

دور الإعلام في نشر الوعي البيئي

د. مجاتي باديس

جامعة الحاج لخضر باتنة 1 (الجزائر)

ملخص:

إن هذا المقال المعنون بدور الإعلام في نشر الوعي البيئي يتناول تعريف الإعلام والإعلام البيئي وكذا خصائصه، كما يتطرق لمختلف القضايا البيئية الموجودة في الإعلام بمختلف وسائله. كما حاول المقال الكشف عن القضايا البيئية في الإعلام العالمي والعربي وصولاً للإعلام الجزائري. وخلص إلى جملة من التوصيات أهمها: تنظيم دورات تكوينية حول أهمية البيئة للإعلاميين.

الكلمات المفتاحية: الإعلام، الإعلام البيئي، الوعي البيئي.

Résumé:

Le rôle des médias dans la sensibilisation de l'environnement.

Cet article, intitulé le rôle des médias dans la diffusion de sensibilisation à l'environnement porte sur les milieux naturels et les médias, ainsi que la définition et les caractéristiques, traite également avec les différents médias dans diverses questions liquides et environnementales. L'article a également essayé de détecter les problèmes environnementaux à l'accès mondial et arabe médias pour informer l'Algérien. Il a conclu avec les recommandations suivantes: des sessions de formation sur l'importance de l'environnement pour les médias.

Mots-clés: médias, médias environnement, sensibilisation à l'environnement.

Abstract :

The media's role in spreading environmental awareness.

The article, entitled the role of media in spreading environmental awareness is on the natural environment and the media, as well as the definition and characteristics, also deals with the various media in various liquids and environmental issues. The article also tried to detect environmental problems in the world and Arab media access to inform the Algerian. He concluded with the following recommendations: training sessions on the importance of the environment for the media.

Keywords: media, environmental media, environmental awareness.

مقدمة :

إن الاهتمام الإعلامي بقضايا البيئة يعتبر حديثاً نسبياً، إذ لم يتسع ويتصاعد إلا بعد اكتشاف الآثار السلبية والمدمرة للبيئة الناجمة عن التطبيقات المعاصرة للتكنولوجيات الحديثة، مما خلق اهتماماً متزايداً بقضايا البيئة، واستلزم قيام وسائل الإعلام بتسليط الضوء على المشكلات البيئية، في محاولة للقضاء عليها أو التخفيف من حدتها.

أولاً: تعريف الإعلام البيئي

المصطلح تعبير مركب من مفهومين هما الإعلام والبيئة، فالإعلام هو الترجمة الموضوعية والصادقة للأخبار والحقائق وتزويد الناس بها بشكل يساعدهم على تكوين رأي صائب في مضمون الوقائع، وأما البيئة فهي المحيط الذي يعيش فيه الإنسان أرضاً وماء وهواء.

يعرف الإعلام البيئي على أنه أداة تعمل على توضيح المفاهيم البيئية من خلال إحاطة الجمهور المتلقي و المستهدف بالرسالة الإعلامية البيئية بكافة الحقائق و المعلومات الموضوعية بما يسهم في تأصيل تنمية البيئة المستدامة و تنوير المستهدفين برأي سديد في الموضوعات و المشكلات البيئية المثارة و المطروحة.¹

وهو أيضا إعلام يسلط الضوء على كل المشاكل البيئية من بدايتها وليس بعد وقوعها وينقل للجمهور المعرفة و الاهتمام و القلق على بيئته.²

كما يعرف أيضا بأنه "عملية إنشاء و نشر الحقائق العلمية المتعلقة بالبيئة من خلال وسائل الإعلام بهدف إيجاد درجة من الوعي البيئي وصولا إلى التنمية المستدامة".³

و جاء في تعريف آخر بأنه هو الإعلام الذي يهدف إلى تشكيل الوعي البيئي لدى الجماهير و زيادة اهتمامهم بقضايا البيئة و إتاحة الفرصة لهم لاكتساب المعلومات و المعارف و الخبرات المختلفة التي تدعم القيم و المعارف و الاتجاهات البيئية الإيجابية لديهم بما يضمن سلوكيات إيجابية محتملة يمكن توقعها مستقبلا حيال قضايا البيئة انطلاقا من القاعدة العريضة من الجماهير التي نجح الإعلام في تحويلها من جموع سلبية إلى فئات مهمة و مشاركة إيجابية إزاء مجتمعنا و قضاياها خاصة القضايا البيئية.⁴

بدايات الإعلام البيئي: ترجع الأصول الأولى لاهتمام وسائل الإعلام بالبيئة إلى سنة 1870، وذلك في مدينة "ميني سوتا" بالولايات المتحدة الأمريكية، فقد أسس Hallock مجلة عنيت بقضايا البيئة، حيث ركزت على الحياة البرية في المدينة، و في عام 1920 بدأت وسائل الإعلام الأمريكية تهتم بالبيئة، و في عام 1962 صدر كتاب Rachel Carson بعنوان "الربيع الصامت"، أما في عام 1963 شارك نحو 300000 أمريكي في مظاهرة يوم الأرض، كما أعلن الرئيس "نيكسون" عن إنشاء وكالة حماية البيئة، و في عام 1970 أنشأ إدوارد هيث رئيس الوزراء بإنجلترا وزارة البيئة عام 1970، ثم بدأت وسائل الإعلام في تناول القضايا البيئية، و في عام 1992 عقد مؤتمر قمة الأرض في البرازيل .

و قد أشارت دراسات غربية إلى أن البيئة تحتل موقعا متقدما في قائمة الاهتمامات الإعلامية دوليا، إذ تشغل المركز الثاني في قضايا العلم و التكنولوجيا بعد الطب و الصحة، كما أكدت استطلاعات الرأي العام في كندا و بريطانيا و الولايات المتحدة و مصر أن موقع البيئة يتراوح بين المرتبة الأولى و الثانية لدى الرأي العام.⁵

وقد بدأ الاهتمام بالبيئة و الإعلام البيئي في العالم العربي عقب مؤتمر "ريو" للبيئة في عام 1992، و قد انعكس هذا الاهتمام في حجم ما توليه وسائل الإعلام العربية من اهتمام لقضايا البيئة و هو على الرغم من أنه لا يتبنى إستراتيجية واضحة إلا أنه يظل مؤشرا على وجود قدر من الاهتمام بها، و على المستوى الرسمي يمكن القول بأن الاهتمام الدولي قد وجد صدق له في العالم العربي في شكل إنشاء وزارات و هيئات و جمعيات معنية بالبيئة و الإعلام البيئي.

و فيما يتعلق بالتغطية الإعلامية تشير النتائج إلى أن حجم التغطية الإعلامية للبيئة قد نما بشكل ملحوظ حيث ارتفع إلى 72% في الصحف الصغيرة، كما أن عدد القصص الإخبارية تضاعف ثلاث مرات بين السنوات 1987_1990، و تزايدت المقالات التي تتناول القضايا البيئية من 200 مقالة في عام 1960 إلى 1600 عام 1970 .

عبدالله احمد الشايح عبد العزيز ، الإعلام و دوره في تحقيق الأمن البيئي ، أكاديمية نايف للعلوم الأمنية ، 2003 ، ص 18

بيوني إبراهيم حمادة، دراسات في الإعلام و تكنولوجيا الاتصال و الرأي العام، ط 1، عالم الكتب، القاهرة، 2008، ص 510.

المرجع نفسه، ص 510

سمير محمود، الإعلام العلمي، ط 1، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، 2008، ص 149_ 152.

بيوني إبراهيم حمادة، مرجع سابق، ص 511_ 513

وتشير بعض البحوث إلى أن جمعيات البيئة ترى أن الصحافة هي أهم وسيلة إعلامية للتأثير في الرأي العام والمؤسسات الحكومية لصالح قضايا البيئة، كما يرى Detjen Jim وهو صحفي متخصص في البيئة والقضايا العلمية أن لوسائل الإعلام دور أساسي في تزويد الجمهور بالمعلومات، حيث أظهرت النتائج أن 68% من الجمهور يحصلون على معلوماتهم من التلفزيون، ويحصل 59% على معلوماتهم من الصحافة، وفي عام 1992 أشارت إحدى الدراسات إلى أن 91% من الشباب يهتمون بالبيئة في الولايات المتحدة.⁶

وتعد نظرية وضع الأجندة من أهم النظريات التي اعتمد عليها الباحثون لدراسة أثر التغطية الإعلامية البيئية وهي تشير إلى وجود علاقة ارتباط قوية بين التغطية الإعلامية لقضايا البيئة واهتمام الجمهور بنفس القضايا البيئية، كما تهتم هذه النظرية بتشكيل اتجاهات الجمهور وسلوكياته نحو ذات القضايا المثارة وهو التأثير الأشمل لوضع الأجندة.

كما قامت دراسات عديدة وفقا لنظرية الفجوة المعرفية وفيها يفترض الباحث وجود فجوة واسعة في كم المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام حول القضايا والأزمات البيئية وبين المستوى المعرفي للجمهور حول ذات القضايا.

كما استخدمت بعض دراسات الإعلام البيئي نظرية الغرس الثقافي للكشف عن التأثيرات الإعلامية البيئية طويلة الأمد، وفيها اتضح أن المشاهدين الذين يقضون وقتا أطول في متابعة الإعلام البيئي أقل دراية بالقضايا البيئية، كما كان هناك تركيز على القائم بالاتصال في الإعلام البيئي.⁷

أهمية الإعلام البيئي: التوجه إلى العلماء و المفكرين و المتقنين و السياسيين و أصحاب القرار لحثهم على وضع قدراتهم الإبداعية في الحفاظ على الطبيعة و الحد من تلوث البيئة على مر الزمن.

إيجاد الوعي البيئي ونشر مفهوم التنمية المستدامة، ولقد ساعدت النقلة النوعية الكبيرة في سرعة تدفق وتداول المعلومات المتعلقة بالبيئة والتنمية على زيادة الوعي البيئي بمشكلات البيئة، كما أبدت الأجهزة الإعلامية المختلفة اهتمامها البالغ بها نتيجة لمشكلات التلوث والكوارث البيئية التي طرأت في فترة السبعينيات مثل تحطم ناقلة النفط (موكوكانديس) في عام 1978 وحادثة المفاعل النووي في ثري مايلآيسلند، وانفجار بئر النفط في خليج مكسيكو عام 1979، وكذلك الحوادث المتتالية مثل حادثة انفجار المفاعل النووي السوفييتي تشيرنوبل عام 1986.

وقد اتسم التداول الإعلامي لقضايا البيئة بخاصتين أساسيتين الأولى بالتركيز على الرسالة الإعلامية المتخصصة والتي تخاطب فئة العلماء المتخصصين والمعنيين بدراسة المواضيع البيئية بصورة متخصصة، والخاصية الثانية هي اهتمام وسائل الإعلام واسعة الانتشار بالتغطية الإعلامية الإخبارية في الأساس بالمؤتمرات والبحوث المعنية بقضايا البيئة إضافة إلى نشر الحوادث المهمة التي قد تقع هنا أو هنا و التي ينتج عنها إضرار بالبيئة⁸.

خصائص الإعلام البيئي:

- جودة المعلومات البيئية: Quality of Environmental Information وتتركز حول الدقة المعلوماتية وكذلك التوازن والموضوعية في المعالجة، والاستقلال عن أي جهة باستثناء المعايير الموضوعية للعمل الصحفي.

- حجم الإعلام البيئي: Quality of Environmental Information قد يكون الطلب على المعلومات من جانب الجهات المختلفة أعلى من المعروض منها، أو تكون المعلومات المتاحة على الرغم من وفرتها غير قادرة على المساهمة في حل مشكلة معينة.

بيوني إبراهيم حمادة، مرجع سابق، ص 514.

بيوني إبراهيم حمادة، مرجع سابق، ص 51.

عبدالله احمد الشايح عبد العزيز ، مرجع سابق، ص 35.

-التفاعل والتعددية: Interactivity and Multiplicity أي التفاعل المشترك وتعدد الأصوات الصحفية من خلال إتاحة الفرصة أمام كل الأطراف المعنية للمساهمة في تقديم المادة الإعلامية والتعليق عليها.

-من استهلاك المعلومات إلى استخدامها: From Consumption to use of Environmental Information أي المعلومات البيئية يجب أن تتحول إلى معرفة بيئية قبل أن تصبح قابلة للاستخدام أي قبل توظيفها سلوكيا وتحويلها إلى فعل.⁹

أهداف الإعلام البيئي:

_استخدام وسائل الإعلام جميعها لتوعية الإنسان، وإمداده بكل المعلومات التي من شأنها أن تعمل على ترشيد سلوكه وترتقي به إلى مستوى المسؤولية للمحافظة التلقائية على البيئة والعمل على تنمية قدراتها.¹⁰
أو بصيغة أخرى هي:

المعرفة:معاونة الأفراد والجماعات على اكتساب خبرات متنوعة والتزود بتفهم أساس البيئة والمشكلات المرتبطة بها.
المواقف:معاونة الأفراد والجماعات على اكتساب مجموعة من القيم و المشاعر للاهتمام بالبيئة ومن حوافز المشاركة الإيجابية في تحسينها وحمايتها.

القيم:معاونة الأفراد والجماعات على اكتساب المهارات اللازمة لتحديد المشكلات البيئية وحلها.
المشاركة:إتاحة الفرص للأفراد والجماعات للمشاركة بشكل إيجابي على كافة المستويات في العمل على حل المشكلات البيئية.¹¹

عوامل نجاح الإعلام البيئي: لكي يتحقق نجاح الإعلام البيئي في توفير المعلومة البيئية والتأثير على الجمهور المستهدف طبقاً للأهداف الموضوعية لحماية البيئة وبما يتناسب مع الأوضاع والظروف المحيطة ينبغي أن يتم التنسيق والتعاون بين مختلف الوسائل الإعلامية للعمل في اتجاه واحد ومن خلال خطة إعلامية متكاملة، ولتحقيق هذا يتطلب ما يلي:

السياسة الإعلامية: ويتحدد في ضوءها علاقة وسائل الاتصال الجماهيري بالسلطة السياسية وما يرتبط بها من تحكم وتوجيه للسياسات الإعلامية ومدى قدرة وسائل الإعلام على مناقشة مظاهر التدهور البيئي وما يتعلق منها بالأداء الحكومي أو التلوث الناتج عن منشآت قطاع، فإن درجة الحرية المتاحة يتوقف على المعالجة الإعلامية لقضايا المجتمع.
السياسة البيئية للدولة:يتمثل في الاهتمام الذي توليه القيادة السياسية لمشكلات البيئة فهذا الاهتمام هو المحرك للمشكلات وللمتابعة الإعلامية مثلما أكدت الدراسات الإعلامية، فالتوسع في تغطية حدث بيئي ينبع من الاهتمام السياسي بها.

مستوى ونوع الوعي البيئي لدى القيادات الإعلامية: ويحدد هذا المستوى مدى شعور القيادات الإعلامية بالمخاطر البيئية حيث تعتبر القضايا البيئية موضوعات موسمية.

اتساق الرسالة البيئية مع النسق القيمي:إعداد الرسالة البيئية في ضوء السمات العامة للجمهور والفئات التي تنتمي إليها،كلما ارتبطت الرسالة البيئية بأوضاع المواطن وظروفه الاقتصادية والاجتماعية زادت فرصتها في القبول والإقناع.
يجب أن تكون أساليب التغطية الإعلامية واضحة ومحددة، معتمدة على الحقائق والواقع مستخدمة كافة الأشكال الإعلامية.¹²

بيوني إبراهيم حمادة، مرجع سابق، ص 546_547.⁹

محمد أبو سمرة، الإعلام الزراعي والبيئي، دار الراجحة للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص40¹⁰

جمال الدين السيد صالح، الإعلام البيئي بين النظرية والتطبيق، الإسكندرية: مركز الإسكندرية للكتاب، ص ص 94-95¹¹

جمال الدين السيد صالح، مرجع سابق، ص ص 100_101¹²

كما ينبغي على الجهات البيئية الرسمية والجهات الإعلامية لإنجاح و إحداث نقلة نوعية في العمل الإعلامي البيئي انتهاز السياسات التالية:

- الدعم والتشجيع الدائمين من قبل الإدارات البيئية للفنانين والإعلاميين والصحفيين وتحفيزهم للإبداع في طرح البيئي، وتوفير قواعد البيانات ومصادر للمعلومات البيئية وتعيين جهة مسئولة لديها القدرة على إيصال المعلومة البيئية بشكل جيد مدعومة بالأرقام والبيانات.
- توعية شاعلي المناصب العليا الإعلامية بأهمية الدور الذي يقومون به للحفاظ على البيئة والمساهمة في استمرارية التنمية المستدامة بالوطن.
- التخطيط الإعلامي المسبق للأهداف المرجوة من طرح الإعلامي البيئي لما يخدم المصالح العليا للوطن وبعيداً عن الإثارة غير المبررة.
- تبادل الخبرات المكتسبة في مجال التوعية والإعلام البيئي بين الجهات المسؤولة عن التوعية والإعلام البيئي في القطاعين الحكومي والخاص لصقل وتنمية مهارات القائمين على 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.¹³

النماذج المعاصرة لدراسة الإعلام البيئي:

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 ويتأخر 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 تأثير 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.¹⁴

الاتصال البيئي القائم على المشاركة: Step of Environmental Participatory Communication

يقوم هذا الاتصال على عدد من الخطوات وهي:

¹³بيوني إبراهيم حمادة، مرجع سابق، صص 521-522.

¹⁴بيوني إبراهيم حمادة، مرجع سابق، صص 523_524.

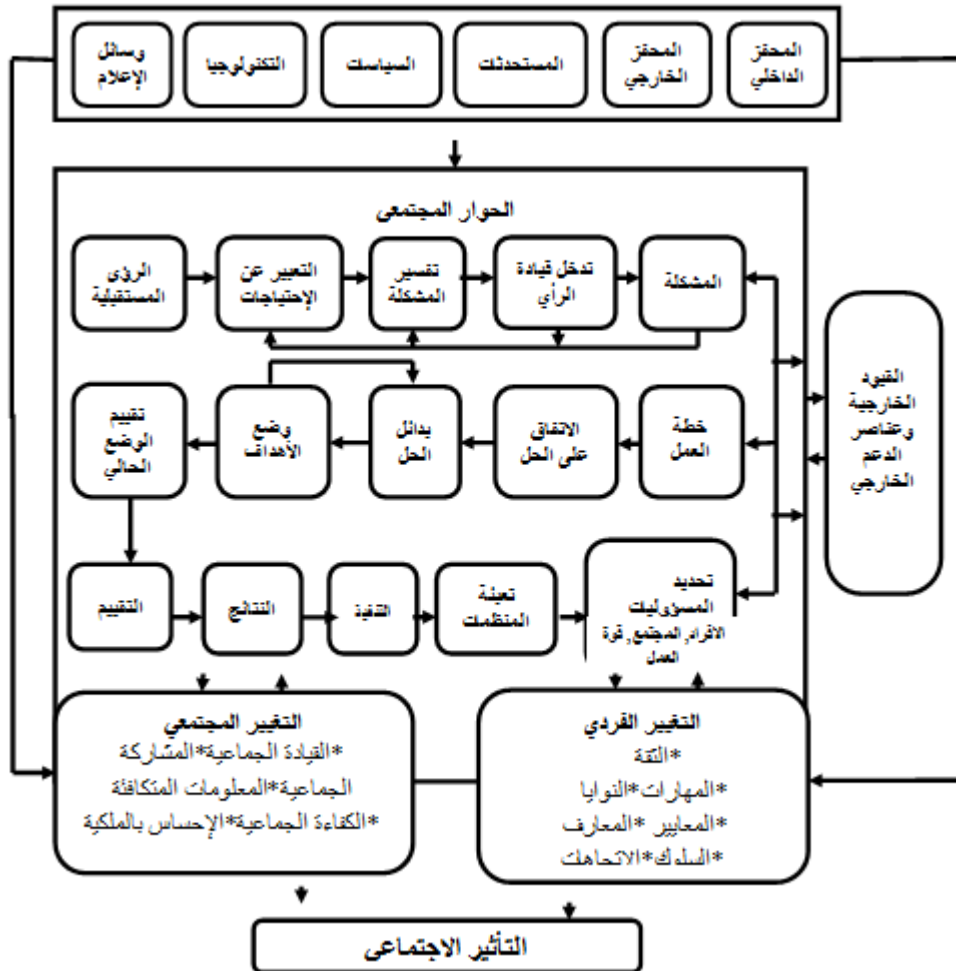
- البحث عن مشاركين Search forPartners , يبحث عليهم القائم بالاتصال و يتبنى مشاعرهم و مشاكلهم و من المهم أن يقيم معهم لبعض الوقت من أجل التعارف و التآلف.
- تطوير خطة عمل Develop an Action Plan, على أن يشارك أعضاء المجتمع في تطوير خطة العمل من اللحظات الأولى لها من خلال الإستشارة و الحوار المشترك.
- مناقشة خطة العمل Discuss The Plan , و هنا تساعد جلسات المناقشة العامة و العصف الذهني لإثارة قضايا ذات الاهتمام المشترك لجميع الأعضاء و الأهداف المرتبطة بها.
- تعزيز خطة العمل 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 للعمل.

النموذج المتكامل للتغيير الاجتماعي: Communication for Social Change

جاء هذا النموذج نتيجة لندوات عديدة عقدت بين أساتذة وخبراء دوليين و ذلك في إيطاليا و جنوب إفريقيا من أجل التوصل إلى نموذج شامل و متكامل لفهم دور الإعلام في التغيير الاجتماعي، لذلك فإن النموذج التالي يصلح لكل قضايا التغيير الاجتماعي.¹⁵

¹⁵ المرجع نفسه، ص ص 426-427

مخطط يمثل: النموذج المتكامل للتغيير الاجتماعي.¹⁶



يرى هذا النموذج أن جميع الأطراف لديها توجه إيجابي نحو عملية الاتصال ولا يوجد طرف سلبي ومصدر المعلومات قد يكون أي 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 الأطراف في العملية.¹⁷

- النموذج المتكامل للتغيير البيئي والاجتماعي: يعمل هذا النموذج من خلال عملية مستمرة ومتوازنة تجمع بين الحوار المجتمعي والعمل الجماعي وفقا للخطوات الآتية:

- المحفزات: 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 مستحدثات: 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.¹⁷
- _ وسائل الإعلام: من خلال ما تقدمه من معلومات تستهدف التغيير الفردي أو الجماعي.

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

بيوني إبراهيم حمادة، مرجع سابق، ص 528.¹⁶

بيوني إبراهيم حمادة، مرجع سابق، ص 529_530.¹⁷

- 1_ الاعتراف بوجود المشكلة: حتى تتكون قناعة لدى بعض أعضاء المجتمع بوجود مشكلة معينة تتطلب الحل مثل التلوث.
- 2_ تدخل قادة الرأي وغيرهم من المؤثرين لتشكيل اتجاهات إيجابية نحو التغيير الاجتماعي المرغوب.
- 3_ توضيح أبعاد المشكلة: يجب أن تتكون مفاهيم مختلفة حول ماهية المشكلة, وأسبابها وطرق حلها.
- 4_ التعبير عن الحاجات الفردية والجماعية: وخاصة الأفراد والجماعات المهمشة في المجتمع.
- 5_ الرؤية والمستقبل: يتصل بالصورة المثالية التي يرغب المجتمع أن يرى نفسه عليها.
- 6_ تقييم الوضع الحالي: لأنه يوضح لمخطط الإعلام البيئي مكان المجتمع في الوقت الحاضر.
- 7_ وضع الأهداف: مع سيادة فهم عام بين أعضاء المجتمع عن طبيعة المشكلة, ونظرتهم لما ينبغي أن يكونوا عليه في المستقبل.
- 8_ بدائل الحل: يجب أن تضع الخطة عددا من البدائل يمكن الاختيار من بينها لتحقيق الأهداف المنفق عليها.
- 9_ الاتفاق على الفعل: أي الاتفاق العام لضمان المشاركة الفعلية في تنفيذ البدائل.
- 10_ خطة العمل: أي وجود زمني يبين متى وكيف يتم تنفيذ الأنشطة المنفق 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 معينة¹⁸.
- 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 أخذا في الاعتبار الموارد المتاحة.
- التقييم الجماعي: فالنتائج المتوقعة قد تتفق أو لا مع الأهداف الموضوعية سلفا.
- التغيير الاجتماعي الذي حدث نتيجة لاندماج أعضاء المجتمع في حوار معين خلال فترة زمنية معينة, فإن أهم التغييرات 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.

بيوني إبراهيم حمادة, مرجع سابق, ص 530_533¹⁸

-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.¹⁹

_مراجعة وتدقيق المضمون الإعلامي الذي يقدم للمجتمع.

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.

_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.²⁰

مشكلات الإعلام البيئي: يواجه الإعلام البيئي في العالم عددا من المشكلات نشير إلى أهمها فيما يلي:

1- الشك في مصداقية الدول الغنية وجهودها نحو المحافظة على البيئة.

2- لنتاقص التدريب لعدد القراء المهتمين بالقضايا البيئية.

3- اتجاه بعض الصحف والمجلات لتقليص عدد الصفحات المخصصة للإعلام البيئي.

4- تدني مستوى الاهتمام بتغطية قضايا البيئة لحساب قضايا المشاهير والجريمة والشائعات.

5- التأثير السلبي لجماعات الضغط لمنع النشر أو تقييده في الحالات التي يمكن أن يتسبب النشر في الإساءة لها.²¹

6- عزوف الإعلاميين على التخصص في الإعلام البيئي.

القائم بالاتصال في الإعلام البيئي:

تعريف القائم بالاتصال: هو المقصود بالسؤال من؟ وهو الشخص الذي يبدأ عملية الاتصال بإرسال الفكرة أو الرأي أو المعلومات من خلال الرسالة التي يقوم بإعدادها.²²

ويركز دارسوا الإقناع على ثلاثة خصائص أساسية هي المصداقية credibility والجاذبية attractive والقوة power بجانب خصائص أخرى مثل: الحيوية والانتماء الاجتماعي والسلطة والثقة.²³

القائم بالاتصال في المجال البيئي: يتمثل دور الصحفي الذي يهتم بالبيئة أو يكتب عنها في أن يبذل جهدا متواصلا لإعلام الجمهور، وأن يزيد باستمرار وعيه بالبيئة، كما يتعين عليه أن تكون لديه القدرة على فهم المعلومات الفنية والعلمية الشديدة التخصص، وأن يستطيع الكتابة والتعبير بأسلوب يلائم الجمهور، كما أنه من المفيد أن تكون لديه خلفية

بيوني إبراهيم حمادة، مرجع سابق، ص 530_533¹⁹

بيوني إبراهيم حمادة، مرجع سابق، ص 534_540.²⁰

المرجع نفسه، ص 519_520.²¹

حسين شفيق، سيكولوجية الإعلام، دراسات متطورة في علم النفس الإعلامي، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، 2008، ص 12.²²

محمد عبد الحميد، عالم الكتب، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ط 1، 1997م، مصر، ص 94_95.²³

علمية عنها، ولعل من أهم الوسائط التي ينبغي على الصحفي الاستعانة بها هي الصورة ليدعم بها موضوعه إذاما قام بتغطية مؤتمر عن البيئة أو كتب موضوع عن التلوث مثلا.²⁴

وبالنسبة للتغطية الصحفية لموضوعات البيئة الرئيسية فإنه بإمكان الصحفي أن يحصل على الأفكار نتيجة لاهتماماته أو ملاحظاته الشخصية، فمن خلال هذه الملاحظات يمكن أن تحدث تغيير على مستوى السلوك العام للجمهور أو تنبه السلطات لمشكلة ما.²⁵

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

- 1- وسائل الإعلام المكتوبة وتشمل الصحف و المجلات و الكتب و الملصقات.
- 2- وسائل الإعلام المسموعة وتشمل الإذاعة والتسجيلات.
- 3- وسائل الإعلام المرئية وتشمل التلفاز والانترنت والسينما .
- 4- وسائل الاتصال الشخصي كالمقابلات الشخصية والمحاضرات والندوات والخطب والاجتماعات والزيارات الميدانية.
- 5- المتاحف والمعارض .

وتعتبر وسائل الإعلام بكافة أشكالها المصدر الرئيسي للمعلومات حول البيئة، ولها أثر كبير في تشكيل الاهتمامات البيئية لدى مختلف قطاعات السكان، لذا يتعين على القطاع الإعلامي أن يتناول باستمرار قضايا البيئة المطروحة.²⁶

وقد وضعت ندوة الإعلام البيئي التي عقدت في تونس للفترة من 16/14 أكتوبر 1987، والتي نظمتها الحكومة التونسية والمنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، وبرنامج الأمم المتحدة للبيئة، التصور التالي للإسهامات الإعلامية في المحافظة على البيئة وذلك على النحو التالي:

تهيئة المناخ لتقبل الفرد تغيير عاداته وسلوكه البيئي التقليدي الذي غالبا ما يكون ملوثا للبيئة متلفا لمواردها المتجددة مستنزفا لمواردها غير المتجددة.

تخطيط حملات إعلامية تستهدف الجوانب البيئية الأكثر إلحاحا في المجتمع بشكل مستمر ومبرمج.

فتح الملف البحثي للبيئيين بدراسة واعية من قبل الإعلاميين، وتتبع هذه الأبحاث، ونشرها بعد أن تجرى عليها معالجات إعلامية اتصالية فنية متفحة وذات قيمة جمالية بالوسائل الإعلامية المتاحة.

إيجاد صيغة من التعاون المنتظم المستمرين مسؤولي الإعلام وأخصائيي الأبحاث البيئية.

دعوة الجهات الإعلامية للتنسيق فيما بينها بشأن المعالجات الإعلامية للمادة العلمية لتكون فعالة ومشوقة وفي قوالب ثقافية وفنية مفيدة ومثيرة للاهتمام وممتعة ومؤثرة.

الأساليب التي يستخدمها الإعلام البيئي:

تنفيذ محاضرات متخصصة وندوات وحلقات بحث ومؤتمرات وورش عمل لنشر التوعية وزيادة التعليم في مختلف قضايا البيئة كتنظيم النسل أو مكافحة التلوث.

صالح بن نوار، وسائل الإعلام والبيئة، الملتقى الوطني حول البيئة والمجتمع، جامعة قسنطينة، 2011، ص ص 191-192.²⁴

²⁵ ألبرت ل. هستر واي لانغ، جنو، ترجمة: كمال عبد الرؤوف، دليل الصحفي في العالم الثالث، الدار الدولية للنشر والتوزيع، الولايات المتحدة/مصر، ط 1، 1992، ص 123_127

راتب السعود، مرجع سابق، ص ص 254_256.²⁶

تنفيذ البرامج الإذاعية والتلفزيونية التي تكشف الحقائق البيئية للمواطن، وتبصره بدوره ومسؤولياته تجاه مشكلات البيئة.

تسخير الصحافة لنشر الوعي البيئي عبر المقالات و التحقيقات و الرسوم الكاريكاتيرية... الخ.

تشجيع الأفراد على زيارة المتاحف والمعارض وحدائق الحيوان والمحميات الطبيعية التي تشكل مصادر هامة للمعلومات البيئية للناس بكافة فئاتهم.

تشجيع الأفراد على تشكيل النوادي والجمعيات المهنية والهيئات الأهلية ذات الأهداف البيئية والانخراط فيها، وتسايط الضوء على أهدافها ونشاطاتها.²⁷

الإستراتيجية البيئية والأمن البيئي: الإستراتيجية البيئية والأمن البيئي مصطلحان متلازمان ومترابطان، ويفرض التخطيط الإستراتيجي، المتوسط والبعيد المدى، دراسة متأنية وشمولية للبيئة الإستراتيجية، ولا بد أن نفرق بين الإستراتيجية البيئية (EnvironmentStrategy) والبيئة الإستراتيجية (The StrategeicalEnvironment) المحددة بتحقيق أهداف بيئية واضحة.

البيئة الإستراتيجية تهتم بتحليل جميع المكونات والمكونات والمحددات بطريقة متكاملة ونسقية بين العناصر الثلاث وهي: البيئة الإستراتيجية والإستراتيجية البيئية والأمن البيئي، للوصول إلى أهداف بيئية محددة تسعى تلك الإستراتيجية البيئية إلى تحقيقها عن طريق تحديد الطرق والوسائل والنهيات المطلوبة، مدعومة بخطة الأمن البيئي والتي تمثل الذراع الأمنية المنفذة لخطة وبرامج تنفيذية نابعة من تلك الإستراتيجية ومساعدة لتحقيق أهدافها.

ولما للبيئة من أهمية في استمرارية وإدامة الحياة البشرية وبمشيئة الله تعالى، تركز تلك الأهمية في توفير بيئة مواتمة لحياة بشرية أفضل، إنه حس حضاري وتربوي وعلمي وثقافي وإنساني وتعليمي افتقدته الكثير من شعوب الأرض، فانتهكت هذا الكيان باسم الصناعة والتجارة والنقل ومخارجاتها تارة، وباسم المفهوم والمنظور الاجتماعي والتكديس السكاني والإهمال البلدي تارة أخرى، وعدم إعداد دراسات بيئية ميدانية جادة قابلة للتنفيذ الجماعي في كيفية معالجة النفايات سواء القابل منها لإعادة التدوير، أو غير القابل في الدول النامية، على الرغم من توفر الدراسات والبحوث الجادة والتصنيفات العلمية المميزة في هذا المجال في المكتبة العالمية.²⁸

ولكن بقي المنظور البيئي لا يطبق بطريقة علمية سليمة في كثير من دول العالم، إضافة إلى مخرجات التلوث البيئي، وخاصة في العالم الصناعي في ظل غياب بعض الضوابط التي تحكم وتقلل من مخاطر هذه الملوثات البيئية، فالكسب المادي وتحقيق الأرباح أعمى الكثير من شعوب الأرض وجعلها لا تهتم بهذا المجال، على الرغم من أن المسؤولية البيئية جماعية تهتم كل كائن حي على وجه الأرض. وعند إعداد إستراتيجية بيئية فإن المشاركة في تنفيذ تلك الإستراتيجية لا تقيد نفسها في دائرة اهتمام ومسؤولية وصلاحيات محددة، وهي مشاركة جماعية في التنفيذ والتفعيل سواء في المستوى المحلي والوطني، الإقليمي والعالمي.²⁹

والتساؤل الذي يفرض نفسه، كيف نحقق الأمن البيئي؟ ونجيب عنه من خلال عدة مساقات، أولها: نحدد أهدافا حمانية بيئية محددة وصارمة، وتعد خطة إستراتيجية بيئية متوسطة أو بعيدة المدى، واضحة الطرق والوسائل والنهيات، ويحدد المنفذ لهذه الإستراتيجية، وهنا تتميز الإستراتيجية البيئية بأنها لا تختص بوزارة أو مؤسسة أو شركة أو قطاع معين، بل جميع الحكومات وكذلك تخص الشعب بكل أطيافه وفئاته العمرية المختلفة، فهؤلاء هم المنفذون

راتب السعود، مرجع سابق، ص 256_257²⁷

هويدا مصطفى، دور الإعلام في نشر الوعي البيئي، جامعة القاهرة، 2002، ص 60.²⁸

راتب السعود، مرجع سابق، ص 258.²⁹

والمفعلون والمراجعون والمطورون لتلك الإستراتيجيات البيئية، ويمثل الأمن البيئي المرجعية الرادعة والمنظمة والمراقبة لكافة الأنظمة والقوانين والتعليمات والضوابط والإجراءات التي تخص الشأن البيئي وغيره من الشؤون البيئية المساندة.³⁰

إن عالمنا اليوم يتقدم علمياً ويتخلف إنسانياً في كثير من المسارات الحياتية، تهمه التقنية بأصنافها الكلية والجزئية، وإبداعاتها ولا يهتم بمؤثراتها ومضارها البيئية، يهتم بفوائدها المرجوة والمطلوبة للإنسان، ويسخر حملات إعلامية مزعومة باسم نظافة البيئة، وبالتالي يفقد جزءاً من ثوابته ومبادئه وقيمه ومعطياته، والعيب ليس في التقنية بكافة أنواعها وأصنافها ومستوياتها، ولكن العيب في من يوظف تلك التقنية، خاصة في المجالات الصناعية والتجارية والنقل. ولا ننكر الجهود العلمية البحثية الرصينة في مجال حماية البيئة، ولكن تطبيقها على أرض الواقع قليل، لأنها تتضاد مع تحقيق المؤسسات الربحية هامش ربح عال، لكونها تتطلب نفقات وتكاليف أعلى، وهنا تطغى المادية على كافة الجوانب الإنسانية، على الرغم من الزعم الدائم القاضي بتوظيف التقنية بما يخدم الإنسان.³¹

والتوظيف التقني ساعد على تشويه الرؤية البيئية الحقيقية، بل حاولت تقنية الهندسة الوراثية أن تُحرف في المخلوق البشري الذي خلقه الله سبحانه وتعالى في أحسن صورة، والمختبر العلمي طُبقت فيه الكثير من التجارب المفيدة والضارة للبشرية، ولكن النفس الأمارة بالسوء وغلبة المصالح الفردية والوطنية على الكثير من القيم الإنسانية، جعلها تهمل بل تسيء إلى البيئة، فالمطورون للحرب الجرثومية (البيولوجية) جعلوا من بعض الدول النامية والدول غير القابلة للنمو، والتي تشكل بيئتها حاضناً مميزاً وميدان تجارب فعلية لمخرجات تلك التجارب المخبرية، مكاناً لتفعيل هذا النوع من الحروب القذرة ضد البشرية، خاصة وأن الظروف الصحية والطبية والاجتماعية من السوء بمكان أن تتفد فيها إستراتيجية المفعول به، ولا تهتم دول إستراتيجية الفاعل لضوابط تلك التجارب، ويحدث انفلات فيروس أو جرثوم أو ميكروب، وبالتالي يؤثر ويدمر ويضرّ بتلك المجتمعات، وتشكل بيئتها حاضناً خطراً للقارة التي هم فيها بل يمتد أثرها إلى العالم أجمع، فالعولمة الصناعية وآثارها الإيجابية التي خدمت كثيراً من المجالات البشرية، شكّلت بعض جوانبها أكبر الملوثات المدمرة للبيئة سواء البشرية أو النباتية، وخاصة الصناعة التقليدية، ولا يستطيع البشر في المدى المنظور سواء المتوسط أو البعيد الاعتماد على الطاقة النظيفة (Smart Power) ولكنه لا يزال يعتمد على الطاقة التقليدية من المخرجات النفطية أو الفحم، وتُعد من أكبر الملوثات على وجه الأرض.³²

واعتمدت بعض الدول المتقدمة على الطاقة النووية، ووضعت بعض الضوابط والإحترازاات لإنتاج واستخدام تلك الطاقة، ولكن تبقى المخاطرة في الاستخدام عالية جداً، والأخطاء ثمنها باهظ جداً كما حصل في محطة تشير نوبل في أوكرانيا، والجانب الكارثي الذي خلفته، بمعنى أن الكوارث من هذا النوع من الصعب السيطرة عليها فانتشارها واسع، ومضارها تراكمية وتنتقل جينياً لأجيال قادمة.

فتجارة الأخشاب وقطع الأشجار بطريقة غير مبررة، وفي ظل غياب إستراتيجية زراعية في كثير من الدول تحتم وجود زراعة بديلة لما يقطع، قللاً من نسبة ضخ الأكسجين في الأرض. إضافة للاستخدام المهول لوسائط النقل سواء البرية أو الجوية أو البحرية، واطراد أعدادها ووضوح آثارها البيئية المدمرة، كل هذا وما سبق ذكره من مخرجات ملوثة للبيئة زادت من نسبة الغازات الخانقة والملوثة للهواء والماء على وجه الأرض، والتي أفقدت التوازن البيئي دوره. ومن هنا نبعت أهمية الإستراتيجية البيئية والأمن البيئي.

عبد الله احمد الشايع عبد العزيز، مرجع سابق، ص 19.³⁰

المرجع نفسه، ص 20.³¹

عبد الله احمد الشايع عبد العزيز، مرجع سابق، ص ص 20-21.³²

البيئة العربية على الانترنت: إنجم المعلومات البيئية المفيدة لمتصفح مواقع الإنترنت العربية ضئيل جدا فمعظم المواقع التابعة لهيئات عربية رسمية وخاصة وأهلية هي باللغة الانكليزية، وغالبا ما تعتمد على تقديم معلومات ترويجية ودعائية للمؤسسة أو المنظمة صاحبة الموقع أكثر من تقديم خدمات معلوماتية وبحثية للمتصفحين³³، بل يمكن القول إن معظم مواقع الإنترنت العربية المعنية بالبيئة هي مواقع ترويجية لاجتذاب المؤسسات الأجنبية المانحة غير أن هذه المواقع ضعيفة كأداة للعلاقات العامة أيضاً، في موازاة افتقارها إلى المعلومات فالعلاقات العامة الناجحة تقوم بدورها على المعلومات الموثوقة³⁴.

الإعلام البيئي الغربي: لقد كان الإعلام الغربي سابقا لتبني قضايا حماية البيئة، سواء في الصحافة المكتوبة أو الإعلام السمعي البصري ، و هنا يمكن الحديث عن الإعلام البيئي الأوروبي و الأمريكي.

الإعلام البيئي الأوروبي: لقد كان الإعلام الغربي في بداية التسعينيات يحرص على تقديم القضايا البيئية التي تخوض غمار الدفاع عنها جماعات السلام الأخضر في أوروبا على نحو مضحك في تعبير بريء، بحيث تبدو هذه الجماعات و كأنها تخوض صراعا ترفيا لا يستحق كل هذا العناء، لكن مع زوال المعسكر الشيوعي و ظهور كتلة مهمة من ممثلي البيئة و التنمية المستدامة في البرلمان الأوروبي، و رفض الولايات المتحدة الأمريكية التوقيع على بروتوكول "كيوتو" وازدياد درجة حرارة الأرض و تفاقم ثقب الأوزون و بروز مخاطر ذوبان الجليد، بدأ اهتمام وسائل الإعلام الأوروبية بالقضايا البيئية على نحو أكثر جدية و شفافية³⁵، و هنا ظهرت تخصصات عديدة في مجالات البيئة كالإقتصاد البيئي الزراعة أو الصناعة الصديقة للبيئة، السياحة البيئية، حقوق الإنسان ذات المنشأ البيئي،... الخ.

الإعلام البيئي في الولايات المتحدة الأمريكية: لقد تناول الإعلام الأمريكي الموضوعات البيئية و لكن لم يكن بشكل مكثف، فخلال فترة رئاسة "تيودور روزفلت" اهتمت الصحافة الأمريكية بحماية البيئة، لأنه كان يولي اهتماما كبيرا بقضية المحافظة على الموارد الطبيعية و لكن لم يكن هناك قلق معين حول حالة الأرض و الغلاف الجوي حتى في فترة ما بعد الحرب العالمية الثانية، و قد كان كتاب "الربيع الصامت" لمؤلفته "رشيل كارسون" في الستينات هو الذي لفت الأنظار إلى تأثير المبيدات على الحيوانات، و نتيجة للجدل الذي دار حول هذا الكتاب على المستوى القومي أصبح هناك تيار شعبي ضاغط مهتم بحماية البيئة، مما دفع الكونغرس الأمريكي لإصدار قانون السياسة الوطنية للبيئة عام 1969³⁶ و قد تم تأليف كتب ومقالات في علم البيئة وشؤون المجتمع، وبدأت تظهر صحف و مجلات مهتمة بالبيئة، و كان التركيز الإعلامي في الفترة ما بين (1960 - 1965) على المناطق الصناعية، ثم المبيدات في الفترة (1972 - 1975) و بحلول عام 1970 كانت كل مجلة و جريدة ذات طابع عام في الولايات المتحدة الأمريكية تحوي فعليا إشارة ما إلى البيئة، كما أن مجلات مشهورة مثل: التايم، نيوزويك، لايف، ريدرز دايجست، بيزنس ويك، قد خصصت مقالات رئيسية و أعداد خاصة حول البيئة.

الإعلام البيئي في الوطن العربي: يعتبر الإعلام البيئي ظاهرة حديثة نسبيا ضمن أنواع الإعلام العربي ، فخلال العقود الثلاثة الماضية تم التعامل مع القضايا البيئية بشكل سطحي ، لكن المؤشرات تتجه نحو الإيجابية ، إذ ازداد الاهتمام أخيرا بمواضيع حماية البيئة و التنمية المستدامة في الدول النامية التي تشهد نموا اقتصاديا واجتماعيا.

جريدة "الحياة"، محمد مغربي، صفحة علوم وتكنولوجيا، 2006/9/24.³³

باتر وردم، مرجع سابق، ص - ص (20 - 26).³⁴

جمال الدين السيد صالح، ص 65.³⁵

و هنا يمكن أن نستعرض الإعلام البيئي في تونس و الإمارات المتحدة، أين أمكن فيها رصد متابعات إعلامية بيئية.

الإعلام البيئي في تونس: شهد اهتمام وسائل الإعلام التونسية بموضوع البيئة نمو ملحوظا في السنوات الأخيرة، خاصة بعد أن أصبحت تونس البلد العربي الأول الذي دمج التنمية في اسم وزارة البيئة أصبحت وزارة البيئة والتنمية المستدامة، وتركز الصحافة التونسية في تغطيتها للمواضيع البيئية على الخبر والوصف والتوعية في حين يقل اهتمامها بالتحليل والتحقيق الاستقصائي، و هي في العام تعكس توجهات وزارة البيئة و التنمية المستدامة حيث نجد في الصحافة المكتوبة جريدة "الصحافة" اليومية و هي تخصص صفحة دورية للبيئة، أما "الصباح" و "الحرية" بالعربية و"لوتان" و "بريس" بالفرنسية، فينشرون مواضيع متواصلة عن شؤون البيئة، في حين نجد أن الإذاعة التونسية الوطنية تخصص برامج أسبوعية ثابتة، و تعرض الإذاعة الوطنية و إذاعة الشباب برنامجين بيئيين كل أسبوع، و تعرض قناة تونس 7 التلفزيونية برنامجا أسبوعيا علميا بعنوان "أسرار الطبيعة" مدته نصف ساعة، إضافة إلى برنامج "الكاميرا تتجول" ، و تعرض " القناة 21 " برنامجا أسبوعيا تحت عنوان "دائما خضراء" و "قناة حنبعل " برنامجا وثائقيا أسبوعيا.³⁷

الإعلام البيئي في الإمارات المتحدة: تكاد تكون البيئة موضوعا يوميا في وسائل الإعلام الإماراتية، وتشكل وكالة أنباء الإمارات المصدر الأساسي لأخبار المؤسسات البيئية الحكومية، والاهتمام بالبيئة و الطبيعة في صحافة الإمارات المتحدة يحمل بصمة رئيس الدولة الراحل الشيخ زايد بن سلطان آل نهيان الذي كان يعشق الطبيعة ، لهذا احتلت البيئة في حالات متعددة صدر الصفحات الأولى، ففي الصحافة المكتوبة نجد "الخليج" التي تخصص صفحة أسبوعية للبيئة، وكانت جريدة "الإتحاد" الحكومية وجريدة "البيان" اللتان تصدران في أبو ظبي ودبي تنشران مواضيع وتحقيقات عن مشاكل بيئية تواجه الإمارات في حين نجد التغطية التلفزيونية و الإذاعية محصورة بأخبار المناسبات و بعض التحقيقات عن الطبيعة و الحيوانات البرية .

الإعلام البيئي في الجزائر: إن ولادة الإعلام البيئي في الجزائر تعد ظاهرة حديثة في الإعلام الوطني، لذا كانت الكتابات حول البيئة بسيطة و غير مكثفة هذا من جهة، ومن جهة أخرى نجد أن الجزائر لم تظهر فيها مشاكل بيئية خطيرة في السابق تستدعي تكثيف الجهود الإعلامية لخدمة القضايا البيئية، و لكن مع تطور الصناعة وازدياد السكان وانتشار النفايات بأنواعها، و كذا ازدياد عدد السيارات و هو الأمر الذي أدى إلى تلوث الهواء، وظهور ظاهرة انجراف التربة و التصحر، كل هذه المشاكل تتطلب معالجة حقيقية واقعية.

وموضوعية دقيقة من قبل وسائل الإعلام باختلاف أنواعها، سواء المكتوبة أو المسموعة والمرئية. لقد تطرق عدد من المؤلفين أمثال: "سوندمان" (1974) في كتابه 'التربية البيئية' إلى أهمية وسائل الإعلام و دورها الوظيفي في التوعية البيئية، من حيث نقل المعرفة و المهارات للجماهير³⁸.

من هذا المنطلق يمكننا أن نتعرف على كيفية توظيف وسائل الإعلام في الجزائر لمعالجة القضايا البيئية المطروحة، ولتحقيق دورها ووظيفتها الأساسية وهي التوعية و التربية البيئية، وذلك من خلال مختلف أنواعها سواء الصحافة المكتوبة أو السمعية البصرية المتمثلة في الإذاعة و التلفزيون.

الصحافة المكتوبة: نجد هناك جريدة "الوطن" التي تصدر بالفرنسية والتي تعتبر مثالا يقتدا به لاهتمامها بالقضايا البيئية من خلال التغطيات المستمرة والمعقدة خاصة تلك المرتبطة بالمعاهدات و المؤتمرات الدولية وكذلك من خلال تخصيصها لمساحات دائمة خاصة بالقضايا البيئية، ونجد أيضا جريدة "الخبر" التي تعمل على تغطية نشاطات وزارة

برعي حمزة، الطاهر، الإعلام البيئي، ط1، تونس ، 1988 ص 67³⁷

محمد منير حجاب، التلوث و حماية البيئة، ط3، مصر: دار الفجر للنشر و التوزيع، 2002، ص 78³⁸

تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة، إضافة إلى التحقيقات البيئية التي يتولاها الصحفي "كريم كالي" وهي عبارة عن تحقيقات ميدانية عن تلوث الساحل بمياه الصرف غير المعالجة وفضلات السفن واستنزاف الثروة الغابية، هناك أيضا جريدتي "الصباح" و"الشروق"، فأولى تخصص صفحة أسبوعية للبيئة تركز فيها على المعلومات المبسطة الهادفة إلى التوعية البيئية.

الإذاعة: الإذاعة الوطنية بمختلف إذاعاتها الجهوية عبر التراب الوطني و قنواتها الأخرى، تلعب دورا في توظيف وسائلها لمعالجة القضايا البيئية ونشر الوعي والتربية البيئية، ففي عام 1999 ظهر برنامجان إذاعيان متخصصان بالبيئة في الجزائر على المستويين الوطني والمحلي، ففي القناة الأولى قدم "أحمد ملحة" برنامجا بعنوان "البيئة والمحيط" مدته خمسون (50) دقيقة، وقد فتح البرنامج ملفات ساخنة منها تلوث الشواطئ والمياه بالنفايات الصلبة، التصحر ومياه الصرف، ثم انتقل إلى قناة البهجة حيث ينشط الآن فقرة إرشادات فلاحية، وعلى مستوى الإذاعات المحلية نجد القناة المحلية في الجنوب برنامجا إذاعيا بعنوان "العالم الأخضر" تعده و تقدمه الصحفية "فتيحة الشرع" مدته خمسة و خمسون دقيقة (55 د) ثم تحولت مؤخرا إلى القناة الأولى لتقدم برنامجا أسبوعيا بيئيا بعنوان "رهانات بيئية"، وفي بداية 2004 بدأت الإذاعة الثقافية في بث برنامج أسبوعي بعنوان "البيئة و الحياة" يقدمه "بدر الدين داسة" يركز على المحميات و التنوع البيولوجي و التلوث، وكذا القناة الثالثة لها برنامج اسبوعي كل يوم الأربعاء على الساعة 10.00 عنوانه "أربعاء البيئة".³⁹

التلفزيون: يخصص التلفزيون الجزائري برنامجا في شكل فقرة إرشادات فلاحية يعده و يقدمه "أحمد ملحة" إضافة إلى برنامج حول البيئة بعنوان "البيئة والمجتمع" يهتم بالمواضيع ذات الصلة بالمشاكل البيئية و تأثيرها على المواطنين من خلال التحقيقات الميدانية و استجواب المواطنين الذين يوجدون في واجهة هذه المشكلات البيئية، و قبل هذا البرنامج كان هناك برنامج تحت عنوان "الإنسان و البيئة".⁴⁰

الأمر الذي يدل على أن التلفزيون من أقوى وسائل الإعلام والاتصال متابعة وتأثيرا على الجمهور المتلقي للرسالة الإعلامية.⁴¹

الخاتمة:

في ختام هذا المقال أردنا أن نضع بعض المقترحات أو تصورات من شأنها أن تنهض بالوعي البيئي من طرف القائمين على الإعلام.

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:

تكوين صحفيين متخصصين في مجال البيئة، وأيضا تنظيم حملات إعلامية بيئية للمواضيع الهامة الطارئة أو ذات الأولوية بالتعاون مع الجهات المعنية.

يجب على وسائل الإعلام المختلفة وتحديدًا من ينشر الأخبار المتعلقة بالبيئة أن يتعاون مع الجمعيات غير الحكومية ذات الصلة بالشأن البيئي.

تعزيز دور الإعلام البيئي من خلال تواجده في كل الأحداث البيئية وتغطية الأخبار التي لها صلة بالمحيط سواء الضارة بالبيئة أو تلك التي تحافظ على المحيط ليكون مشاركا على نحو فعال.

نجيب صعب، البيئة في وسائل الإعلام العربية، الملتقى الإعلامي العربي الأول للبيئة والتنمية المستدامة، القاهرة، نوفمبر 2006، ص 27.³⁹

المرجع نفسه، ص ص 27-28.⁴⁰

صالح بن نوار مرجع سابق، ص 183.⁴¹

وفي الأخير وليس آخرا، من المفروض أن يكون هنالك تشجيع التواصل بين الإعلاميين البيئيين مع الخبراء و المتخصصين والمهتمين في الشأن البيئي حتى يكون هنالك انسجام ووعي بين المصدر وناقل المعلومة فيحصل فهم ووعي لدى المتلقي لها.

قائمة المراجع:

1. ألبرت ل. هستر واي لانغ. جتو، ترجمة: كمال عبد الرؤوف، دليل الصحفي في العالم الثالث، الدار الدولية للنشر والتوزيع، الولايات المتحدة/مصر، ط 1، 1992، ص 123_127
2. برعي حمزة، الطاهر، الإعلام البيئي، ط1، تونس، 1988 ص 67
3. بيوني إبراهيم حمادة، دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام، ط 1، عالم الكتب، القاهرة، 2008.
4. جمال الدين السيد صالح، الإعلام البيئي بين النظرية والتطبيق، الإسكندرية: مركز الإسكندرية للكتاب.
5. حسنين شفيق، سيكولوجية الإعلام، دراسات متطورة في علم النفس الإعلامي، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، 2008.
6. راتب السعود، الإنسان والبيئة دراسة في ضوء التربية البيئية، ط2، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2007. ص 199.
7. سمير محمود، الإعلام العلمي، ط 1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008، ص 149_152.
8. صالح بن نوار، وسائل الإعلام والبيئة، الملتقى الوطني حول البيئة والمجتمع، جامعة قسنطينة، 2011، ص 191-192
9. عبدالله احمد الشايع عبد العزيز، الإعلام و دوره في تحقيق الأمن البيئي، أكاديمية نايف للعلوم الأمنية، 2003 .
10. محمد أبو سمرة، الإعلام الزراعي والبيئي، دار الراية للنشر والتوزيع، الأردن، 2009. ص 40
11. محمد عبد الحميد، عالم الكتب، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ط 1، 1997م، مصر، ص 94_95
12. محمد منير حجاب، التلوث وحماية البيئة، ط3، مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2002، ص 78
13. نجيب صعب، البيئة في وسائل الإعلام العربية، الملتقى الإعلامي العربي الأول للبيئة والتنمية المستدامة، القاهرة، نوفمبر 2006، ص 27
14. هويدا مصطفى، دور الإعلام في نشر الوعي البيئي، جامعة القاهرة، 2002، ص 60.
15. <http://www.makkyeducation.jeeran.com> .20 09 2012
16. جريدة "الحياة"، محمد مغربي، صفحة علوم وتكنولوجيا، 2006/9/24

أُرتب السعود، الإنسان والبيئة دراسة في ضوء التربية البيئية، ط2، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2007. ص 199.