

دور وسائل الإعلام في نشر الوعي البيئي.

الأستاذ : دواجي كريم

كلية علوم الإعلام والاتصال

جامعة الجزائر3

ملخص

يتناول هذا المقال المكانة الهامة التي يكتسبها الإعلام في المجتمع، لما له من دور فعال في تشكيل وتفعيل مظاهر الحياة المختلفة، وربط قنوات الاتصال بين الأفراد والشعوب والأمم، ومعالجة القضايا المتعلقة بالإنسان الذي لا يزال يمارس السلوك الخاطئ في تعامله مع البيئة ويساهم مساهمة مباشرة في الإخلال بتوازن نظامها وكانت الآثار السلبية واضحة في تفاقم حجم المشكلات البيئية كما ونوعا، من هنا أصبحت مسألة الحفاظ على البيئة من المسائل الهامة التي تعاني منها المجتمعات من النواحي العلمية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية، حتى أنها اعتبرت مسألة تربوية توعوية بالدرجة الأولى تقع مسؤوليتها على دور مختلف وسائل الإعلام المؤثر في غرس المفاهيم الصحيحة عن البيئة لدى جميع فئات المجتمع عن طريق إيجاد وسيلة فعالة للتعريف والتعرض لمثل هذه المواضيع والقضايا البيئية.

- الكلمات الدالة : الإعلام البيئي، البيئة، الوعي البيئي،

الثقافة البيئية

يتصف الإنسان بمجموعة من الخصائص الحيوية التي تميزه عن مختلف المخلوقات الأخرى، حيث يعد من أهم مكونات النظام البيئي، فهو يؤثر في البيئة ويتأثر بها فليس من المبالغة أن نقول أن الإنسان هو سيد الكون، ولكن من المغالطة أن نعتقد أن الكون خلق لحسابه، ونلمس ذلك في الحضارات المتعاقبة وصولاً إلى العصر الحديث الذي يشهد تطوراً مذهلاً في جوانب الحياة، فتقدمت العلوم وتبوعت الاختصاصات وتفنن الإنسان في الصناعة، ولكن في مقابل ذلك ظهرت للوجود مشاكل بيئية كثيرة متمثلة في التلوث والتصحر والجفاف واستنزاف الموارد والمصادر الطبيعية، ومن هنا ظهرت الحاجة إلى الاهتمام بالبيئة سواء كانت عواملها طبيعية أو حضارية، والبحث عن الوسائل الملائمة لمعالجة هذه المشاكل والحد منها، وتقديم أبعادها والوقوف على انعكاساتها في ضوء البيئة البشرية من خلال السياسات التي تعتمدها الدول لحماية مواردها وترشيد استخداماتها ومعالجة التدهور والأضرار التي تلحق بالإنسان وبيئته

فقد شهدت السنوات الأخيرة زيادة كبيرة في اهتمام العلماء والباحثين في علم الاجتماع والتربية والخدمة الاجتماعية، ورجال السياسة والإعلام والاقتصاد بموضوع البيئة نتيجة للتغيرات العميقة التي عرفت بها بنية البيئة الطبيعية وعناصرها، سببه مبالغة الإنسان في استغلال مواردها الطبيعية وتعامله غير العاقل والجائر مع المحيط الذي يعيش فيه.

فالحديث عن تناول القضايا البيئية في مختلف وسائل الإعلام خاصة التلفزيون ظل مهملًا لفترات طويلة من الزمن، وأن الاهتمام بهذا الموضوع يعتبر حديثًا نسبيًا مقارنة بحجم التدهور الذي تعاني منه مناطق كبيرة من الوطن، فما تواجهه البيئة اليوم في الجزائر من مشاكل له علاقة بمحدودية الإجراءات السياسية وتأثيراتها على المنظومة الإعلامية، ودورها في التكفل والتعامل مع القضايا البيئية، كما يمكن ربطها أيضًا بالأدوار والوظائف الثقافية والاجتماعية والاقتصادية التي تقوم بها مؤسسات التنشئة الاجتماعية، فالتربية والثقافة البيئية نجدها مع وظيفة كل مؤسسة وتختلف من مؤسسة إلى أخرى.

فالثقافة البيئية في الأسرة مثلًا وما تمد به الأفراد من قيم وسلوكات بيئية إيجابية تختلف شيئًا عن تلك التي تروج لها مختلف وسائل الإعلام، وسبب الاختلاف بين المؤسستين الأسرية والإعلامية يتأتي من قوة التأثير التي يمارسها التلفزيون خاصة فيما يتعلق بشمولية الجمهور المستهدف الذي يتميز باللاتجانس، دون أن نهمل الدور العميق الذي تقوم به الأسرة.

1. دور وسائل الإعلام المرئية والمكتوبة في نشر الوعي البيئي :

إن التعرف على أهمية وسائل الإعلام وخصائصها يكشف عن أهمية دورها التربوي، فالإعلام هو المحرك والمعبّر عن مقومات النشاط الاجتماعي، وهو الذي يعلو بالإنسان عن غريزته إلى المطامح الحضارية ويدفعه إلى تبني سلوكيات إيجابية راقية لصالح البيئة.

ومن ثم يمكن للإعلام أن يشارك مشاركة فعالة في نقل مفاهيم الوعي البيئي إلى الأفراد وينمي بينهم الشعور بأهمية الحفاظ على البيئة خاصة وأنه من المعروف أن للإعلام دور أساسي في عملية التربية والتثنية، بل أصبح تأثيره معروفاً ويفوق تأثير مختلف المؤسسات التربوية الأخرى بحكم عوامل كثيرة¹.

ومن خلال هذه العوامل نستنتج أنه لكل وسيلة من وسائل الإعلام مميزات وخصائصها تختلف بها عن الأخرى مما يجعل لها أهميتها في الدور التربوي للإعلام عن طريق مخاطبة شريحة ما من شرائح المجتمع بشكل أفضل.

لهذا فإن نشر الوعي البيئي يحتاج إلى الوسائل السمعية البصرية والمقروءة ليصل إلى قطاعات المجتمع كافة.

ففي مجال الإعلام البيئي أصبح للتلفزيون أهمية كبيرة في مجال التوعية البيئية، وذلك لانتشار جهاز التلفزيون، واكتسابه ميزة الصدق لاعتماده على الصورة التي تتميز عن الكلمة المسموعة، وبأنها وسيلة إقناعية تضيف الصدق².

▪ دور الإعلام التلفزيوني في تكوين الوعي البيئي :

يلعب الإعلام التلفزيوني دوراً مهماً في تكوين الوعي البيئي على مستوى جماهيري واسع باعتبار أن البيئة هي المجال العام للحياة، ويتحقق ذلك من خلال النظر إلى ما تقدمه البرامج

¹ - وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة، الصحافة من أجل البيئة، مجلة تكوين صحافيين من أجل البيئة، فيفري - ماي 2008، ص 14.

التلفزيونية من رسائل ومضامين تهدف إلى خلق وترسيخ قيم المحافظة على البيئة.

فمن خلال ما سبق يمكن القول بأن وسائل الإعلام تعد مؤسسة تربية تملك القدرة على القيم بدورها التربوي في نشر الوعي البيئي، وكان هذا وراء ظهور الإعلام البيئي كنتيجة لتفاعل وسائل الإعلام مع الإجراءات التي اتخذتها الدول والمنظمات الإقليمية بشأن مشكلات البيئة.

• دور الصحافة المكتوبة :

تعد الصحافة المكتوبة هي الأخرى وسيلة إعلام، فهي لا تفيد إلا الذين يستطيعون القراءة ويملكون الوسائط التكنولوجية الحديثة التي تسمح لهم بالتعرض لما تكتبه الصحف عن طريق الانترنت مثلا أو يكونون قادرين على شراء الصحيفة ولديهم الوقت الكافي الذي يسمح لهم بقراءتها.

وإذا سلمنا جدلا بأن عشر في المائة من الناس يقرؤون ما يفيد ويتأثرون به، فإنهم يتحولون بالتدريج من السلبية إلى الإيجابية ومن حالة اللاوعي إلى حالة الوعي فيشاركون في اتخاذ القرارات التي من شأنها أن ترفع من مستوى البيئة التي يعيشون فيها، أو على الأقل يشكلون عنصرا ضاغطا على أصحاب القرار.

ولكي يقوم الإعلاميون والتربويون والقيادات المحلية بمسؤولياتهم في مواجهة القضايا البيئية، لابد أن يزودوا بكل المعلومات والحقائق التي تساعد على أداء دورهم، وأن يدرّبوا التدريب المناسب على كيفية تبسيط هذه المعلومات وتوصيلها إلى

المواطنين (طبيعة الرسالة البيئية الإعلامية)^(*) بمستوياتهم الثقافية والتعليمية المختلفة!

2. المحددات الإعلامية في تناول القضايا والموضوعات البيئية :

يقصد بالمحددات الإعلامية العوامل المتعلقة بالبناء المؤسساتي لوسائل الإعلام وطبيعة عملها ومستوى العاملين بالإعلام من حيث المهنية ودرجة إلمامهم وإدراكهم بقضايا البيئة. فالتلفزيون الجزائري مثلا كمؤسسة إعلامية عمومية تختلف طريقة تناولها ومعالجتها للموضوعات البيئية تماشيا وسياسة الدولة في هذا المجال.

- معايير ومحددات المعالجة الإعلامية الدائمة لقضايا البيئة :

هناك معايير ومحددات يجب توفرها أثناء المعالجة الإعلامية للقضايا البيئية وهي :

✓ الشمول والتكامل في المعالجة والتغطية الإعلامية الخاصة بالقضايا والأزمات البيئية وما تنتج عنها من آثار.

✓ عدم الاكتفاء بالتغطيات الإخبارية غير المعززة بالتفسير والتحليل لقضايا البيئة.

✓ تجنب الإغراق أو التكتيف المباشر لأنه يؤدي إلى درجة من التشبع وانصراف الجمهور المستهدف من خلال :

(*) - تعد الرسالة الإعلامية التي تبث في مساعدة بناء أو فهم الظروف المحيطة وتحدث تأثير في المستقبل، فيجب على الرسالة الإعلامية البيئية أن تتميز بالخصائص التأثيرية والالتحرف عن مسارها الأصلي في بثها للمعلومات البيئية الصحيحة نقلا من الواقع الحقيقي.

1 - لبنى عبد العزيز الجابري، معالجة القضايا البيئية في القنوات الفضائية العربية، مجلة الإذاعات العربية، 2010، ص 63.

- تعدد زوايا المعالجة
- التنوع في الأشكال الإعلامية التي تتم من خلالها المعالجة
- اختيار التوقيت الأنسب لطرح هذه القضايا
- عدم الاكتفاء في المعالجة بمجرد التسجيل أو التوصيف.
- تقديم المعلومات والحقائق بصورة مبسطة خالية من التعقيد
- الحرص على الدقة في المعلومات المقدمة
- الحرص على أن يكون عرض قضايا البيئة ومشكلاتها عادلاً ومتوازناً
- التقليل قدر الإمكان من نقمة التشاؤم في معالجة قضايا البيئة
- طرح قضايا بشكل متوازن يتيح إيجاد حوار موضوعي بين الأطراف المختلفة

- النظر إلى قضايا البيئة نظرة متكاملة
- عرض النماذج والجهود الإيجابية للتصدي للأخطار والمشكلات البيئية، وعدم الاكتفاء بالسلبيات فقط.

- الفئات المستهدفة في التغطية الإعلامية للقضايا والأزمات البيئية¹ :

- صانعو القرار ومتخذوه من التشريع والتنفذين.
- قادة الرأي في المجتمع، من أساتذة الجامعات والباحثين وعلماء الدين وأعضاء الأحزاب والجمعيات.
- أعضاء الجمعيات وأطراف المجتمع المدني.

¹ - مصطفى هويدا، إسهام الإعلام في تنمية الوعي البيئي بالتطبيق على قضية التغيرات المناخية، مجلة الإذاعات العربية، 2010، ص 28.

القيادات الإعلامية لما لها من دور أساسي في نشر الوعي والمعرفة بقضايا البيئة، وطرح أساليب وطرق المحافظة عليها وتبني السلوك الإيجابي المطلوب لمعالجة الأزمات والأخطار البيئية، ومحاولة احتواء أثارها والحد منها، وتبني سلوكيات تحول دون وقوع أزمات مماثلة بما يعرف بالأسلوب الوقائي.

القراء العاديون بكافة قطاعهم وفئاتهم ومخاطبتهم من خلال رسائل مبسطة في أشكال صحفية وإعلامية جذابة تتناسب مع خصائص كل فئة واهتماماتها واحتياجاتها، بما يساعد في تنمية الوعي البيئي.

- أهمية التعامل الجيد مع بعض المتغيرات التي يجب أن يؤخذ في الاعتبار عند أي معالجة إعلامية :

تحديد الهدف من المعالجة بدقة مع وضع أولويات للمعالجة

تحديد فئات الجمهور المستهدف من المعالجة لوضع أسلوب للمعالجة يتفق وطبيعة الجمهور وخصائصه.

هنا لابد من أن تهتم المعالجة ببعض الفئات وإثارة الوعي على ثلاثة مستويات وهي :

المسؤولون بالهيئات الرسمية وهي التي في يدها سلطة اتخاذ القرار ووضع القوانين والتشريعات المنظمة لقطاع البيئة.

الإطارات والنخب المثقفة التي تساهم من خلال المواقع التي تحتلها في إثارة الوعي والاعتناء بقضايا البيئة.

الجمهور العادي، ويراعي أن تكون المعالجة الخاصة به تستهدف اهتماماته المباشرة.

➤ الدقة في اختيار الوسيلة طبقا للموضوع والقضية المثارة مع تكامل الأدوار بين هذه الوسائل.

➤ التأثير في القائم بالاتصال من خلال تنمية مستوى وعيه وإدراكه لقضايا البيئة¹.

وعلى الرغم من الكم الهائل من الدراسات التي أجريت في الإعلام البيئي على المستوى العالمي، إلا أنها في معظمها لن تنتبه من غيرها إلى كيفية تعامل الجمهور مع القضايا البيئية التي تعالجها مختلف وسائل الإعلام وما تحدثه من تأثيرات.

كما أنها لم تحدد على نحو قاطع أي وسائل الإعلام أكثر تأثيرا من غيرها أو كيف يتعامل الجمهور مع التغطية الإعلامية البيئية.

إلا أن هناك اتجاها عاما يشير إلى قدرة الصحافة والتلفزيون في نشر المعلومات البيئية بكفاءة عالية، وقد اتجهت بعض الدراسات إلى البحث في العوامل التي تعزز من دور وسائل الإعلام في مجال نشر المعلومات البيئية، مثل طبيعة الوسيلة الإعلامية والمستوى التعليمي وطبيعة الرسالة وغيرها.

3. أساليب وطرق المعالجة الإعلامية للقضايا والازمات البيئية :

✓ النموذج الأول :

تمثل التغطيات الصحفية والإعلامية التي تركز على المتابعة الإخبارية والتغطية الصحفية التي تفصل الحدث عن أسبابه ونتائجه وتركز عليه لذاته، ويقل في هذا النموذج الاهتمام بالتحقيقات الميدانية الموثقة عن البيئة، مما لا يساعد الجمهور على اكتساب

¹ - مصطفى هويدا، مرجع سبق ذكره، ص 30.

المعرفة التي تسمح له بتبني اتجاهات إيجابية إزاء القضايا البيئية عن طريق تعديل السلوك وتحسين نمط التفاعل مع البيئة.

✓ النموذج الثاني :

يتمثل في النظرة المتكاملة لقضايا البيئة في علاقتها العضوية بالقضايا المجتمعية الأخرى، وهو نمط من المعالجة يتبنى مفهوم الاستمرارية والشمول والمتابعة الدائمة، وإبراز علاقة التأثير والتأثر بين مشكلات البيئة والمشكلات الحياتية للمواطنين مع تبني نمط معالجة يركز على إبراز قيم المشاركة وتحديد المسؤوليات وإبراز أهمية التنسيق بين أبعاد التصدي للقضايا البيئية وإبراز دور الجهات المسؤولة والمشاركة في تحمل أعباء الحفاظ على البيئة ومواجهة الأزمات والمشكلات البيئية¹.

- نظريات التأثير المستخدمة في التغطية الإعلامية البيئية

- نظرية الأجندة Setting لدراسة أثر التغطية الإعلامية البيئية :

تعد هذه النظرية من أهم النظريات التي اعتمد عليها الباحثون لدراسة أثر التغطية الإعلامية البيئية²، وهي تشير إلى وجود علاقة ارتباطية قوية بين التغطية الإعلامية للقضايا البيئية واهتمام الجمهور بنفس القضايا البيئية.

ولا تقف حدود تأثيرات الأجندة على صياغة اهتمام الجمهور بالقضايا التي تثار في وسائل الإعلام لكن، الأهم أن هذه الاهتمامات تساهم في تشكيل اتجاهات الجمهور وسلوكياته وذات القضايا المثارة وهذا هو التأثير الأشمل لوضع الأجندة.

¹ - الموقع الإلكتروني : <http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=169847> ، تم تصفحه بتاريخ 2012/02/22 ، الساعة 20 : 15

² - سناء محمد الجبور ، مرجع سبق ذكره ، ص 96.

- نظرية الفجوة المعرفية لدراسة أثر التغطية الإعلامية البيئية :

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

كما اتجهت بعض الدراسات إلى البحث في التأثير الاتجاهي لوسائل الإعلام على الجمهور، وفيها اتضح أن ثمة علاقة بين التغطية الإعلامية واتجاه الجمهور نحو ما تدعو إليه وسائل الإعلام من سلوكيات سليمة وصحيحة تجاه البيئة.

- نماذج التغطية الإعلامية للبيئة :

- التغطية الإعلامية القائمة على الإثارة المرتبطة بالأزمات والمشكلات البيئية :

حيث يكتفي بعرض الجوانب الصارخة في الأحداث البيئية¹، وتغيب الإشارة إلى الأسباب مع الميل إلى التهويل والمعالجة السطحية، وتنتهي التغطية الإعلامية بانتهاء الحدث دون الحرص على متابعته أو تفسير آثاره.

وتوصف هذه المعالجة بالآنية والمبتورة والمتسرعة، والاهتمام البيئي هنا لا يزيد عن كونه استجابة لما يفرضه أداء هذه الوسائل الإعلامية، وليس نابع من خطط وبرامج مدروسة مسبقا لحماية البيئة.

¹ - زهير عابد، دور الإعلام في تنمية الحمص البيئي، مجلة الإذاعات العربية، 2009، ص 53.

خاتمة

من خلال ما تم تقديمه في هذا الموضوع يمكن أن نخلص في نهاية هذا المقال كخاتمة تتمثل في بعض الاقتراحات والتوصيات لتحسين وتفعيل دور الإعلام البيئي في نشر الوعي البيئي، نلخصها فيمايلي :

- تكوين صحفيين متخصصين في مجال البيئة.
- تنظيم حملات اعلامية بيئية للمواضيع الهامة الطارئة أو ذات الأولوية بالتعاون مع الجهات المعنية.
- التعاون مع الجمعيات غير الحكومية ذات الصلة بالشأن البيئي.
- تعزيز دور الإعلام البيئي ليكون مشاركا على نحو فعال.
- تشجيع التواصل بين الإعلاميين البيئيين مع الخبراء والمتخصصين والمهتمين.

- قائمة المصادر والمراجع :

- زهير عابد، دور الإعلام في تنمية الحس البيئي، مجلة الإذاعات العربية، 2009، ص :
http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=169847 : تم تصفحه بتاريخ 2012/02/22، الساعة 15 : 20
- لبنى عبد العزيز الجابري، معالجة القضايا البيئية في القنوات الفضائية العربية، مجلة الإذاعات العربية، 2010.
- مصطفى هويدا، إسهام الإعلام في تنمية الوعي البيئي بالتطبيق على قضية التغيرات المناخية، مجلة الإذاعات العربية، 2010.
- وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة، الصحافة من أجل البيئة، مجلة تكوين صحافيين من أجل وزارة تهيئة العمرانية والبيئة والسياحة، الصحافة من أجل البيئة، مجلة تكوين الصحافيين في مجال البيئة، فيفري/ماي 2008 البيئة، فيفري-ماي 2008،
- مصطفى هويدا، إسهام الإعلام في تنمية الوعي البيئي بالتطبيق على قضية التغيرات المناخية، مجلة الإذاعات العربية، 2010.