

تجليات الإعلام البيئي في تحقيق الاستدامة البيئية

Environmental media manifestations in environmental sustainability

حنون بديدة*

جامعة — باجي مختار (الجزائر)، hanounebadia@gmail.com

تاريخ الإرسال: 2020/08/18 تاريخ القبول: 2020/09/24 تاريخ النشر: 2021/01/15

ملخص:

تهدف هذه الورقة البحثية إلى إبراز الدور الجوهري للإعلام البيئي في نشر الوعي البيئي وتعزيزه كممارسة وثقافة مستدامة، مستندة إلى أخلاقيتنا وقيمنا الأصيلة، والمحافظة عليها بمضامين هادفة ومؤثرة، تعمل على ترسيخ تربية بيئية خضراء، تعزز الممارسة العملية والاستدامة الأركيولوجية الفاعلة ومنجزاتها التنموية، وضرورة اتخاذ الإعلام كشريك رسمي في تحقيق الاستدامة البيئية، وتدارك أهميته في تسليط الضوء على مواضيع البيئة كحتمية، تضمن الاستغلال الرشيد والعقلاني على المستوى الفردي والجمعي والمؤسسي، وإحياء روح المواطنة البيئية كتحدي نراهن عليه برسائل مقنعة، واستراتيجيات تقوم على مبدأ تكاثف وتناسق الجهود بين كافة الأطراف الفاعلة لفهم العلاقة التأثيرية والتكاملية بين الإنسان وبيئته، لأن البيئة مسؤولية الجميع خاصة في عصرنا الراهن، نتيجة التطورات التكنولوجية والصناعية المتزايدة والآثار المترتبة عنها تحت شعار المواطن الصديق للبيئة، باعتبار الحياة والبيئة الخضراء هي الطاقة البديلة للمجتمعات والدول.

الكلمات المفتاحية: الإعلام البيئي، التنمية المستدامة، الاستدامة البيئية، الوعي البيئي.

Abstract:

This research paper aims to highlight the essential role of environmental media in spreading environmental awareness and promoting it as a sustainable practice and culture, based on our original ethics and values, and preserving them with meaningful and influential contents that work to establish green environmental education that promotes practical practice and effective archaeological sustainability and its developmental achievements, and the need to take media As an official partner in achieving environmental sustainability, and realizing its importance in highlighting environmental issues as an inevitability, it values rational and rational exploitation at the individual, collective and institutional levels, and revives the spirit of environmental citizenship as a challenge we are betting on with convincing messages, and strategies based on the principle of intensifying and coordinating efforts among all actors to understand the relationship Influentialism and complementarity between man and his environment, because the environment is everyone's responsibility, especially in our current era, as a result of the increasing technological and industrial developments and their implications, urging the environment-friendly citizen slogan, considering green life and the environment as the alternative energy for societies and states.

Keywords: Environmental media; Sustainable development; Environmental sustainability; Environmental awareness.

* المؤلف المرسل.

مقدمة:

يشهد العالم تغيرات جوهرية في مختلف القطاعات والمجالات.... ومن بينها المجال البيئي ، هذا الأخير الذي يعد كأحد أهم القطاعات التي تؤثر وتتأثر بمختلف التغيرات والتطورات التي أصبحت ذات بعد عالمي، الأمر الذي أدى إلى ظهور إعلام بيئي متخصص كتحصيل حاصل لهذه التغيرات التي باتت تأثيراتها تشكل خطراً على الفرد والمجتمع، وظهور الاستدامة البيئية كمطلب قائم على الاستغلال الأمثل والفعال للموارد الطبيعية الأركيولوجية والتي تمثل أكبر تحديات الإعلام البيئي في عصرنا الراهن، حيث يساهم في تحقيق الاستدامة البيئية كاستثمار حالي ومستقبلي من خلال أدائه لمسؤولياته الإعلامية والمجتمعية بالشكل المطلوب، والاستجابة لمطلب حتمية حل المشكلات البيئية التي تتفاقم بشكل ملفت بسبب التضخم الصناعي والتكنولوجي، وبالتالي الاستدامة والوعي البيئي كأنشطة واستراتيجيات فرضت نفسها بشكل كبير على المؤسسات في المجتمع كمسؤولية مجتمعية تجعلها تحضي بالقبول في السياقات المتواجدة فيها، ولتحقيق ذلك يتطلب الأمر تكاثف وتضافر جهود كل الأطراف في المجتمع كل حسب مسؤولياته ومركزه نتيجة تعدد أسبابها وتفاقم خطورتها، وبالتالي استخدام التكنولوجيا والإعلام والاستدامة كآليات ارتبطت بجميع المجالات والتخصصات بشكل متكامل نتيجة التغيرات والتطورات التكنولوجية والصناعية المتسارعة.

فحماية البيئة من التحديات التي تواجه العالم من خلال الاستغلال الأمثل والرشيد والعقلاني للموارد المتاحة بسبب تدخل الإنسان في التوازنات البيئية والمؤدية إلى ظواهر عديدة كالاختباس الحراري والتسرب النووي ونفايات المصانع... التي يؤدي إلى استنزافها، الأمر الذي جعل كل الجهات المسؤولة من العلماء والمختصين تدق ناقوس الخطر وتعلن ضرورة مواجهتها بوعي، باستخدام مختلف وسائل الإعلام المتاحة بمضامينها المتنوعة والهادفة كآلية لنشر الوعي البيئي وبلورة الرأي العام لاتخاذ خطوات عملية، وتزداد فاعلية الإعلام البيئي من خلال تواجده الدائم في ذهن الجمهور بمختلف فئاته الاجتماعية وتغطيته لهذه الفعاليات دوماً لغرس الشعور بالمسؤولية البيئية والانتماء، أي محاصرته من مختلف الجوانب بالشكل الذي يجعله ينمى وعيه وسلوكه البيئي بطريقة غير مباشرة وبشكل مستدام.

I. ضبط المفاهيم :

أ. مفهوم الإعلام البيئي: يعرف الإعلام البيئي بأنه إعلام متخصص يوجه رسالته ويوظفها في خدمة قضايا البيئة، مستخدماً في ذلك العديد من الوسائل والقنوات الاتصالية للوصول إلى الجمهور، وازدادت الحاجة إليه في الآونة الأخيرة بالتزامن مع تعاظم الاهتمام الدولي بالبيئة، وظهور الكثير من المشكلات البيئية في كثير من دول العالم.

فعند الحديث عن الإعلام البيئي لا يمكن أن نغفل نقطة أساسية تتمثل في الوعي البيئي الذي يعتبر من أهم المكونات الأساسية التي توجه السلوك البيئي الإيجابي لدى الفرد أو حتى المؤسسات ككيانات معنوية أو شخصيات اعتبارية، فالوعي هو نقطة التحول لإحداث التغيير في حماية البيئة لهذا فأهم هدف يركز عليه الإعلام البيئي هو خلق الوعي البيئي وتحفيزه للمشاركة الفعالة في مشاريع التنمية والبيئة للحفاظ على حقوق الأجيال القادمة والعيش في بيئة صحية وسليمة. (أمال، 2014، صفحة 244)

ويعرف الإعلام البيئي بأنه جزء من سياسة بيئية عامة وليس مجرد أداة للإعلان عن سياسة بيئية جاهزة، بل يهدف إلى تنمية الوعي البيئي لدى قطاعات المجتمع المختلفة حتى تتشارك بفاعلية في تطوير السياسات البيئية ومراقبتها ومراجعتها كما يهيئ الجمهور والمسؤولين لدعم تنفيذ السياسات والتدابير البيئية، ومن ضمن الاهتمامات الرئيسة للإعلام البيئي إحداث تغيير سلوكي في مواقف الناس من البيئة وتعاملهم معها، ويهدف الإعلام البيئي أساساً إلى تحفيز الجمهور للمشاركة الفعالة في رعاية البيئة وهذا يكون من خلال دفع الناس إلى العمل الشخصي وتشجيعهم على الحوار وإيصال آرائهم إلى المسؤولين، بدفع الجمهور إلى الانخراط في عملية التخطيط واتخاذ القرار، إذ أن مشاركة الجمهور في الحوار البيئي تؤدي إلى تعميم الوعي البيئي للحفاظ على موارد الطبيعة كما تعطي المسؤولين صورة واضحة عن اهتمامات الرأي العام. وتهدف السياسة الوطنية للإعلام البيئي أيضاً إلى إجراء تعديل سلوكي في مواقف الناس وتصرفاتهم وتعاملهم مع البيئة.

فالإعلام البيئي يخلق حساً بالانتماء الاجتماعي وبالدور المركزي للفرد والعمل الشخصي في حماية البيئة التي هي ملك مشترك، وتعمل السياسة الوطنية للإعلام البيئي على توفير المعلومات الموثوقة لوسائل الإعلام عن طريق شبكات اتصال بالمؤسسات العلمية والمنظمات الدولية المختصة. (كرم، 2017، صفحة 3)

يعرف الإعلام البيئي على أنه عملية إنشاء ونشر للحقائق المتعلقة بالبيئة من خلال وسائل الإعلام بهدف إيجاد درجة من الوعي البيئي وصولاً إلى التنمية المستدامة. (مجان، 2017، صفحة 368)

يعتبر الإعلام البيئي كإعلام متخصص يتناول بالطرح والتحليل والنقاش القضايا البيئية التي تعالج بأسلوب أكثر عمقا وتخصصاً من الأسلوب الذي تتناوله به وسائل الإعلام العامة، لأنها تتناوله كفقرة أو برنامج فهو يعالج القضايا المتعلقة بالبيئة والتنمية المستدامة بشكل خاص ودقيق وليس عرضي، يسعى لحماية البيئة من خلال خطط واستراتيجيات إعلامية موضوعة على أسس علمية سليمة تستخدم فيها كافة وسائل الإعلام، وبالتالي أصبح له أهميته البالغة في إبراز خطورة المشاكل البيئية وضرورة معالجتها.

ب. مفهوم التنمية المستدامة: تعرف التنمية المستدامة بأنها تنمية تفاعلية حركية تأخذ على عاتقها تحقيق المواءمة بين أركانها الثلاثة: البشر، الموارد البيئية، الموارد الاقتصادية، وهي مجموعة من السياسات والإجراءات، التي تتخذ للانتقال بالمجتمع إلى وضع أفضل باستخدام التكنولوجيا المناسبة للبيئة لتحقيق التوازن بين بناء الموارد الطبيعية وهدم الإنسان لها في ظل سياسة محلية وعالمية للمحافظة على هذا التوازن.

وتعرف التنمية المستدامة بأنها تنمية حقيقية مستمرة ومتواصلة هدفها وغايتها الإنسان، تؤكد على التوازن بين البيئة وأبعادها الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، بما يساهم في تنمية الموارد الطبيعية وتمكين البشرية من إحداث تحولات في القاعدة الصناعية والتنموية، على أساس عملي مخطط وفق إستراتيجية محددة لتلبية احتياجات الحاضر والمستقبل، وكذا على أساس المشاركة المجتمعية مع الإبقاء على الخصوصية الحضارية للمجتمعات. (أبو النصر، 2017، صفحة 3)

كما تعرف التنمية المستدامة بأنها عبارة عن نشاط ديناميكي مستمر، يقوم على تحقيق التوازن بين طاقاتها ومواردها الطبيعية بالشكل الذي يضمن لها تلبية احتياجات الفرد في العصر الراهن، وضمان ما هو أفضل للأجيال القادمة، وبالتالي الانتقال السلس للموارد الطبيعية بشكل يجعلها قابلة للتطوير والتجديد والاستمرارية

بدل الاستنزاف وفق خطط واستراتيجيات تضعها المؤسسات والحكومات في مختلف القطاعات وعلى مستوى كل الأبعاد.

ت. مفهوم الاستدامة البيئية: الاستدامة البيئية في السنة النبوية بأنها: "التفاعل الإيجابي للإنسان مع مكونات البيئة، واستثمارها بما يضمن استمراريتها، تبعاً للمبادئ والضوابط الإسلامية"، وتقوم الاستدامة البيئية على مفهوم محدودية الموارد الذي ظهر خلال السبعينات وتأكّدت صحته خلال الثمانينات، وهو الذي أدى إلى ظهور مفهوم التنمية المستدامة التي تقتضي أن يتعامل الإنسان مع البيئة ومع مواردها بكيفية تضمن حاجاته الآنية وحاجات الأجيال المقبلة في نفس الوقت. (الخرمان، 2017، صفحة 199)

الاستدامة البيئية تمثل الاستخدام العقلاني والرشيد للموارد المتاحة بشكل إيجابي يتقبل فيها الإنسان الموارد المتوفرة المادية وغير المادية والتعامل معها بشكل إيجابي، وهي هدف يتطلب العمل على ضمان الحماية البيئية وكذا حماية كل الثروات في مختلف المجالات والقطاعات من الاستنزاف الذي تتعرض له في عصرنا الراهن، والتطلع لاستمراريتها في المستقبل والدفع بعجلة التنمية من خلال جعل الاستدامة والوعي البيئي ضمن إستراتيجية أي مؤسسة، فالاستدامة رأس المال الطبيعي يسعى للحفاظ على كافة الموارد الطبيعية وتركها في حالة جيدة للأجيال القادمة.

ث. مفهوم الوعي البيئي: يعرف بأنه وعي المواطنين بالبيئة والمشكلات المتعلقة بها، وتزويدهم بالمعرفة والمهارات والاتجاهات وتحمل المسؤولية الفردية والجماعية تجاه حل المشكلات المعاصرة والعمل على منع مشكلات بيئية جديدة.

كما يعرف الوعي البيئي بأنه عملية إعداد الإنسان للتفاعل الناجح مع بيئته الطبيعية، بما تشمله من موارد مختلفة وتتطلب هذه العملية العمل على تنمية جوانب معينة لدى المتعلم، منها توضيح المفاهيم وتعميق المبادئ اللازمة لفهم العلاقات المتبادلة بين الإنسان وثقافته من جهة وبينه وبين المحيط البيوفيزيقي من حوله من جهة أخرى، كما تتطلب أيضاً تنمية المهارات التي تمكن الإنسان من المساهمة في حل ما قد تتعرض له بيئته من مشكلات وما قد يهددها من أخطار والمساهمة في تطوير ظروفها، (قريد، 2013، صفحة 65)، وكذلك تكوين الاتجاهات والقيم التي تحكم سلوك الإنسان إزاء بيئته، وأثار ميوله واهتماماته نحو بيئته وإكسابه أوجه التقدير لأهمية العمل على صيانتها والحفاظة عليها وتنمية مواردها.

يعدّ الوعي البيئي بمثابة مجموع المعارف والمكتسبات التي تتشكل لدى الفرد اتجاه بيئته، فهو يعتبر من بين أهم الأسرار الكامنة وراء نجاح المؤسسات واستمراريتها الذي تعتمد كفلسته في نشاطاتها المجتمعية بالاعتماد على الإعلام البيئي كشريك فاعل في تحقيق هذه النقلة النوعية، فالوعي الفردي والجماعي والمؤسسي هو السلاح الوحيد لتحقيق الاستدامة، وبفضل فعاليته ومسؤولياته في جعل البيئة بمواضيعها المختلفة محل اهتمام السياسيين ضمن أجنداتهم وبرامجهم للحد من الاستنزاف العشوائي لمواردها لأنها تشكل القلب النابض لأي مجتمع كونها من أبرز القضايا الراهنة.

II. أهداف الإعلام البيئي لخلق سلوك مستدام

- إن تحديد الأهداف من أي نشاط أو وظيفة أو تخصص علمي وبحثي يساعد على النجاح في وضع خطط واستراتيجيات واضحة ومنهجية، وعليه تتجلى أهم أهداف الإعلام البيئي فيما يلي:
- ✓ تحقيق وعي بالبيئة وتنمية الحس بها لدى كل متلقي للرسالة الإعلامية البيئية حتى يصبحوا مواطنين فاعلين في تحقيقها، ويكونوا من عوامل التنمية المستدامة المتواصلة بحفاظتهم على البيئة والدعوى للتخلي عن سلوكيات تضر بالبيئة والمجتمع.
 - ✓ تنمية القدرات البيئية وحمايتها ما يتحقق معه تكييف وظيفي سليم اجتماعيا وحيويا للمواطنين، ينتج عنه ترشيد السلوك البيئي في تعامل الإنسان مع محيطه، وتحفيزه للمشاركة بمشروعات حماية البيئة والمحافظة على الموارد. (خلف، 2012، صفحة 5)
 - ✓ طرح مختلف قضايا البيئة وتقديمها بصورة مبسطة وشاملة للجمهور، وتزويدهم بالمعلومات ذات الصلة بالبيئة وإعلامهم بكل جديد حولها محليا وعالميا.
 - ✓ يهدف أيضا الإعلام البيئي إلى تعزيز الاتجاهات البيئية الإيجابية والتي تدفع المستهدفين إلى المشاركة بفعالية في حل مشكلات البيئة علاوة على تغيير السلوكيات الضارة بالبيئة عبر تسليط الضوء على جوانب ومظاهر الإضرار بها وإبداء الملاحظات اتجاه كل الإجراءات والقرارات التي تؤثر سلبا على البيئة. (رحماني، 2019، الصفحات 51-52)
 - ✓ كما يهدف الوعي البيئي إلى أن يصبح المواطن العادي ملما بالعلاقات الأساسية ومدى تأثير كل منها في الآخر وتأثير الإنسان عليها.. (بوشي، 2016، صفحة 83)
 - ولكي يحقق الإعلام البيئي أهدافه يستوجب أن تتوفر عوامل نجاحه، والتي تحقق المعلومات البيئية والتأثير على الجمهور المستهدف طبقا للأهداف الموضوعية لحماية البيئة وبما يتناسب مع الأوضاع والظروف المحيطة، وينبغي أن يتم التنسيق والتعاون بين مختلف الوسائل الإعلامية للعمل في اتجاه واحد ومن خلال خطة إعلامية متكاملة، ولتحقيق هذا يتطلب ما يلي:
 - ✓ **السياسة الإعلامية:** ويتحدد في ضوئها علاقة وسائل الاتصال الجماهيري بالسلطة السياسية، وما يرتبط بها من تحكم وتوجيه للسياسات الإعلامية، ومدى قدرة وسائل الإعلام على مناقشة مظاهر التدهور البيئي وما يتعلق منها بالأداء الحكومي أو التلوث الناتج عن منشآت قطاع ما، فإن درجة الحرية المتاحة تتوقف على المعالجة الإعلامية لقضايا المجتمع.
 - ✓ **السياسة البيئية للدولة:** وتتمثل في الاهتمام الذي توليه القيادة السياسية لمشكلات البيئة، فهذا الاهتمام هو المحرك للمشكلات وللمتابعة الإعلامية مثلما أكدت الدراسات الإعلامية، بأن التوسع في تغطية حدث بيئي ينبع من الاهتمام السياسي بها.
 - ✓ **مستوى ونوع الوعي البيئي لدى القيادات الإعلامية:** ويحدد هذا المستوى مدى شعور القيادات الإعلامية بالمخاطر البيئية حيث تعتبر القضايا البيئية موضوعات موسمية.

✓ **اتساق الرسالة البيئية مع النسق القيمي:** إعداد الرسالة البيئية في ضوء السمات العامة للجمهور والفئات التي تنتمي إليها، وكلما ارتبطت الرسالة البيئة بأوضاع المواطن وظروفه الاقتصادية والاجتماعية زادت فرصتها في القبول والإقناع.

وبالتالي يجب أن تكون أساليب التغطية الإعلامية واضحة ومحددة، معتمدة على الحقائق والواقع مستخدمة كافة الأشكال الإعلامية .

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

1. الدعم والتشجيع الدائمين من قبل الإدارات البيئية للفنانين والإعلاميين والصحفيين وتحفيزهم للإبداع في الطرح البيئي، وتوفير قواعد البيانات ومصادر للمعلومات البيئية وتعيين جهة مسئولة لديها القدرة على إيصال المعلومة البيئية بشكل جيد مدعومة بالأرقام والبيانات.
2. توعية شاغلي المناصب العليا الإعلامية بأهمية الدور الذي يقومون به للحفاظ على البيئة والمساهمة في استمرارية التنمية المستدامة بالوطن.
3. التخطيط الإعلامي المسبق للأهداف المرجوة من الطرح الإعلامي البيئي لما يخدم المصالح العليا للوطن وبعيداً عن الإثارة غير المبررة.
4. تبادل الخبرات المكتسبة في مجال التوعية والإعلام البيئي بين الجهات المسؤولة عن التوعية والإعلام البيئي في القطاعين الحكومي والخاص لصقل وتنمية مهارات القائمين على الإعلام البيئي.
5. منح المجتمع وعلى جميع مستوياته الفرص في تحمل مسؤوليته بالمشاركة في طرح رأيه البيئي عبر القنوات الإعلامية لتكون وسيلة إبداعية تفاعلية لنشر الوعي والثقافة البيئية. (مجان، 2017، الصفحات 370-371)

(371)

تعدد أهداف الإعلام البيئي في تحقيق استدامة بيئية من دولة لأخرى ومن هيئة أو مؤسسة لأخرى، كل حسب علاقته ومسؤولياته اتجاه بيئته، إلا أن كل الأطراف تشترك في تحقيق هذه الأهداف من خلال مايلي:

ضرورة فهم بأن الوعي البيئي مسؤولية الجميع، فرمي النفايات في الأماكن المحددة لها، والحفاظ على الغابات من الحرائق وتشجيع التشجير الفردي والجماعي والحد من التلوث الإشعاعي والكيميائي، وكذا التلوث البحري وغيرها من أنواع التلوث تجعلنا نعرف أن الجميع مسؤول عن الوضع البيئي في بلاده سواء كانت بيئة نظيفة أو ملوثة.

وتحقيق بيئة نظيفة ينتج من وعي فردي وجمعي ومؤسسي يخلق سلوك ووعي بيئي مستدام يعود بالفائدة الصحية والنفسية والاقتصادية والسياحية على الفرد والمجتمع ، فهذا الوعي يفرض علينا رقابة ذاتية قابلة للخضوع للرقابة والقوانين المفروضة من طرف الجهات المخول لها بذلك، كما يستلزم تشجيع العمل الجماعي لما له من أهمية بالغة في التوعية والتحسيس، وبالتالي يمكن القول بأن تحقيق الوعي يساهم بشكل كبير جدا في تحقيق الأهداف الجزئية التي تعد شرط لتحقيق الأهداف العامة وعليه تتحقق الإستدامة البيئية.

III. الإعلام البيئي في عصرنا الراهن مطلب أم خيار لتحقيق الاستدامة البيئية؟

يعتبر الإعلام المعاصر إعلام معلومات وتحليل، وليس إعلام مواعظ وافتراضات عبثية، ففي موضوع البيئة تحديداً تجاوزنا مرحلة إقناع الناس بأهمية الحفاظ على البيئة السليمة، إلى مرحلة تحديد الأساليب الناجعة لتحقيق هذا الهدف النبيل الذي أصبح مقبولا، وهذا يعني معاملة البيئة إعلامياً كقضية وليس كأخبار في صفحات النشاطات الاجتماعية، لأن إعادة تدوير الأخبار بلا معلومات جديدة وبلا تحليل موضوعي موثوق، يجعل من الإعلام اجتراراً ويفقده مصداقيته، ناهيك عما في هذه الممارسة من استهتار بالجمهور واستخفاف بقدراته ومداركه، إذ ان الجمهور لا يستمع إلى من يتعامل معه بخفة.

وقد احتلت مسألة التنمية المستدامة في السنوات الأخيرة مكانة هامة لدى دول العالم نظراً لشموليتها وارتباطها بجميع هذه الدول، والأهم من ذلك أنها تركز على مجموعة من المبادئ تشكل المقومات الجوهرية التي تستند عليها في تحقيق استراتيجياتها الرامية لتحقيق العيش الكريم والرفاهية للأجيال الحالية دون المساس بحقوق الأجيال اللاحقة وقدرتها على تلبية حاجاتهم، فدوره لا يقتصر على نقل الأخبار البيئية أو التعريف بها أو سرد المعلومات والتوجيهات للحفاظ عليها، بل هو ممارسة نقدية فعالة وبناءة لأصحاب القرار ودفعهم إلى إدراج البعد البيئي في جميع المخططات التنموية، ليصبح شريك في تحقيق التنمية من خلال مساهمته في وضع وتنفيذ وتقييم السياسات العمومية في مجال التنمية المستدامة، ونلمس حضوره في الدول الديمقراطية الغربية بينما يغيب في العالم العربي نظراً لغياب شروط تحقيق التنمية المستدامة بسبب الحروب والصراعات حول السلطة. (الإعلام،

2019، الصفحات 130-132)

وقد أصبح الإعلام البيئي آلية من آليات مواجهة المشكلات والحد منها وأحد مقومات الحفاظ عليها، القائم على ترسيخ ثقافة الوعي البيئي واكتساب المعرفة ونقلها، وعلى إدراك البشرية لخطورة العبث بعناصر البيئة المختلفة، واستعداده للتفاعل معها في التوعية لنشر القيم الجديدة الخاصة بحماية البيئة أو الدعوة للتخلي عن سلوكيات ضارة بها والاعتماد على برامج صديقة للبيئة. فالإعلام بوسائله المتعددة، يمارس دوراً حاسماً في إيصال المعلومة وتثقيف الناس وتوسيع دائرة المعرفة والاهتمام، خصوصاً مع تطور وسائل الاتصال وسرعة نقل المعلومة ولقد أشارت دراسات غربية أن البيئة تحتل موقعا متقدما في الاهتمامات الإعلامية دوليا، إذ تشغل المركز الثاني في قضايا العلم والتكنولوجيا بعد الطب والصحة، كما أكدت استطلاعات الرأي العام في كل من كندا وبريطانيا والولايات المتحدة الأمريكية ومصر أن موقع البيئة يتراوح بين المرتبة الأولى والثانية لدى الرأي العام.

وقد بدأ الاهتمام بالبيئة والإعلام البيئي في العالم العربي عقب مؤتمر "ريو ديجنانيرو" عام 1992، فقد انعكس هذا الاهتمام على حجم ما توليه وسائل الإعلام العربية لقضاياها، وعلى الرغم من أنه لا يتبنى إستراتيجية واضحة إلا أنه يظل مؤشرا على وجود قدر من الاهتمام بها، فعلى المستوى الرسمي يمكن القول بأن الإهتمام الدولي قد وجد صدًى في العالم العربي تجسد على شكل إنشاء وزارات وهيئات وجمعيات معنية بالبيئة والإعلام البيئي. (مجان، 2017، الصفحات 368-369)، رغم أن الكثير منها لا يمارس مسؤولياته بالشكل المنوط أو نجدها مهمشة وليس ضمن أولويات السلطة، وتجدر الإشارة إلى وجود صعوبة في الحديث عن هوية خاصة للإعلام البيئي مشابهة لهوية الإعلام السياسي، أو الثقافي أو الاقتصادي أو الفني أو حتى الرياضي، لأنها

تطلب وجود بعض الشروط الأساسية لاعتبارها هوية مستقلة بما فيها من أنماط إعلامية احترافية تتعلق بكيفية تقديم الخبر وتحليله عبر إطار معرفي محدد لقضايا البيئة، الأمر الذي يفرض ضرورة التخلي عن سياسة الاهتمام الموسمي بالبيئة. (خلف، 2012، صفحة 3)

كل هذا يجعل الإعلام البيئي المتخصص مطلب يفرض نفسه بنفس أهمية الإعلام السياسي والرياضي وغيرها من التخصصات الإعلامية، أو قد تفوقها كون أن غياب البيئة السليمة والحياة الخضراء التي تعد كطاقة بديلة يؤدي إلى غياب التنمية المستدامة وبالتالي يمكن القول بأن غياب البيئة السليمة والاستدامة سيخلق لنا إنساناً مريضاً، صحة مريضة، تجارة مريضة، صناعة مريضة، زراعة مريضة وتنمية غائبة، إلخ... أي سياسة دولة مريضة، الأمر الذي يجعله مطلب ملح وحتمي ضمن أولويات برامج وخطط سياسات الحكومات والدول.

IV. أهمية التكنولوجيا الرقمية في خلق الاستدامة البيئية :

لعبت الثورة التكنولوجية في الإعلام والاتصال دوراً محورياً في الربط بين كل الفعاليات، وفي كافة أنحاء العالم عن طريق وسائل الاتصال المرئية والتي اختزلت الوقت والمسافات وأذابت الفوارق بين الثقافات وتقريب الرؤى بين الفرقاء حول موضوع يهم الجميع وهو حماية البيئة. (بوشي، 2016، صفحة 84)

تبرز الأهمية البالغة للإعلام في توجه العلماء والمفكرين والمثقفين والسياسيين وأصحاب القرار لحثهم على وضع قدراتهم الإبداعية في الحفاظ على الطبيعة والحد من تلوث البيئة على مر الزمن، فإيجاد الوعي البيئي ونشر مفهوم التنمية المستدامة قد ساعدته على ذلك النقلة النوعية والكبيرة في سرعة تدفق وتناول المعلومات المتعلقة بالبيئة والتنمية على زيادة الوعي بالمشكلات البيئية، حيث تستطيع السياسات الإعلامية تحقيق التنمية المستدامة عن طريق إدماج مبدأ الإعلام والاتصال في خطط التنمية وإعطائها دوراً هاماً عن طريق توعية أفراد المجتمع بأهمية خدمة المجتمع المحلي، وأهمية العمل التطوعي كقيمة اجتماعية، وتوعية الجمهور بالحفاظ على البيئة وحمايتها وترشيد الاستخدام الأمثل للموارد، فظهر ما يسمى بالإعلام البيئي كمجال هام جاء استجابة لتحقيق متطلبات التنمية المستدامة التي تعتبر الشق البيئي والتوعية البيئية ضمنها من أهم ركائزها وتشكيل الوعي البيئي مطلباً أساسياً، حيث بدأت التوعية بالتنمية المستدامة في الفضاء الافتراضي كثقافة عالمية مشتركة لحماية الموارد والأجيال الحالية والمستقبلية، فبعد أن تعدى ظهور هذا المفهوم في البرامج الإعلامية والمؤتمرات بحماية البيئة ظهر الإعلام البيئي كنوع متخصص له دور هام ومؤثر في الفترة الأخيرة في نشر الوعي البيئي وثقافة التنمية المستدامة التي أصبحت من بين الرهانات الأساسية، ومع ظهور تطبيقات الويب (0.2) أي الإعلام الجديد والثورة التي أحدثها عبر وسائطه المختلفة وفي مقدمتها شبكات التواصل الاجتماعي والمدونات... أحدثت ثورة مست جميع المجالات بما فيها التنمية المستدامة وقد ظهر تأثيرها من خلال الأنشطة (مهري، 2016، صفحة 200)) التي تمارسها المؤسسات والحكومات لنشر ثقافة التنمية المستدامة وجعلها عالمية لما تمتاز به هذه التكنولوجيا من سرعة الانتشار وسهولة الوصول للفئات المستهدفة، كل هذا سهل القيام بالحمالات التوعوية بشكل مكثف لمحاربة ما هو سيئ وترسيخ ما هو إيجابي.

وقد أشار ليلي عبد المجيد في مقال لها نشر بمجلة النفط والتعاون العربي بالكويت بعنوان دور الإعلام في تنمية الوعي البيئي "وسائل الإعلام أداة هامة لنشر الوعي البيئي، والترويج للحفاظ على البيئة باعتبارها حاجة

وضرورة، "لأنه بغير هذا الوعي تظل حماية البيئة مجرد شعار يصعب تطبيقه، ومن العسير مراقبته، وهكذا شُرع بالتأسيس لحقل تخصصي جديد من حقول الإعلام، وصار يتبلور ويتأصل وتتضح هويته في دول العالم المتقدم، في وقت لا زال الإعلام العربي يعاني غياب ملامح بارزة وواضحة لهذا الحقل، أو يشهد اهتمامًا موسميًا بالقلق البيئي، بالرغم من أهميته الكبيرة. (خلف، 2012، صفحة 12)

ونظرا لأهميته البالغة فقد أصبحت له حماية قانونية برزت من خلال الاتفاقيات الدولية للبيئة والتي أولته مكانة خاصة لدى الأفراد والمجتمعات وحقهم في المشاركة في حماية البيئة بالشكل العقلاني والرشيدي والذي نصت عليه ندوة الأمم المتحدة المنعقدة بستوكهولم عام 1972 التي تعد بمثابة وثيقة رسمية للحق في الإعلام البيئي، وقد نصت في أحد المبادئ على ضرورة تطوير التعليم البيئي للأجيال الشابة والكبار وتنوير الرأي العام وتحسيس الأفراد والمؤسسات بمسؤولياتهم فيما يتعلق بحماية وترقية البيئة، ودعمها إعلان قمة الأرض المنعقد في ريو دي جانيرو عام 1992 بضمان حق المشاركة والحق في الإعلام والإطلاع البيئي والذي خص الباب الثاني من 10/03 المتعلق بحماية البيئة والتنمية المستدامة والحق في الإعلام والإطلاع البيئي والذي خص الباب الثاني من القانون بعنوان أدوات تسيير البيئة والتي تشمل هيئة الإعلام البيئي. (رحماني، 2019، الصفحات 56-57)

ونظرا لأهميته البالغة يجب القيام بفعاليات علمية وتغطيتها إعلاميا، كالملتقيات والمؤتمرات الدولية وكذا التركيز على انجاز الأبحاث حولها، كل هذا يساهم في تغيير نظرة الجمهور والمسؤولين والمختصين للبيئة، وساعد على تفعيل ذلك الإعلام الجديد والتكنولوجيا الرقمية في كونها أهم مقومات العصر الراهن وسمة من سماته، بتقديمهم جميع الإسهامات الممكنة في مختلف الميادين كمقوم من مقومات الوعي والتربية الإعلامية والبيئية على المستوى الفردي والجماعي والمؤسسي، المؤدية إلى استدامة التي اندرجت ضمن قائمة السلوكيات الروتينية اليومية لتصبح بمثابة مقوم جوهري في التنشئة الاجتماعية للأفراد، لأن الاستدامة البيئية ليس مسؤولية شخص أو قطاع معين بل هي مسؤولية الجميع، وتزداد أهمية الإعلام البيئي من خلال تخصيص مساحة تفاعلية عبر مختلف القنوات التي تؤسس لإعلام بيئي متخصص يعمل على تحقيق الوعي والاستدامة البيئية .

فالإعلام البيئي نظرا لأهميته أصبح كتخصص علمي قائم بذاته يدرس في الجامعات له مبادؤه وأسس، وتعدّد حوله مؤتمرات علمية للتوعية والبحث عن حلول وسن تشريعات تحد من تفاقم الأخطار.

الاستدامة البيئية كإستراتيجية لاستمرار الاقتصاد الوطني

تتم التنمية بمستقبل البشرية جمعاء، من خلال توفير تنمية اقتصادية واجتماعية رشيدة متزايدة متوافقة بيئيا في صالح الأجيال الحالية والمستقبلية، وكرد فعل لهذه الاهتمامات وجدت المؤسسات الاقتصادية نفسها ملزمة بدورها بتبني وتحقيق أهداف التنمية المستدامة، وما تحمله من أبعاد اقتصادية واجتماعية وبيئية، والتي تعد خطوة هامة في سعيها نحو الاستمرارية والاستدامة لتصبح بدورها مؤسسات مستدامة، ولتحقيق ذلك تقوم بإعداد تقارير الاستدامة ليدرك أصحاب المصالح أن نجاح المؤسسات واستمراريتها لا يقتصر على تحقيق الاستدامة الاقتصادية فقط وإنما بتكاملها وترابطها مع الاستدامة البيئية والاجتماعية، لأن الجانب المالي لم يعد المحدد الوحيد لوضعية المؤسسة في السوق بل يستوجب أن تتوافر وتضمن كل أبعاد الاستدامة البيئية والاجتماعية لأنشطتها (ميسي، 2017، صفحة 180)

ويظهر البعد البيئي بوضوح في مفهوم استدامة الشركات من خلال اهتمام المنظمات بالأدوات التي تحقق تقييم جيد لأدائها البيئي لتحويل استراتيجياتها إلى عمل وليست أداة لتكوين الاستراتيجيات، وإذا كان هدفا لدراسة فهو دمج الإستراتيجية البيئية في بطاقة الأداء المتوازن فإنه يجب التعرف على إستراتيجية استدامة الشركات والمؤسسات والتي يمثل البعد البيئي ركنا هاما بها .

فالمواضيع البيئية والاقتصادية يتم معالجتها معا ضمن إطار المحاسبة البيئية، إلا أنها تمثل اثنين فقط من دعائم التنمية المستدامة، إذ أن مفهوم التنمية المستدامة يوازي مفهوم الرفاهية الذي يتطلب الاعتراف بأن البشرية يجب أن تتعايش ضمن حدود الموارد المتاحة ومحددات طاقتها، وقد ظهر نموذج العناصر الثلاثة الهامة للتنمية المستدامة تعرف بأنها تتضمن ثلاث دعائم أساسية هي الاقتصادية، البيئية والاجتماعية، وعلى هذا الأساس الفكري فإن عدد كبير من أصحاب المصالح بدعوى التركيز على محاسبة الرفاهية المستدامة وتطبيقاتها التي تهدف منها أن لا يتضمن العوامل البيئية والاقتصادية الشاملة فحسب، وإنما كذلك الجوانب الاجتماعية الضرورية والأساسية للبيئة المستدامة، والتي تشمل البعد البيئي من منظور التخطيط الإستراتيجي لخدمة الأجيال الحالية والقادمة بربط التشغيل الأمثل للموارد المتاحة والمستقبلية بالتوازن البيئي في ظل التواصل الحضاري والثقافي، لهذا لا بد على المؤسسات أن تبحث عن تحقيق معدلات النمو بعيدا عن الاختلالات الهيكلية في المجالات التي يغطيها نموذج العناصر الهامة للاستدامة الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، ويشار إلى المجالات المجزأة التي تسمح للمنظمات بالتفكير وعمل روابط بين كل بعدين من أبعاد الاستدامة كما يلي:

1. حالة الأعمال: وتتناول كيفية مساهمة الاستدامة البيئية الاقتصادية، وتسمح للمنظمات بوضع استراتيجيات المساهمة داخل الاستدامة البيئية والاجتماعية.

2. حالة البشر: وتتناول كيفية مساهمة الاستدامة الاقتصادية والبيئية والاستدامة الاجتماعية، وتعتمد على فكرة أن الأمور البيئية سوف تساعد البشر على تطوير أنفسهم، كما يتم تنفيذ حمايتها لوقاية البشر في الأجل الطويل .

3. الحالة الخضراء: وتنظر إلى الاستدامة من زاوية كيفية خدمتها للبيئة، ومن ثم تبحث المنظمات عن الكيفية التي تؤثر بها الاستدامة الاقتصادية والاجتماعية على الاستدامة البيئية.

وبالنسبة للإطار الذي يمكن أن تستخدمه المنظمات لنشر وترويج التنمية المستدامة والأرباح المستدامة فإنه يجب أن يغطي معايير هامة منها: الأبعاد الثلاثة للاستدامة وهي الأداء الاقتصادي والاجتماعي والبيئي الأمر الذي يدخل نشاطات ومهام جديدة واستراتيجيات وعمليات المنظمات التي تهتم بالمستقبل، مما يخلق تحدي جديد يشمل الاستدامة والمسؤولية البيئية لإرضاء الأطراف ذات المصلحة، التعلم التنظيمي والتطور وإمكانية إدخال مؤشرات الأداء البيئي والمسؤولية الاجتماعية، كل هذا يشمل خريطة المهتمين بالبيئة والأمور البيئية وهم: الإدارة، الموظفين، والحكومة، والمجتمع المحيط بالمنظمة كل حسب مسؤولياته وواجباته الأخلاقية والمجتمعية والمهنية. (يوسف، 2013، الصفحات 389-391)

فالتطبيق الفعال للسياسة البيئية في المؤسسات الاقتصادية يتطلب عملية اتصالية تشاركية تفاعلية لتحقيق الالتزام الفعال بمنهج التنمية المستدامة التي أصبحت من أهم التحديات التي تواجه المؤسسات الاقتصادية،

خصوصاً بعد اتهامها بأنها المتهم الأول فيما آلت إليه البيئة من دمار واستنزاف للموارد الطبيعية، وبعد ظهور هذا المصطلح في تقرير لرونتلاند تقرير مستقبلنا المشترك عام 1987 وانتشر خصصت استراتيجيات لتطبيقه في اقتصاديات الدول على مستوى مؤسساتها الاقتصادية التي تعتبر من الأطراف الفاعلة في تحقيقها خاصة المؤسسات الصناعية، ومع تنامي الوعي بمسؤوليات مختلف الأطراف تجاه حماية البيئة بدأت هذه المؤسسات بالتوجه لتطبيقها من خلال جعلها كالتزام ضمن مختلف أبعادها الاقتصادية، الاجتماعية، البيئية، هذا الوعي لدى المؤسسات خلق نوع من الإلتزام بالمسؤوليات البيئية اتجاه كل الأطراف، كما خلق مختصين في مجال الاتصال والتنمية المستدامة على مستوى المؤسسات الاقتصادية وظهور مخابر بحث تتماشى مع هذه الحقيقة البحثية الجديدة، لدى أصبح تطور المؤسسات في عصرنا الراهن مرهون بتحديات الاتصال المسؤول والوعي البيئي كمفهوم يتطلب ممارسة واقعية لدى المؤسسات ضمن أنشطتها الإعلامية والاتصالية وسلوكياتها البيئية. (أمال، 2014، صفحة 244)

خاتمة:

الاستدامة البيئية من القضايا التي لا تزال تؤرق الحكومات والدول وحتى المؤسسات لما عليها من مسؤوليات حول ضرورة خلق روح المواطنة البيئية والوعي البيئي كسلوك مستدام ، ونظراً لأهمية هذا السلوك ظهرت العديد من المؤسسات والهيئات العالمية والوطنية التي تهتم بهذا المجال، كما أنه أصبح يوضع ضمن استراتيجياتها للحفاظ على مكانتها المجتمعية، الاستدامة البيئية تتطلب فكر جديد في الفكر الإنساني من حيث التخطيط والممارسة والتكنولوجيات المستخدمة القابلة للاعتماد عليها لأطول فترة ممكنة وأثناء الأزمات، خاصة بعدما أصبحت هناك منافسة بين المؤسسات من أجل نشر الوعي البيئي كإستراتيجية انقاذ وطنية تعتمد على الوعي البيئي كرهان لتحقيق مسؤولياتها المجتمعية، فهي موضوع ذا مغزى واقعي ومستقبلي من أجل الحفاظ على البيئة وإقامة التوازن بين البيئة والتنمية للوصول إلى إنتاج صحيح من التنمية المتكاملة القابلة للاستمرار من خلال تضافر جهود كل الأطراف الفاعلة في المجتمع وتكامل الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية التي يكون الإعلام البيئي هو السر الكامن وراءها.

قائمة المراجع:

1. باديس مجاني. (ديسمبر، 2017). دور الإعلام في نشر الوعي البيئي. مجلة العلوم الإنسانية والإجتماعية (العدد 30).
2. بكر عبد الله الخزمان. (2017). آليات تحقيق الإستدامة البيئية في السنة النبوية. المؤتمر الدولي الخامس عشر لمركز جيل البحث العلمي حول آليات حماية البيئة يومي 26 و 27 ديسمبر (ص 199). طرابلس، لبنان: مركز جيل للبحث العلمي.
3. بومدين يوسف. (ديسمبر، 2013). اعتماد بطاقة الأداء المتوازن البيئية كآلية لتأهيل بيئة منظمات الأعمال وتفعيل دورها في التنمية المستدامة. مجلة أبحاث إقتصادية وإدارية (العدد 14).
4. حافظ كرم. (2017). الإعلام وقضايا البيئة. عمان، الأردن: الجنادرية للنشر والتوزيع.

5. خالد رحمانى. (أكتوبر, 2019). ممارسة الحق في الإعلام البيئي وأثره في حماية البيئة في الجزائر . جامعة قرطاج، تونس.
6. سارة عزة الأزهر ميسي. (2017). التوجهات الحديثة لمراجعة الحسابات في ظل استدامة المؤسسات الاقتصادية (دراسة تحليلية). مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية (العدد 18).
7. سمير قريد. (2013). حماية البيئة ومكافحة التلوث ونشر الثقافة البيئية. عمان، الأردن: دار حامد للنشر والتوزيع.
8. شفيقة مهري. (ديسمبر, 2016). الإعلام البيئي عبر الفيس بوك ودوره في تحقيق التنمية المستدامة. مجلة العلوم الاجتماعية (العدد 23)، ص 200.
9. طلاب الفرقة الثالثة بقسم الإعلام. (2019). الإعلام المتخصص. جامعة الوادي الجديد ، كلية الآداب. مصر: دار المعرفة للطباعة والنشر.
10. عبد الباسط خلف. (2012). دور رسائل الإعلام المتخصصة في تطوير الوعي البيئي - دراسة تطبيقية على طلبة جامعة بنزرت. بنزرت، كلية الآداب ، فلسطين.
11. مدحت ياسمين مدحت محمد أبو النصر. (2017). التنمية المستدامة، مفاهيمها، أبعادها، ومؤشراتها (الإصدار ط1). القاهرة، مصر: المجموعة العربية للتدريب والنشر.
12. مريم بوشري. (جوان, 2016). عولمة الوعي البيئي و تأثيره على البعد البيئي للعقار في الجزائر . مجلة الباحث للدراسات القانونية والسياسية، العدد الثاني، الجزائر.
13. مهري أمال. (ديسمبر, 2014). التوجه من الإعلام البيئي إلى الاتصال المسؤول في إطار التنمية المستدامة لدى المؤسسة الاقتصادية. مجلة العلوم الاجتماعية (العدد 19).