

## الإعلام البيئي كألية لحماية البيئة

## Environmental media as a mechanism to protect the environment

شلابي أمينة هاجر<sup>1</sup>

جامعة الجزائر 3

chalabiaminahadjer@gmail.com

تاريخ الوصول 2021/06/25 القبول 2021/08/11 النشر على الخط 2022/05/10

Received 25/06/2021 Accepted 11/08/2021 Published online 10/05/2022

## ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز دور الإعلام في عملية التنوير والتوعية البيئية، حيث يعد الإعلام البيئي احد المقومات الأساسية في الحفاظ على البيئة ونشر القيم الخاصة بحمايتها، ويتوقف ذلك على مدى اكتساب الجماهير للمعرفة البيئية وتوفير المعلومة البيئية للجمهور بشكل مستمر ومثير للانتباه، وليس نشرها في أخبار متفرقة وسطحية.

وقد توصلت الدراسة إلى أن أهداف الاعلام البيئي تتمحور أساسا في توعية الجماهير بضرورة حماية البيئة وصيانتها، ولا يتحقق ذلك إلا بتخصيص فضاءات واسعة لمعالجة قضايا البيئة ومشاكلها وفق إستراتيجية دقيقة مع توفير الإمكانيات الفنية والتقنية ووضع البيئة ضمن الأولويات الإعلامية للقائم بالاتصال.

**الكلمات المفتاحية:** الإعلام البيئي، التوعية البيئية، الثقافة البيئية.

**Abstract:**

This study aims to showing the role of the media in the process of environmental awareness, as environmental media is one of the basic props in preserving the environment and spreading the values related to its protection, and this depends on the extent to which the masses acquire environmental knowledge and provide environmental information to the public on a continuous and interesting basis, not publishing it in the news scattered and superficial.

The study concluded that the objectives of environmental media mainly centered on educating the public about the need to protect and preserve the environment, and this can only be achieved by allocating large spaces to address environmental issues and problems according to a precise strategy, while providing technical and technical capabilities and placing the environment among the media priorities of the communicator.

**Keywords:** Environmental media, environmental awareness, environmental culture.

## 1. مقدمة:

ظهر الإعلام البيئي منذ ستينات القرن العشرين كمفهوم جديد في أدبيات علوم الإعلام والاتصال ثم أصبح تخصصا يقوم بتوفير المعلومات والحقائق العلمية حول البيئة ونقلها للجمهور عبر وسائل الإعلام المختلفة بهدف توعيته بضرورة حماية البيئة وصيانتها. وقد عرف الإعلام البيئي تطورا كبيرا في وسائله وأساليبه ومضامينه، كما تزايد الاهتمام الإعلامي بقضايا البيئة في السنوات الأخيرة بتزايد الوعي البيئي لدى الافراد والحكومات والمنظمات والمؤسسات الاجتماعية والتربوية والثقافية وحتى السياسية والاقتصادية وأيضا القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلامية فأصبحت البيئة من أولويات وسائل الإعلام باختلاف أنواعها. ومن هنا نطرح تساؤلنا الرئيسي:

**كيف يساهم الإعلام البيئي بمضامينه ووسائله واستراتيجياته في الحفاظ على البيئة؟**

وللإجابة على هذا السؤال لابد من التطرق إلى العناصر التالية:

- مفهوم الإعلام البيئي، أهدافه، أساليبه ووسائله.
- النماذج المعاصرة لدراسة الإعلام البيئي
- إسهام الإعلام البيئي في الحفاظ على البيئة ومقومات نجاحه.

## 2. الإعلام البيئي:

ترجع الأصول الأولى لاهتمام وسائل الإعلام بالبيئة إلى السبعينيات في القرن التاسع عشر سنة 1870 وذلك في مدينة (ميني سوتا) بالولايات المتحدة الأمريكية، فللمدينة أهميتها في تاريخ العلاقة بين وسائل الإعلام والصراع الدائر بشأن البيئة، فقد أسس (Hallock) مجلة عنيت بقضايا البيئة وعلى وجه التحديد الحياة البرية في المدينة، والمجلة التي اختفت فيما بعد تركت اثرا كبيرا في تشكيل جماعات حماية البيئة لمدة طويلة بعد اختفائها، وفي إنجلترا أنشأ (Edward Heath) رئيس وزراء بريطانيا وزارة البيئة في أوائل السبعينات من القرن الماضي، وبدأ الصحفيون والإعلاميون يهتمون بمعالجة القضايا البيئية على نحو مختلف عندما أولت ملكة إنجلترا والأمير تشارلز شرعية للقضايا البيئية التي تبنتها جماعات الضغط.<sup>1</sup>

وقد أشارت دراسات غربية إلى أن البيئة تحتل موقعا متقدما في قائمة الاهتمامات الإعلامية دوليا، إذ تشغل المركز الثاني في قضايا العلم والتكنولوجيا بعد الطب والصحة، كما أكدت استطلاعات الرأي العام في كندا وبريطانيا والولايات المتحدة ومصر أن موقع البيئة يتراوح بين المرتبة الأولى والثانية لدى الرأي العام.<sup>2</sup>

يؤكد الخبير البيئي عصام الحناوي أن الإعلام عن قضايا البيئة ليس جديدا، فمنذ أكثر من 100 عام أنشأت جمعيات أهلية للحفاظ على البيئة البرية وكان من نشاطاتها إعلام الناس عن فوائد الحياة البرية وضرورة صونها، واتخذت تلك الجمعيات من

<sup>1</sup> بيوني إبراهيم حمادة، دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام، ط 1، عالم الكتب، القاهرة، 2008، ص 511.

<sup>2</sup> بيوني إبراهيم حمادة، المرجع السابق، ص 510.

الصحافة والمجلات العامة وسائط لنشر رسالتها، وأصدر البعض منها المجلات العلمية العامة التي أولت البيئة الطبيعية اهتماما خاصا، مثل مجلة الجغرافيا الوطنية التي أصدرت في أمريكا.<sup>1</sup>

ومن ناحية أخرى لعب اهتمام الجماهير بقضايا البيئة دورا هاما في تحريك الإعلام للاهتمام بهذه القضايا، وبحسب للإعلام دوره في الضغط على الحكومات في بعض الدول للتعامل مع بعض المشكلات البيئية القومية والإقليمية مثل تدفق المساعدات على الدول الأفريقية التي تعرضت للجفاف الشديد في السبعينات والثمانينات من القرن الماضي.<sup>2</sup>

لقد تطور الإعلام كثيرا، فأصبح الآن يعتمد على جملة من الوسائل المقروءة المسموعة والمرئية من اجل إيصال الرسالة البيئية للجمهور ومن بين أهم هذه الوسائل الصحافة المكتوبة، الإذاعة، التلفزيون، الهاتف، الانترنت وغيرها من تكنولوجيات الاتصال الحديثة.

## 1.2 . مفهوم الإعلام البيئي:

ظهر مصطلح الإعلام البيئي بعد مؤتمر البيئة العالمي الذي انعقد في " ستوكهولم" 1972 وبدأ هذا المصطلح في النمو والتطور المتواتر من ناحية التعريف والمفهوم والاستخدام منذ تسعينات القرن الماضي فبعدها كان نقلا للخبر البيئي والإثارة الصحفية لمزيد من المبيعات أصبح له سياسات وخطط ووظف لتحقيق أهداف مختلفة.

وقد عرف البنك الدولي La Banque Mondiale الإعلام البيئي بأنه: نقل معلومات ذات طابع بيئي من وكالات او منظمات غير حكومية من اجل إثراء معارف الجمهور أو التأثير على آرائه وأفكاره وسلوكياته تجاه البيئة.<sup>3</sup> ويقصد بالإعلام البيئي أيضا انه المادة الإعلامية في الصحف والمحطات الإذاعية والقنوات التلفزيونية الأرضية والفضائية والانترنت ومختلف الوسائل السمعية البصرية والمطبوعة والوسائط المتعددة و الالكترونية التي تعنى بالقضايا البيئية وأسبابها والحلول المقترحة لمعالجتها بهدف التأثير في الجمهور من اجل توعيته وتعديل سلوكه قصد الحفاظ على البيئة.<sup>4</sup>

إن ظهور مصطلح الإعلام البيئي كأداة تعمل على توضيح المفاهيم الإعلامية البيئية من خلال إحاطة الجمهور المتلقي والمستهدف للرسالة والمادة الإعلامية البيئية بكافة الحقائق والمعلومات الموضوعية بما يساهم في تأصيل التنمية البيئية المستدامة وتنوير الجمهور لتكوين رأي صائب في الموضوعات والمشكلات البيئية المثارة والمطروحة.<sup>5</sup>

## 2.2. أهداف الإعلام البيئي:

<sup>1</sup> وهاي نزيهة، المعالجة الاعلامية لقضايا البيئة من خلال الصحافة المكتوبة، مجلة كلية التربية الأساسية للعلوم التربوية والإنسانية، جامعة بابل، العدد 34، 2017، ص 130.

<sup>2</sup> عصام الحناوي، قضايا البيئة في 100 سؤال وجواب، البيئة والتنمية، بيروت، 2004، ص ص: 24-25.

<sup>3</sup> -Gillian martin mahers, **Manuel de planification de la communication environnementale pour la region Mediterraneene**, suisse editeur.suisse 1992.p 01.

<sup>4</sup> محمد قيراط، البيئة والاقتصاد في معادلة الاعلام التنموي، مجلة اذاعات الدول العربية، 1، شتاء 2010، ص 44.

<sup>5</sup> زهير عابد، دور الاعلام في تنمية الحس البيئي، مجلة الاذاعات العربية، العدد 02، 2008، ص 52.

أجمعت الدراسات على أهمية الدور الذي ينبغي أن تقوم به وسائل الإعلام في تشكيل الوعي البيئي وفي مجال حماية البيئة وتحويل القضايا البيئية إلى محاور الاهتمام الجماهيري وضرورة تأهيل وإعداد العاملين في مجال الإعلام وتزويدهم بقاعدة معرفية عريضة عن مشكلات وقضايا البيئة من أجل أن يحقق الإعلام البيئي أهدافه المرجوة.<sup>1</sup> ومن بين أهداف الإعلام البيئي ما يلي:

- **المعرفة (البعد الإدراكي):** ونقصد بها المعلومات والمفاهيم التي ينبغي أن يعرفها الأفراد والجماعات عن النظم البيوفيزيائية، وكل ما تحتويه البيئة من موارد وعلاقات وقدرات وما تتعرض له من مشكلات ولضمان نشر المعلومة الصحيحة عن البيئة ينبغي الاهتمام والعناية بقنوات الاتصال ووسائل الإعلام المتعددة لما لها من القدرة التقنية والفنية في نقل كل ما يتعلق بالبيئة على المستوى المحلي والإقليمي والدولي.

- **تكوين المواقف والقيم (البعد المهاري):** والمقصود معاونة الأفراد والجماعات على اكتساب المواقف والقيم والمشاعر المرتبطة بالبيئة، وأيضا اكتساب المهارات لتحديد مشكلاتها وكيفية حلها.<sup>2</sup> وجعل الأفراد والجماعات على معرفة مستمرة ومتجددة بوسائل العمل والأداء لحماية البيئة، وتستطيع وسائل الإعلام أن تخلق أنماطا جديدة من المواقف والقيم والاتجاهات الايجابية التي لها دور أساسي في تنمية الوعي البيئي.

- **التحفيز والمشاركة (البعد الانفعالي):** والمقصود دفع الأفراد والجماعات نحو المشاركة الفعالة في أنشطة حماية البيئة وحل مشكلاتها، والتجارب أثبتت أن إشراك الناس في عملية صنع القرار البيئي له نتائج الايجابية. وتساعد وسائل الإعلام في تعزيز المشاركة وتحفيز الجماهير نحو المشاركة الميدانية في مجال حماية البيئة من خلال فتح الفضاء لطرح الأفكار والآراء والمقترحات في هذا الشأن، وأيضا فتح المجال أمام قنوات الحوار الاجتماعي بين المواطنين للوصول إلى القرار المشترك مما يساعد في خلق تيار شعبي ضاغط على الحكومات فيما يتعلق بالبيئة، ولتحقيق استمرارية هذه الحوار يتحتم على وسائل الإعلام تخصيص مجال مفتوح لطرح انشغالات ومقترحات الجمهور إلى الجهات البحثية والتنفيذية ومتخذي القرار.<sup>3</sup>

### 3.2 . وسائل وأساليب الإعلام البيئي :

إن مهمة الإعلام البيئي تتمثل في استخدام وسائل الإعلام جميعها لتوعية الإنسان، ومدته بكل المعلومات التي من شأنها أن ترشد سلوكه، وترتقي به إلى مستوى المسؤولية للمحافظة التلقائية على البيئة والعمل على تنمية قدراتها. وقد صنف الباحثون وسائل الإعلام إلى خمسة أصناف وهي :

- وسائل الإعلام المقروءة: وتشمل الصحف والمجلات والكتب والملصقات.
- وسائل الإعلام المسموعة: وتشمل الإذاعة والتسجيلات.
- وسائل الإعلام المرئية: وتشمل السينما والتلفزيون والانترنت.

<sup>1</sup> خالد محمد محسن محمد، المعالجة الصحفية المحلية لبعض القضايا البيئية في ضوء ابعاد التربية البيئية ، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاعلام، القاهرة، 1990، ص 89.

<sup>2</sup> جمال الدين السيد صالح، الإعلام البيئي بين النظرية والتطبيق، مركز الاسكندرية للكتاب، مصر، 2003، ص ص 94-95.

<sup>3</sup> احمد ملحة، الرهانات البيئية في الجزائر، مطبعة النجاح، الجزائر ، 2000، ص 108.

- وسائل الاتصال الشخصي: كالمقابلات الشخصية والمحاضرات والندوات والخطب واجتماعات والزيارات الميدانية.
- المتاحف والمعارض وتجارب المشاهدات التوضيحية .
- تعتبر وسائل الإعلام بكافة أشكالها المصدر الرئيسي للمعلومات حول البيئة، ولها اثر كبير في تشكيل الاهتمامات البيئية لدى مختلف قطاعات السكان لذا يتعين على القطاع الإعلامي أن يتناول باستمرار قضايا البيئة المطروحة. بالإضافة إلى ما سبق فان هناك مجموعة من الأساليب التي يمكن للإعلام البيئي أن يستخدمها في سبيل تحقيق أهدافه ومنها :
- 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 المشكلات البيئية.
- تسخير الصحافة لنشر الوعي البيئي عبر مقالاتها وتحقيقاتها ورسومها الكاريكاتيرية وغير ذلك من أساليب .
- تشجيع الأفراد على زيارة المتاحف والمعارض وحدائق الحيوان والمحيطات الطبيعية التي تشكل مصادر هامة للمعلومات البيئية للناس بكافة فئاتهم .
- تشجيع الأفراد على تشكيل النوادي والجماعات المهنية والهيئات الأهلية ذات الأهداف البيئية والانخراط فيها، وتسهيل الضوء على أهدافها ونشاطاتها ودعم برامجها والعمل على إنجاح مشاريعها في المحافظة على البيئة.
- إن ما ينبغي التأكيد عليه في مجال دور وسائل الإعلام (الإعلام البيئي) في حماية البيئة هو أن هذا الدور يتميز عن سائر الوسائل الأخرى كالعلم والقانون والأسرة والمدرسة والجامعة وغيرها في ميزتين رئيسيتين وهما :
- أولاً: أن وسائل الإعلام تشترك مع كافة وسائل حماية البيئة الأخرى.
- ثانياً: أن وسائل الإعلام، شأنها شأن بعض أنواع التربية غير الرسمية كدور العبادة مثلاً، لا تهم قطاعاً معيناً من الناس ولا تستهدف فئة عمرية محددة كما هو الحال في المدارس والجامعات، وإنما تستهدف قطاعات المجتمع كافة، وعليه فان كل شرائح المجتمع صغاراً وكباراً، ذكوراً وإناثاً، متعلمين وأمييين، حضريين، يمثلون المجتمع المستهدف لوسائل الإعلام (Target population) في مجال التوعية البيئية. ويتضح من ذلك أن الإعلام البيئي له دور أساسي في حل كثير من المشكلات البيئية عبر وسائلها المتعددة ومتنوعة بعد ما يتم توضيح المشاكل أو المخاطر أو الكوارث التي تحدث في البيئة مهما كان سببها، أي سبب المشاكل طبيعية أم بشرية.

### 3. النماذج المعاصرة لدراسة الإعلام البيئي:

#### 1.3. النموذج المتكامل الذي يعتمد على انتقال المعلومات على مرحلتين:

### Toward a Two-Step Integrated Approach for Analysis

يهدف هذا النموذج إلى دراسة التأثيرات المتبادلة بين الجمهور المستهدف من الرسالة البيئية والسلطات المعنية بالبيئة فكلاهما يؤثر ويتأثر بالآخر، ويتطلب تحليل القائم بالاتصال البيئي دراسة ما يلي:

- مدى وجود إدارة متخصصة في العلاقات العامة لدى الجهة المعنية بالبيئة.
- مدى وجود إستراتيجية إعلامية واضحة الأهداف ومحددة الجماهير.

- مدى وجود مواد إعلامية مناسبة يمكن استخدامها لتحقيق الأهداف المرسومة.
  - مدى توافر وسائل الإعلام المتاحة والتي تستخدمها السلطة أو الوزارة المعنية بالبيئة. مدى وجود الانفتاح الإعلامي لدى الهيئة المعنية بالبيئة في علاقتها بوسائل الإعلام.
  - حجم التبادل الإعلامي مع الوزارات الأخرى كالصحة والزراعة والصناعة...
  - مدى تأثر الهيئة المعنية بالبيئة بما تتلقاه من معلومات من خارجها.
  - مدى وجود دليل على قيام الجمهور بتغيير سلوكه بناء على الإعلام البيئي للوزارة.
  - مدى وجود خطط لتقييم فعالية الإعلام البيئي مع كل فئات الجمهور.
- أما تحليل وسائل الإعلام فيعني بالتعرف على مجموعة الوسائل التي تنتقل من خلالها المعلومات من الجهة المعنية بالبيئة إلى الجمهور المستهدف، كما تعني دراسة الوسائل بكافة الطرق التي يمكن توظيفها للتأثير في الرأي العام.<sup>1</sup>

### 2.3. الاتصال البيئي القائم على المشاركة Step of Environmental Participatory Communication

- يقوم هذا الاتصال على عدد من الخطوات وهي:
- البحث عن مشاركين search for partners: يبحث عليهم القائم بالاتصال ويتبنى مشاعرهم ومشاكلهم ومن المهم ان يقيم معهم لبعض الوقت من اجل التعارف والتآلف.
  - تطوير خطة عمل develop an action plan : على ان يشارك المجتمع في تطوير خطة عمل من اللحظات الاولى لها من خلال الاستشارة والحوار المشترك.
  - مناقشة خطة العمل discuss the plan: وهنا تساعد جلسات المناقشة العامة والعصف الذهني لإثارة القضايا ذات الاهتمام المشترك لجميع الأعضاء والأهداف المرتبطة بها.
  - تعزيز خطة عمل support action: فيها ينخرط قادة الرأي مع أعضاء المجتمع في حوار مشترك يسعى لتوضيح النشاط المستهدف.
  - الانسحاب التدريجي withdraw gradually: وبعدها يبدأ القائم بالاتصال الانسحاب التدريجي في اللحظة التي يشعر فيها أن أعضاء المجتمع لديهم الاستعداد الكامل للعمل.

### 3.3. النموذج المتكامل للتغيير الاجتماعي communication for social change

جاء هذا النموذج نتيجة لندوات عديدة عقدت بين أساتذة وخبراء دوليين في إيطاليا وجنوب إفريقيا من اجل التوصل إلى نموذج شامل ومتكامل لفهم دور الإعلام في التغيير الاجتماعي ، لظلك فان النموذج التالي يصلح لكل قضايا التغيير الاجتماعي.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> بيوني ابراهيم حمادة، مرجع سبق ذكره، ص ص : 523-524

<sup>2</sup> مجاني باديس، دور الاعلام في نشر الوعي البيئي، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، العدد 30، الجزائر، سبتمبر 2017، ص 372.

يرى هذا النموذج أن جميع الأطراف لديها توجه إيجابي نحو عملية اتصال ولا يوجد طرف سلبي ومصدر المعلومات قد يكون طرف في العملية كما يمكن أن يكون خارجي كوسيلة الإعلام أو المسجد أو الكنيسة أو جماعة معينة حكومية أو غير حكومية ، وهذا النموذج أفقي في طابعه حيث يتساوى جميع أطراف العملية.

### 4.3. النموذج المتكامل للتغيير البيئي والاجتماعي:

يعمل هذا النموذج من خلال عملية مستمرة ومتوازنة تجمع بين الحوار المجتمعي والعمل الجماعي وفقا للخطوات الآتية:

- المحفزات catalyst : أي المثيرات وهي :

- المحفز الداخلي **An internal stimulus**: مثل انتشار وباء معين نتيجة التلوث البيئي.

- التدخل الخارجي **A change Agent**: مثل زيارة من أحد العاملين في الجمعيات الأهلية لمناقشة قضية معينة .

- ظهور مستحداث **An Innovation**: كعقار جديد أو أسلوب فعال لمواجهة مشكلة بيئية أو ما شابه .

- سياسة جديدة **New policies**: كصدور قانون جديد يتعلق بالتعامل مع المخلفات بطريقة معينة للحفاظ على البيئة.

- وجود التكنولوجيا: التي تسير التغيير الاجتماعي الهادف للتصدي للمشكلات البيئية.<sup>1</sup>

- وسائل الإعلام: من خلال ما تقدمه من معلومات تستهدف التغيير الفردي أو الجماعي.

#### 1- الحوار المجتمعي: وهو يتضمن عشر خطوات على النحو التالي.

- الاعتراف بوجود المشكلة: حتى تتكون قناعة لدى بعض أعضاء المجتمع بوجود مشكلة معينة تتطلب الحل مثل التلوث.
- تدخل قادة الرأي وغيرهم من المؤثرين لتشكيل اتجاهات إيجابية نحو التغيير الاجتماعي المرغوب.
- توضيح أبعاد المشكلة: يجب أن تتكون مفاهيم مختلفة حول ماهية المشكلة، وأسبابها وطرق حلها.
- التعبير عن الحاجات الفردية والجماعية: وخاصة الأفراد والجماعات المهتمشة في المجتمع.
- الرؤية والمستقبل: يتصل بالصورة المثالية التي يرغب المجتمع أن يرى نفسه عليها.
- تقييم الوضع الحالي: لأنه يوضح لمخطط الإعلام البيئي مكان المجتمع في الوقت الحاضر.
- وضع الأهداف: مع سيادة فهم عام بين أعضاء المجتمع عن طبيعة المشكلة، ونظرتهم لما ينبغي أن يكونوا عليه في المستقبل.
- بدائل الحل: يجب أن تضع الخطة عددا من البدائل يمكن الاختيار من بينها لتحقيق الأهداف المتفق عليها.
- الاتفاق على الفعل: أي الاتفاق العام لضمان المشاركة الفعلية في تنفيذ البدائل.
- خطة العمل: أي وجود زمني يبين متى وكيف يتم تنفيذ الأنشطة المتفق عليها في إطار الموارد المتاحة لتحقيق أهداف الخطة في إطار زمني محدد.

#### 2- العمل الجماعي: ويشمل هذا النموذج خمس خطوات هي:

- تحديد المسؤوليات: إسناد الخطة إلى أشخاص بعينهم يتولون تنفيذ المهام في فترة زمنية معينة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> بيوني ابراهيم حمادة، مرجع سابق، ص ص 539-530.

<sup>2</sup> مجاني باديس ، مرجع سابق، ص 374.

- تعبئة المنظمات: ليس دائما تتحمل المنظمات عبء القيام بكل الخطوات خاصة إذا كانت هناك مؤسسات يمكن مساعدتها.
  - التنفيذ: أي تحويل الخطة إلى واقع فعلي، ويتطلب أن يتحمل القادة مسؤولية الرقابة على التنفيذ والمراقبة لخط سير الخطة وفق الجدول الزمني المنفق عليه.
  - النتائج: أي النتائج الفعلية التي يمكن للمجتمع أن يحققها أحيانا في الاعتبار الموارد المتاحة.
  - التقييم الجماعي: فالنتائج المتوقعة قد تتفق أولا مع الأهداف الموضوعية سلفا.
- التغيير الاجتماعي الذي حدث نتيجة لاندماج أعضاء المجتمع في حوار معين خلال فترة زمنية معينة، فإن أهم التغيرات المحتملة هي:
- التحسن في قدرات الفرد ومهاراته لأداء سلوك جديد.
  - التغيير في الجانب المعرفي للفرد ويشمل المعلومات والمعتقدات والقيم...
  - النية للدخول في سلوك مستقبلي تنموي.
  - اقتراح سلوك جديد بعينه من خلال الحوار والمناقشات الجماعية.
- يسعى هذا النموذج إلى:

- الإحساس المشترك بفعالية العمل الجماعي والثقة في الحوار المشترك ودوره في بناء مستقبل أفضل.
- الإحساس بالملكية نتيجة المسؤولية الجماعية عن نجاح المشروع البيئي والإحساس بالاستحقاق.
- التماسك الاجتماعي والذي يرتبط بت رغبة في التعاون لتنمية مشروعات تنموية أخرى.
- المعايير الاجتماعية وترتبط بنمو الإحساس بقواعد الحوار وأساسيات نجاحه.
- القدرة الجمعية وترتبط بالإحساس بقدرة المجتمع ككل لاندماج في حوار وعمل جمعي إيجابي.

### 5.3. النموذج الأوروبي للإعلام:

قد تم تطوير النموذج الإعلامي البيئي الجديد ليلبي الاحتياجات الإعلامية في أوروبا، وقد بني النموذج وفقا للمفاهيم الآتية:

- استخدام التكنولوجيات الحديثة للإعلام.
  - رؤية جديدة ومختلفة للمعرفة.
  - مراجعة وتدقيق المضمون الإعلامي الذي يقدم للمجتمع.<sup>1</sup>
- يقوم هذا النموذج على التكامل والشمول ووضع القضايا البيئية في إطار كلي، والأهم هو تحويل الغرض من المعلومات من الاستهلاك إلى الاستخدام أي أنه يوظف المعلومات البيئية إلى فعل.
- أما خصائص الإعلام البيئي الأوروبي الحالي فهي:
- محدودية المساحة المخصصة للإعلام البيئي مقارنة بقضايا المجتمع الأخرى.

<sup>1</sup> بيوني ابراهيم حمادة، مرجع سابق، ص ص : 530-533

-المصادر التي يعتمد عليها الصحفيون في مجال البيئة ذات طابع حكومي.

-يندر أن يعتمد الإعلاميون على الانترنت وغيرها من الوسائط.

-على الرغم من أن المصادر المطبوعة تعرض المعلومات البيئية بدرجة أكبر من غيرها إلا أن الإذاعة والتلفزيون تحظى بمصداقية أكبر.

#### 4. إسهام الإعلام البيئي في الحفاظ على البيئة.

إن هدف الإعلام البيئي هو تنمية القدرات البيئية وحمايتها بما يتحقق معه تكييف وظيفي سليم اجتماعيا وحيويا للمواطنين ينتج عنه ترشيد السلوك البيئي في تعامل الإنسان مع محيطه وتحضيره للمشاركة بمشروعات حماية البيئة والحفاظ على الموارد البيئية وأهمية تعاظم الإعلام البيئي ودوره في الإنذار المبكر ورصد أي خلل بيئي يحدث وتحريكه للرأي العام وزيادة الوعي البيئي عند السكان وإسهامه في إصدار التشريعات الايجابية التي تخص البيئة.

#### 1.4. دور الإعلام البيئي في حماية البيئة.

لقد استقرت الدراسات التي تتناول قضية الإعلام المساند للتنمية على أن دور الإعلام البيئي يتمركز حول ثلاث نقاط:

1- **التنوير:** أي توفير البيانات والمعلومات التي تمكن الفرد من اتخاذ القرارات، ويقضي ذلك أن تنمي هذه البيانات بالموضوعية والدقة، وأن تستجيب لاحتياجات المستقبل، وأن تكون ملائمة لمستواه الثقافي.

2- **التحفيز إلى التغيير إلى الأفضل:** يرتبط ذلك بخلق ودعم الاتجاهات والقيم المناسبة، وإذكاء روح الحماس للتغلب على المشاكل والصعوبات.

3- **الدعوة للمشاركة:** فالهدف هنا ليس تغيير الاتجاهات فقط، بل تغيير السلوك وتكون هذه المشاركة هي الهدف الأساسي للعملية الإعلامية والاتصالية في الغالب.<sup>1</sup>

يختلف دور الإعلام البيئي تجاه كل فئة، ففي الوقت الذي عليه أن يشجع فئات العلماء والمفكرين ويحثهم على استخدام قدراته الإبداعية والعلمية في خدمة قضايا البيئة، فإن عليه في نفس الوقت أن ينقل بحوثهم بشكل مبسط إلى عامة الجماهير بما يحثها على تغيير سلوكها اليومي بما لا يضر البيئة أو يستنزف مواردها، كذلك فإن مهمة الإعلام البيئي اتجاه السياسيين ومتخذي القرار مهمة عظيمة الشأن وتتركز في بيان الأثر الذي يتركه القرار المتخذ ليس في الجيل الحالي فقط وإنما فيما يليه من أجيال مستقبلية.<sup>2</sup>

ويمكن تحديد دور وسائل الإعلام في هذا الإطار من خلال ثلاث مراحل:

أ- التوعية بالمشكلات والأخطار البيئية وذلك بزيادة الجانب المعرفي لدى الفرد بتقديم المعلومات والحقائق والآراء حول البيئة ومشكلاتها والدور المطلوب من الفرد للمساهمة في تقليل الآثار السلبية لهذه المشكلات، مما يساعد الفرد على الفهم واتخاذ القرار.

<sup>1</sup> أسماء عبادي، المعالجة الاعلامية للتلوث الصناعي في الصحافة الجزائرية، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري، الجزائر، 2009-2010، ص: 89.

<sup>2</sup> أسماء عبادي، المرجع السابق، ص: 90.

ب- التأثير في المشاعر والاتجاهات وذلك بتغيير الاتجاهات السلبية التي تؤثر بالضرر على البيئة ودعم وحلق الاتجاهات المواتية لحمايتها، فمن المفترض أن المعرفة الجيدة بالمشكلات والقضايا البيئية تساعد في تكوين اتجاهات إيجابية لدى الجمهور، وبصفة عامة يعتبر تكوين اتجاهات إيجابية نحو البيئة معياراً أساسياً لقياس مدى نجاح الرسالة الإعلامية البيئية في تحقيق أهدافها.

ج- استشارة حماس المواطنين للمشاركة، وذلك بتعديل أنماط السلوك وتغييرها في الاتجاه المستهدف وإكساب الجمهور عادات سلوكية جديدة غير ضارة بالبيئة، وتمثل هذه المرحلة أصعب خطوات العملية الاتصالية البيئية، فالفرد قد تزداد معرفته بالموضوعات والقضايا البيئية من خلال وسائل الإعلام، كما أن هذه الوسائل قد تؤثر في اهتمامات وأولويات الجمهور بحيث يعطي اهتماماً بقضايا البيئة بشكل يتلاءم مع مستوى الاعتناء الذي تلاقيه تلك القضايا في وسائل الإعلام، إلا أن ذلك لا يعني نجاح تلك الوسائل في استمالة الجماهير لتعديل سلوكياتها والمشاركة الفعالة في حماية البيئة.<sup>1</sup>

إن قضية الحفاظ على البيئة من التلوث يجب أن تلامس وتخطب كل الناس الذين من الممكن أن يتنامى لديهم الوعي البيئي من خلال عدة وسائل وأساليب أهمها:

- ضرورة إيجاد إعلام بيئي متخصص يستند إلى العلم والمعرفة والمعلومات، ويتطلب إيجاد المحرر الإعلامي المتخصص تخصصاً دقيقاً بالبيئة، وجود مناهج دراسية للإعلام البيئي سواء في الجامعات أم في دورات وورش عمل ترعاها وزارة البيئة أو منظمات المجتمع المدني، كما بالإمكان الإعلان عن جائزة سنوية للإعلاميين البيئيين عن أفضل الأعمال في الإعلام المقروء والمسموع والمرئي لتشجيع الإعلاميين على الخوض في هذا المجال.<sup>2</sup>

- الإسهام الإعلامي في إيجاد وعي وطني بيئي يحدد السلوك ويتعامل مع البيئة في مختلف القطاعات.
- أهمية تعاون جميع الوزارات والمؤسسات والهيئات في معالجة المشكلات البيئية. وبالإمكان الاستفادة من التجارب العالمية في هذا المجال، وضرورة المشاركة في المنتديات والمؤتمرات الدولية في مجال البيئة والاستفادة من النقاشات والتوصيات التي تنتج عنها.
- تعاون مراكز المعلومات البيئية لتزويد وسائل الإعلام المختلفة بالمعلومات الضرورية، فضلاً عن آخر الدراسات والنشاطات الإقليمية والدولية والتعاون مع الجمعيات غير الحكومية ذات الصلة بالشأن البيئي ووضع خطة تعاون مشترك لمواكبة نشاطاتها خصوصاً تلك التي تتطلب حملات توعية للعمل الشعبي التطوعي والاهتمام بالبيئة المشيدة، كالأثار التاريخية والحضارية وغيرها مما ينبغي الحفاظ عليه في مجال التراث.

- ضرورة وجود لجنة عليا للإعلام البيئي لرسم السياسات والخطط والبرامج وتنظيم حملات إعلامية بيئية للمواضيع الهامة والطارئة، أو ذات الأولوية بالتعاون مع الجهات المعنية.<sup>3</sup>

يعتبر الإعلام في مجال البيئة أحد المقومات الأساسية للحفاظ على البيئة وإيجاد الوعي البيئي ونقل الخبرات والمعارف والقيم الجديدة الخاصة بحماية البيئة، والدعوة للتخلي عن السلوكيات الضارة بها وتوجيه الإعلام للجماهير من أجل تشكيل قوى ضاغطة

<sup>1</sup> هويدا مصطفى، إسهام الإعلام في تنمية الوعي البيئي (بالتطبيق على قضية التغيرات المناخية)، مؤسسة الأهرام، مصر، د س، ص ص: 30-31.

<sup>2</sup> نجاح العلي، الطبيعة، التلوث، حماية البيئة ونشاط حركات الخضراء، مجلة الحوار المتمدن، العدد 2626 المؤرخ في 24-04-2009، متاح على الموقع الإلكتروني: [www.ahewar.org](http://www.ahewar.org)، تاريخ المعالجة 18-02-2020 على الساعة 13:48.

<sup>3</sup> سناء محمد الجبور، الإعلام البيئي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011، ص: 98.

لحث أصحاب القرار على انتهاج سياسة إنمائية متوازنة تحترم البيئة، وتحافظ على مواردها الطبيعية، وهذا هو أكثر الأدوار أهمية للإعلام البيئي وراء سعيه لحماية البيئة.

#### 2.4. الإعلام والتوعية بقضايا البيئة:

لم تعد حماية البيئة خيارا يحتمل القبول أو الرفض، بقدر ما هي مسألة بقاء لا تحتمل التأجيل أو التراخي في السعي نحو توفير كل المقومات لإنجاحها، فالبيئة بمعناها الواسع لا تعني شيئا اقل من حياة الإنسان ومستقبله، وعليه فلا بد من توفير منظومة متكاملة للعمل البيئي الجاد بهدف خلق الوعي البيئي وتعزيزه. ولاشك أن القانون وحده بمعزل عن التربية ومساندة العلوم الأخرى لا يمكن أن يحقق الغرض المنشود، ولا يخفى ما للإعلام من دور بالغ الأهمية في نباح أي جهد إنساني في شتى المجالات وحماية البيئة من خلال خلق الوعي البيئي ونشره وتعزيزه لا تخرج عن هذا التصور.

فالإعلام بوسائله المتعددة يمارس دورا حاسما في إيصال المعلومة وتنقيف الناس وتوسيع دائرة المعرفة والاهتمام خصوصا مع تطور وسائل الاتصال وسرعة نقل المعلومة، والإعلام الذي يمكن أن يساهم بشكل ايجابي في دعم جهود البيئة هو الإعلام الهادف البناء. ولكي تنجح وسائل الإعلام في إيصال رسالتها التوعوية في مجال حماية البيئة ينبغي أن تقوم بدور تكاملي شامل يقارب مسألة البيئة من زواياها المتعددة التربوية والدينية والخلقية والعلمية والقانونية،<sup>1</sup> وان تتنوع طرق تناولها لموضوع البيئة بشكل يخدم الهدف وهو إيجاد إنسان يعتبر البيئة الخالية من التلوث أولوية يسعى لتحقيقها ومصصلحة يدافع عنها ويخدمها. والوعي البيئي في أصله يتكون من ثلاث حلقات منفصلات متداخلات في آن واحد وهي:<sup>2</sup>

#### أولاً: التربية والتعليم البيئي.

التربية البيئية هي عملية تهدف إلى توعية سكان العالم بالبيئة الكلية وتقوية اهتمامهم بها وبالمشكلات المتصلة بها، وتزويدهم بالمعلومات والحوافز والمهارات التي تؤهلهم أفرادا وجماعات للعمل على حل مشكلات البيئة، والحيلولة دون ظهور مشكلات جديدة.<sup>3</sup>

وهي أيضا عملية إعداد الإنسان للتفاعل الناجح مع بيئته لما تشمله من موارد مختلفة، ويتطلب هذا الإعداد إكسابه المعرفة البيئية التي تساعده على فهم العلاقات المتبادلة بين الإنسان وعناصر بيئية من جهة، وبين هذه العناصر مع بعضها البعض من جهة أخرى، كما يتطلب تنمية مهارات الإنسان التي تمكنه من المساهمة في تطوير ظروف هذه البيئة على نحو أفضل، وتستلزم التربية البيئية أيضاً تنمية القيم التي تحكم سلوك الإنسان إزاء بيئته، وإثارة ميوله واهتماماته نحو هذه البيئة، واكتساب أوجه التقدير لأهمية العمل على صيانتها والحفاظة عليها وتنمية مواردها.

#### ثانياً: الثقافة البيئية.

<sup>1</sup> عبد الناصر هياجنة، الإعلام الأخضر: دور الإعلام في تنمية الوعي البيئي، مجلة الحوار المتمدن، العدد 3056، 07 جويلية 2010، متاح على الموقع الإلكتروني: [www.ahewar.org](http://www.ahewar.org)، تاريخ المعالجة 06-02-2020 على الساعة 00:38.

<sup>2</sup> حلمي عزيز حنا، العلاقة بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي ومدى تحقيق أهداف الإعلام البيئي، رسالة دكتوراه غير منشورة، معهد الدراسات والبحوث البيئية، جامعة عين الشمس، القاهرة، 1998، ص: 273.

<sup>3</sup> رياض الجبان، التربية البيئية مشكلات وحلول، دار الفكر، سوريا، 2000، ص: 12.

وتبدأ من توفير مصادر المعلومات ككتب ونشرات وإشراك المثقفين البيئيين في الحوارات والنقاشات المذاعة والمنشورة وفي الحوادث والنوازل والقضايا البيئية ذات الصلة المباشرة وغير المباشرة بالمجتمع خاصة ذات المردود الإعلامي.<sup>1</sup>

### ثالثاً: الإعلام البيئي.

سبق تعريفه بأنه أهم أجنحة التوعية البيئية، وهو أداة إذا حسن استثمارها كان لها المردود الإيجابي للوعي البيئي، ونشر الإدراك السليم للقضايا البيئية.

وللحديث عن التوعية البيئية فيمكن القول أنها عبارة عن برامج أو نشاطات التي 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.<sup>2</sup>

تكمن أهمية ودور التوعية البيئية في إيجاد الوعي عند الأفراد والجماعات وإكسابهم المعرفة، وبالتالي تغيير الاتجاه والسلوك نحو البيئة بمشاركةهم في حل المشكلات البيئية حيث يقومون بتحديد المشكلة ومنع الأخطار البيئية من خلال تنمية المهارات في متابعة القضايا البيئية والإدارة البيئية المرتبطة بالتطور دون المساس بالبيئة وتحقيق تنمية مستدامة. وتساهم التوعية البيئية بشكل فعال في التقليل من المشاكل البيئية من خلال برامج التوعية المختلفة، وقد أكدت الدراسات فعاليتها جنباً إلى جنب مع الوسائل الأخرى، فيما تشكل (التشريعات البيئية والبحوث العلمية.. والتوعية البيئية) الوسيلة المثلى لحماية البيئة.

### 3.4. مقومات نجاح الإعلام البيئي.

إن من أهم سياسات إنجاح وإحداث نقلة نوعية في العمل الإعلامي البيئي والتي تساهم في الوعي بثقافة البيئة وإحداث انعكاسات إيجابية في واقع عمل التوعية والإعلام البيئي هو السعي في تبني وانتهاج السياسات التالية من قبل الجهات البيئية الرسمية والجهات البيئية الرسمية والجهات الإعلامية:

- الدعم والتشجيع الدائمين من قبل الإدارات البيئية للفنانين والإعلاميين والصحفيين وتحفيزهم للإبداع في الطرح البيئي، وتوفير قواعد البيانات ومصادر للمعلومات البيئية. وتعيين جهة مسؤولة لديها القدرة على إيصال المعلومة البيئية بشكل جيد مدعومة بالأرقام والبيانات.<sup>3</sup>

- توعية شاغلي المناصب العليا الإعلامية بأهمية الدور الذي يقومون به للحفاظ على البيئة والمساهمة في استمرارية التنمية المستدامة بالوطن.

- التخطيط الإعلامي المسبق للأهداف المرجوة من الطرح الإعلامي البيئي لما يخدم المصالح العليا للوطن وبعيدا عن الإثارة الغير المبررة.

<sup>1</sup> محسن محمد أمين قادر، التربية والوعي البيئي واثار الضريبة في الحد من التلوث البيئي، رسالة ماجستير في العلوم البيئية، الجامعة الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، 2009، ص: 46.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص: 47.

<sup>3</sup> سناء محمد الجبور، مرجع سبق ذكره، ص: 45.

- تبادل الخبرات المكتسبة في مجال التوعية والإعلام البيئي بين الجهات المسؤولة عن التوعية والإعلام البيئي في القطاعية الحكومي والخاص لصقل وتنمية مهارات القائمين عن الإعلام البيئي.

- منح المجتمع وعلى جميع مستوياته الفرص في تحمل مسؤوليته بالمشاركة في طرح رأيه البيئي عبر القنوات الإعلامية لتكون وسيلة إبداعية تفاعلية لنشر الوعي والثقافة البيئية.

- زيادة المساحة المخصصة لبرامج البيئة وتكثيف الاهتمام بها.<sup>1</sup>

- يجب الاهتمام بتحفيز القطاع الخاص للاستثمار في مشاريع وبرامج وأعمال الإعلام البيئي وإدراج مواضيع وقضايا البيئة ضمن الأعمال والبرامج الإعلامية وتشجيع المستثمرين على تضمين الأعمال والبرامج الإعلامية الموجهة للنشء على وجه الخصوص المواضيع البيئية المدرجة في مناهج التعليم للفئات العمرية المستهدفة بتلك البرامج.

- أهمية ربط المفاهيم البيئية التي تطرح في إطار الإعلام البيئي الموجه أساسا للنشء كأفلام الكرتون وبرامج الأطفال وبرامج الأسرة والأفلام السينمائية بما هو موجود في المنهج العام للتعليم من مواد ومفاهيم بيئية للفئات المستهدفة، بهدف ترسيخ وتعميق تلك المفاهيم لدى النشء.

- ضرورة استخدام وسائل الإعلام البيئي كافة استراتيجيات الإقناع القادرة على التأثير والإقناع بأنماط سلوكية جديدة وتغيير أنماط سلوكية سائدة.<sup>2</sup>

كذلك يسهم الإعلام البيئي بشكل كبير في رقي وعي المجتمع بأهمية سلامة بيئته والحفاظ عليها من الاستنزاف الغير مرشد وكل ما يتسبب في تلوثها أو يخل بمقوماتها الأساسية.

## 5. خاتمة:

حاولنا من خلال هذه الدراسة التعرف على الدور الحيوي الذي تضطلع به وسائل الإعلام في تنمية الوعي البيئي لدى أفراد المجتمع، حيث تعتبر -وسائل الإعلام- احد المصادر الأساسية التي تساهم في تقديم المعلومة البيئية وتنمية الوعي البيئي لدى الافراد مما يؤثر إيجابا على سلوكهم تجاه البيئة.

إن نجاح الرسالة الإعلامية البيئية مرهون بقدرة وسائل على استمالة الجمهور والتأثير فيه من خلال بناء رسائل إعلامية هادفة ومقنعة وذات مصداقية بالنسبة للجمهور بالحرص على المصدر الذي جاءت منه المعلومة، بأسلوب بسيط وواضح وعبر فترات منتظمة ومتسلسلة حتى يترسخ الموضوع البيئي في ذهن القارئ، ومن ثم حثه على تغيير سلوكيات سلبية أو تبني عادات سليمة من اجل الحفاظ على البيئة من خلال تثقيفه بيئيا. فلم يعد الإعلام البيئي مجرد أخبار متفرقة عن حوادث بيئية أو كوارث طبيعية، وإنما أصبح إستراتيجية وألوية بالنسبة للقائمين على وسائل الإعلام وكذلك صناع القرار السياسي وكل فئات المجتمع.

<sup>1</sup> سمير محمود، الإعلام العلمي، ط1، دار الفجر للنشر و التوزيع، مصر، 2008، ص: 123.

<sup>2</sup> علي عجوة، الإعلام وقضايا التنمية، عالم الكتب، القاهرة، 2008، ص: 129-130.

## 6. قائمة المراجع:

-المراجع بالعربية:

أ- الكتب:

1. بيوني إبراهيم حمادة، دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام، ط 1 ، عالم الكتب، القاهرة، 2008 .
2. عصام الحناوي، قضايا البيئة في 100 سؤال وجواب، البيئة والتنمية، بيروت، 2004 .
3. جمال الدين السيد صالح، الإعلام البيئي بين النظرية والتطبيق، مركز الإسكندرية للكتاب، مصر، 2003.
4. احمد ملح، الرهانات البيئية في الجزائر، مطبعة النجاح، الجزائر ، 2000.
5. هويدا مصطفى، إسهام الإعلام في تنمية الوعي البيئي (بالنظر على قضية التغيرات المناخية) ، مؤسسة الأهرام، مصر ، د س.
6. رياض الجبان، التربية البيئية مشكلات وحلول، دار الفكر، سوريا، 2000.
7. سمير محمود، الإعلام العلمي، ط1، دار الفجر للنشر و التوزيع، مصر، 2008.
8. علي عجوة، الإعلام وقضايا التنمية، عالم الكتب، القاهرة، 2008.
9. سناء محمد الجبور ، الاعلام البيئي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010.

ب-المجلات والدوريات:

1. وهابي نزيهة، المعالجة الاعلامية لقضايا البيئة من خلال الصحافة المكتوبة، مجلة كلية التربية الأساسية للعلوم التربوية والإنسانية، جامعة بابل، العدد 34، 2017.
2. محمد قيراط، البيئة والاقتصاد في معادلة الاعلام التنموي، مجلة اذاعات الدول العربية، 1، شتاء 2010.
3. زهير عابد، دور الاعلام في تنمية الحس البيئي، مجلة الاذاعات العربية، العدد 02، 2008.
4. مجاني باديس، دور الاعلام في نشر الوعي البيئي، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، العدد 30، الجزائر، سبتمبر 2017.

ج-الرسائل والاطروحات:

1. خالد محمد محسن محمد، المعالجة الصحفية المحلية لبعض القضايا البيئية في ضوء ابعاد التربية البيئية ، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاعلام، القاهرة، 1990.
2. أسماء عبادي، المعالجة الاعلامية للتلوث الصناعي في الصحافة، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري، الجزائر، 2009-2010.
3. حلمي عزيز حنا، العلاقة بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي ومدى تحقيق أهداف الإعلام البيئي، رسالة دكتوراه غير منشورة، معهد الدراسات والبحوث البيئية، جامعة عين الشمس، القاهرة، 1998.
4. محسن محمد أمين قادر، التربية والوعي البيئي واثر الضريبة في الحد من التلوث البيئي، رسالة ماجستير في العلوم البيئية، الجامعة الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، 2009.

د-المواقع الالكترونية:

1. نجاح العلي، الطبيعة، التلوث، حماية البيئة ونشاط حركات الخضضر، مجلة الحوار المتمدن، العدد 2626 المؤرخ في 24-04-2009 ، متاح على الموقع الالكتروني: [www.ahewar.org](http://www.ahewar.org) ، تاريخ المعالجة 18-02-2020 على الساعة 13:48.
2. عبد الناصر هياجنة، الإعلام الأخضر: دور الإعلام في تنمية الوعي البيئي، مجلة الحوار المتمدن، العدد 3056، 07 جويلية 2010 ، متاح على الموقع الالكتروني: [www.ahewar.org](http://www.ahewar.org) ، تاريخ المعالجة 06-02-2020 على الساعة 00:38.

-المراجع بالاجنبية:

-Gillian martin mahers, Manuel de planification de la communication environnementale pour la region Mediterraneene ,suisse editeur.suisse 1992.