عالم المعرفة، الكويت، 1984.
49. شاكر، عبد الحميد، **عصر الصورة السلبية والإيجابيات**، عالم المعرفة، الكويت، 2005.
50. شرف، ليلي، **ثقافة الصورة**، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، الأردن، 2008.
51. الشميري، فهد بن عبد الرحمن، **التربية الإعلامية، كيف نتعامل مع الإعلام**، ط1، مكتبة الملك فهد للنشر، الرياض، 2010.
52. صابات، خليل، **الصحافة رسالة استعداد وفن**، دار المعارف، القاهرة، 1963.
53. صابات، خليل، **وسائل الاتصال: نشأتها وتطورها**، ط4، دار تكنولوجيا للطباعة، القاهرة، 1985.
54. صافي، إبراهيم محمد، **فن التصوير الصحفي**، ط1، دار أسامة للنشر، عمان (الأردن)، 2016.
55. صالح، أشرف، **إخراج الصحف العربية الصادرة بالإنجليزية**، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 1988.
56. صالح، جمال الدين السيد علي، **الإعلام البيئي بين النظرية والتطبيق**، مركز الإسكندرية، مصر، 2003.
57. صبحي، سمير، **صحيفة تحت الطبع**، دار المعارف، القاهرة، 1974.
58. الصويغي، عبد العزيز سعيد، **الإخراج الصحفي والتصميم: بين الأفكار والأفلام والحواسيب**، دار الآن للطباعة والنشر، بيروت، 1998.
59. طعيمة، رشدي أحمد، **تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية: مفهومه، أسسه، استخداماته**، دار الفكر العربي القاهرة، 2008.
60. عابد، زهير عبد اللطيف، أبو السعيد، أحمد العابد، **الإعلام والبيئة بين النظرية والتطبيق**، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان (الأردن)، 2014.
61. عالمي، سعاد، **مفهوم الصورة عند ريجيس دوبري**، أفريقيا الشرق، المغرب، 2004.
62. عبد الحميد، ليلي، محمود، علم الدين، **فن التحرير الجرائد والمجلات**، دار السحاب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004.
63. عبد الحميد، محمد، **بحوث الصحافة**، القاهرة، عالم الكتب، 1992.

64. عبد الحميد، محمد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2000.
65. عبد الحميد، محمد، بهنسي، السيد، تأثيرات الصورة الصحفية، النظرية والتطبيق، ط1، القاهرة، عالم الكتب، 2004.
66. عبد الرحمان، عمار، الصورة والرأي العام، السلطة الخامسة: دراسة سيميولوجية، منشورات بغدادي، الجزائر، 2009.
67. عبد العزيز، عبدالله احمد الشايع، الإعلام و دوره في تحقيق الأمن البيئي، أكاديمية نايف للعلوم الأمنية، السعودية، 2003.
68. عبد الفتاح، علي، الإعلام البيئي، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان(الأردن)، 2014.
69. العبد الله، مي، نظريات الاتصال، ط1، دار النهضة العربية، بيروت، 2006.
70. عجوة، علي، الإعلام وقضايا التنمية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2008.
71. عريبات، بشير محمد، مزاهرة، أيمن سليمان، التربية البيئية، دار المناهج، عمان، 2004.
72. عزي، عبد الرحمان، دراسات في نظرية الاتصال: نحو فكر إعلامي متميز، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2003.
73. عزيزة، هيثم فتح الله، الصورة الصحفية، دار الكتب والوثائق، بغداد، 1992.
74. علم الدين، محمود، الصورة الصحفية دراسة فنية، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1989.
75. علم الدين، محمود، الصورة الفوتوغرافية في مجالات الإعلام، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1981.
76. علي، عواد، مسرح الصور: بلاغة المشهد والطقس والجسد، دار ورد الأردنية للنشر والتوزيع، الأردن، 2008.
77. فاروق، أبو زيد، فن الخبر الصحفي، دراسة مقارنة بين الصحف في المجتمعات المتقدمة والنامية، عالم الكتب، القاهرة، 1984.
78. فاروق، أبو زيد، مدخل إلى علم الصحافة، عالم الكتب، القاهرة، 1998.
79. فاضل، عباس، الصورة في وكالات الأنباء العالمية بين الاستمالية والإقناع، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012.
80. فخري، صالح، التجنيس وبلاغة الصورة، دار ورد الأردنية للنشر والتوزيع، الأردن، 2008.
81. الفيومي، أحمد بن محمد بن علي، المصباح المنير، المكتبة المصرية، صيدا، (بيروت)، 1996.
82. كيلش، فرانك، ترجمة: حسام الدين زكريا، ثورة الأنفوميديا، الوسائط المعلوماتية وكيف تغير عالمنا وحياتك، سلسلة عالم المعرفة، الكويت، 2000.
83. اللبان، شريف درويش، تكنولوجيا النشر الصحفي، الاتجاهات الحديثة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2001.

84. اللبان، شريف درويش، فن الإخراج الصحفي، ط1، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1995.
85. محمود علي، عبد الجبار، التصوير الصحفي، ط1، مؤسسة دار الكتاب للطباعة والنشر، بغداد، 1980.
86. محمود، سمير محمود، الحاسب الآلي وتكنولوجيا صناعة الصحف، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 1997.
87. محمود، سمير، الإخراج الصحفي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008.
88. مزاهرة، منال هلال، مناهج البحث الإعلامي، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2014.
89. مزاهرة، منال هلال، نظريات الاتصال، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2012.
90. المسلمي، إبراهيم، مدخل إلى الصحافة، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1999.
91. معزوز، عبد العالي، فلسفة الصورة: الصورة بين الفن والتواصل، أفريقيا الشرق، الدار البيضاء(المملكة المغربية)، 2014.
92. مكايوي، حسن عماد، السيد، ليلى حسين، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط7، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2008.
93. مكايوي، حسن عماد، العبد، عاطف عدلي، نظريات الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، 2007.
94. منرو، توماس، ترجمة: عبد العزيز جاويد، تاريخ تطور الفنون، الهيئة المصرية للكتاب، القاهرة، 1973.
95. مؤيد، عبد الجبار الحديثي، العولمة الإعلامية والأمن القومي العربي، الأهلية للنشر والتوزيع، الأردن، 2002.
96. مؤيد، قاسم الخفاف، استخدام الصورة في الصحافة العراقية، وزارة الثقافة والإعلام، بغداد، 1989.
97. ناصر، عبد الجبار، ثقافة الصورة في وسائل الإعلام، ط1، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2011.
98. النجار، سعيد الغريب، التصوير الصحفي: الفيلمي والرقمي، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003.
99. النجار، سعيد الغريب، تكنولوجيا الصحافة في عصر التقنية الرقمية، ط2، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2009.

ب. بالغة الأجنبية:

1. Akroun, André, **sociologie des communications de masse**, éditions Hachette, Paris, 1997.
2. Ames, Steven E. **Elements of Newspaper design**, Praeger, New York, 1989.
3. Ang, tom, **picture editing**, 2ed edition, oxford: focal Press, 2000.
4. Armond, Mattelart et Michèle, **Histoire des théories de la communication**, Editions de la Découverte, Paris, 2004.
5. Attallah, Paul, **Théories de la communication, Sens, Sujet, savoirs**, Presses universitaires du Québec, Québec, 1991.
6. Balle, François, **Médias et société**, Montchertien, Paris, 1992.

7. Becker,K ,**Pictures in the Press: Yesterday,today,tomorrow**, Nordicom Review,2,1996.
8. Carol,Payne,**Interactions of Photography and the Mass Media**, PHD,Boston University,1999.
9. Evans,Hilary, **Practcal Picture Research**, London ,Blueprint : An imprint of chapman Et Hall ,1992.
- 10.H.Henry.Schulte, et, Marcel,P. Dufresne, **pratique du journalisme**, nouveaux horizons, Paris, 2002.
- 11.Hortan,Brian,**The Assosciated Press Photo journalism Stylebook**, Addison -Wesly Publishing Company , New York, 1990.
- 12.keene, martin, **Photo Guide pratique du journalisme-aprofessional**, Edition, Greatain: La Presse, Seconde, 1995.
- 13.M, Hugnes, D, Evans, **Environnmental Education Key Issues Of Future**, Oxford, Program Press, Introduction, 1977.
- 14.Moles,Abraham ,**l'mage :communication fonctionnelle**, Paris : Edition Casterman ,1972.
- 15.Petit Larause, imprimé en France, Les Presses des imprimeries Herissey reddy et aurey, Mai, 1986.
- 16.Schulte Henry.H, et Dufresne, Marcel,P. **pratique du journalisme** ,nouveaux horizons, Paris,2002.
- 17.Shaw, Ronald, McCombs, Maxwell, **The Emergence of American Political,issues :Agenda-Setting Function of the Press**, Wet Publisher, London,1977.
- 18.Stanley, Baran, Davis, Denis , **Mass Communication Foundations,Ferment and Future**,Wadswort Publishing, Californie, 1995.
- 19.Thibault,laulan, Anne, Marie, **Image Et Communication**, Paris :Edition, universitaire, 1976.

III. الرسائل الجامعية:

1. إيمان عفان، دلالة الصورة الفنية دراسة تحليلية سمبولوجية لمنمنمات محمد راسم) رسالة ماجستير غير منشورة) قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، الجزائر، 2005.
2. سعيد محمد الغريب إبراهيم النجار، إخراج الصحف الحزبية في مصر: دراسة تطبيقية على العناصر التيبوغرافية في صحف: مايو، الوفد، الأهالي، في الفترة 1982، 1988، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 1991.
3. سلامن، رضوان، الإعلام والبيئة(مذكرة ماجستير غير منشورة)، جامعة الجزائر، سنة 2005.
4. سليمان أحمد، أميرة أحمد، الصور الصحفية " لانتفاضة الأقصى " في الصحف المصرية، دراسة تحليلية في الفترة من 2000م - 2004م، (مذكرة ماجستير غير منشورة)، قسم الإعلام كلية الآداب، جامعة الزقازيق، جمهورية مصر العربية، سنة 2006.

5. شلابي، أمينة هاجر، مكانة قضايا البيئة المحلية في الصحافة الجزائرية، دراسة وصفية تحليلية مقارنة لمضامين يوميّتي "الخبر والوطن" في الفترة ما بين 01 جوان إلى 30 نوفمبر 2013 (رسالة ماجستير غير منشورة) كلية علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الاتصال، جامعة الجزائر 03، سنة 2015.
6. الفضلي، سعدية محسن عايد، ثقافة الصورة ودورها في إثراء التنوع الفني لدى المتلقي، (مذكرة ماجستير غير منشورة)، جامعة أم القرى، كلية التربية، قسم التربية الفنية، المملكة العربية السعودية، سنة 2010.
7. كرابيديان، سيتا أرام كيورك، بناء أداة لقياس الوعي البيئي عند تلميذ الصف السادس الابتدائي، (رسالة ماجستير غير منشورة)، كلية التربية، جامعة البصرة (العراق)، سنة 2005.
8. كعسيس، بدره، سيميائية الصورة في تعليم اللغة العربية (مذكرة ماجستير غير منشورة)، كلية الآداب والعلوم الاجتماعية، قسم اللغة العربية وآدابها، جامعة فرحات عباس (سطيف)، 2009.
9. مريم، بركات، مساهمة المجتمع المدني في حماية البيئة، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، كلية الحقوق والعلوم السياسية (قسم الحقوق)، جامعة مولود معمري - تيزي وزو (الجزائر)، 2014.
10. منشد، فيصل، معيار الوعي البيئي لدى طلبة أقسام الجغرافيا في الجامعات العراقية، بناء وتطبيق، (رسالة دكتوراه غير منشورة)، كلية التربية، جامعة البصرة (العراق)، سنة 2004.
11. يحي، وناس، الآليات القانونية لحماية البيئة في الجزائر (رسالة دكتوراه غير منشورة) جامعة تلمسان، سنة 2007.

IV. وثائق غير حكومية:

1. برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، تقرير التنمية البشرية لعام 1998، نيويورك: مطبعة جامعة أكسفورد، 1998.
2. برنامج الأمم المتحدة للبيئة، "الجمهور والبيئة"، كينيا: 1988.
- وثيقة الأمم المتحدة تحت عنوان "الجمهور والبيئة"، بتاريخ 19. 05. 1988، تحت رقم: 19.5.8: N.A.

V. قوانين ومراسيم:

1. القانون رقم 90-90، المتضمن قانون الولاية، الجريدة الرسمية، العدد 15، المؤرخة في 90/04/90، المادة رقم 58.
2. المرسوم الرئاسي رقم 93-99 مؤرخ في 93/04/10، يتضمن المصادقة على اتفاقية الأمم المتحدة الاطارية بشأن تغيير المناخ، الموافق عليها من طرف الجمعية العامة للأمم المتحدة في 92/05/09، الجريدة الرسمية العدد 24، مؤرخة في 21 أفريل 1993.
3. قانون البيئة 03-10، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 43، (20 جويلية 2003).

4. القانون رقم 10-11، المتضمن قانون البلدية، الجريدة الرسمية، العدد 37، المؤرخة في 2011/06/22، المادة رقم 21.

VI. المجالات العلمية:

أ. باللغة العربية:

1. أبو زيد، محمود، الاتجاهات البيئية لدى طلاب الصف قبل النهائي في المرحلتين الإعدادية والثانوية في الوطن العربي، برنامج الأمم المتحدة للبيئة، القاهرة، 1997.
2. أبو عامود، محمد سعد، دور الإعلام في معالجة قضايا البيئة، مجلة السياسية الدولية، العدد 110، سنة 1992.
3. بوخبزة، نبيلة، "الاتصال الاجتماعي الصحي الجزائر"، المجلة الجزائرية للاتصال، 16 ديسمبر 1997.
4. البيلالي، قيولا فارس، التربية البيئية ومقوماتها السلوكية، المجلة العربية للعلوم الإنسانية (السعودية)، العدد 04، سنة 1981.
5. الحديدي، منى، الراديو والتلفزيون والتوعية البيئية، مجلة الإعلام العربي والقضايا البيئية، معهد البحوث والدراسات البيئية، القاهرة، 1991.
6. الربيعي، علي، "الإعلام وقضايا البيئة"، مجلة البحوث الإعلامية، مصر، العدد 05، 1993/04/05.
7. رشتي، جيهان، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1987.
8. رضوان، سمير، التلوث الخفي، الكتاب العربي، العدد 48، أبريل 2002.
9. الرفاعي، محمد خليل، أثر وسائل الإعلام في تكوين الوعي البيئي، مجلة المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، العدد 215، يناير، سنة 1997.
10. زيادات، عادل، بلاغة الصورة: بين المقاربة الأدبية، والإعلامية، الإذاعات العربية، مجلة فصلية يصدرها اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد 2، تونس 2003.
11. الشربيني، أحمد، عندما يذوب القطب، ماذا يحدث للأرض؟، مجلة العربي الكويتية، الكويت، العدد 554، جانفي 2005.
12. شهاب، باسم محمد، المشاركة الجماهيرية في حل المشاكل البيئية، مجلة العلوم القانونية والإدارية، جامعة أبو بكر بلقايد، الجزائر، 2003.
13. عبد المجيد، ليلي، دور الإعلام في تنمية الوعي البيئي، مجلة النفط والتعاون العربي، منظمة الأقطار العربية المصدرة للبترول (أوبك)، المجلد 25، العدد 1999، 91.
14. العمري، محمد، الصورة واللغة - مقارنة سيميوطيقية -، مجلة فكر ونقد (المغرب)، العدد 13، 1998.

15. عميروش، بن يونس، معاني الصورة في التراث الإسلامي-تداخل العلامات-، مجلة فكر ونقد(المغرب)، دار النشر المغربية، ع13، 2000.
16. العياضي، نصر الدين، الصورة في وسائل الإعلام العربية: بين البصر والبصيرة، الإذاعات العربية، مجلة فصلية يصدرها اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد 1، تونس 2006.
17. الغامدي، محمد، في الصورة الرمزية، مجلة التربية والبحوث للعلوم التربوية والنفسية والاجتماعية، كلية التربية جامعة الأزهر، العدد 54، سنة 1996.
18. الغريب، سعيد، أثر العوامل الديمغرافية في التفضيلات الإخراجية للقراء: دراسة مسحية على قراءة الصحف المستقلة، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد 04، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، أكتوبر 2000.
19. هاشم محسن، عادل، الوظيفة الاتصالية للصورة الصحفية، مجلة العربية للإعلام والاتصال، السعودية، العدد 202، سنة 2012.
20. الهيتي، هادي نعمان، التلفزيون الدولي وشيوع ثقافة الصورة في ثقافة الشباب العربي، مجلة آفاق عربية، العدد 01، بغداد، سنة 1997.

ب. باللغة الأجنبية:

1. Auman, Ann, **Seeing The Big Picture: The Intergrated Editor of the 1990s**, Newspaper Research Journal , Vol . 16 (1) . Win.1995.
2. Blackwood Roy, **The Content of News photos : Roles portrayed by Men and Women** , Journalism Quarterly , Vol.60 , Winter . 1983.
3. Brown, Raddcliffe, Lazarsfeld, Paul. **Qu'est ce que la sociologie?** collection idées, France, 1971.
4. David, Prabu & Kang, Jagdeep **Pictures , high-imagery news Language and news recall**, Newspaper Research Journal , Vol. 19(3) , Sum. 1998.
5. Fang, Irving, **History of Mass Communication, Six Information Revolutions**, Focal Press, Boston, 1997.
6. J Smith, Edward. and Danna J. Hajash, **Informational Graphics in 30 Daily Newspaper**, Journalism Quarterly , Vol. 65(4) , Fall . 1988 .
7. Jay Gelb, Ignace, I-J, **Pour une théorie de L'écriture**, Flammarion idées et recherches (Paris), Volume 53, Numéro 04 , 1973.
8. Kenney, Keith and Lacy, Stephen, **Economic Forces Behind Newspaper : Increasing Use of Color and Graphics**, Newspaper Research Journal , Vol . 8(3) , Spring . 1987.
9. Klabber, T, Jeseeph, **The Effect of Mass Communication**, Glencoe Illionis The Freepress, 1963.
10. Miller, Susan **The Content of News Photos: Women's and Men's Roles**, Journalism Quarterly, vol. 61 (3), Spring, 1975.

11. Oliver, Pamela, Marwell, Gerald, **Whatever Happened to Critical Mass Theory? A Retrospective and Assessment**, *Social Theory*, Vol.19, No: 03. 2001.
12. W, Parlour, **The Mass Media And The Environmental Issues**, in international journal of environmental studies, Vol 15 , No, 109. 1980.
13. W. Parlour, W. "The Mass Media And The Environmental Issues", in international journal of environmental studies, Vol 15 , No, 109. 1980.
14. Wanta, Wayne, **The Effects of Dominant Photographs: An Agenda – Setting Experiment**, *Journalism Quarterly* , Vol . 65(1), 1988.

VII. أعمال الندوات والملتقيات:

أ. باللغة العربية:

1. زرواطي، فاطمة الزهراء، أهمية الإعلام في دعم قضايا البيئة، مداخلة قدمت في إطار فعاليات الجامعة الصيفية الأولى للصحافيين الجزائريين، حول "الإعلام والبيئة"، الجزائر (ولاية الطارف) 27 جوان 2010.
2. صعب، نجيب، "البيئة في وسائل الإعلام العربية"، الملتقى الإعلامي العربي الأول للبيئة والتنمية المستدامة، القاهرة، 27 - 29 نوفمبر 2006.
3. علاونة، حاتم، ثقافة الصورة في الإعلام والاتصال: مؤتمر فيلادلفيا الدولي الثاني عشر (منشورات جامعة فيلادلفيا، جامعة فيلادلفيا، 2008).
4. اللبان، شريف درويش، تكنولوجيا الطباعة والنشر الإلكتروني، وتطبيقاتها في مجال الصحافة، المؤتمر العلمي الثاني لمركز بحوث ونظم وخدمات المعلومات، جامعة القاهرة، المكتبة الأكاديمية، 2001.

ب. باللغة الأجنبية:

1. Chamming's Louis, **Y'a-t-il une vérité dans l'image ?** Séminaire organisé par l'INA, Alger, Janvier 1994.
2. la planète terre entre nos mains, **conférence des nations unies sur l'environnement de Rio de Janeiro** –juin 1992, la documentation Française, Paris-1994.
3. Louis Chamming's, **Y'a-t-il une vérité dans l'image ?** Séminaire organisé par l'INA, Alger, Janvier 1994.
4. Sublet, Françoise, **Enseigner l'image**, Conférence de CLEMI, 1998.

VIII. القواميس والمعاجم:

أ. باللغة العربية:

1. ابن منظور، لسان العرب، ط1، دار صادر، بيروت، 1990، ج4، المادة "صور".

2. أحمد بن فارس، أبي الحسين، معجم مقاييس اللغة، تحقيق عبد السلام محمد هارون، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، ج3، بيروت، 1979. المادة "صور".
3. عزت، محمد فريد، القاموس الموسوعي للمصطلحات الإعلامية، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2001.
4. مغنية، محمد جواد، مذاهب فلسفية وقاموس مصطلحات، دار ومكتبة الهلال، دار الجواد، بيروت، 2006.
5. يعقوب، إميل وآخرون، قاموس المصطلحات اللغوية والأدبية، ط1، مؤسسة القاهرة للتأليف والترجمة والنشر، بيروت، 1987.

ب. بالغة الأجنبية:

1. Petit Larousse, imprimé en France, Les Presses des imprimeries Herissey reddy et aurey, Mai.

IX. مواقع الانترنت:

أ. باللغة العربية:

1. جائزة بوليتزر: إعلان أسماء الفائزين لعام 2012، <http://www.arabjpg.com>، تاريخ الزيارة: 2014/07/08.
2. جائزة بوليتزر: إعلان أسماء الفائزين لعام 2014، <http://www.arabjpg.com>، تاريخ الزيارة: 2014/07/09.
3. جريدة الشروق اليومي (الجزائرية)، الموسوعة الحرة (ويكيبيديا)، <https://ar.wikipedia.org/wiki:> تاريخ التصفح، 09 فيفري 2017.
4. حسونة، نسرین، نظريات الإعلام والاتصال، شبكة الألوكة، <http://www.alukah.net>، 2015.
5. الخبر (صحيفة)، الموسوعة الحرة (ويكيبيديا)، <https://ar.wikipedia.org/wiki:> تاريخ التصفح، 09 فيفري 2017.
6. شمندی، صفاء، رفع الوعي البيئي لدى المرأة والشباب، <http://www.beatona.net>، 13 سبتمبر 2014.
7. الصحف الجزائرية الأكثر مقروئية على الأنترنت سنة 2014، <http://dir.dzemploi.org/2015/01/journaux-populaires-en-algerie-2014-sur-internet.html>، تاريخ التصفح، 09 فيفري 2017.
8. عايد راضي خنفر، الإعلام البيئي، <http://fspi.ahlamontada.net>، 27 أكتوبر 2011.
9. مصطفى، هويدا، "دور الإعلام في تنمية الوعي البيئي، بالتطبيق على قضية التغيرات المناخية"، www.eaaa.gov.eg/english/.../dr-hoidamostafa.pdf، 13 سبتمبر 2014.
10. موقع وكالة فرانس برس للأنباء على شبكة الإنترنت: <http://www.afp.com>، تاريخ الزيارة: 2014/07/06.
11. النجار، عبد الهادي، مؤشر الأداء البيئي لـ 2016: معايير محدودة ونتائج تشير التساؤلات، الموقع الإلكتروني: <http://www.alwasatnews.com>، تاريخ التصفح، 17 مارس 2017.

12. النهار الجديد (جريدة جزائرية)، الموسوعة الحرة (ويكيبيديا) ، <https://ar.wikipedia.org/wiki/> تاريخ التصفح، 09 فيفري 2017.
13. وسائل الإعلام بين النظرية والتطبيق، <http://www.startimes.com/>، تاريخ التصفح: 2014/08/24.
14. الوطن (جريدة جزائرية)، الموسوعة الحرة (ويكيبيديا) ، <https://ar.wikipedia.org/wiki/> تاريخ التصفح، 09 فيفري 2017.

ب. باللغة الأجنبية:

1. Canadian Association of Journalists , " **Ethics Guidelines : Approved at 2002 Annual General Meeting:** www.caj.ca/principles/principles-statement-2002.htm، تاريخ الزيارة: 2014/07/10
2. Liberté (Algérie), **l'encyclopédie** **wikipédia** **libre**, <https://fr.wikipedia.org/wiki/Liberté> . voir: 09Février 2017
3. Young, Andy, **Shooting Wars** **available** <http://www.newyorker.com/online/content/onlineonly>, 22/12/2005.

X. المقابلات العلمية:

1. مقابلة مع السيد: مكندي، مجيد، صحفي جريدة (EL Watan)، يوم 28 جانفي 2017، على الساعة 13:10، بمقر الجريدة، دار الصحافة: الطاهر جاووت، ساحة أول ماي، الجزائر العاصمة.
2. مقابلة مع السيد: ولد بوسيافة، رشيد (رئيس التحرير المكلف بالمتابعة) بجريدة الشروق اليومي، يوم 28 جانفي 2017، على الساعة 11:30، بمقر الجريدة، بلدية القبة، الجزائر العاصمة.

الفهارس العامة

فهرس الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	ترتيب الجرائد الجزائرية الأكثر مقروئية لسنة 2013	13
02	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس	177
03	توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن	178
04	توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي	179
05	آراء المبحوثين حول وضع البيئة في الجزائر	181
06	آراء المبحوثين حول وجود اهتمام بالبيئة في الجزائر	182
07	توزيع إجابات عينة الدراسة حسب رؤيتهم لضرورة حماية البيئة	184
08	آراء المبحوثين حول الجهة الأكثر مسؤولية في التوعية البيئية	185
09	مؤشرا الأداء البيئي للدول العربية لسنة 2016	188
10	آراء المبحوثين حول طبيعة دورهم اتجاه البيئة	190
11	ترتيب المبحوثين لأخطر المشكلات البيئية بمدينة الجزائر العاصمة	192
12	أسباب تفاقم مشكلة التلوث البيئي في مدينة الجزائر (العاصمة)	195
13	مدى استعداد المبحوثين لحماية البيئة	197
14	وضع البيئة في الجزائر حسب متغير الجنس	199
15	وضع البيئة في الجزائر حسب متغير المستوى التعليمي	199
16	وضع البيئة في الجزائر حسب متغير السن	200
17	وجود اهتمام بالبيئة في الجزائر حسب متغير الجنس	202
18	وجود اهتمام بالبيئة في الجزائر حسب متغير المستوى التعليمي	202
19	آراء المبحوثين حول طبيعة دورهم اتجاه البيئة، حسب متغير الجنس	203
20	آراء المبحوثين حول طبيعة دورهم اتجاه البيئة، حسب متغير المستوى التعليمي	204
21	آراء المبحوثين حول طبيعة دورهم اتجاه البيئة، حسب متغير السن	205
22	أسباب تفاقم مشكلة التلوث البيئي في مدينة الجزائر حسب متغير الجنس	207
23	أسباب تفاقم مشكلة التلوث البيئي في مدينة الجزائر حسب متغير السن	209
24	يبيين مدى استعداد المبحوثين لحماية البيئة، حسب متغير الجنس	211
25	مدى استعداد المبحوثين لحماية البيئة، حسب متغير المستوى التعليمي	212
26	مدى استعداد المبحوثين لحماية البيئة، حسب متغير السن	213

214	تقاطع رأي المبحوثين حول وجود اهتمام بالبيئة في الجزائر، مع استعدادهم لحماية البيئة	27
215	تقاطع رأي المبحوثين حول وضع البيئة في الجزائر، مع دورهم اتجاه البيئة	28
220	ترتيب المبحوثين لمصادر المعلومات البيئية	29
224	مدة مطالعة المبحوثين للجرائد الجزائرية	30
225	نسبة مواظبة المبحوثين على مطالعة صحف عينة الدراسة	31
227	مدى مساهمة وسائل الإعلام في التوعية والتحسيس البيئي في المجتمع	32
233	أسباب انجذاب المبحوثين نحو مطالعة الصحف الجزائرية	33
235	رأي المبحوثين حول توظيف الجرائد الجزائرية للصور الصحفية	34
236	يوضح اهتمام المبحوثين عند مطالعتهم للجريدة	35
238	طبيعة عرض الصور البيئية في الصحف العينة	36
239	ترتيب أنواع الصور الصحفية حسب اهتمام المبحوثين	37
241	مطالعة المبحوثين للجرائد الجزائرية، حسب متغير الجنس	38
242	مطالعة المبحوثين للجرائد الجزائرية، حسب متغير السن	39
244	مطالعة المبحوثين للجرائد الجزائرية، حسب متغير المستوى التعليمي	40
246	مواظبة المبحوثين على مطالعة الصحف العينة، حسب متغير الجنس	41
247	أسباب انجذاب المبحوثين نحو مطالعة الصحف الجزائرية. حسب متغير الجنس	42
248	ترتيب اهتمام المبحوثين عند مطالعتهم للجريدة، حسب متغير المستوى التعليمي.	43
249	ترتيب الصور الصحفية حسب متغير الجنس	44
251	ترتيب الصور الصحفية حسب متغير السن	45
252	ترتيب الصور الصحفية حسب متغير المستوى التعليمي	46
257	نوع الصور البيئية المعتمدة في الجرائد الجزائرية	47
258	تقييم المبحوثين لطبيعة عرض الصور البيئية في الجرائد الجزائرية	48
260	الصور البيئية في الصحف الجزائرية، مقارنة بالصور الصحفية الأخرى	49
261	قدرة الصور البيئية على إلمام المبحوثين بالمعلومات البيئية	50
262	رأي المبحوثين حول تعبير الصور البيئية عن الواقع البيئي في الجزائر	51
264	تقاطع نسبة توظيف الصور البيئية في الصحف الجزائرية، مع طبيعة عرضها في الصحيفة	52
265	قدرة الصور البيئية بإلمام المبحوثين بمعلومات بيئية حسب متغير الجنس	53

267	قدرة الصور البيئية بإلمام المبحوثين بمعلومات بيئية حسب متغير السن	54
270	قدرة الصور البيئية بإلمام المبحوثين بمعلومات بيئية حسب المستوى التعليمي.	55
271	تعبير الصور البيئية في الصحف الجزائرية عن الواقع البيئي في الجزائر، حسب متغير الجنس	56
272	تعبير الصور البيئية في الصحف الجزائرية عن الواقع البيئي في الجزائر، حسب متغير المستوى التعليمي	57
273	تعبير الصور البيئية في الصحف الجزائرية عن الواقع البيئي في الجزائر، حسب متغير السن	58
274	تقاطع تعبير الصور البيئية عن الواقع البيئي في الجزائر، مع نسبة توظيف الصور البيئية في الصحف الجزائرية	59
278	دور الصور البيئية في الصحف الجزائرية، في نشر الوعي البيئي في أوساط المجتمع الجزائري	60
280	تعرض المبحوثين للصور البيئية في الصحف الجزائرية والاهتمام بالبيئة والمحافظة عليها	61
281	يوضح رأي المبحوثين حول تأثير الصور البيئية في اتجاهات المواطنين نحو البيئة	62
283	تأثير الصور البيئية في سلوك المبحوثين اتجاه البيئة	63
285	آراء المبحوثين حول السلوك الأكثر انعكاسا من قبل الصور البيئية	64
287	دور الصور البيئية في نشر الوعي البيئي في أوساط المجتمع الجزائري، حسب متغير الجنس	65
288	دور الصورة البيئية في نشر الوعي البيئي حسب متغير السن	66
290	دور الصورة البيئية في نشر الوعي البيئي حسب متغير المستوى التعليمي	67
291	تقاطع دور الصور البيئية في نشر الوعي البيئي في المجتمع، مع مدة مطالعة المبحوثين للجرائد الجزائرية	68
292	تقاطع دور الصور البيئية في نشر الوعي البيئي في المجتمع، مع اختيار المبحوثين للصحف اليومية كمصدر رئيس لمعلوماتهم البيئية	69
293	تقاطع دور الصور الصحفية البيئية في نشر الوعي البيئي في المجتمع، مع اختيار المبحوثين الصورة فقط كمجال للاهتمام عند مطالعة الجرائد	70
294	تقاطع دور الصور البيئية في نشر الوعي البيئي في المجتمع، مع نسبة توظيف الصور البيئية في الصحف الجزائرية	71

295	تعرض المبحوثين للصور البيئية في الصحف الجزائرية والاهتمام بالبيئة، حسب متغير الجنس	72
296	تعرض المبحوثين للصور البيئية في الصحف الجزائرية والاهتمام بالبيئة، حسب متغير السن	73
297	تعرض المبحوثين للصور البيئية في الصحف الجزائرية والاهتمام بالبيئة، حسب متغير المستوى التعليمي	74
299	تقاطع تعرض المبحوثين للصور البيئية في الصحف الجزائرية والاهتمام بالبيئة، مع مدة مطالعة الجرائد الجزائرية	75
299	تقاطع تعرض المبحوثين للصور البيئية في الصحف الجزائرية والاهتمام بالبيئة، مع نسبة توظيف الصور البيئية في الصحف الجزائرية	76
300	تقاطع تعرض المبحوثين للصور البيئية في الصحف الجزائرية والاهتمام بالبيئة، مع اختيارهم للصحف اليومية كمصدر رئيس لمعلوماتهم البيئية	77
301	تقاطع تعرض المبحوثين للصور البيئية في الصحف الجزائرية والاهتمام بالبيئة، مع اختيار الصورة فقط كمجال للاهتمام عند مطالعة الجرائد	78
302	يوضح رأي المبحوثين حول تأثير الصور البيئية في اتجاهات المواطنين نحو البيئة حسب متغير الجنس	79
303	تأثير الصور البيئية في سلوك المبحوثين اتجاه البيئة، حسب متغير الجنس	80
305	تأثير الصور البيئية في الصحف الجزائرية في سلوك المبحوثين اتجاه البيئة، حسب متغير السن	81
307	تأثير الصور البيئية في الصحف الجزائرية في سلوك المبحوثين اتجاه البيئة، حسب متغير المستوى التعليمي	82
308	تقاطع تأثير الصور البيئية في سلوك المبحوثين اتجاه البيئة، مع اختيار المبحوثين الصورة فقط كمجال للاهتمام عند مطالعة الجرائد	83
309	تقاطع تأثير الصور البيئية في سلوك المبحوثين اتجاه البيئة، مع اختيار الصحف اليومية كمصدر للمعلومات البيئية	84
310	تقاطع تأثير الصور البيئية في سلوك المبحوثين اتجاه البيئة مع نسبة توظيف الصور البيئية في الصحف الجزائرية	85
311	السلوك الأكثر انعكاسا من قبل الصور البيئية، حسب متغير الجنس	86
313	السلوك الأكثر انعكاسا من قبل الصور البيئية، حسب متغير المستوى التعليمي	87

315	السلوك الأكثر انعكاسا من قبل الصور البيئية، حسب متغير السن	88
318	تقاطع انعكاس الصور البيئية على سلوكيات المبحوثين، مع اختيارهم الصحف اليومية كمصدر للمعلومات البيئية، والاهتمام بالصورة فقط عند مطالعة الجرائد.	89

فهرس الأشكال البيانية والرسومات

الصفحة	عنوان الشكل/الرسم	رقم الجدول
58	فكرة الغرفة المظلمة لابن الهيثم	01
177	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس	01
178	توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن	03
180	توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي	04
184	ترتيب إجابات المبحوثين حسب رؤيتهم لضرورة حماية البيئة	05
190	ترتيب المبحوثين للجهة الأكثر مسؤولية عن التوعية البيئية	06
192	ترتيب آراء المبحوثين حول تورهم اتجاه البيئة	07
195	ترتيب المبحوثين لأخطر المشكلات البيئية بمدينة الجزائر العاصمة	08
197	ترتيب المبحوثين لأسباب تفاقم مشكلة التلوث البيئي في مدينة الجزائر (العاصمة)	09
198	يوضح استعداد المبحوثين لحماية البيئة	10
221	ترتيب المبحوثين لمصادر المعلومات البيئية	11
225	مدة مطالعة المبحوثين للجرائد الجزائرية	12
227	نسبة مواظبة المبحوثين على مطالعة الصحف عينة الدراسة	13
232	رأي المبحوثين حول دور وسائل الإعلام في التوعية والتحسيس البيئي	14
234	أسباب انجذاب المبحوثين نحو مطالعة الصحف الجزائرية	15
236	رأي المبحوثين حول توظيف الجرائد الجزائرية للصور الصحفية	16
237	ترتيب اهتمام المبحوثين عند مطالعتهم للجريدة	17
241	ترتيب أنواع الصور الصحفية حسب اهتمام المبحوثين	18
263	رأي المبحوثين حول تعبير الصور البيئية عن الواقع البيئي في الجزائر	19

20	نسبة الصور البيئية في الصحف الجزائرية، مع طبيعة عرضها في الصحيفة	265
21	يبين دور الصور البيئية في نشر الوعي البيئي في أوساط المجتمع الجزائري	279
22	يوضح تأثير الصور البيئية في سلوك المبحوثين اتجاه البيئة	284
23	يبين ترتيب انعكاس الصور البيئية على سلوكيات المبحوثين	287

فهرس الصور

رقم الجدول	عنوان الصورة	الصفحة
01	رسوم الإنسان البدائي على الصخور	50
02	أول صورة فوتوغرافية التقطها "جوزيف نيبسي" عام 1826	54
03	صورة التقطها فوكس تالبوت عام 1853	54
04	الطريقة السالبة والموجبة في التصوير	54
05	تبين أول صورة التقطها لويس داجير أواخر عام 1838	55
06	صور بيئية التقطت من قبل المصور الصحفي البيئي	84
07	صور فوتوغرافية خبرية	85
08	صورة فوتوغرافية موضوعية	86
09	صورة فوتوغرافية شخصية	87
10	صور جمالية في الصحف	87
11	صور إعلانية في الصحف	88
12	رسوم كاريكاتورية بيئي ساخر	89
13	صورة شخصية يدوية في الصحيفة	90
14	صورة توضيحية في الصحيفة	91
15	صورة تعبيرية في الصحيفة	92
16	أول كارتون سياسي في الصحف الأمريكية	96
17	إحدى الصور الكاريكاتورية للرسام أوسكار تشيزاري المناهضة للحرب	97
18	الصورة الأكثر شهرة والأكثر ديمومة، من الحرب العالمية الأولى	97
19	صورة طفلة فيتنامية تجرى عارية في شوارع فيتنام	98
20	صورة مقتل الطفل محمد الدرة في حزن أبيه	99
21	تارانا أكبري، 12 سنة، تصرخ من الخوف بعد تفجير انتحاري استهدف جموعاً في مزار أبو الفضل في كابل.	100

100	حادثة القتل الجماعي في المركز التجاري "وستغيت" بمدينة نيروبي الكينية	22
100	تفجيراً ماراتون مدينة بوسطن الأمريكية	23
101	استخدام الصور الصحفية في المجال الرياضي	24
103	استخدام الصورة الصحفية في المجال البيئي	25
108	صورة صحفية أدخلت فيه التعديلات الرقمية	26
108	صور صحفية بيئية أدخلت فيها التعديلات الرقمية	27

فهرس المحتويات

أ.....	كلمة شكرًا وعرفان
ب.....	كلمة شكر
ج.....	الإهداء
د.....	خطة الدراسة
01.....	المقدمة

القسم الأول: الإطار المنهجي للدراسة

06.....	- الإشكالية
07.....	- تساؤلات الدراسة
08.....	- أهداف الدراسة
08.....	- أهمية الدراسة
09.....	- أسباب اختيار الموضوع
09.....	- منهج الدراسة وأداته
10.....	- أدوات جميع البيانات
12.....	- عينة الدراسة
13.....	- حدود الدراسة
14.....	- تحديد المفاهيم والمصطلحات
23.....	- الدراسات السابقة
40.....	- حدود الاستفادة من الدراسات السابقة

القسم الثاني: الإطار النظري للدراسة

41.....	الفصل الأول: الصورة: النشأة والمفهوم
42.....	تمهيد
43.....	المبحث الأول: تعريف الصورة
43.....	- المطلب الأول: مفهوم الصورة: لغة
45.....	- المطلب الثاني: مفهوم الصورة: اصطلاحاً
48.....	- المطلب الثالث: أبعاد الصورة

I. الصورة تتكون من جملة اللغات المتفاعلة.....	48
II. علاقة الصورة بالواقع.....	48
III. إنتاج المعنى.....	48
المبحث الثاني: نشأة الصورة وتطورها.....	49
- المطلب الأول: تاريخ الصورة والتصوير.....	49
- المطلب الثاني: الصورة والعرب.....	58
- المطلب الثالث: الصورة والدين.....	60
المبحث الثالث: أهمية الصورة وخصائصها.....	66
- المطلب الأول: أهمية الصورة.....	66
- المطلب الثاني: خصائص الصورة.....	68
I. الصورة عالمية.....	68
II. غنية بالمعلومات.....	68
III. الفورية وسرعة القراءة.....	68
IV. الصورة تتصف بالشمولية.....	68
V. تخترق حدود الزمان والمكان.....	68
VI. متعددة القراءات.....	68
VII. الصورة كانت ولا تزال لها قدرات في خدمة الأديان ونشرها.....	68
VIII. الصورة خدمت السحر.....	68
IX. الصور قد تحتاج إلى نص توضيحي.....	68
X. الصورة قد تغير الحقيقة.....	69
XI. الصورة قد تشير إلى معنى أبعد مما تتضمنه.....	69
XII. بإمكان الصورة تمثيل أشياء.....	69
XIII. الصورة تشبه أو تقترب من الموضوع.....	69
- المطلب الثالث: وظائف الصورة.....	69
I. الوظيفة الإعلامية:.....	69
II. الوظيفة الإخبارية:.....	70
III. الوظيفة الترفيهية والتعليمية والجمالية للصورة:.....	70

المبحث الرابع: أنواع الصورة:	71
- المطلب الأول: الصورة البصرية والصورة الذهنية	71
- المطلب الثاني: الصور المتحركة، والصورة الثابتة، والصورة التشكيلية	72
- المطلب الثالث: صور الخيال، وصور الواقع الافتراضي	72
- المطلب الرابع: الصورة الرقمية، والصورة الفوتوغرافية	73
الفصل الثاني: الصورة الصحفية: النشأة والمفهوم	74
تمهيد	75
المبحث الأول: الصورة الصحفية والتصوير الصحفي	76
- المطلب الأول: مفهوم الصورة الصحفية	76
- المطلب الثاني: أهمية الصورة الصحفية وخصائصها	77
I. أهمية الصورة الصحفية	77
II. خصائص الصورة الصحفية	79
1. من جانب المضمون	79
2. من جانب الشكل	80
أ. الحجم المناسب	80
ب. الهدف	80
ج. الوضوح	80
د. التنوع	80
3. سلبيات الصورة الصحفية	80
- المطلب الثالث: التصوير الصحفي وخصائصه	82
I. مفهوم التصوير الصحفي	82
II. خصائص التصوير الصحفي	82
III. المصور الصحفي وسماته	83
1. المصور الصحفي	83
2. سمات المصور الصحفي	83
IV. المصور الصحفي البيئي	84
المبحث الثاني: الصورة الصحفية: أنواعها، وظائفها ومجالات استخداماتها	85

85.....	- المطلب الأول: أنواع الصورة الصحفية
85.....	I. الصور الفوتوغرافية (الظلية)
85.....	➤ أنواع الصور الفوتوغرافية (الظلية)
85.....	1. الصورة الخبرية
86.....	2. الصورة الموضوعية
86.....	3. الصورة الشخصية
87.....	4. الصور الفنية والجمالية
88.....	5. الصور الإعلانية (الدعائية)
88.....	6. صور التحقيق الصحفي
88.....	II. الصور الخطية (الرسوم اليدوية)
89.....	➤ أنواع الصور الخطية
89.....	1. الرسوم الساخرة
90.....	2. الصور الشخصية اليدوية
90.....	3. الصور التوضيحية
91.....	4. الرسوم التعبيرية
92.....	- المطلب الثاني: وظائف الصورة الصحفية
92.....	I. وظيفة إخبارية وإضفاء مصداقية للحدث
93.....	II. قدرة على التأثير وتثبيت المعلومات
93.....	III. وظيفة سيكولوجية، وجمالية، وبصرية
94.....	IV. الوظيفة الاتصالية
94.....	V. الوظيفة التبيوغرافية والإخراجية
95.....	- المطلب الثالث: مجالات استخدام الصورة الصحفية
95.....	I. استخدام الصورة الصحفية في تغطية الحروب
100.....	II. استخدام الصورة الصحفية في المجال الاجتماعي
101.....	III. استخدام الصورة الصحفية في المجال الرياضي
102.....	IV. استخدام الصورة الصحفية في المجال البيئي

المبحث الثالث: الصورة الصحفية وتأثيرات النظم الرقمية.....	103
- المطلب الأول: أنواع المعالجة الرقمية للصورة الصحفية.....	104
I. عملية الفوتومونتاغ Photomontage.....	104
II. عملية الاقتطاع من أجزاء الصورة Recadrage.....	104
III. التعطيم أو تفتيح بعض مناطق الصورة.....	104
IV. اصطناع الأحداث المصورة re-enactments.....	105
- المطلب الثاني: تأثيرات المعالجة الرقمية للصورة الصحفية.....	105
- المطلب الثالث: تأثير الصورة الصحفية على العمليات الإدراكية للقراء.....	109
الفصل الثالث: تأثير وسائل الإعلام.....	110
تمهيد.....	111
المبحث الأول: مجالات تأثير وسائل الإعلام.....	111
- المطلب الأول: أثر وسائل الإعلام على المعرفة والإدراك والفهم.....	112
- المطلب الثاني: أثر وسائل الإعلام على الاتجاهات والقيم.....	113
- المطلب الثالث: أثر وسائل الإعلام على تغيير السلوك.....	114
المبحث الثاني: نظريات تأثير وسائل الإعلام والاتصال.....	115
I. مفهوم نظريات التأثير.....	116
II. عوامل ظهور نظريات التأثير.....	117
1. ظهور الدراسات الإعلامية الحديثة.....	117
2. الحاجة السياسية والاجتماعية.....	117
3. حادثة أولسن والس Olsen Wallace.....	117
4. تحول الدراسات الاتصالية والإعلامية.....	117
5. دراسة وسائل الاتصال الجماهيرية كمتغير مستقل.....	117
6. العامل العلمي والأكاديمي.....	117
III. التطور التاريخي لنظريات تأثير وسائل الإعلام.....	117
1. الجيل الأول.....	117
2. الجيل الثاني.....	118
3. الجيل الثالث.....	118

المطلب الأول: نظريات التأثير المباشر(1927).....	119
❖ أهم الأفكار التي قامت عليها هذه نظرية التأثير المباشر.....	119
المطلب الثاني: نظريات التأثير الانتقائي: (التأثير المحدود).....	120
I. نظرية الاختلافات الفردية: Individual Differences Theory.....	121
II. نظرية الفئات الاجتماعية: Théories des Catégories sociales.....	122
III. نظرية العلاقات الاجتماعية: Théorie des relations sociales.....	123
1. التعرض الانتقائيExposition sélective.....	123
2. التصور والتفسير الانتقائي Visualisation et interprétation sélective.....	124
3. التذكر الانتقائيRétention sélective.....	124
4. الاهتمام الانتقائيAttention sélective.....	124
5. الإدراك الانتقائيPerception sélective.....	124
6. التصرف الانتقائيDisposition sélective.....	124
المطلب الثالث: نظريات التأثير غير المباشر.....	124
I. نظرية الاستخدامات الإشباعات Uses and Gratification.....	125
❖ عناصر نظرية الاستخدامات الإشباعات.....	126
1. افتراض الجمهور النشط.....	126
(1) الانتقاء.....	126
(2) الاستغراق.....	126
(3) الإيجابية.....	126
2. الأصول النفسية والاجتماعية لمستخدمي وسائل الإعلام.....	126
3. دوافع استخدام الجمهور لوسائل الإعلام.....	126
(1) الدوافع الوظيفية (النفعية).....	127
(2) الدوافع الطقوسية.....	127
4. توقعات الجمهور من وسائل الإعلام.....	127
5. استخدام الجمهور لوسائل الإعلام.....	127
6. إشباعات الجمهور من وسائل الإعلام.....	128
(1) إشباعات المحتوى.....	128

128.....	(2) إشباعات العملية.....
128.....	II. نظرية النموذج Modeling Theory.....
129.....	III. نظرية تحديد الأولويات: Agenda-Setting Theory.....
130.....	❖ استراتيجيات نظرية وضع الأجندة.....
131.....	1. الإستراتيجية الأولى.....
131.....	2. الإستراتيجية الثانية.....
131.....	❖ وظائف نظرية وضع الأجندة.....
131.....	❖ العوامل المؤثرة في وضع الأجندة.....
132.....	1. طبيعة القضايا.....
132.....	2. أهمية القضايا.....
132.....	3. الخصائص الديموجرافية.....
132.....	4. الاتصال الشخصي.....
132.....	5. القائم بالاتصال.....
132.....	6. اختلاف قدرة وسائل الإعلام في وضع الأجندة.....
133.....	IV. نظرية الاعتماد على وسائل الاتصال (نظرية التبعية):.....
133.....	1. مجالات تأثير نظرية الاعتماد.....
133.....	(1) التأثيرات المعرفية: Cognitive Effects.....
133.....	(2) التأثيرات الوجدانية: Affective Effects.....
134.....	(3) التأثيرات السلوكية: Behavioral Effects.....
134.....	2. فرضيات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.....
134.....	المبحث الثالث: أثر الصورة الصحفية كوسيلة اتصال.....
135.....	- المطلب الأول: خصائص الصورة الصحفية بصفاتها وسيلة اتصال.....
135.....	I. الدور الاتصالي الثنائي.....
135.....	II. القدم بقدم عهد الإنسان.....
136.....	III. عالمية المعرفة.....
136.....	IV. عمومية المعرفة.....
136.....	V. المقدرة على تحقيق الرابطة الإنسانية.....

المطلب الثاني: خصائص الصورة الصحفية بصفاتها وسيلة اتصال متميزة.....	137
المطلب الثالث: خصائص الصورة الصحفية من زاوية الإخراج الصحفي وصلته بالعملية الاتصالية.....	138
الفصل الرابع: الإعلام البيئي ودوره في التوعية البيئية.....	140
تمهيد.....	141
المبحث الأول: مفهوم الإعلام البيئي.....	142
المطلب الأول: تعريف الإعلام البيئي.....	142
المطلب الثاني: أهداف الإعلام البيئي.....	143
1. تيسير المعرفة البيئية وكشف الحقائق المتصلة بالمشكلات البيئية.....	144
2. تكوين المواقف والقيم (البعد المهاري).....	144
3. المشاركة (البعد الانفعالي).....	144
4. تعميق مفهوم الأمن البيئي.....	144
5. تعزيز الوعي.....	144
6. إتاحة الفرص لكل فرد لاكتساب المعرفة والقيم.....	144
7. دفع الجمهور إلى الانخراط في عملية التخطيط واتخاذ القرار.....	144
8. خلق أنماط جديدة من السلوك تجاه البيئة.....	144
المطلب الثالث: مقومات نجاح الإعلام البيئي.....	145
المبحث الثاني: الإعلام وقضايا البيئة.....	146
المطلب الأول: أساليب المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة.....	147
المطلب الثاني: النتائج المترتبة عن المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة.....	148
المطلب الثالث: أهم القضايا البيئية التي تعالجها وسائل الإعلام.....	203
المطلب الرابع: محددات المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة.....	149
I. المحددات السياسية.....	149
II. المحددات الاقتصادية.....	151
III. المحددات الإعلامية.....	152
❖ مقترحات وحلول للارتقاء بالإعلام البيئي.....	154
IV. المحددات المتعلقة بالفكر البيئي.....	155

المبحث الثالث: دور الإعلام في نشر الوعي البيئي.....	156
- المطلب الأول: وظائف وسائل الإعلام.....	158
I. الإعلام.....	158
II. التفسير والتحليل.....	158
III. التنقيف والتعليم.....	158
IV. إحداث الدوافع وتعزيزها.....	158
V. التنشئة الاجتماعية.....	158
VI. الإقناع.....	158
VII. الإرشاد والتوجيه.....	158
VIII. الإعلان.....	159
- المطلب الثاني: وسائل الإعلام البيئي ودورها في التوعية البيئية.....	159
I. التلفزيون.....	159
II. الإذاعة.....	160
III. الصحافة المكتوبة(الصحافة البيئية).....	161
❖ مزايا اهتمام الصحف والمجلات بالإعلام البيئي.....	162
❖ معالجة مواضيع البيئة في الصحف اليومية.....	163
❖ الصحافة الجزائرية وشؤون البيئة.....	163
IV. المجالات العلمية.....	164
V. الاتصال الشخصي.....	165
- المطلب الثالث: الحق في الإعلام البيئي في الجزائر.....	165

القسم الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الخامس: أثر الصورة البيئية في تشكيل الوعي البيئي لدى جمهور الصحافة المكتوبة بمدينة الجزائر العاصمة.....	168
تمهيد:.....	169
المبحث الأول: نبذة فنية عن الجرائد الدراسة.....	171
- المطلب الأول: جريدة الشروق اليومي.....	171

172.....	-	المطلب الثاني: جريدة الخبر اليومي
174.....	-	المطلب الثالث: جريدة النهار الجديد
175.....	-	المطلب الرابع: جريدة الوطن: El Watan
176.....	-	المطلب الخامس: جريدة ليبرتي: Liberté
177.....	-	المبحث الثاني: تحليل معطيات الدراسة الميدانية
177.....	-	المطلب الأول: تحليل البيانات الشخصية للمبحوثين
181.....	-	المطلب الثاني: تحليل بيانات المحور الأول: علاقة المواطن بالبيئة
217.....	-	الاستنتاجات الجزئية للمحور الأول
220.....	-	المطلب الثالث: تحليل بيانات المحور الثاني: الصورة البيئية في الصحف الجزائرية
254.....	-	الاستنتاجات الجزئية للمحور الثاني
257.....	-	المطلب الرابع: تحليل بيانات المحور الثالث: تقييم المبحوثين للصورة الصحفية البيئية
276.....	-	الاستنتاجات الجزئية للمحور الثالث
278.....	-	المطلب الخامس تحليل بيانات المحور الرابع: دور الصورة البيئية في تشكيل الوعي البيئي
328.....	-	الاستنتاجات الجزئية للمحور الرابع
325.....	-	المبحث الثالث: الاستنتاجات العامة
328.....	-	خاتمة
أ.....	-	قائمة المراجع
01.....	-	فهرس الجداول
05.....	-	الأشكال البيانية والرسومات
06.....	-	فهرس الصور
08.....	-	فهرس المحتويات
I.....	-	الملاحق

الملاحق

جامعة الجزائر 03

كلية علوم الإعلام والاتصال

قسم الاتصال

استمارة استبيان

في إطار إنجاز أطروحة دكتوراه، تخصص علوم الإعلام والاتصال، حول " أثر الصورة الصحفية في تشكيل الوعي البيئي في المجتمع الجزائري، (دراسة استطلاعية على عينة من جمهور الصحافة المكتوبة بمدينة الجزائر العاصمة) "

يشرفني أن أضع بين أيديكم هذه الاستمارة، راجيا الإجابة عن الأسئلة بكل صراحة وموضوعية. علما أن البيانات التي ستدلون بها، سوف لن تستخدم إلا لأغراض الدراسة والبحث العلمي.

الرجاء وضع علامة [X] في الخانة المحددة لذلك.

❖ نغني بالصورة الصحفية البيئية في الاستمارة: الصورة التي تنشر في الجرائد الجزائرية، وتعبّر عن قضايا البيئة ومشكلاتها.

ملاحظة: يمكنكم اختيار أكثر من إجابة واحدة.

إعداد الطالب: تحت إشراف:

بكير قشار أ.د. نبيلة بوخيزة

2016 _ 2015

I. المحور الأول: علاقة المواطن بالبيئة:

1. كيف تصف وضع البيئة في الجزائر؟ في تحسن ☐ جيد ☐ في تدهور ☐ سيئ ☐

2. هل ترى بأن هناك اهتمام بالبيئة في الجزائر: نعم ☐ لا ☐ لا أدري ☐

- علّل إجابة في كل حالة:

.....

3. هل ترى بأن حماية البيئة أمر: ضروري ☐ ضروري جدا ☐ غير ضروري ☐

- إذا كان جوابك ب(ضروري جدا)، فهل يعود ذلك إلى:

أن زوال البيئة يعني موت الإنسان ☐ وجود انتهاكات عديدة بالبيئة ☐

كثرة مظاهر التلوث البيئي ☐ الحفاظ على البيئة يعني سلامة الإنسان ☐

البيئة هي المحيط الذي يعيش فيه الإنسان، ويحصل منه على مقومات حياته ☐

أخرى (أذكرها):

4. أي من هؤلاء لهم دور في التوعية البيئية (يرجى ترتيبهم حسب الأهمية):

الفاعل	الرتبة
الفرد	
الأسرة	
المدرسة	
وسائل الإعلام	
الجمعيات البيئية	
المسجد	

أخرى (أذكرها):

5. كيف ترى دورك اتجاه البيئة؟: ☐ حمايتها والمحافظة عليها ☐ توعية الناس بالاهتمام بها ☐

☐ الانخراط في الجمعيات البيئية ☐ إبلاغ المسؤولين عن كل تلوث بيئي ☐ لا يوجد لي دور اتجاهها ☐

أخرى (حدّدها):

6. أي مشكلة بيئية تراها الأخطر في مدينة الجزائر (العاصمة): (رتبها حسب الخطورة، رقم 1 للمشكلة التي تراها الأخطر في المرتبة الأولى، ورقم 2 للمشكلة التي تأتي في المرتبة الثانية، وهكذا...)

المشكلة الأخطر خطورة	الرتبة
تلوث المياه	
تلوث الهواء	
تلوث التربة	
انتشار النفايات	
الصّرف الصحي	
المخلفات التي تفرزها المنشآت الصناعية	
تلوث البحار والشواطئ	

7. حسب رأيك ما هي أسباب تفاقم مشكلة التلوث البيئي في مدينة الجزائر (العاصمة)؟

- النمو السكاني ☐

- تزايد وسائل النقل ☐

- الانتشار العشوائي للمصانع والمناطق الصناعية ☐

- ضعف الوعي البيئي ☐

- غياب الحس المدني ☐

- عدم كفاءة برامج التوعية البيئية ☐

- عدم الالتزام بالتشريعات والقوانين البيئية ☐

- ضعف مؤسسات حماية البيئة ☐
- غياب دور السلطة الوصية ☐
- غياب خطة إستراتيجية واضحة لحماية البيئة ومكافحة التلوث ☐
- ضعف الإنفاق الحكومي على البيئة ☐

.....أخرى(أذكرها):

8. هل أنت على استعداد لحماية البيئة: نعم ☐ لا ☐

- إذا كان جوابك ب(نعم): فهل يكون ذلك ب:

- المشاركة في حملات التوعية البيئية؟ ☐
- الالتزام بالتشريعات البيئية؟ ☐
- المشاركة في الأعمال التطوعية للجمعيات لحماية البيئة؟ ☐
- دفع تبرعات لصندوق محلي أو وطني لحماية البيئة؟ ☐
- دفع ضرائب أو رسوم إضافية مخصصة لحماية البيئة؟ ☐

.....أخرى(أذكرها):

II. المحور الثاني: الصورة البيئية في الصحف الجزائرية:

9. ماهو المصدر الرئيسي لمعلوماتك حول البيئة؟ الصحف اليومية ☐ التلفزيون ☐ المجالات

المتخصصة ☐ الأنترنت ☐ الإذاعة ☐ الكتب ☐ المحاضرات ☐

.....أخرى(أذكرها):

- إذا كان جوابك ب(الصحف اليومية): فهل يعود ذلك إلى:

- كثرة المواضيع البيئية التي تتطرق إليها ☐
- تتم بكل القضايا البيئية في المجتمع ☐
- تمس الواقع البيئي في الجزائر ☐
- تقدم معلومات وحقائق وأراء حول البيئة ومشكلاتها ☐

.....أخرى(حددها):

10. هل تطالع الجرائد الجزائرية؟: يوميا ☐ مرة في الأسبوع ☐ مرة في الشهر ☐ غير منتظمة ☐

11. الصحف الجزائرية التي تواظب على مطالعتها: جريدة الشروق اليومي ☐ جريدة الخبر ☐ جريدة النهار

الجديد ☐ جريدة (EL Watan) ☐ جريدة (LIBERTE) ☐

.....أخرى(أذكرها):

12. هل ترى بأن وسائل الإعلام تلعب دورا في التوعية والتحسيس بأهمية البيئة في المجتمع؟

نعم ☐ لا ☐ لا أدري ☐

- إذا كان جوابك ب(نعم): فهل نسبة ذلك: كبيرة ☐ كبيرة جدا ☐ ضئيلة ☐ ضئيلة جدا ☐

13. ماهي أسباب انجذابك نحو مطالعة الصحف الجزائرية؟ وضوح بنطها ☐ وضوح كتابتها ☐

وجود الصور ☐ وجود الألوان ☐ جدية المعلومات ☐

أفضل القراءة أكثر من الأنواع الإعلامية الأخرى ☐

أخرى(أذكرها):

14. هل تعتقد أن الجرائد الجزائرية توظف صور صحفية؟ نعم ☐ لا ☐ لا أدري ☐

إذا كان جوابك ب(نعم): فهل يعود ذلك إلى أن:

الصحافة تستمد تأثيرها في القارئ من خلال الصور ☐ الصورة لها قوة في الإقناع ☐

الصورة تزيد جمالا وشكلا للصحيفة ☐ الصورة دعامة أساسية في الاتصال ☐

الصورة تزيد في استمتاع القارئ بالصحيفة ☐ الصورة تعبر عن الآراء والأفكار في المجتمع ☐

الصورة تنقل المعنى دون الغوص في قراءة المضمون ☐

أخرى(أذكرها):

15. عند مطالعة الصحف الجزائرية، أهتم أكثر بـ:

النص المكتوب فقط ☐ الصور فقط ☐ النص المكتوب المدعم بالصور ☐

- إذا كان جوابك ب(الصور فقط): فهل يعود ذلك إلى أن الصورة:

لها دور أساسي في عملية توضيح أفكار الكاتب ☐ لها دور في رصد الوقائع ودعم الحقائق ☐

تساهم في التأثير في اتجاهات الرأي العام ☐ تعتبر من أيسر السبل المؤدية إلى المعرفة ☐

لغة معبرة يفهمها الجميع على تعدد لغاتهم وثقافتهم ☐ لها قدرة على الإقناع وتأكيد المادة الإعلامية ☐

أخرى(أذكرها):

16. ما هو نوع الصور التي تشاهدها وتنال اهتمامك أكثر في الجرائد الجزائرية:(رتبها حسب الأولوية، رقم 1

للصور التي تنال اهتمامك في المرتبة الأولى، ورقم 2 للصور التي تأتي في المرتبة الثانية، وهكذا...)

الرتبة	الصور الأكثر مشاهدة
	البيئية
	الرياضية
	الثقافية
	السياسية
	العلمية
	الاقتصادية
	أحوال المجتمع

III. المحور الثالث: تقييم جمهور الصحافة المكتوبة للصورة الصحفية البيئية

17. ماهي نوع الصور البيئية المعتمدة في الجرائد الجزائرية؟ ☐ صور حية ☐ صور الأرشيف

18. كيف تقيم طبيعة عرض الصور البيئية في الجرائد الجزائرية؟ ☐ واضحة ☐ غير واضحة

إذا كان جوابك ب(غير واضحة): ما هي اقتراحاتك لتحسينها:

19. كيف تقيم نسبة توظيف الصور البيئية في الصحف الجزائرية، مقارنة بالصور الصحفية الأخرى(السياسية،

الثقافية، الرياضية،...) ☐ نسبة كبيرة ☐ نسبة متوسطة ☐ نسبة صغيرة

20. هل ترى بأن الصورة البيئية في الصحف الجزائرية كفيلة بمدك بمعلومات كافية عن القضايا والمشكلات

البيئية؟ ☐ نعم ☐ لا ☐ لا أدري

21. هل تعبر الصور البيئية المنشورة في الجرائد الجزائرية عن الواقع البيئي في الجزائر؟

☐ دائما ☐ غالبا ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐ أبدا

- إذا كان جوابك ب(نادرا أو أبدا): فهل يعود ذلك إلى أن الصور:

☐ لا تمس كل القضايا البيئية في الجزائر ☐ تهتم فقط بالقضايا البيئية البسيطة

☐ لا تنطرق إلى المشاكل البيئية التي تتسبب فيها الدولة ☐ تهتم فقط بالقضايا البيئية العالمية

أخرى(أذكرها):

IV. المحور الرابع: دور الصورة البيئية في تشكيل الوعي البيئي:

22. هل ترى بأن الصور البيئية في الصحف الجزائرية، لها دور في نشر الوعي البيئي في أوساط المجتمع

الجزائري؟ ☐ أوافق ☐ لا أوافق

- إذا كان جوابك ب(أوافق): فهل يعود ذلك إلى أن الصورة:

✓ تساهم في تعميق شعور المواطن بواجباته ومسئوليته تجاه البيئة ☐

✓ لها دور في تعزيز السلوكيات الإيجابية نحو البيئة ☐

✓ لها دور في تغيير السلوكيات الخاطئة نحو البيئة ☐

✓ تساهم في نشر مفاهيم التنمية المستدامة ☐

✓ تساهم في تقديم معلومات وحقائق وآراء حول البيئة ومشكلاتها ☐

✓ لها دور إعلامي وتعليمي ☐

أخرى(حددها):

- إذا كان جوابك ب(لا أوافق): فهل يعود ذلك إلى:

- ☐ لأن الصورة لا تكفي وحدها لنشر الوعي البيئي ☐ لأن الصورة لا بد أن تتدعم بالكلمة المنطوقة والمكتوبة ☐
لأن الصورة لا بد أن تتدعم بحملات تحسيسية عن طريق وسائل الإعلام ☐
أخرى(حدّدها):

23. هل تعرضك للصور البيئية في الصحف الجزائرية جعلتك تهتم أكثر بالبيئة وتحافظ عليها؟

☐ نعم ☐ لا

- إذا كان جوابك ب(نعم) فهل يعود ذلك إلى أن هذه الصور البيئية:

- لها قدرة في الإقناع والتأثير ☐ تعرض أهم القضايا البيئية في الجزائر ☐ معبرة بصدق عن الواقع البيئي في الجزائر ☐
أخرى(أذكرها):

24. في رأيك هل الصور البيئية في الصحف الجزائرية كفيلة في التأثير في اتجاهات المواطنين نحو البيئة؟

☐ نعم ☐ لا ☐ لا أدري

- إذا كان جوابك ب(لا) فهل يعود ذلك إلى: عدم تأثر بالصور البيئية المعروضة في الصحف ☐

- رداءة عرضها في الصحيفة ☐ لا تغطي كامل القضايا البيئية ☐ عددها في الجريدة ضئيل ☐
صور غير قادرة على نقل الواقع البيئي في الجزائر ☐

أخرى(أذكرها):

25. هل تؤثر الصور البيئية في الصحف الجزائرية في سلوكك اتجاه البيئة؟

☐ دائما ☐ غالبا ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐ أبدا

- إذا كان جوابك ب(دائما أو غالبا) فهل يعود ذلك إلى: كثرتها في الجرائد ☐ تأثيرها القوي في

- نفسية القارئ ☐ قدرتها على عكس الواقع البيئي في المجتمع الجزائري ☐

أخرى(أذكرها):

26. فيما يكمن انعكاس الصور البيئية على سلوكاتك اتجاه البيئة؟

- الشعور بمسؤولية حماية البيئة ☐
- المحافظة على المياه وعدم التسبب في تلوثه ☐
- إلقاء النفايات في حاوياتها المخصصة ☐
- المشاركة في العمل البيئي التطوعي ☐
- المحافظة على الهواء وعدم التسبب في تلوثه ☐
- الانخراط في الجمعيات البيئية ☐
- احترام القوانين والتشريعات البيئية ☐

سلوكات أخرى(أذكرها):

27. حسب رأيك ماهي مواصفات الصورة الصحفية البيئية حتى تكون قادرة على التأثير في سلوكيات المواطنين

اتجاه البيئة؟

.....

.....

.....

.....

بيانات شخصية:

1. الجنس: ذكر ☐ أنثى ☐

2. السن: 20 – 25 سنة ☐

☐ 26 – 35 سنة

☐ 36 – 45 سنة

☐ 46 – 55 سنة

☐ 56 سنة فما فوق

3. المستوى التعليمي: ابتدائي ☐ متوسط ☐ ثانوي ☐ جامعي ☐

جامعة الجزائر 03

كلية علوم الإعلام والاتصال

قسم الاتصال

عنوان الأطروحة " أثر الصورة الصحفية في تشكيل الوعي البيئي في المجتمع الجزائري،

(دراسة استطلاعية على عينة من جمهور الصحافة المكتوبة بمدينة الجزائر) "

تحت إشراف:

أ.د. نبيلة بوخبزة

إعداد الطالب:

بكير قشار

أسئلة المقابلة:

1. ماهي أهم المواضيع الصحفية التي تهتمون بها.
2. ما مكانة البيئة في جريدتكم.
3. هل توظفون صورا بيئية في جريدتكم.
4. كم هي المساحة التي تخصصونها للصور البيئية في جريدتكم.
5. ماهي المعايير التي تعتمدونها في اختيار الصور البيئية.
6. ماهي المصادر التي تعتمدون عليها في الحصول على الصور البيئية.
7. هل تركزون على الصور البيئية التي تعرض الواقع البيئي المحلي(الجزائري) أو الدولي.
8. هل تمتلك جريدتكم مصورين متخصصين في المجال البيئي.

شكرا جزيلا لكم على تعاونكم

الحدث

سكان المناطق الريفية بأغريب يحتجون ويغلقون مقرر البلدية

التمرد في منطقة عين بركة في ولاية الأغريب، حيث أغلق سكان المنطقة مقر البلدية احتجاجاً على سوء الخدمات المقدمة لهم.

الحدث

التمرد في منطقة عين بركة في ولاية الأغريب، حيث أغلق سكان المنطقة مقر البلدية احتجاجاً على سوء الخدمات المقدمة لهم.

الحدث

التمرد في منطقة عين بركة في ولاية الأغريب، حيث أغلق سكان المنطقة مقر البلدية احتجاجاً على سوء الخدمات المقدمة لهم.

الحدث

خبراء يحذرون من كارثة وبائية بسبب الوضع المزري لخزانات المياه في الطارف

خبراء في مجال المياه يحذرون من كارثة وبائية محتملة بسبب الوضع المزري لخزانات المياه في منطقة الطارف، حيث تم العثور على مياه ملوثة.

الحدث

خبراء يحذرون من كارثة وبائية بسبب الوضع المزري لخزانات المياه في الطارف

خبراء في مجال المياه يحذرون من كارثة وبائية محتملة بسبب الوضع المزري لخزانات المياه في منطقة الطارف، حيث تم العثور على مياه ملوثة.

L'ACTUALITE

Plus de 900 pathologies acquises en milieu professionnel sont à la charge des malades

Ces maladies graves ignorées par la sécurité sociale

Les maladies professionnelles (MP) sont des pathologies graves, souvent ignorées par la sécurité sociale. Elles sont causées par l'exposition à des agents physiques, chimiques ou biologiques au travail.

85 Les MP sont des pathologies graves, souvent ignorées par la sécurité sociale.

18 Les MP sont des pathologies graves, souvent ignorées par la sécurité sociale.

2002 Les MP sont des pathologies graves, souvent ignorées par la sécurité sociale.

L'EPOQUE

Il était une fois la place de l'Eglise

La place de l'Eglise en plein cœur de la ville de Paris, un lieu de rencontre et de dialogue.

Un meeting au centre-ville de Lille

Un meeting au centre-ville de Lille, un lieu de rassemblement et de protestation.

Des défilés de diplomates à Alger

Des défilés de diplomates à Alger, un événement diplomatique important.