



الإعلام البيئي ودوره في خدمة البيئة وحمايتها

Environmental media and its role in serving and protecting the environment

بوالفول محمد لمين*¹ ، نبار ربيعة²

¹ جامعة حمة لخضر الوادي (الجزائر)، boulfoul-mohamedlamine@univ-eloued.dz

² جامعة حمة لخضر الوادي (الجزائر)، nebbarrebih@gmail.com

مخبر التنمية الاجتماعية وخدمة المجتمع، جامعة حمة لخضر الوادي (الجزائر)

تاريخ النشر: 2024/12/31

تاريخ القبول: 2024/09/21

تاريخ الاستلام: 2024/07/13

DOI: 10.53284/2120-011-004-016

ملخص:

تبرز هذه الدراسة أهمية الإعلام البيئي ودوره في حماية البيئة، من خلال التعريف به كأحد الروافد الإعلامية الحديثة التي ازدادت الحاجة إليه مؤخراً، تماشياً مع تعاظم الاهتمام بموضوع البيئة والتحديات التي تواجهها، فالإعلام عموماً والإعلام البيئي خصوصاً أداة لا يمكن الاستغناء عنها كدعامة رئيسية لحماية البيئة والمشاركة في خدمتها. كما تعالج الورقة مختلف وسائله وأدواره التي يمكن أن يقوم بها في زيادة مستوى الاهتمام والوعي لدى الجماهير بأهميته البيئة وضرورة المحافظة عليها.

كلمات مفتاحية: البيئة، الإعلام البيئي، خدمة البيئة، حماية البيئة.

Abstract:

This study highlights the importance of environmental information and its role in the protection of the environment by introducing it as one of the new media outlets that has recently become increasingly needed, in line with the growing interest in the subject of the environment and the challenges it faces. Public information in general and environmental information in particular is an indispensable tool as a key pillar of environmental protection and participation. The paper also addresses its various means and roles that it can play in increasing the level of public interest and awareness of the importance of the environment and the need to preserve it.

Keywords: Environment, environmental media, environmental service, environmental protection.



مقدمة:

يشهد العالم منذ منتصف القرن العشرين اهتمام متزايد بموضوع البيئة، يتضاعف هذا الاهتمام بمرور الزمن خصوصا مع تجلي ظواهر طبيعية و بيئية خطيرة تمس مستقبل البشرية و مصير الإنسان بشكل مباشر، كالتغير المناخي و التلوث بكافة أشكاله ... و غيرها. ظهر بالموازاة مع هذا الاهتمام بالبيئة كوسط يعيش فيه الإنسان و يستمد منها جميع عناصر حياته، مفهوم التنمية المستدامة كمحاولة لتحقيق ذلك التوازن بين متطلبات التنمية الاقتصادية و الاجتماعية من جهة و الحفاظ على البيئة من خلال حماية عناصرها الحيوية و مواردها الطبيعية من الاستنزاف و التبذير من جهة ثانية.

أمام تعقد الوضع و زيادة العبث بالبيئة و الطبيعة تعالت صيحات الحقوقيين و المختصين في المجال البيئي من أجل الحفاظ عليها، كما تعمل العديد من الدول و الهيئات الرسمية و الغير رسمية و الجمعيات كما الأفراد على سن قوانين و معاهدات و عقد مؤتمرات و ندوات على الصعيد الدولي أو المحلي، كما وضعت برامج و قامت بعدد الحملات التوعوية التحسيسية، كل هذه المبادرات تهدف أساسا لإشاعة الوعي البيئي على مستوى الأفراد و المؤسسات بالإضافة إلى حسن الاستغلال لمختلف الموارد الطبيعية المتاحة، و تنبيه للمشكلات التي تتعرض لها البيئة مع اقتراح حلول تتناسب معها.

تعتبر وسائل الإعلام من أبرز المؤسسات الاجتماعية و الثقافية التي ينتظر منها القيام بدور مهم في مجال حماية البيئة، من خلال نشر ثقافة بيئية ايجابية داخل المجتمع تقوم على تنمية و وعي الأفراد ببيئتهم و ترشيد سلوكهم اتجاهها. يمثل الإعلام البيئي احد أهم الروافد الإعلامية المتخصصة في المجال البيئي، ظهر حديثا و ازدادت الحاجة إليه مؤخرا تزامنا مع تعاظم التحديات و المشاكل البيئية دوليا و قاريا و محليا. من هنا أضحت للإعلام البيئي دور حيوي في التوعية و تعبئة الجهود و زيادة اهتمام الجماهير بالقضايا البيئية و الإسهام الفردي و الجماعي في إيجاد حلول لها.

من خلال هذا التقديم نطرح التساؤل التالي : كيف يساهم الإعلام البيئي في خدمة البيئة و حمايتها في المجتمع؟

1. المفاهيم المفتاحية للدراسة:

- البيئة:

عرفها ابن منظور في معجمه "لسان العرب"، البيئة من الفعل تبوأ : نزل و أقام، نقول تبوأ فلان بيتا ، أي اتخذ منزلا (ابن منظور.382)

فالبيئة مصطلح شائع الاستخدام يرتبط مفهومها و مدلولها بسياق الاستعمال و أبعاده، فقد نقول عن المنزل أو الحي أو المدرسة أو العمل و غيرها بيئة الإنسان، أي محيطه الذي يتواجد و يعيش فيه.



الإعلام البيئي ودوره في خدمة البيئة وحمايتها

لا يختلف التعريف الاصطلاحي للبيئة عن معناها اللغوي كثيرا، حيث تعرف بأنها مجمل الأشياء والمكونات الطبيعية من ماء وهواء وتربة ومعادن وغيرها التي تحيط بالكائنات الحية وتؤثر على وجودها (عباس علي الخفاف، 13، 2011، 14)

- الإعلام البيئي:

عرفه البنك العالمي البيئي بأنه: نقل ذو طابع بيئي من وكالات أو منظمات غير حكومية، وذلك من أجل إثراء معارف الجمهور والتأثير على آرائه وأفكاره وسلوكياته اتجاه البيئة (وهاي، 3، 2016)

أي أنه إعلام متخصص، يهتم بنقل وصناعة مضامين تعالج قضايا بيئية مختلفة.

- حماية البيئة:

حماية البيئة هو المحافظة على مكونات البيئة والارتقاء بها، ومنع تدهورها أو تلوثها أو الإقلال من حدة التلوث، وتشمل هذه المكونات الهواء والبحار والمياه الداخلية (الفاعوري، 10، 2009)

- خدمة البيئة:

خدمة البيئة هي مجمل النشاطات والجهود المبذولة من طرف الأفراد والجماعات كما المؤسسات الرسمية والغير رسمية التي تهدف أساسا إلى المحافظة على البيئة والعمل على ترقيتها. انطلاقا من روح المسؤولية والواجب اتجاهها عبر كافة أشكال التفاعل الإيجابي وتعزيزه بين الأجيال.

2. أهمية البيئة في حياة الأفراد والمجتمعات:

البيئة مفتاح الوجود وعامل تتوقف عليه حياة الكائنات الحية واستمرارها، تستمد منها كل عناصر وجودها من ماء وهواء ونبات ومعادن ... وغيرها. وجود الإنسان مرتبط بوجودها وأي مساس بهذه العناصر يؤدي إلى اضطراب وإخلال بنظم الحياة ككل. إن وجود بيئة متوازنة يعني أساسا سلامة لكل الكائنات الحية، يعد بما فيها عاملا أساسيا يضمن قدرة الأفراد على عيش حياة صحية ومنتجة. كما أن استثمار مختلف الإمكانيات والموارد التي تحوزها بشكل مدروس وفعال يأخذ بعين الاعتبار التوازن البيئي وحق الأجيال القادمة يوفر فرص للنهضة وتحقيق النمو الاجتماعي والاقتصادي. ازداد الاهتمام عالميا بشؤون البيئة في العقود الأخيرة وبرزت في الساحة تساؤلات ومطالب عديدة بضرورة الاعتناء بالبيئة وجعلها أولوية ضمن الخطط والسياسات، إدراكا من المجتمع الدولي ككل على أهميتها وتعاطف التحديات التي تواجهها حاليا.

إن الإنسان جزء من النظم البيئية ومكون أساسي من مكوناتها، سلامة ونمط حياته مرتبط بها وبسلوكياته في حضرتها، لهذا لا بد من التنويه على أهمية الاعتناء بها والعمل على إشاعة الوعي الإيجابي اتجاهها وإكساب الأفراد كما المؤسسات ثقافة بيئية صحية



باستغلال كافة الوسائل المتاحة في المجتمع. بما فيها وسائل الإعلام المختلفة. من هذا المنطلق تتجلى أهمية البيئة بالنسبة للفرد و المجتمع.

3. أسباب تزايد الأزمات البيئية:

شهد العالم بعد الحرب العالمية الثانية تطورا علميا وتقنيا سريعا نتج عنه اختلال في التوازن البيئي وبشكل واضح وأن ما أدخله الإنسان من ملوثات لم تكن معروفة في السابق ساهم في زيادة سعة هذا الاختلال، حيث بدأت إثارة في التوازن الطبيعي بين الأحياء في النظم البيئية وبشكل أدى إلى انقراض بعضها أو إلى زوالها كليا. وتتمثل هذه المتغيرات المستحدثة علميا وتقنيا بما تقذفه المصانع ووسائل المواصلات من ملوثات أو ما تسببه عملية استخدام مبيدات الآفات الزراعية المستخدمة لإزالة الأدغال وقتل الحشرات من تأثيرات تراكمية على الكائنات الحية والبيئة، إضافة إلى الملوثات الأخرى الناتجة عن المفاعلات لنووية والعوامل الكيميائية والإحيائية (غازي منى، 2010، 15)

كما أن عمليات التنمية والتطور التقني الذي حققته المجتمعات، إضافة إلى العوامل الطبيعية التي تحدث في الأرض وفي الغلاف الحيوي، أثربشكل مباشر وكبير على التوازن البيئي، وأفقد البيئة هناك الكثير من عناصرها بفعل الاستغلال المفرط لهذه العناصر تحت دافع تحقيق أقصى معدل ممكن للنمو الاقتصادي، مما أفضى إلى تصاعد الدعوة إلى إعادة النظر في هذا المفهوم الاقتصادي الضيق للتنمية، ليأخذ في الاعتبار ما يطلق عليه التنمية المستمرة أو المتواصلة، التي في إطارها لا يتم التضحية بجيل على حساب جيل آخر، وإنما تراعي العدالة في اقتسام الثروات الطبيعية بين الأجيال المتعاقبة (عبد اللطيف عابد، 2014، 115)

كما أنه من الواضح أن تزايد عدد السكان في المعمورة أدى إلى تزايد الحاجات وتضاعف الأنشطة البشرية المختلفة التي تسبب الضرر سواء كان بشكل مباشر أو غير مباشر على البيئة، كالاستهلاك والاستغلال المفرط وسوء الاستخدام للطبيعة وبعض المواد الحيوية. مما يؤدي إلى إختلالات بين الحاجات المتزايدة للاستهلاك وبين الموارد المتوفرة. بالإضافة إلى التلوث بكافة أشكاله وفقدان الأراضي الفلاحية أمام توسع البنايات الإسمنتية وغيرها.

4. أساليب حماية البيئة:

إن دور الحفاظ على البيئة وحمايتها من مختلف أشكال التعدي البشري عليها، مهمة يجب أن يضطلع بها الجميع، تعتمد على تضافر جهود الأفراد والمؤسسات والحكومات والمنظمات والمختصين في المجال البيئي من ناشطين وعلماء في كل أرجاء العالم . على كل المستويات وباستغلال كل الوسائل المادية والتكنولوجية والأساليب القانونية والتوعوية. من أهم هذه الأساليب نجد:

- الاهتمام بالوعي البيئي: مع زيادة الضغوط الاجتماعية والاقتصادية على البيئة وعناصرها خلال نهايات القرن العشرين وبدايات القرن الواحد والعشرين على المستوى الإقليمي وعبر وطننا العربي وفي العالم بشكل عام، ازدادت الحاجة إلى إكساب الأفراد والجماعات الخبرة والدراية الكافيتان بعناصر ومكونات وقضايا البيئة وفهم العلاقة التأثيرية المتبادلة بين الإنسان وبيئته، وتقدير



الإعلام البيئي ودوره في خدمة البيئة وحمايتها

قيمة المكونات البيئية الأساسية المحيطة، والتعرف على المشاكل والإشكاليات البيئية، والتدريب على حلها ومنع حدوثها، وتجنب الوقوع في الكوارث البيئية أو ذات الصلة قبل وقوعها وما يترتب عليها من أزمات اجتماعية، أو اقتصادية أو سياسية في بعض الأحيان، فالوعي البيئي هذا يجب أن تقوم به مؤسسات المجتمع المدني والقطاعات الحكومية والخاصة في مجتمعاتنا العربية، ليصبح الفرد العربي متخذ القرار البيئي واعيا بمتطلبات الفترة القادمة ومدركا لاحتياجاتها (عباس علي الخفاف، 2011، 15)

- **التربية البيئية:** تبدأ من الأسرة والمدرسة ومختلف مؤسسات التنشئة الاجتماعية من خلال مجمل القيم والقواعد التي يتعلمها الطفل وتستمر معه عبر سنوات تعليمه. لتصبح بمثابة مبادئ ناظمة لحياته، تحكم علاقته ببيئته.

- **إشاعة الثقافة البيئية:** يقصد بها تلك المعارف والممارسات والعادات والمسلّمات التي يكتسبها الإنسان من مختلف المصادر كالعائلة والمدرسة والحي والكتب والمجلات ووسائل الاتصال والإعلام المختلفة وغيرها، التي تخص القضايا البيئية مباشرة وتعنى بكل ما يدخل ضمن علاقة الفرد والجماعة ببيئتهم. كما يمكن ترقية هذا النمط من الثقافة بإشراك المثقفين والمختصين بالمجال البيئي في الحوارات والنقاشات وفي عملية صنع القرار البيئي.

- **منح الحوافز البيئية:** تعتبر الحوافز المادية والمعنوية من أهم مقومات نجاح المبادرات البيئية وفعاليتها، خصوصا التطوعية منها، كونها ترتبط بالجهد الشخصي والجماعي انطلاقا من روح المسؤولية والانتماء للبيئة المحيطة. فالحوافز وسيلة يمكن استثمارها في التشجيع كما أنها أداة ترغيب للعمل ودعم الجهود واستمرارها نحو حب البيئة والاهتمام بمختلف القضايا التي تمسها.

5. ماهية الإعلام البيئي:

1.5 تعريف الإعلام البيئي:

يعتبر الإعلام البيئي رافدا جديدا في مجال الإعلام، برز كتخصص في بداية السبعينات من القرن الماضي. المصطلح تعبير مكون لمفهومين، هما الإعلام والبيئة، يعد الأول بمثابة الترجمة الموضوعية للأخبار وتزويد الناس بالمعلومات والحقائق بشكل يساعدهم على تشكيل رأي فردي وجماعي اتجاه مختلف الوقائع، وأما الثاني فهو ذلك التعبير عن المحيط الذي تعيش فيه الكائنات الحية من أرض وماء وهواء وتربة وغيرها، وباقي الأشياء والموجودات التي تؤثر على حياته، ويمثل الإعلام أحد المحاور الأساسية في الحفاظ على البيئة وحمايتها، حيث يتوقف عليه تكوين الوعي وإشاعة المعرفة والمعلومات البيئية ونقلها وتهيئة الجمهور لتقبلها والتفاعل معها لنشر قيم جديدة خاصة تحمي البيئة أو تدعو للتخلي عن سلوكيات تضر بها (عفيف، 2015، 309)

ومنه يعرف الإعلام البيئي على أنه عملية إنشاء ونشر الحقائق العلمية المتعلقة بالبيئة من خلال وسائل الإعلام، بهدف إيجاد درجة من الوعي البيئي (عربيات، مزاهرة، 2004، 16)



كما يعرف الإعلام البيئي أيضا هو تلك الوسيلة أو الأداة التي تعمل على توضيح وإبراز المفاهيم البيئية من خلال إحاطة الجمهور المتلقي والمستهدف بالرسالة الإعلامية البيئية بكافة الحقائق والمعلومات الموضوعية وتسلط الضوء على كل المشاكل البيئية من بدايتها وليس بعد وقوعها ، وينقل للجمهور المعرفة والاهتمام والقلق على بيئته. (نويري، حسين، 2023، 5)

مما سبق يمكن القول أن الإعلام البيئي تعبير عن ذلك الاستخدام لكافة الوسائل الإعلامية المختلفة في إيصال المعلومات وإثارة النقاش وتبادل للأراء حول موضوع البيئة والقضايا ذات الصلة مع الجمهور المتلقي في المجتمع.

2.5 نشأة وتطور الإعلام البيئي:

ترجع الأصول الأولى لاهتمام وسائل الإعلام بالبيئة إلى السبعينات في القرن التاسع عشر 1870 وذلك في مدينة (ميني سوتا) بالولايات المتحدة الأمريكية، فللمدينة أهميتها في تاريخ العلاقة بين وسائل الإعلام والصراع الدائر بشأن البيئة، فقد أسس (Hallock) مجلة عנית بقضايا البيئة وعلى وجه التحديد الحياة البرية في المدينة، والمجلة التي اختفت تماما من الوجود تركت أثرا كبيرا في تشكيل جماعات حماية البيئة لمدة طويلة بعد اختفائها، وفي انجلترا أنشأ (ادوارد هيث) رئيس وزراء بريطانيا وزارة البيئة في أوائل السبعينات من القرن الماضي، وبدأ الصحفيون والإعلاميون يهتمون بمعالجة القضايا البيئية على نحو مختلف عندما أولت ملكة انجلترا الأمير تشارلز شرعية للقضايا البيئية التي تبنتها جماعات الضغط (بسيوني، 2008، 511-512)

عموما شهد الإعلام البيئي كمفهوم واستخدام مراحل وتطورات منذ نهاية السبعينات من القرن الماضي إلى اليوم، بداياته كانت كموضوع إعلامي ينقل الأخبار ويهتم بالبيئة بشكل عام، إلى أن أصبح فرع إعلامي متخصص له سياسات وخطط وبرامج تخدم أهداف بيئية مختلفة. يمكن رصد مراحل تطور الإعلام البيئي في ثلاث مراحل أساسية:

المرحلة الأولى: عرفت بالتناول العابر لبعض القضايا البيئية فور حدوثها، لغرض التنبيه والإثارة غالبا.

المرحلة الثانية: هي مرحلة بدأ فيها الإعلام المتخصص بالبروز، بظهور مجالات جديدة موجهة إلى قطاعات وفئات معينة من المهتمين والمتخصصين، بما فيها الاهتمام بنقل أخبار عن مواضيع محدودة.

المرحلة الثالثة: عرفت بما يسمى الإعلام الجماهيري، أدى انتشاره الواسع وتعدد مجالات اهتماماته إلى بلورة أفكار ورؤى معينة لدى جمهور المتلقين من خلال مستويين :

- المستوى الإخباري

- مستوى خلق رأي حول القضايا والموضوعات البيئية (الجبور، 2011، 123)

3.5 وسائل الإعلام البيئي:

تعتبر وسائل الإعلام بمختلف أنواعها وأشكالها السمة المميزة للعصر، تجلت تأثيراتها على حياة الفرد والمجتمع في كل أركان الحياة، تحرك العقول وتغير الاتجاهات في كل المجالات. من خلال ما تقدمه من مضامين إعلامية واتصالية. من أهم وسائل الإعلام نجد



الإعلام البيئي ودوره في خدمة البيئة وحمايتها

وسائل الاتصال الجماهيرية المختلفة كالتلفزيون والإذاعة والصحف والمجلات ومختلف مواقع ووسائل الاتصال الحديثة على الشبكة العنكبوتية. كلها وسائل أصبحت جزء لا يتجزأ من عملية التثقيف كما أضحت تنافس باقي مؤسسات التنشئة الاجتماعية في تربية الأجيال والجماهير كالتربية البيئية على سبيل المثال. تتعدد هذه الوسائل فنذكر أهمها:

- **التلفزيون:** يعد التلفزيون واحد من أهم وسائل الاتصال الجماهيري، حافظ على هذه المكانة منذ اكتشافه إلى اليوم، رغم التحولات الثورية التي أحدثتها التكنولوجيات الرقمية مؤخرًا، نظرًا لما يتمتع به من خصائص ومميزات ينفرد بها عن باقي الوسائل. التلفزيون ذا طبيعة خاصة فهو يستهدف الوصول إلى الجماهير العريضة، إلى الجمهور العام مختلف المشارب والأهواء فرسالته ذات طبيعة عامة شأنها شأن معظم وسائل الاتصال الجماهيري التي تستهدف الوصول إلى الحشد MASS أو تلك الجماهير العريضة التي تقع في نطاق التغطية الجغرافية له (الخليفي، 2010، 58)، إلا أن التلفزيون مقارنة مع باقي الوسائل أنه يجمع بين الحركة والصورة والصوت والتغطية المباشرة للأحداث من مكان الحدث مباشرة لحظة وقوعه. وهذا ما يجعله وسيلة فعالة في الإعلام البيئي من خلال الإعلام والإخبار والتثقيف عبر مختلف البرامج والأنشطة التي تهتم بموضوع البيئة.

كما أن البرنامج التلفزيوني الخاص بالتوعية البيئية يكون أكثر فعالية في نقل المعلومات إذ اعتمد صيغ في التقديم بانتقال من صيغ الحديث المباشر والحوارات إلى التعليق مع الأفلام المتحركة والصور الثابتة والأخبار وتوفر صيغة المناقشات والأسئلة والردود بحيث يأتي كل هذا مناسبًا لتغيير الطابع السردى للبرنامج وهذا ما يساعد إلى حد ما في تقبل المشاهد للمضامين الفكرية للبرنامج والتأثير بها، وكذلك متابعته فضلًا عن توفر عنصر التشويق، ويمكن أن ندخل في العملية التعليمية صورًا أو نماذجًا من الحياة المعاصرة عن البيئة ما هي في الواقع (العبيدي، 2014، 61)

- **الإذاعة:** تعد الإذاعة (الراديو) من أهم وسائل الاتصال، إذ مكنت المجتمعات الإنسانية من إرسال الصوت الإنساني، والموسيقى، والإشارات بأنواعها المختلفة، إلى أرجاء متعددة من العالم، وبفضلها أصبح في إمكان المسافرين على متن السفن والطائرات، الاتصال وتبادل المعلومات، كما يمكن استخدام موجات الإذاعة في الاتصال بالفضاء الخارجي (الشاري، 2010، 17)

فالإذاعة هي وسيلة اتصال بين الشعوب والمجتمعات والأمم، كما أنها مرفق من مرافق التعليم المهمة، حيث يمكن أن تضيق إلى كل فرد من أفراد المجتمع شيئًا من الثقافة والعلم والإدراك الحسي (الدليمي، 2002، 17)

من هنا تستطيع الإذاعة أن تقوم بدور هام في مجال التثقيف والتربية البيئية لجمهور المستمعين، انطلاقًا من مميزاتها وخصائص إرسال ووصول الرسائل الإعلامية لشرائح اجتماعية وجغرافية واسعة، بغض النظر عن المستوى التعليمي للمستمع ووقت ومكان تواجده. عبر برامجها المتنوعة بما في ذلك تلك التي تتناول القضايا البيئية.

- **الصحافة المكتوبة:** تمثل الصحافة المكتوبة وسيلة إعلامية ومعرفية هامة، مازال الكثير يعتبرها بمثابة الوجبة الصباحية التي يتناولها يوميًا، نظرًا لما تحتويه من أخبار ومعلومات وتعليقات وصور ونقل لأراء ومواقف وغيرها. عن مواضيع عديدة سياسية



كانت أو اجتماعية أو ثقافية أو بيئية فضلا عن الأحداث الساخنة عالميا ومحليا، تنقلها بمزيد من التفاصيل وأساليب توضيح مختلفة كالصور والرسوم البيانية والإحصائيات والخرائط ... الخ. لهذا تستطيع أن تلعب الصحافة المكتوبة دور مهم في معالجة قضايا البيئة وإشاعة الوعي البيئي بين جمهورها المتميز بمعرفة القراءة والكتابة وتمتعه بمستوى من الثقافة. من خلال نقل معلومات والأخبار وآراء متخصصين وناشطين في المجال.

- الأنترنت: يعتبر الانترنت من أعظم انجازات الإنسان في القرن العشرين، و من أفضل الطرق وأقصرها أيضا في الحصول على المعلومة وإعادة مشاركتها مع باقي المستخدمين. سهلت على الإنسان تسيير شؤونه كما غيرت من أنماط حياته ووسعت في شبكة علاقاته مع الآخرين من دون الحاجة للحركة والتنقل، عبر مختلف التطبيقات والوسائط. برز من خلال هذه الأخيرة ما يسمى بالإعلام البديل أو الإعلام الاجتماعي كنمط إعلامي جديد أهم ما يميزه عن الإعلام التقليدي أنه غير رسمي ولحظي كما انه تشاركي، مما حفز المبادرات الفردية والجماعية لجمعيات متخصصة ومجتمع المدني و حفز أيضا المشاركات الشعبية في مجال حماية البيئة والعمل على ترقيتها.

- المجلات: وسيلة اتصالية و جماهيرية مطبوعة لا تزال لها مكانة خاصة عند القراء خصوصا وقد أصبح للكثير منها نسخ و إصدارات الكترونية. تتميز عن الجرائد في أن ورق طباعتها ذو جودة عالية بالإضافة على أنها دورية نجدها في الغالب أسبوعية أو شهرية. تغيرت مضامين المجلات ومواضيع اهتمامها منذ بدايات ظهورها إلى شكلها الحالي، من سلسلة ثقافية تطرح مواضيع عامة تخص الأدب والفنون إلى مواضيع أكثر تنوعا وتخصصا. فمنها من تركز على قضايا محددة كالإقتصاد والسياسة والرياضة والصحة والبيئة ... وغيرها. للمجلة وما تمتلكه من خصائص تقنية كجودة التصوير والطباعة واستخدام الألوان والأشكال المتنوعة ومواضيع متخصصة، قدرة على إبراز القضايا البيئية وجعلها على سلم الأولويات عند الجمهور، عبر عرض صور لمختلف الكوارث الطبيعية والجرائم البيئية، كما التنبيه لبعض الأخطار التي تهدد الطبيعة واستشراف حلول مناسبة عبر مضامين إخبارية أو مقالات من قبل ناشطين ومختصين.

- السينما: تتمثل السينما في تقنية تسجيل وعرض الأفلام على شاشة كبيرة وفي قاعة مظلمة وأمام جمهور جالس. وقد يقصد بها صناعة الأفلام أو مكان عرضها (دليو، 2013، 119)

لا تزال السينما تحتفظ بمكانتها كفضاء إعلامي ترفيهي تعرض فيه الأفلام من إنتاجات كلاسيكية وحديثة، بل وتطورت تماشيا مع التغيرات والمستجدات التي نكتشفها يوميا إلا أن أصبحت بمثابة الصناعة الثقيلة التي تضاهي أنواع أخرى من الصناعات. فقد أصبحت فن وصناعة ثقافية لها اثر كبير على تكوين الرأي العام، وتوجيهه نحو قضايا معينة، من خلال قدرتها على القيام بعمليات دعائية ضخمة لأجندة معينة قد تكون بيئية مثلا، بالإضافة إلى الرسائل والقيم المباشرة والضمنية التي تمررها من خلال مختلف الإنتاجات.



الإعلام البيئي ودوره في خدمة البيئة وحمايتها

- الندوات والمعارض: عادة ما نجد جهات وصية بموضوع البيئة تلجأ الى المعارض و الندوات كوسيلة وأسلوب مهم جدا في التعريف بالقضايا البيئية المختلفة خصوصا المستجدة منها، وبجهودها المبذولة في إطار تنوير الزوار والرأي العام بسبل التعامل الأمثل مع البيئة المحيطة بكل مكوناتها وصيانة مواردها من الاستهلاك المفرط والاستنزاف.

تعد الندوات والمعارض فرصة جيدة وبمثابة حدث اتصالي متميز، قد يستهدف فئات معينة أو واسعة من المجتمع، يمكن استغلالها في نشر الثقافة البيئية وإشاعة الوعي لدى الزوار بواسطة تقنيات عديدة كالمطبوعات و المجلات و اللوحات الاشهارية والملصقات و الصور و الأشرطة المسجلة وغيرها ...

4.5 أهداف الإعلام البيئي وأهميته:

تتمثل مهمة الإعلام البيئي كوافد إعلامي جديد في استغلال كافة وسائل الإعلام والاتصال بما فيها المكتوبة و المسموعة و المرئية لمحاولة الارتقاء بفكر الإنسان و سلوكه أو المجموعة المستهدفة أو المجتمع ككل. فيما يتصل بالوعي الفردي و الجمعي بالبيئة وعلاقتها بحياة جميع الكائنات ووجودها على الأرض من جهة و بين البيئة و التنمية بأبعادها المختلفة من جهة ثانية، وأن تنسج معه علاقات وروابط اتصال فكرية و حوارية و تنفيذية بما يجعله قادرا على بلورة أفكاره و تصرفاته لخدمة القضايا البيئية و استجابة لمتطلبات التنمية المستدامة.

هذا وقد أكدت اغلب الدراسات في هذا المجال على أهمية دور وسائل الإعلام في تكوين الوعي البيئي و في غرس قيم تحمي البيئة و تحافظ عليها، بما فيها العمل على تحويل المواضيع البيئية إلى أولويات الاهتمام الجماهيري، كما أنه الضروري تأهيل و إعداد عاملين مختصين في مجال الإعلام البيئي، من خلال تكوينهم و دعمهم بقاعدة معرفية عريضة و دقيقة عن المشكلات التي تهدد البيئة، حتى يصل الإعلام البيئي لتحقيق أهدافه المرجوة.

إن من أهم مراحل التغيير و التقدم هي أن يعي الإنسان ما يقوم به و لماذا، فالوعي هو الخطوة الأساس لأنه اللبنة التي تقوم عليها باقي الخطوات كما يمكن من خلالها أن يتحمل الإنسان النتائج المترتبة على تغيير سلوكاته و مواقفه اتجاه قضية ما. يتجلى من هنا أن أهم أهداف الإعلام البيئي هو إحداث هذا الوعي و رفع الحس بالبيئة لدى الجمهور من متلقي المضامين الإعلامية البيئية، ليكونوا مواطنين ايجابيين فاعلين في وسطهم و مساهمين في التنمية المستدامة. بمحافظتهم على البيئة و الوقوف أمام أشكال التعدي عليها و بالتالي معاول بناء لا معاول هدم، بما يحدثونه من فساد و سوء استخدام للموارد الطبيعية و الإضرار بها .

و من جهته حدد مؤتمر تبليسي (عاصمة جورجيا) أهداف الإعلام البيئي في ضوء أهداف التربية البيئية فيما يلي:

- تعزيز الوعي و الاهتمام بترابط الجوانب الاقتصادية و السياسية و الايكولوجية في المناطق الحضرية و الريفية .

- إتاحة الفرصة لكل فرد لاكتساب المعرفة و القيم و روح الالتزام و المهارات الفردية لحماية البيئة و تحسينها.



- خلق أنماط جديدة من السلوك تجاه البيئة لدى الأفراد و الجماعات و المجتمع و على العموم يمكن أن نحصر أهم أهداف الإعلام البيئي فيما يلي:

* إشاعة الثقافة و المعرفة حول البيئة، من خلال نشر المفاهيم و المعارف و القيم و التصورات الفكرية عن البيئة و ما تواجهها من تحديات، كما تسليط الضوء على المؤسسات المعنية بقضايا البيئة و مختلف الأدوار المنوطة بها، على كافة المستويات المحلية و الوطنية و العالمية.

* الارتقاء بالوعي البيئي، و هي إشارة إلى تلك المجهودات التي تعمل على الرفع من مستوى إدراك الفرد بجوانب شيء معين، كإدراكه فكريا و حسيا بأهمية البيئة المحيطة، و معرفة كل ما من شأنه أن ينفعها و ما قد يضرها من سلوكيات.

* تنوير الجمهور المتلقي بمختلف طرق حماية الموارد الطبيعية و حسن استغلالها و ترشيد استهلاكها و الوقوف أمام مختلف أوجه العبث بها، خاصة تلك المصادر الطبيعية التي يتسع و يتعدد نطاق استخدامها .

* تثمين المجهودات التي يبذلها الفاعلين و الجهات الوصية في المحافظة على الثروات البيئية و حمايتها من الاستنزاف و محاربة التلوث بكافة أشكاله، بالإضافة إلى حث الأفراد على مد جسور التعاون مع السلطات الوصية على اختلاف مستوياتها محليا و إقليميا و حتى عالميا للعمل على انجاز مشاريع و برامج من أجل صيانة البيئة و التخفيف من عمليات الاستهلاك المفرط لعناصرها.

* توضيح مختلف الطرق و التقنيات التي من شأنها أن تساهم في حماية الثروات البيئية، من خلال تسليط الضوء على بعض الاستخدامات الحديثة و المتطورة التي يمكن الاعتماد عليها في التقليل من حدة التلوث و الاستنزاف العشوائي للموارد، مع توضيح أهمية استغلالها .

* الإنذار المبكر و رصد أي خلل بيئي يحدث و تحريكه للرأي العام، و الضغط على الحكومات من أجل سن القوانين الهادفة إلى حماية البيئة (بن مهرة، 2013، 89-90)

5.5 جمهور الإعلام البيئي:

من هو جمهور الإعلام البيئي و ماذا ينتظر من وسائل الإعلام ؟

انه جمهور ذكي لم يعد يقبل رشقة بالمعلومات المعاد تدويرها، و أصبح ينتظر إعلاما موثوقا و تحليلا علميا يرتفع بموضوع البيئة إلى مستوى القضية الكبرى.

للإعلام البيئي اليوم جمهور واسع و ممتد إلى مجالات و فئات عديدة داخل المجتمع تتقاطع فيه الأعمار و الاختصاصات، و ليس محصورا في فاعلين و ناشطين مهتمين بالبيئة و قضاياها. صحيح أنهم يمثلون بالإضافة إلى الباحثين العلميين في مجال البيئة القاعدة الأساسية لجمهور الإعلام البيئي و محركها، لأنه يعالج اهتمامهم و انشغالاتهم المباشرة، إلا انه على الإعلام البيئي الفعال أن



الإعلام البيئي ودوره في خدمة البيئة وحمايتها

يثير النقاش ويجلب اهتمام باقي الفواعل المجتمعية: من هيئات سياسية ومؤسسات حكومية واقتصادية، ناهيك عن باقي الفئات الاجتماعية من طلاب ومهنيين ومثقفين وأرباب الأسر وغيرها.

وإذا كان هناك من يرى عدم اهتمام الجمهور العربي بالبيئة وقضاياها بصفة عامة، فالأجدى إعادة النظر في الرسالة الإعلامية و أسلوب المعالجة لإثارة اهتمام الجمهور بشكل أكبر (إسماعيل محمد، 2014، 107)

تستهدف التغطية الإعلامية لقضايا البيئة العديد من الفئات والقطاعات، تختلف الأهداف التي من أجلها توجه الرسالة الإعلامية لكل فئة من الفئات، كما تختلف أساليب الاستمالة والإقناع، ومن أهم هذه الفئات:

- صانعو القرار ومتخذوه من التشريعيين والتنفيذيين: أي من يملكون سلطة اتخاذ القرار على عدة مستويات من إصدار لتشريعات و صك لقوانين إلى الحث على العمل بتدابير وإجراءات احترازية وغيرها. في سبيل تبني سياسة بيئية حكيمة وسليمة.
 - قادة الرأي في المجتمع: أي مجموع الأفراد الذين يتميزون عن باقي الأفراد في نواحي معينة لهم القدرة على التأثير في التوجهات العامة والسلوكيات داخل المجتمع، كما يمتازون باطلاعهم على الشأن العام ومختلف القضايا كموضوع البيئة مثلا، حيث يمكنهم من خلال وسائل الإعلام إثارة الرأي العام وحثهم على ممارسة الضغوط على مختلف السلطات لاتخاذ تدابير أو تصويب جهود من شأنها أن تصون البيئة وتحد من الإضرار بها.
 - أعضاء الجمعيات الأهلية: باعتبارهم فئة فاعلة من المجتمع المدني تمثل قاطرة المجتمع، كما يعدون وسيلة من وسائل تنشيط المشاركة الاجتماعية الفعلية في حماية البيئة، بالإضافة إلى دورهم الضاغط على متخذي القرار وتبصير باقي الأفراد نحو زوايا مظلمة تهدد البيئة.
 - القيادات الإعلامية: بما لهم من دور أساسي – كما أثبتت البحوث والدراسات - في تحديد أولويات اهتمامات المواطن العادي في كافة القضايا والمشكلات ومن بينها قضايا البيئة (أبو زيد، 2002، 198-199)
6. أساليب المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة:

يعتمد الإعلام عموما والإعلام البيئي خصوصا على نماذج مختلفة في التغطية الإعلامية لقضايا البيئة، منها من تقوم على المعالجة السريعة الظرفية، في حين يعتمد البعض على المعالجة المتعمقة الشاملة تستهدف تشريح الوضع البيئي ومختلف العلاقات والعوامل التي يرتبط بها. على العموم يمكن أن نرصد نموذجين في أساليب التغطية الإعلامية لموضوع البيئة هما :

النموذج الأول: وتشمل مختلف المعالجات الإعلامية من مواد مكتوبة أو مسموعة أو مرئية في شكل متابعات ونقل للأخبار حول الأحداث والوقائع مفصلة عن أسباب القضية وتبعاتها، تقل وفق هذا النموذج التغطيات المتخصصة العميقة التي تقوم



بتحقيقات ميدانية عن كل ما يتعلق بالبيئة. وهذا لا يؤدي غالبا لاكتساب فهم ودراية كافيتين بالبيئة و بالتالي عدم تهيئة الجمهور ومساعدته لتبني اتجاهات ايجابية نحو قضايا البيئة .

النموذج الثاني: يتمثل في النظرة المتكاملة لقضايا البيئة في علاقاتها 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 ومسؤوليات الحفاظ على البيئة ومواجهة الأزمات والمشكلات البيئية (الجبور، 2011، 121)

7. النتائج المترتبة على المعالجة الإعلامية النموذجية لقضايا البيئة :

- نتيجة للجهد الإعلامي المبذول في مجال تناول القضايا البيئية، يمكن أن تتحقق مجموعة من النتائج من أبرزها ما يلي:
- توسيع دائرة الجمهور من عدد المدركين لمختلف القضايا المرتبطة بالبيئة، ما يؤكد ذلك تبني الجماهير للبيئة وترقيتها إلى القضايا العالمية التي تخص كل سكان الأرض، وليس مجرد رسائل إعلامية تختص بقضية علمية معينة وموجهة لنخب بذاتها في المجتمع.
 - بروز أفكار وخطط خاصة في أجندة حكومية وجداول أعمال سلطات وجهات وصية مختلفة تختص بمعالجة مشاكل البيئة، و بدأ يتشكل رأي عام يطالب ويساند المؤسسات في حل هذه المشكلات على المستوى الوطني والدولي.
 - ظهور تخصصات أكاديمية وثقافية وإعلامية تشتغل على المجال البيئي وتجعله محور اهتمامها، بفعل الاهتمام الإعلامي بموضوع البيئة وزيادة مستوى الوعي والتثقيف عند الجمهور المتابع.
 - زيادة الاهتمام الإعلامي من خلال وسائل الاتصال الجماهيري بقضايا البيئة (دحمار، 2012، 109)
 - بث قيم بيئية وأخلاقية وأساليب نظافة شخصية وعامة، كسلاح في مواجهة التلوث بكل أشكاله واستخدام المبيدات والمواد الكيميائية.
 - مساعدة الشباب وإدماجهم في حملات توعية وأنشطة بيئية من شأنه أن يشيع الأمل بينهم ويحميهم من أخطار أوقات الفراغ، عبر توجيه حماسهم نحو غايات نبيلة تعود بالفائدة عليهم وعلى المجتمع.

8. مقومات نجاح الإعلام البيئي:

يعتبر الإعلام في مجال البيئة أحد المقومات الأساسية للحفاظ على البيئة وإيجاد الوعي البيئي ونقل الخبرات والمعارف والقيم الجديدة الخاصة بحماية البيئة، والدعوة للتخلي عن السلوكيات الضارة بها، وتوجيه الإعلام للجماهير من أجل تشكيل قوى ضاغطة لحث أصحاب القرار على انتهاز سياسة إنمائية متوازنة تحترم البيئة، وتحافظ على مواردها الطبيعية .



الإعلام البيئي ودوره في خدمة البيئة وحمايتها

و حتى يتحقق التأثير الايجابي لوسائل الإعلام البيئي في الجمهور، لا بد أن يكون تنسيق كامل بين هذه الوسائل، وهذا يتطلب تخطيطا علميا يقوم على المبادئ التالية:

- إبراز النماذج الفاعلة في الميدان أو تلك التي تملك تصورات ايجابية، بالإضافة إلى دعم كافة المبادرات التي تخدم البيئة.
 - توفير الإمكانيات وإتاحة الوسائل اللازمة سواء كانت المادية والبشرية منها، التي من شأنها ان تساعد على تبني الأفكار والسلوكيات السليمة مع تغيير الأنماط الضارة منها.
 - وجوب إشراك الجمعيات والأحزاب كما المؤسسات الرسمية في كافة الجهود المساندة للبيئة.
 - تحفيز الفواعل الاجتماعية من الجمعيات والحركات التي تنشط في المجال البيئي ولها اسهامات مذكورة في سبيل تخطي العقبات البيئية التي تواجه المجتمع.
 - سن تشريعات وتطبيق القوانين بصرامة على مرتكبيها في حق البيئة، من شأنه أن يفرض الاحترام والانضباط البيئي خصوصا في الحالات التي لا تحقق فيها السبل الاقناعية نتائج مرضية.
 - الاهتمام بالدراسات الأكاديمية والبحوث الميدانية المتخصصة مع أخذ نتائجها ومختلف التوصيات التي تخرج بها فيما يتعلق البيئة ومشاكلها على محمل الجد.
 - إعادة النظر في الجغرافية الإسكانية والعمل على توسيعها في مساحات شاغرة داخل الدولة.
 - ضرورة توظيف وسائل الإعلام البيئي وممارسة كل الطرق والاستراتيجيات والأساليب الإعلامية الممكنة التي من شأنها أن تزيد من قدرة التأثير والإقناع على الجمهور وتجذبه نحو تبني أنماط سلوكية جديدة سليمة وتغيير أخرى سائدة مضرّة.
- (عجوة، 2008، 129-130)

9. الإعلام البيئي ودوره في حماية البيئة:

للإعلام بكل أشكاله مكانة هامة لدى الأفراد كما المجتمعات اليوم، نظرا لما يمتلكه من أدوات ويمتاز به من خصائص، من أبرزها القدرة على الانتشار الواسع والتغلغل بيم مختلف الشرائح والفئات الاجتماعية. بغض النظر عن الخصائص الثقافية والاجتماعية للمتلقي ومستوياته الفكرية. أضحت أدواره تنافس باقي المؤسسات في التأثير على الأفراد وتوجيه المجتمعات نحو المواضيع الهامة والقضايا المصيرية. وذلك بنقل الأخبار وتداول للمعلومات وإثارة النقاش والحوار، مما يساهم في خلق رأي عام حولها. من هنا فان للإعلام البيئي كمتخصص في القضايا البيئية مهمة محورية يضطلع بها وهي بلورة الوعي بين أفراد المجتمع وتحريك الجماهير الواسعة نحو التصدي ومحاربة كافة أشكال الجرائم البيئية.

تعتبر وسائل الإعلام بكافة أشكالها المصدر الرئيسي للمعلومات حول البيئة، ولها أثر كبير في تشكيل الاهتمامات البيئية لدى مختلف قطاعات السكان، لدى يتعين على القطاع الإعلامي أن يتناول باستمرار قضايا البيئة المطروحة.



وقد وضعت ندوة الإعلام البيئي التي عقدت في تونس للفترة من 16/14 أكتوبر 1987 والتي نظمتها الحكومة التونسية والمنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم وبرنامج الأمم المتحدة للبيئة، التصور التالي للإسهامات الإعلامية في المحافظة على البيئة وذلك على النحو التالي:

- تهيئة المناخ لتقبل الفرد تغيير عاداته وسلوكه البيئي التقليدي الذي غالبا ما يكون ملوثا للبيئة متلفا لمواردها المتجددة مستنزفا لمواردها الغير متجددة.
- تخطيط حملات إعلامية تستهدف الجوانب البيئية لأكثر إلحاحا في المجتمع بشكل مستمر ومبرمج.
- فتح الملف البحثي للبيئيين بدراسة واعية من قبل الإعلاميين، وتتبع هذه الأبحاث ونشرها بعد أن تجري عليها معالجات إعلامية اتصالية فنية متفتحة وذات قيمة جمالية بالوسائل الإعلامية المتاحة.
- إيجاد صيغة من التعاون المنتظم المستمر بين مسؤولي الإعلام وأخصائيي الأبحاث البيئية.
- دعوة الجهات الإعلامية للتنسيق فيما بينها بشأن المعالجة الإعلامية للمادة العلمية لتكون فعالة ومشوقة في قوالب ثقافية وفنية مفيدة ومثيرة للاهتمام وممتعة ومؤثرة (مجاني، 2016، 87)
- عموما أجمعت غالبية المؤتمرات وتوصيات الندوات العلمية والمتخصصة في القضايا البيئية، أنه على الإعلام مسؤولية كبيرة في العمل على توعية الشعوب وتبصيرها بقضايا البيئة، بالإضافة إلى مواكبة التحولات والتحديات التي تواجهها، من خلال دعم المبادرات والأنشطة الفردية والجماعية التي تركز على تحقيق أهداف مرجوة، كما التنبؤ بمخاطر واقتراح حلول للمشاكل المطروحة.

10. المشكلات التي تواجه الإعلام البيئي:

- تواجه الإعلام البيئي عموما عدة عقبات ومشاكل تظل مطروحة، مما قلص من فعالية أدائه وقوة تأثيره على الجماهير، من أبرزها نجد:
- قلة الكوادر الإعلامية المتخصصة في مجال البيئة العارفين بقضاياها وبأطرها العلمية والمعرفية، حيث نجد جل من يشتغلون بالتغطية الإعلامية لهذا المجال هم من خريجي الإعلام والاتصال، بعض التخصصات القريبة كعلم الاجتماع والسياسة، كما انه من الصعوبة إيجاد بيئيين ممن يتقنون مهارات الإعلام والاتصال .
 - تراجع دور المنظمات الإعلامية الغير رسمية التي تعنى بموضوع البيئة، حيث نجد أدائهم الإعلامي ضعيف وغير فعال، لأن أغلبهم عبارة عن واجهة يستغلها أشخاص لغرض الحصول على امتيازات وبرامج تمويل.



الإعلام البيئي ودوره في خدمة البيئة وحمايتها

- البيئة موضوع متراجع على سلم أولويات المسؤولين على المؤسسات الإعلامية وأصحاب القرار فيها، لاعتبارات شخصية أو اقتصادية.
- تدني وضعية الإعلاميين البيئيين المهنية والمعنوية مقارنة بمن يهتمون بالمجال السياسي والاقتصادي مثلاً، وبالتالي عدم توفر الحوافز والامتيازات التي تشجع الإعلاميين البيئيين على اقتحام هذا المجال.
- عدم تحديد احتياجات الجمهور المستهدف من الإعلام البيئي، وعدم وجود أهداف إعلامية إستراتيجية لهذا الإعلام والتحرك فقط ضمن إطار رد الفعل.
- صعوبة الحصول على الإحصائيات والمعلومات الدقيقة عن البيئة، لعدم توفرها أصلاً أو تعتمد الجهات الوصية لإخفاءها، مما يجعل من الإعلامية يبذلون مشقة في الوصول إليها، ومن ثم يجدون صعوبة معالجتها والتعامل معها علمياً.
- تقاطع المصالح الاقتصادية والسياسية بين القضايا البيئية وأصحاب القرار السياسي أو أصحاب المنظمات الاقتصادية من القطاع الخاص، قد يضر بالبيئة ويحد من فعالية المعالجة الإعلامية لمشاكلها (عابد، 2014، 168-169)

خاتمة:

موضوع البيئة ومختلف القضايا المطروحة ذات الصلة بها، موضوع حساس ومهم لا يقل أهمية عن باقي المواضيع التي تهم المجتمع المحلي والدولي، بل ويفوقهم أهمية لما له من تبعات وأثار على كل المجالات وكافة الكائنات، بل على الوجود بأكمله.

تعتبر التحولات المجتمعية والتطورات الاقتصادية والتكنولوجية أكبر التحديات التي تواجه البيئة ومثلت أسباب مباشرة وغير مباشرة أدت إلى إخلال النظام البيئي وفقدانه لتوازنه. مما أدى دق ناقوس الخطر على كل المستويات المحلية والعالمية، من طرف الجهات الرسمية أو الغير رسمية، ونادت بضرورة تكافل جهود الجميع من أجل حماية البيئة والمحافظة عليها من مختلف المخاطر التي تهددها.

للإعلام البيئي كمؤسسة اجتماعية وثقافية دور مهم في خدمة البيئة، انطلاقاً من تعدد وسائله وأشكاله وقدرات تأثيره على الجمهور الذي يستهدفه، هو أحد المقومات الأساسية في المحافظة على البيئة من خلال قدرته على إشاعة الوعي البيئي، وترشيد السلوكات الفردية والجماعية بإكساب الجمهور معلومات ومعرفة من شأنها بث قيم وغرس اتجاهات ايجابية نحو البيئة المحيطة، يؤدي ذلك إلى إنماء الحس البيئي لدى المتلقي وإدراكه بحجم المسؤولية اتجاهها. هذا بالإضافة إلى أدواره في تسليط الضوء على زوايا مظلمة لا ينتبه لها الجمهور العام ومتخذي لقرار لتبصيره نحو أساليب وطرق متطورة تحافظ على الثروات من الاستنزاف أو التلوث. كما يمكنه القيام بالإنذار المبكر في حال رصد أي خطر بيئي وتحريك الرأي العام نحو تفاديه أو نحو الضغط على الحكومات من أجل التراجع عن قرارات أو سن قوانين وتشريعات تخدم البيئة.



قائمة المراجع:

المؤلفات:

- ابن منظور، لسان العرب (القاهرة، دار المعارف، دون سنة طبع)
- بشير محمد عربيات، أيمن سليمان مزاهرة، التربية البيئية (عمان الأردن: دار المناهج للنشر والتوزيع، 2004)
- بسيوني إبراهيم حمادة، دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام (ط1، القاهرة، عالم الكتب، 2008)
- حميد جاعد محسن الدليمي، علم الاجتماع والإعلام (عمان، دار الشروق، 2002)
- زهير عبد اللطيف عابد، أحمد العبد أبو السعيد، الإعلام والبيئة بين النظرية والتطبيق (ط1، دار اليازوري، عمان، 2014)
- سناء محمد الجبور، الإعلام البيئي (ط1، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011)
- طارق سيد أحمد الخليفي، الإعلام المحلي في عصر المعلومات (ط1، بيروت، دار النهضة العربية، 2010)
- طارق الشاري، الإعلام الإذاعي (ط1، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2010)
- على عجوة، الإعلام وقضايا التنمية (القاهرة، عالم الكتب، 2008)
- علاء الدين عفيف، الإعلام والبيئة (ط1، عمان، دار المعتز للنشر والتوزيع، 2015)
- ناهض ياس العبيدي، البيئة والتلفزيون، كيف نبني برنامجا تلفزيونيا بيئيا؟ (ط1، عمان، دار المناهج للنشر والتوزيع، 2014)
- عامر أحمد غازي منى، البيئة الصناعية تحسينها وطرق حمايتها (ط1، عمان دار دجلة، 2010)
- فضيل دليو، تاريخ وسائل الإعلام والاتصال (الجزائر، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، 2013)
- فاروق أبو زيد، ليلى عبد المجيد، الصحافة المتخصصة (القاهرة، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 2002)
- محي الدين إسماعيل محمد، الإعلام البيئي (ط1، الإسكندرية، مكتبة الوفاء القانونية، 2014)
- وائل إبراهيم الفاعوري، البيئة حمايتها وصيانتها (عمان، دار المناهج للنشر والتوزيع، 2009)

الأطروحات:

- نور الدين دحمار، قضايا البيئة في الصحافة المكتوبة دراسة تحليلية لجريدتي وقت الجزائر والشعب (مذكرة ماجستير، كلية الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2011-2012)

المقالات:

- إيمان عباس علي الخفاف، أثر برنامج مستند إلى وسائل الاتصال الجماهيري في تنمية الوعي البيئي لدى طفل الروضة (مجلة أبحاث الذكاء، عدد 12، 2011)
- بن مهرة نسيم، دور الإعلام البيئي في حماية البيئة (مجلة المعيار، مجلد 4، عدد 8، 2013)
- مجاني باديس، دور الإعلام في نشر الوعي البيئي (مجلة البدر، عدد 3، 2016)



- نزيهة وهابي، الإعلام ودوره في تشكيل الوعي البيئي.. نظرة شاملة حول جدلية العلاقة والتأثير (مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، عدد 02، 2016)
- نسرین نویری، أحمد حسين، الإعلام والحوكمة البيئية في الجزائر (مجلة طبنة للدراسات العلمية الأكاديمية، مجلد 6، عدد 1، 2023)