

دور وسائل الإعلام في معالجة المشكلات البيئية ضمن استراتيجيات حماية البيئة:  
دراسة في المحددات والمتطلبات

**The role of the media in coverage environmental problems  
within environmental protection strategies:  
Study of determinants and requirements**

حدادي وليدة<sup>1</sup>،

<sup>1</sup> جامعة سطيف 2 (الجزائر)، haddadiwalida@yahoo.fr

تاريخ النشر: جوان/2020

تاريخ القبول: 2020/06/17

تاريخ الإرسال: 2018/11/25

**الملخص:**

يهدف هذا البحث للكشف عن محددات ومتطلبات المعالجة الإعلامية للمشكلات البيئية، كبعد استراتيجي لصناعة الوعي البيئي في المجتمع، والمساهمة في مواجهة مشكلاته البيئية، من خلال الاهتمام والتركيز على الأولويات البيئية ضمن البرامج والمحتويات الإعلامية، والعمل على تزويد الجمهور بالمعلومات العلمية عن قضايا البيئة المختلفة، وأسبابها وتداعياتها على الفرد والمجتمع، وإعطاء تفسيرات وتأويلات تمكن المواطنين من المشاركة الجادة في إيجاد الحلول الممكنة للمشكلات البيئية، مما يستلزم معالجات إعلامية تتسم بالشمول والاستمرارية، ولا تقتصر فقط على الأزمات والنكبات، وإنما على تقديم رؤية نقدية لكشف كافة أشكال التضليل الإعلامي، من أجل مواجهة ادعاءات أصحاب المصالح التجارية والصناعية، الذين يحاولون تجميل وجه سياساتهم ومشروعاتهم الضارة بالبيئة، وتوعية الجمهور بحقوقه البيئية والمسؤوليات المترتبة على هذه الحقوق، مما يخلق بدوره ضغوطات سياسية تدفع الحكومات لاتخاذ مواقف مسؤولة إزاء هذه المشكلات، بحيث تصبح المواطنة الإيكولوجية حقيقة ملموسة.

**الكلمات المفتاحية:** الإعلام البيئي، المعالجة الإعلامية، المشكلات البيئية، الوعي البيئي.

**Abstract:**

This study aims to identify the basics and conditions of media coverage of environmental problems as an important strategy for creating environmental awareness in society and facing environmental problems, Where many scientific researches and studies confirm that a large proportion of environmental damage is caused not only by scientific and technological limitations but by the absence of environmental awareness in society , which contributes to the formation of various institutions of socialization such as family, school, associations and state institutions, in addition to the media, Which is based on *environmental media* coverage Characterized by inclusiveness and continuity, Not only on crises and disasters, In order to provide a critical vision to detect all forms of disinformation, And Educating individuals about environmental rights and responsibilities of these rights , So that environmental citizenship becomes a concrete reality

**KEY WORDS:** Environmental media, Medi coverage, Environmental problems, Environmental awareness.

## 1- مقدمة:

برزت المشكلات البيئية بصفة كبيرة عندما اتضح اختلال التوازن بين الإنسان وبيئته، مثل التلوث وانتشار الأوبئة والآفات الزراعية، وتلوث البحار بتسرب الزيوت والبتترول والمواد الكيميائية، فتحوّلت البيئة من بناء حضاري يساهم في الازدهار الثقافي للأفراد إلى محيط مختل البناء، يخضع لقوى التكنولوجيا ورؤوس الأموال، أين تتوارى القيم الإنسانية والروحية للإنسان، فأصبحت هذه المشكلات ذات أبعاد عالمية، مما زاد من مساعي حركة الوعي العالمي لإصلاح المنظومة البيئية.

فرغم الجهود المبذولة لمواجهة المشكلات البيئية التي أصبحت تتسبب في أضرار كبيرة في البلدان المتقدمة والنامية على حد سواء، من خلال سن القوانين والتشريعات وعقد المؤتمرات وإبرام العديد من الاتفاقيات لحماية البيئة، لا يزال حجم المشكلات البيئية يتفاقم، في ظل الضعف الذي تعرف سياسات التنمية المستدامة في البلدان النامية خاصة، وذلك بسبب عدة عوامل أهمها عدم تحمل العنصر البشري لمسؤوليته تجاه البيئة، وانعدام الوعي البيئي لدى أفراد المجتمع، فالإنسان يتحمل الجزء الأكبر من المسؤولية في تفاقم المشكلات البيئية وتطور خطورتها، نتيجة ازدياد معدلات الاستهلاك وسيطرة النزعة المادية وطغيان المصلحة الخاصة على حساب المصلحة العامة للمجتمع.

ولهذا يعد الوعي البيئي من العوامل الأساسية لحماية البيئة وتحقيق الأمن البيئي للأجيال الحالية والقادمة، في إطار ما يسمى بالتنمية المستدامة، التي تلبي احتياجات الإنسان في الوقت الحاضر، دون المساس بحقوق الأجيال المقبلة في المستقبل، من خلال عمل كل مؤسسات التنشئة الاجتماعية من الأسرة والمدرسة والمساجد والمؤسسات الجمعوية ومؤسسات الدولة ووسائل الإعلام على تكوين أفراد يتمتعون بالإدراك الواعي بكيفية التعامل مع البيئة والحفاظ عليها وعلى صحة الأفراد الذين يعيشون فيها وسلامتهم، "حيث تؤكد دراسة عبد الغاني لولو (2018) أن النظرة الأحادية في الإعلام، والتي لا تعتمد أسلوب الحوار والمشاركة من أجل التعاون البيئي مع الأطراف الفاعلة اجتماعيا لن تؤت ثمارها في مجال حماية البيئة، وهو الجانب الذي تؤكد عليه الكتابات الحديثة التي تركز على ضرورة دمج الجهود وتوحيدها، وإشراك الجميع في معالجة المشكلات البيئية"<sup>1</sup>.

وقد زاد الاهتمام بالوعي البيئي مع تنامي الاهتمام بالبيئة منذ الستينات وتطور المشكلات البيئية بسبب التقدم الصناعي والتكنولوجي، الذي يتجه باستمرار لاستغلال موارد البيئة بحجة التنمية، حيث انعقدت الكثير من المؤتمرات والندوات، مثل مؤتمر استكهولم في 1972، ومؤتمر "تبليس" المنعقد بالإتحاد السوفياتي (سابقا) عام 1977، ومؤتمر "ريوديجانيرو" بالبرازيل والمعروف بقمة الأرض والمنعقد في جوان 1992، وغيرها التي أكدت على ارتباط التنمية بالبيئة، وضرورة إيجاد الوعي البيئي وتنميته لتحقيق التنمية المستدامة، فقضية البيئة هي قضية مجتمعية لا تنحصر في سن القوانين الردعية، بل تتطلب

المشاركة المجتمعية المسؤولة من طرف كل مكونات المجتمع لمواجهة الأخطار الجسيمة للمشكلات البيئية على الأفراد والمجتمعات في الحاضر والمستقبل.

وتعتبر وسائل الإعلام من أهم الأدوات في التوعية بالقضايا البيئية من خلال تزويد الفرد بالمعلومات البيئية الصحيحة والارتقاء بالوظيفة التربوية والتعليمية من أجل تكوين الاتجاهات الإيجابية لدى الأفراد تجاه البيئة، وترشيد سلوكياتهم وتوجيهها لمواجهة المشكلات البيئية التي تعاني منها مجتمعاتهم والتقليل من مخاطرها، ويتحقق ذلك بالاهتمام بالأولويات البيئية في التغطية الإعلامية، التي يجب أن تتسم بالشمولية والمصداقية والقدرة على الإقناع والتأثير في اتجاهات ومعارف ومدركات الجمهور نحو البيئة لتحفيزه على المشاركة الفعالة في الحفاظ على البيئة، "وذلك بالانتقال من مرحلة التناول الظرفي المرتبط بوقوع حوادث مثيرة إلى مرحلة الإعلام الجماهيري الواسع الانتشار، والذي يهدف إلى بلورة رؤية معينة لدى الجمهور المتلقي"<sup>2</sup>.

حيث تستطيع السياسات الإعلامية تحقيق التنمية الشاملة المستدامة عن طريق إدماج مبدأ الإعلام والاتصال في خطط التنمية وإعطائها دورا هاما عن طريق توعية أفراد المجتمع بأهمية خدمة المجتمع المحلي، وأهمية العمل التطوعي كقيمة اجتماعية وتوعية الجمهور بالحفاظ على البيئة وحمايتها وترشيد استخدام المياه والطاقة والمنتجات النظيفة، من خلال ما يسمى بالإعلام البيئي أو الأخضر كأحد أدوات نشر وتعميم التنمية المستدامة القائمة على التناغم والترابط بين البيئة وسلامتها والتنمية الاجتماعية والاقتصادية، التي لا غنى عنها في كافة المشروعات والبرامج التنموية.<sup>3</sup>

ومن هذا المنطلق جاءت هذه الورقة البحثية لتسليط الضوء على محددات ومتطلبات المعالجة الإعلامية الإيجابية للمشكلات البيئية ضمن استراتيجيات حماية البيئة. من خلال الإجابة على التساؤلات الآتية:

- ما هي المقومات الإستراتيجية لنجاح الإعلام البيئي في مواجهة المشكلات البيئية؟
- ما هي خصائص التغطية الإعلامية الإيجابية للمساهمة في حماية البيئة؟
- ما هي سلبيات وتناقضات التغطية الإعلامية للقضايا البيئية ومشكلاتها؟
- ما هي آليات تفعيل الدور الوظيفي للتخطيط الإعلامي للاستجابة للأهداف الإستراتيجية لحماية البيئة؟

## 2- تحديد مفاهيم البحث:

### 1.2- مفهوم الإعلام البيئي:

هو إعلام متخصص يوجه رسالته ويوظفها في خدمة قضايا البيئة، مستخدما في ذلك العديد من الوسائل والقنوات الاتصالية للوصول إلى الجمهور من أجل تشكيل الوعي البيئي لديه، وتحفيزه للمشاركة الفعالة في مشاريع التنمية والبيئة للحفاظ على حقوق الأجيال القادمة والعيش في بيئة صحية وسليمة.<sup>4</sup>

ويقصد به الإعلام الذي يهدف إلى تشكيل الوعي البيئي لدى الجماهير وزيادة اهتمامهم بقضايا البيئة وإتاحة الفرصة لهم لاكتساب المعلومات والمعارف والخبرات المختلفة التي تدعم القيم والمعارف والاتجاهات البيئية الإيجابية لديهم بما يضمن سلوكيات إيجابية محتملة يمكن توقعها مستقبلاً حيال قضايا البيئة.<sup>5</sup>

## 2.2- مفهوم المعالجة الإعلامية:

يشير مفهوم المعالجة الإعلامية إلى الطريقة التي تتناول بها وسائل الإعلام قضية أو حدثاً أو موضوعاً، وفقاً لسياسة تحريرية معينة، تتحدد بناءً على سياسة الوسيلة الإعلامية وملكيته، وتشمل:

- المضمون وأساليب التأثير.
- أنماط التحرير المستخدمة.
- الإخراج الصحفي أو الإذاعي أو التلفزيوني.

ولهذا فالمعالجة الإعلامية تركز في الأساس على سؤال مفاده: "كيف تعاملت الوسيلة الإعلامية مع قضية من القضايا أو حدث من الأحداث؟".<sup>6</sup>

ومنه فالمعالجة الإعلامية هي أشمل من التغطية الإعلامية لأنها تشير إلى الطريقة التي يتم من خلالها تناول الوقائع أو الأحداث، والكشف عن أبعادها المختلفة من خلال عرض مواد إعلامية حول هذه الأحداث على الجمهور، والتي تنقل معاني وأفكار ودلالات معينة حسب الخط الافتتاحي للوسيلة الإعلامية، تتضح في جملة من المحددات الشكلية والموضوعية.

## 3.2- مفهوم المشكلات البيئية:

تواجه المجتمعات في الوقت الحالي العديد من المشكلات البيئية، مثل التلوث والتصحر والاحتباس الحراري، وغيرها، التي تسببت في جزء منها السلوكيات الخاطئة واللاواعية للعنصر البشري، "حيث طغت الجدوى الاقتصادية على الجدوى البيئية حتى أصبحت التنمية عبئاً ثقيلاً على البيئة وسبباً مباشراً من أسباب تدهورها واستنزافها السريع ويزور أنواع جديدة من الملوثات، وإن كان التقدم العلمي والتقني قد مكن الإنسان من السيطرة على بيئته وأعطته القدرة على استغلال الموارد بكفاءة عالية إلا أن الإنسان قد سخر هذا التفوق العلمي والتقني وانحرف به عن الطريق البيئي السليم، فقد استغله في تكثيف واستخدام الموارد إلى حد الإسراف والإفراط، فضلاً عما أضافه من مركبات كيميائية معقدة وسامة أفسدت كلا من الماء والهواء والتربة مما انعكس سلباً على قدرات البيئة".<sup>7</sup>

وتعني المشكلة من المنظور البيئي "حدوث خلل أو تدهور في مصفوفة النظام الإيكولوجي، وما ينجم عن هذا الخلل من أخطار تضر بكل مظاهر الحياة على سطح الأرض، سواء كان هذا الخطر بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، أنياً أو مستقبلياً، المنظور منها وغير المنظور".<sup>8</sup>

## 4.2- مفهوم الوعي البيئي:

يعرف الوعي البيئي بأنه إدراك الفرد لدوره في مواجهة البيئة.<sup>9</sup> ويرتبط هذا المفهوم بتزويد الأفراد بالمعارف البيئية الأساسية والمهارات والأحاسيس والاتجاهات البيئية المرغوبة، بحيث تمكنهم من الاندماج الفعال مع بيئتهم التي يعيشون فيها، في إطار تحملهم المسؤولية البيئية المنشودة التي تضمن الحفاظ على البيئة من أجل الحياة الحاضرة والمستقبلية.<sup>10</sup>

وفي ندوة الإعلام وقضايا البيئة في العالم العربي ورد مفهوم الوعي البيئي على أنه إدراك الفرد لدوره في مواجهة البيئة أو مساعدة الفئات الاجتماعية و الأفراد على اكتساب الوعي بالبيئة وبمشكلاتها، وهو إدراك قائم على المعرفة بالعلاقات والمشكلات البيئية، من حيث أسبابها و آثارها ووسائل حلها، والهدف من ذلك أن يصبح المواطن العادي ملما بالعلاقات الأساسية بين مكونات البيئة ومدى تأثير كل منها في الأخرى، ومدى تأثير الإنسان عليها وتأثره به.<sup>11</sup>

## 3- المقومات الإستراتيجية لنجاح الإعلام البيئي في مواجهة المشكلات البيئية:

إن تنامي الوعي البيئي يؤدي إلى تطور الجهود لحماية البيئة والمحافظة عليها، فالبيئة هي المصدر الأساسي والوحيد الذي يمد الإنسان بكافة الضروريات والأساسيات ويلبي كافة الاحتياجات الإنسانية، كما أن الأمن البيئي يمثل ركيزة أساسية لاستقرار أي مجتمع مهما كان حجمه، ويبرز دور ومهمة الإعلام البيئي في توليد الوعي البيئي لدى كافة شرائح المجتمع، عن طريق تغيير نمط السلوك الفردي، وتحسين عاداته تجاه المجتمع والبيئة، وتوعية الأفراد بالأضرار الناجمة عن التلوث حتى يكونوا عاملاً مباشراً في الحفاظ على البيئة في مجتمعاتهم<sup>12</sup>، ومواطنين إيجابيين مزودين باتجاهات إيجابية نحو حماية البيئة من التلوث والإهدار واستنزاف الموارد، ولديهم القدرة على اتخاذ القرار ومزودين بمهارة العمل الفردي والجماعي.<sup>13</sup> ويمكن تحديد أهمية الدور الذي يمارسه الإعلام البيئي للحفاظ على البيئة وتحقيق الأمن البيئي فيما يأتي:

- نشر الوعي البيئي من خلال أجهزة الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية.
- إنتاج برامج متخصصة وأعمال تلفزيونية تسجيلية حول حماية البيئة من أخطار التغيرات المناخية والبيئية المختلفة.
- عرض برامج إرشادية وبرامج توعوية مختلفة بالتلفزيون وأماكن تجمع الجماهير والشباب.
- تكوين الوعي البيئي على مستوى جماهيري واسع، ويتحقق هذا من خلال البرامج والمسلسلات الهادفة والإعلانات المعتمدة على الرسوم المتحركة.
- الإعلان التلفزيوني كأحد الأدوات الفعالة في تناول موضوع البيئة " محاربة السلوكيات المختلفة ومواجهة أخطار التغيرات المناخية والبيئية المختلفة"، من خلال الرسائل الإعلانية التي تدور حول أفكار مختلفة.

- لفت الانتباه إلى البيئة من حولنا والتركيز عليها وذلك من خلال مواقف تمثيلية توضح أثر البيئة الصحية على حياتنا وسلامتنا.
- تناول السلوكيات الخاطئة في حياتنا اليومية والتي يمارسها بعض الأفراد ولإظهارها في صورة مرفوضة بما يؤدي إلى التفتير منها، حتى يتجنب باقي الأفراد الوقوع فيها أو تكرارها.
- تصوير البيئة الطبيعية في أزهى صورها وألوانها بما ينمي داخل المواطن الرغبة والسعي إلى التمتع بتلك البيئة الجميلة النظيفة.<sup>14</sup>
- إكساب الأفراد فهم أساسي وكامل للبيئة ومشكلاتها والمسؤولية المتكاملة تجاهها والحفاظ على مواردها والعنصر البشري فيها.<sup>15</sup>

حيث أنه خلال العقدين الأخيرين من القرن الماضي شهد الاهتمام بقضايا البيئة وطرق وأساليب نشر الوعي البيئي تزايداً كبيراً، فقد أحدث الإنسان خلا كبيراً في التوازن الدقيق الذي كان يربط بين عناصر المنظومة البيئية، نتيجة للتصنيع المتزايد والعشوائي، وظهرت بسبب ذلك ظواهر جديدة لم يعرفها الإنسان من قبل، مثل ظاهرة المطر الحمضي، والبيت الزجاجي، والإثراء الغذائي، والضباب الضوئي الكيميائي، وانخفاض تركيز الأوزون في الغلاف الجوي، وغيرها من التأثيرات السلبية التي طالت البيئة، واضطرت الإنسان إلى توجيه اهتمامه إلى القضايا البيئية، ومحاولة إيجاد الحلول الكفيلة للحد من هذه التأثيرات، وقد تركز ذلك فعليا من خلال مجموعة من اللقاءات والندوات والمؤتمرات كان أولها مؤتمر ستوكهولم حول البيئة الإنسانية والمنعقد في جوان 1972، وكذا المؤتمر الدولي الحكومي للتربية البيئية المنعقد في أكتوبر 1988، والمؤتمر التاريخي عن البيئة والتنمية الذي عقد في البرازيل في جوان 1992، وقد دعت جل هذه اللقاءات والندوات إلى نشر الوعي البيئي، وتطوير الاهتمام بقضايا البيئة عن طريق وسائل الإعلام بمختلف صورها المقروءة والمرئية والمسموعة، وهو ما يصطلح عليه بالإعلام البيئي.<sup>16</sup>

وقد ظهرت في كثير من البلدان المتقدمة مؤسسات إعلامية متخصصة في عرض شؤون البيئة ومناقشتها والبحث عن حلولها مما استقطبت شريحة عريضة من الجماهير، ونجحت في كثير من الأحيان في تعبئة الرأي العام وتوعيته بخطر بعض المشاريع التي كانت استجابة معارضتها سريعة وقوية من طرف الجماهير.<sup>17</sup>

وتقوم فعالية الإعلام البيئي في مواجهة المشكلات البيئية على جملة من الأساليب المساهمة في تحقيق التوعية البيئية، هي:<sup>18</sup>

- تنفيذ محاضرات متخصصة وندوات وحلقات بحث ومؤتمرات وورش عمل لنشر التوعية وزيادة التعليم في مختلف قضايا البيئة.

- تنفيذ البرامج الإذاعية والتلفزيونية التي تكشف الحقائق البيئية للمواطن وتبصره بدوره ومسؤولياته تجاه مشكلات البيئة.
- تسخير الصحافة لنشر الوعي البيئي عبر مقالاتها وتحقيقاتها ورسومها الكاريكاتيرية وغير ذلك من أساليب.
- تشجيع الأفراد على زيارة المتاحف والمعارض وحدائق الحيوان والمحميات الطبيعية التي تشكل مصادر هامة للمعلومات البيئية للناس بكافة فئاتهم على أن من شأن هذه الزيارات أن تنمي عند الناس المواقف الإيجابية نحو البيئة.
- تشجيع الأفراد على تشكيل النوادي والجمعيات المهنية والهيئات الأهلية ذات الأهداف البيئية والانخراط فيها، وتسليط الضوء على أهدافها ونشاطاتها ودعم برامجها والعمل على إنجاح مشاريعها في المحافظة على البيئة.
- إنجاح برامج التوعية الصحية والأسرية وبرامج التنقيف الجماهيري التي تنفذها المؤسسات الحكومية المختلفة كوزارات التربية والتعليم العالي والصحة والزراعة والطاقة والتنمية الاجتماعية والسياحة والمياه وغيرها.
- توجيه معدي البرامج وكاتبي السيناريوهات والمخرجين إلى تطعيم البرامج والتمثيلات والأفلام بمعلومات خفيفة عن البيئة.

#### 4- خصائص التغطية الإعلامية الإيجابية للمساهمة في حماية البيئة:

أصبح الاتصال الجماهيري قوة مؤثرة في حياة المجتمعات، ويلعب دورا هاما في مواجهة الكوارث والأزمات البيئية التي تعاني منها، وهناك تفاعل مستمر بين وسائل الاتصال الجماهيري والمجتمع حيث يؤثر ويتأثر بها باعتباره عنصرا لا يبتعد عن الكيان الاجتماعي والثقافي والاقتصادي، ويدخل في مختلف أوجه النشاط وأصبح لوسائل الإعلام دورها الواضح في تكوين الصور الذهنية، والتي تعكس واقع هذه الكوارث والأزمات وغيرها، فوسائل الإعلام تؤثر في اتجاهات الأفراد ومواقفهم بما ينعكس على سلوكياتهم.<sup>19</sup> ولا يخفى على أحد مدى أهمية الإعلام في توجيه السلوك الفردي والجماعي نحو الحفاظ على البيئة، من خلال وسائله السمعية أو البصرية، وكذا إمكانية جمعه لأكثر عدد ممكن من أفراد المجتمع على رأي واحد، من خلال التأثير والإقناع بمختلف الوسائل الدرامية والواقعية وحتى الهزلية، هذا فضلا عن الأساليب الأخرى كعقد الملتقيات الفكرية وصناعة فرص الحوار والتشاور وتبادل الأفكار حول القضايا التي تجمع الجميع.<sup>20</sup>

وذلك في الدول النامية على وجه الخصوص التي لا تزال المخاطر البيئية بالنسبة لقطاعات كبيرة من المواطنين بها غير مفهومة من جانبهم فضلا على اللامبالاة من طرف المسؤولين ورجال الصناعة، ولذا هذه الوضعية، تظهر ضرورة نشر وتنمية الوعي البيئي من خلال وسائل الإعلام المختلفة، وتحقيق

ذلك يتطلب عدم العشوائية في المعالجة الإعلامية للقضايا البيئية، بل يستلزم أولاً تحديد الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها (زيادة المعرفة بالقضايا البيئية وخلق وعي بالمشكلة، أو خلق اتجاهات جديدة اتجاه البيئة، أو تغيير اتجاهات البعض، خاصة رجال الصناعة والمعنيين بعملية التنمية، أو التأثير على السلوك، أو كلها معاً)، ذلك أن كل هدف محدد من طرف وسائل الإعلام يتطلب معالجة إعلامية مختلفة.<sup>21</sup>

كما يتطلب ذلك إعلام بيئي قائم على تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعدهم في مواجهة الكوارث والأزمات البيئية والتعامل معها بوعي يزيد من فعالية الفرد، ويرفع مستوى أهليته وأدائه، من خلال الرسائل التي يبثها على أعداد كبيرة من الناس، والتي تتضمن نشر الحقائق والمعلومات والأرقام والإحصائيات عن الكوارث البيئية بسرعة كبيرة وبمصادقية، مما يجعل الجمهور يتعرف عليها في وقت حدوثها وبمعلومات وافية، بما يشكل الوعي لديهم حيالها. وذلك انطلاقاً من أن الإنسان هو أكثر الكائنات الحية فاعلية وتأثيراً في النظام البيئي، لذا يجب على الإعلام أن يتعامل مع مشكلات البيئة بواسطة خلق الإحساس لدى المواطن بضرورة الاهتمام بها، والمحافظة عليها، من خلال تقوية اهتمام الجماهير بقضايا البيئة ومشكلاتها، وتكوين العلاقة السوية بين الإنسان والبيئة، بحيث يتكون لديه الوعي البيئي المتكامل، سواء كان وقائياً يمنع حدوث الخلل أو المشكلة، أو علاجياً يواجه به الفرد المشكلات الفعلية الناجمة عن سوء الاستخدام، إضافة إلى ممارسة دوره في الضغط على الحكومات في بعض الدول لإنشاء أجهزة تعنى بمشكلات البيئة.<sup>22</sup>

فبعدما كان الإعلام البيئي نقلاً للخبر البيئي والإثارة الصحفية لمزيد من المبيعات، أصبح له سياسات وخطط ووظف لتحقيق أهداف مختلفة، ولهذا يقول صالح جمال الدين أن الإعلام البيئي يسلط الضوء على كل المشاكل البيئية من بدايتها، وليس بعد وقوعها، وينقل للجمهور المعرفة والاهتمام والقلق على بيئته.<sup>23</sup>

ويشير عزيزة عبده إلى أن الإعلام البيئي يتطلب إيجاد المحرر الإعلامي المتخصص بالبيئة، وهذا يتطلب وجود مناهج دراسية للإعلام البيئي في الجامعات أو في دورات تكوين الصحفيين، وتشجيع تواصل الإعلاميين البيئيين مع الخبراء والمختصين، وإقامة قواعد معلومات بيئية وإعلامية، وهذا يتطلب أيضاً تشجيع رؤساء التحرير ومديري القنوات الفضائية لإعطاء مساحة أكبر في هذا الشأن.<sup>24</sup>

فالإعلام البيئي هو إعلام متخصص، يتطلب الخبرة والخلفيات المعرفية حول مختلف الظواهر والأحداث البيئية، وحتى تتمكن وسائل الإعلام من بناء وصياغة مضامين بيئية تسهم في بناء الوعي البيئي لدى أفراد المجتمع، وجب عليها الاستعانة بالخبراء والمتخصصين في المجال بصفة مستمرة، حتى لا تكون تغطياتها مقتضبة، وفي إطار مناسبات معينة فقط.<sup>25</sup>

كما يشير نجيب صعب إلى أن الإعلام البيئي يجب أن تتوفر فيه مجموعة من المعايير والمحددات الأساسية كالشمول والتكامل في المعالجة والتغطية الإعلامية الخاصة بقضايا البيئة، وتجنب



الإغراق أو التكتيف المباشر لأنه يؤدي إلى درجة من التشبع وانصراف الجمهور المستهدف، إضافة إلى الحرص على الدقة والتوازن في عرض القضايا البيئية، وعرض النماذج الإيجابية وعدم الاكتفاء بالسلبيات فقط، ويضيف مكي وبركات مستوى العاملين بالإعلام من حيث الحرفية ودرجة إلمامهم وإدراكهم لقضايا البيئة، ومجموعة من المحددات الإعلامية المتعلقة بالبناء الموضوعي للرسائل الإعلامية، كتحديد الهدف من العملية الإعلامية، والتعرف على الجمهور المستهدف، لاختيار الوسيلة الإعلامية المناسبة، وشكل الرسالة الإعلامية الملائمة، واختيار القائمين بالاتصال الذين يتمتعون بالمصداقية لدى الجمهور.<sup>26</sup>

إن الإعلام البيئي ليس مجرد أخبار تنشرها الصحف والمجلات ولا صور تبثها محطات التلفزيون، ولا رسائل تنبئها الحملات الإعلامية ومحاضرات توعوية تلقى أمام شرائح المجتمع، بل هو عمل منظم تشارك فيه أكثر من جهة، ويرمي إلى تحقيق أهداف عدة، هي:<sup>27</sup>

- طرح القضايا البيئية، وتقديمها بصورة مبسطة وشاملة للجمهور وتزويدهم بالمعلومات ذات الصلة بالبيئة، وإعلامهم بكل جديد محليا وعالميا من خلال نقل أهم الأخبار والمواضيع المتعلقة بالبيئة ومتابعة كل الإجراءات والقرارات التي تتخذها جهات ما في القطاعين العام والخاص، ويكون من شأنها الإضرار بالبيئة، وبالتالي الإسهام في الجهود التي تبذل للضغط من أجل وقف هذه المظاهر أو الحد منها.

- تشكيل الوعي البيئي بصورة إيجابية بهدف المساهمة في دفع المواطنين إلى تغيير سلوكياتهم الضارة بالبيئة، والمشاركة بفعالية في رعاية البيئة، من خلال دفع الناس إلى العمل الشخصي، وتشجيعهم على الحوار وإيصال آرائهم إلى المسؤولين، فيكون لهم رأي مسموع يساهم في صنع القرار، وهذا يستدعي إقامة حوار تصل من خلاله آراء الناس إلى المسؤولين، كما يوصل للمسؤولين إيضاحات عن جدوى التدابير و الإجراءات التي تتخذها الحكومات والهيئات الرسمية لحماية البيئة.

- تبني وضع وتطوير برامج تعليمية وتربوية لحماية البيئة، والتوعية بقوانين حماية البيئة الصادرة عن الجهات المسؤولة عن البيئة محليا و إقليميا وعالميا وبالتالي تحفيز الأفراد إلى التغيير نحو الأفضل عن طريق خلق طموحات مشروعة وممكنة، مع إيجاد ودعم والاتجاهات والقيم المناسبة، و إذكاء الحماس للتغلب على الصعاب والعقبات.

- تصحيح بعض المقولات والتصورات القاصرة في معالجة قضايا البيئة ومن ذلك النظر إلى قضايا البيئة على أنها تعني مظاهر التلوث ومصادره فقط، وكذلك مقولة أن التنمية تؤدي بطبيعتها إلى إهدار المصادر البيئية أو تلوث البيئة، فمن المهم الربط بين البيئة والتنمية،

إذ أن تنمية البيئة وتطويرها وتحسينها يتيح الفرصة لأجيال الحاضر والمستقبل في حياة أفضل.

#### 5- سلبيات وتناقضات التغطية الإعلامية للقضايا البيئية ومشكلاتها:

توجد الكثير من السلبيات والتناقضات التي تؤدي إلى ضعف التغطية الإعلامية للقضايا البيئية وعدم فعاليتها في نشر وتنمية الوعي البيئي لأفراد المجتمع، أهمها:<sup>28</sup>

- تركيز وسائل الإعلام على ما يعرف " بالحدث المثير " يؤدي إلى عدم دقة الأخبار المقدمة حول قضايا البيئة، وغالبا لا توضح هذه القضايا بطريقة سليمة، مما يفسح المجال لتكهنات والتفسير غير السليم لاسيما عند غياب المعلومات الأساسية.
- حين يكون دور وسائل الإعلام قائما على رد الفعل أكثر من الابتكار، فالتغطية تزيد أو تقل استجابة لأحداث مثيرة قد تكون كوارث فعلية أو كوارث محتملة الوقوع.
- 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.
- عندما تكون وقتية تنتهي بانتهاء الخطر البيئي، فلا نتوقع منها أن تساهم في تنمية الوعي البيئي للأفراد، لاسيما وأن الصحفيين أغلبيتهم حسب ما أوضحته دراسة مفصلة أجريت في الولايات المتحدة الأمريكية، ليست لديهم الحساسية أو الاهتمام الكافي بالقضايا البيئية، ومعظمهم لديهم خبرة قليلة بالموضوعات المختلفة ومن ثم يواجهون مشاكل متعددة في عرض الموضوعات البيئية، وأغلبها موضوعات علمية تتطلب مهارات خاصة وخبرة واسعة.
- أن وسائل الإعلام تحولت في بعض الدول على أداة دعاية لشركات عملاقة أقامت مكاتب علاقات عامة هدفها إمداد وسائل الإعلام بالمعلومات التي تريد إبرازها وللدرد على الانتقادات الموجهة لنشاطاتها المختلفة، وبذلك لم تعد تعبر وسائل الإعلام عن مصالح الجمهور، وفي الصدد صرح رئيس أكاديمية العلوم في الولايات المتحدة الأمريكية "فيليب هاندر" بأن الاتجاهات غير العلمية أصبح تتغلغل بدرجة كبيرة في الإعلام، " جورج كيورت" المستشار العلمي للرئيس " رونالد ريجان " أن المراسلين الذين يقومون بتغطية الأخبار العلمية والتكنولوجية يتعمدون تشويه الحقائق".

إضافة إلى ذلك هناك مجموعة من السلبيات التي تحول دون توصيل البيئية إلى جمهورها، هي:<sup>29</sup>

- قصور مفهوم البيئة لدى الإعلاميين، وافتقارهم إلى التأهيل العلمي المتخصص والثقافة البيئية المتكاملة، علاوة على قلة الدورات التدريبية التي يشاركون فيها، والتي يمكن أن تسهم في تطوير إمكانياتهم المهنية.
- انعدام وقلة المصادر المعرفية الدائمة والمتجددة عن القضايا والمشكلات البيئية.
- الدور السلبي الذي يقوم به أصحاب المصالح التجارية والصناعات المعادية للبيئة، في شراء سكوت الإعلاميين عن طريق الإعلانات وغيرها.
- غياب استطلاعات الرأي التي تحدد مستويات الوعي البيئي لدى الشرائح المختلفة للجمهور، والتي تساعد في رسم السياسة الإعلامية الخاصة بالبيئة، وتتيح للقائمين بالاتصال حسن اختيار المضامين البيئية والأساليب الإعلامية الملائمة لتوصيل الرسالة البيئية إلى جمهورها.
- الاعتماد على المعلومات البيئية التي تعكس الأولويات البيئية في الدول المتقدمة صناعياً.
- غياب التنسيق بين كافة الأطراف المعنية بالإعلام البيئي، وبين الباحثين البيئيين والشركات الصناعية والمعلنين.

وقد بينت العديد من الدراسات العلمية المتعلقة بواقع التغطية الإعلامية للقضايا البيئية في الدول العربية أن الإعلام العربي لا زال دوره ضعيفاً في نشر وتنمية الوعي البيئي لأفراد المجتمع العربي، وهذا القصور يرجع بالضرورة إلى ضعف فعالية النظام الاتصالي وقلة التعرض للقضايا البيئية ومشكلاتها وتحليلها وتفسيرها من طرف الصحفيين الذين تقل خبرتهم حول هذه القضايا البيئية إلى جانب وضعية وموقع هذا النظام في المجتمعات العربية التي مازالت تحت سيطرة الحكومات، ومما يأسف له فإن الحوار حول أي من قضايا البيئة القومية يبدأ فجأة ثم ينتهي فجأة وتبقى الغالبية من الناس حيارى لم تفهم إلا القليل من التغطية الإعلامية ولا تعرف ما انتهى إليه الأمر، بذلك أخفقت التغطية الإعلامية في خلق وتقوية الوعي البيئي وحث الجماهير على المشاركة الفعالة في معالجة القضايا المختلفة، وبذلك أصبحت الظاهرة السائدة في معظم الدول العربية هي ترك الأمور إلى الحكومة لتتصرف بمعرفتها. وقد أدى التطور البطيء في الوعي البيئي على المستويين الشعبي والحكومي مع عدم المبالاة بالمظاهر السلبية المرئية والنفسية للتلوث وغيره من أشكال التدهور، إلى عدم الاكتراث باتجاهات الرأي العام عند إعداد خطط و برامج حماية البيئة.<sup>30</sup>

## 6- الدور الوظيفي للتخطيط الإعلامي كأحدى السبل الكفيلة بتحقيق الأمن البيئي والتنمية المستدامة ضمن استراتيجيات حماية البيئة:

ساهم التفاعل بين علماء البيئة الذين نهوا إلى الأخطار البيئية الناجمة عن سوء استخدام الموارد وكثافة استخدام التكنولوجيا والمنظمات غير الحكومية ووسائل الإعلام في خلق وعي جماهيري متزايد

- بالقضايا البيئية، مما خلق بدوره ضغوطا سياسية دفعت الحكومات إلى اتخاذ مواقف مسؤولة إزاء مشكلات البيئة، وتمخضت ثلاث توجهات أساسية سيطرت على مواقف واتجاهات حماة البيئة، هي:<sup>31</sup>
- أنصار التوجه الأول يطالبون بضرورة إرساء تشريعات بيئية قوية، ويركزون على الحلول التكنولوجية لمشكلات البيئة.
  - أنصار التوجه الثاني يركزون على ضرورة تشجيع جماعات الضغط للتأثير على صناع القرار لانتهاج السياسات الكفيلة بحماية البيئة من الأخطار التي تهددها.
  - أنصار التوجه الثالث لهم رؤية نقدية لقضية التكنولوجيا والطاقة، حيث يدعون إلى ضرورة العمل على تطوير تكنولوجيا بديلة، وتشجيع الاعتماد الجماعي على الذات.
- ويتأثر نجاح الإعلام البيئي في تحقيق الأهداف الموضوعية لحماية البيئة بعوامل أساسية، هي:<sup>32</sup>

#### 1.6- السياسة الإعلامية للدولة:

ويقصد بذلك علاقة وسائل الإعلام بالسلطة ويرتبط بها من تحكم وتوجيه خلال مناقشة مظاهر التلوث الناتج عن منشآت حكومية، فدرجة الحرية المتاحة تتضح في مدى معالجة الإعلام لمثل هذه القضايا ويتوفر جزء من هذه الحرية في الأنظمة الليبرالية ففي عام 1970 شنت وسائل الإعلام حملة إعلامية حول موت بحيرة إيري (Erie)، مما أجبر سلطات الولايات المتحدة وكندا على تجديد اتفاقية نوعية المياه العذبة وتنظيف منطقة من البحيرات وخفض انبعاث غازات الدفيئة. وفي المقابل تحد الأنظمة السلطوية من حرية إعلامها، ولعل ما اقترفته الحكومة عند كارثة تشرنوبيل بالإتحاد السوفييتي-سابقا - هو صمتها وتعتيمها الإعلامي، مما ترك المواطنين عرضة للإشعاع النووي المباشر، ويسود هذا النمط أغلب البلدان النامية حيث تمارس ضغوطها على الصحف الخاصة عند تناولها لمثل هذه القضايا.

#### 2.6- السياسة البيئية للدولة:

ويتمثل في الاهتمام الذي توليه القيادة السياسية ومدى سنها تطبيقها لقوانين حماية البيئة، وتشديد العقوبات على المتضررين فيها بهدف توفير قاعدة قانونية تحقق الانضباط البيئي في الحالات التي لا تكفي فيها الجهود الإقناعية، ومن الضروري أيضا مشاركة التنظيمات السياسية مثل "الأحزاب الخضر" التي تشكل تيارا قويا يدعم جهود حماية البيئة، وكذلك إشراك المجالس الشعبية والمؤسسات غير الحكومية في اتخاذ القرارات وتنفيذها ومتابعتها، وتشجيع الجمعيات البيئية وإدراج التربية البيئية ضمن المقررات المدرسية وتوعية العمال والمزارعين والجنود وغيرها، ومن المناسب أيضا عرض البرامج البيئية على الجماهير للمساهمة في اتخاذ القرار، وقد أكدت دراسات إعلامية أن التوسع في تغطية أي حدث بيئي ينبع من الاهتمام السياسي به. فقد تناولت الصحافة الموضوعات البيئية بشكل معمق خلال فترة رئاسة الرئيس الأمريكي " تيودور روزفلت" لأن هذا الأخير كان يولي اهتماما بقضايا المحافظة على الموارد الطبيعية وحمايته.

### 3.6- مستوى ونوع الوعي البيئي لدى القيادات الإعلامية:

وهو مدى شعور القيادة الإعلامية بالمخاطر التي تهدد البيئة، وحتى نتعرف على مدى اهتمام رجال الإعلام بقضايا البيئة يمكننا تتبع مدى تفعيلهم للعلاقة بين السياسة الإعلامية والسياسات الأخرى ومحاولة خلق تكامل بينهما، ومدى زيادة قدرة وسائل الإعلام على التأثير والإقناع بأنماط سلوكية إيجابية، ومدى انتهاج الخطط الإعلامية في هذا الشأن، ومدى إعداد الكفاءات المهنية من إعلامي البيئة وما يتبعه من عقد دورات تدريبية وإنشاء شبكة الاتصالات البيئية، وغيرها من مظاهر الاهتمام. وتمثل هذه النقاط أهم عقبة تواجه الإعلام في البلدان النامية حيث النقص الفادح للمتخصصين وعدم توافق أهداف برامج الإعلام البيئي أثناء الممارسة التطبيقية.

### 4.6- اتساق الرسالة البيئية مع النسق القيمي للمجتمع:

إعداد الرسالة البيئية في ضوء السمات العامة للجمهور والفئات التي ينتمي إليها، فكما ارتبطت الرسالة بالبيئة وبأوضاع المواطن وظروفه الاقتصادية والاجتماعية زادت فرصتها في القبول والإقناع، ومعنى ذلك الأخذ بعين الاعتبار تطابق محتوى الرسالة بمدى تحقيق المواطن لحاجاته الأساسية في الحياة وحاجاته الاجتماعية المتمثلة في القيم والتصورات الاجتماعية ومدى مراعاتها، والاستجابة لما هو بحاجة إلى تقييم وتعديل، كالموقف مثلا من حملات التنظيف أو الموقف اتجاه التلوث، ومدى تدعيم سلوك ما أو رفضه في ضوء القيم الاجتماعية السائدة، وإذا تم تحديد البيئة الاقتصادية والاجتماعية للجمهور كانت إمكانية نجاح الرسالة البيئية مرتفعة.

### 5.6- أساليب التغطية الإعلامية:

أي أن تكون أساليب التغطية الإعلامية واضحة ومحددة معتمدة على الحقائق والواقع مستخدمة كافة الأشكال الإعلامية، لكن يختلف أسلوب معالجة قضايا البيئة من وسيلة إلى إعلامية إلى أخرى، فأخبار البيئة تتميز بأنها أحداث مثيرة والاهتمام بها ظرفي، وعنصر الإثارة يؤدي إلى عدم دقة الأخبار وفي معظم الأحوال لا توضح المخاطر البيئية في منظورها السليم سيما عند غياب المعلومات الأساسية، ففي أعقاب حادث "بهوبال" بالهند كشف تحليل 953 خبرا مطبوعا موزعا في الولايات المتحدة عن هذا الحادث أن معظم ما ذكر عن الحادث نفسه بدون أي تعليق علمي أو مناقشة للعوامل التي أدت إلى نقل هذه التكنولوجيا غير الملائمة إلى الهند، كما أن الأخبار الكثير والمختلفة تؤدي إلى حيرة الجمهور وجهله بجوهر المشكل الحقيقي، ويصبح غير قادر على إعطاء معنى للمشكل أو تقديم الحلول، لذلك كان لابد على رجال الإعلام تنظيم الأخبار وتقديمها بشكل ملائم، استنادا إلى خبراء البيئة من أجل تحقيق الدقة والوضوح.

ولذلك انعكس الاهتمام الإعلامي بالبيئة في العالم في نموذجين رئيسيين، هما:<sup>33</sup>

**النموذج الأول:** يعتمد على الاهتمام الموسمي المؤقت، المرتبط بالأزمات والنكبات البيئية، وغالبا ما يصاحبه نمط التغطية الإعلامية القائم على الإثارة، والاكتفاء بالجوانب الصارخة في الأحداث البيئية، وتحاشي الإشارة إلى الأسباب، مع الميل إلى التهويل والمعالجة السطحية، علاوة على انتهاء الاهتمام الإعلامي بانتهاء الحدث، وعدم الحرص على متابعة أو تفسير آثاره، وهذا ما يؤدي إلى تشويه الوعي البيئي، وهذا النمط يركز على الوظائف التسويقية للإعلام، دون النظر لوظائفه التربوية والتثقيفية.

**النموذج الثاني:** يعتمد على النظرة المتكاملة لهذه القضايا، سواء في علاقتها العضوية بالقضايا المجتمعية الأخرى (السياسية والاقتصادية والثقافية)، أو فيما تتميز به من سمات الاستمرارية وعدم الانقطاع، مما يستلزم معالجات إعلامية تتسم بالشمول، ومتابعة إعلامية متصلة وغير متقطعة، ولا تقتصر فقط على الأزمات والنكبات، وي طرح هذا النموذج نمطين من أنماط المعالجة الإعلامية، هما النمط التعليمي الذي لا يكتفي بنشر المعلومات الصحيحة عن البيئة، وإنما يقوم بتوعية الجمهور بحقوقه البيئية والمسؤوليات المترتبة على هذه الحقوق، والنمط التربوي النقدي الذي يضيف إلى النمط السابق اهتمامه بمحاولة إشراك الجمهور في عملية تقييم الموضوعات البيئية التي تنشرها وتذيعها وسائل الإعلام، بحيث يسهم المتلقي في تعديلها أو تطويرها، ويتمتع هذا النمط بقدرة الإعلاميين على تقديم رؤية نقدية لكشف كافة أشكال التضليل الإعلامي ومواجهة ادعاءات الحكومة وأصحاب المصالح التجارية والصناعية، الذين يحاولون تجميل وجه سياساتهم ومشروعاتهم الضارة بالبيئة.

ويعتبر التخطيط الإعلامي لرسالة التوعية البيئية من مقومات الإعلام البيئي الفعال في تعامله مع البيئة، ويعتمد على:<sup>34</sup>

- **تحديد الهياكل المهتمة بالبيئة:** حتى يتسنى التنسيق بينها ثم معها، وهذه الهياكل عديدة حكومية كانت أو غير حكومية، فالإدارة والدواوين التي تشرف على ميادين الفلاحة والغابات والتربة والمياه والصيد البحري والملاحة والصناعة والسياحة والمواصلات والإسكان والثقافة والإعلام والصحة والتعليم والبحث العلمي والبلديات، كلها وجميعها معنية بالبيئة تسهر على جانب أو على عديد من الجوانب، هذا بالإضافة إلى وزارة البيئة في حالة وجود وزارة مستقلة بها، أما الهيئات غير الحكومية فهي جمعيات البيئة وأنديةها والمنظمات التي تسهر على القطاعات المهنية والشبانية وغيرها، من هذا القبيل، فكل هذه الهيئات معنية مباشرة بالإعلام البيئي، لذا ينبغي إدراجها في الخطة الإعلامية.

- **تحديد الهدف:** وتتمثل في تكثيف عملية جلب الانتباه والزيادة في التعريف بالبيئة وقضاياها ويجب ملائمة المناهج للشرائح المستهدفة فيتم تبسيطها كلما اقتضت الحاجة وأن تكتسي هذه العملية صبغة تنمائي ومستوى الطرف المعني ومقدرتها على استيعاب ويمكن تقسيم الأهداف

زمنيا إلى أهداف طويلة المدى، متوسطة المدى، قصيرة المدى، ومن حيث المستوى إلى أهداف وطنية وجهوية ومحلية، ومن أهداف إبلاغ الرسالة البيئية أيضا محاولة تغيير ذهنية بعض الجهات الفاعلة في تلوث البيئة وتعديل سلوكها، ومن هذه الأطراف رجال الصناعات والفلاحين والمخططين الذين يجب الاهتمام بهم اهتماما بالغا حتى يتبنوا المخططات المقترحة ويشاركوا بصورة إيجابية وفعالة في تقادي المشاكل والكوارث.

- **تحديد الجمهور المستهدف:** أي مراعاة جوانب الجمهور المستهدف، حيث يقول "ليونود هود جدون": "كلما تقدمنا في برامج التربية العامة تبين لنا أن جهودنا التربوية ينبغي أن تعنى بالجوانب الاجتماعية والنفسية والتي تؤثر في سلوكه".

- **تكييف الرسالة بما يزيد من وقعها:** وذلك بربطها مثلا باهتمامات المجموعة المستهدفة واحتياجاتها الملحة، فكلما توافقت الرسالة مع الاهتمامات والاحتياجات تحققت أهدافها بسهولة ونجاعة، ولا يكفي الاقتصار على إبراز الخطر والتحذير والإطباب في شرح الجوانب السلبية، بل يجب ذلك بتقديم التوصيات العلمية واقتراح الحلول البديلة لأن الاقتصار على التخويف والتحذير قد يؤدي إلى اللامبالاة بل وإلى الرفض أيضا، وقد أثبتت التجارب التي قام بها فريق من علماء النفس أن تجاوزا كبيرا للجماهير عند عرض النماذج الايجابية للبيئة على العكس من ذلك عند عرض النماذج السلبية التي أدت إلى قلق ونفور الجماهير، لذلك فإن للأسلوب الايجابي له إمكانية عالية في نقل وإيصال المعلومة وإثارة الوعي البيئي ثم أنه ينبغي توخي الدقة والموضوعية وعدم التحيز، لأن الغموض والانحياز عوامل تحد من المصداقية، كما لا ينبغي الاعتقاد بأن طول فترة العرض هو ما يلم بالموضوع، وهذا حرصا على ألا يمل المتلقي ولا يمنع هذا الإيجاز من إعادة الاتصال أو موضوع الرسالة الإعلامية مرة أخرى في حالة ظهور متغيرات جديدة يتطلب الأمر إعادة طرحها، كما ينبغي أن يكون العرض جيدا دون تعقيد أو توتر، كلما توفر من يملك هذه المهارة كان اتصاله مع الجمهور نوعا من العمل المميز الذي يقتضي به. وربما أصبح القائم بالاتصال هنا محل نقاش وإشادة وربما كان عاملا في نجاح الرسالة التوعوية وحنة للإقناع.

- **اختيار وسيلة الإبلاغ:** ويراعى في ذلك نوع الجمهور المستهلك ويكون عن طريق الكلمة أو الصورة أو الوثيقة، أو باستخدامها جميعا، كما أن الاتصال المباشر عن طريق الاجتماعات والزيارات والندوات أحسن سبيل لإقناع وأقوم منهج لحمل الجمهور على تغيير سلوكه إذ يقوم على الحوار وتبادل الرأي وتوطيد الثقة المتبادلة، فالكتب والمجلات والنشريات هي أيضا من المسالك المناسبة لإبلاغ المعلومات الدقيقة التي تستفيد منها الصفوة والمسؤولين على التوجيه البيئي. أما الإذاعة والتلفزيون فهما انجح وسيلتين لبلوغ الجمهور العريض وتبليغ المعلومات

العامة، وهما أكثر ملائمة للفرد وللعائلة في الريف وفي المدن وبالنسبة لكل شرائح المجتمع، لكن استعمالها لا يكون ناجعا إلا إذا أعدت البرامج بكل دقة، ثم إذا تم بثها في مواعيد تتلاءم وتفرغ الجمهور واستعداده لقبول مثل هذه الرسالة، بل قد تتضاعف الفائدة وتتسع رقعة الاستفادة عندما يقع إشراك الجمهور بإجراءات الحوار معه حول مواضيع تهمة مباشرة مثل: التلوث أو الضوضاء أو التصحر، وغيرها...، كما يمكن إشراكه أيضا حول أهم المواضيع العالمية مثل تدهور طبقة الأوزون والاحتباس الحراري وغير ذلك من المواضيع، أما الصحافة يومية كانت أو دورية، عامة أو متخصصة فهي مصدر من أهم مصادر الإعلام والإبلاغ لكنها وفي كل الحالات ومهما كانت وفرة قرائها تبقى أقل تأثيرا من الإذاعة والتلفزيون. ولقد أوضحت الدراسات الإعلامية أن الإعلام قد أحقق إخفاقا كبيرا في مشروعات حماية البيئة في البلدان النامية، وأسباب ذلك كثيرة ولعل أبرزها سيطرة الحكومة على وسائل الإعلام الثقيلة وضعف برامج الإعلام البيئي، هذا إن وجدت بعض البرامج فهي مغايرة للواقع البيئي المعاش في هذه البلدان.

- **استغلال المناسبات وتنظيم الحملات الإعلامية:** إن الحاجة ماسة إلى استغلال وتنظيم الحملات الإعلامية التحسيسية، مع تجنب البرامج المتباعدة غير المرتبطة ببعضها البعض، وإذا كان من الطبيعي أن يزداد الاهتمام عند حدوث الكوارث فإنه ينبغي أيضا تكثيف الإعلام والتبليغ عند المناسبات أو عند إقامة لقاءات هامة على المستويين المحلي والعالمي، وكذلك بمناسبة الاحتفالات بأيام البيئة الوطنية والقومية والجهوية، أو بمناسبة الاحتفال ببعض الأيام الخاصة بأنشطة لها صلة، مثل عيد الشجرة أو يوم النظافة أو يوم مكافحة التدخين أو يوم الصحة وما إلى ذلك من المناسبات فتجند فيها الطاقات لإحلال الحدث الصدارة، وتقسح له الصحف أعمدها والإذاعة والتلفزيون قنواتها وحصصها، والمدارس برامج خاصة بها والجمعيات توعية أعضائها وروادها والمساجد خطب أئمتها وتنظيم الدوائر المسؤولة أو المختصة بالموضوع مسابقات شعرية أو أدبية وتشكيلية ومسرحية.

- **تقييم العمل الإعلامي:** إن تقييم العمل الإعلامي أمر لا بد منه لمعرفة مدى تأثيره ومدى إيجابيته أو سلبيته، وتقدير حجم الإقناع وتغيير السلوك، وما قد يتطلب من تعديلات وتحويرات لتفادي النقص أو مضاعفة الجهد قصد توفير نجاعة أكثر ومساحة إبلاغ أوسع، يحتاج التخطيط الإعلامي البيئي كفاءات إعلامية متخصصة في مجال البيئة لذلك كان من المهم جدا أن يتكون إعلاميون متخصصون في هذه المادة، وتوكل المهمة إلى معاهد الإعلام والاتصال، واستخدام الطاقات والكفاءات التي تم تكوينها من خلال إتاحة الفرصة، وفتح المجال للممارسة والتطبيق، لكن هذا الأمر يبقى رهين عوامل كثيرة تتوقف أغلبها على إرادة القيادات السياسية والإعلامية وصناع القرار ومدى اهتمامهم بالبيئة.



- ولهذا فإن التخطيط لإعلام بيئي فعال كأحد الآليات الكفيلة بتحقيق الأمن البيئي والتنمية المستدامة ضمن استراتيجيات حماية البيئة، يتطلب توافر بعض المحددات:<sup>35</sup>
- وجود قيادات إعلامية تمتلك رؤية متكاملة عن البيئة في إطارها الطبيعي والبشري والاجتماعي والسياسي، وتتحسس المخاطر البيئية دون مبالغة أو تهويل.
  - إعداد كوادر إعلامية مؤهلة ومدربة وقادرة على التصدي لكافة العراقيل التي يضعها صناع القرار والقيادات الصحفية أمام القضايا البيئية، والاهتمام بمتابعتها ومعالجتها بصورة صحيحة ومتكاملة.
  - ضرورة توفير مصادر معلومات عصرية ومتطورة عن المشكلات والقضايا البيئية على المستوى المحلي والإقليمي والدولي.
  - إعداد حلقات نقاشية ودورات تدريبية تضم الإعلاميين والبيئيين، من أجل التنسيق لاختيار أنسب الأساليب الإعلامية لمعالجة قضايا البيئة، والسعي لإقامة شبكات إعلامية تعليمية، واستخدام أسلوب الحملات الإعلامية لمعالجة القضايا البيئية ذات البعد التنموي، والتي تحتاج إلى التراكم المعرفي والمتابعة المتواصلة.

#### 7- الخاتمة:

مما سبق نستنتج أن نجاح الإعلام البيئي في مواجهة المشكلات البيئية كأحد أهم أدوات التربية البيئية، يعتمد بالدرجة الأولى على خصائص ونوعية التغطيات والمعالجات الإعلامية لقضايا البيئة، خاصة أن الثقافة البيئية والوعي المجتمعي بالعديد من المخاطر والإشكالات البيئية لم يصل إلى المستوى المطلوب لتحقيق الأمن البيئي لدى نسبة كبيرة من أفراد المجتمع، مع قلة الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية والبيئية لدى المسؤولين على مستوى مؤسسات الدولة والمؤسسات الاقتصادية، مما يستلزم على القائمين على مؤسسات الإعلام إعادة النظر في أدوارها واستراتيجياتها من أجل حماية المنظومة البيئية من مختلف أشكال الاعتداءات غير المدروسة، سواء من طرف المواطنين أو المسؤولين، والتعامل مع القضايا والموضوعات البيئية في علاقتها بمختلف القضايا المجتمعية الأخرى، وتسليط الضوء على كل أبعادها حتى تكون الرؤية شاملة وأكثر وضوحاً.

ولذلك فالنهوض بدور الإعلام البيئي العربي يستدعي تجاوز سلبيات معالجته لقضايا البيئة، والبحث عن آليات عملية لتفعيلها في إطار إستراتيجية إعلامية بيئية بعيدة المدى تراعي متطلبات التنمية المستدامة، وذلك من خلال المتابعة الإعلامية المستمرة لمختلف الموضوعات البيئية، التي يجب ألا تقتصر على المشكلات والأزمات البيئية فقط، وألا تكون مناسباتية، تعتمد على الخبر أكثر من التحليل والتفسير، مما يتطلب توافر المؤسسات الإعلامية على كفاءات إعلامية متخصصة في مجال البيئة حتى تكون المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة بصورة صحيحة ومتكاملة.

## 8- التوصيات:

بناء على ما سبق، يمكن تقديم التوصيات الآتية:

- تضافر جهود مختلف مؤسسات التنشئة الاجتماعية والتنسيق فيما بينها لوضع إستراتيجية شاملة وبعيدة المدى لتربية الناشئة بيئياً وترسيخ مفاهيم المواطنة البيئية.
- سن التشريعات والقوانين والعقوبات الرادعة للمخالفين، ذلك أن الردع من الأساليب الضرورية لدعم الأنشطة الإقناعية ضمن حملات التوعية البيئية.
- ضرورة اعتماد مناهج التوعية البيئية ضمن المناهج الدراسية كمرحلة أساسية من طرف وزارة التربية والتعليم.
- دعم وتمويل كافة المشروعات والخطط التي تهدف إلى زيادة الوعي البيئي ونشر الثقافة البيئية.
- ضرورة الاعتماد على إستراتيجية إعلامية بيئية واضحة للتعامل مع القضايا البيئية، من خلال الاهتمام بالأولويات البيئية ضمن الأجندة الإعلامية.
- تأهيل وتكوين الإعلاميين في مرحلة التعليم الجامعي في مجال الإعلام البيئي، ودعمهم بدورات تكوينية وتدريبية ضمن مؤسساتهم الإعلامية التي يعملون بها، من أجل تمكينهم من أداء عملهم الإعلامي.
- ضرورة التنسيق بين وسائل الإعلام والعلماء والمختصين في مجال البيئة في إعداد البرامج والمواد الإعلامية التي تتناول موضوعات وقضايا البيئة.
- استخدام الإعلام البيئي الإلكتروني بتوظيف وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية البيئية لأنها تحظى بإقبال كبير من طرف مختلف فئات المجتمع، خاصة الشباب، كما أنها تعد أكثر فاعلية، واستغلال خاصية التواصل والتفاعل لخلق تجاوب الرأي العام مع برامج الحملات الإعلامية البيئية، من أجل الإدلاء بالآراء المختلفة الإيجابية منها أو السلبية، التي من شأنها أن تساهم في تعزيز الإيجابيات وتصحيح جوانب القصور وتجنبها مستقبلاً.

## المراجع:

- 1- عبد الغاني لولو: المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة في التلفزيون الجزائري (دراسة تحليلية لحصة "البيئة والمجتمع")، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة ورقلة، المجلد 10، ع5، 2018، ص: 226.
- 2- عمر مرزوقي وشهيناز كشرود: الأمن البيئي والتنمية المستدامة (التكامل الاستراتيجي)، جوان 2019، المجلة الجزائرية للأمن والتنمية، المجلد 8، العدد 15، جويلية 2019، ص: 39.
- 3- شفيقة مهري: الإعلام البيئي الإلكتروني عبر موقع الفيسبوك ودوره في تحقيق التنمية المستدامة، مجلة العلوم الاجتماعية، جامعة سطيف-2، العدد 23 ديسمبر 2016.
- 4- المرجع السابق.
- 5- بن الطيبي مبارك: الحق في الإعلام البيئي في التشريع الجزائري، مجلة حقوق الإنسان والحريات العامة، جامعة مستغانم، المجلد 4، العدد 7، جوان 2019، ص: 141.
- 6- نور الدين دحمار: قضايا البيئة في الصحافة المكتوبة: دراسة تحليلية لجريدتي وقت الجزائر والشعب، مذكرة مكملة لشهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، 2011-2012، جامعة الجزائر 3، ص: 11.
- 7- عصام نور: الإنسان والبيئة في عالم متغير، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2002، ص: 25.
- 8- وائل منصور أحمد برهوم: المشكلات البيئية المتضمنة في محتوى كتاب الجغرافيا للصف الثامن الأساسي ومستوى اكتساب الطلبة لها، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة، 2012، ص: 7.
- 19- William Illtson, Harald M. proshonsky: An introduction to Environmental Psychology, New York, 1974, p:24.
- 10- محب محمود كامل الرفاعي وماهر إسماعيل صبري محمد: التربية البيئية من أجل بيئة أفضل، المركز القومي للبحوث التربوية والتنمية، القاهرة، 2004، ص: 304.
- 11- جمال الدين السيد علي صالح: الإعلام البيئي بين النظرية والتطبيق، مركز الإسكندرية للأبحاث، مصر، 2003، ص: 91.
- 12- وجدي حلمي عيد عبد الظاهر: دور وسائل الإعلام الحديثة في التوعية ومواجهة الأزمات الأمنية، جامعة أم القرى، سبتمبر 2013، pdf، ص: 14.
- Sauv , L: Currents in Environmental Education: Mapping a Complex and Evolving 13 Pedagogical Field, Canadian Journal of Environmental Education, 10(1), 2005, pp: 11-37.
- 14- شفيقة مهري: مرجع سابق.
- 15- Alexander G. Flor: Environmental Communication (Principles, Approaches and Strategies of Communication Applied to Environmental Management), Quezon City, Philippines, UP Open University, 2004, p: 4.
- 16- فتيحة كيجل: الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي (دراسة في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي -موقع الفيسبوك نموذجا-)، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2011-2012، ص: 84.
- 17- Henry.H. Schulte, Marcel,P. Dufresne: pratique du journalisme, nouveaux horizons, Paris, 2002, P : 235.
- 18- شفيقة مهري: مرجع سابق.

- 19- فتيحة كيجل: مرجع سابق، ص: 103.
- 20- المرجع السابق، ص: 104.
- 21- بن يحي سهايم: الصحافة المكتوبة وتنمية الوعي البيئي في الجزائر (دراسة تحليلية لمضمون صحيفتين وطنيتين الشروق و "Le matin" وصحيفتين جهويتين آخر ساعة و "L'est Républicain")، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة منتوري، قسنطينة، 2004-2005، ص: 130.
- 22- فتيحة كيجل: مرجع سابق، ص: 104.
- 23- مشعل فايز العتيبي: الإعلام البيئي في دولة الكويت (الهيئة العامة للبيئة أنموذجا)، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، أيار 2012، ص: 29.
- 24- عزيزة عبده: الإعلام السياسي في الصحف المصرية ودوره في تشكيل الرأي العام (دراسة مقارنة بين قائمة اهتمامات الصحف وقائمة اهتمامات الجمهور)، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2004.
- 25- فتيحة كيجل: مرجع سابق، ص: 109.
- 26- مشعل فايز العتيبي: مرجع سابق، ص: 30.
- 27- فتيحة كيجل: مرجع سابق، ص: 114.
- 28- بن يحي سهايم: مرجع سابق، ص: 118-120.
- 29- عواطف عبد الرحمن: الإعلام العربي وقضايا العولمة، pdf، ص: 292-294.
- 30- بن يحي سهايم: مرجع سابق، ص: 126.
- 31- عواطف عبد الرحمن: مرجع سابق، ص: 278.
- 32- رضوان سلامن: الإعلام والبيئة (دراسة استطلاعية لعينة من الثانويين والجامعيين -مدينة عنابة نموذجا-)، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر، 2005-2006، ص: 154-155.
- 33- عواطف عبد الرحمن: مرجع سابق، ص: 284-288.
- 34- رضوان سلامن: مرجع سابق، ص: 150-153.
- 35- عواطف عبد الرحمن: مرجع سابق، ص: 312-314.