

دور الإعلام البيئي الإلكتروني وتحدياته في تحقيق التنمية المستدامة" واقع ورؤى"
The role and challenges of e-environmental media in achieving
sustainable development "Reality and visions"

تاريخ الإرسال: 2021 / 06 / 16 تاريخ القبول: 2022/06/ 06 تاريخ النشر: 2022/ 06 / 10

إسمهان مريبعي¹ نسيمة مقل²

1 جامعة إبراهيم سلطان شيبوط، الجزائر 3، Email : ismahene.meribai@gmail.com

2 جامعة إبراهيم سلطان شيبوط، الجزائر 3، Email : nassmekbel@yahoo.fr

الملخص:

تناولت هذه الورقة البحثية دور الإعلام البيئي الإلكتروني بمفهومه الحديث، الذي لا يقتصر على سرد المعلومات والتوجهات البيئية للحفاظ على المجال البيئي، بل كممارسة نقدية فعالة وبناءة لأصحاب القرار ودفعهم إلى إدراج البعد البيئي في جميع المخططات التنموية، هذا المفهوم الذي أصبح ثقافة وممارسة يومية في الدول الغربية ما زال فتيًا في الدول العربية، لهذا حاولنا تسليط الضوء على مفهوم الإعلام البيئي الإلكتروني كنوع جديد من أنواع الإعلام المتخصص ودوره في نشر الوعي البيئي وثقافة التنمية المستدامة، وذلك من خلال اتباع منهج وصفي لتحليل واقع الإعلام البيئي الإلكتروني في الدول العربية والجزائر بتصفح بعض المواقع الإلكترونية الناشطة في المجال البيئي. ولقد توصلنا في الأخير أن الإعلام البيئي الإلكتروني يعاني من غياب إستراتيجية إعلامية، حيث ما يزال إعلام مناسبات يبرز عند ظهور المشاكل والأزمات البيئية وخلال المناسبات والاحتفالات الوطنية والدولية. الكلمات المفتاحية: الإعلام البيئي؛ الإعلام البيئي الإلكتروني؛ التنمية المستدامة؛ الوعي البيئي.

المؤلف المرسل: إسمهان مريبعي، Email : ismahene.meribai@gmail.com

Abstract:

This research paper addressed the role of electronic environmental media in its modern sense, which has become not only the narrative of environmental information and guidance to preserve the environmental field, but also as an effective and constructive critical practice for decision makers and their decision-making to include the environmental dimension in all development plans, a concept that has become a daily culture and practice in western countries still young in the Arab countries, so we tried to highlight the concept of electronic environmental media as a new type of specialized media and its role in spreading environmental awareness and culture Sustainable development, through a descriptive approach to analysing the reality of electronic environmental media in the Arab countries and Algeria by browsing some websites active in the field of environmental. In the end, we have concluded that electronic environmental media suffers from the absence of a media strategy, where event information continues to emerge when environmental problems and crises arise and during national and international events and celebrations.

Keywords: Environmental Media; E-Environmental Media; Sustainable Development; Environmental Awareness.

مقدمة:

لقد أحدث الإنسان بدءًا من القرن العشرين ونتيجة للثورة الصناعية المتسارعة، خللا كبيرًا في التوازن الدقيق الذي كان يربط بين عناصر البيئة من ماء وهواء وتربة، فظهرت بسبب ذلك ظواهر جديدة لم يعرفها الإنسان من قبل، هذه الظواهر شملت البيئة بأكملها وأدت إلى تدهور صحتها وقدرتها على العطاء، كما كانت



لها تأثيرات وتداعيات سلبية مباشرة وكبيرة على صحة الإنسان والحيوان والنبات، الأمر الذي أدّى بالمختصين توجيه اهتمامهم لقضايا البيئة وتقديم الحلول الكفيلة للحدّ من تأثيراتها السّلبية، ولذلك عقدت عدة مؤتمرات عالمية لبحث هذا الموضوع، كان من أولها مؤتمر الأمم المتحدة حول البيئة والإنسان الذي انعقد في ستوكهولم في جوان، وتمخض عنه برنامج التربية البيئية الدولي، وتلت ذلك ندوات ولقاءات كثيرة من أهمها المؤتمر الدولي للتربية البيئية سنة 1977، والمؤتمر التاريخي عن البيئة والتنمية الذي عقد في البرازيل سنة 1992، وقد تلتها عدة مؤتمرات حول البيئة فيما بعد.

وقد دعت هذه اللقاءات إلى نشر الوعي البيئي وتنمية العناية بقضايا البيئة عن طريق وسائل الإعلام بمختلف صورها المقروءة والمرئية والمسموعة، فبظهور الضغوطات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية على البيئة ومكوناتها وعناصرها، وانتشار الكوارث وحوادث التلوث البيئي، وحاجة المجتمعات إلى الأخبار البيئية ومعرفة تأثيرات الكوارث وحوادث التلوث البيئي الأنية عليهم، وجب استشراف المستقبل فيما يتعلق بتأثيرات التلوث على البيئة، وتأثيرات ذلك على الاقتصاد والحالة الاجتماعية... إلخ، ظهر مصطلح الإعلام البيئي الذي أخذ يتطور في التعريف والمفهوم والاستخدام، فبعدما كان نقلا للخبر البيئي، أصبح له سياسات وخطط ووظائف لتحقيق أهداف مختلفة.

لقد أضحت الإعلام البيئي أداة تعمل على توضيح المفاهيم البيئية من خلال إحاطة الجمهور المتلقي والمستهدف للرسالة والمادة الإعلامية البيئية بكافة الحقائق والمعلومات بما يساهم في تأصيل التنمية البيئية المستدامة، فالإعلام البيئي هو أحد أدوات نشر وتعميم التنمية المستدامة القائمة على التناغم والترابط بين البيئة وسلامتها والتنمية الاجتماعية والاقتصادية التي لا غنى عنها في كافة البرامج والمشاريع التنموية.

ومن بين المجالات التي بدأت تنمو في العالم الافتراضي مجالات التوعية بالتنمية المستدامة عبر شبكة الإنترنت كثقافة عالمية بحماية كوكب الأرض والموارد للأجيال الحالية والقادمة. إذ بدأ مفهوم الإعلام البيئي الإلكتروني كنوع جديد من أنواع

الإعلام المتخصص يلعب دورا مهما ومؤثرا في الفترة الأخيرة في نشر الوعي البيئي وثقافة التنمية المستدامة، التي أصبحت من بين الرهانات الأساسية للألفية الثالثة، وهذا ما جعلنا نخوض في هذا الموضوع المهم، وذلك بالبحث في الإشكالية التالية ما هو دور الإعلام البيئي الإلكتروني في تحقيق ونشر ثقافة التنمية المستدامة في الوطن العربي؟.

تساؤلات الدراسة:

- 1 - ما هو مفهوم الإعلام البيئي الإلكتروني والتنمية المستدامة؟
- 2 - ما هو الدور الذي يلعبه الإعلام البيئي الإلكتروني في نشر ثقافة التنمية المستدامة؟
- 3 - كيف يعالج الإعلام البيئي الإلكتروني عبر موقع الفيسبوك قضايا البيئة وكيف يساهم في نشر ثقافة التنمية البيئية المستدامة؟
- 4 - ما هي أهمّ التحديات التي يواجهها الإعلام البيئي الإلكتروني في تحقيق التنمية المستدامة؟
- 5 - ما هي أهمّ التوصيات والاقتراحات لتفعيل دور الإعلام البيئي الإلكتروني لتحقيق التنمية المستدامة؟

أهمية الموضوع: تكمن أهمية الدراسة في إبراز دور الإعلام البيئي الإلكتروني كإعلام متخصص في نشر ثقافة التنمية المستدامة، من خلال إجراء دراسة نظرية وتطبيقية لأهمّ الصفحات البيئية التي تنشط عبر موقع الفيسبوك والتي تلعب دورًا مهمًا في نشر الوعي البيئي الذي يهدف للوصول إلى تحقيق المواطنة البيئية الفاعلة.

أهداف البحث: نسعى من خلال هذا البحث تحقيق مجموعة من الأهداف من بينها:

- إبراز ماهية وخصوصيات وأهداف الاعلام البيئي الإلكتروني كمفهوم جديد ومهمّ في مجال الإعلام المتخصص



- تسليط الضوء على العلاقة بين الاعلام البيئي الإلكتروني والتنمية المستدامة.
 - تحليل أهمّ الصفّحات البيئية التي تنشط عبر موقع الفيسبوك في مجال التوعية البيئية المستدامة.
 - توضيح التحديات التي يواجهها الاعلام البيئي الإلكتروني في تبليغ رسالته الاعلامية لتنمية وعي المستخدم وإدراكه لخطورة المشكلات البيئية.
- نوع الدراسة ومنهجها: تندرج دراستنا ضمن الدراسات الوصفية التحليلية التي تهدف إلى وصف وتحليل الرسائل الإتصالية التوعويّة البيئية التي تنشر عبر موقع الفيسبوك، من خلال صفحات الجمعيات الناشطة في مجال الإعلام البيئي الإلكتروني ودورها في تحقيق التنمية المستدامة. فالبحوث الوصفية تهدف إلى وصف الظواهر وجمع الحقائق والمعلومات والملاحظات عنها ووصف الظروف الخاصة بها وتقرير حالاتها كما توجد عليه في الواقع. وفي إطار المنهج الوصفي التحليلي الذي اعتمدنا عليه في الدراسة، فقد استخدمنا أداة الملاحظة العلمية لوصف مضمون الإعلام البيئي الإلكتروني لعينة قصدية متكونة من ثماني صفحات بيئية تنشط في هذا المجال.

2 - الإطار المفاهيمي والنظري للدراسة:

2 - 1 - تعريف الإعلام البيئي وأهدافه :

يعرف الإعلام البيئي على أنه نوع من الإعلام المتخصص، يرمي إلى نشر المعلومات والبيانات الصحيحة عن البيئة والآراء والاتجاهات المتصلة بها، بهدف تبصير الجمهور بكل ما يرتبط بالبيئة المحيطة بهم، وإحداث وعي مناسب حيالها (عابد وأبو السعيد، 2014، صفحة ص33).

كما عرف بأنه الرسالة التي تتخذ أشكالاً ووسائل مختلفة تتناسب مع موضوع الرسالة والشريحة المستهدفة، بهدف إحداث تأثير إيجابي محدد معروف مسبقاً لدى المرسل والمستقبل المستهدف تجاه المشكلات والقضايا البيئية في إطار أهداف ووظائف معينة تتمثل في الإطار التثقيفي والتوعية والتحفيز على المشاركة الإيجابية، لتوفير الحماية للبيئة ومواردها وتقويم السلوك لتحقيق التنمية الشاملة المتواصلة (كنعان، 2014، صفحة 85).

كما يعرف في موضع آخر بأنه هو الإعلام الذي يشمل كل نشاط إنساني يؤثر في البيئة سياسياً واجتماعياً وتنموياً، إضافة إلى استغلال الموارد والتأثير على الصحة العامة، إضافة إلى قضايا البيئة المختلفة كالانفجار السكاني والفقر والهجرة البيئية (القليبي ومذكور، 2000، صفحة 55).

نستنتج من خلال التعاريف السابقة الذكر، أن الإعلام البيئي يهدف إلى تشكيل الوعي البيئي بصورة إيجابية، مما يؤدي إلى دفع المواطنين إلى تغيير سلوكياتهم الضارة بالبيئة والمشاركة بفعالية في حل المشكلات البيئية، والحقيقة أن غرس الوعي البيئي وتعزيزه لدى شرائح المجتمع يجب أن يكون من أولويات كل الجهات المعنية في أي دولة، فهي مسؤولية ذاتية ووطنية، وأي تقصير في هذا المجال حسب الباحثين سيخلق أوضاعاً يصعب التعامل معها والسيطرة عليها وتغييرها في المستقبل، وذلك من أجل ضمان قيام نظام اقتصادي ذي تنمية قادرة للاستمرار، لحماية الاقتصاد المحلي والعالمي من الفوضى التي يمكن أن يحدثها التدهور في أنظمة وموارد البيئة (العوضي، 1996، صفحة 27).

- أهداف الإعلام البيئي:

ومن أهم الأهداف التي يسعى الإعلام البيئي إلى تحقيقها ما يلي:

- 1 - تيسير المعرفة البيئية وكشف الحقائق المتصلة بالمشكلات البيئية وخطورتها، ومد المواطنين بكل المعلومات التي تساهم في المحافظة على سلامة المحيط البيئي.
- 2 - غرس القيم البيئية التي تستهدف صيانة البيئة مما يواجهها من مشكلات، وما يتهدها من أخطار، من خلال التغلغل إلى جذور العلل الحقيقية في أسلوب حياة كل فرد، وزيادة الوعي البيئي (أبوسمرة، 2010، صفحة 40).
- 3 - تكوين اتجاهات إيجابية نحو البيئة، ويمكن تعريف الاتجاه البيئي بأنه الموقف الذي يتخذه الفرد إزاء بيئته، من حيث استشعاره لمشكلاتها أو عدم استشعاره، واستعداده للمساهمة في حل هذه المشكلات، وتطوير ظروف البيئة على نحو أفضل أو عدم استعداده، وكذلك موقفه من استغلال الموارد الطبيعية في هذه البيئة استغلالا راشدا كان أم جائرا (عابد وأبو السعيد، 2014، صفحة 36).
- 4 - طرح القضايا البيئية وتقديمها بصورة مبسطة وشاملة للجمهور، بهدف زيادة وعيهم بأبعاد ومخاطر هذه القضايا وآثارها عليهم كأفراد، وتزويدهم بالمعلومات ذات الصلة بالبيئة، وإعلامهم بكل جديد محليا وعالميا (محمد الجبور ، 2011، صفحة 67).
- 5 - تبني رؤية تستند إلى الإحساس بالمسؤولية المشتركة بين الجمهور والسلطات الرسمية.
- 6 - تصحيح بعض المقولات والتصورات القاصرة على معالجة قضايا البيئة، ومن ذلك النظر لقضايا 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، مما يتيح الفرصة لأجيال الحاضر والمستقبل في حياة أفضل.

2. 2 : الإعلام الإلكتروني والإعلام البيئي الإلكتروني:

- تعريف الإعلام الإلكتروني:

إن الإعلام الإلكتروني هو نوع جديد من الإعلام، يشترك مع الإعلام التقليدي في المفهوم العام، والمبادئ العامة والأهداف، ولكنه يعتمد على وسيلة جديدة من وسائل الإعلام الحديثة، والتي هي الدمج بين كل وسائل الاتصال التقليدية والحديثة بهدف إيصال المضامين المطلوبة، وبأشكال متميزة، ومؤثرة بطريقة أكبر.

" فالإعلام الإلكتروني" هو الخدمات والنماذج الإعلامية الجديدة التي تتيح نشأة وتطوير محتوى وسائل الاتصال الإعلامي، بشكل آلي أو شبه آلي، في العملية الإعلامية، وذلك باستخدام التقنيات الإلكترونية الحديثة، الناتجة عن اندماج تكنولوجيا الاتصالات، من جهة، وتكنولوجيات المعلومات، من جهة أخرى، كأدوات وتقنيات إعلامية غنية بإمكاناتها، في الشكل والمضمون (قنديلجي، 2015، صفحة 69).

كما يعرف كذلك على أنه مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية، التي يمكننا من إنتاج ونشر واستهلاك المحتوى الإعلامي بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة الإلكترونية المتصلة... مما يوفر إمكانيات هائلة من التواصل الاجتماعي (البياتي، 2014، صفحة 313).

هو نوع من الإعلام يتم عبر الأنترنت يستخدم فيه فنون وآليات وتقنيات المعلومات التي تتناسب مع الأنترنت كوسيلة اتصال، بما في ذلك استخدام النص والصوت والمستويات المختلفة من التفاعل مع الجمهور لتقضي الأخبار الآنية وغير الآنية ومعالجتها وتحليلها ونشرها للجمهور عبر الأنترنت بسرعة (شقرة، 2011، صفحة 53).

- تعريف الإعلام البيئي الإلكتروني:

يعرّف الإعلام البيئي الإلكتروني بأنه " الخدمات والمظاهر الإعلامية الحديثة التي تتيح النشأة والتطوير للمحتوى المطلوب لوسائل الاتصال الإعلامي، وبشكل آلي إلى العملية



الإعلامية، وذلك باستخدام التقنيات الإلكترونية الحديثة، الناتجة عن اندماج تكنولوجيا الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات كنواقل إعلامية غنية بإمكانياتها في الشكل والمضمون، الذي يشتمل على المعلومات البيئية، والصور والأصوات والإشارات المكونة لمواد إعلامية بيئية تبث عبر وسائل الإعلام الحديثة المتاحة " (أبو عيشة، 2010، صفحة 72). فالإعلام البيئي الإلكتروني هو إعلام جديد يشترك مع المفهوم التقليدي للإعلام في الوسائل والمفهوم والأهداف، ويختلف عنه بأنه يعتمد على شبكة المعلومات الدولية الأنترنت لإيصال المضمون البيئي إبل الجمهور المستهدف، مشغلا بذلك في البيئة الرقمية التي تمتاز بالتفاعلية والتنوع في الأشكال والتكنولوجيا.

- اشكال الإعلام الإلكتروني:

لقد تعددت أشكال الإعلام الإلكتروني وتنوعت ومن أهمها ما يلي:

- 1 - الصحافة الإلكترونية: خدمات النشر الصحفي عبر مواقع على الشبكة، وما يسمى بحزم النشر الصحفي.
- 2 - الإذاعات الإلكترونية والتلفزيون الإلكتروني، بما فيها خدمات البث الحي للإذاعات، وخدمات وبث القنوات التلفزيونية على المواقع الخاصة على شبكة الأنترنت، ومن خلال حزم البث الإذاعي والتلفزيوني التي تحملها الشبكة إلى المتلقي، وبشكل مباشر، وإلى مختلف المواقع.
- 3 - خدمات الأرشفة الإلكترونية.
- 4 - خدمات الإعلانات الإلكترونية: بما في ذلك خدمات النشر الإعلامي عبر مختلف المواقع المتوفرة على الأنترنت.
- 5 - المدونات (Blogs) .
- 6 - خدمات البث عبر الهاتف الجوال، والتي تشمل البث الحي على الهاتف الجوال، وبث خدمات الأخبار العاجلة، الرسائل الإعلامية القصيرة عبر خدمات ال SMS وال MMS.

7 - خدمات إعلامية تواصلية، ومعرفية، وترفيهية إلكترونية أخرى متنوعة.

- خصائص الإعلام الإلكتروني :

يتمتع الإعلام الإلكتروني بمجموعة من الخصائص التي تميزه عن بقية أنواع الإعلام الأخرى خاصة الإعلام الورقي التقليدي وهي كالآتي (قنديلجي، 2015، صفحة 75.74):

- 1 - الإعلام الإلكتروني متوافر دائما، حيث يمكن لأي شخص الحصول على المعلومة وفي أي وقت يقوم بنشرها دون طلب رخصة.
- 2 - خاصية الشمولية، أي هناك تنوعا وشمولا في المحتوى.
- 3 - خاصية المرونة والإنسائية وبمعزل عن الرقابة، حيث أعطى الإعلام الإلكتروني الحرية المطلقة وتخطى الحواجز المحلية والدولية.
- 4 - خاصية الانفتاح والاستقلالية عن المؤسسات الرسمية والحكومية.
- 5 - تسهيل التعبير عن الذات والحوار الحضاري.
- 6 - خاصية التفاعل وسرعة استجابة الجمهور وسهولة مناقشة الحدث .
- 7 - خاصية التحديث من خلال تجديد الأخبار والمواد الإعلامية دون مواعيد ثابتة.

8 - التوفير في الجهد والمال.

9 - يوفر أرشيفا ، وقاعدة بيانات معلوماتية للإعلامي وفي كل الأوقات.

2. 3 : التنمية المستدامة :

لقد استحوذ موضوع التنمية المستدامة على اهتمام العالم منذ أن طرح على قمة الأرض (مؤتمر الأمم المتحدة الثاني للبيئة والتنمية برُّو دي جَانِيزُو عام 1992) وقد أحدث ذلك نقلة نوعية في مفهوم العلاقة بين التنمية من جهة والاعتبارات البيئية من جهة أخرى كاستجابة طبيعية لتنامي الوعي البيئي العالمي الذي صار يعي حقيقة أن عملية التنمية ما لم تسترشد بالاعتبارات البيئية والاجتماعية والثقافية والأخلاقية، فإن

كثيرا منها سوف يأتي بنتائج غير مرغوبة أو يحقق فوائد قليلة أو ربما يفشل تماما، بل إن التنمية غير القابلة للاستمرار ستعمل على تفاقم المشكلات البيئية الموجودة حاليا، مما يوجب إدراك حقيقة محدودية الموارد وقدرات النظم البيئية.

لقد أطلق على التنمية المستدامة مجموعة من المصطلحات مثل التنمية التضامنية والتنمية البشرية والتنمية المتواصلة والتنمية الشاملة والتنمية الأيكولوجية وغيرها، ولكن التقى الجميع على توحيد هذه المصطلحات في مصطلح واحد ألا وهو التنمية المستدامة"، ولهذا سنحاول أن نبين ماهية التنمية المستدامة والعلاقة القائمة بينها وبين البيئة.

- التطور التاريخي لمفهوم التنمية المستدامة :

لقد كان المفهوم السائد للتنمية بمعناها التقليدي بعد الحرب العالمية الثانية وحصول مجتمعات العالم الثالث على استقلالها السياسي، عندما بدأت الدول الرأسمالية الكبرى تروج للفكر التنموي التقليدي الذي يؤكد أن ما تعاني منه دول العالم الثالث من فقر وجهل، إنما هو نتاج لتخلفها - وليس لاستعمارها لسنوات طويلة - ومن ثم طرح ذلك الفكر مفهوم التنمية كأداة تستطيع من خلالها دول العالم الثالث أن تتجاوز حالة التخلف وتلحق بالدول المتقدمة.

وبعد سقوط حائط برلين وانتهاء الحرب الباردة، تطور مفهوم حقوق الإنسان، واتسعت دائرته لتشمل اهتمامات جديدة من بينها الحق في التنمية، ففي عام 1983 شكلت لجنة بقرار من الجمعية العامة للأمم المتحدة برئاسة برونتلاند رئيسة وزراء النرويج، وعضوية 23 شخصية من النخب السياسية والاقتصادية الحاكمة في العالم، وذلك بهدف مواصلة النمو الاقتصادي العالمي دون الحاجة إلى إجراء تغييرات جذرية في بنية النظام الاقتصادي العالمي، في حين جاء برنامج العمل بمؤتمر فيينا ليربط بين حقوق الإنسان والتنمية والديمقراطية، والذي أقر أن التنمية حق من حقوق الإنسان، تترابط مع بقية الحقوق الأخرى، كما صدر إعلان الحق في التنمية عام 1986 والذي

يجعل من التنمية حقاً من حقوق الإنسان، وليس مجرد طلب يطالب به الأفراد، وجاء في هذا الإعلان أن التنمية تحتوي على مسار اقتصادي واجتماعي وثقافي وسياسي شامل، يساعد على النهوض بالمواطنين داخل مجتمعاتهم، فضلاً عن مشاركتهم الفاعلة نحو دعم وبناء هذه المجتمعات (غريب و حلمي، 2018، صفحة 66).

وجاء بشكل رسمي " مستقبلنا المشترك" الصادر عن اللجنة العالمية للتنمية والبيئة عام 1987، بأن التنمية لا بد أن تلبي احتياجات الحاضر دون تدمير قدرة الأجيال المقبلة على إشباع احتياجاتهم، وإلى ضرورة الحاجة لفتح طريق جديد للتنمية، يستديم معه التقدم البشري، ويغطي الكرة الأرضية بأسرها، والذي عرف باسم التنمية المستدامة (غريب و حلمي، 2018، صفحة 66).

وقد أضيفت صفة المستدامة إلى التنمية لتصبح التنمية المستدامة لحماية حقوق الإنسان، حيث إنه مع التطور المذهل للتكنولوجيا أصبح هناك خطر حقيقي على استمرار الحياة والموارد الطبيعية والتوازن البيئي الذي يؤثر في حقوق الأجيال القادمة في التنمية، خاصة حق الاهتمام بقضايا البيئة كحق من حقوق الإنسان.

وتم تفعيل مفهوم التنمية المستدامة عند الجميع في 1992، في قمة " ريو دي جانيرو" أو قمة الأرض بالبرازيل، حيث ظهرت عدة جمعيات غير حكومية مهتمة بالبيئة ذات بعد وطني، وإقليمي وعالمي خاصة في الدول المتقدمة، وقد وافقت عليه كل الدول المشاركة في الاتفاقية، مما أدى إلى انبثاق ما يسمى بأجندة القرن 21، والاهتمام بالتنمية المتواصلة، ثم تطورت لتشمل الحفاظ على الموارد الطبيعية والتنوع البيولوجي في 2002 في قمة جوهانسبرج التي حضرها أكثر من 100 رئيس دولة وممثلي الحكومات والجمعيات والمؤسسات (غريب و حلمي، 2018، صفحة 67).

وبالتالي تم قبول فكرة التنمية المستدامة بأوسع معانيها وتم إقرارها على الصعيد الدولي والمحلي، من منطلق أنها ذات أهمية كبيرة في وضع أرضية مشتركة بين



المصالح المتعارضة للدول والشروع في عملية التغيير التي تحتاج إليها التنمية المستدامة (أديب ، 2009)

وقد شهد العالم العربي انطلاقة برامجها للتنمية المستدامة منذ الإعلان العربي عن البيئة والتنمية الصادر عن المؤتمر الوزاري الأول حول الاعتبارات البيئية الذي عقد في تونس في أكتوبر 1986، والبيان العربي عن البيئة والتنمية وآفاق المستقبل الصادر في القاهرة في سبتمبر 1991 (غريب و حلبي، 2018، صفحة 68)

- تعريف التنمية المستدامة :

وفقًا لأحد التعريفات فإن التنمية المستدامة تعرف بأنها التنمية التي تلبي احتياجات البشر في الوقت الحالي دون المساس بقدرة الأجيال القادمة على تحقيق أهدافها، وتركز على النمو الاقتصادي المتكامل المستدام والإشراف البيئي والمسؤولية الاجتماعية.

فالتنمية المستدامة هي عملية تطوير الأرض والمدن والمجتمعات، وكذلك الأعمال التجارية بشرط أن تلبي احتياجات الحاضر بدون المساس بقدرة الأجيال القادمة على تلبية حاجاتها (غريب و حلبي، 2018، صفحة 69).

كما عرفت اللجنة الدولية للتنمية والبيئة بأنها " التنمية التي تلبي حاجات الحاضر دون المساومة على قدرة الأجيال المقبلة على تلبية حاجاتهم"، في حين عرّفها ميردال بأنها: " هي التحركات التصاعدية للنظام الإجمالي ككل "، في حين عرّفها وليم رولكنز هاوس مدير حماية البيئة الأمريكية بأنها: تلك العملية التي تقرر ضرورة تحقيق نمو اقتصادي يتلاءم مع قدرات البيئة، وذلك من منطلق أن التنمية الاقتصادية والمحافظة على البيئة هما عمليتان متكاملتان وليستا متناقضتين (غنيم و أبو زنت، 2007، صفحة 50).

ويتضح من التعريفات السابقة أن التنمية المستدامة هي تنمية قابلة للاستمرار، وتهدف إلى الاهتمام بالعلاقة المتبادلة ما بين الإنسان وبين المجتمع.



كما يتضح أيضا أن التنمية المستدامة تسعى لتحسين نوعية حياة الإنسان ولكن ليس على حساب البيئة (غنيم و أبو زنت، 2007، صفحة 51)، وذلك لأن بعض المفاهيم للتنمية المستدامة تستنزف الموارد الطبيعية، بحيث هذا الاستنزاف من شأنه أن يؤدي إلى فشل عملية التنمية نفسها، ولهذا يعتبر جوهر التنمية المستدامة هو التفكير في المستقبل وفي مصير الأجيال القادمة (غريب و حلمي، 2018، صفحة 69)

- أهداف التنمية المستدامة :

حددت هيئة الأمم المتحدة أهداف التنمية المستدامة في الآتي (الأمم المتحدة، 2015، صفحة 18):

- القضاء على الفقر بجميع أشكاله في كل مكان.
- القضاء على الجوع وتوفير الأمن الغذائي والتغذية المحسنة وتعزيز الزراعة المستدامة.
- ضمان تمتع الجميع بأنماط حياة صحية وبالرفاهية في جميع الأعمار.
- ضمان التعليم الجيد المنصف والشامل للجميع وتعزيز فرص التعلم مدى الحياة للجميع.
- ضمان توفير المياه وخدمات الصرف الصحي للجميع.
- ضمان حصول الجميع بتكلفة ميسورة على خدمات الطاقة الحديثة الموثوقة والمستدامة.
- تعزيز النمو الاقتصادي المطرد والشامل للجميع والمستدام.
- إقامة بنى تحتية قادرة على الصمود، وتحفيز التصنيع الشامل للجميع والمستدام وتشجيع الابتكار.
- الحد من انعدام المساواة داخل البلدان وفيما بينها.
- جعل المدن البشرية شاملة للجميع وآمنة وقادرة على الصمود ومستدامة.

- اتخاذ إجراءات عاجلة للتصدي لتغير المناخ وآثاره.
 - حفظ المحيطات والبحار والموارد البحرية واستخدامها على نحو مستدام لتحقيق التنمية المستدامة.
 - حماية النظم الأيكولوجية (البيئية) البرية وترميمها وتعزيز استخدامها على نحو مستدام.
 - السلام والعدل في المؤسسات لتشجيع وجود المجتمعات السلمية الشاملة للجميع تحقيقا للتنمية المستدامة.
 - تعزيز وسائل التنفيذ وتنشيط الشراكة العالمية من أجل التنمية المستدامة.
- تأثير العولمة على التنمية المستدامة :

العولمة ظاهرة مركبة ذات آثار بعيدة المدى، وقد اكتسبت مفهومها الكثير من المعاني، فهي حركة متدفقة وانفتاح على العالم ثقافيا واقتصاديا وسياسيا وتكنولوجيا، وأصبحت العولمة إحدى القضايا الساخنة ذات موضع نقاش دائم في الخطاب السياسي المعاصر، لكنها تعتبر قوة إيجابية لا سبيل إلى مقاومتها من أجل تحقيق الرخاء الاقتصادي للناس في جميع أنحاء العالم، وعلى نقيض آخر من ذلك تمثل مصدرا من مصادر المشكلات المعاصرة، وللعولمة أبعاد اجتماعية واقتصادية وسياسية وثقافية، إلا أن البعد الاقتصادي للعولمة قد حظى باهتمام متزايد من الباحثين.

فالعولمة الاقتصادية تؤثر في البيئة والتنمية المستدامة من خلال تغيير الهياكل الصناعية في الدول كذلك سوء استخدام المواد الطبيعية، وتشويش السياسات الاقتصادية وعدم تناسقها، مما يفاقم من تدهور البيئة، وفي الوقت الذي تحسن فيه العولمة آفاق النمو الاقتصادي في بعض دول العالم، فإنها تضعف آفاق النمو الاقتصادي لدول وقطاعات وصناعات بعينها، والتي ينتج عنها تدهور البيئة وقلة الموارد. في حين ترفع العولمة من معايير الإنتاج العالمية بالشكل الذي يجعل المعايير البيئية متوافرة بصورة كبيرة في أسواق السلع، فإنها قد تؤدي من جهة أخرى إلى ضعف

القدرات التنافسية لبعض القطاعات والصناعات نتيجة الممارسات والسياسات التجارية غير العادلة (الخواجة، 2006، صفحة 20).

وفي هذا الإطار قد يكون تطبيق مبادئ التنمية المستدامة هو السلاح الوقائي الأكثر فاعلية لأن الاهتمام بالرأسمال البشري وتطويره وزيادة قدرته على التكيف مع التطورات التكنولوجية العملاقة الجارية عالميا هي من أهم عوامل الاستفادة من العولمة بدلا من الخضوع لسلبياتها بشكل ساكن (الخواجة، 2006، صفحة 21).

3 - دور الإعلام البيئي الإلكتروني في نشر ثقافة التنمية المستدامة:

3 - 1 - أهمية الإعلام وأساليبه في تشكيل الوعي البيئي:

لم يعد الحديث عن البيئة ترفا اجتماعيا ومجالا في مؤخرة سلسلة اهتمامات المواطن أو السلطة، فتأثير الإنسان على البيئة سلبيا وظهور المشكلات البيئية، أثر وسيؤثر على الأجيال القادمة إذا لم يتم وضع خطط استراتيجية لحلّها ومجابهتها. بل إن بعض المشاكل البيئية مثل الاحتباس الحراري أضحت انشغالات عالمية استدعت عقد مؤتمرات دولية لإيجاد حل لها.

وهنا يساهم الإعلام البيئي بشكل كبير في الحفاظ على البيئة من خلال التعريف بهذه القضايا والدفع باتخاذ إجراءات وقرارات تلزم المواطنين وأصحاب الشركات والمعامل بالحفاظ على البيئة. فقد أكدت الدراسات التي أجريت في الدّول المتقدّمة والناميّة للتعرفّ على مستوى الوعي البيئي السائد في هذه الدّول، أن وسائل الإعلام تلعب دورًا فاعلاً في تشكيل الوعي البيئي لدى الجمهور سواء في تزويده بالمعلومات البيئية، أو في تشكيل اتجاهاته نحو القضايا البيئية، فالعلاقة بين الإعلام والتربية والوعي البيئي علاقة ذات طابع خاص، فلا يمكن المحافظة على البيئة والمساهمة في حلّ مشكلاتها إلاّ عن طريق التربية البيئية السليمة وغرس الوعي البيئي في عقول الأفراد وهذا ما يتأتى إلاّ عن طريق وسائل الإعلام.

وما يلاحظ على سلسلة المشاورات حول مشروع الميثاق التي عرفتها مختلف المناطق المغربية تتمثل في إغفال هذه الملتقيات التركيز على الجانب الإعلامي المنتظم والمتخصص في المجال البيئي، إذ ما يستخلص من مجملها تجاهل الإعلام البيئي ودوره في توعية المواطن والمساهمة الفعالة في التنمية المستدامة، علما أن الإعلام البيئي يعد تخصصا جديدا في مجال الإعلام، وقد بدأ الترويج له في مطلع السبعينات كمصطلح أو 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 مع الإنسان أرضاً وماء وهواء، وتأثير الموجودات التي تؤثر على حياته (محمد الجبور ، 2011، صفحة 70).

ويعتبر الإعلام أحد المقومات الأساسية في الحفاظ على البيئة، حيث يتوقف إيجاد الوعي البيئي، واكتساب المعرفة ونقلها على استعداد الجمهور نفسه للتفاعل معها في التوعية لنشر القيم الجديدة الخاصة بحماية البيئة أو الدعوة للتخلي عن سلوكيات ضارة بها.

وتجدر الإشارة هنا أنه لا بدّ على الأجهزة القائمة على أمور التوعية والتربية أن تصمّم برامجها بأساليب ومضامين وطرق مختلفة في التخاطب والاتصال حول المشكلات البيئية، بحيث تجعل كل الشرائح الاجتماعية فاعلة وإيجابية في المحافظة على البيئة، بذلك يكون الجمهور فاعلا إما بمسلك فردي عبر الاتصالات الشخصية لكل فرد بترويج الأفكار الجديدة ضمن البيئة أو المحيط الاجتماعي الذي يعمل فيه الفرد، أو أن يكون مسلّماً اجتماعياً بالانخراط في جمعيات غير حكومية منظمة تضع برامج عمل محددة في الشأن البيئي في مناطق وجودها.

إن الإعلام البيئي يهتم كل فئات المجتمع، والتأثيرات والأضرار الناتجة عن الكوارث أو التلوث لا تميز بين فئة وأخرى، لذلك فإن على هذا الإعلام أن يتوجه إلى الجماهير

لتتشكل قوى ضاغطة لحث أصحاب القرار على انتهاز سياسة إنمائية متوازنة تحترم البيئة وتحافظ على مواردها الطبيعية، كما عليه أن يتوجه إلى العلماء والمفكرين والمثقفين لحثهم على وضع قدراتهم الإبداعية للحفاظ على توازن الطبيعة والحد من تلوث البيئة، وإلى السياسيين وأصحاب القرار للتشديد على أن مسؤولياتهم لا تنحصر في مجموعة معينة من المواطنين أو في حقبة زمنية محددة، بل على مر الزمن.

وتأتي أهمية الإعلام البيئي للجمهور، من كونه عنصراً أساسياً في إيجاد الوعي البيئي ونشر مفهوم التنمية المستدامة. ولقد ساعدت النقلة النوعية الكبيرة في سرعة تدفق وتناول المعلومات المتعلقة بالبيئة والتنمية، على زيادة الوعي البيئي بمشكلات البيئة، فلم تكن كلمة البيئة معروفة بصفة كبيرة لدى وسائل الإعلام العربية في الأربعينيات والخمسينيات، ولكنها بدأت تحتل الأعمدة الرئيسية في الصحافة في الستينيات والسبعينيات. كما أبدت الأجهزة الإعلامية المختلفة اهتمامها البالغ نتيجة لمشكلات التلوث والكوارث البيئية التي طرأت في فترة السبعينيات مثل تحطم ناقلة النفط (أموكوكانديس) في عام 1978، وحادثة المفاعل النووي في ثري مايل آيسلند، وانفجار بئر النفط في خليج مكسيكو عام 1979، وكذلك الحوادث المتتالية مثل حادثة انفجار المفاعل النووي السوفييتي تشيرنوبل عام 1986.

واتسم تناول الإعلام لقضايا البيئة بخاصتين أساسيتين، الأولى هي التركيز على الرسالة الإعلامية المتخصصة محددة الانتشار 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 هناك والتي ينتج عنها إضرار بالبيئة.

إن هدف الإعلام البيئي هو تنمية القدرات البيئية وحمايتها بما يتحقق معه تكييف وظيفي سليم اجتماعياً وحيوياً للمواطنين، بما ينتج عنه ترشيد السلوك البيئي في



تعامل الإنسان مع محيطه للمشاركة بمشروعات حماية البيئة والمحافظة على الموارد البيئية.

وتزداد أهمية الإعلام البيئي من خلال دوره في الإنذار المبكر ورصد أي خلل بيئي يحدث، وتحريكه للراي العام، وزيادة الوعي البيئي عند السكان، وإسهامه في إصدار التشريعات الإيجابية التي تخص البيئة.

إنّ 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 (كنعان، 2014، صفحة 173).

➤ ضرورة إيجاد إعلام بيئي متخصص يستند إلى العلم والمعرفة والمعلومات، ويتطلب إيجاد المحرر الإعلامي المتخصص تخصصًا دقيقًا بالبيئة مع وجود مناهج دراسية للإعلام البيئي.

➤ الإسهام الإعلامي في إيجاد وعي وطني بيئي يحدد السلوك ويتعامل مع البيئة في مختلف القطاعات.

➤ أهمية تعاون جميع الوزارات والمؤسسات والهيئات في معالجة المشكلات البيئية وبالإمكان الاستفادة من التجارب العالمية في هذا المجال، وضرورة المشاركة في المنتديات والمؤتمرات الدولية في مجال البيئة والاستفادة من النقاشات والتوصيات التي تنتج عنها.

➤ تعاون مراكز المعلومات البيئية لتزويد وسائل الإعلام المختلفة بالمعلومات الضرورية، فضلا عن آخر الدراسات والنشاطات - الإقليمية والدولية والتعاون مع الجمعيات الحكومية ذات الصلة بالشأن ووضع خطة تعاون مشترك لمواكبة نشاطاتها خصوصًا تلك التي تتطلب حملات توعية للعمل الشعبي التطوعي.

➤ الإسهام الإعلامي في إيجاد وعي وطني بيئي يحدد السلوك ويتعامل مع البيئة في مختلف القطاعات.

➤ ضرورة وجود لجنة وطنية للإعلام البيئي (تنبثق على لجان محلية وإقليمية ثم جهوية)، لرسم السياسات والخطط والبرامج وتنظيم حملات إعلامية بيئية، للمواضيع الهامة الطارئة أو ذات الأولوية بالتعاون مع الجهات المعنية.

3 - 2 - دور مواقع التواصل الاجتماعي كأحد تطبيقات الإعلام الإلكتروني في نشر ثقافة التنمية المستدامة.

تعد مواقع التواصل الاجتماعي عبر الأنترنت من أحدث منتجات تكنولوجيا الاتصالات وأكثرها شعبية، وأشهرها على الإطلاق فيسبوك وتويتر وانستجرام وأسنانبات، وغيرها.

وتمثل مواقع التواصل الاجتماعي أكبر منصة للتواصل بين فئات المجتمع، وتعتبر أهم مخرجات ثورة المعلومات والاتصالات، تبارت المجتمعات والكيانات البشرية في توظيف خصائصها وميزاتها التفضيلية في إعادة تشكيل خارطة العمل الاتصالي بما تحمله من خصائص التفاعلية وعالمية الانتشار، فضلا عن سرعة الاتصال وقلة التكلفة المالية خدمة لقضايا مجتمعاتها.

وقد بلغ عدد مستخدمي الأنترنت في العالم 4.66 مليار، في حين بلغ عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في العالم 4.14 مليار عام 2020 (المبعضين، 2020).

وتعرف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها خدمات يتم انشاؤها وبرمجتها من قبل شركات كبرى لجمع أكبر عدد من المستخدمين والأصدقاء ومشاركة الأنشطة والاهتمامات، وللبحث عن تكوين صداقات والبحث عن اهتمامات وأنشطة لدى أشخاص آخرين يتشاركون معهم بأحد الاشتراكات الفكرية أو غيرها، وتوفر هذه

الخدمات ميزات مثل المحادثة الفورية والتراسل العام والخاص ومشاركة الوسائط المتعددة من صوت وصورة وفيديو والملفات، وقد استقطبت هذه الخدمات ملايين المستخدمين من شتى بلاد العالم (عصام صلاح، 2015، صفحة 246)، ويشار إليها أيضا بأنها مواقع تتشكل من خلال الأنترنت، تسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة، وإتاحة الفرصة للاتصال بقائمة المسجلين، والتعبير عن وجهة نظر الأفراد أو المجموعات من خلال عملية الاتصال، وتختلف طبيعة التواصل من موقع لآخر (الرحابي، 2012، صفحة 40).

ويحدد ماي فيلد Mayfield خمس خصائص للعمليات التي تتم عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وهي كالتالي (Mayfield, 2008):

- المشاركة: تشجع مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة ورجع الصدى من كل شخص مهتم بذلك، فهي تزيل الخط الفاصل بين وسائل الإعلام والجمهور.
- الانفتاح: معظم مواقع التواصل الاجتماعي هي مفتوحة لردود الأفعال والمشاركة، فهي تشجع على التصويت والتعليقات وتبادل المعلومات، ونادرًا ما توجد أي عوائق للوصول إلى المحتوى والاستفادة منه.
- المحادثة: فإنه في حين أن وسائل الإعلام التقليدية تقوم ببث الرسالة الإعلامية إلى الجمهور الذي يكون في مقام المتلقي، فإن وسائل التواصل الاجتماعي تجعل الاتصال أو المحادثة في اتجاهين.
- المجتمع : تسمح وسائل التواصل الاجتماعي بتكوين مجتمعات افتراضية قائمة على التواصل بشكل فعال بين أصحاب المصالح أو الاهتمامات المشتركة.
- الترابط : معظم مواقع التواصل الاجتماعي تزدهر على الترابط والوصلات التشعبية التي تتيح التنقل بين المواقع والمصادر والأشخاص.

وقد أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي اليوم من الوسائل المهمة التي تقوم بدور مهم في التنمية من خلال تربية النشئ وإكسابهم عادات وسلوكيات مختلفة،

وأداة من أدوات التغيير الاجتماعي، كما يتضح أهمية هذه القنوات في الاستفادة من اشغال أوقات الشباب بقصد تنمية جوانب وأمور مهمة في مجالات التنمية المستدامة، كما تساهم هذه القنوات في بناء شخصية الشباب وبث روح وتحمل المسؤولية الاجتماعية والوطنية وتعزيز العلاقات الاجتماعية والأسرية، وتنبه علماء الاجتماع بأهمية هذه المواقع ودورها في التنمية المجتمعية المستدامة، فقد أكدت بعض الدراسات الإعلامية أن نسبة 56,3 % من أفراد العينة يرون أن أهم الاحتياجات الاجتماعية المرتبطة بالتنمية المستدامة التي تحققها مواقع التواصل الاجتماعي هي علاقات اجتماعية مع الخبراء والمتخصصين والمسؤولين في مجالات التنمية المستدامة، نسبة 56,3 % منهم يرون أنهم يكتسبون خبرات وتجارب من الآخرين في مجالات التنمية المستدامة بالدول العربية، ونسبة 42,9 % منهم يرون أنها فرصة لإيجاد حلول لبعض القضايا الاجتماعية من مشاركة الشباب بأرائهم المختلفة (غريب و حلمي، 2018، صفحة 132)

4 - الإطار التطبيقي للدراسة:

سنحاول في الجانب الميداني لهذه الورقة البحثية تحلي لعيّنة من ثماني صفحات بيئية جزائرية تنشط في مجال البيئة والتنمية المستدامة وهي كما يلي:

1 - جمعية حماية البيئة والتنمية المستدامة.

2 - جمعية الشباب لحماية البيئة.

3 - جمعية آفاق بيئية للتنمية المستدامة.

4 - جمعية أصدقاء البيئة والتنمية .

5 - جمعية شباب البيئة والتنمية .

6 - جمعية حماية البيئة ونظافة المحيط.



7 . جمعية الأمل للمحافظة على البيئة .

8 . جمعية أصدقاء الموجة الخضراء.

وقد أسفرت عملية التحليل إلى النتائج التالية.

من خلال تصفّح حسابات وصفحات المجموعات البيئية محلّ الدّراسة ومن خلال موقع الفيسبوك، تبّين أن هاته الأخيرة تعمل على خلق الاهتمام والوعي الجماهيري بشؤون البيئة وحماية الموارد الطبيعية وتوعية المواطنين بالأخطار التي يمكن أن تنجم عن الملوثات البيئية والموارد، فهاته الصفحات تهتمّ بالتّربية البيئية والإعلام البيئي والتنمية المستدامة، لكن ما يلاحظ أن مختلف الفاعلين والناشطين فيها هم خاصة الجمعيات البيئية ممثّلين بذلك مؤسسات المجتمع المدني، في حين يقلّ دور الهيئات الرسمية لحماية البيئة كالوزارات مثلا والمراكز البحثية المختصة بالبيئة في النشاط الإتصالي عبر موقع الفيسبوك.

من خلال تحليل عيّنة الدّراسة تبّين أن الصفحات البيئية تهتمّ بنسبة كبيرة بالأنشطة البيئية المناسبة، كأنشطة التشجير والسّقي وحملات النظافة والتقليم والاحتفالات بالمناسبات البيئية كاليوم الوطني للشجرة، واليوم العالمي للبيئة... إلخ أو عرض هاته الأنشطة في إطار المناسبات الوطنية والدينية كالاحتفال بأول نوفمبر، أو ذكرى 17 أكتوبر، والمولد النبوي الشريف... إلخ.

كشفت الدّراسة أن القائمين على عملية الإعلام البيئي عبر موقع الفيسبوك هم المهتمين والمختصين في البيئة والتربية البيئية والإعلام البيئي، لكن ما يلاحظ ضعف اللغة الإعلامية والعلمية في تناول المواضيع البيئية من طرف محرّري المقالات البيئية، وهذا ما يعكس حقيقة ضعف التكوين في مجال الإعلام البيئي في الجزائر والذي ينتج الكوادر الإعلامية المتخصصة والمؤهلة في الإعلام البيئي التي تستطيع بناء استراتيجية

اتصالية بيئية قادرة على التأثير في المتلقي وبالتالي تحقيق التنمية المستدامة، خاصة وأننا نعاني من ضعف في التنشئة الاجتماعية البيئية.

كشفت الدراسة كذلك اهتمام الصفحات عبر موقع الفيسبوك والمهتمة بال مجال البيئي والتنمية المستدامة بالجانب الإخباري الإعلامي وذلك بتغطية الفعاليات البيئية والنشاطات التي تقوم بها الجمعيات البيئية، دون الاهتمام بالجانب التحليلي والرؤية المعمقة للمواضيع البيئية.

ما يلاحظ من خلال تحليل عينة الدراسة أنّ معظم المواضيع البيئية تركز على مواضيع تفسير النفايات وتدويرها، التغيرات المناخية والاحتباس الحراري، التلوث، الجفاف، الحملات التحسيسية خاصة في ظلّ جائحة كورونا بأسلوب اعلامي إخباري، في حين تغيب مواضيع بيئية ذات أهمية والتي تحتاج إلى رؤية تحليلية لترسيخ الوعي البيئي لدى المتلقين كمواضيع التصحرّ، والاستهلاك الأخضر، واستخدام التكنولوجيا الحديثة في مجال حماية البيئة.

تسعى المجموعات البيئية عينة الدراسة من خلال موقع الفيسبوك خلق اتجاه جديد لدى المتلقين نحو قضايا البيئة والتنمية المستدامة، وذلك من خلال التواصل والتفاعل مع المتصفحين لهاته الصفحات البيئية بغية الوصول إلى تكوين رأي عام جديد يحافظ على البيئة.

لكن وبشكل عام نستنتج من خلال الدراسة النظرية والميدانية أنّ الإعلام البيئي مازال في مراحله الأولى في الجزائر وفي العالم العربي، يعاني من غياب استراتيجية إعلامية بيئية ويواجه مجموعة من التحديات والصعوبات التي تعترض مسيرته التنموية، فمن الجانب الشكلي فإن الجزائر وكلّ الدول العربية تضم فعاليات بيئية حكومية على مستويات عالية، إذ توجد وزارات للبيئة في معظمها، وتحتل قضايا البيئة مكانا لا بأس به في الخطاب الرسمي، كما تحرص هذه الدول على الانضمام إلى المعاهدات والاتفاقيات الدولية البيئية، وتقيم مؤتمرات وندوات لمناقشة قضايا البيئة،



وتنشئ أقساما متخصصة لها في كلياتها وجامعاتها، ومكاتب وإدارات في مختلف الهيئات والمؤسسات الحكومية، ولكن يتفق الباحثون على أن الإعلام العربي إجمالا يعاني من مشكلات عدة، منها ضعف هياكله ومؤسساته وموارده وغلبة الأيديولوجيا على الاعتبارات المهنية، وفي هذا السياق فإن الإعلام عمومًا، بما في ذلك الإعلام البيئي، يواجه عقبات جوهرية منها ما يتصل بطبيعة الإعلام العربي ومشكلاته السابقة الذكر، ومنها ما يتصل بطبيعة الإعلام البيئي ذاته.

ويأتي غياب الكوادر الإعلامية المؤهلة والقادرة على تناول البيئة ومشكلاتها على رأس قائمة مشكلات الإعلام البيئي، وهذا ما أثبتته الدراسة التي قمنا بها، فحسب الباحثين تخلو أكثر وسائل الإعلام العربية من المحررين أو الخبراء المختصين في قضايا البيئة، وغالبا ما يغطي تلك القضايا محررون وصحفيون يفتقرون إلى المعارف والقدرات العلمية التي تشكل الركيزة الرئيسية للعمل، ومن المعروف في مجال الإعلام البيئي عالميا أن الصحفيين الذين يتخصصون في قضايا البيئة يحتاجون، فضلا عن التأهيل العلمي الذي يعد أساسيا، الى دورات تدريبية مكثفة ومتواصلة، وهو ما يفتقر إليه قطاع كبير في الإعلام العربي، بصفة عامة وفي الإعلام البيئي الإلكتروني بصفة خاصة، ففي دراسة حول دور الإعلام البيئي الإلكتروني عبر موقع الفيسبوك ودوره في تحقيق التنمية المستدامة، توصلت الباحثة إلى نتيجة مفادها أن المقالات في الصفحات البيئية حررت بطريقة لا تراعي فنيات التحرير الصحفي، ولا تراعي اللغة الإعلامية، وأن أغلب المعلومات البيئية المنشورة تقنية غامضة، نشرت بدون تبسيطها للقارئ وتحليلها، وهو من بين أسباب ضعف الاهتمام بالتفاعل مع صفحات الناشطين البيئيين (مهري، 2016)

من جهة أخرى، فإن الأساس الذي يمكن أن يستند إليه الإعلام البيئي هو توافر البيانات والمعلومات والدراسات عن الأوضاع والمشكلات والتحديات البيئية في كل دولة عربية على حدة، وفي الدول العربية بشكل عام. ويدرك المعنيون أن مثل هذه المعلومات والبيانات غائبة كليا أو جزئيا، ومن الصعب الحصول على بيانات موثوق بها

لنسب تلوث الماء أو الهواء أو التربة أو الآثار الصحية الناجمة عن أشكال التلوث، والجزئية الأخيرة المرتبطة بالصحة العامة، تمثل منطقة شائكة لمن يقترب منها وهذا ما يبرر وجود عدد ضئيل من الناشطين البيئيين المسؤولين عن مكاتب الدراسات البيئية وضعف الاهتمام من طرف الهيئات الحكومية لحماية البيئة وضعف دور المراكز البحثية البيئية عبر وسائل الإعلام بصفة عامة والأنترنت بصفة خاصة.

إن غياب المعلومات والبيانات البيئية، والقيود الحكومية يحولان الإعلام البيئي إلى نشاط احتفالي مهمش لا ينال كبير العناية من القائمين عليه أو من المتلقين الذين لا يجدون فيه ما يرتبط بواقعهم أو يدفعهم إلى التواصل معه، وهذا ما توصلت إليه الدراسة التي قمنا بها في إحدى نتائجها والتي مفادها ضعف الاهتمام بأنشطة التربية البيئية عبر شبكة الأنترنت ما عدا في إطار مناسباتي وأعياد خاصة بالبيئة، كعرض أنشطة التشجير والاحتفالات بالمناسبات البيئية، في حين يغيب البعد التربوي البيئي بمختلف أدواته ووسائله.

ويرى الباحثون أن نجاح الإعلام البيئي يجب أن يتوافر على " وعي بيئي " وفهم لمشكلات البيئة وقضاياها. وهذا الوعي محصلة لأنشطة اجتماعية متداخلة يلعب فيها الإعلام نفسه دورا رئيسيا، وتشير دراسات أجريت في دول متقدمة مثل كندا والسويد والولايات المتحدة إلى أن فاعلية البرامج الإخبارية كوسيلة لنقل المعرفة البيئية تعتمد على معرفة المتلقي المسبقة بالمهارات البيئية، فقد عجز الجمهور في هذه الدول، على الرغم من التغطية المكثفة لمشكلات بعينها خاصة بالتلوث، عن التواصل مع المواد الإعلامية المنشورة وفهمها بشكل صحيح، بسبب عدم تبسيط المعلومات العلمية، ولعل هذه الحقيقة توضح بصورة كبيرة حجم المشكلة في العالم العربي، المفتقر إلى قاعدة تعليمية وعلمية وثقافية لتكوين الوعي البيئي، مقارنة بالجمهور الغربي.

خاتمة :

نستطيع القول في الأخير أن للإعلام البيئي دور عمهًا في نشر وترسيخ الوعي البيئي ونشر ثقافة التنمية المستدامة في الوطن العربي بصفة عامة والجزائر بصفة خاصة رغم التحديات والصعوبات التي تواجهه، إذ يعتبر أهم وسيلة لإيصال قضايا البيئة ومشكلاتها إلى جميع فئات المجتمع وصناع القرار الذين يعول على تعاونهم وتجاوبهم في اتخاذ القرارات المهمة في الحفاظ على البيئة، وتبني البرامج المؤدية إلى المحافظة على عناصر البيئة المختلفة، والإعلام البيئي الإلكتروني هو النافذة الأوسع والأسرع لرفع مستوى الوعي بالبيئة ومشكلاتها المختلفة المتزايدة في عصر الاستهلاك واستنفاد الموارد وتلويث عناصر البيئة المختلفة، والحفاظ على البيئة مهمة جماعية، لأن الفائدة والأضرار جماعية كذلك. ولهذا فإن هذه الدراسة توصلت إلى الاقتراحات والتوصيات التالية:

- تشجيع الاعلام البيئي الإلكتروني بتوفير الآليات المناسبة لذلك و كذا الاستفادة من تجارب البلدان المتطورة في هذا المجال.
- الاهتمام بجودة المضامين الإعلامية البيئية التي يتم نشرها الكترونيا حتى تحقق الأهداف المنشودة.
- بناء استراتيجية للإعلام البيئي في إطار التنمية المستدامة وعدم ابقائه في إطار الإعلام المناسب.
- تكوين الكوادر الإعلامية المتخصصة في الإعلام البيئي القادرة على تخطيط الاستراتيجيات البيئية والمساهمة الفعالة في نشر التوعية والتربية البيئية ونشر ثقافة التنمية المستدامة.

➤ التفاعل الإيجابي والحوار مع الأطراف الفاعلة، حكومات و منظمات غير حكومية في تشجيع المضامين الإعلامية البيئية الإلكترونية، وكذا توفير الإطار القانوني لها لحمايتها.

🌈 قائمة المراجع:

- 1 . إبراهيم المبيضين. (2020). زيادة مستخدمي السوشال ميديا النشيطين إلى 4.14 مليار. <https://alghad.com>. تاريخ الاسترداد 14, 4, 2020
2. الأمم المتحدة. (2015). تحويل عالمنا خطة التنمية المستدامة لعام 2030. <https://unctd.org/system/files/official-document/ares70d1ar.pdf>. تاريخ الاسترداد 13, 4, 2021
3. زهير عبد اللطيف عابد، وأحمد العابد أبو السعيد. (2014). الأردن: دار اليازوري للنشر والتوزيع.
4. زهير عبد اللطيف عابد، وأحمد العابد أبو السعيد. (2014). الإعلام والبيئة بين النظرية والتطبيق. الأردن: دار اليازوري للنشر والتوزيع.
5. سناء محمد الجبور . (2011). الإعلام البيئي، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
6. سوزان القليني، وصلاح مذكور. (2000). الإعلام البيئي النظرية والتطبيق، القاهرة مصر: دار النهضة العربية.
7. شفيقة مهري. (2016). الإعلام البيئي عبر موقع البايستوك ودوره في تحقيق التنمية المستدامة. dspace.univ-setif2.dz/xmlui/handle/123456789/880. تاريخ الاسترداد 15, 4, 2020
8. عامر إبراهيم قنديلجي. (2015). الإعلام الإلكتروني، الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع.



9. عبد الرحمان العوضي. (1996). سبل إنجاح سياسية إعلامية بيئية في تقرير وتوجهات دور الإعلام في نشر الوعي البيئي، القاهرة: برنامج الأمم المتحدة للبيئة.
10. عبد السلام أديب . (2009). أبعاد التنمية المستدامة والنهج الديمقراطي. https://www.annahjaddimorcati.org/pages/economie/a_abid_developpement_durable.htm تاريخ الاسترداد 13 04 2021
11. عبير الرحابي . (2012). الإعلام الرقمي (الألكتروني)، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
12. عثمان محمد غنيم، و ماجدة أحمد أبو زنت. (2007). التنمية المستدامة فلسفتها وأساليب تخطيطها وأدوات قياسها، الأردن: دون ذكر دار النشر.
13. علاء محمد الخواجة. (2006). العولمة والتنمية المستدامة، بيروت: الموسوعة العربية للمعرفة من أجل التنمية المستدامة المجلد الأول.
14. علي خليل شقرة. (2011). الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
15. علي عبد الفتاح كنعان. (2014). الإعلام البيئي، الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
16. فضيل أبو عيشة. (2010). الإعلام الإلكتروني، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
17. محمد أبو سمرة. (2010). الإعلام الزراعي والبيئي، الأردن: دار الراية للنشر والتوزيع.
18. محمد غريب، و وجدي حلمي. (2018). الإعلام والتنمية المستدامة رؤية 2030 المملكة العربية السعودية نموذجا، القاهرة مصر: الدار المصرية اللبنانية.
19. مروى عصام صلاح. (2015). الإعلام الألكتروني الأسس وأفاق المستقبل، الأردن: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع.
20. ياس خضر البياتي. (2014). الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، الأردن: دار البداية للنشر والتوزيع.

21. Mayfield, A. (2008). *What is social media? icrossing*.2008.Available online.
<https://www.icrossing.Co.uk/.../What-is-social-media-icrossing-edook.pdf>. Consulté le 4 15, 2021

