

فعالية الإعلام البيئي في تجسيد الثقافة البيئية في المجتمع

The Effectiveness Of Environmental Media In The Embodiment Of Environmental Culture In Society

عيساوة نبيلة¹¹ جامعة لونيبي علي-البليدة 2 (الجزائر)، n.aissaoua@univ-blida2.dz

تاريخ النشر: ديسمبر/2021

تاريخ القبول: 2021/12/02

تاريخ الإرسال: 2021/03/19

الملخص:

أصبح موضوع البيئة من المواضيع الهامة التي تجذب الكثير من المهتمين والباحثين نتيجة لما تتعرض له المكونات الطبيعية على كوكب الأرض من مشكلة التلوث، هذه المشكلة التي أضحت من الظواهر الاجتماعية التي تعاني منها الكثير من المجتمعات على حد سواء، لاسيما بعد التطور الصناعي والزيادة السكانية الكبيرة، والذي أدى إلى خلق ضغط مستمر على البيئة خاصة بتقليص مساحاتها لإقامة مدن جديدة، وانتشار النفايات الصناعية الخطيرة. وقد تنبهت هذه المجتمعات إلى خطورة هذا الأمر فحاولت التصدي له بوسائل عديدة لمكافحة أشكال التلوث ومعالجة آثاره، ولعل الوسائل الفاعلة في هذا المجال كان الإعلام بمختل وسائله. وعلى هذا الأساس سنحاول في هذه الورقة البحثية إبراز مدى فعالية الإعلام البيئي في تجسيد الثقافة البيئية في المجتمع، ونتناول بشكل مفصل وأكثر عمق كيف يساهم الإعلام البيئي في الحفاظ على البيئة وسلامتها في المجتمع.

الكلمات المفتاحية: الإعلام، البيئة، الإعلام البيئي، الثقافة البيئية.

Abstract:

The environment has become one of the important topics that attracted many interested and researchers as a result of the pollution problem experienced by natural components, especially after the industrial development and the large population increase, which led to the reduction of their areas for the establishment of new cities, and the spread of hazardous industrial waste. These communities have been alerted to the seriousness of this and have tried to address it in many ways in order to combat pollution and address its effects. On this basis, we will try to highlight the effectiveness of environmental media in reflecting the environmental culture of Algerian society, and to address in more detail and in depth how environmental media contributes to the preservation and integrity of the environment in society.

Keywords: Media, environment, environmental media, environmental culture.

المقدمة:

أصبح موضوع البيئة من المواضيع الهامة التي جذبت الكثير من المهتمين والباحثين بمشكلة التلوث وما تتعرض له المكونات الطبيعية على كوكب الأرض، هذه المشكلة التي أضحت من الظواهر الاجتماعية القائمة والتي يعاني منها الكثير، وقد تبين أن هناك ارتباط شديد بين قضية الوعي البيئي والثقافة كثقافة سائدة في الواقع الاجتماعي، والتي تعمل كموجه عام لسلوك الإنسان، وعليه يبرز دور الإعلام البيئي باختلاف وسائله في تثبيت وتدعيم هذه العلاقة، وذلك في إطار تزويد الأفراد بالمعلومات البيئية أو في تشكيل الاتجاهات والمواقف تجاه قضاياها لحمايتها من التلوث. وقد تنبته العديد من المجتمعات إلى خطورة هذا الأمر فحاولت التصدي له بوسائل عديدة لمكافحة أشكال التلوث ومعالجة آثاره، ولعل الإعلام البيئي وجد كوسيلة فعالة لتجسيد هذه الحماية بتفعيل وغرس قيم وثقافة تتادي بالحفاظ على البيئة وتشكيل الوعي البيئي لدى الأفراد تجاه محيطهم، ومن هنا فإن توعية الجماهير لا تتوقف على مجرد حثهم على العمل الفردي، بل تتجاوز ذلك لتزويدهم بالمعرفة والدوافع لتشكيل رأي عام يحترم المنظومة البيئية ويضغط على أصحاب القرار لاعتماد خطط تنموية كاملة تؤخذ بعين الاعتبار.

لهذا يمكن القول أن الإعلام البيئي له دور وظيفي في التوعية وتوصيل المعلومة البيئية لدى الجماهير، وتظهر فعاليته لما يكون هناك استعداد من الأفراد لاستيعاب هذه المعلومات لترسيخ فيهم القيم الإيجابية لتعديل سلوكياتهم ضد البيئة عامة وضد الاستغلال اللامبالي والعشوائي للمحيط الخارجي. وبما أن هناك تفاوت بين الوسائل الإعلامية في نشر الوعي البيئي من حيث القدرة الذاتية على التأثير والفعالية، فالحديث عن نجاح وسيلة إعلامية ما لا يقاس بنجاح وصول المعلومة البيئية للمواطن، ولكن يقاس بموافقة المواطن لهذه المعلومة وذلك بإدراك المشكلة البيئية واعتبارها من أولويات المعيشة.

1- الإشكالية:

عرف موضوع البيئة اهتمام ملفت للأنظار نتيجة لظهور العديد من الأزمات والمشكلات التي أصبحت تهدد المعمورة والكيان البشري على حد سواء بعدما كان ارتباطه مرهون بالمحيط الطبيعي البيئي، وهذا ما جعله مضطراً للتكيف والبحث عن بيئة بظروف أفضل، خاصة بعد التطور الذي أحدثه العقل البشري من استعمال الطبيعة واستنزاف خيراتها ومواردها، وما ترتب عن ذلك من ظهور مشكلات طبيعية مسببة للتدهور البيئي، خاصة في البلدان المتقدمة نتيجة لزيادة النشاط الإنساني المصاحب للتطور العلمي والتكنولوجي الذي زاد في تقاوم نسبة التلوث البيئي وانتشار الأمراض في الكثير من المجتمعات.

وقد شكلت البيئة ولازالت بالنسبة للإنسان ذلك المجال الحيوي الذي يعيش فيه والذي يسمح له بالاستقرار، غير أن حب الإنسان لتحصيل الثروة والسيطرة والتملك، جعله يتجاهل كل الأخطار الناجمة عن استغلاله غير العقلاني والمفرط لثروات البيئة، خصوصاً مع بروز التصنيع، وما صاحبه من زيادة في الإنتاج والمصانع واليد العاملة والنمو السريع للمدن، بالتالي بداية مرحلة جديدة في علاقة الإنسان

بالبيئة والتي كانت السبب الرئيسي في بروز العديد من المشكلات البيئية، وعلى رأسها مشكل التلوث البيئي، والذي انعكس بدوره على صحة الإنسان وما تبعه من ظهور الأمراض البيئية. لهذا فبعدما استهدف الإنسان البيئة بشتى ألوان السلوكيات السلبية هو الآخر الآن مستهدفا من أجل تصحيح مدركاته وترشيد سلوكه الذي تتوقف عليه الثقافة البيئية لتحقيق أهدافها، لهذا فرضت مشكلات البيئة على البشرية إعادة النظر في الكيفية التي تستثمر بها في الموارد المادية ونبتها إلى ضرورة تضافر الجهود لمواجهة هذا الخطر والتصدي له، بتوجيه الاهتمام بالقضايا البيئية ومحاولة إيجاد الحلول الكفيلة للحد من المشاكل البيئية، ويمكن أن يكون الإعلام أحد الطرق المساهمة في نشر الوعي البيئي وترقية الثقافة البيئية، من خلال تطوير اهتمام الأفراد بقضايا البيئة وفي تشكيل وتفعيل مظاهر الحياة الايجابية في مختلف السلوكات نحو بيئة نظيفة وسليمة. فوسائل الإعلام البيئي بمختلف أنواعها المسموعة والمقروءة يمكنها أن تقوم بدور مهم في توعية الجماهير وتوجيه سلوكهم لخلق الاهتمام بقضايا البيئة، عن طريق البرامج الإعلامية التي تبثها لتحسين سلوك وأفعال الأفراد وترشيدها للحفاظ على البيئة وحمايتها.

ومن خلال هذا الطرح نصل إلى السؤال الجوهرى لهذا المقال والذي نتساءل فيه حول مدى فعالية الإعلام البيئي في نشر الثقافة البيئية في المجتمع؟

- فكيف يمكن للإعلام البيئي أن يساهم في تجسيد الثقافة البيئية من خلال الخطاب الإعلامي الذي يحمله مضمون رسائله؟ وما هي الوسائل التي يستخدمها الإعلام البيئي للوصول إلى هذا الهدف؟ وإلى أي مدى يمكن أن يساهم الإعلام البيئي في حماية البيئة؟

2- الفرضيات:

1- تعدد وسائل وطرق التي يعتمد عليها الإعلام البيئي تساهم في ترسيخ ثقافة الحفاظ على نظافة البيئة في المجتمع.

2- تؤثر البرامج الإعلامية التي يقدمها الإعلام البيئي والذي يكون محتواها عن الثقافة البيئية إيجابا في تعديل وترشيد سلوك المواطن.

3- أهمية البحث:

- تظهر أهمية هذا العمل البحثي في أهمية الموضوع المتناول في حد ذاته، ألا وهو موضوع البيئة كونها المكان الوحيد الذي يعيش فيه الإنسان، ومن الواجب أن تأخذ حصتها من البحث والدراسة خصوصا في ظل المشكلات الخطيرة التي تعاني منها في وقتنا الحاضر، كون الحفاظ على البيئة وحمايتها من التلوث مسؤولية كل فرد ينتمي إلى هذا العالم.

- أهمية الدور الذي يقوم به الإعلام البيئي كونه أحد أهم وسائل الإعلام وأكثره تأثيرا على الأفراد في مختلف المجالات وخصوصا فيما يتعلق بمواضيع البيئة وللتعريف بمخاطر التلوث البيئي.

- محاولة إظهار دور وفعالية الإعلام البيئي بمختلف برامجها في تعزيز الوعي البيئي لدى المواطن، والتحسيس بأهمية مساهمة الجميع في الحفاظ على البيئة، كجانب من الجوانب التوعوية والتثقيفية التربوية.

4- المنهج المستعمل في الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، لهذا تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي الذي يساعد في معرفة دقيقة وتفصيلية عن عناصر الموضوع لتبيان ماهية الإعلام البيئي والثقافة البيئية التي تساهم في طرح قضايا البيئة وفي تشكيل الوعي البيئي، ومن ثم الوصول إلى واقع الإعلام البيئي في تجسيد الثقافة البيئية في المجتمع من خلال وصف وتحليل الدور الذي تقوم به مختلف وسائله في عملية نشر وتنمية هذه الثقافة في المجتمع.

5- عرض الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: وهي دراسة بعنوان "الإعلام البيئي ودوره في المحافظة على البيئة"، قامت بها الطالبة بن مهرة نسيم¹ لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية والإدارية، في السنة الجامعية 2013/2012. وتضمنت إشكالية هذا العمل فيما يلي: ما مضمون الإعلام البيئي؟ وإلى أي مدى يمكن له المساهمة في حماية البيئة والحفاظ عليها؟ ولمعالجة هذا الموضوع تم إتباع المنهج التاريخي والمنهج التحليلي والمنهج الاستقرائي. ومن النتائج التي توصلت إليها الباحثة ما يلي:

- يحتل الإعلام البيئي مكانة هامة لدى المجتمعات اليوم وقدرة واسعة على الانتشار بين فئات المجتمع بمختلف مستوياتها الثقافية والفكرية والاجتماعية، وأصبح الأداة المناسبة لتوجيه المجتمع ونقل المعرفة.

- صبح الإعلام البيئي أحد أهم أجنحة التوعية البيئية، وهو في تطور مستمر حتى أصبح أحد أدوات نشر وتعميم التنمية المستدامة.

- أصبح الإعلام البيئي مصدر أساسي للحصول على المعلومة اللازمة للدفاع عن قضايا البيئة، وبخاصة القضايا المتداخلة مع الحريات العامة وحقوق الإنسان، ذلك أن العيش في بيئة خالية من الملوثات بأنواعها والحفاظ عليها للأجيال اللاحقة هو من أبسط حقوق الإنسان، وما يستتبع من مشورة ومشاركة للمجتمعات المحلية في اتخاذ القرارات المناسبة ومتابعة التنفيذ الجيد لها.

- الرسالة الإعلامية البيئية سيف ذو حدين، إذ قد تأتي بمرود عكسي أو تتحرف عن مسارها في حال غياب الإعلامي المتخصص في مجال البيئة، وغياب التوجه العام للمصالح العليا في قضايا البيئة والتنمية المستدامة المعاصرة على المستوى العالمي.

- إن الاهتمام بالوعي البيئي مهم في حياة المجتمعات المتقدمة والنامية، إلا أن الحاجة لهذا الوعي لدى المجتمعات النامية تكون أشد، لأن هناك علاقة قوية بين الوعي البيئي والتنمية الشاملة التي تسعى المجتمعات النامية إلى تحقيقها، وتنعكس آثار الوعي البيئي على صحة الإنسان الذي يمثل القوى البشرية

التي تعتمد عليها التنمية الشاملة في تحققها، وكذلك الحفاظ على الموارد الطبيعية وترشيد استهلاكها والتي تؤثر بنحو مباشر على عملية التنمية.

الدراسة الثانية: وهي دراسة بعنوان "الإعلام البيئي والشؤون البيئية في الصحافة السورية - دراسة تحليلية لصفح (البعث - الثورة - تشرين)"²، والذي قام بها "الرافعي محمد خليل" سنة 2008.

وتتمحور إشكالية هذه الدراسة على حجم القضايا البيئية المنشورة في الصحف السورية ومدى اهتمامها بالبيئة وكيفية تناولها لها. وجاءت هذه الدراسة وصفية، اعتمدت على منهج المسح وتحليل المضمون والمنهج المقارن، وجمعت البيانات فيها بواسطة استمارة تحليل صممت لهذا الغرض.

وخلصت نتائج هذه الدراسة إلى أن النسب الأعلى من الصحف تحتل فيها أخبار البيئة أكثر من نصف الموضوعات المنشورة. كما أن الصحف السورية أكثر اهتماماً بنشر أخبار البيئة ونشر قضايا بيئية إلى حد ما. وقد أهملت هذه الصحف مصادر المعلومات البيئية، وهذه المصادر تتمثل في بنوك المعلومات التي تعد إحدى الميزات الرئيسية لكتابة القصص العلمية. أما القصص البيئية فكان هناك تقديم متوازن مركز يعرض نقاط وجهات النظر المتعارضة. علاوة على ذلك استعملت الصحف المدرسة مصطلحات مختلفة في تقديم أدلة وشواهد، وكانت قليلة من حيث إشعار القراء بأهمية القضايا البيئية المنشورة وفي تقديم المعلومات العامة حول البيئة.

الدراسة الثالثة: وهي دراسة أجريت من قبل الباحث "بيلينغ Baileig" هدفت إلى التعرف على "دور وسائل الإعلام كمصادر أساسية في حصول الأفراد على معلومات عن البيئة والكشف عن العلاقة بين متوسط عمر الفرد وبين المستوى المعرفي بالبيئة ومشكلاتها"³، وذلك خلال سنة 2010.

وقام باستطلاع مجموعتين منفصلتين من مدينتي (ماريسون وديسكنسن)، وتمثلت العينة الأولى في 63 فرداً يتم استطلاع آرائهم قبل 22 أبريل والموافق للاحتفال باليوم العالمي للأرض، أما العينة الثانية فكان قوامها 106 فرداً تم استطلاع آرائهم بعد الاحتفال بيوم الأرض مع مراعاة المستويات العمرية. وأهم النتائج المتوصل إليها، وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى الوعي البيئي (المستوى المعرفي بالبيئة) وبين متوسط عمر الفرد، وجاءت الفروق لصالح الأعمار المتوسطة والصغيرة بمعنى الطفل تكون له مقدرة أكبر في استيعاب المعلومات عن البيئة من غيره، وتقل هذه القدرة كلما تقدم به العمر.

6- تحديد المفاهيم

1.6- تعريف الإعلام لغة واصطلاحاً:

- **الإعلام لغة:** من الفعل أعلم وعلم بالشيء أي شعر به، ويقال أستعلم لي خبر فلان وأعلمه وعلم الأمر وتعلمه أي أتقنه ويقال علمت الشيء بمعنى عرفته وخبرته⁴.

- **الإعلام من الناحية الاصطلاحية:** على أنه "نشر الحقائق والأخبار والأفكار والآراء بين الجماهير

بوسائل الإعلام المختلفة، كالصحافة والإذاعة والسينما والمحاضرات والندوات والمؤتمرات والمعارض وغيرها بغية التوعية والإقناع وكسب التأييد".⁵

كما يعرف الإعلام على أنه "اتصال علني ومنظم يوجه عبر وسائل الاتصال الجماهيرية إلى جمهور عريض".⁶

2.6- تعريف البيئة لغة واصطلاحاً:

- **البيئة لغة:** يعود الأصل اللغوي لكلمة البيئة في اللغة العربية إلى الجذر (بؤأ) الذي أخذ منه الفعل الماضي (باء) قال ابن منظور في معجمه لسان العرب: باء إلى الشيء أي رجع إليه، وذكر المرجع نفسه معنيين قريبين من بعضهما البعض لكلمة (تبؤأ) الأول إصلاح المكان وتهيئته للمبيت فيه، والثاني بمعنى النزول والإقامة.

وبناء على ذلك يتضح أن البيئة هي: الحلول والنزول في المكان، ويمكن أن تطلق مجازاً على المكان الذي يتخذه الإنسان مستقراً لحلوله ونزوله.⁷

- **البيئة اصطلاحاً:** يشير مصطلح البيئة حسب مؤتمر "ستوكهولم" في جوان 1972 بأنها "كل ما يتعلق بنمط حياة الإنسان في الوسط الطبيعي والصناعي".⁸

- **التعريف الإجرائي للبيئة:** البيئة هي الوسط الذي يعيش فيه الإنسان والذي يؤثر فيه ويتأثر به، سواء طبيعياً ومناخياً ومادياً ومعنوياً.

3.6- تعريف الإعلام البيئي:

هو تعبير مركب من مفهومين هما الإعلام والبيئة، والإعلام البيئي هو الترجمة الموضوعية الصادقة للأخبار والحقائق البيئية، وتزويد الناس بها بشكل يساعدهم على تكوين رأي صائب فيما يتعلق بقضايا البيئة.⁹

- **تعريف الإعلام البيئي:** "بأنه نقل معلومات ذات طابع بيئي من وكالات أو منظمات غير حكومية من أجل إثراء معارف الجمهور والتأثير على آرائه وأفكاره وسلوكياته تجاه البيئة".¹⁰

ويعتبر الإعلام البيئي أحد المكونات الأساسية في الحفاظ على البيئة، حيث يتوقف على إيجاد الوعي البيئي واكتساب المعرفة اللازمين لتغيير الإتجاهات، والنوايا نحو القضايا البيئية على نقل المعلومات وعلى إستعداد الجمهور نفسه ليكون أداة في التوعية لنشر القيم الجديدة أو الدعوة للتخلي عن سلوكيات قائمة.¹¹

4.6- مفهوم الثقافة:

لقد اختلفت وتعددت تعاريف مفهوم الثقافة بين الباحثين باختلاف اهتماماتهم وتخصصاتهم، بحيث تميل أغلبها إلى الحقل الأنثروبولوجي، مصورة الثقافة على أنها ذلك الشق المغلف أو الجامد الذي يضم مجموعة من الأفراد ذوي سلوكيات وتصورات متجانسة، ومن بين التعاريف القديمة والأكثر ذيوفاً لحد تعريف "إ. تايلور Taylor" والذي يرى أن الثقافة هي "ذلك الكل المركب الذي يشمل المعرفة

والمعتقدات والفنون والأخلاق والقانون والعرف وغيرها من الإمكانيات والعادات التي يكتسبها الفرد كعضو في المجتمع¹².

5.6- مفهوم الثقافة البيئية:

يعبر مفهوم الثقافة البيئية عن اكتساب الفرد للمكونات المعرفية والانفعالية، والسلوكية من خلال تفاعله المستمر مع بيئته، والتي تسهم في تشكيل سلوك جيد يجعل الفرد قادرا على التفاعل بصورة سليمة مع بيئته، ويكون قادرا على نقل هذا السلوك للآخرين من حوله¹³.

7- ماهية الإعلام البيئي:

1.7- وظائف الإعلام البيئي:

تتمثل وظائف الإعلام البيئي في ما يلي:

- **مراقبة البيئة:** وتعني تجميع وتخزين المعلومات المتعلقة بالبيئة سواء في خارج المجتمع أو داخله، وهي تقوم بوظيفة الإخبار، أي أن تكون الأخبار في متناول جميع الأفراد، وبهذه الطريقة يتمكن المجتمع من التكيف مع الظروف المتغيرة.

- **الترابط:** يتحقق باختيار وتقييم وتفسير الأحداث عن طريق وسائل الإعلام مع التركيز على ما هو أكثر أهمية وتوحيد السلوك كرد فعل لهذه الأحداث.

- **نقل التراث الاجتماعي:** حيث أن وسائل الإعلام كالصحافة والتلفزيون ومختلف أشكال الاتصال الجماهيري، توفر الأطر المرجعية اللازمة لأي مجتمع، وذلك من خلال نقل القيم والعادات والتقاليد وأنماط السلوك من جيل إلى آخر.

ويلعب الإعلام الجماهيري دورا بارزا في التبصير بقضايا البيئة باعتباره قناة إتصالية إيجابية للتعرف على وجهات النظر المختلفة بين المسؤولين عن البيئة والجماهير بصورة سهلة وميسرة، يتم عن طريقها الإقناع والدفع بهم للمشاركة الفعالة في الحفاظ على البيئة، فالإهتمام الإعلامي بقضايا البيئة لم يتسع ويتنامى إلا بعد اكتشاف الآثار السلبية المدمرة للبيئة، والناجمة عن التطبيقات المعاصرة للتكنولوجيا المتقدمة، مما يستلزم وسائل الإعلام تسليط الضوء على مشكلات البيئة وخلق الوعي بقضاياها¹⁴.

ومن هنا تبرز أهمية الإعلام البيئي ودوره الفاعل في نشر الثقافة البيئية والارتقاء بالوعي البيئي عبر وسائله المختلفة التقليدية، وكذا الحديثة خاصة تلك التي أفرزتها تكنولوجيا الإعلام والاتصال، والتي راحت منذ ظهورها تستقطب جماهير واسعة، وتقدم خدمات ومزايا لم يكن ليوفرها الإعلام التقليدي، حتى باتت تستخدم لغايات وأهداف تتجاوز مجرد الاستخدام العادي إلى أغراض أكثر وعيا ونضجا¹⁵.

2.7- وظائف الإعلام البيئي:

للإعلام البيئي وظائف متعددة والتي تظهر في ما يلي:

- **الإعلام:** تعتبر وظيفة الإعلام من أهم وظائف الإعلام البيئي، إذ يصعب القيام بالوظائف الأخرى في غيابها كما أنها محور الإرتكاز ونقطة الانطلاق للوظائف الأخرى، والإعلام يعني تزويد الجمهور

بالأخبار والمعلومات البيئية للوقوف على كل ما يدور حولهم محليا وإقليميا وكذا عالميا، ف قضية البيئة ذات أبعاد مختلفة حيث أن عددا من مشكلاتها يمس العالم بأسره¹⁶.

- **التفسير والتحليل:** وتعد هذه الوظيفة مكملة للوظيفة الأولى، فالأخبار والمعلومات والبيانات التي تبثها وسائل الإعلام عن شؤون البيئة وقضاياها تحتاج إلى تفسير أسبابها وآثارها، وتوضيح أبعادها وتداعياتها وتبيان تفاصيلها ونتائجها، والإعلام العصري صار إعلام معلومات وتحليل، وليس إعلام مواظ وافترسات عبثية وفي موضوع البيئة تحديدا تم تجاوز مرحلة إقناع الناس بأهمية الحفاظ على البيئة إلى مرحلة تحديد الأساليب الناجعة لتحقيق هذا الهدف الذي بات مقبولا، وهذا يعني معالجة موضوع البيئة إعلاميا كقضية وليس كمجرد أخبار.

- **إحداث الدوافع وتعزيزها:** وتعني حث الاختيارات الشخصية والتطلعات، ودعم الأنشطة الخاصة بالأفراد والجماعات بهدف التركيز الكلي على تحقيق الأهداف المرجوة، وهذا الأمر مهم جدا أثناء تناول القضايا البيئية، إذ يسهم في تعزيز الوعي المجتمعي العام بهذا المجال الحيوي الذي أصبح شأنا عالميا.

- **التثقيف والتعليم:** يؤدي الإعلام البيئي دورا مهما في التعليم غير النظامي والتثقيف المستمر، إذ يعلم جميع الفئات حتى التي إنتهت علاقاتها بالتعليم النظامي، ويكون بمنزلة مورد دائم لكل ما هو جديد في المجال البيئي ويدفعهم للبحث والإطلاع لزيادة حصيلتهم العلمية والمعرفية، وإكتساب المزيد من المهارات الحياتية اللازمة، كما يعزز الإعلام البيئي المعاني والمفاهيم والأحكام والمعتقدات والتصورات الفكرية لدى الفرد عن البيئة ومشكلاتها.

- **التنشئة الاجتماعية:** وتعني هذه الوظيفة توفير رصيد مشترك من المعارف والمهارات المرتبطة بالبيئة بما يمكن الناس من العمل بفعالية في المجتمعات التي يعيشون فيها، وهذا يضمن مشاركتهم في الحياة العامة إلى جانب تنسيق الجهود على المستويات المحلية والإقليمية وكذا الدولية للحد من تدهور البيئة وإتلاف مواردها، ويسهم في وضع الحلول المناسبة لمشكلاتها.

- **الإقناع:** ويعد الإقناع جهدا إتصاليا إعلاميا مخططا ومدروسا ومستمر للتأثير في الآخرين، وتعديل سلوكهم ومعتقداتهم وقيمهم وميولهم من خلال الاستخدام المركز لوسائل الإعلام، وذلك لدفع الجمهور إلى إتخاذ مواقف إيجابية وفعالة إتجاه قضايا البيئة وصون مواردها والحد من تدهورها.

- **الحوار والنقاش:** أي تعزيز عملية تبادل الآراء و الأفكار بين المعنيين والمهتمين بالحقائق للوصول إلى اتفاق حولها وتوضيح مختلف وجهات النظر حول القضايا المهمة للجمهور الراغب في معرفة تلك القضايا، بصورة مبسطة لاتخاذ مواقف حيالها.

- **الإرشاد والتوجيه:** وترمي هذه الوظيفة إلى إحداث التوجيه والإرشاد المطلوبين لتعزيز الوعي البيئي لدى الجمهور من خلال توضيح السبل المثلى للتعامل مع المسائل البيئية، وأساليب الوقاية والعلاج وتبسيط الضوء على الأحداث والمشكلات للحدث والتوقعات للأحداث اللاحقة، لمساعدة الأفراد والجماعات على فهم ما يجري حولهم وتعزيز مشاركتهم البناءة تجاهها.

- **التكامل:** يتطلع الإعلام إلى تحقيق التكامل والتنسيق الكلي بين المجتمعات والأمم فيما يتعلق بالتنوع اللغوي وحاجات النفاهم والتعرف إلى تطلعات الآخرين وثقافتهم، وهذا ما يسهم في معالجة القضايا البيئية التي تتسم بأبعاد إقليمية وعالمية وتتخطى الحدود المحلية.

- **التسويق والإعلان:** يعد الإعلان من أهم الوسائل التي تلج إليها الجهات المعنية بحماية البيئة والإعلان عما تقوم به من أنشطة عدة، ودعوة الجمهور إلى التفاعل معها، وتسويق حملاتها الإعلامية ذات المضامين الداعية إلى صون موارد البيئة والحد من إنتهاكها.

3.7- أهداف الإعلام البيئي:

وتتلخص أهداف الإعلام البيئي في:

- 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 والإجراءات 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 وإقليميا وعالميا وبالتالي تحفيز الأفراد إلى التغيير نحو الأفضل عن طريق خلق طموحات مشروعة وممكنة، مع إيجاد ودعم والإتجاهات والقيم المناسبة، وإذكاء 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 والملاحظ أن أهداف الإعلام البيئي في جوهرها أهداف نبيلة إذا ما تم تنفيذها على أرض الواقع بغية المساهمة الفعلية في الحفاظ على البيئة¹⁷.

4.7- مقومات الإعلام البيئي:

لكي يتحقق التأثير الأمثل لوسائل الإعلام المختلفة وكذا أجهزة العلاقات العامة على مستوى الشركات والمنظمات الخاصة والعامة ينبغي أن يكون هناك تنسيق كامل بين هذه الوسائل والهيئات

لتجنب الجهود المتضاربة أو المتناقضة والتركيز على الأولويات التي تمثل أهم القضايا البيئية العاجلة التي تحتاج تكاتف جميع الجهود لمواجهتها بشكل حازم وفعال، وهذا يتطلب تخطيطاً علمياً يقوم على المبادئ والمقومات التالية:¹⁸

- زيادة قدرة هذه الوسائل والأجهزة على التأثير والإقناع بأنماط سلوكية جديدة وتغيير أنماط سلوكية سائدة، وهو أمر يتطلب استخدام مداخل إقناعية في إطار خطط علمية متكاملة تستفيد من نظريات الاتصال والتأثير.

- توفير الإمكانيات المادية والفنية اللازمة لتبني الأنماط السلوكية الجديدة وتغيير الأنماط السلوكية الضارة بالبيئة.

- تقديم النماذج الرائدة والقوة الطيبة من جانب القيادات المسؤولة في التصدي لعمليات الإفساد البيئي وتأييد ودعم الجهود المبذولة للتغلب على كافة مظاهر التخلف المؤدية إلى الإضرار بالبيئة.

- تطبيق القوانين الخاصة بحماية البيئة وسن ما تتطلبه من قوانين جديدة أو تشديد العقوبات، كل هذا بهدف توفير قاعدة قانونية، فعالة تحقق الإنضباط البيئي في الحالات التي لا تكفي فيها الجهود الإقناعية لتحقيق هذا الهدف.

- ضرورة مشاركة التنظيمات السياسية القائمة (الأحزاب) في كافة الجهود المبذولة لحماية البيئة، ومساندة الأجهزة الرسمية في هذا المجال.

- تشجيع قيام الجمعيات النوعية على المستوى المركزي للدولة وعلى المستوى المحلي أيضاً وكل الجمعيات التي تستهدف المساهمة في حل المشكلات التي تواجه المجتمع.

- الاهتمام بالتربية البيئية في المدارس والجامعات وبين كل الشرائح الاجتماعية، وهو دور تستطيع أن تشارك فيه الأجهزة التعليمية والثقافية الجماهيرية، ومراكز الإعلام الداخلي بالإضافة إلى وسائل الاتصال الجماهيرية والتنظيمات السياسية والشبابية والنسائية.

- الاهتمام بالدراسات والبحوث الميدانية التي تتصل بالمشكلات البيئية في الجامعات ومراكز البحث العلمي المتخصصة، بهدف التعرف على حجم هذه المشكلات والخطور الممكنة للتغلب عليها.

8- ماهية الثقافة البيئية:

1.8- خصائص الثقافة البيئية:

تؤكد الثقافة البيئية على ضرورة تحديد مسؤولية الأفراد تجاه المنظومة البيئية من خلال التزود بالمعلومات والمعارف اللازمة، وتطوير المهارات وصلها لمواجهة المشكلات البيئية، وهناك جملة من الخصائص والسمات نذكر منها ما يلي:

- تنشأ الثقافة في مجتمع معين وبظهور هذا جلياً في سلوك أعضاء ذلك المجتمع.¹⁹

- الثقافة قابلة للتناقل، وعملية التناقل تختصر على الإنسان بوصفه الكائن الوحيد الذي يبدو قادراً بدرجة كبيرة على أن ينقل ما اكتسبه من عادات لأقرانه، وتعد اللغة عاملاً أساسياً في هذا المجال ولا تتضمن

عملية التناقل الإجراءات والمعرفة فقط، بل تشمل أيضا تهذيب الدوافع الغريزية خلال السنوات الأولى من عمر الإنسان.²⁰

- الثقافة متغيرة تتغير بتأثير التغييرات البيئية والتكنولوجية، ولكن عملية تغييرها تواجه في كثير من الأحيان لأن الفرد تعود على سلوك معين وعلى قوانين معينة وأنظمة معينة.²¹

- الثقافة لها وظيفة الإشباع دائما وبالضرورة تتبع الحاجات البيولوجية الأساسية والحاجات الثانوية المنبثقة عنها فعناصر الثقافة وسائل مجربة لإشباع الدوافع الإنسانية في تفاعل الإنسان بعالمه الخارجي مع أقرانه.²²

2.8- أهداف الثقافة البيئية:

- يمكن حصر الأهداف الجوهرية للثقافة البيئية في ما يلي:²³
- إن حماية وحفظ الصحة وحياة الإنسان هي التزام وواجب أخلاقي من المفروض أن يؤخذ بعين الاعتبار عند القيام بأي عمل من قبل المجتمع والدولة.
 - إن الحماية والتطوير المستديم للنظام الطبيعي والنباتي والحيواني وكافة الأنظمة الإيكولوجية في تنوعها وجمالها وماهيتها ما هو إلا مساهمة رئيسية من أجل استقرار المنظر الطبيعي العام، وكذلك لحماية التنوع الحيوي الشامل.
 - حماية المصادر الطبيعية كالترية والماء والهواء والمناخ والتي تعتبر كجزء رئيسي من النظام البيئي، وفي الوقت نفسه كأساس للتواجد والمعيشة للإنسان والحيوان والنبات ولمتطلبات الاستثمار المتنوع للمجتمع الإنساني.
 - حماية وحفظ الموارد المعنوية والتراث الحضاري كقيم حضارية وثقافية واقتصادية للفرد والمجتمع.
 - العمل على حفظ وترسيخ وتوسيع فضاءات حرة وذلك لخدمة أجيال مستقبلية، وأيضا بهدف الحفاظ على التنوع البيئي والحيوي والأماكن الطبيعية.
 - استبدال المصادر الحفرية بالمصادر الطاقوية البديلة.
 - إن حماية البيئة الموجهة حسب الأهداف المذكورة أعلاه، هو عمل احتياطي وقائي موجه تقع مسؤوليته بالدرجة الأولى على عاتق الدولة، وذلك بالتعاون الفعال مع كافة الجمعيات المدنية بهدف معالجة النقاط الرئيسية البيئية التالية:
 - إزالة أو معالجة الأضرار البيئية القائمة.
 - تجنب أو التقليل من المشاكل والأخطار البيئية الراهنة.
 - الوقاية الاحتياطية من المشاكل البيئية المستقبلية والتي قد يكون من الممكن تداركها.

9- فعالية الإعلام البيئي في تنمية الثقافة البيئية في المجتمع:

لقد عرفت وسائل الاتصال تطورا تكنولوجيا ضخما حتى أصبحت على درجة عالية من التعقيد والتشابك والتشعب بفضل تكنولوجيا المعلومات، حيث ظهر الاتصال المتعدد الوسائل والأنظمة الرقمية

وبلغت الرسائل والقنوات الإعلامية درجة عالية من التكاثر، كما زادت قدرتها على الانتشار في العالم متجاوزة كل أنواع الحدود والوسائل والرقابة، وقد أدى التزاوج بين وسائل الإعلام والاتصال وتكنولوجيا المعلومات إلى تمكين الفرد من تلقي الأفكار والمعلومات والأخبار والحقائق بلا حدود.

ومن ناحية أخرى تعد وسائل الإعلام والاتصال من الأدوات التي لها تأثيرها المباشر في نجاح تكنولوجيا المعلومات التي تواكب بصفة مستمرة ودائمة الأحداث الهامة والجارية على غرار الكوارث والأزمات، ومتابعة المعلومات المرتبطة بها كما في خدمة الإحاطة الجارية *Awareness Curent Service* وكذا خدمة المعلومات على الخط المباشر *Online* بالإضافة إلى الاتصال والبحث المباشر في الشبكات الأخرى على غرار شبكة الانترنت، وما توفره من كم معلوماتي هائل في شتى المجالات والميادين، ومن هنا يبرز الدور الكبير الذي تلعبه وسائل الإعلام في تغطية الأحداث المختلفة بما فيها الأحداث المتعلقة بالبيئة²⁴، وبالرغم من اعتبار عملية نشر الرسالة البيئية أمرا صعبا كان لابد من مناقشة هذا المستوى انطلاقا من تعدد وخصوصية الوسيلة الإعلامية، ثم الانتقال إلى المستوى الثاني، والذي يركز على نشر الوعي، وتغطية وسائل الإعلام للكوارث والأزمات البيئية. وبالتالي فإن التوعية البيئية وما تساهم به في نشر الثقافة البيئية تظهر نجاعة وسائل الإعلام الجماهيرية التي أثبتت فعاليتها وقدرتها الكبيرة على التأثير في الجماهير انطلاقا من مضامينها ورسائلها المتعددة وإن تباينت تأثيراتها من مجتمع إلى آخر، إلا أنه لا يمكن الاستغناء عنها، إذ تقوم بوظائف متعددة داخل المجتمع.

كما تقوم المؤسسات الإعلامية بدور لا يستهان به من حيث تنمية الثقافة البيئية داخل أي مجتمع، لأن عملها يتلخص في التوعية وتوصيل المعلومة البيئية لدى الجماهير، حيث تظهر فعالية هذه المؤسسة عندما يكون هناك استعداد من الأفراد لاستيعاب هذه المعلومات، ولهذا يمكن أن تستفيد جميع المؤسسات الاجتماعية الأخرى من خدمات وسائل الإعلام من خلال تلك القضايا التي تطرحها فيما يخص البيئة، من خلال تواصل وتفاعل الفرد مع البرامج المقدمة من أجل الحفاظ على المحيط والبيئة معا، سواء كان هذا على مستوى وسائل الإعلام المرئية (التلفزيون)، أو المسموعة (الإذاعة)، أو المكتوبة (الجرائد والمجلات) والتي تساهم في الكشف عن الأخطار والكوارث البيئية التي يتسبب فيها الفرد الاجتماعي بتصرفاته وسلوكاته غير المسؤولة، برمي مخلفاته بطريقة عشوائية في كل مكان وفي أي زمان، والتي يمكن أن تتسبب في إحداث كوارث إيكولوجية بيئية.

ويظهر أن هناك تفاوت بين الوسائل الإعلامية المذكورة في نشر الثقافة البيئية، وذلك من حيث القدرة على التأثير والفعالية، "حيث أوضحت استطلاعات الرأي التي أجريت في هذا الصدد علما أن التلفزيون يتقدم سائر وسائل الإعلام كمصدر رئيسي للمعلومات البيئية بالنسبة للجمهور العام في الريف والحضر، بينما شغلت الصحافة المرتبة الثانية للنخب المثقفة والقيادات والخبراء في استقاء المعلومات ومتابعة القضايا البيئية"²⁵، والمجتمع الجزائري الحديث يملك العديد من الفضاءات الإعلامية التي تسمح له من تمرير الرسالة البيئية، لذا فقط لا بد من تسليط الضوء أكثر على موضوع البيئة، لأن وسائل

الإعلام تساهم بشكل أو آخر في "تشكيل القيم والاتجاهات المرتبطة بمستوى الوعي بقضايا البيئة، فهو يعد من بين الوسائط الاجتماعية المؤثرة في عملية التنشئة الاجتماعية داخل الأسرة... حيث يتأثر أفرادها بشكل مباشر بما تبثه وسائل الإعلام من قضايا تشكل وجدان الفرد وتتحدد اتجاهاته ومن ثم سلوكياته وتعاملاته مع تلك القضايا سلباً أو إيجاباً".²⁶

كما تعتبر وسائل الإعلام أداة أساسية في زيادة الوعي العام بالعديد من قضايا البيئة إلى جانب الأسرة والمدرسة، غير أن دورها اقتصر بوجه عام على رد الفعل أكثر من كونه فعل ابتكاري، فالتغطية الإعلامية تركز على الأحداث المثيرة التي تتصل بالكوارث الفعلية أو كوارث محتملة الوقوع، مما يجعلها في أحيان كثيرة تقدم معلومات حول مخاطر ما تكون غير كافية وغير مؤثرة، خاصة أنها تنتهي بمجرد انتهاء الحدث أو الخطر. إن ربط الثقافة البيئية لمجال وسائل الإعلام يذهب تركيزنا أكثر إلى ربط مجال الثقافة بالإعلام، أو ما يعرف بالإعلام الثقافي الذي يمكن أن نحصر أهدافه فيما يلي:

- تنمية نوع الموقف أو الحس النقدي للفرد حول ما تقدمه وسائل الإعلام.
 - جعل الفرد قادر على التعبير على أنفسهم عبر مختلف وسائل الإعلام.
 - الحصول على الميزات والمعارف من خلال ما يقدم من وسائل ومضامين ومعلومات.
 - التفتح على القضايا الراهنة في كل الميادين الفكرية الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والعلمية وهذا أمر يجعل الأفراد على بيئة مما يجري حولهم.
 - التحفيز على اللحاق بركب الحضارة المعاصرة وأخذ منها ما يتناسب مع قيمنا وعقائدنا دون الوقوع في التداعية الفكرية والاقتصادية المدعومة بالتبعية الأيديولوجية والتكنولوجية.
 - مساهمة وسائل الإعلام التقنية في جودة العملية التعليمية من جهة وإعداد المعلمين من جهة.
 - تنظيم المعلومات بالبيانات الدقيقة التي تعين على حسن التخطيط والإشراف والتوجيه والتنسيق والتقييم والمتابعة. ويؤكد الباحثين أن دور الإعلام في حماية البيئة والتربية البيئية يتم بالأساليب التالية²⁷:
 - تنفيذ محاضرات متخصصة وندوات وحلقات بحث لنشر التوعية البيئية.
 - تنفيذ البرامج الإذاعية والتلفزيونية التي تكشف الحقائق للمواطن.
 - تسخير الصحافة للنشر الوعي البيئي عبر مقالات وتحقيقات ورسوم وصور.
 - تشجيع الأفراد على زيارة المتاحف والمعرض وحدائق الحيوانات والمحميات الطبيعية.
 - تشجيع الأفراد على تشكيل النوادي والجمعيات المهنية والهيئات الأهلية.
 - إنجاح برامج التوعية الصحية وبرامج التنظيف التي تنفذها المؤسسات الحكومية.
 - إبراز دور المنظمات الغير الحكومية في التربية البيئية ودور الديانات السماوية في حماية البيئة.
- "ومما لاشك فيه هو مدى إسهام القنوات الفضائية في نشر وتعزيز الوعي البيئي لمشاهديها ومستمعيها وكل متابعيها بدرجة عالية من الاحترافية، وقوة التأثير فيهم لرفع القدرات البيئية لوسائل الإعلام من أجل تغطية المسائل البيئية ذات الأهمية،... من خلال الأنشطة المختلفة أو الوصول إلى مصادر المعلومات

وإصدار الصحف والمجلات والمقالات والأفلام والرسائل الإخبارية والمقابلات²⁸، من أجل إثراء معارف الجمهور والتأثير على أرائه وسلوكاته تجاه البيئة.

1.9- مهام الإعلام البيئي ومكانته في نشر الثقافة البيئية:

للإعلام البيئي مهام ذات فعالية كبيرة تجعل الثقافة البيئية عند أفراد المجتمع سهلة التجسد في الواقع الاجتماعي، ويمكن حصر أهم نقاطه في ما يلي:

- تنمية الثقافة والوعي البيئي من خلال تنمية الوعي العام تجاه القضايا البيئية، مما يساعد على خلق تيار شعبي ضاغط على الحكومات للاهتمام بالمشكلات البيئية.

- شحذ الأفراد لتحريك الجمود في الساحة البيئية، وتحفيز أصحاب القرار من خلال المعلومات البيئية الصحيحة، بغية التصرف بمسؤولية إتجاه البيئة، وتحسين نوعية الحياة دون الإضرار بالموارد، ودون تعريض حياة الأجيال القادمة للخطر.

- الدعوة إلى ضرورة تحسين مستوى المعيشة وحفظ التنوع وخفض إستنزاف الموارد غير المتجددة ومراعاة الحفاظ على القدرة الإستيعابية للأنظمة الإيكولوجية، وتغيير العادات والسلوكات البيئية السيئة.

- مواجهة العبث والاستهتار وتعزيز قدرات الفئات الراغبة في التغيير للأفضل وتمكين المجتمعات من حماية بيئتها.

- العمل على كسب أصدقاء للبيئة والتنمية وتسليط الضوء على الإيجابيات والجهود المبذولة لحماية البيئة.

وعليه يمكن القول أن الإعلام البيئي ليس مجرد أخبار تنشرها الصحف والمجلات ولا صور تبثها محطات التلفزيون، ولا رسائل تنبأها الحملات الإعلامية ومحاضرات توعوية تلقى أمام شرائح المجتمع، بل هو عمل منظم تشارك فيه أكثر من جهة، ويرمي إلى تحقيق أهداف عدة، يصبوا إليها القائمون عليه ويتطلع إليها واضعو خطته المدركون لأهمية الأدوار المنوطة به.

2.9- وسائل الإعلام البيئي ودورها في تفعيل الثقافة البيئية:

تعددت الدراسات التي تناولت دور وسائل الإعلام في نشر الثقافة البيئية والتوعية بقوانين حماية البيئة، وتتفق جل الدراسات التي أجريت على أهمية وسائل الإعلام الجماهيرية ودورها الفاعل في إثارة إنتباه الجماهير لهذه القضايا، إيماناً بأن أي جهود حكومية أو أكاديمية لا يمكن أن تتجح، إن لم يكن هناك رأي مؤيد للجهود الإعلامية، وسنحاول في ما يلي تبيان دور كل واحدة من هذه الوسائل في بلورة ونشر الثقافة والوعي البيئي، وهي كالتالي:

أ- وسائل الإعلام المسموعة والمرئية: وهي التي تعتمد على حاستي السمع والبصر عمدتي الحواس الإدراكية ومنها التلفزيون والأفلام وأشرطة الفيديو ولها فاعلية فريدة في نقل الكوارث والأزمات البيئية، حيث تقدم لجماهيرها من المشاهدين هذه الكوارث في مشاهد متكاملة معتمدة على الصور الحية المقترنة بصوتها الذي يضيف عليها مزيداً من الواقعية ويزيد من قوة تأثيرها، وتعد الوسائل السمعية البصرية

أحسن الأساليب الإعلامية وأكثرها تصديقا ويشير الباحثون والنقاد إلى أن التلفزيون يبلغ ذروة الكفاءة الإعلامية عند تغطية الأحداث الهامة كالكوارث والأزمات حال حدوثها بطريقة فورية تتجاوز بالمشاهدين حدود الزمان والمكان وبالتالي تساعد في بناء الصور الإدراكية والمعرفية وتؤثر في اتجاهات الرأي العام والصفوة وصانعي القرار²⁹.

ب- **الوسائل السمعية:** وأهمها الإذاعة، وهي أكثر الوسائل انتشارا واستخداما للإعلام عن الكوارث والأزمات، وتعتبر أقلها تكلفة، حيث تعتمد على حاسة السمع في توصيل المعلومات والحقائق والأخبار والبيانات الخاصة بالكوارث كما لها الأثر القوي في الإيحاء وتكوين الصور الذهنية، وقد أظهرت التجارب أن المواد السهلة والبسيطة التي يمكن تقديمها بالراديو يسهل تذكرها مما لو قدمت مطبوعة خاصة بين الأفراد الأقل ذكاء أو الأقل تعليما. ومن بين الأساليب الإذاعية التي تساهم في نشر الثقافة والوعي البيئي والتي يمكن أن تنطلق إلى أخبار البيئة في أي موجز إخباري عادي هي:

- الحصص الإذاعية أو جماعات الراديو: التي تقدم للمستمعين في شكل حوار ومناقشات مع المختصين والقائمين على شؤون البيئة، وبمشاركة المواطنين في كل جوانب الموضوع.

- استعمال الأغاني والحصص والتمثيلات الراديوفونية: فهي فعالة في نشر الثقافة البيئية، فالفرد وبطريقة غير مباشرة يتعلم ويتوعى بكل مرونة فهو يتلقى الرسالة بلباقة تامة دون أن نزرغه على تغيير رأيه.

- الإعلانات الراديوفونية المتعلقة بالبيئة: والتي يمكن عرضها على أمواج الإذاعة والغرض منها التأثير في سلوكيات المستمعين إيجابيا وحثهم على المشاركة في رفع الوعي البيئي.

- يمكن نشر الوضع البيئي الفعلي عن طريق تكرار العملية حتى تترسخ الرسالة البيئية في أذهان المستمعين، شرط أن تكون الرسالة بسيطة وواضحة لجميع فئات المجتمع

- وتمثل خدمات الإذاعة ركنا هاما من أركان توعية ونشر الثقافة البيئية في الدول المتقدمة كما تعد الإذاعة أكثر الوسائل نجاعة في معالجة المواضيع البيئية خاصة على المستويات المحلية.

ج- **الصحافة المكتوبة:** لا تزال الصحافة المكتوبة تحتل مكانة هامة بين وسائل الإعلام الأخرى، فالصحيفة وسيلة ميسرة ومريحة في الوقت نفسه، كما أن الفن الصحفي وتنوع ما تحتويه من أخبار وتعليقات و آراء المختصين والعامّة وكذا الرسومات الكاريكاتورية والصور تمنح للصحافة دورا فعالا في التوعية بمختلف مجالاتها³⁰. وتجدر الإشارة إلى دور المجلات العلمية في نشر الوعي البيئي، وتشير عدد من الدراسات التي تناولت دور الإعلام في التوعية البيئية إلى أن الزيادة الكبيرة في المجلات العلمية ذات البعد البيئي والتي ظهرت في الولايات المتحدة الأمريكية كانت انعكاسا لإتجاهات المواطنين ورغباتهم، فقد أصبحت قضية التلوث تشكل إحدى همومهم الأساسية.

د- **الاتصال الشخصي:** إحتفظ الاتصال الشخصي بمكان الصدارة في القدرة على الإقناع والتأثير، ويتميز الاتصال الشخصي بالقدرة على معرفة صدى الرسالة عند المستقبل وتوجيه الاتصال على أساس هذا الصدى، مما يساعد على إحداث التأثير المنشود إذا ما توفرت مهارات الاتصال عند المرسل وتهيأت

ظروف المستقبل لتلقي الرسالة³¹، ولقد أثبتت التجارب أن النوادي الإذاعية لها ميزة خاصة من شأنها تقوية وزيادة الوعي بالمشكلات وحلولها وهذا تحت شعار "استمع وناقش ونفذ"³².

هـ- وسائل الإعلام الجديدة: وهي إحدى إفرزات تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة، والتي تتم بالأساس إنطلاقاً من شبكة الأنترنت وتشمل المواقع الإلكترونية المتخصصة، والمدونات وصفحات الويكي، كما برز في السنوات الأخيرة ما يعرف بالإعلام الاجتماعي أو شبكات التواصل الاجتماعي، والتي صممت لأغراض وأهداف محددة لا تكاد تتجاوز التواصل والدرشة بين المستخدمين، بحيث تقدم خدمات ومزايا تضمن إستمرارية التواصل والواضح أنها باتت تستخدم لأغراض أكثر وعياً ونضجاً نظراً لسهولة استخدامها وإنتشارها الواسع واستقطابها لجماهير واسعة، وتعد القضايا والمشكلات البيئية واحدة من المواضيع المطروحة عبر وسائل الإعلام الاجتماعي وبصفة أساسية موقع الفايسبوك، حيث أصبحت العديد من الجمعيات والمنظمات المحلية وكذا الدولية تنشط عبر الموقع من أجل نشر الوعي والثقافة البيئية من خلال الإحاطة بالمعلومات والأخبار البيئية، والدعوة إلى المساهمة في الحملات التطوعية لحماية البيئة والمحيط إلى جانب إدراج الصور، والفيديوهات والتعليقات من أجل جذب إنتباه المستخدمين وبلورة الوعي البيئي لديهم.

خاتمة:

يصبوا الإعلام البيئي إلى تكوين مجتمع خالي من التلوث والأضرار والمشاكل التي تهدد الكائن البيولوجي والطبيعي، لذا عليه أن يدق ناقوس الخطر لمختلف المؤسسات الاجتماعية من أفراد وجمعيات وحكومات من أجل الحفاظ على البيئة وسلامتها، وحتى تتمكن وسائل الإعلام من بناء وصياغة مضامين بيئية تسهم في بناء الثقافة والوعي البيئي لدى أفراد المجتمع، وجب عليها الاستعانة بالخبراء والمتخصصين في المجال بصفة مستمرة، حتى لا تكون تغطياتها ناقصة، أو أنها تنحصر في بعض المناسبات فقط.

وبما أن البيئة تعد أكثر محاور التنمية المستدامة ارتباطاً بالإعلام، وبالتالي فالإعلام البيئي يعد عنصراً فاعلاً من عناصر الإعلام التنموي بلا منازع، خاصة بعد أن اكتست القضايا البيئية أهمية كبيرة تجاوزت المستويات المحلية والوطنية، ووصل لحد لإعلام المتخصص وهو ذلك النمط من وسائل الإعلام الذي يجعل من أحد الموضوعات الإعلامية اهتماماً رئيسياً له، ويعتبر ظهور الإعلام المتخصص مرحلة متقدمة في تطور وسائل الإعلام جنباً إلى جنب مع تطورات أسبق في البنى الاقتصادية والاجتماعية والثقافية.

وعليه فإن حياة الأفراد في كل المجتمعات مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بالبيئة، فهي المحيط الذي يعيش فيه الإنسان ويؤثر ويتأثر به، كما تعد مصدراً أساسياً يعتمد عليه في تطوير حياته وإنعاش مؤسساته في الجوانب المختلفة الاقتصادية منها والاجتماعية.. لهذا فالعلاقة بين الإنسان والبيئة أصبحت العلاقة محط اهتمام العديد من المجتمعات والمنظمات وكذا المختصين من الباحثين، نظراً لما لحق بالبيئة من دمار

وخراب كان الإنسان المتسبب الرئيسي فيه، من خلال استغلاله اللاعقلاني والعشوائي لمصادر البيئة الطبيعية مما أدى إلى زيادة الضغوط عليها فظهرت مشاكل جمة، شملت التلوث وانحسار المساحات الخضراء والاحتباس الحراري وغيرها من المظاهر السلبية. ومن هنا تأتي ضرورة تنمية الثقافة البيئية لتعديل السلوكيات الخاطئة حيال البيئة وذلك باستخدام كل الوسائل المتاحة، سيما وسائل الإعلام بأشكالها المتعددة التقليدية منها والحديثة، للمساهمة في نشر الوعي البيئي انطلاقاً من قدرته الفائقة على حشد الجماهير من مختلف الفئات والشرائح، وكذا تنوع أشكاله ومضامينه.

وحتى نتمكن فعلاً من الوصول إلى إعلام بيئي هادف يجسد ثقافة بيئية ملموسة في المجتمع لا بد من محاولة تحقيق أو تفعيل التوصيات التالية:

1- التنسيق بين مختلفة المؤسسات الاجتماعية من قطاع عام وجامعات ومراكز بحثية... الخ لإيجاد خطة إعلامية بيئية لدى هذه المؤسسات.

2- توعية أصحاب القرار في المؤسسات الإعلامية بأهمية الإعلام البيئي وتغطية القضايا البيئية في التنمية وتشجيعهم على إتخاذ قرارات تعطي الإعلام البيئي دوراً أكبر.

3- الوصول إلى الحد الأدنى من التخصص الإعلامي البيئي عن طريق خلق قاعدة من الإعلاميين المدربين بيئياً حيث تمنح لهم الحوافز المعنوية والمادية وتتاح لهم فرص الإبداع في هذا المجال.

4- تفعيل وتسهيل وصول الإعلامي إلى المعلومة البيئية عن طريق السماح له بالحصول على المعلومات والتقارير والأخبار البيئية بسهولة، وتدريبه على كيفية استخراج هذه المعلومة من بين كم هائل من المعلومات الأخرى.

5- تعظيم دور المشاركة الشعبية في الإعلام البيئي والنزول إلى الشارع لأخذ رأي أفراد المجتمع والتخلص من عقلية الإعلام الموجه والتلقيني.

6- المضي قدماً في إجراءات خصخصة وسائل الإعلام والتقليل من السيطرة الحكومية على الإعلام المحلي وربط ذلك مع التوعية البيئية للمسؤول الإعلامي.

7- إنتاج برامج تلفزيونية بيئية أسبوعية خاصة وبرامج إذاعية بيئية أسبوعية وإعداد صفحات بيئية يومية في الصحف المحلية وإصدار مجلات وصحف بيئية أسبوعية وشهرية وإنشاء مواقع إلكترونية خاصة بالخدمات الإعلامية البيئية.

7- التركيز في الإعلام البيئي على الربط بين قضايا البيئة والهموم اليومية للمواطنين والدمج بين البيئة والقطاعات الاقتصادية المختلفة.

- 8- مناشدة الدول بسن القوانين والتشريعات الداخلية المتمسمة بالصرامة في ملاحقة ملوثي البيئة وعدم التراخي في توقيع العقوبات عليهم، وملء الفراغ التشريعي في بعض المراسيم التشريعية.
- 9- توجيه الإعلام ووسائله الفعالة إلى نشر الوعي البيئي، وتكثيف برامج الدعاية للمحافظة عليها، وإطلاع الأفراد على مخاطر التلوث، وكذلك زيادة النشرات و البحوث والدوريات المتخصصة والتي تحمل طابع التوجيه والإرشاد للتعامل مع البيئة.
- 10- ضرورة دمج التربية البيئية في مراحل التعليم كافة، وتوسيع نطاق التربية البيئية بطريقة يمكنها من مقابلة إحتياجات التنمية البشرية.

الهوامش:

- 1- مهرة نسيمة، الإعلام البيئي ودوره في المحافظة على البيئة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية والإدارية، فرع: قانون البيئة، جامعة الجزائر، 01 كلية الحقوق والعلوم السياسية، السنة الجامعية 2012/2013.
- 2- الرفاعي محمد خليل، الإعلام البيئي الشؤون البيئية في الصحافة السورية: دراسة تحليلية لصحف البعث، الثورة، تشرين، مجلة جامعة دمشق، المجلد 27، العدد الثالث والرابع، قسم الإعلام، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة دمشق، 2011.
- 3- Baileig.G.A, The public. The media knowledge gap. Journal of environmental education. V 2n4,P P: 3-8.
- 4- ابن منظور، لسان العرب، دار طارد، بيروت، ط 4، المجلد الأول، 2005، ص 264.
- 5- أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات الإعلام، دار الكتاب اللبناني، بيروت، ط 2، 1994، ص 84.
- 6- فضيل دليو، الاتصال: مفاهيمه، نظرياته ووسائله، دار الفجر، القاهرة، ط 1، 2003، ص 21.
- 7- عدنان أبو مصلح، معجم علم الاجتماع، دار أسامة، عمان، ط 1، 2006، ص 117.
- 8- فضيل دليو، المرجع السابق، ص 116.
- 9- إبراهيم عبد الواحد عارف، "الإعلام البيئي وأهمية إيجاد الوعي بمشكلات البيئة"، مجلة اتحاد إذاعة وتلفزيون الخليج، العدد 72، جانفي 2008، ص 29.
- 10-Gillian Martin Mehars, Manuel de planification de communication Environnemental pour la région Méditerranéenne, Suisse, Editeur suisse, 1992, p 01.
- 11- ياسين بوزراع، دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين، رسالة ماجستير، قسم علم الاجتماع، جامعة منتوري- قسنطينة، الجزائر، 2010، ص 17.
- 12- Beneton. P, la sociologie des entreprises, paris, Ed Seuil, 1999, p 113.
- 13- حسن محمد محي الدين السعدي، دراسات في العلوم الإنسانية وقضايا البيئة، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2008، ص 240.
- 14- Valérie Lacroix, Evaluation des politiques environnementales Françaises sur quarante ans, Mémoire de Master en droit de l'environnement non publie, université de Bruxelles Belgique, 2008, P P: 15 -18 .
- 15- مرزوق عبد الحكم العادلي، الإعلانات الصحفية (دراسة في الاستخدامات والإشباعات)، دار الفجر، القاهرة، ط 1، 2004، ص 101.
- 16- ياسين بوزراع، مرجع سابق، ص 152.
- 17- ياسين بوزراع ، نفس المرجع، ص- ص: 150-151.
- 18- علي عوجة، الإعلام وقضايا التنمية، عالم الكتب، القاهرة، ط 1، 2004، ص ص: 130-132.
- 19- عبد الرحمان عبد الدائم، النسق الثقافي في الكناية، مذكرة ماجستير في اللغة والأدب العربي، تخصص اللغة والأدب العربي، جامعة تيزي وزو، 2011، الجزائر، ص 11.
- 20 -محمد أحمد بيومي، علم الاجتماع الثقافي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2006 ، ص124.
- 21 - محمود سلمان العميان، السلوك التنظيمي في منظمات الأعمال، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن،

- ط 1 ، 2002 ، 310 ص .
- 22 - محمد أحمد بيومي، مرجع سبق ذكره، ص 127.
- 23- يوسف بيزيد، الثقافة البيئية المهام والأبعاد، الثقافة البيئية الوعي الغائب، ، رابطة الفكر والإبداع بولاية الوادي، الجزائر 2008، ص 118.
- 24- محمد معوض إبراهيم، تكنولوجيا الإعلام: تطبيق على الإعلام في بعض الدول، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2008، ص 38.
- 25- عفيفي السيد عبد الفتاح، بحوث في علم الاجتماع المعاصر، دار الفكر العربي، مصر، 1996، ص 217.
- 26- عبد الرحمن العيسوي، سيكولوجية التلوث، دار الراتب الجامعية، بيروت، بدون سنة، ص: 117-118.
- 27- محمد عربي بشير، أيمن سليمان مزاهرة، التربية البيئية، دار المناهج، عمان، 2004، ص ص: 62-63.
- 28- محمد عربي بشير، نفس المرجع، ص 197.
- 29- محمد معوض إبراهيم، المرجع السابق، ص 37.
- 30- علي الباز، الإعلام والإعلام الأمني، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، ط1، 2001، ص 16.
- 31- رضوان سلامن، الإعلام والبيئية، رسالة ماجستير، قسم الإعلام والاتصال كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر، 2006، ص 148.
- 32- سمير محمد حسن، الإعلام والاتصال بال جماهير والرأي العام، عالم الكتب، القاهرة، ط3، 1996، ص 233.