

الإعلام و دوره في حماية البيئة

د. الشارف محمد الشارف

قسم الجغرافيا_ كلية التربية قصر بن عشير_جامعة طرابلس

Abstract

The media is one of the most prominent contemporary methods and means, which in turn contributes effectively in showing the most important pressures that man exert on the environment and its components, as well as in increasing the knowledge of the spread of accidents and natural disasters to which they are exposed. The interested in this aspect, whether from the media side or from the environmental sciences side, affirm that the media is of great importance in keeping pace with and knowing a lot of what the environment and its components are exposed to.

Therefore, this paper, shed lights on the importance of the various media and the extent of which they are optimally employed to contribute in addressing issues and problems related to the environment within a clear and transparent framework for specialized bodies and institutions concerned with environmental affairs far from private goals and away from personal purposes in the shadow of documented media platforms that select information from their sources in a scientific way, from the politicization, undermining and obscuring of correct information regarding the protection of the environment and its components.

Consequently , this paper concluded that the need to enhance the role of the media in protecting the environment through the dissemination of laws, legislation and international charters related to the protection of the environment, as well as using appropriate professional art supported by sound, live image, expressive graphics, and accurate statistics in order to spread environmental awareness among citizens, as well as focus on conducting seminars and scientific conferences and hosting specialists in the field of environmental sciences to increase the culture of environmental protection.

ملخص البحث

يعتبر الإعلام من أبرز الطرق والوسائل المعاصرة الذي يساهم في بدوره بشكل فعال في إظهار أهم الضغوطات التي يمارسها الإنسان علي البيئة ومكوناتها وكذلك في زيادة معرفة انتشار الحوادث والكوارث الطبيعية التي تتعرض لها؛ إذ يؤكد المهتمون في هذا الجانب سوا من الجانب الإعلامي أو من جانب العلوم البيئة بأن للإعلام أهمية بالغة في مواكبة ومعرفة الكثير مما تتعرض إليه البيئة ومكوناتها.

لذا سيتم تسليط الضوء في هذه الورقة على أهمية وسائل الإعلام المختلفة ومدى توظيفها التوظيف الأمثل لتساهم في معالجة القضايا والمشاكل المتعلقة بالبيئة في إطار واضح وشفاف لهيئات ومؤسسات متخصصة تُعنى بالشأن البيئي بعيدة عن الأهداف الخاصة وبعيدا عن الأغراض الشخصية في ظل منابر إعلامية موثقة تنتقي المعلومات من مصادرها بأسلوب علمي بعيد عما تتعرض إليه من تسييس وتقويض وتعتميم للمعلومات الصحيحة فيما يتعلق بحماية البيئة ومكوناتها.

لذلك فقد خلصت هذه الورقة إلى ضرورة تعزيز دور الإعلام في حماية البيئة من خلال نشر القوانين والتشريعات والمواثيق الدولية المتعلقة بحماية البيئة وكذلك باستخدام الفن المهني المناسب المدعوم بالصوت والصورة الحية، والرسومات المعبرة، والإحصائيات الدقيقة بغية نشر الوعي البيئي بين المواطنين، وكذلك التركيز على إجراء الندوات والمؤتمرات العلمية واستضافة المتخصصين في مجال علوم البيئة لزيادة ثقافة الحماية البيئية.

المقدمة :-

بظهور الضغوط الاجتماعية والاقتصادية والسياسية على البيئة ومكوناتها وعناصرها وانتشار الكوارث وحوادث التلوث البيئي، وحاجة المجتمعات إلى الأخبار البيئية وشغف الإطلاع ومعرفة تأثيرات الكوارث وحوادث التلوث البيئي الآتية عليهم، وحب استشراف المستقبل فيما يتعلق بتأثيراته على البيئة البشرية، والبيئة الطبيعية، والتغيرات المناخية في العالم بسبب التلوث، وتأثيرات ذلك على الاقتصاد والحالة الاجتماعية... الخ، ظهر مصطلح الإعلام البيئي وأخذ هذا المصطلح بالتطور المتواتر في التعريف والمفهوم والاستخدام منذ سبعينيات القرن الماضي، فبعد ما كان نقل الخبر البيئي لغرض الإثارة الصحفية من أجل المزيد من المبيعات، و أصبح له سياسات وخطط ووظائف لتحقيق أهداف مختلفة .

للإعلام مكانة مهمة في المجتمع لما له من دور فعال في تشكيل وتفعيل مظاهر الحياة المختلفة، وربط قنوات الاتصال بين الأفراد والشعوب والأمم، ومعالجة القضايا المتعلقة بالإنسان، سيما منها المتعلقة بحياته وصحته، ولعل السمة البارزة التي تميزت بها المجتمعات المعاصرة، الصناعية منها على الخصوص، هي تفاقم مشكلات البيئة نتيجة لتزايد أنشطة الإنسان الصناعية وطموحاته الاقتصادية، مع إهمال وسوء استخدام مقومات البيئة، مما أحدث خللاً في التوازن البيئي وكبد العالم خسائر فادحة، وعرض شعوبه لمخاطر صحية عديدة، الشيء الذي مكن الإعلام من أن يلعب دوراً مهماً في حمايتها من خلال تنمية الوعي بقضايا البيئة، وتعميق شعور المواطن بواجباته ومسئوليته تجاهها، ونشر مفاهيم التنمية المستدامة، وتقديم معلومات وحقائق وآراء حول البيئة ومشكلاتها .

وتأتي أهمية الإعلام البيئي، كونه عنصراً أساسياً في حماية البيئة وإيجاد الوعي البيئي في المجتمع، وهو أداة إذا حسن استثمارها كان لها المردود الإيجابي للوعي البيئي، ونشر الإدراك السليم للقضايا البيئية .

ويرتبط الإعلام بالبيئة ارتباطاً وثيقاً، ولذلك فالمسؤولية تحتم على الإعلام حماية البيئة وضمان سلامتها، وإعطاء قضايا البيئة الأهمية القصوى؛ إذ كلما أسهمت أجهزة الإعلام في تأصيل دورها البيئي في المجتمع، كان حصاد ذلك مزيداً من الحيطة والحذر والوعي الاجتماعي .

سنحاول من خلال دراستنا هذه التطرق إلى الإعلام البيئي ودوره في حماية البيئة من خلال الحديث عن مفهوم الإعلام البيئي وأهدافه، وكذا مقومات نجاحه، إضافة إلى الحديث عن دوره في حماية البيئة والمحافظة على سلامة المحيط .

المبحث الأول :- مفهوم الإعلام البيئي :-

قبل أن نقدم تعريفًا للإعلام البيئي، نشير إلى مفهوم الإعلام الذي يعني : " كافة أوجه الأنشطة الاتصالية التي تستهدف تزويد الناس بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عن القضايا والمواضيع والمشكلات ومجريات الأمور بموضوعية وبدون تحريف، بما يؤدي إلى إيجاد أكبر درجة ممكنة من المعرفة والوعي والإدراك والإحاطة الشاملة لدى فئات الجمهور المتلقي للمادة الإعلامية، بكافة الحقائق والمعلومات الموضوعية الصحيحة، بما يساهم في تنوير الرأي العام وتكوين الرأي الصائب لدى الجمهور... (رشوان، 1993، ص 246)

المطلب الأول :- تعريف الإعلام البيئي :-

يعد الإعلام البيئي تخصصًا حديثًا في مجال الإعلام، بدأ ينمو في مطلع السبعينات، وهو يعبر عن 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 أو الحيز الذي يعيش فيه الإنسان وبقية الكائنات الأخرى .

ويعرف الإعلام البيئي :-

بأنه أداة تعمل على توضيح المفاهيم البيئية من خلال إحاطة الجمهور المتلقي والمستهدف بالرسالة الإعلامية البيئية بكافة الحقائق والمعلومات الموضوعية، بما يساهم في تأصيل تنمية البيئة المستدامة، وتنوير المستهدفين برأي سديد في الموضوعات والمشكلات البيئية المثارة والمطروحة (عبد العزيز، 2003، ص18)

ويعرف أيضًا :-

ما يتناوله الكاتب من مواضيع تخص البيئة وما يتعلق بها من اعتبارات متعلقة بالمقال، من مواضيع مختصة جديدة تتطلب متابعة للمعلومات الصحيحة ، ومعرفة للمصادر والأحداث والتعبير والاطلاع على تركيب وعمل المنظمات والبرامج البيئية عالميًا وإقليميًا ومحليًا، والاطلاع على المعاهدات البيئية ومتابعة تطوراتها وتقاريرها، لتحليل التطورات ومقارنة آراء الناس والجمعيات الأهلية والمؤسسات الرسمية والهيئات الدولية... (خنفر، 2011، ص27) .

وعرف أيضًا، بأنه توظيف وسائل الإعلام توظيفًا منهجيًا من قبل أشخاص مؤهلين بيئيًا وإعلاميًا للتوعية بقضايا البيئة، وخلق رأي عام متفاعل إيجابيًا مع تلك القضايا... (بدران، 2008، ص 15) .

من خلال التعاريف السابقة، يمكن القول أن الإعلام البيئي هو :-

1- وسيلة لإيصال الحقائق والمعلومات البيئية الموثوقة إلى الجمهور، وأيضًا كوسيلة ينقل من خلالها الجمهور آراءه إلى المسؤولين ويتحاور معهم .

2- أداة حوار مفتوحة ومشاركة في اتخاذ القرار .

3- وسيلة لإبلاغ الجمهور عن السياسات الحكومية وشرح المخططات والتدابير المتعلقة بالبيئة لإعطاء الناس حقهم الطبيعي في حرية الوصول إلى المعلومات وتأمين شفافية العمل الرسمي .

4- أداة لإحداث تغيير في سلوك الناس وتعاملهم مع البيئة، إما في إطار تصرفات شخصية طوعية، وإما في إطار تأمين الدعم لسياسات وتشريعات بيئية رسمية .

5- وسيلة للعلاقات العامة؛ إذ أن السياسة البيئية الحكومية لا يمكن أن تنجح من دون إقامة شبكة من العلاقات بين المسؤولين عن السياسة البيئية من جهة، والهيئات الأهلية والصناعية والتجار والمهنيين والتربويين والمستهلكين وجميع الفئات الشعبية والرسمية من جهة أخرى .

المطلب الثاني :- أهداف الإعلام البيئي :-

إن هدف الإعلام البيئي هو تنمية القدرات البيئية وحماتها بما يتحقق معه تكيف وظيفي سليم اجتماعيًا وحيويًا للمواطنين، ينتج عنه ترشيد السلوك البيئي في تعامل الإنسان مع محيطه وتحضيره للمشاركة بمشروعات حماية البيئة والمحافظة على الموارد البيئية... (مصطفى، 2012، ص15) .

وأهمية تعاظم الإعلام البيئي، هو دوره في الإنذار المبكر ورصد أي خلل بيئي يحدث، وتحريكه للرأي العام ، وزيادة الوعي البيئي عند السكان، وإسهامه في إصدار التشريعات الإيجابية التي تخص البيئة... (المرجع نفسه، 2012، ص27) .

وتأتي أهمية الإعلام البيئي للجمهور، من كونه عنصرًا أساسيًا في إيجاد الوعي ونشر مفهوم التنمية المستدامة، وتحقيق أهداف التربية البيئية بين المواطنين على اختلاف أعمارهم ودرجات ثقافتهم وأماكن وجودهم... (عجوة، 2008، ص123)، وتنمية الحس البيئي ونشر الثقافة حول الكوارث والوعي بها، وبناء قدرات التكيف لدى الإنسان لمواجهة عقالانية .

ويهدف الإعلام البيئي أساسًا إلى تشكيل الوعي البيئي بصورة إيجابية مما يؤدي إلى دفع المواطنين إلى تغيير سلوكياتهم السلبية والضارة بالبيئة، والمشاركة الإيجابية الفاعلة في حل المشكلات البيئية .

ويمكن إجمال أهداف الإعلام البيئي وفقًا لما حدده مؤتمر تبليس عام 1977م ، فيما يلي :-

1- تيسير المعرفة البيئية وكشف الحقائق المتصلة بالمشكلات البيئية وخطورتها، ومد المواطنين بكل المعلومات التي تساهم في المحافظة على سلامة المحيط البيئي الذي يعيشون فيه .

2- تكوين المواقف والقيم (البعد المهاري) :- والمقصود بها مساعدة الأفراد والجماعات على اكتساب مجموعة من مشاعر الاهتمام بالبيئة ، وكذا اكتساب المهارات المختلفة لتحديد مشكلاتها وكيفية حلها ، وجعل الأفراد والجماعات على معرفة بوسائل حماية البيئة... (صالح، 2003، ص 50 ، 51) .

وتستطيع وسائل الإعلام أن توجد أنماطاً جديدة من الاتجاهات الإيجابية ، لما لها من دور محوري في تنمية المواقف والقيم المختلفة، إضافة إلى إعداد جمهور يتقبل تغيير مواقفه التقليدية، وسلوكياته المضرّة بالبيئة، والتأثير فيه من أجل تحسينها.

3- المشاركة (البعد الانفعالي) :- وهي إتاحة الفرصة للأفراد والجماعات، وتحفيزهم للمشاركة الفاعلة في كافة المستويات على ضرورة رعاية البيئة وحلّ مشاكلها... (نفس المرجع السابق ، ص 51).

وفي هذا الصدد ينبغي على وسائل الإعلام أن توجد قنوات للحوار الاجتماعي بين المواطنين للوصول إلى القرار المشترك حول البيئة، وإيصال آرائهم وأفكارهم ومقترحاتهم، ونقل مشكلات بيئتهم إلى الجهات البحثية والتنفيذية ومتخذي القرار.

4 - تعميق مفهوم الأمن البيئي على اعتبار أن أمن البيئة هو أمن المواطن.

5- تعزيز الوعي والاهتمام بترباط الجوانب الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والايكولوجية في المناطق الحضرية والريفية.

6 - إتاحة الفرص لكل فرد لاكتساب المعرفة والقيم وروح الالتزام والمهارات الفردية لحماية البيئة وتحسينها.

7- دفع الجمهور إلى الانخراط في عملية التخطيط واتخاذ القرار بشأن القضايا البيئية، وتؤدي مشاركة الجمهور في الحوار البيئي إلى تعميق الوعي للحفاظ على الموارد الطبيعية (شمندي، 2014، ص42).

8- خلق أنماط جديدة من السلوك تجاه البيئة لدى الأفراد والجماعات... (علي ، 1987، ص 124).

وقد أتاحت وسائل الإعلام دعماً قوياً للعمل البيئي، إذ جلبت بعض الأنشطة البيئية مثل :- (يوم الأرض) و(اليوم العالمي للبيئة) قدراً كبيراً من الاهتمام المركز على المشكلات البيئية المختلفة، التي لم تنل من قبل حظها الكافي من العناية، وقد وفرت مثلاً، الحكومات الاسترالية والهولندية واليونانية مخصصات مالية للتجمعات وللجماهير العامة المهتمة بالمحافظة على الطبيعة وحقوق البيئة... (حمزة ، الطاهر ، 1987 ، ص 11).

المطلب الثالث :- مقومات نجاح الإعلام البيئي :-

لكي يتحقق التأثير الأمثل لوسائل الإعلام، على أجهزة العلاقات العامة على مستوى الشركات والمنظمات الخاصة والعامة، ينبغي أن يكون هناك تنسيق كامل بين هذه الإدارات وتلك الهيئات لتجنب الجهود المتضاربة أو المتناقضة والتركيز على الأولويات التي تمثل أهم القضايا البيئية التي تحتاج إلى تكاتف جميع الجهود لمواجهتها بشكل حازم وفعال، وهذا يتطلب تخطيطاً علمياً يقوم على المبادئ التالية :-

1- زيادة قدرة هذه الوسائل والأجهزة على التأثير والإقناع بأنماط سلوكية جديدة وتغيير أنماط سلوكية سائدة (ضارة بالبيئة).

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

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

4-تطبيق القوانين الخاصة بحماية البيئة، وسن ما تطلبه من قوانين جديدة، أو تشديد العقوبات على المخالفين، كل هذا لتوفير قاعدة قانونية فاعلة تحقق الانضباط البيئي في الحالات التي لا تكفي فيها الجهود الإقناعية لتحقيق هذا الهدف.

5-تشجيع قيام الجمعيات البيئية على المستوى المحلي والوطني.

6-الاهتمام بالتربية البيئية في المدارس والجامعات.

7-الاهتمام بالدراسات والبحوث الميدانية التي تتصل بمشكلات البيئة في الجامعات، ومراكز البحث العلمي المتخصصة، بهدف التعرف على حجم هذه المشكلات والحلول الممكنة للتغلب عليها... (عجوة، مرجع سبق، ص ص، 128، 129).

ويعتبر الإعلام البيئي أحد أهم أجنحة التوعية البيئية، وهو أداة إذا حسن استثمارها كان لها المردود الايجابي للرقي بالوعي البيئي، ونشر الإدراك السليم بالقضايا البيئية، ويعمل الإعلام البيئي في تيسير فهم وإدراك المتلقي لقضايا البيئة المعاصرة وبناء قناعات تجاه البيئة وقضاياها... (العوضي، 2003، ص 5).

ولتعزيز دور الإعلام البيئي في التوعية البيئية لا بد من ضرورة إيجاد إعلام بيئي متخصص يستند إلى العلم والمعرفة والمعلومات، من خلال إيجاد المحرر الإعلامي المتخصص تخصصاً دقيقاً في مجال البيئة، وكذا العمل على تخصيص صفحة واحدة على الأقل تختص بمواضيع البيئة في كافة الصحف، إلى جانب الدقة في اختيار الوسيلة الإعلامية المناسبة بناء على القضايا البيئية وأهميتها وسمات الجمهور المستهدف لتحقيق التأثير المطلوب.

المبحث الثاني : - الإعلام والقضايا البيئية :-

عرف الاهتمام الإعلامي بقضايا البيئة تزايداً واهتماماً كبيرين، وتبلورت اتجاهات جديدة لدى قطاعات واسعة من الجماهير بهذا الشأن، هذا بعد ما كانت المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة منذ عدة عقود من الزمن مقتصرة على بعض الجوانب فقط، كمشاكل المياه والأرض والتصحر، والسكان...، وتبقى القضايا الكبرى كالاحتباس الحراري، وثقب الأوزون، وتغير المناخ وغيرها... نادراً ما تجسد اهتمام وسائل الإعلام.

إلا أن الاهتمام الإعلامي بقضايا البيئة عرف تزايداً كبيراً منذ انعقاد مؤتمر ستوكهولم (Stockholm) عام 1972 وبروز المنظمات غير الحكومية الوطنية منها والدولية، ما دفع ذلك إلى تطور أساليب الإعلام في معالجة بعض القضايا البيئية الكبرى، فتكونت الأندية والجمعيات والأحزاب، وخصصت فضائيات إعلامية واسعة لتناول شؤون البيئة، حتى صارت البيئة من يوميات الصحافة وبرامج الإذاعة والتلفزيون، وصارت أيضاً من اهتمامات الجمهور.

وعن أهم القضايا البيئية التي تعالجها وسائل الإعلام، أعد مختصون في الإعلام بالولايات المتحدة دراسة حول القضايا البيئية الأكثر تناولاً في وسائل الإعلام، تؤكد أن هذه الأخيرة عادة ما تساهم في معالجة القضايا البيئية التالية :-

- 1- الكوارث الإيكولوجية الناجمة عن الأخطاء والقصور العلمي للإنسان أو أخطاء في التشغيل والحماية، كانفجار مصنع كيماوي أو تسرب إشعاعي أو حادث بحري لناقلات النفط... إلخ، وما تسفر عنه هذه الحوادث من تدمير للبيئة وأخطار تهدد الإنسان ومحيطه الطبيعي.
- 2- التلوث جراء المخلفات التي تفرزها المنشآت الصناعية، أو تسرب المياه الملوثة من مراكز إنتاج الطاقة أو من قنوات الصرف الصحي وأنواع أخرى من التلوث.
- 3- القوانين الجبرية والإجراءات التي تقوم بها السلطات التشريعية أو التنفيذية في مجال حماية البيئة والحد من درجة التلوث، وما يتبعه من قوانين وغرامات مالية ومتابعات قضائية ضد المتسببين في التلوث.
- 4- الأمراض والمخاطر الصحية والإصابات التي تلحق بالإنسان جراء تلوث الهواء أو الماء أو التربة أو المواد الاستهلاكية.
- 5- حركات الدفاع المدنية عن الطبيعة والمحيط وحقوق الإنسان البيئية، التي عادة ما تنشطها الجمعيات الأهلية والمنظمات غير الحكومية ذات الطابع البيئي مثل مؤسسات حقوق الإنسان والحيوان والكشافة والمرشدات وجمعيات حماية البيئة.
- 6- الدراسات العلمية ونتائج البحوث الميدانية حول البيئة والمحيط، وعلاقة ذلك بالسلطة السياسية ومدى استجابتها وتفاعلها مع تطبيق نتائج هذه الأبحاث وتنفيذها على أرض الواقع.
- 7- المساعي السياسية لحماية مصادر البيئة الطبيعية ومواردها من الاستنزاف والإهدار وتأثيراته على البيئة والإنسان والاقتصاد ودور ذلك في تحقيق التنمية المستدامة بكافة مؤشرات الاقتصادية والاجتماعية والبيئية.
- 8- الآثار الإيجابية والسلبية للأنشطة الاقتصادية المختلفة للمنشآت الصناعية والزراعية على البيئة الطبيعية والصحة العامة (Schulte, et, 2002, PP.239).

وكثيراً ما تعالج وسائل الإعلام بالدول المتقدمة هذه القضايا بشكل معمق وتحليل دقيق بحضور المسؤولين والمختصين والفئات الاجتماعية وممثلي الجمعيات والمنظمات، وغيرهم ممن لهم اهتمام بحماية البيئة. هذا لأن إعلامها يتميز بقدر كاف من حرية التعبير والرأي، ما يجعل الإعلام البيئي في هذه الدول ناجحاً نسبياً، عكس الدول النامية فقد تقتصر المعالجة الإعلامية لحدث بيئي في إطار إخباري بسيط لا يصل إلى مرحلة فرض حلول بيئية على المخالفين ومتابعة تنفيذها.

المطلب الأول: - أساليب المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة :-

تستند المعالجة الصحفية لقضايا البيئة إلى عدد من الأساليب التي تسهم في تحقيق أهدافها، والوصول إلى الشرائح المستهدفة، نورد بعضها فيما يلي :-

- 1- معالجة قضية أو مشكلة بيئية باستخدام الفن الخبري المناسب ليكون أكثر التصاقاً بها، وقرباً من مضمونها.
- 2- استخدام الرسوم التوضيحية والأشكال البيانية المستندة إلى مصادر موثوقة، لزيادة فهم المادة المنشورة وإدراك أبعادها.

- 3- استخدام اللمسات الجمالية في فن الإخراج الصحفي، لتظهر المادة بصورة جذابة ومشوقة.
- 4- تقديم المعلومات والحقائق بصورة مبسطة خالية من التعقيد، والتقليل من استخدام المصطلحات العلمية الغامضة والمبهمة، واللجوء إلى استخدام لغة سهلة لضمان مشاركة الجمهور في مناقشة قضايا البيئية.
- 5- التقليل من أسلوب التشاؤم في معالجة قضايا البيئة، لأنها قد تصيب الجمهور بحالة من الرعب والهلع، وقد تؤدي إلى حدوث رد فعل غير مرغوب، والعمل على تقديم بعض الرسائل المتسمة بروح التفاؤل والتشجيع والتحفيز. (عبد المجيد، 1999، ص 64).
- 6- التأكيد على الجوانب المحلية للمشكلات البيئية لكي يشعر الجمهور أن المشكلة التي يتم مناقشتها هي مشكلتهم فعلاً، وأنها موضع اهتمامهم، مع العناية ببلورة المطلوب عمله من قبل الجمهور بصورة محددة للتغلب على إحساس المواطن بأن معرفته لا جدوى منها، والتركيز في مخاطبتهم على الجوانب النفسية.
- 7- الربط بين الحدث البيئي الذي يحدث في مكان ما من العالم وخطورته على الصعيد المحلي والإقليمي، كي يتم تنبيه القارئ بأهمية السلوك الصديق للبيئة في مجتمعه تجنباً لأخطار قد تصيبه مثل ما أصابت غيره.
- 8- تعزيز المادة الخيرية التي تغطي حدثاً بيئياً ما بمواد أخرى تحلل الحدث وتفسر أبعاده وتستشرف تطوراتهِ وتداعياته... (المرجع نفسه، ص 65).

المطلب الثاني :- النتائج المترتبة عن المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة :-

- هناك نتائج ملموسة متخصصة عن أي جهد إعلامي مبدول في مجال الإعلام البيئي، ومن أبرز هذه النتائج ما يلي.
- 1- زيادة عدد المدركين لأبعاد ومشكلات البيئة على الصعيد المحلي والإقليمي والدولي، وخروج الرسالة الإعلامية البيئية عن نطاق النخبة العلمية إلى النطاق الجماهيري الواسع.
- 2- ظهور أفكار جديدة وبرامج متنوعة خاصة بمشكلات البيئة، وطرق معالجتها في مخططات الحكومات المختلفة، وبداية تكوين رأي عام وطني ودولي مساندة لعلاج هذه المشكلات.
- 3- ظهور جهود ومساعي دولية من أجل حماية البيئة والحفاظ عليها، وقد بدأ ذلك واضحاً من خلال المؤتمرات الدولية المنعقدة، وسلسلة الاتفاقيات الدولية المبرمة متعددة الأطراف.
- 4- اتساع نطاق الاهتمام بالثقافة البيئية، فقد بدأت تظهر تخصصات أكاديمية في مجال الثقافة البيئية في العديد من جامعات العالم... (أبو عامود، 1992، ص 149).
- 5- ظهور مؤسسات إعلامية متخصصة في الإعلام البيئي في الدول المتقدمة، وخاصة في الدول الإسكندنافية.

وبالرغم من هذه النتائج الإيجابية، إلا أنّ بعض الدراسات التي أجريت في مجال تأثير الإعلام البيئي أوضحت أن الاهتمام الإعلامي بقضايا البيئة لا يزال يعاني نقصاً، وبالخصوص في الإذاعة والتلفزيون في حين أنّهما أكثر وسائل الإعلام انتشاراً وتأثيراً مقارنة بالصحافة أو بالوسائل الإعلامية الأخرى، واقتصار تناول الإعلام لقضايا البيئة من خلال الصحافة يعني أن الرسالة البيئية تصل إلى المتلقين الذين يجيدون على الأقل القراءة والكتابة، وهو ما يستدعي ضرورة إعداد برامج إعلامية بيئية وتوسيع نطاقها من أجل إيجاد وعي بيئي يتناسب وأهمية البيئة للإنسان... (سلامن، 2005، ص 103).

المبحث الثالث : - دور الإعلام في نشر الوعي البيئي :-

تحظى وسائل الإعلام في المجتمعات المعاصرة بدور مهم في توجيه الرأي العام نحو القضايا ذات الاهتمام البيئي، وقد كان للتطور التكنولوجي الكبير الذي شهدته هذه الوسائل بتعدد أشكالها وصورها انعكاسه الإيجابي على تضاعف قدراتها وفعاليتها في تعبئة الرأي العام وتوحيد مواقفه حيال العديد من القضايا الإنسانية المشتركة، وعلى مختلف الأصعدة المحلية والوطنية والدولية، حيث أصبح إقناع الرأي العام بأي قضية من قضايا الشأن العام خلال العقود والسنوات الأخيرة متوقفاً وبدرجة كبيرة على ما تقدمه وسائل الإعلام من آراء ومعلومات تساعده على الاقتناع بها... (السروي، 2009، ص 276).

ومن هنا كان بروز دور وسائل الإعلام - بمختلف أشكالها ووسائلها - الحديثة، ليس مجرد وسائل لنقل المعلومة والخبر المجرد، بل كضرورة أساسية في بناء رأي عام مدرك وواعي بمختلف القضايا والمسائل ذات الاهتمام الإنساني المشترك محلياً ودولياً، وذلك من خلال دورها المحوري في نقل وإيصال وتداول كل أشكال المعرفة الإنسانية، وتنوير الأفراد والمجتمعات بجميع المعلومات والتفاصيل المتعلقة بالقضايا ذات الاهتمام البيئي، سواء من حيث دوافعها ومسبباتها أو تأثيراتها وأبعادها على الحياة العامة، مما يجعل الفرد بشكل خاص والمجتمع عموماً على بينة من أمره في فهم حقيقتها وتحديد موقفه ورأيه تجاهها... (المرجع نفسه، ص 239).

ولأنّ القضايا والمشكلات البيئية تصدرت أجندة الاهتمامات الدولية والإقليمية والقومية، وللحد من النتائج والآثار السلبية المتوقعة لهذه المشكلات، فقد اتفقت غالبية المؤتمرات على ضرورة توعية الشعوب بها، لذا أُلقيت مسؤولية التوعية والتبصير بالقضايا البيئية على كاهل الإعلام باعتباره أداة الاتصال الجماهيري الفعال.

وتعني كلمة الدور: "التبعت والمسؤولية والمهام الملقاة على عاتق وسائل الإعلام في تحقيق وظيفة التوعية البيئية"... (الشايح، 2003، ص 10).

أما كلمة التوعية فتعني: "نشر الحقائق والمعارف البيئية بين أفراد المجتمع لتحسين سلوكهم وأسلوب حياتهم تجاه البيئة"... (المرجع نفسه، ص 79)، عن طريق برامج أو نشاطات توجه للناس عامة أو لشريحة معينة بهدف توضيح وتعريف مفهوم بيئي معين، أو مشكلة بيئية ما وخلق اهتمام وشعور بالمسؤولية، وبالتالي تغير اتجاههم ونظرتهم، وإشراكهم في إيجاد الحلول المناسبة للمشكلات البيئية.

ويقصد بالوعي البيئي: "مساعدة الأفراد والجماعات على اكتساب فهم أساسي للبيئة الكلية والمشكلات المرتبطة بها، و يعتبر الوعي البيئي الوسيلة الأكثر فاعلية التي تضع المجتمع أمام مسؤوليته في التعامل مع قضايا البيئة، وتأتي ضرورة تنمية الوعي البيئي عند الفرد من خلال الإعلام عن طريق نشر المعلومات الخاصة بها من منطلق التعريف للمشكلات البيئية والدعوة إلى استخدام مواردها استخداما سليما، فهذه الموارد وذلك الاستخدام إنما يتعرضان لمشكلات هي من صنع الإنسان نفسه، ومادام الأمر كذلك فلا بد من حماية هذه البيئة من الإنسان ذاته، وهذا يتطلب تنمية الوعي البيئي... (منصور، 2004، ص 121، 122).

كما يعتبر الإعلام بأنواعه المختلفة من أهم وأنجح الوسائل في نشر الوعي البيئي، لما له من تأثير عميق في فئات المجتمع على اختلاف بنيتهم الاجتماعية، وتركيبهم الثقافية، وظروفهم الاقتصادية، وعلى اختلاف طبيعة النظام السياسي، فهو بذلك يسمى السلطة الرابعة لما له من قدرة كبيرة في تشكيل الرأي العام وتوجيهه، من أجل الإحساس بالبيئة ومشكلاتها من خلال إكساب الفرد المعارف والقيم والاتجاهات والمهارات التي تجعل الفرد مسؤولا تجاه بيئته، فدوره في عملية التحسس والتوعية البيئية هو من الأهمية بمكان، حيث تساهم في تشكيل الوعي البيئي لدى نطاق واسع من الجمهور، عن طريق تزويده بالمعطيات الصحيحة والمستجدة حول البيئة.

والوعي البيئي : "هو أحد نواتج التربية البيئية الذي يقوم على الإحساس بالبيئة والإدراك بمكوناتها وفهم مشكلاتها بالشكل الذي يؤدي إلى تكوين قيم واتجاهات وسلوك بيئي سليم ". ... (كرايبيديان، 2005، ص 17).

ويمثل الوعي البيئي "كل النشاطات العقلية التي تعمل على زيادة الإدراك والشعور والإحساس بالمشاكل والقضايا البيئية كافة وضرورة معالجتها والقضاء عليها" ... (منشد، 2004، ص 270).

المطلب الأول :- وظائف الإعلام البيئي :-

من أهم الوظائف المنوطة بالإعلام البيئي، يمكن أن نذكر ما يلي :-

أ- **الإعلام :** - تعتبر وظيفة الإعلام محور الارتكاز ونقطة الانطلاق لوظائف وسائل الإعلام المختلفة، وهي من أهم الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام، وتعتبر في مقدمة وظائف الإعلام البيئي، إذ يصعب القيام بالوظائف الأخرى في غيابها.

ب- **التفسير والتحليل :** - تعتبر 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.

ج - **التثقيف والتعليم :-** يعد الإعلام من أهم وسائل التعليم والتثقيف، لما له من قدرة على التأثير في حياة الناس وطرق معيشتهم، عن طريق بث الأفكار والقيم والمفاهيم والمعتقدات التي تساهم في عملية التوعية بقضايا البيئة ومكوناتها، والإسهام في صون مواردها.

د - إحداث الدوافع وتعزيزها :- وتعني حثّ الاختيارات الشخصية والتطلعات، ودعم الأنشطة الخاصة بالأفراد والجماعات بهدف التركيز الكلي على تحقيق الأهداف المرجوة، وهذا الأمر مهم في القضايا المرتبطة بالبيئة ومكوناتها، إذ يسهم في تعزيز الوعي المجتمعي العام بهذا المجال الحيوي الذي أصبح شأنًا عالميًا.

هـ - التنشئة الاجتماعية :- وتتمثل هذه الوظيفة في توفير رصيد مشترك من المعارف والمهارات المرتبطة بالبيئة، بما يمكن الناس من العمل بفاعلية في المجتمعات التي يعيشون فيها، فيتأزرون في حل مشكلاتهم بما يحقق مشاركتهم في الحياة العامة، إضافة إلى التعاون ضمن الأقاليم وصولاً إلى التعاون الدولي لهذه المجتمعات بما يضمن تنسيق الجهود للحد من تدهور البيئة وإتلاف مواردها ويسهم في وضع الحلول المناسبة لمشكلاتها.

و - الإقناع :- يعتبر الإقناع جهداً إعلامياً مخططاً ومدروساً للتأثير في الآخرين وتعديل سلوكهم ومعتقداتهم وقيمتهم وميولهم من خلال الاستخدام المركز لوسائل الإعلام، وذلك لدفع الجمهور إلى اتخاذ مواقف إيجابية وفاعلة تجاه قضايا البيئة وصون مواردها والحد من تدهورها، وعملية الإقناع تحتاج إلى جهود ودراسات من خبراء معينين بمجالات إنسانية عدة للوصول إلى أفضل أساليب الإقناع وأكثرها رسوخاً وتأثيراً.

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

ح - الإعلان :- حيث تلجأ المؤسسات المعنية بالبيئة للإعلان عما تقوم به من أنشطة عدة ودعوة الجمهور إلى التفاعل معها، وتسويق حملاتها الإعلامية ذات المضامين الداعية إلى حماية البيئة... (بدران، 2008، ص 21).

المطلب الثاني :- وسائل الإعلام البيئي ودورها في التوعية البيئية :-

ينصرف مضمون الإعلام البيئي لكل صور وأشكال العمل الإعلامي التي تهدف لتمكين الأفراد والجماعات من الاطلاع على المعلومات والأخبار المتعلقة بقضايا البيئة، بغية توجيه سلوكياتهم ومواقفهم تجاهها، والرفع من مستوى إدراكهم وشعورهم بمسئولياتهم المباشرة في المحافظة على المحيط البيئي والعمل على تنمية وحماية موارده، فالإعلام البيئي هو إعلام معلومات وتحليل وليس إعلام دعاية وافتراضات نظرية، وذلك من خلال تعامله مع موضوع البيئة كقضية إعلامية تتطلب البحث والتدقيق في مختلف تفاصيلها وفتح النقاشات والحوارات العامة بخصوصها، وليس مجرد أخبار يتم تداول نقلها بدون أي تحليل موضوعي وموثق... (مريم، 2014، ص 171).

تلعب وسائل الإعلام البيئي دوراً هاماً في عملية التوعية البيئية، لما تمتاز به من دور فعال في المجتمع، وقدرتها الكبيرة في التأثير على الجماهير خاصة الموظفة للصورة وهذا ما يجعلها تؤدي دوراً مهماً في عملية تعديل السلوك الخاطئة تجاه البيئة، وتشكيل الاتجاهات والمواقف الإيجابية مكانها، ويمكن توضيح هذا الدور من خلال الوسائل التالية:-

1-التلفزيون :-

مما لاشك فيه أن لكل وسيلة إعلامية القدرة على إحداث الأثر في جمهورها من خلال ما تعالجه في أي مجتمع من المجتمعات، ويعد التلفزيون أقوى هذه الوسائل من حيث تأثيرها على المشاهدين على اختلاف أعمارهم ومستوياتهم الاجتماعية والثقافية، لما له من إمكانيات متعددة ومتنوعة، خاصة في المجال الاجتماعي وما يترتب عن ذلك من توعية ووقاية من مختلف الأزمات والظواهر التي تشكل خطورة على المجتمع وأفراده (سلطان، 1986، ص332)، ففي دراسة أجريت "بإنجلترا" وجد أن نسبة 52% من الناس يثقون أكثر في البرامج الإخبارية التلفزيونية، بينما يثق 33% منهم في الصحف والمجلات الأسبوعية... (الجلاد، 2003، ص77).

إن بإمكان التلفزيون من خلال الصورة والصوت والألوان والحركات والتعليق المؤثر الفعال، تناول قضايا البيئة وإيصالها إلى الجمهور المشاهد بشكل جذاب يجعلهم يتعرفون على واقع بيئتهم، مما يؤثر فيهم على نحو يتيح لهم تعديل بعض السلوكيات أو تحسينها أو تثبيتها، ويمكنهم أيضاً من المشاركة في حل المشاكل البيئية.

بعض الأساليب المساعدة لقيام التلفزيون بدوره المنوط في التوعية البيئية :-

- تناول أخبار البيئة في أي موجز أو في أي نشرة من النشرات الإخبارية.
- استخدام التمثيليات الإنسانية أو الاجتماعية لتوجيه الجمهور وتقريبه من واقع البيئة.
- إدراج قضايا البيئة في البرامج الخاصة بالأسرة أو الطفل.
- إجراء مقابلات ميدانية مع القائمين على شؤون البيئة، ونقل انشغالات المواطنين، وعرض نماذج من مظاهر التلوث وأسباب تفاقمه دون إهمال الجانب الجمالي للبيئة.
- الابتعاد عن أسلوب الإثارة والتهويل عند تناول بعض المشكلات البيئية الخطيرة.
- إن نظرة على واقع برامج تلفزيون اليوم يجعلنا نقف أمام حقيقة مفادها أن مواضيع البيئة لا زالت ضعيفة مقارنة بمواضيع أخرى كالسياسة وأخبار الحروب، وأفلام العنف، وأفلام الاجتماعية وغيرها، باستثناء القنوات أو البرامج المختصة بالبيئة.

2-الإذاعة :-

تعرف الإذاعة انتشاراً واسعاً في معظم بقاع العالم فهي تخاطب كل الشرائح الاجتماعية، فضلاً عن أنها تصاحب الفرد ساعات طويلة من الزمن، هذا ما أتاح لها القدرة على الإقناع والتأثير، إذ تستطيع أن تضيف معلومات جديدة، أو توضح الرؤى، وكثيراً ما ترد على استفسارات المستمعين، لذلك يمكننا توجيه الإذاعة واستخدامها في نشر الوعي البيئي.

ويمكننا عرض بعض الأساليب الإذاعية لنشر الوعي البيئي فيما يلي :-

- يمكن التطرق إلى أخبار البيئة في أي موجز إخباري، خاصة وأن الإذاعة لها موجز إخباري في رأس كل ساعة، وهذه الكثافة في الأخبار البيئية ستولد وعي بيئي لدى المستمعين.
- الحصص الإذاعية أو اجتماعات الراديو التي تقدم للمستمعين في شكل حوار ومناقشات مع المختصين والقائمين على شؤون البيئة، وبمشاركة المواطنين في كل جوانب الموضوع.
- استعمال الأغاني والحصص والتمثيلات، فهي فعالة في التوعية البيئية، فالفرد وبطريقة غير مباشرة يتعلم ويعي بكل مرونة، فهو يتلقى الرسالة بلباقة تامة دون أن نرغمه على تغيير رأيه... (بوخبزة، 1997، ص 158).
- الإعلانات المتعلقة بالبيئة والتي يمكن عرضها على موجات الإذاعة، والغرض منها التأثير في سلوكيات المستمعين إيجابياً، وحثهم على المشاركة في الرفع من مستوى الوعي البيئي.
- نشر الوضع البيئي الفعلي عن طريق تكرار العملية حتى ترسخ الرسالة البيئية في أذهان المستمعين، شرط أن تكون الرسالة بسيطة وواضحة لجميع فئات المجتمع.
- لقد أثبتت التجارب أن النوادي الإذاعية لها ميزة خاصة من شأنها تقوية وزيادة الوعي بالمشكلات وحلولها وهذا تحت شعار. استمع وناقش ونفذ... (حسن، 1996، ص 233).

3- الصحافة المكتوبة (الصحافة البيئية) :-

لازالت الصحافة المكتوبة تحتل مكانة مهمة مع وسائل الإعلام الأخرى، فالصحيفة وسيلة ميسرة ومريحة في الوقت نفسه، كما أن الفن الصحفي وتنوع ما تحويه من أخبار وتعليقات وآراء المختصين والعامّة، وشكاوى، واقتراحات، ورسوم كاريكاتورية، وصور. كل ذلك يؤدي إلى أهمية الصحافة بين وسائل الإعلام بالنسبة للرأي العام، هذه المكانة تمنح للصحافة دوراً فاعلاً في التوعية بمختلف مجالاتها... (الباز، 2001، ص 16). وعلى وجه الخصوص التوعية بقضايا ومشكلات البيئة والتلوث على المستوى المحلي والوطني والإقليمي والعالمي.

تعد الصحافة المكتوبة أقدم وسائل الإعلام في التاريخ البشري، يعود إليها الفضل في الحفاظ على تواصل المعارف والعلوم بين الأجيال منذ القرن الخامس عشر، واستطاعت الحفاظ على حضورها في حياة المجتمع بالرغم من التطور المطرد الكمي والكيفي لوسائل الإعلام الإلكترونية في العصر الحديث.

لكن مجال الصحافة البيئية لم يبدأ بالتشكل إلا في الأربعينيات والستينيات من القرن الماضي، وفي أوائل التسعينيات كانت نقطة تحول جوهرية في الصحافة البيئية، فقد ازداد عدد المراسلين المختصين بشؤون البيئة، وأسس مجمع الصحفيين البيئيين لتأمين الدعم للصحفيين، حيث بلغ الاهتمام بالبيئة حد الذروة، وارتفعت الدعوات المنادية بوضع قوانين حماية البيئة... (الرفاعي، 1997، ص 716).

وسعت الصحافة المكتوبة اهتماماتها في معالجة كل القضايا والأحداث، السياسية والاقتصادية والثقافية والاجتماعية وحتى البيئية، وكانت منبرا لكل الفاعلين في مجال البيئة للتعبير عن آرائهم وعرض نشاطاتهم فيما يتعلق بالبيئة، وأصبحت بذلك من المصادر التي تساهم في تنمية الوعي البيئي، وترسيخ أسس التنمية المستدامة، وهذا ملائمتها في معالجة القضايا البيئية التي تتسم بالتعقيد وتحتاج للشرح والتفسير، وظهر ما يسمى بالصحافة البيئية التي تعتبر حلقة وصل بين المواطن والمؤسسات الحكومية المعنية بشؤون البيئة والإدارة المحلية، حيث تكشف التحقيقات الصحفية والأعمدة الصحفية والصور الصحفية، وغيرها من فنون الصحافة البيئية الكثير من السلبيات والمشاكل التي تعاني منها البيئة المحيطة بالإنسان، فتعمل على حلها ومعالجتها بالإضافة إلى قدرتها التأثيرية على المعرفة والاتجاه والسلوك وذلك على النحو التالي :-

- 1- تكوين وعي بيئي لدى الجمهور المتلقي من خلال تزويده بالمعارف والمعلومات والمفاهيم والحقائق المتعلقة بقضايا البيئة ومشكلاتها للتعريف بها وبأسبابها وتأثيرها وكيفية معالجتها.
 - 2- إلقاء الضوء على كافة القوانين المنظمة لمقاومة التلوث البيئي، وكذا تعريف المواطن بحقوقه البيئية، وكذلك الواجبات التي يتحتم عليه القيام بها للحفاظ على سلامة البيئة وصيانة مواردها.
 - 3- تركيز انتباه الجمهور المتلقي على القرارات التي تتخذها الهيئات والجهات المختصة بحماية البيئة من التلوث.
 - 4- التثقيف البيئي حيث تعمل الصحافة البيئية على صقل قدرات ومهارات الارتقاء بخبرات الكوادر العاملة في مجال البيئة، سواء بمؤسسات الحكومة أو مؤسسات المجتمع المدني عن طريق عرض كل ما يستجد على الساحة البيئية من تطورات.
 - 5- تعريف الجمهور بالمخاطر الناجمة عن ملوثات المياه والهواء والتربة.
 - 6- التصدي للأنشطة التي تؤدي إلى هدر الموارد الطبيعية سواء كانت أنشطة بشرية جائرة، أو ما تقوم به المؤسسات الحكومية من أنشطة استثمارية.
- 4-المجلات العلمية :-

تعتبر المجلات العلمية من أهم وسائل الإعلام التي يمكن من خلالها نشر الوعي البيئي فهي تطرح القضايا بعمق وبأسلوب علمي، فمنذ أكثر من مائة عام صدرت مجلة "الجغرافيا الوطنية" بأمريكا والتي يبلغ توزيعها أكثر من 10 ملايين نسخة في جميع أنحاء العالم، كما صدرت العديد من المجلات التي تهتم بنواحي البيئة المختلفة، منها مجلة "البيئة والسلوك" التي صدرت عام 1981 م، 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 كانت انعكاساً لاتجاهات المواطنين ورجباتهم، فقد أصبحت قضية التلوث تشكل إحدى همومهم الأساسية... (الربيعي، 1993، ص 138).

5-الاتصال الشخصي :-

احتفظ 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 توافرت مهارات الاتصال عند المرسل وتهيأت ظروف المستقبل لتلقي الرسالة.

يمكن أن يساهم الاتصال الشخصي في التوعية البيئية على النحو التالي:-

1- الندوات العلمية التي يشارك فيها كبار المختصين وأعضاء الجمعيات البيئية، ومن الضروري أن تمتد هذه الندوات لتشمل الجمعيات الأهلية واللجان الشعبية والمجالس المحلية ... وغيرها.

2- معالجة مشكلات التلوث على مستوى المساجد بشكل مبسط في إطار خطبة الجمعة، والمواعظ الرئيسية باعتبار الدعوة وثيقة الصلة بما تحث عليه الأديان من حرص على الصالح العام.

3- الاتصال داخل المؤسسات التربوية والتعليمية وإدخال مفاهيم البيئية والترشيد والمحافظة على نشر المفاهيم من خلال المحاضرات والندوات العلمية، وإجراء المسابقات الفنية التي تشجع على نشر هذه المفاهيم ... (عجوة، مرجع سابق، ص ص 115، 116).

4. تشكيل فرق عمل لتوعية الناس في الشوارع والمنازل والطرق وتوزيع الملصقات والمطويات وتنظيم الرحلات العلمية للأماكن التي تعاني من التلوث البيئي والتوعية بأخطارها والتحريض على المساهمة في حلها.

الختاتمة :-

تقوم وسائل الإعلام بدور كبير ومهم في عملية رفع الوعي البيئي لدى أفراد المجتمع، وتوعية أصحاب القرار بأهميته على البيئة الطبيعية وإدارة مواردها بتوازن، كما تعمل على معالجة القضايا البيئية ونشر المفاهيم والثقافة البيئية ورفع مستوى الوعي البيئي، وتسليط الأضواء على شتى الأضرار التي تلحق بالبيئة سواء كان ذلك على المستوى الوطني أو المحلي.

والتلوث البيئي بصوره المختلفة وأشكاله المتعددة هو العدو الأول للبيئة، وضعف الوعي البيئي هو آلة دمارها، لذلك فإن جزءاً كبيراً من مسؤولية التوعية البيئية يقع على عاتق وسائل الإعلام، من خلال تقديم النماذج السلوكية الصحيحة التي تساهم في حماية البيئة والمحافظة على سلامتها، وذلك بإدراج البيئة ضمن اهتماماتها وأولوياتها، وتوفير المعلومات العلمية عن حالة البيئة وتقديمها للجمهور بشكل ميسر ومثير للانتباه، والتطرق بالمعالجة العلمية الدقيقة إلى كل جوانب الظاهرة البيئية، وتمكين الجمهور من المشاركة الجادة في تداعيات قضايا البيئة.

إلا أنه وبالرغم من أهمية الإعلام في معالجة القضايا البيئية ودوره المماثل في حماية البيئة إلا أنه أصبح يتعرض لعدة محددات تقف أمام قيامه بدوره الفعال في مجال حماية البيئة ومعالجة قضاياها، وغالباً هذه المحددات تفرض على الإعلام البيئي، أسلوباً

معيناً في معالجة قضايا البيئة وعادة يكون هذا الأسلوب مسيراً من قبل جهة معينة، تفرض عليه تناول قضية ما على حسب سياستها وأهدافها.

المراجع :-

اولا _الكتب:-

- 1- أحمد الجلاد، دراسات بيئية في التنمية والإعلام السياحي المستدامة، عالم الفكر، القاهرة، 2003 .
- 2- برعي حمزة، منى الطاهر، "الإعلام البيئي دراسة ونماذج"، برنامج الأمم المتحدة للبيئة، تونس، 1987.
- 3- جمال الدين السيد علي صالح، الإعلام البيئي بين النظرية والتطبيق، مركز الإسكندرية، مصر، 2003 .
- 4- حسين إمام علي، دور وسائل الإعلام في نشر الوعي البيئي، جامعة الدول العربية، برنامج الأمم المتحدة للبيئة، القاهرة .
- 5- حسين عبد المجيد أحمد رشوان، العلاقات العامة والإعلام من منظور علم الاجتماع، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1993 .
- 7- رمزي منصور، التربية البيئية، مركز علوم صحة البيئة والمهنة، جامعة بيرزيت، (فلسطين) 2004 .
- 8- سمير محمد حسن، الإعلام والاتصال بالجماهير والرأي العام، ط 3 عالم الكتب، القاهرة، 1996 .
- 9- صفاء شمندي، رفع الوعي البيئي لدى المرأة والشباب، <http://www.beatona.net> 13 سبتمبر 2014.
- 10- عايد راضي خنفر، الإعلام البيئي، <http://www.fspi.ahlamontada.net> 27 أكتوبر، 2011 .
- 11- عبد الرحمان العوضي، دور وسائل الإعلام في نشر الوعي البيئي، المنظمة الإقليمية لحماية البيئة البحرية، الكويت، د ت ن .
- 12- عبد العزيز عبد الله أحمد الشايع، الإعلام ودوره في تحقيق الأمن البيئي، (مذكرة ماجستير غير منشورة)، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، سنة 2003 .
- 13- عبد الكريم محمد السروي، الرقابة الشعبية على سلطة رئيس الدولة، " دراسة مقارنة بين النظامين الدستوري المعاصر والإسلامي"، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، 2009 .
- 14- عبد الله بدران، الإعلام البيئي، دار حراء، دمشق، 2008 .
- 15- عبد الله أحمد الشايع عبد العزيز، الإعلام ودوره في تحقيق الأمن البيئي، أكاديمية نايف للعلوم الأمنية، 2003.
- 16- علي الباز، الإعلام والإعلام الأمني، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، 2001 .
- 17- علي عجوة، الإعلام وقضايا التنمية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2008 .
- 18- عماد الدين سلطان، مختصر الدراسات الأمنية، المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب، السعودية، 1986 .
- 19- ليلى عبد المجيد، دور الإعلام في تنمية الوعي البيئي، مجلة النفط والتعاون العربي، منظمة الأقطار العربية المصدرة للبتول (أوبك)، المجلد 25، العدد 91، 1999.
- 20- نبيلة بو خبزة، "الاتصال الاجتماعي الصحي"، الجزائرية للاتصال، 16 / 12 / 1997 .
- 21- هويدا مصطفى، "دور الإعلام في تنمية الوعي البيئي بالتطبيق على قضية التغيرات المناخية"، www.eea.gov/english/.../dr-hoidamostafa.pdf، 30 سبتمبر 2014.

ثانيا_الرسائل العلمية :-

- 1_ بركات مريم، مساهمة المجتمع المدني في حماية البيئة، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، كلية الحقوق والعلوم السياسية، (قسم الحقوق)، جامعة مولود معمري، تيزي وزو (المغرب)، 2014 .
- 2- رضوان سلامن، الإعلام والبيئة دراسة استطلاعية لعينة من الثانويين والجامعيين مدينة عنابة نموذجاً، (رسالة ماجستير غير منشورة)، معهد علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، سنة 2005 .
- 3- سيتا أرام كيورك كراييديان، بناء أداة لقياس الوعي البيئي عند تلميذ الصف السادس الابتدائي، (رسالة ماجستير غير منشورة)، كلية التربية، جامعة البصرة (العراق)، سنة 2005 .
- 4- فيصل منشد، معيار الوعي البيئي لدى طلبة أقسام الجغرافيا في الجامعات العراقية بناء وتطبيق، (رسالة دكتوراه غير منشورة)، كلية التربية، جامعة البصرة (العراق) سنة 2004 .

ثالثا_المجلات :-

- 1-علي الربيعي، "الإعلام وقضايا البيئة"، مجلة البحوث الإعلامية، مصر، 05 / 04 / 1993.
- 2- قيولا فارس البجاوي، التربية البيئية ومقوماتها السلوكية، المجلة العربية للعلوم الإنسانية، (السعودية) العدد 04، سنة 1981 .
- 3- محمد سعد أبو عامود، " دور الإعلام في معالجة قضايا البيئة "، مجلة السياسية الدولية، العدد 110 سنة 1992 .
- 4- محمد خليل الرفاعي، أثر وسائل الإعلام في تكوين الوعي البيئي، مجلة المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، العدد 215، يناير، سنة 1997 .

رابعاً_المراجع الاجنبية :-

- 5- Henry .H. Schulte,et ,Marcel, P. Dufresne, pratique du journalisme , nouveaux horizons, Paris, 2002.