

الإعلام البيئي ودوره في التوعية بالظاهرة البيئية وحمايتها*

أ. سنوسي علي
جامعة الشلف

مقدمة :

لقد أحدثت الثورة العلمية و التكنولوجيا التي أحرزها الإنسان تغيرات عميقة في بنية البيئة الطبيعية وعناصرها، مما نتج عنه تبعات و مشكلات خطيرة تبدو ملامحها واضحة في البلدان المتقدمة و النامية على حد سواء، و حسب ما توصلت إليه الأبحاث العلمية فان البيئة لم تعد قادرة على تجديد مواردها الطبيعية ما يوحي بوجود اختلال في أنظمة التوازن الإيكولوجي، و مسؤولية ذلك تقع على عاتق الإنسان و نشاطاته غير المدروسة.

ففي بعض المناطق بينما وفر التوسع الصناعي فرص عمل جديدة و سلعا مفيدة، إلا أنه ساهم في تلوث عناصر البيئة و تدميرها فقد أصبح جو المدن خانقا بالغازات السامة المنبعثة من مداخن المصانع و محطات توليد الطاقة و عوادم السيارات و المحركات، في مناطق أخرى أدى الاستعمال المكثف للأسمدة الصناعية و مبيدات الآفات في تلوث التربة و المحاصيل الزراعية، و لم تسلم المجاري و المسطحات المائية و المناطق الساحلية و البيئة البحرية من أخطار التلوث الذي امتد إلى البيئة الحضرية أيضا. و عليه يمكننا القول بان التلوث هو ضريبة التطور العلمي و التكنولوجي للإنسان، فالتجارب النووية التي تقوم بها بعض الهيئات العلمية أو العسكرية كثيرا ما دمرت التنوع البيولوجي في مناطق إجرائها. تسعى البلدان الصناعية إلى إيجاد وسائل لمكافحة التلوث و معالجة مضاره من خلال إعادة النظر في برامجها الترموية و العمرانية و الاجتماعية في محاولة منها لتحقيق تنمية في إطارها المستديم. في المقابل لا زالت سياسة التنمية في البلدان النامية في أطوارها الأولى ذات تكنولوجيا متخلفة و هو ما يزيد من تفاقم و حجم مشكلات البيئة، فضلا عما تعانيه من مشكلات اجتماعية كالتنشر الأمية و الجهل و الفقر و البطالة و تفشي الأمراض و الأوبئة.

إن مشكلات البيئة ذات أبعاد عالمية تتعدى الحدود الجغرافية و حدود السياسة الوطني و للدول، لذلك سارعت أطراف المجتمع الدولي إلى عقد مؤتمرات و إبرام العديد من الاتفاقيات في إطار حماية البيئة

* رمز المقال: 15-16 / س.ع. ش

تاريخ إيداع المقال لدى أمانة المجلة: 2016/04/28

تاريخ إيداع المقال للتحكيم: 2016/05/01

تاريخ رد المقال من قبل التحكيم: 2016/05/31

تاريخ قبول المقال للنشر: 2016/06/05

وكان " مؤتمر استكهولم " لعام 1972 نقطة الانطلاقة الأولى لحركة الوعي العالمي سعياً لإصلاح المنظومة البيئية.

كما أثبتت الدراسات أن نسبة كبيرة من هذه الأضرار ليست بسبب القصور العلمي والتكنولوجي لوحده وإنما بسبب انعدام الوعي البيئي لدى أفراد المجتمع، لذلك فإن الحاجة ملحة لخلق وعي بيئي بدءاً بالأسرة مروراً بالمؤسسات التربوية و المجتمع وصولاً إلى القيادات السياسية والإعلامية و صناع القرار، كما تستطيع وسائل الإعلام المتعددة تبني جزءاً كبيراً من مسؤولية التوعية البيئية لما لها من مقدرة فائقة على التأثير في الاتجاهات والسلوكيات، و لن يتأتى ذلك إلا بإدخال الأولويات البيئية ضمن البرامج الإعلامية و توفير المعلومات العلمية عن حالة البيئة و التلوث و تقديمها إلى الجمهور بشكل مستمر و مثير للانتباه، و التطرق بالمعالجة العلمية الدقيقة إلى كل جوانب الظاهرة البيئية لإعطاء تفسيرات و تأويلات و تمكين الجمهور من المشاركة الفعالة في تداعيات قضايا البيئة¹.

لقد سارعت الكثير من مؤسسات الإعلام المقروء و المرئي و المسموع في العديد من البلدان المتقدمة إلى تخصيص فضاءات لمعالجة البيئة و التلوث كما وضعت مكاتب خاصة بدراسة تأثير المواد الإعلامية البيئية على الجمهور المستهدف، و زادت من إمكانيات هذه الوسائل فنياً و تقنياً يقينا منها بان التوعية عبر وسائل الإعلام هو سبيل حماية البيئة، فقد أثبتت نتائج أبحاث إعلامية في بعض البلدان الصناعية أن تحسناً ملحوظاً سجل في تراجع نسبة التلوث.

المبحث الأول: الإعلام البيئي

أصبحت قضايا البيئة في عصرنا الحالي متشابكة و مترابطة مع الكثير من القطاعات السياسية والاقتصادية والعلمية وغيرها... فكان لازماً على قطاع الإعلام أن يدخل البيئة في دائرة اهتماماته، لذلك ظهر الإعلام البيئي في البلدان الصناعية في ستينات القرن الماضي جراء ما وصلت إليه وضعية البيئة من تدهور، حيث أحدثت وقائع البيئة انتباه رجال الإعلام في كثير من المؤسسات الإعلامية بحيث أصبحت مادة مهمة تتناولها وسائل الإعلام، وبخاصة عند وقوع الحوادث الصناعية أو الكوارث الطبيعية وغيرها،... كما تنامي الإعلام البيئي بعد انعقاد مؤتمر " استكهولم " لعام 1972 ووصل إلى ذروته مع انعقاد قمة الأرض الثانية " بريو دي جانيرو " لعام 1992، بحيث أصبح رهان حماية البيئة و تميمتها قائم على الإعلام البيئي².

¹: جان فرانسوا تراون، المغرب العربي: الإنسان والمجال، (ترجمة: علي التومي، وآدم داسي، وعبد الكريم سالم، بيروت: دار الغرب الإسلامي، 1997، ص. 50.

²: اسكندري أحمد، أحكام حماية البيئة البحرية من التلوث في ظل القانون الدولي، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة الجزائر، 1995، ص. 10.

المطلب الأول: الإعلام والظاهرة البيئية.

تؤدي ظروف أي ظاهرة من الظواهر عادة إلى تزايد نشاط وسائل الإعلام، وخاصة عندما يتعلق الأمر بمهام تقديم المعلومات وشرح أهمية ومغزى الأحداث والتوعية والتربية وغيرها من وظائف وسائل الإعلام، والهدف منها هو إثارة انتباه الجمهور نحو ظاهرة ما، وتكوين رأي عام مساند أو معارض لها، والظواهر البيئية من أهم الظواهر التي تتميز بها عصرنا الحالي والتي يستوجب مجال من الأحوال على وسائل الإعلام مواجهتها ومعالجتها وإدارة الإعلام لخدمتها.

الفرع الأول: الكارثة البيئية والإعلام.

إن خطورة الكارثة البيئية كثيرا ما لا تتناسب وما يخصص لها من حصص الإعلام، فلقد بينت الإحصائيات أنه في وقت ما بالولايات المتحدة خصصت البرامج التلفزيونية حصصا متساوية من البث لبيان أخطار التلوث وحوادث الطائرات التي أودت بحياة 245 شخصا، والحال أن الملوّثات تسببت في عشرات الآلاف من الإصابات بالسرطان سنويا، وأن التدخين يتسبب بأمريكا في 375 حالة وفاة، وهنا يتضح أن الكوارث البيئية لا تشد انتباه رجال الإعلام كما تفعله حوادث الطرقات وسقوط الطائرات وغيرها، فالكارثة هي نتاج سلوك جماعي طويل المدى يشارك فيه مئات الآلاف من البشر وصناع القرار في مختلف القطاعات، وتجدر الإشارة أن حدوث الكارثة ببلد نام لا يستقطب وسائل الإعلام بنفس الدرجة التي تستقطبها عند وقوعها ببلد من البلدان المتقدمة.

الفرع الثاني: دور الإعلام في مواجهة الظاهرة البيئية.

يحدد دور الإعلام في مواجهة ظاهرة من الظواهر البيئية عوامل منها:

- 1- الغزارة والكثافة في الرسائل الإعلامية البيئية وهو ما يزيد من التنافس بين الرسائل الأخرى، وبالتالي تزداد جهود تقديم رسائل أكثر من قدرة الجمهور على استيعابها ومتابعتها، كما أن هذه الرسائل تتعدى الحدود الجغرافية وحدود السيادة الوطنية للدول.
- 2- سيكولوجية الظاهرة البيئية حيث يصبح حادث بحري لناقلة نפט مثلا هو أكثر ما يشد الانتباه، ويستدعي هذا الحدث استجابات وردود فعل وإبراز الحاجة للشعور بالطمأنينة والحاجة إلى معرفة تطورات الحدث، ويصبح هذا الأخير محل الأحاديث اليومية وبالتالي يزداد الاستهلاك الإعلامي لهذه الظاهرة.
- 3- تزايد البعد الإعلامي في إدارة الظاهرة البيئية والمقصود به استمرارية الإعلام في ممارسة الظاهرة كالتلوث والتصحر واحتمال تغير المناخ مثلا، وهذا ما يفسر تعدد وتوسع علاقة الإعلام بالعلوم الأخرى.
- 4- التعدد والتكامل في الأداء الإعلامي أثناء الظاهرة بحيث تسعى كل وسيلة إلى إنجاز مهامها ووظائفها المحددة في إعلام الظاهرة بما يتناسب ونوعيتها وشخصيتها وجمهورها.

المطلب الثاني: مراحل التوجيه الجماهيري.

غالباً ما يهتم الجمهور بالأحداث المثيرة أو القضايا التي يدور حولها الجدل أو اختلاف الآراء أو تلك الموضوعات المتعلقة بالشخصيات، وفي المقابل لا تحظى البيئة بالأولوية الإعلامية ذاتها بالرغم من تأثيراتها العميقة في مختلف جوانب حياة الإنسان، كما أن تحقيق مشروع التنمية المستدامة مرهون بالحفاظ على البيئة، وقد لوحظ في الآونة الأخيرة نمو الاهتمام الإعلامي بالبيئة وظهور فئة من المدافعين عنها، ويرجع الفضل في ذلك إلى عوامل كثيرة كما ذكرنا سابقاً - ومنها وسائل الإعلام التي تعمل على التأثير في الجماهير وتوجيهها للاهتمام أكثر بموضوعات البيئة، وتمر عملية التوجيه الجماهيرية عبر وسائل الإعلام من خلال مراحل متدرجة على النحو التالي:

الفرع الأول : مرحلة ما قبل اكتشاف المشكلة البيئية.

تتواجد حينها تظهر مشكلة اجتماعية تشغل الجماهير ولكنها لا تستحوذ على الاهتمام المطلوب، هنا يحضر دور وسائل الإعلام في توجيه نظر الجماهير إلى مثل هذه الأحداث لأن وسائل الإعلام تستطيع نقل الصور بدقة عن البيئة سواء كانت ملوثة أو خالية من التلوث عبر الكلمة والصوت والصورة، فكلما ساهمت أجهزة الإعلام في تأصيل دورها البيئي في المجتمع كان حصاد ذلك مزيداً من الوعي والحيطه والحذر لدى كافة الشرائح الاجتماعية، لذلك فإن لوسائل الإعلام دور مهم في إعلام الجمهور وتوسيع مداركه بما له من حقوق وما عليه من واجبات بيئية¹، وقد لا تنجح وسائل الإعلام دائماً في جلب اهتمام الجمهور نحو قضية ما، والمفيد هنا الإشارة إلى تجارب السويد المتعلقة بتلوث الأسماك بالزئبق، حيث تلقت هذه المشكلة تغطية إخبارية متميزة من قبل وسائل الإعلام التي ركزت على تركيز الزئبق في أسماك بعض البحيرات، وغطت جل المناقشات والآراء التي أدلى بها العلماء المهتمين بهذه المشكلة كما قام "المعهد الوطني للصحة العامة" بعد ذلك بتوصياته بخصوص الأسماك التي يجب تجنب استهلاكها والتركيز المسموح به من الزئبق، لكن بينت الدراسات الاستطلاعية أن الجمهور لم يتمكن من فهم التوصيات فيها دقيقاً.

كذلك الأمر بالنسبة على تلوث البحيرات الكبرى في كندا بالمواد العضوية وتكاثر الطحالب، ورغم التغطية الإعلامية المكثفة لهذه القضية فإن فهم الجمهور بقي محدوداً² لذلك يتطلب هنا الأمر انتاج إستراتيجية إعلامية على المدى القصير والطويل بتصميم وتنفيذ سياسات إعلامية متخصصة في تنمية الوعي بقضايا البيئة، وينبغي على وسائل الإعلام أن تسخر إمكانياتها للتعريف بالمشكلة البيئية وتكثيف البرامج المرئية والمسموعة والمقروءة، وأن يتم التركيز على القضايا التي تمس الجمهور بالمعالجة المبسطة.

¹: علي مجوعة، الإعلام وقضايا التنمية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2004، ص12.

²: ماجد راغب الحواني، قانون حماية البيئة، ط1، جامعة الإمارات العربية المتحدة، 1993، ص 21-22.

الفرع الثاني: مرحلة اكتشاف المشكلة البيئية وظهور التحمس.

نتيجة تكرر الحوادث تصبح الجماهير على علم بخطورتها ويصاحب هذه المعرفة إدراك بخطورة المشكلة وتحمس كبير للمواجهة، وتساهم وسائل الإعلام في هذه المرحلة بدور كبير في مساعدة الجمهور على الإدراك الجيد للمشكلة، لما لها من ارتباط وثيق الصلة بحياته اليومية وبكثير من الأوضاع البيئية التي تعاني منها كتنقص الغذاء والتكدس السكاني والضوضاء والازدحام وتلوث الهواء وغيرها... وأن حل هذه المشكلات يعني العيش بشكل أفضل، وهذا الحل لن يتأتى دون مشاركته الجادة في حماية البيئة والمحافظة عليها من خلال سلوكيات بيئية سليمة¹ في أعقاب الحرب العالمية الثانية بدأت فئات من المجتمع الأمريكي والأوروبي تبدي استياءها من زيادة تلوث الهواء والماء وخاصة في تلك المناطق الواقعة بمحاذاة المناطق الصناعية، وكان لكارثة تلوث الهواء التي تعرضت لها لندن عام 1952 والتي تسببت في وفاة حوالي 04 آلاف مواطن أثر كبير في انتشار الوعي البيئي بين المواطنين لمواجهة تداعيات الوضع الخطير، كما شد انتباه الجمهور التلوث البحري الناجم عن حوادث ناقلات النفط، وموت الكائنات البحرية والأسماك في البحيرات الاسكندنافية والبحيرات الكبرى بأمريكا الشمالية أو موت الطيور بسبب الآثار الجانبية لمبيدات الآفات، وكانت

الكوارث البيئية الناجمة عن تلوث الهواء بمثابة أجراس إنذار تصاعد على إثرها الوعي البيئي لدى الأوروبيين و الأمريكيين خلال الخمسينيات، أما في الستينيات فقد اتسعت مظاهر الاحتجاج الشعبي في أمريكا ضد " حرب فيتنام " وعلى الأخص حول استخدام القوات الأمريكية لمبيدات (الديوكسين السام) ضد الفيتناميين 1963م² - وكان لتتحالف وسائل الإعلام مع الجماهير رضوخ حكومة " جون كينيدي 1917 " وموافقة الكونغرس على إصدار قانون السياسة الوطنية للبيئة في نهاية الستينيات.

الفرع الثالث : مرحلة إدراك تكلفة حل المشكلة.

هنا يكون نوعان من الإدراك لأبعاد المشكلة إدراك المتخصصين وإدراك الجماهير، وتتلخص في أن حل المشكلة لن يتكلف أموالا طائلة فقط ولكن تضحيات اجتماعية، ومهمة وسائل الإعلام الترويج لضرورة الحل بصرف النظر عن التكاليف مثلا :من خلال نشر القوانين التي تحد علاقة الإنسان بالبيئة وعرض النماذج الحسنة لخلق صور ذهنية طيبة عن البيئة وهو ما يساهم في دفع الجماهير إلى تجنب القلق والاضطراب، وينبغي على وسائل الإعلام في هذه المرحلة توثيق الصلة بين الجمهور والعلماء والخبراء والوزارات والجهات المهمة بحماية البيئة، وعرض الأخبار البيئية وقضاياها بشكل مبسط دون قصر الرسالة الإعلامية على مشكلات

¹: أحمد ملحة، الرهانات البيئية في الجزائر، مطبعة النجاح، 2000، الجزائر، ص 135.

²: William Illtson and Harald M.proshonsky, An introduction to Environmental sychology, (New York, 1974), p.24.

التلوث والجوانب السلبية للبيئة¹ ينبغي أيضا على وسائل الإعلام تجنب التطرق إلى الجوانب المأساوية أو التهويل، ويمكننا توجيه الجمهور إلى ضرورة تسوية الأمر مع المعنيين المباشرين سواء كانت سلطات سياسية أو مؤسسات متخصصة في مكافحة التلوث، أو في أي قطاع من القطاعات التي تبحث عن الأمن البيئي في شتى صورته، وتظهر في هذه المرحلة نوعين من ردود الأفعال².

1. قد يعلم البعض ويهتم ولكن لا يفعل شيئا لأنه يدرك صعوبة وتكلفة حل المشكلة.

2. يشعر البعض بالقلق والاهتمام في الوقت نفسه، ويكتفي بمجرد متابعة تداعيات المشكلة، وفي هذه

المرحلة هناك معرفة جيدة ولكنها عقيمة أو غير مجدية لأنها لا تؤدي على حل المشكلة.

الفرع الرابع: مرحلة التناقص التدريجي لدرجة الاهتمام العام.

يظهر في هذه المرحلة تناقضا تدريجيا في درجة الاهتمام العام للمشكلة، بينما يدرك الكثير صعوبة وتكلفة

إيجاد حل للمشكلة وفي الوقت نفسه يكون هناك واحد من ثلاث ردود أفعال:

1- يشعر بعض الأفراد بالإحباط وعدم الرغبة في الاهتمام بالمشكلة.

2- يشعر آخرون بأنهم محدودون بمجرد التفكير في المشكلة، وبالتالي فإنهم يتجنبون هذه الأفكار.

3- يميل البعض الآخر من المشكلة والتفكير فيها.

وما يجب الإشارة إليه في هذا الصدد إلى أن معظم الناس يتكون لديهم نوع من التداخل بين كل هذه المشاعر، ونتيجة لذلك فإن الرغبة العامة لاستمرار الاهتمام بالمشكلة تتناقص تدريجيا، وفي هذه الحالة فإن نوع آخر من المشاكل يدخل في المرحلة الثانية من الاهتمام، ويستحوذ على اهتمام الجمهور³.

الفرع الخامس: مرحلة ما بعد المشكلة.

هنا تتحول المشكلة إلى دائرة الاهتمام الأقل ولكن في هذه المرحلة يختلف الاهتمام إذا نظرنا إلى درجة اهتمام وسائل الإعلام بقضايا البيئة التي تصبح في منتصف حلقة الاهتمام العام، حيث يزداد مؤشر الوعي الجماهيري وينتظر خطوة الإجراءات العملية لاختيار بدائل حل المشكلة⁴.

لقد أثارت إحدى الدراسات الكندية أن انخفاض اهتمام الجماهير بقضايا التلوث البيئي الذي راجع إلى تحول اهتمام وسائل - أصاب البحيرات الكبرى في عامي 1970-1971م الإعلام من معالجة قضايا البيئة الطبيعية إلى موضوعات أخرى ذات علاقات وطيدة معها مثل الطاقة والبطالة وغيرها وهو ما يفسر أن الاهتمام الجماهيري

¹: عبد الرحمن عبد الله العوضي، سبيل غنجاح سياسة إعلامية بيئية، برنامج الأمم المتحدة، جامعة الدول العربية، القاهرة، 1996،

ص56

²: أحمد الفرغ العطيوات، البيئة الداء والدواء، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 1997، ص 13.

³: علي عجمو، المرجع السابق، ص 25.

⁴: إبراهيم الماحيدي، أمن وحماية البيئة، المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب، الرياض، 1996، ص 03.

بقضية من القضايا يتوقف على مدى سيطرة وسائل الإعلام على موضوع ما، لما لها من القدرة على إقناع الجماهير وتوجيه عواطفهم ومشاعرهم تجاه هذه القضية أو تلك.

المبحث الثاني : المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة.

كانت المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة منذ عدة عقود من الزمن مقتصرة على بعض الجوانب، فقد كان نصيب مواضيع البيئة من مساحات الإعلام ضئيلاً جداً، وتبقى الحوادث الخطيرة وبعض المشاكل كالماء والأرض والتصحّر، وغيرها مما يشد انتباه الرأي العام مظهراً نادراً يجسد اهتمام وسائل الإعلام بقضايا البيئة، لكن منذ أن تطور مفهوم البيئة وبخاصة بعد مؤتمر استكهولم لعام 1972 وبروز المنظمات غير الحكومية الوطنية منها والدولية، هذا ما دفع إلى تطور أساليب الإعلام في معالجة مثل هذه القضايا، فتعددت المجالات المتخصصة وتكونت الأندية والجمعيات وخصصت فضاءات إعلامية أوسع لتناول شؤون البيئة، ثم اقتحمت البيئة ميادين السياسة بظهور الأحزاب التي تعرف "بالخضر" وأدرجت الاهتمامات البيئية ضمن برامجها ومشاريعها، وكان كل هذا محل متابعة رجال الإعلام حتى صارت البيئة من يوميات الصحافة وبرامج الإذاعة والتلفزيون، وظهر جمهور مهتم بمثل تلك القضايا شكلاً فيما بعد رأياً عاماً بدت معاملة في البلدان المتقدمة التي تعرف تلوثاً صناعياً خطيراً من جهة، وتطوراً سريعاً في الحريات العامة من جهة أخرى.¹

المطلب الأول :تطور المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة.

إن التناول الإعلامي لقضايا البيئة ليس جديداً ولكن الجديد فيه هو ازدياد حجم الاهتمام الإعلامي بهذه القضايا، وفي الواقع المعاصر الذي ارتبط بالتقدم العلمي والتكنولوجي وانعكاسها إيجابياً أو سلبياً على البيئة الطبيعية والصحة العامة للإنسان، وما كان على وسائل الإعلام إلا العمل على توفير المعلومات العلمية وإيصالها إلى الجماهير والتأثير فيهم ، ولم تعد هذه الوسائل مقتصرة على سكان المدن و العواصم الكبرى بل أصبحت تمس كل بقاع الأرض، ويمكن تقسيم مراحل تطور المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة إلى ثلاث مراحل أساسية وهي كالآتي:

الفرع الأول : المرحلة الأولى.

وهي المرحلة التي سبقت انعقاد مؤتمر ستوكهولم عام 1972، حيث اقتصر التناول الإعلامي لقضايا البيئة خلال هذه الفترة على نشر أو إذاعة بعض الأخبار عن بعض الحوادث البحرية التي كان تقع بين الحين والآخر، حيث كان أول المطالبين ببيئة طبيعية نظيفة و قانون لحماية رئيس تحرير مجلتي " داكوتافارمر " و " البيت الزجاجي " ويدعى " أودين فيرمونتلاذ والسمة الغالبة لهذه المعالجة أنها تدور في نطاق الإثارة الصحفية أو الإعلامية التي تسعى إلى جذب اهتمام الجمهور المتلقي باستخدام كافة الوسائل والسبل، وكانت الأخبار التي تنشر أو تداع عن الأضرار البيئية تدخل في عملية جلب الاهتمام إلى الأداة الإعلامية ذاتها.²

¹: عواطف عبد الرحمن، هموم الصحافة، دار الفكر العربي، القاهرة، 1995، ص 250.

²: عواطف عبد الرحمن، المرجع نفسه، ص 261.

الفرع الثاني: المرحلة الثانية .

وفي هذه المرحلة بدأت تظهر الصحف أو المجلات التي تهتم بالبيئة وحمايتها وكان 1965 على المنظفات الصناعية، ثم - التركيز الإعلامي في هذه الفترة ما بين 1960 - 1975، ومنذ عام 1977 أحث التلوث - المبيدات الكيميائية في الفترة ما بين 1972 الصدارة وكان من نتائج ذلك حدوث طفرة في مجال المعلومات العلمية العامة والكتب التي تتناول موضوعات البيئة، بزيادة اهتمام الجامعات خاصة الأمريكية منها بإصدار المجلات المتخصصة بالبيئة كذلك الدراسات العلمية حول تأثير المخلفات الصناعية المتعددة الأنواع على الصحة العامة ومن نماذج هذه الدراسات تلك التي قام بها " راشيل كارسون " عام 1962 عندما أصدر كتابا سلط فيه الضوء على الآثار السلبية للتكنولوجيا والمبيدات الحشرية بوجه خاص، الأمر الذي دفع حكومة - جون كينيدي - إلى تشكيل لجنة علمية للاستفادة من هذا الكتاب، وأدى ضغط وسائل الإعلام والجمهور إلى موافقة الكونغرس الأمريكي على إصدار قانون السياسة الوطنية للبيئة للعام 1969 والذي أعطى للسلطات الفيدرالية بالولايات المتحدة حق دراسة الآثار المختلفة للمشاريع الصناعية قبل الترخيص بإقامتها¹.

وقد نشر عدد من العلماء البريطانيين في جانفي عام 1972 في صحيفة " إيكولوجيست " دراسة أطلقوا عليها اسم " بيان بشأن البقاء " تهدف إلى إيقاظ الشعور العالمي بضرورة التغيير وتحليل نتائج تدمير النظم البيئية بالنسبة للإنسان، مع وضع خطة تهدف إلى تخفيض الدمار الذي تتعرض له البيئة وأتاح هذا البيان الإعلامي الفرصة لعدد من الأوساط المختلفة للشعور بالمشكلات التي يخلفها التلوث والتدهور المستمر للبيئة تواصلت الحملة الإعلامية والجمهور في عدد من الدول الصناعية وبعضاً من الدول النامية حتى انعقد " مؤتمر ستوكهولم " حول البيئة الإنسانية عام 1972 بالسويد، والذي كان تعبيرا واضحا عن تأثير وسائل الإعلام الجماهيرية على الجماعة الدولية².

ويلاحظ أن التناول الإعلامي لقضايا البيئة في هذه المرحلة تميز بخصيتين أساسيتين وهما:

1. التركيز على الرسالة الإعلامية المتخصصة محدودة الانتشار والتي تخاطب فئة معينة من المثقفين والعلماء والمعنيين بدراسة هذه الموضوعات دراسة تخصصية، ومن ثم بدأ إصدار المجلات الإعلامية المتخصصة في هذا المجال.

2. اهتمام وسائل الإعلام الجماهيري الواسع الانتشار بالتغطية الإعلامية الإخبارية للمؤتمرات والبحاث المعنية بقضايا البيئة، إضافة إلى نشر الحوادث الهامة التي تقع هنا وهناك والتي ينج عنها الإضرار بالبيئة. وهنا يمكننا القول بأن المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة كانت معالجة ظرفية للأحداث دون التعرض بالتحليل المعمق أو تحديد المواقف الموضوعية لهذه القضايا.

¹: أحمد ملحة، المرجع السابق، ص 115.

² Edith Brown Weiss, Justice pour les génération futures, (Paris : Edition Sang de laterre,1993, P.16.

الفرع الثالث : المرحلة الثالثة:

بدأت هذه المرحلة مع ازدياد جهود الباحثين وظهور البرامج البحثية المتعددة في مجال دراسة العوامل والأسباب المؤثرة في تلوث البيئة، بالإضافة إلى الاهتمام الذي أولته الأمم المتحدة بهذه الموضوعات، وفي المقابل أوضحت نتائج البحوث العلمية التي توصل إليها بأن البيئة الطبيعية أصبحت عاجزة عن تجديد بعض الموارد التي استنزفتها البشرية، كما أن الرؤية العلمية الجديدة أدت إلى إثارة اهتمام وسائل الإعلام بالبيئة، وساعد ذلك أيضا على ظهور العديد من الجمعيات والمنظمات الأهلية غير الحكومية في العديد من البلدان الصناعية وبعضها من البلدان النامية، ففي بعض دول إفريقيا تقوم الجمعيات الأهلية، بمجلات إعلامية تحسيسية في الأوساط الشعبية من أجل رفع مستوى الثقافة البيئية وبلغت التوعية الإعلامية ذروتها عند وقوع الحوادث الخطيرة مثل حادثة مصنع "بهوبال" بالهند وازدياد حدة الجفاف في إفريقيا وانفجار مستودع الكيماويات في "سويسرا"¹. فأجريت الكثير من الدراسات وتبين في معظمها أن 80 % من التغطية الإعلامية لهذه الحوادث تتكون من أخذ رأي، أما 20 % الباقية فتتكون من التعليقات والتحقيقات ولا تتعدى نسبة الموضوعات التحليلية المتعمقة أكثر من 5% وهو ما يؤكد زيادة اهتمام وسائل الإعلام بموضوعات البيئة وعلى التفاعل الجماهيري مع هذه التغطية، حيث جمعت بين عنصر الإثارة وعنصر الرؤية الواضحة وزيادة جهود العلماء التي ساندت وسائل الإعلام، وبخاصة في الدول الغربية التي تتميز بقوة إعلامها وسرعة تجاوب جمهورها وحرية الرأي، ومن ثم يمكن القول بأن المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة قد بدأت مرحلة جديدة²، وأهم الخصائص الإعلامية التي تميزت بها هذه المرحلة نلخصها فيما يلي :

1. تقديم المعلومات العلمية حول البيئة والتلوث والمشاكل الناجمة عنه بشكل مبسط يضمن وصول الرسالة البيئية إلى شرائح واسعة من الجمهور المتلقي بصورة مفهومة ومناسبة.
2. تحقيق هدف من أهداف الإعلام البيئي وهو ظهور تجاوب مع الرسائل الإعلامية التي تسعى إلى تحقيق التوازن البيئي.
3. اتساع المساحة المخصصة لمواضيع البيئة في مختلف وسائل الإعلام الجماهيري وهو ما يعكس الاهتمام المتزايد للجمهور المتلقي للحصول على المعلومات البيئية.
4. تحقيق درجة واضحة من المزج بين الرسالة الاتصالية والإعلامية الموجهة لزيادة درجة الثقة من جانب الجمهور المتلقي فيما تقدمه وسائل الإعلام من معلومات بيئية.

¹ : عبد الرحمن عبد الله العوضي المرجع السابق، ص72.

² : عبد الرحمن عبد الله العوضي المرجع السابق، ص83.

5. ازدياد درجة تسييس المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة، وهو ما بدا في تناول الإعلامي الغربي لحادثة "تشرنوبيل" التي حملت في ثناياها دعاية مضادة للاتحاد السوفيتي، وغيرها من الحوادث التي كانت تقع في دول الجنوب أيضا.

ومنه يمكن القول بأن المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة أصبحت تتركز على قضايا مثل الحوادث والمؤتمرات وإدخال عنصر الإثارة والتحويل، والمُعاب في هذا الصدد هو أن الاهتمام ينتهي بانتهاء الحدث، ويؤدي عنصر الإثارة إلى عدم دقة الأخبار وموضوعيتها وهو ما يعرقل سيرورة أهداف الإعلام البيئي.

المطلب الثاني: إدارة الإعلام أثناء الظاهرة البيئية.

يمكن تحديد خطوات إدارة الإعلام أثناء الظاهرة البيئية كالآتي:

1. تحديد طبيعة الظاهرة والظروف المحيطة بها من خلال اجتماع المسؤولين لتشكيل فريق عمل متكامل.
 2. تشخيص الظاهرة وجمع المعلومات والبيانات المتعلقة بكل جوانبها، ثم قراءة المعلومات المتوفرة بدقة وتفسيرها من أجل فهم صحيح للظاهرة.
 3. وضع مشروع أو مخطط لمواجهة الظاهرة، ويقوم المسؤولون بدراسة وإقرار ما يرونه مناسباً بشأنهم.
 4. تشكيل هيئة مركزية لإدارة الظاهرة عبر مراحلها المختلفة وفريق تنفيذي لها.
 5. تشكيل قيادة إعلامية بالتنسيق مع الهيئة المركزية تكون مسؤولة أمامها عن القيام بالدور المحدد للإعلام في البرنامج العام للمواجهة.
- يبدو واضحاً أن هذا النمط في إدارة الإعلام أثناء حدوث الظواهر معروف في البلدان النامية خاصة، والهدف من ذلك هو معالجة الظاهرة وفق ما يقتضيه نظامها السياسي.

أولاً: الإعلام المتخصص.

ظل الإعلام لعقود طويلة من الزمن نشاطاً عاماً ومفهوماً موحداً إلى أن برزت إلى الوجود مؤسسات إعلامية متخصصة، وأصبحت تمثل أهمية بالغة لقطاعات عريضة من الجماهير، وصار التعامل مع خدمتها يشكل جانباً من النشاط اليومي لهذه الجماهير، فضلاً عما يرتبط بهذا النشاط من خصوصية بالغة في الأداء والمفاهيم والرؤية والحساسية أيضاً، بما يتطلب أن تكون مقاليد في يد مسؤولين يدركون الأبعاد الحقيقية لهذا الدور وحساسيته، إن إقبال جمهور معين على المعرفة المتخصصة يشجع المؤسسات الإعلامية على الاهتمام بنمط معين من الإعلام حرصاً على تلبية حاجيات الجمهور، وبذلك ينشأ الإعلام المتخصص ومن الملح جداً أن يظهر اختصاص إعلامي جديد في الإعلام البيئي والتوعية والتحسيس بقيمة وأهمية البيئة وضرورة الحفاظ عليها.

وقد ظهرت في كثير من البلدان المتقدمة مؤسسات إعلامية متخصصة في عرض شؤون البيئة ومناقشتها والبحث عن حلولها مما استقطبت شريحة عريضة من الجماهير، ونجحت في كثير من الأحيان في تعبئة الرأي العام وتوعيته بخطر بعض المشاريع التي كانت استجابة معارضة سريعة وقوية من طرف الجماهير¹.

¹: محمد السيد غلاب، البيئة والمجتمع، مكتبة الإشعاع، ط7، 1997، ب د ن، ص17.

ثانيا: الإعلام الظرفي.

كثيرا ما يتسم الإعلام البيئي بالميزة الآنية الظرفية عند حلول كارثة أو حدوث واقعة مثيرة تتجاوز درجة الإثارة فيها الحد المعهود، كانتشار الضباب القاتل الذي أسدل سمومه على مدينة "لندن" عام 1952 وعلى مدينة "نيويورك" عام 1963، أو عن تحطم مصنع كهربائي بإيطاليا عام 1976، أو عند انفجار المولد النووي "بتشرنوبيل" عام 1986، أو عند تحطم ناقلة نפט أو عند إضرار النيران فيها إلى غير ذلك من الحوادث، فتنركز الحملة الإعلامية على الحادث، وتتصدر الصحف عناوين جذابة تثير الانتباه، ثم تهذا الأمور شيئا فشيئا ويخيم الصمت من جديد وتنصرف وجة الاهتمام إلى آفاق أخرى ونقاط استقطاب مغيرة، وفي مثل هذه الحالات تستهدف الحملة الإعلامية إثارة الجمهور، وتهتم بانعكاسات الحادثة السلبية من حيث عدد الضحايا والمصابين مؤثرة بذلك على الإلمام بصلب الموضوع وتقييم أسبابه والاعتبار به حتى لا يتكرر ما يمثله، أو حتى تؤخذ التدابير الكفيلة للحد من تأثيره إن لم تكن هناك طاقة على اجتنابه أو تفاديه، ثم إن الميل على الإثارة كثيرا ما يؤدي إلى عدم الدقة وإلى المجاوزة والمبالغة¹.

ثالثا: الإعلام البيئي المحلي.

ظهر في السنوات الأخيرة اتجاها جديدا في مجال الإعلام وهو الإعلام المحلي، وظهر هذا الاتجاه في أمريكا الشمالية، والدافع إلى ذلك هو حاجة رجال الأعمال والمزارعين ورجال المصارف والبنوك وتجار التجزئة إلى الأخبار المحلية، حيث يجب إدراك الدور الحاسم لوجهة النظر المحلية في إثارة اهتمام الجمهور المحلي لبعض المسائل، مثل مشكل الخدمات الاجتماعية للمناطق المنكوبة جراء الكوارث، أو دعم منظمات الإغاثة أثناء حدوث المجاعات مثل ما حدث في إثيوبيا والصومال والسودان¹ (نشر مكتب متخصص في الاتصال والتوثيق نتائج تحقيق حول مدى الإقبال على الإذاعات المحلية لدى سكان المغرب العربي في كل من الجزائر وتونس والمغرب خلال عام 2005، وكشفت النتائج أن نسبة 40% من المغاربة يقبلون على القنوات المحلية وترتفع هذه النسبة إلى 80% خلال شهر رمضان وهي المرة الأولى منذ 15 سنة، حسب ما أورده معدوا التحقيق التي تفوق فيها القنوات المحلية في منطقة المغرب العربي باقي على القنوات العربية أو الفرنسية².

إن هذه النتائج توحى بأن للإعلام المحلي أهمية بالغة لدى الجماهير العريضة لذا فإنه من الممكن أن يكون لقضايا البيئة المحلية صدى واسع لدى الجماهير.

الخاتمة :

تعتبر التوعية البيئية من أهم العناصر الفعالة في التعامل مع المشكلات البيئية المختلفة التي تواجه أغلب المجتمعات المعاصرة، ولا يتأتى هذا إلا بنشر المفاهيم البيئية من خلال الأسرة والمدرسة، والتأكيد على دور

¹: محمد السيد غلاب، المرجع السابق، ص 23.

²: المرجع نفسه، ص 34.

وسائل الإعلام المؤثر في غرس هذه المفاهيم لدى الأفراد حول البيئة وما ينجم عن التلوث من أضرار ومشاكل قد تؤدي إلى كوارث صحية واقتصادية.

إن التلوث الصناعي هو العدو الأول للبيئة، وضعف الوعي البيئي هو آلة دمارها وتدهور صحة الإنسان، لذلك فإن جزءا كبيرا من مسؤولية التوعية البيئية يقع على عاتق وسائل الإعلام من خلال تقديم النماذج السلوكية التي تساهم في حماية البيئة بإدراج موضوع البيئة ضمن اهتماماتها وأولوياتها.

لا يقتصر الوعي البيئي فقط على الإعلام البيئي، ولكنه يتوقف أيضا على التعليم والثقافة البيئية، والهدف من ذلك هو تعزيز الوعي بأهم القضايا الحيوية التي تحيط بالإنسان، وإتاحة الفرصة للأفراد وخلق أنماط جديدة من السلوكيات تجاه البيئة داخل المجتمع حاضرا ومستقبلا، وتحقيق مشروع التنمية المستدامة.

إن نظرة على واقع البيئة بالجزائر يعطينا انطباعا بضعف الاهتمام بهذا المجال بسبب الضعف البيئي لدر شراخ واسعة من المجتمع من قاعدته إلى أعلى هرمه، وتبقى المعرفة البيئية والوعي بخطورة التلوث وأهمية حمايتها معرفة عقيمة ما لم تجسد في سلوكيات بيئية حقيقية تعبر عن صفة المواطنة البيئية.

المصادر ومراجع البحث:

- محمد ابن عبد الرحمان الخضيب، كيف تؤثر وسائل الإعلام، ط2؛ مكتبة العكبيات، السعودية، 1998.
- إبراهيم سلامة بهاء الدين، الصحة و التربية الصحية، دار الفكر العربي، القاهرة، 1997.
- أبو زيد إبراهيم محمود، مستوى الاتجاهات البيئية، القاهرة: المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، 1997.
- أبو زيد، فاروق، مدخل إلى علم الصحافة، ط2؛ القاهرة: عالم الكتب، 1998.
- أبو شقر غازي، التربية البيئية في مناهج التعليم العام بالوطن العربي، تونس: المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، 1987.
- بولورشي سينيثا، حماية المياه على الأرض خطوات لإنقاذ طبقة الأوزون، ترجمة. أنور عبد الواحد، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1992.
- إحدادن زهير، مدخل لعلوم الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، د س ط ن.
- أحمد البطريق نسمة، الإعلام والمجتمع في عصر العولمة، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2004.
- أحمد شمحاتة حسن، تلوث البيئة السلوكيات الخاطئة وكيفية مواجهتها ط1، مكتبة الدار، القاهرة، د س ن.
- جان فرانسوا تراون، المغرب العربي: الإنسان والمجال، (ترجمة: علي التومي، وآرم داسي، وعبد الكريم سالم، بيروت: دار الغرب الإسلامي، 1997.
- أسكندري أحمد، أحكام حماية البيئة البحرية من التلوث في ظل القانون الدولي، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة الجزائر، 1995.
- علي عجوة، الإعلام وقضايا التنمية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2004.

- ماجد راغب الحواني، قانون حماية البيئة، ط1، جامعة الإمارات العربية المتحدة، 1993، عبد الرحمن عبد الله العوضي، سبيل إنجاح سياسة إعلامية بيئية، برنامج الأمم المتحدة، جامعة الدول العربية، القاهرة، 1996.
- أحمد الفرّج العطيات، البيئة الداء والدواء، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 1997.
- أحمد ملحّة، الرهانات البيئية في الجزائر، مطبعة النجاح، 2000، الجزائر.
- إبراهيم الماحيدي، أمن وحماية البيئة، المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب، الرياض، 1996.
- عواطف عبد الرحمن، هموم الصحافة، دار الفكر العربي، القاهرة، 1995.
- محمد السيد غلاب، البيئة والمجتمع، مكتبة الإشعاع، ط7، 1997، ب د ن .
- Edith Brown Weiss, Justice pour les génération futures, (Paris : Edition Sang de la Terre, 1993.
- William Illtson and Harald M.proshonsky, An introduction to Environmental sychology, New York, 1974.