

التغطية الإعلامية لقضايا البيئة

لدكتورة : مسعودان نسمة

جامعة باجي مختار عنابة - قسم علوم الإعلام والاتصال

messaoudene.nesma@live.fr

تاريخ النشر: 01 جوان 2018	تاريخ الارسال: 01 يناير 2018
---------------------------	------------------------------

الملخص:

تمثل وسائل الإعلام الجماهيرية المصدر الرئيسي للمعلومات ذات العلاقة بالقضايا التي تستحوذ على اهتمامات الرأي العام، وبخاصة في الأحداث ذات الصلة بالحياة العامة في المجتمع، وتتصدر قضية إمداد الجماهير بالمعلومات الصادقة والمكثفة ومستوى المعالجة المهنية للتغطية الإعلامية أولويات العمل الإعلامي الناجح الذي يشبع حاجات تلك الجماهير من التعرض للوسيلة الإعلامية. ويعد الإعلام البيئي أحد أهم أجنحة التوعية البيئية والرقى بالوعي البيئي، ونشر الإدراك السليم للقضايا البيئية بين الأفراد.

الكلمات المفتاحية: الإعلام البيئي، التغطية الإعلامية، البيئة، المعالجة الإعلامية.

Summary:

The mass media is the main source of information related to issues that capture public interest, especially in events related to public life in society. The issue of providing the public with honest and intensive information and the level of professional treatment of media coverage are priorities for successful media action that satisfies the needs of those audiences from exposure For the media. Environmental information is one of the most important wings of environmental awareness and the promotion of environmental awareness and the promotion of a sound understanding of environmental issues among individuals.

Keywords: Environmental Media, Media Coverage, Environment, Media Processing

المقدمة:

يعتبر الإعلام أحد المقومات الأساسية في الحفاظ على البيئة حيث يتوقف ذلك على قدرته على إيجاد الوعي البيئي وإكساب المعرفة اللازمين لتغيير الاتجاهات والقيم السلبية نحو القضايا البيئية وعلى نقل المعلومات، وعلى استعداد الجمهور نفسه ليكون أداة في التوعية ونشر القيم الجديدة وتنمية الحس بالبيئة لدى كل متلقي الرسالة الإعلامية البيئية حتى يصبحوا مواطنين فاعلين، وعملا أساسيا من عوامل التنمية المستدامة المتواصلة بمحافظتهم على البيئة.

ويستخدم الإعلام البيئي في ذلك وسائل الإعلام جميعها لتوعية الإنسان بترشيد سلوكه البيئي في تعامله مع محيطه وتحضيره للمشاركة بمشروعات حماية البيئة. وتتعاظم أهمية الإعلام البيئي في دق ناقوس الخطر عند رصد أي اعتداء على البيئة مواردها، ويظهر ذلك من خلال زيادة المادة الإعلامية البيئية بكافة أشكالها في مضامين وسائل الإعلام.

1-المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة:

كان للتقدم التكنولوجي الهائل الذي أحرزته وسائل الاتصال منذ اختراع الطباعة، وحتى المرحلة الراهنة انعكاسات عميقة في اتساع وسائل الإعلام من حيث الكم والنوع ووصولها إلى مجموعات متنوعة تزايدت أعدادها في القرن الحالي، وقد امتدت وسائل الاتصال الجماهيري إلى المناطق النائية من العالم، ولم تعد قاصرة على المدن والعواصم مما أدى إلى حدوث تحول أساسي في طبيعة الوظائف والأدوار التي تؤديها وسائل الإعلام داخل المجتمع، خاصة الصحافة والراديو فضلا عن الانتشار الواسع للتلفزيون.

ومعالجات الإعلام للقضايا البيئية لا تأخذ شكلا مستقلا عن سائر أوجه النشاط الاجتماعي والسياسي والثقافي في المجتمع، بل تتحدد أصلا وفق السياق العام الذي يحقق مصالح القوى الاجتماعية التي تتحكم في مصادر الثروة الاقتصادية والسلطة السياسية، ورغم أهمية الدور الذي تؤديه وسائل الإعلام في المجال البيئي، إلا أن نوع وحجم المعالجات الإعلامية للقضايا البيئية، لازالت لم ترق لمستوى المشكلات والأخطار البيئية التي يتعرض لها العالم، إذ تشغل أولوية هامشية بالنسبة للإعلام المرئي والمسموع والمقروء، وتحظى الموضوعات السياسية والاقتصادية والجرائم والفن والرياضة بأولويات مطلقة في اهتماماتها، وكل هذه العوامل تؤثر على عملية تشكيل الوعي البيئي لدى الأفراد¹

2-تطور المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة

تناول الإعلام للقضايا المتعلقة بالبيئة ليس جديدا، لكن الجديد فيه هو زيادة الاهتمام الإعلامي بهذه القضايا في الوقت الحالي، وعرفت المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة مراحل مختلفة من التطور يمكن إيجازها في ثلاث مراحل أساسية كالتالي:

المرحلة الأولى:

اقتصرت تناول الإعلام لقضايا البيئة في هذه المرحلة حتى ما قبل السبعينيات على نشر وإذاعة بعض الأخبار عن الحوادث التي تقع على فترات متباعدة.

وخاصة الحوادث البحرية التي ينتج عنها تلوث مياه البحر، والسمة العامة لهذه المعالجة أنها تدور في نطاق الإثارة الإعلامية التي تسعى لجذب اهتمام المتلقي باستخدام كافة الوسائل والسبل المتاحة وتحقيق سبق، وهكذا فإن المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة كانت معالجة جزئية تدور في نطاق المتابعة الإخبارية للأحداث دون الاتجاه إلى تبني موقف موحد تجاه هذه القضايا، ويلاحظ أن تناول الإعلام لقضايا البيئة في هذه المرحلة اتسم بما يلي:

- ارتبطت التغطية الإعلامية لقضايا البيئة أساسا بوقوع حدث مثير.
- تركيز التغطية الإعلامية على الآثار السلبية للحدث البيئي وخسائرها مع تضخيمه، وغالبا ما تكون التغطية الإعلامية سطحية معتمدة أساسا على تصريحات بعض المسؤولين.
- نادرا ما يحدث متابعة للحدث البيئي بعد وقوعه وتغطيته من الناحية الإعلامية.

المرحلة الثانية:

أطلق عليها الباحثون مرحلة الإعلام المتخصص، فقد بدأ الموقف يتغير مع ازدياد البحوث التي تهتم بتأثير المخلفات الصناعية على الصحة العامة، وقد خاطبت الرسالة الإعلامية المثقفين والعلماء والمعنيين بدراسة هذه الموضوعات، وكان هذا بداية ظهور المجالات العلمية المتخصصة، فأطلق عليها إعلام النخبة العلمية حيث بدأت تبلور رؤية جديدة من جانب العلماء لقضايا البيئة تنادي بالحفاظ على التوازن البيئي وهذه الرؤية أوضحت أن البيئة لم تعد قادرة على تجديد مواردها الطبيعية واختل التوازن بين عناصرها وأصبح الجو ملوثا بعوادم السيارات ومداخن المصانع، وقد أدت إلى إثارة الاهتمام الإعلامي الجماهيري لقضايا البيئة، وتميزت هذه المرحلة بخاصيتين أساسيتين:

1- التركيز على الرسالة الإعلامية المتخصصة: محدودة الانتشار التي تخاطب فئة المثقفين والعلماء والمعنيين بدراسة هذه الموضوعات دراسة تخصصية.

2- اهتمام وسائل الإعلام الجماهيرية الواسعة الانتشار بالتغطية الإعلامية الإخبارية: في الأساس بالمؤتمرات والبحوث المعنية بالقضايا البيئية، إضافة إلى نشر الحوادث الهامة التي تقع هنا وهناك وينتج عنها إضرار بالبيئة.

المرحلة الثالثة:

حيث أثر وقوع بعض الحوادث الخطيرة في النصف الثاني من الثمانينات والمتعلقة على المستوى العالمي مثل المفاعل النووي في تشيرنوبل سنة 1986 بالاتحاد السوفياتي سابقا وتدفق مواد كيميائية كالزئبق في نهر الراين خلال نشوب حريق في مستودع في سويسرا مسببا هلاك الملايين من الأسماك

وملوثا لمياه الشرب في ألمانيا وهولندا أدت إلى زيادة الاهتمام الإعلامي الجماهيري على مستوى العالم بقضايا البيئة، حيث جمعت بين عناصر الإثارة والرؤية العلمية مما يساهم في بلورة أهداف محددة للرسالة الإعلامية وقد أطلق على هذه المرحلة مرحلة الإعلام الجماهيري، وتمثل في مستويين هما:

أ-المستوى الإخباري: وهو ما ارتبط بالتغطية الإخبارية للأحداث المتعلقة بالبيئة كالمؤتمرات والندوات، بالإضافة على الحوادث المرتبطة بالبيئة، وأفردت الصحف صفحات متخصصة بالبيئة وظهور مجلات متخصصة بالبيئة، وكذلك البرامج المتخصصة بالإذاعة والتلفزيون.

ب-مستوى خلق رأي حول البيئة: من خلال تحفيز الأفراد على حماية البيئة من خلال الإعلام وكذلك

نشاط الجمعيات المهتمة بالبيئة وتضمين علوم البيئة في المناهج الدراسية².

3-أهداف المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة

تسعى المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة لتحقيق الأهداف التالية:

- التعرف بالقضايا والمشكلات البيئية.
- تنمية الوعي البيئي والمهارات.
- تنمية الاتجاهات البيئية الإيجابية.
- التحفيز على المشاركة في حل المشكلات البيئية.
- تنمية القدرة على التقويم من خلال تعزيز الإيجابيات وتفادي السلبيات.

وتتلخص مسؤوليات الإعلاميين تجاه قضايا البيئة في النقاط التالية:

نقل كل ما يهم الأفراد في بيئاتهم المختلفة من مشكلات البيئة ومتابعة حلولها ونقلها إلى الأفراد، حتى يتحقق رجع الصدى للعملية الإعلامية ومراعاة خصوصية قضايا البيئة من مجتمع إلى آخر.

- ✓ التدريب المستمر مع تبسيط المعلومة البيئية وتوصيلها لمختلف الشرائح.
- ✓ التعاون المستمر مع الجهات الرسمية المهتمة بشؤون البيئة.
- ✓ عرض الموضوعات والأحداث البيئية في الوقت المناسب والتنبيه قبل وقوعها.
- ✓ ربط الموضوعات والقضايا البيئية بالاهتمامات المباشرة للمواطنين.
- ✓ عدم اقتصار المعالجة الإعلامية على طرح وجهة نظر المسؤولين فقط، بل يجب طرح كافة وجهات النظر المؤيدة والمعارضة.

✓ تفعيل دور حارس البوابة الإعلامية، وتدعيم اتجاهاته الإيجابية نحو قضية حماية البيئة وصيانتها³.

4-أنماط التقنية الإعلامية المستخدمة في تناول قضايا البيئة

عند تناول قضايا البيئة إعلاميا، فإنه على العموم هناك تقنيتين تستخدم لعرض الموضوعات البيئية وهي:

-التقنية الإعلامية المتخصصة:

هي التي تدور على نطاق تقديم المادة العلمية المتخصصة لفئة محددة من المهتمين بموضوع معين، وتتسم بالاعتماد على البحوث والدراسات ذات التخصص الدقيق في موضوع معين والموجهة إلى عدد قليل من المتلقين، والأداة الإعلامية الرئيسية في هذا الإطار هو المجلة العلمية المتخصصة أو الكتب العلمية المحددة الموضوع، ويطلق على هذا النمط الإعلامي الناتج عن هذه التقنية نمط إعلام النخبة العلمية⁴.

-تقنية الإعلام الجماهيري:

وقد تم استخدامها في نطاق قضايا البيئة على عدة مستويات:

أ-المستوى الإخباري: وترتبط به سرعة التغطية الإخبارية بالأحداث المتعلقة بالبيئة والمؤتمرات والندوات البيئية أو نتائج الأبحاث التي تجرى في هذا المجال، إضافة إلى الحوادث المثيرة المرتبطة بالبيئة، ويعتمد هذا المستوى على الخبر أو السبق الإعلامي، فالدافع المحرك له هو دافع مهني يرتبط بمهنة الإعلام ومن ثمة الرسالة الإعلامية عند هذا المستوى تتميز بالبساطة والسطحية.

ب-مستوى السعي إلى خلق رأي عام جديد أو اتجاه جديد لدى المتلقي لقضايا البيئة:

وهو المستوى الأكثر تعقيدا، ويمكن لوسائل الإعلام أن يكون لها دور في تبني المتلقين لأراء واتجاهات جديدة خاصة في الموضوعات التي لا يكون المتلقون قد أبدوا أو كونوا نحوها آراء. وقد أشارت الأبحاث التي أجرتها منظمة اليونسكو إلى التقنيات الإعلامية التي يمكن لوسائل الإعلام أن تقوم من خلالها بنشر الأفكار الجديدة، وهي ما يلي:

-الحث أو التنشيط: وذلك من خلال البرامج المصممة لإثارة الاهتمام والتنبية والحث على ضرورة تبني فكرة جديدة.

-التقييم: وذلك من خلال البرامج المخصصة لتقديم المعلومات لهؤلاء المهتمين بموضوع معين ويبحثون على مواد إضافية لكي تساعدكم على تقييم ما يبحثون عليه.

-التعزيز: وتدور في نطاق وضع خطة إعلامية لدعم الاهتمام بالمسألة المطلوب تبنيها من جانب المتلقين باستمرار على الرؤية المطلوب توصيلها للمتلقين من خلال التثقيف والتكرار الاتصالي غير الممل.

-الإخبار: يقصد به تقديم الفقرات الإخبارية البسيطة التي تتضمن المعلومات الجديدة المرتبطة بالجوانب المختلفة للمسألة محل الاهتمام.

-التقنية المهنية: وهي التي تدور في نطاق إعداد البرامج المصممة خصيصا للمجموعات والأفراد المرتبطين ارتباطا مباشرا محل الاهتمام، وتشمل هذه التقنية مستويين هما: مستوى المتلقين، ومستوى القائمين بالاتصال⁵.

5-أنواع التغطية الصحفية لقضايا البيئة.

يوجد نوعان من التغطية الصحفية لقضايا البيئة هما:

أ-التغطية الإخبارية:

هي التي تقوم على متابعة الأحداث البيئية سواء تعلق منها بالظواهر البيئية من تلوث الهواء وتلوث التربة أو الموضوعات المتعلقة بالبيئة مثل أعمال التشجير أو الأبحاث العلمية المختلفة أو المخلفات الضارة بالبيئة، أو الخاصة بمقاومة التلوث وعلاجه والتي تركز على أخبار الشخصيات العاملة في مجال البيئة.

ويكون في هذا النوع من التغطية الخبر محليا أو عالميا، وقد يكون خبرا بسيطا أو مركبا ولا بد أن تتوفر فيه العديد من القيم الإخبارية مثل الحداثة، الأهمية، التشويق، الشهرة، ويكتب الخبر البيئي بطريقة الهرم المقلوب من حيث البناء الفني، فتأتي أهم معلومة من الخبر في المقدمة ثم المعلومات المهمة ثم الأقل أهمية.

ب-التغطية التحليلية والتقييمية:

هذا النوع من التغطية الصحفية يقوم على عرض القضايا البيئية مع شرح وتفسيرها والغوص وراء الأسباب وتحليلها ودراسة النتائج المترتبة عليها في إطار أشمل يربط بين أبعاد الظاهرة من الظواهر المرتبطة بها، وتحديد الجهات المعنية بالمشكلة وتبيان حدود مسؤولية كل جهة، ويعتبر التحقيق الصحفي والمقال والتقرير من أشهر الفنون الصحفية التي تستخدم لمثل هذا النوع من التغطيات⁶.

6-مشكلات التغطية الصحفية لقضايا البيئة

يواجه محررو الصحف من العاملين في مجال تقديم المضامين البيئية عدد من المشكلات، ما جعل الإعلام البيئي لا يحظى باهتمام من طرف الإعلاميين وأبرزها هي:

طبيعة المشكلة البيئية في حد ذاتها حيث لا تشكل سبقا صحفيا، إلا إذا كانت كارثة بيئية.

➤ إثارة القضايا البيئية يثير معها الانتقادات الموجهة للمسؤولين، والتي قد تتعارض مع مصالحهم في حماية البيئة أو التنمية المستدامة.

➤ التخصص في علم البيئة يعتبر مجال متخصص جديد في العمل الصحفي.

➤ تشعب البيئة وقضاياها، وهو أمر يتطلب إلمام الصحفي بتخصصات لها ارتباطات وثيقة بعلم الاجتماع والاقتصاد والسياسة.

➤ الزمن المطلوب لكتابة تقرير صحفي بيئي يستغرق وقتا أطول لمراجعة بعض الأمور الفنية والعلمية والإحصائيات.

➤ عدم تشجيع القائمين على المؤسسات الإعلامية الصحفيين للخوض في مجال البيئة.

➤ اقتصار دور الإعلام على إبراز الإيجابيات، والابتعاد عن كشف السلبيات التي تلحق بالبيئة.

- ضعف دور المؤسسات الحكومية المختصة بالبيئة.
- غياب التبادل المعرفي بين المشرفين على الصفات البيئية في الصحف والخبراء والمهتمين والجمعيات المعنية بحماية البيئة⁷.

7- نماذج التغطية الإعلامية لقضايا البيئة

ظهرت عدة نماذج للمعالجة الإعلامية لقضايا البيئة، بعضها اعتمد على التغطية المباشرة السريعة، والبعض الآخر اعتمد على التغطية المتعمقة التي تستهدف تشكيل وبناء الوعي البيئي وتبني السلوك الإيجابي تجاه البيئة، ويمكن على العموم أن نجمل نمطين أو نموذجين في أسلوب التغطية الإعلامية لقضايا البيئة.

7-1 التغطية الإعلامية القائمة على الإثارة:

يرتبط هذا النوع من التغطيات الإعلامية بالأزمات والكوارث البيئية، حيث يكتفى بعرض الجوانب الصارخة عن الأحداث البيئية دون الإشارة إلى الأسباب مع الميل إلى التهويل والمعالجة السطحية، وينتهي الاهتمام الإعلامي بها بانتهاء الحدث دون محاولة متابعته أو تفسير آثاره، ويعتقد أصحاب هذا النموذج أن الاهتمام بالبيئة لا يزيد كونه مرتبط باحتياجات السوق الإعلامية دون النظر إلى الوظائف التربوية أو التثقيفية للإعلام البيئي.

7-1 التغطية الإعلامية المستمرة والمتكاملة:

يتميز هذا النموذج بالاستمرارية والشمول والمتابعة والتكامل، ولا يقتصر على الأزمات والكوارث البيئية فقط، ويقدم هذا النموذج نوعين من المعالجة الإعلامية:
أ- النمط التعليمي: وهو الذي يركز على أن نشر المعلومات الصحيحة عن البيئة ليس كافيا بل لابد من توعية الجمهور بحقوقه البيئية والمسؤوليات المترتبة عن هذه الحقوق.

ب- النمط التربوي النقدي: يضيف هذا النمط إلى النمط السابق اهتماماته بمحاولة إشراك الجمهور في تقييم الموضوعات البيئية التي تقدمها وسائل الإعلام بحيث يسهم فيها المتلقي في التعديل والتطوير، ويؤدي هذا على مزيد من الإيجابية في حل ومواجهة المشكلات البيئية، ويتميز هذا النمط بقدرته على تقديم رؤية نقدية وتمتعه بالإمكانيات المعرفية التي تبرز العلاقة الجدلية بين قضايا البيئة والمشكلات الحياتية للجمهور ومدى تأثير ذلك على مستوى ونوعية الحياة المعاشة⁸.

8- سلبيات التغطية الإعلامية لقضايا البيئة:

- تتسم التغطية الإعلامية لقضايا البيئة ببعض السلبيات تمثلت في:
- ارتباط التغطية الإعلامية للقضايا البيئية بوقوع أحداث مثيرة.
- سطحية التغطية الإعلامية واعتمادها على تصريحات المسؤولين ومدعي الخبرة

- تركيز التغطية الإعلامية للحدث البيئي لآثاره السلبية مع تناوله كحدث منفصل وليس ضمن سلسلة الأحداث البيئية التي تهدد الإنسان.
 - عدم متابعة وسائل الإعلام للحدث البيئي بعد وقوعه وعدم الاهتمام برصد أسبابه من الناحية العلمية.
 - تضارب المعلومات وتصريحات المسؤولين بشأن قضايا البيئة.
 - عدم الاهتمام بحالة الرأي العام والجهود الجماعية والفردية للمشاركة في إيجاد حل للمشكلات البيئية.
 - الطابع الرسمي للتغطية الإعلامية بالنسبة للكوارث البيئية والمتمثلة في الاعتماد على المسؤولين كمصادر للمعلومات حول الحدث البيئي.
- 9- المداخل الإقناعية المستخدمة في المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة**
- ينبغي أن تركز رسائل التوعية البيئية لوسائل الإعلام على تعدد المداخل الإقناعية حتى تحقق الجذب الجماهيري والتأثير المنشود، ويمكن تلخيص المداخل الإقناعية التي تستهدفها رسائل التوعية البيئية في النقاط التالية:
- التركيز على الأضرار الصحية الناتجة عن التلوث.
 - توضيح موقف الدين من السلوكيات البيئية الخاطئة.
 - إبراز الخسائر المالية والاقتصادية للتدهور البيئي.
 - إبراز الحسم في تطبيق قانون البيئة على المخالفين.
 - إبراز الخوف على مستقبل الأجيال القادمة للعيش في بيئة سليمة.
 - المقارنة بسلوك الجمهور في الدول المتقدمة.
 - حق الجمهور في اتخاذ المبادرات في حماية البيئة من التلوث.
 - إبراز الجهود التطوعية في اتخاذ المبادرات لحماية البيئة من التلوث.
 - الجهود الرسمية وحدها لا تكفي لمواجهة التلوث⁹⁾.

10- الإعلام البيئي العربي:

إن للإعلام المتخصص بعض الشروط التي لا بد أن تتوافر فيه، مثل ضرورة وجود قاعدة من الإعلاميين المحترفين والمدربين والتخصصين في مجال معين، ومن أن يكون لهذا الإعلام القدرة على التأثير في التوجهات العامة، وأن تكون هناك وتيرة متواصلة للنشر وليس مجرد أخبار وتعليقات متفرقة ومتباعدة وغير منتظمة، وإذا ما حاولنا الحديث عن إعلام بيئي عربي متخصص في شؤون البيئة نجد بأن هذه العوامل تكاد لا تتوافر في معظم الإعلام العربي حين يتعاطى مواضيع البيئة، بعكس

القطاعات الإعلامية الأخرى. وبالتالي فيصعب الحديث عن هوية خاصة للإعلام البيئي العربي، مشابهة مثلا لهوية الإعلام السياسي أو الثقافي أو الاقتصادي أو الفني أو حتى الرياضي.

عام 1987 قدم برنامج الأمم المتحدة للبيئة برنامجا للإعلام البيئي العربي إلى المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ومجلس الوزراء العرب المسؤولين عن شؤون البيئة. ولو كنا اليوم، بعد عشرين سنة، في صدد وضع خطة جديدة، لخرجنا بالتوصيات نفسها. الكثير تغير خلال عقدين من الزمن، فتبدل وجه العالم، وتطورت النظرة إلى البيئة والتنمية، وأصبحت البيئة على جدول أعمال الحكومات. وفي حين كنا بالكاد نجد إشارة إلى البيئة في الصحافة العربية، وكان علينا استنباط تعابير جديدة للكتابة عن مواضيع لم تعالج من قبل، نجد اليوم أن بعض الصحف العربية قد خصصت صفحات للبيئة، وازداد اهتمامها بتغطية قضايا البيئة والتنمية المستدامة. كما أن البيئة بدأت تدخل في النشرات الإخبارية لمحطات الإذاعة والتلفزيون العربية، الأرضية بينها والفضائية، وفي بعض البرامج الحوارية والتحقيقات، التي غالبا ما تكون رد فعل على حدث عالمي. لكن معالجة الإعلام العربي لمواضيع البيئة تفتقر إلى المتابعة وتتسم بمحتوى إخباري آني بعيد عن التحليل والمعلومات الدقيقة. وهذا لا يساعد كثيرا في تعميم التوعية بأمر البيئة.

ولئن كان ورود كلمة "بيئة" تزايد آلاف المرات في وسائل الإعلام العربية خلال السنوات العشر الأخيرة، إلا أن طريقة التصدي لهذا الموضوع بقيت في معظم الحالات مرتبطة بالخبر وردود الفعل الآنية على تطورات دولية وكوارث. وقد ساهمت المؤتمرات الدولية الكبرى حول البيئة والتنمية، منذ قمة الأرض عام 1992 ومشاركة الدول العربية فيها وتوقيعها على معظم المعاهدات البيئية الدولية التي تمخضت عنها، بتوسع وسائل الإعلام العربية في الكلام عن الموضوع. لكن هذا انحصر غالبا بصيغة نقل الخبر عن الوكالات الأجنبية، أو بالبيانات عن مشاركة الوفود الرسمية. ويلاحظ أن معظم وسائل الإعلام العربية تكتفي بنقل الكلمات الافتتاحية العامة للمسؤولين السياسيين في المؤتمرات والاجتماعات البيئية، وتهمل ما يقوله الخبراء، وهو لب الموضوع¹⁰.

10-1 التغطية الصحفية لمواضيع البيئة في الدول العربية:

قد وجدت دراسة عن التغطية الصحفية لمواضيع البيئة في البحرين أنه على الرغم من نشر الصحف البحرينية اليومية الست أكثر من 2000 موضوع عن البيئة المحلية عام 2004، فقد انحصر معظمها في نقل الأخبار والأحداث، وكان 4 في المئة منها فقط في نطاق التحقيقات والمقالات التحليلية والتعليقات.

إن ما وجدته هذه الدراسة من البحرين ينطبق على جميع الدول العربية التي شملها استطلاع لمجلة "البيئة والتنمية"، وإن كان لم يعد المواضيع بالأرقام. وقد خرج الاستطلاع بالملاحظات التالية:

- أقل من عشرة في المئة من الصحافة العربية تخصص محررا لشؤون البيئة والتنمية المستدامة.
- والنسبة نفسها من الصحف تخصص صفحة أسبوعية أو دورية أو مساحة محددة لشؤون البيئة.
- حتى الصحف التي تخصص صفحة دورية للبيئة، تلغها عند ضغط الأحداث السياسية والاقتصادية والإعلانات، وغالبا ما تصدرها لفترة ثم تتوقف، إما نهائيا أو لتعود بعد شهور أو سنوات. وهذا لا يمكن أن يحصل مع الصفحات الثابتة للسياسة والاقتصاد والرياضة والمجتمع مثلا.
- ترتبط كثير من صفحات البيئة في الصحافة العربية بدعم أجهزة البيئة الحكومية، مما يفقدها الحيادية ويجعلها عاجزة عن توجيه النقد إلى هذه الأجهزة.
- فيما عدا مجلة "البيئة والتنمية"، التي تصدر من بيروت من عام 1996، ليس هناك مجلة عربية إقليمية مختصة بموضوع البيئة، توزع على نطاق واسع في العالم العربي، ويمكن الحصول عليها من منافذ بيع الصحف الرئيسية إلى جانب المجلات الأخرى. مع الإشارة إلى أن هناك نحو خمسين مجلة ونشرة حول العالم العربي تحمل في عنوانها كلمة "بيئة"، لكن معظمها يصدر عن جمعيات وهيئات حكومية، وتبقى محدودة في محتواها وانتشارها وانتظام صدورها.
- ما تزال مصادر المعلومات المحلية الموثوقة عن قضايا البيئة ضعيفة أو معدومة. لهذا تفتقر معظم المواضيع الصحافية البيئية إلى قوة المعلومات، التي هي أساس الصحافة الحديثة.
- نسبة مواضيع البيئة في البرامج الحوارية والتحقيقات على القنوات التلفزيونية العربية تقل عن واحد في المئة، في مقابل نحو 10 في المئة على المحطات الأوروبية.
- شهد عدد المواقع العربية على الانترنت توسعا ملحوظا خلال السنوات الخمس الأخيرة، مع أنها لا تقارن بغيرها في الدول المتقدمة ومعظم دول العالم الثالث. فقد بقي محتوى هذه المواقع ضئيلا، ومعلوماتها غالبا قديمة لا يتم تحديثها، ومعظمها غير موثوقة ويصعب استخدامها كمرجع، حتى حين تكون تابعة لجهات حكومية. وقد لاحظنا أن محتويات معظم مواقع الانترنت العربية عن البيئة تنشر كمواد أولية، بلا تدقيق وتحريير. لكن في بعض مواقع الانترنت العربية هيكلية جيدة لمشروع قابل للتطوير. وتبقى الملاحظة الأساسية افتقار هذه المواقع إلى التفاعل مع الجمهور وقلة المستخدمين، إذ ان التعليقات على موادها شبه معدومة.
- العناوين البيئية التي حظيت بالاهتمام الأكبر في وسائل الإعلام العربية عامة، وقد شملت: الطبيعة والحياة الفطرية، النفايات الصلبة والصحة البيئية، تلوث البحار والكوارث. التلوث الصناعي والتصحر حظيا بأولوية في الإعلام الجزائري. وحظي موضوع المياه بأولوية في سلطنة عمان والأردن.

وكان لافتا شبه إهمال لمواضيع مثل تلوث الهواء، إلا في حالات الكوارث، وترشيد استهلاك الطاقة، واستخدامات الأراضي، وتنظيم المدن.

• تزامن صدور التقرير الرابع من الهيئة الدولية لتغير المناخ مع حصول كوارث طبيعية وتقلبات حادة في الطقس في مناطق عربية عدة، أدى إلى زيادة اهتمام وسائل الإعلام العربية بقضي.

• تغير المناخ خلال عام 2007. وتضاعف هذا الاهتمام مع إعصار جونو الذي ضرب عمان في منتصف السنة، وفيضانات موريتانيا التي تلتها¹¹.

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

- دول لديها خطط تنموية وبرامج بيئية.
- قاعدة من البحوث البيئية العلمية.
- جمهور واسع من ملايين المواطنين الذين يحتاجون إلى المعرفة البيئية والانخراط في العمل البيئي والتنموي.

-الإعلام البيئي الإنمائي يربط هذه الحلقات الثلاث، وهو لا يخبر عنها فقط بل يساهم في دعمها وتقويتها. ثم إن الإعلام البيئي لا يمكن أن يكون صنفا قائما في ذاته يحتمل الهواية، بل هو إعلام محترف تنطبق عليه أساسا الشروط الدقيقة للإعلام.

-الإعلام الحديث ينطلق من الجمهور ويتوجه إليه، ويعتمد في استمراره على النجاح في استقطاب الجمهور والحصول على دعمه، وإلا لفظته آليات السوق. نحن في بداية الطريق. فهناك اعتراف بأهمية البيئة من أجل التنمية. وهناك اهتمام واضح بمواضيع البيئة في وسائل الإعلام، يعبر عنه تزايد الحديث عن عناوينها. المطلوب تحويل العناوين إلى مواضيع جدية وتحويل صحافة البيئة إلى احتراف¹².

10-2 البيئة في الإعلام الإقليمي العربي:

"من بين وسائل الإعلام العربية التي تتوجه إلى جمهور إقليمي في كل البلدان العربية، إضافة إلى المتحدثين بالعربية في دول العالم الأخرى، تبرز ثلاث تجارب متميزة في الإعلام البيئي: مجلة "البيئة والتنمية" الشهرية، وجريدة "الحياة" اليومية، وإذاعة "مونت كارلو" الدولية بالعربية.

"البيئة والتنمية" تصدر في بيروت منذ عام 1996، بمحتوى عربي وعالمي، وتوزع في جميع الدول العربية عبر قنوات توزيع الصحف المحترفة، وعلى مشتركين ناطقين بالعربية حول العالم.

"البيئة والتنمية" عمل إعلامي مستقل، يموله الناشر والمعلنون والقراء. لها مراسلون حول العالم العربي، وهي مرتبطة بمركز أبحاث بيئية خاص بها يرفدها بالمحتوى العلمي، ويصدرها فريق من الصحافيين المحترفين. وبسبب عدم ارتباطها بمؤسسات حكومية ومنظمات، حافظت المجلة على

هامش كبير من الحرية، فطرحت المواضيع بجرأة وموضوعية واحتراف في آن معا. وهي المطبوعة العربية الوحيدة المختصة بالبيئة التي يتم تحريرها وإنتاجها وتوزيعها وفق المقاييس الصحافية المحترفة، مما جعلها تحتل مركزا متقدما إلى جانب كبريات المطبوعات السياسية والاقتصادية والاجتماعية. وشعارها "عنوان متخصص لجميع القراء" يعبر عن سياستها التحريرية في تبسيط مواضيع البيئة للوصول إلى القارئ العادي، مع المحافظة على الرصانة العلمية.

جريدة "الحياة"، التي تصدر من لندن وتوزع في جميع أنحاء العالم العربي وحول العالم، تنشر صفحة بيئية شهرية بالتعاون مع مجلة "البيئة والتنمية"، إضافة إلى تحقيقات بيئية دورية. وتتميز هذه الصفحة بتنوع مواضيعها، من العمود التحليلي إلى التحقيق والمقابلة والخبر الموثق. ومن أبرز حملات "الحياة". "البيئة والتنمية" التي أحدثت أثرا وفرضت اتخاذ إجراءات فعلية سلسلة التحقيقات عن اليورانيوم المستنفذ. هذه السلسلة ساهمت بشكل رئيسي في تبني وزارة البيئة العراقية الموضوع بجدية، فبدأ قياس الإشعاعات ونشرت النتائج، وقدمت الطلبات بإجراءات تصحيحية. كما كان لهذه الحملة أثر كبير في التوعية حول موضوع اليورانيوم المستنفذ عبر العالم العربي، وفي دول الخليج خاصة¹³.

إذاعة مونت كارلو الدولية التي تبث بالعربية من باريس إلى جميع أنحاء العالم العربي، تقدم برنامجا بيئيا أسبوعيا بعنوان "بيتنا العالم"، من إعداد الإعلامي حسان التليلي. هذا البرنامج المتواصل منذ عام 2003 يتم إعداده بصيغة مجلة مسموعة، فيحوي الأخبار والمقابلات والتحقيقات والتعليقات. ويتميز بأنه يبث في حالات كثيرة من موقع الحدث البيئي.

وإذا كانت الفضائيات العربية لا تخصص برامج للبيئة على شبكاتهما، فبعضها يقدم مواضيع بيئية جادة، من ضمن برامج أخرى، بوتيرة متقطعة. وتبرز في هذا الإطار قناة "الجزيرة"، حيث خصص أحمد منصور عدة حلقات من برنامجه الذائع "بلا حدود" لمواضيع بيئية خلال السنوات الثلاث الأخيرة، كان معظمها بالتعاون مع مجلة "البيئة والتنمية". وهو كان من أوائل الذين طرحوا موضوع اليورانيوم المستنفذ لتلفزيونيا. وقد أطلقت "الجزيرة" في نهاية 2006 فقرة بيئية بعنوان "من أجل بيئة نظيفة"، تقدمها روان الضامن، وهي سريعة ومباشرة¹⁴.

أما قناة العربية فقد قدمت تحقيقات متنوعة عن مواضيع بيئية، كان أبرزها ما أعدته ميسون عزام ضمن برنامج "مشاهد وآراء" في آب (أغسطس) 2006 عن اليورانيوم المستنفذ. وكان هذا من أفضل التحقيقات وأكثرها دقة وشمولية عن الموضوع.

وبدأ في تشرين الثاني (أكتوبر) 2006 البث التجريبي لقناة فضائية باسم "بيئتي"، بإشراف الرئاسة العامة للأرصاد وحماية البيئة في السعودية. لكن بعد سنة على إطلاقها، ما زالت المحطة تفتقر إلى شبكة برامج ثابتة، ومعظم فقراتها مشاهد مصورة عن الطبيعة والمحميات، تبث غالبا بلا تعليق.

لكنها تبقى تجربة فريدة واعدة، يتطلب نجاحها في الوصول إلى جمهور واسع إعداد برامج قوية احترافية تشهد المشاهد¹⁵.

11-سلبيات وتناقضات التغطية الإعلامية لقضايا البيئة:

تزامننا مع زيادة الاهتمام العالمي بالبيئة وقضاياها، تزايد كذلك الاهتمام الإعلامي بها، فظهر ما يسمى بالإعلام البيئي الذي يهتم بتناول الموضوعات البيئية بالشرح والتحليل والتفسير، بغية توعية المواطن بضرورة حماية البيئة، غير أن هذه التغطية الإعلامية لقضايا البيئة تعاني من بعض السلبيات التي لا بد من العمل على تداركها لأنها تؤثر في فعالية التوعية التي يقوم بها هذا الإعلام. وهذا ما نلتمسه في تقرير لجنة كيمي الذي نشر عام 1979 هذه اللجنة التي شكلها الرئيس جيمي كارتر لتقصي الحدث وأثاره ولقد قدمت عدة حقائق منها:

1. إن التغطية الإعلامية لقضايا البيئة ترتبط أساسا بوقوع "حدث مثير" فأحداث مثل الضباب القاتل الذي حدث في لندن عام 1952، أو في نيويورك عام 1963، أو حادث سيفيرزو (انفجار مصنع كيماويات في إيطاليا عام 1976)، أو غرق ناقلة النفط أموكو كاديس عام 1978، أو حادث بوبال في الهند عام 1984... وغيرها من الأحداث، قد لقت تغطية إعلامية واسعة وقتية سرعان ما توقفت. ونفس الشيء حدث، عندما تعلق الأمر بتغطية لمشروع إيزنهاور "الذرة من أجل السلام" في الخمسينات.
2. إن التغطية الإعلامية للحدث البيئي غالبا ما تركز على أثاره السلبية وخسائره، وغالبا ما تكون هذه التغطية سطحية معتمدة أساسا على تصريحات بعض المسؤولين أو بعض من ذوي الخبرة.
3. نادرا ما تحدث متابعة للحدث بعد وقوعه، ونادرا ما يحاول الإعلام تغطية أسباب الحادث من الناحية الإعلامية، إذ نترك الجماهير دون إحاطة علمية واضحة عن أسباب الحادث وتبعاته (أي نترك دون خلق وعي بيئي قد يؤدي إلى تجنب وقوع مثل هذه الأحداث مستقبلا والحد من أثارها).
4. وبوجه عام فإن دور وسائل الإعلام قائم على رد الفعل أكثر منه ابتكاريا، فالتغطية تعلق وتهبط استجابة لـ "أحداث مثيرة" قد تكون كوارث فعلية أو كوارث محتملة الوقوع.
5. كما أن التركيز على ما يعرف "بالحدث المثير" يؤدي إلى عدم دقة الأخبار المقدمة حول قضايا البيئة، وغالبا لا توضح هذه القضايا بطريقة سليمة، مما يفسح المجال للتكهنات والتفسير الغير سليم لاسيما عند غياب المعلومات الأساسية.

ويكون حكم وسائل الإعلام على خطورة الحدث. وبالتالي أهميته الإعلامية. عن عدد ضحاياه وأضراره المادية، فيتم التركيز على الحوادث الكبيرة والنادرة الوقوع بالرغم من أن ضحاياه أقل بكثير من الحوادث العادية والكثيرة الحدوث فضلا على أن خطورة الكارثة لا تدل بالضرورة على قيمتها الإخبارية، بل توجد عوامل اقتصادية وسياسية تتدخل في عملية التغطية الإعلامية¹⁶.

كما أن النزوح الطبيعي لوسائل الإعلام نحو ما هو مأسوي فإما يعني هذا أن المعلومات المقدمة من طرف وسائل الإعلام حول المخاطر البيئية تكون غير كافية، فعندما يرد نبأ عن خطري بيئي ما ينصب التركيز عادة على ملامحه الأكثر إثارة للفرع، كما أن لغة الخبر الصارخة، أي الكلمات والصور المستخدمة في نقل المعلومة تترك هي الأخرى مجالاً للتأويل لاسيما في غياب المعلومات الأساسية. وبالتالي لم تكن هذه التغطية في أغلب الأحيان ذات مردودية وفعالية، لأنها كانت وقتية تنتهي بانتهاء الخطر البيئي، فلا نتوقع منها أن تساهم في تنمية الوعي البيئي للأفراد، لاسيما وأن الصحفيين أغلبيتهم حسب ما أوضحت دراسة مفصلة أجريت في الولايات المتحدة الأمريكية، ليست لديهم الحساسية أو الاهتمام الكافي بالقضايا البيئية، ومعظمهم لديهم خبرة قليلة بالموضوعات المختلفة ومن يواجهون مشاكل متعددة في عرض الموضوعات البيئية، وأغلبها موضوعات علمية تتطلب مهارات خاصة وخبرة واسعة¹⁷.

خاتمة:

هدف الإعلام البيئي توعية الجماهير وأصحاب القرار على أهمية الحفاظ على البيئة الطبيعية وإدارة مواردها بتوازن، من خلال تعامل الأفراد والمجموعات الشخصي السليم مع المحيط الطبيعي، ودمج الاعتبار البيئي في خطط التنمية القومية. غير أن القرارات الكبرى التي تحدد مصير البيئة هي تلك التي تبقى في يد السلطات المركزية. من هنا، فإن هدف توعية الجماهير لا يتوقف عند حثهم على العمل الفردي، بل يتجاوز ذلك إلى إعدادهم بالمعرفة والدافع لتشكيل رأي عام يحترم البيئة ويضغط على أصحاب القرار لاعتماد خطط تنمية متكاملة تأخذها في الاعتبار. ومن مسؤوليات الإعلام البيئي أيضا التوجه إلى المسؤولين ومتخذي القرار لمدهم بالمعلومات والآراء والتحليلات الدقيقة عن الأوضاع والخيارات البيئية المتاحة.

الهوامش والإحالات:

- 1- عماد محمد ذياب الحفيظ، البيئة، حمايتها تلوثها، مخاطرها، ط1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص.97
- 2- عصام قمر، الخدمة الاجتماعية بين الصحة العامة والبيئة، ط1، دار السحاب للنشر والتوزيع، مصر، 2007، ص 55-56
- 3- فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي، ط4، عالم الكتب، القاهرة، 2000، ص165.
- 4- محمود منصور هيبه، قراءات مختارة في علوم الاتصال بالجماهير، مركز الإسكندرية للكتاب، مصر 2004، ص.158

المجلد التاسع/ العدد الرابع / جوان 2018 ISSN: 1112-8518, EISSN: 2600-6200

- 5-أحمد عبد الرحيم السايح وأحمد عبده عوض، قضايا البيئة من منظور إسلامي، ط1، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، 2007. ص75.
- 6-بن يحيى سهام، الصحافة المكتوبة وتنمية الوعي البيئي في الجزائر، رسالة ماجستير، قسم علم الاجتماع والديموغرافيا، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإجتماعية، جامعة منتوري . قسنطينة، 2005، ص.146
- 7-منال طلعت محمود، مدخل إلى علم الإتصال، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2001-2002، ص 154.
- 8-إسماعيل إبراهيم، فن المقال الصحفي الأسس النظرية والتطبيقات العملية، ط1: دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2001، ص177-178.
- 9-خلاف بومخيلة، جمهور الطلبة الجزائريين ووسائل الإعلام المكتوبة، رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام والإتصال، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإجتماعية، جامعة منتوري -قسنطينة- 2007/2006، ص.203
- 10-إسماعيل إبراهيم، الصحفي المتخصص، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2001، ص177-178.
- 11-عبد الله المنزلاوي ياسين، البيئة من منظور إسلامي، ط 1، كنوز المعرفة العلمية وأمانة عمان، عمان الأردن، 2008، ص 99-100.
- 12-مرجع نفسه، ص.198
- 13-علي إمبابي، الإعلام التربوي المقروء في المؤسسة التعليمية، العلم والإيمان، دسوق مصر، 2007، ص233.
- 14-منال طلعت محمود، مدخل إلى علم الإتصال، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2001-2002، ص156.
- 15-علي البار، الإعلام والإعلام الأمني، ط1، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، 2001، ص89.
- 16-نصر الدين لعياضي، إقترايات نظرية من الأنواع الصحفية، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، 1999، ص.98
- 17-عبد الوهاب رجب هاشم بن صالح، التلوث البيئي، النشر العلمي والمطابع، المملكة العربية السعودية، 1997، ص 45.