الفصل الأول: الاتصال البيئي

يعتبر الاتصال الوسيلة أو همزه الوصل بين مصدر المعلومة والمتلقي، ولهذا فهو يشكل أداة رئيسية في عملية الربط بين مصدر المعلومة البيئية والجمهور المستهدف، حيث أن الاتصال المتعلق بالبيئية يمكن من المساهمة في إحداث الوعي البيئي المطلوب.

المبحث الأول: مفهوم الاتصال البيئي.

سنتطرق في هذا المبحث إلى استعراض أهم النقاط التي تخص مفهوم الاتصال البيئي أشكاله، طبيعته، مميزاته ومحتواه ونتطرق أيضا إلى مصادر الاتصال البيئي والعوامل المتحكمة فيها بالإضافة إلى أهداف الاتصال البيئي وأدواره الشروط والعوامل التي تجعل الاتصال البيئي ذو فعالية مع استعراض إستراتيجية الاتصال البيئ.

إن الاتصال بأشكاله وقنواته ومحتوياته يعد من المهام الأصيلة التي لابد من الاهتمام بها، ومنه تتوقف قدرة الوزارات البيئية على تحقيق أهدافها على كفاءة وفاعلية وجودة هذه العملية الاتصالية التي لابد لها من التركيز على ما يلي :

1- الاتصال الداخلي: بين مختلف القطاعات والإدارات والمؤسسات التي من شأنها حشد الطاقات وتنسيقها وزيادة وتحسين العمل والتفاعل مع مختلف فئات الجمهور الخارجي المستهدف.

2- الاتصال الخارجي: الهادف إلى تنمية المعرفة والوعي بقضايا البيئة، وتغيير السلوكيات غير المواتية والحصول على الدعم اللازم لمهام الوزارة من صناع القرار والشركاء المحتملين.[1]

المطلب الأول: تعريف الاتصال البيئي أشكاله، طبيعته، مميزاته ومحتواه

1 - تعريف الاتصال البيئي :

الاتصال البيئي يشير إلى دارسة وممارسة كيف يمكن للأفراد والمؤسسات والمجتمعات والثقافات، توزيع واستلام وفهم، واستخدام رسائل حول البيئة والتفاعلات البشرية مع البيئة. وهذا يشمل مجموعة واسعة من التفاعلات الممكنة، من اتصال بين الأشخاص إلى مجتمعات افتراضية، المشاركة في صنع القرارات البيئية بالإضافة إلى التغطية الإعلامية. وظهر الاتصال البيئي باعتباره الحقل الأكاديمي من العمل المتعدد التخصصات التي تشمل الاتصالات، والدارسات البيئية، العلوم البيئية، وتحليل المخاطر، وإدارتها، وعلم الاجتماع، وعلم البيئة السياسية.

الاتصال البيئي هو أيضا نوع من العمل الرمزي الذي يخدم وظيفتين. هذه الوظائف هي واقعية، وتأسيسية، وإن البلاغ البيئي هو عملي(واقعي) لأنه يساعد الأفراد والمنظمات على تحقيق الأهداف من خلال الاتصالات. ومن الأمثلة على هذا التعليم، التنبيه، الإقناع والتعاون، والبلاغ البيئي تأسيسي لأنه يساهم في تشكيل فهم الشعوب للقضايا البيئية، وأنفسهم، والطبيعة، ونحن نحمل من هذه الأشياء الأشكال والمعاني، ومن الأمثلة على هذا القيم والمواقف الخاصة بالطبيعة والقضايا البيئية، والمشاكل.

الاتصال البيئي هو نقل المعلومات المتعلقة بالبيئة من قبل الوكالات المعنية والمنظمات غير الحكومية إلى عامة المواطنين من أجل توسيع دائرة معارفهم والتأثير على آرائهم وسلوكهم اتجاه البيئة.[2]

---

[1]- تقرير صادر عن وزارة الدولة لشؤون البيئة جهاز شؤون البيئة و برنامج الدعم القطاعي البيئي المكون الإعلامي: **الإستراتيجية الوطنية للاتصال البيئي(NSEC)**، 2005، ص3.

[2]-Mark Meisner: **what Is environmental communication:** édition l'armattan, France : 1995, p108.

ويعتبر الاتصال البيئي الاستعمال الاستراتيجي للتقنيات الإعلامية من أجل تدعيم السياسات والمشاريع البيئية وترقيتها، كما يعد نشاطا تفاعليا حيث يهدف إلى إشراك كل الأطراف المعنية بالعمل بدقة وجدية اتجاه المجموعات موضوع الاستهداف وهو تعديل وتشجيع السلوكات الإيجابية بين الناس وذلك بمساندة تلك السياسات والمشاريع وتشجيع المشاركة فيها.

الاتصال البيئي هو الاستعمال المخطط الاستراتيجي للاتصال، يعالج منتجات إعلامية بيئية لدعم صنع سياسة فعالة نحو البيئة وهو عملية تفاعلية اجتماعية تمكن الناس من فهم عوامل بيئية رئيسية كما تساعدهم أيضا على إيجاد الحلول نحوها، ووفقا **لروبرت كوكس** مجال الاتصال البيئي يتكون من سبعة مجالات رئيسية للدارسة:

- الخطاب والخطابات البيئية.
- وسائل الإعلام والصحافة البيئية.
- مشاركة الجمهور في صنع القرارات البيئية .
- لتسويق الاجتماعي وحملات الدعوة .
- التعاون البيئي وتسوية النازعات.
- الإبلاغ عن المخاطر.

في كتاب له الاتصالات البيئية والمجال العام، وضع روبرت كوكس تعريفا أكثر رسمية الذي يعتبر فيه الاتصال البيئي كشكل من أشكال العمل الرمزي، وبعبارة كوكس، **"الاتصال البيئي هو الصياغة الواقعية والتأسيسية لفهمنا للبيئة فضلا عن علاقاتنا مع العالم الطبيعي، بل هو الوسيلة الرمزية التي نستخدمها في بناء المشاكل البيئية والتفاوض مع أعضاء المجتمع المختلفة للاستجابة لها ". بواسطة وسائل واقعية كوكس يعتبره وظيفة مفيدة للتعليم، والتنبيه، والإقناع، والتعبئة، والحل، وما إلى ذلك. وبواسطة عمليته التأسيسية هو يعنى بوظيفة خلاقة للمساعدة على تشكيل تصوراتنا للطبيعة، والقضايا البيئية وأنفسنا".**[1]

كما يقصد بالاتصال البيئي مجموع الأنشطة الاتصالية الكاملة التي يمكن أن تحدث التغيير في المعارف والآراء والاتجاهات والسلوكيات التي لها علاقة مباشرة مع البيئة في المجتمع باعتبار هذا التغيير ضرورة ملحة لمواجهة المشكلات البيئية وذلك بحشد طاقات وجهود المعنيين بالبيئة وتوجيهها لتحقيق أهداف معينة، كما أن الاتصال البيئي يعتبر محرك للعمل البيئي، وهو قاعدة أساسية للنجاح في التقليل من المخاطر التي تهدد البيئة، فالاتصال البيئي هو بمثابة العمود الفقري لجميع أنشطة الجمعيات البيئية ،لأنه يتخلل معظم هذه النشاطات بصفة أو بأخرى، فالإدراك والتوعية لا يمكن أن يصلا إلى الأفراد المستهدفين فيه إلا من خلال اتصال بيئي فعال، فهو العامل الأساسي للعمل البيئي عامة وللتوعية، والتحسيس بصفة خاصة، ولا يمكن تصور تنمية وتطوير بيئي دون الاعتماد في ذلك على اتصال بيئي.

الاتصال البيئي هو عملية انتقال البيانات والمعلومات البيئية إلى المتلقين) بيانات متعلقة بأنظمة القياس مثلا: الهواء، تلوث المياه، الأرصاد الجوية... الخ، وكذا حول البيئة والإحصاءات والمنشورات والخرائط وبرامج الحكومات والأحزاب السياسية وكذا التعليم البيئي وما إلى ذلك، ويتم تنظيمها جزئيا، ويوجد مصادر أخرى هي: البحوث، جلسات الاستماع، علم البيئة وغيرها من المجالات. [2]

---

[1]-Mark Meisner : **ibid**, p109.

[2] - أحمد محمد الموسى: **الخدمة الاجتماعية و حماية البيئية**، مصر، المكتبة العصرية ، 2007، ص 306.

في الواقع أن تعبير الاتصال البيئي يرتبط مع مجموعة القرارات، والرسائل المنشورة على المستوى الداخلي، والخارجي بواسطة مؤسسة أو تجمعات قادرة على التأثير بشكل مباشر أو غير مباشر، وهي تلتقي في نقطة حماية البيئة.

الاتصال البيئي يرتبط من الناحية التطبيقية بالاتصال المنجز من طرف: وسائل الإعلام، المنظمات، الجهات السياسية، وكل الفاعلين في الساحة العامة، وهو يتعلق بالمواضيع البيئية ويرتبط في محتواه بمختلف مستويات الواقع:

- **الحقائق الفيزيائية :** الهواء، الماء، التنوع البيولوجي ... الخ.
- **الحقائق الاجتماعية :** التنمية المستدامة، إطار الحياة، المواطنة البيئية...الخ .

يمكننا القول أن الاتصال البيئي هو نشاط ينقل رسالة بيئية أو علمية متعلقة بحماية الموارد الطبيعية والبيئة، يشمل على برامج اتصالية موجهة إلى المجتمع ككل، تقوم به جميع القطاعات بداية من أكبر الشركات وصولا لأصغر الصحف .[1]

من الملاحظ نجد أن هذا الميدان أصبح أكثر فأكثر ذا أهمية، وذلك بسبب أن الرهانات البيئية أصبحت هي الأخرى كبيرة ، كما أن وسائل الاتصال أصبحت حاليا أكثر تنوعا، بالإضافة إلى ذلك نجد الشركات والوكالات الحكومية...تتنافس للحصول على دعم الجمهور، وإن هذه العملية الاتصالية هي معقدة بحيث يمكن أن تصبح معها هذه الرسائل الاتصالية متضاربة، وفي العموم فإن الاتصال الفعال هو الذي يمكن من تحديد مصير رسالة بيئية مشكلة على هيئة حملة بيئية على أي مستوى من المستويات التالية (المحلي، الإقليمي، الوطني، العالمي).[2]

الاتصال البيئي كذلك هو مجموع الاتصالات والممارسات التي تجريها وسائل الإعلام والأحزاب السياسية أو أي شخص آخر في الساحة العامة حول موضوع البيئة. وإن هذا الاتصال مرتبط في الأساس بالتعبير عن مختلف مستويات الواقع :

2 - الواقع المادي : الهواء الماء، الحيوانات، النباتات...الخ.

1 - الحقائق الاجتماعية : التنمية المستدامة، المواطنة البيئية، البيئة المعيشة...الخ.[3]

الاتصال البيئي هو أي نوع من تدفق المعلومات ذات الصلة بالبيئة التي تنطوي على الاتصال الذي يتم من خلال: الاتصال الشخصي والمناقشات العامة، المنشورات، وسائل الإعلام والاتصال، وتسويق المعلومات المتصلة بالبيئة، كما نجد الاتصال الرقمي من خلال الويب وذلك حول عناصر البيئة (الماء، الهواء، المناخ، التربة...الخ)، ومصادر التأثيرات البيئية) (النفايات الصلبة، النفايات السائلة ،النقل، الموارد الجينية، المزاد الخطرة، الإشعاعات النووية...الخ) .

يمكن القول عن هذا الاتصال أيضا بأنه يتعلق بتعليم بيئي غير رسمي، تعلم العمليات التي تحيطنا بمعرفة القيم والسلوكات الاجتماعية والاقتصادية والتقنية التي تمكننا من تغيير الأفكار السلبية، وذلك لبلوغ ممارسة التنمية المستدامة، وبلوغ أيضا مرحلة القدرة على حل المشكلات وهذا من خلال إستراتيجية اتصالية على المدى القصير وكذا البعيد، وإن الاتصال البيئي يعتمد على المعرفة الواقعية للتعليم الرسمي

---

[1] - أحمد محمد الموسى:**مرجع سبق ذكره**: ص ص 206،207.

[2] - محمد منير حجاب: **الإعلام و التنمية الشاملة**، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، 1998، ص261.

[3] - ماهيناز محسن: **الإعلام والبيئة**، القاهرة، دار الفكر المعاصر، ط1، 2008، ص9.

بخصوص الأنظمة البيئية المعقدة والتداخلات التي تربط الإنسانية على المستوى العالمي والإقليمي والمحلي .

❖ **أشكال الاتصال البيئي:**

يأخذ الاتصال البيئي عدة أشكال التي ترجع في الأصل إلى أنواع اتصالية موجودة، تمتزج في الواقع مع :

أ - الاتصال السياسي

ب - الاتصال العلمي

ت - اتصال الأزمات

ث - اتصال المخاطر

من خلال هذه الأشكال المختلفة، الاتصال البيئي يعرف كموضوع بوجه خاص معقد، ويذهب البعض الآخر إلى القول بان الاتصال البيئي يتكون من النظرة الخاصة للعلاقة " **"إنسان بيئة"**، موضوع البيئة يصبح اتصالي، وهذا ما يقدمه **Jacques Vigneron** الذي حدد الأشكال التالية للاتصال البيئي، وهي:

➢ **الاتصال السياسي:**

الاهتمامات البيئية تقودنا إلى فهم أن الأنشطة منظمة تعود إلى مجموعة من الأنشطة المحلية، أين السياسة تظهر كمنسق، نجد بطبيعة الحال أن الإشكاليات البيئية تمس بالمصلحة العامة، من خلال مختلف مواضعها وهو متعلق بالتلوث، الطاقات المتجددة، وسائل النقل النظيفة، انجاز المشاريع البيئية، وهي تتجمع بطريقة منظمة في تنفيذ تسيير مثالي متصل بين المصالح العامة والمؤسسات الخاصة المتخصصة وهذا بطريقة تظهر تقريبا منسقة في مجال النفايات، هذا يعني أن الإشكاليات البيئية تمس طريقة تسيير الحياة المحلية وهي تكتسي إذن جانب سياسي. [1]

إن تطبيقات الاتصال البيئي تتأثر بهذا الوجه السياسي للاهتمامات البيئية، ومنه فإن الاختيارات المعنية بانشغالات الرهانات هي وحدها القادرة على أخذ القرارات الخاصة بالحياة المحلية، وبالنظر إلى ذلك نصوص الاتصال البيئي تسمح بالضرورة إلى إنشاء علاقة مع أشكال الفاعلين .

هذه العلاقة تترجم في :

- صعوبة طرح محتوى منطقي .
- فيما يتعلق بالوقت الخاص بحملة اتصالية تقاس بوقت التفويض الانتخابي .
- إلزامية اختبار الرسائل المتعلقة بالمواضيع التي تحمل المخططات السياسية المحلية.
- الأخذ بعين الاعتبار بتقويم انتخابي في اختيار منشورات عن المراجع البيئية، الملفات الاتصالية الخاصة بالصحيفة، الكتب، الكراسات...الخ .

ت - الاتصال العلمي:

الاتصال البيئي يحوي في الواقع على مسلمات ومعلومات مرتبطة بالأعمال العلمية، ومن هذا المنطلق فهو يؤخذ كاتصال تكنو-علمي، وهذا يمكن من تطبيق اتصال بيئي من خلال خصوصا :

-الجهود البيداغوجية التي تنشر الرسائل المنجزة من طرف المؤسسة و التي تعتمد على : الملاحظة العلمية، المعاجم، التقارير البيئية، الزيارات الموجهة بنموذج إثبات، ومنه فهي عملية خاصة بجهود المتعلم، هذه الجهود تصبح ضرورية من خلال إيجاد لغة خاصة مفهومة لهم (المتخصصين).

[1] - محمد حمدان المصالحة: **الاتصال السياسي مقترب نظري تطبيقي**، عمان، دار وائل للنشر، ط2، 2000، ص19.

-الجهود الخاصة بالشفافية المنجزة من طرف الفاعلين في الاتصال : وهي عدم القدرة على إخفاء أي شيء من مختلف الأجزاء المأخوذة، من أجل إيجاد جو من الثقة، والتي تفترض إفشاء معلومات تقنية متخصصة، ونلاحظ هنا العديد من المعطيات الرقمية في التقارير البيئية .وإنه أيضا في خضم القيام باجتماعات حول البيئة لابد من أن تكون هنالك شفافية لدى الفاعلين وهذا لإيجاد تنظيم متوازن يمكنه ترجمة المعطيات، ومن ناحية أخرى فإن أهمية أخذ الاتصال لطابع علمي يكمن في الخطابات العقلية، التي تقدم نتيجة مطمئنة بالنظر إلى الجوانب المغلقة التي تميز البيئة.[1]

ث -اتصال الأزمات:

حالة أو وضعية الأزمة تظهر من خلال شيئين أساسيين بالنسبة للمؤسسة: هي لحظة مفتاحيه، في حالة أزمة، تسمح عند الضرورة بتغييرات في التعريف للمشاكل، ومنه فالأزمة تظهر كأنها فرصة لتشكل ممكن، وهي بطبيعة الحال فترة خطر، تفرض اتصال في حالة طارئة، تتطلب أخذ قرارات سريعة وتبادل معلومات سريع قريبة من مختلف المخاطبين المقسمين، وهي حالة أو وضعية انفعالية، تحمل رهانات مهمة، ويمكننا القول بأن الاتصال يشكل في حد ذاته رهانا.

إن الرسائل التي يمكننا أخذها بسهولة باختلاف تتميز كل واحدة منها، لأن هذه المعطيات هي معروفة، وإن مكسب السرعة يربح في نفس الوقت كتابة الرسائل البيئية وأيضا التعريف بالمخاطبين ،كما أن قرب وقت الأزمة وإعادة النشاط تشكل عامل مفتاحي في الاتصال في حالة الأزمات .

ج -اتصال المخاطر:

عند قيامنا بالاتصال البيئي ضمن اتصال الأزمات يظهر لنا على حد السواء اتصال المخاطر. ففي مشروع أو مؤسسة صناعية، الاتصال البيئي يترجم من خلال الأخذ بعين الاعتبار مظاهر الخطر، هذا يفترض أن المؤسسة تقوم بالتعريف بمخاطر نشاطاتها، وهذا يعني أن جل المؤسسات، وينبغي أن تبدأ من فترة ظهور المسببات مثال : إذا كانت هنالك مواد سهلة الاحتراق لابد من الإعلام بوجودها.

هنالك مخاطر أخرى يمكن أن تظهر نتيجة للأنشطة مثل: تلوث التربة، احتراق الغاز، تخمر بعض النفايات الإستشفائية...الخ.[2]

إن المؤسسة التي تتصل لأجل المخاطر تعمل على وجه شخصي مرتبط بإحساس المواطن لهذه المخاطر مثل: الروائح.

لكن كل أزمة لها نوعها، ومستواها من الخطورة، ونحن نميز أربعة مستويات للازمات:

- ✓ الحوادث الكبرى التي تخلف أرواح إنسانية (مثل تشرنوبيل أو حادث بوبال).
- ✓ ا لكوارث الايكولوجية (تلوث البحر بالنفط).
- ✓ حوادث الإنتاج.
- ✓ الحوادث الصغرى الثانوية التي تشكل صورة سلبية على المؤسسة أو المشروع .

➢ **طبيعة الاتصال البيئي:**

[1] - محمد منير حجاب: **مرجع سبق ذكره**، ص 262.

[2] - محمد حمدان المصالحة: **مرجع سبق ذكره**، ص 20.

الاتصال البيئي الذي نريد إنشاءه أو القيام به يمكن أن يختلف باختلاف الخاصية التي نريد أن نطبعها فيه ومنه يمكن تمييز طابعين يميزان هذا النوع من الاتصال:

-اتصال بيئي إعلامي (معنوي، أخلاقي):

مثال: أنا مواطن في هذا العالم أعمل من أجل المحافظة على طبقة الأوزون.

-اتصال بيئي وقائي:

مثال : أتوقع مشاكل رمي الملوثات في الأنهار أنشئ محطة للتصفية أو التطهير.

-اتصال بيئي تفاعلي:

مثال : قمت بتسجيل أن شركتي تطرح ملوثات في المحيط تحدث مخاطر سلبية على المناطق السكانية القريبة، لذا أقوم بتركيب فدافئ للترشيح .

إن هذا الاتصال له نزعة تجيب على المشاكل الحساسة الأكثر واقعية، فالبيئة ليست ظاهرة متعلقة بالموضة، لأن الاتصال البيئي يقدم مجموعة من القيم الاجتماعية ومنه نقول أن لديه قيمة إعلامية، وقائية وقيمة تفاعلية [1].

- **مميزات الاتصال البيئي:**

يتميز الاتصال البيئي عن غيره من أنواع الاتصالات الأخرى بأربعة خصائص تسمح بتحديده وهي تتعلق بما يلي:

- تعدد الفاعلين المعنيين بالاتصال البيئي .
- تخصص مواضيع الاتصال المعني بالشؤون البيئية.
- الشكوك العلمية التي ترافقه.
- أهمية الرهانات المادية(المالية).

✓ **تعدد الفاعلين المعنيين بالشؤون البيئية :**

هذه الخاصية تعبر عن القاعدة المتعلقة بتعقيد الإشكاليات البيئية، وعلى العموم الفاعلون في المجال البيئي ينتمون إلى مختلف النظم الأساسية، ومنه فهم:

- المنتخبون، المؤسسات، الجمعيات، السكان (المدن/الريف)، المتخصصون، الهيئات، الصحفيون (الجهويين والوطنيين)، الباحثين، رجال القانون، العلماء، الوالدين، الأطباء...الخ .

ويتم الجمع بينهم في أربعة مجموعات كبرى:

1. وسائل الإعلام
2. المؤسسات والإدارات أو التجمعات المحلية
3. الشركات
4. الجمعيات

إن وجود الأربع مجموعات لهؤلاء الفاعلين يعود إلى اختلاف المعارف المتعلقة بالإشكاليات البيئية، فالبعض يحسن فهم المعلومات العلمية، والبعض الأخر المعلومات المتعلقة بالاقتصاد، وآخرون المعلومات الخاصة بالدراسات القانونية، أو السياسية، أو الاجتماعية، وفي نفس السياق اختلاف احتياجاتهم الاتصالية، كما أن التزاماتهم البيئية تختلف أيضا. هذا الاختلاف بالنسبة إلى الفاعلين يؤدي بنا أيضا إلى اختلاف

[1]- orée : **communication environnemental de votre entreprise**, guide de la communication environnementale de votre entreprise –orée 04/98 , p 23.

النظريات المرتبطة بالإشكاليات البيئية: النظرة (الاقتصادية، السياسية، العلمية، ...)، وان الرهانات التي يحملها كل واحد منهم هي في الواقع مختلفة جدا: الانتخابات، تحرير السوق، حماية نوع حيواني، اختبار تقنيات جديدة ...الخ .[1]

إن كل ذلك الاختلاف قد يؤدي وبصورة منظمة إلى ظهور نازع بين الفاعلين، الأمر الذي يؤدي إلى اختلاف طريقة معالجة المشكلات البيئية، ولذلك فإن المشكلات البيئية تفترض دوما تركيز الفاعلين من ناحية المهام على الاتصال الملائم .

✓ **موضوع اتصالي متخصص:**

معظم الإشكاليات البيئية لها خاصية تشكل موضوع نوعي (متخصص) وهو يندرج تحت جانبين مبدئيين : غياب الوعي الإنساني و السياسي .

على كل حال فإن العديد من المواضيع البيئية مرتبط بالمشكلات التي يكون الإنسان السبب المباشر لها، ومنه فهذا الاتصال يخاطب انعدام الوعي.

إن تخصص الموضوع الاتصالي يحتاج أيضا إلى شكل مهاري في تطبيق الاتصال ومهامه، هذا يعني النفسيات والاختصاصات المرتبطة بالموضوع، وعند الضرورة إدراك الروابط التاريخية والنفسية التي تربط الأماكن بسكانها، كما أن هذه الصفة تتطلب أيضا المعرفة الجيدة للأنظمة السياسية المحلية وقدرتها على أخذ القرارات والأخذ بها ، ووضع الاعتبارات البيئية ضمن أجندتها الانتخابية .

✓ **الشكوك العلمية:**

الإشكاليات البيئية تتميز بعلمية كبيرة، تسجل في الواقع شكوك علمية ثلاث جوانب:

1- غياب القدرة على الرجوع في الزمن :

هذا يرتبط مثلا بنتائج الغازات الدفيئة (المعلومات المناخية القديمة والمحددة ليست كلها متوفرة).

2- غياب المعلومات أو وفرتها :

العلماء مثلا لا يعرفون دوما كل المعلومات المجتمعة: مثال نتائج الغازات الدفيئة هي حتى الآن صعبة من أجل تجميع كل المعلومات الخاصة بالقوى، كذلك من الصعب الأخذ في وقت واحد مجموعة المقاييس المرتبطة مثلا بـ: طبقة الأوزون.

3 - غياب الوسائل :

المخابر العلمية التابعة للجامعات، لا تتطلب بصفة إلزامية الوسائل المناسبة، هذا يعني المقاييس المنجزة أو الخبرات التي لابد من انجازها تتطلب تجهيزات باهظة الثمن وغير متوفرة .[2]

هذه الشكوك العلمية تتزايد بعدم ملاءمتها لقنوات البث الإذاعي، فليست تؤخذ دوما وليست فعالة دوما، ومنه فمن الصعب تهيئة وسائل تقنية علمية لإعادة الاعتبار لتجربة مخبريه وهذا يضيف صعوبة تعميم المعلومات العلمية، وهذا يقودنا إلى إدخال مبدأ الحذر في الاتصال البيئي، من ناحية القائمين بالاتصال البيئي، الشكوك العلمية تثير أيضا صعوبة حقيقية للاتصال، لأنه في بعض الأحيان لا توجد معلومات توضع في الاتصال البيئي.

4- أهمية الرهانات الاقتصادية :

[1] - ماهيناز محسن: **مرجع سبق ذكره**، ص11.
[2] - ماهيناز محسن: **مرجع سبق ذكره**، ص12.

الإشكاليات البيئية هي تقريبا متناسقة مرتبطة برهانات اقتصادية مهمة، ومنه فإن انجاز أو استحضار مشكل بيئي، يظهر الجرائم الاقتصادية الكبيرة التي أدت إلى ظهور مشكل التلوث (الأرضي، التلوث البحري بالنفط)، الكوارث الطبيعية (أعاصير / فيضانات)، البني التحتية (المزارع التي تحوي على الطاحونات الهوائية) النقل (الملاحة والمصانع)، التحسيس بتقليل الطاقة (حملة وطنية محلية).

5- محتوى الاتصال البيئي:

- التواصل على أهمية الحفاظ على البيئة لدى الهيئات العامة، والحكومية، والشركات الخاصة.
- إقناع الآخرين بضرورة الامتثال للأنظمة البيئية .
- التواصل مع وسائل الإعلام حول القضايا البيئية .
- كتابة الخطب .
- المساعدة على بيع منتجات آمنة بيئيا.[1]

- العوامل التي تجعل الاتصال البيئي ذو خصوصية:

1 - تعقيد القضايا البيئية :

فالاتصال البيئي يتعامل مع العلم، الاقتصاد، القانون، المناجمنت ، السياسة والعديد من المبادلات والتفاعلات التي تجعل منه شموليا.

2- فجوة الفهم :

فالجمهور العامي لا يعرف ولا يفهم بنفس الأسلوب الذي يفهم به الخبراء وبالتالي فإن مستوى الفهم وكيفيته تختلف بين الفئات الاجتماعية المختلفة .

3- التأثيرات الشخصية:

وهي ترتبط بالاعتقادات التقليدية في أغلب الأحيان ومعايير ثقافية اجتماعية، وإن الاتصال البيئي يسبب ردود أفعال من ناحية البعد العقلاني للسلوك البشري والممارسات.

4- عنصر المخاطرة:

فالخطر يتردد على العامل في الاتصال البيئي خصوصا في الموضوعات السلبية الخارجة على السيطرة.

5- تداخلات واسعة النطاق:

التداخلات البيئية تتطلب عمل مترابط في أغلب الأحيان.

المطلب الثاني: مصادر الاتصال البيئي والعوامل المتحكمة فيها

✓ **مصادر الاتصال البيئي:** إن اختيار المصادر يعد قضية أساسية في معالجة الموضوعات الإعلامية عموما والإعلام البيئي خصوصا وتحكمها عوامل مادية، وموضوعية، وأخلاقية وهي كالآتي:

1. أنواع المصادر :

يعتمد الإعلام البيئي على مجموعة متعددة من المصادر التي تمكن الصحفي من الحصول على المعلومة البيئية الصحيحة، والموثقة و لنا أن نذكر منها ما يلي :

I. الملاحظة الشخصية :

تتأتى من خلال العمل بمواقع الأحداث ومتابعة كل ما يتعلق بالبيئة من ظواهر حتى ولو كانت صغيرة لا يهتم بها احد فملاحظة صغيرة للصحفي البيئي يمكن من خلالها إثارة قضية مهمة.

[1]- ماهيناز محسن: **مرجع سبق ذكره**، ص 13.

مثال:كان مستوى الضوضاء مرتفعا للغاية في مدينة القاهرة عام 1976 وذلك بسبب اختناقات المرور وسوء استخدام أبواق السيارات.

منه فإن هذه الملاحظة الشخصية من جانب أحد الصحفيين المعنيين بشؤون البيئة أعقبها بعض القراءات عن الضوضاء قادته إلى كتابة تحقيق ناجح عن مشكلة الضوضاء في القاهرة مما يدل على الأثر الذي أحدثه هذا التحقيق والملاحظة الشخصية- وأثرها في مد المحرر بمادة موضوعاته عن البيئة.[1]

II. رجل الشارع :

هو ما يمكن أن يشاهده من مظاهر التلوث أو السلوكيات الضارة بالبيئة، وهناك العديد من الناس الذين يهتمون بما يجري حولهم ويمكن أن يكونوا مصادر مهما يمد الصحفي البيئي بالمعلومات والحوادث التي يجب التنبيه إلى مخاطرها.

III. الوزارات و الجهات المعنية بالبيئة :

مثل وزارة تهيئة الإقليم والبيئة الجزائرية والإدارات التابعة لها وفروعها بالولايات والدوائر المختلفة،والمشاريع الوزارة مثل مشروع سماء صافية وكذا مشروع دنيا وما تصدره هذه الجهات من نشرات صحفية وتصريحات رسمية والمقابلات مع المسؤولين فيها .

IV. الجمعيات الأهلية والمؤسسات غير الحكومية المهتمة بحماية البيئة :

مثلا توجد في الجزائر العديد من الجمعيات التي تهتم بحماية البيئة وجمعيات علمية متخصصة تهتم أيضا بالبيئة في إطار اهتماماتها الأخرى إضافة إلى الأحزاب واتحاد نقابات العمال التي تضيف البيئة إلى اهتماماتها.

V. الخبراء والعلماء من الجامعات ومراكز البحوث :

تساهم البحوث العلمية مساهمة كبيرة في فهمنا للعمليات المختلفة التي تحكم النظم البيئية وتؤثر فيها وقد تحقق تقدم كبير في طرق وأدوات التحليل لتحليل ورصد الملوثات العضوية ،وغير العضوية في الهواء، والماء، والتربة كما تحقق تقدم كبير في فهم عمليات نقل وتفاعلات هذه الملوثات في شتى الأوساط، وتحديد مصيرها وكل هذه المعلومات وغيرها يمكن الحصول عليها من مراكز ومعاهد الأبحاث وفي الأقسام المعنية بالجامعات وبعض الوزارات .

VI. المؤتمرات والندوات العلمية الخاصة بالبيئة :

التي تنظمها الجامعات والهيئات والمؤسسات المختلفة في الداخل والخارج حيث أن الخطر البيئي أصبح يمثل هاجسا فرض قضية البيئة على مختلف التخصصات، ومثل هذه المؤتمرات تناقش العديد من الأبحاث والدراسات التي يمكن أن تزود الصحفي بالمعلومات المهمة، والخلفيات الضرورية لقضايا وموضوعات البيئة إضافة إلى العلماء والخبراء الذين يشتركون فيها من دول متعددة وما يمثله ذلك من اطلاع الصحفي على تجارب عديدة في مجال حماية البيئة.

VII. رسائل الماجستير والدكتوراه :

التي تناقش في الجامعات الجزائرية والعربية والأجنبية سواء لها علاقة مباشرة أو غير مباشرة بقضايا البيئة.[2]

VIII. الكتب و الدوريات والنشريات المتخصصة :

[1] -إسماعيل إبراهيم : **الصحفي المتخصص**، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع ، 2001 ، ص 237.
[2]- إسماعيل إبراهيم: **مرجع سبق ذكره** ، ص ص 237- 238.

هذا في البيئة العربية والأجنبية فمتابعتها شيء ضروري ومهم بالنسبة لمحرر شؤون البيئة فهي إضافة على ما تضمه من معلومات تجعله متابعا لكيفية تغطية وكتابة شؤون البيئة بهذه الدوريات والجديد في مجالات التغطية الصحفية لها.

IX. شبكة الانترنت :

غيرها من وسائل وتكنولوجيا المعلومات حيث تتوافر على هذه الشبكات ملايين المعلومات والجديد في مختلف مجالات البيئة.

2. العوامل التي تحكم اختيار المصادر:

هنالك عدة عوامل تحكم اختيار الإعلامي البيئي لمصادر تغطية الأخبار البيئية وهي :

- **العوامل المادية :**

المتمثلة في الوقت المتاح للوصول إلى المصدر لكتابة، أو نقل و بث الخبر، أو الموضوع في وقت مناسب للطبع أو الإذاعة أو البث، ووسيلة الاتصال به بالتلفزيون أو الفاكس أو عبر الانترنت.

- **العوامل الموضوعية :**

فلابد أن يختار المحرر المصادر التي تتوافر فيها خبرة والارتباط بالموضوع وبما يحقق التنوع والتكامل في المصادر.

- **العوامل الأخلاقية :**

بحيث يلتزم المحرر في اختيار مصادره بمبدأ العدالة الذي لا يتحقق إلا بالاستماع إلى كل وجهات النظر المتعارضة والبعد عن اتخاذ المواقف المسبقة التي تجعل الصحفي أسيرا لموقف معين.[1]

المطلب الثالث: أهداف الاتصال البيئي و أدواره

1) أهداف الاتصال البيئي:

بناءا على الأهداف التي سطرتها معظم المؤتمرات البيئية يمكن تحديد مصفوفة لمجموعة من الأهداف التي تشكل محور عمل الاتصال البيئي:

أ - الاتصال الخارجي:

- دعم الاتجاهات الايجابية لدى جماعات التأثير وبخاصة صناع القرار وقادة الري نحو قضايا البيئة وحفز المشاركة والتعاون بما يمثل دعما لتنفيذ سياسات وزارة البيئة .
- تفعيل مشاركة المنظمات والهيئات والمؤسسات المعنية بقضايا البيئة في أنشطة الاتصال البيئي ودعم شعورها بالمسؤولية تجاه هذه القضايا .
- وضع قضايا البيئة ضمن أولويات اهتمام الجمهور العام وزيادة المساحة التي تشغلها في الاتصال الاجتماعي بين الجماعات المستهدفة .
- رفع مستويات المعرفة والوعي بقضايا البيئة لدى قطاعات الجمهور المختلفة وحفز التغيير السلوكي الايجابي نحو مشكلات البيئة .
- دعم إدراك الجمهور العام والنوعي لحقيقة الدور الحيوي الذي تقوم به وزارة البيئة في تقديم حلول مستدامة للمشكلات البيئية بالتعاون مع مختلف الهيئات والمنظمات المحلية والإقليمية والدولية .

ب - الاتصال الداخلي:

[1]- تقرير صادر عن وزارة الدولة لشؤون البيئة جهاز شؤون البيئة وبرنامج الدعم القطاعي البيئي المكون الإعلامي: **مرجع سبق ذكره**، ص 9.

- تنمية القدرات المؤسسية لوزارة البيئة لتنفيذ إستراتيجية اتصال فاعلة ومؤثرة لتحقيق الأهداف الاتصالية للوزارة المكلفة بشؤون البيئة ووضع آلية لمتابعة وتقويم النتائج المترتبة على تنفيذها .
- وضع أسس تطوير إستراتيجية لجمع وتوزيع المعلومات باعتبارها ضرورة حيوية لأي نشاط اتصالي فاعل، وبما يضمن تدفقا سريعا وحيويا للمعلومات لكافة الشركاء في أنشطة الإعلام والتوعية البيئية.[1] ولكي نحدد أهداف الإعلام البيئي بدقة ندرج المفاهيم التالية:

- **المعرفة (البعد الإدراكي)** :

يقصد بها المعلومات والمفاهيم التي ينبغي أن يعرفها الأفراد، والجماعات عن النظم البيوفيزيقية، وكل ما تحويه البيئة الطبيعية من موارد وعلاقات وما تتعرض له من مشكلات، وهنا يبرز دور المؤسسات الغير نظامية في عمليتي التعليم والتثقيف البيئيين، وتعتبر وسائل الإعلام الأكثر فاعلية في نشر الوعي البيئي بين المواطنين على اختلاف أعمارهم ودرجات ثقافتهم وأماكن تواجدهم.

لضمان الإدراك والفهم الصحيحين للعلاقة التي تربط الإنسان بالبيئة ينبغي الاهتمام والعناية بقنوات الاتصال وقدرتها على الأداء الجيد في إيصال المعلومات والبيانات البيئية،ونقصد هنا وسائل الإعلام المتعددة لما لها من القدرة التقنية والفنية في نقل كل ما يتعلق بالبيئة على المستوى المحلي والإقليمي والدولي من خلال المعالجة الشاملة للأحداث بغية إيصالها إلى كافة الشرائح الاجتماعية ورفع وعيهم بأبعاد ومخاطر المشكلات البيئية، يمكن لوسائل الإعلام أن تخصص نشرات إعلامية أو برمجة أفلام وثائقية أو شريحة علمية خاصة بالبيئة، وطرح المشكلات البيئية وطرق التصدي لها من أجل لفت انتباه الجمهور.

كما يمكن للصحف إصدار ملاحق مستقلة بالبيئة أو إنشاء صحف ومجلات أو بنوك للمعلومات البيئية على شبكة الانترنت، وإذا ما توفرت المعلومات البيئية بصفة دورية مستمرة يمكن حينئذ تجنب حدوث الخلل أو المشكلة البيئية ولو بشكل نسبي.[2]

- **تكوين الموقف و القيم (البعد المهاري):**

المقصود بها مساعدة الأفراد والجماعات على اكتساب مجموعة من مشاعر الاهتمام بالبيئة، وكذا اكتساب المهارات المختلفة لتحديد مشكلاتها وكيفية حلها. وجعل الأفراد، والجماعات على معرفة بوسائل العمل والأداء لحماية البيئة ومن هنا يأتي دور وسائل الإعلام باعتبارها جزءا من منظومة التعليم والتدريب المستمر خاصة فيما بعد مراحل التعليم والتدريب المدرسي.

تستطيع وسائل الإعلام أن تخلق أنماط جديدة من الاتجاهات الايجابية لما لها من دور محوري في تنمية المواقف والقيم المختلفة، وجعل المواطنين يعايشون مشكلات البيئة، ويشعرون بوجودها ويحسون بأضرارها وتأثيراتها عليهم، هذا ما يعزز الوعي البيئي العام والخاص في المناطق الحضرية والريفية على السواء، كما يتعين على وسائل الإعلام في هذا الصدد إعداد جمهور يتقبل تغيير مواقفه وقيمه التقليدية وسلوكياته المضرة بالبيئة والتأثير فيه من اجل تحسينها ورفع مستوى معيشته،وحفظ التنوع البيولوجي والموارد الغير متجددة والقدرة الاستيعابية للأنظمة الايكولوجية .[3]

- **المشاركة (البعد الانفعالي):**

---

[1]- تقرير صادر عن وزارة الدولة لشؤون البيئة جهاز شؤون البيئة و برنامج الدعم القطاعي البيئي المكون الإعلامي:**مرجع سبق ذكره** ، ص10.

[2] - عبد الرحمان عبد الله العوضي : **الإعلام و الوعي الاجتماعي البيئي** ، القاهرة، جامعة الدول العربية، 1992، ص03.

[3]- اليونيسكو : **"اتجاهات التعليم البيئي بين الحكومات لمدينة تلبيس بالاتحاد السوفيتي"**، مجلة اليونسكو، 09أكتوبر1977، ص161.

هي إتاحة الفرصة للأفراد والجماعات للمشاركة الفعالة في كافة المستويات على حل المشكلات البيئية، ومنه فانه في غياب هذه المشاركة الفعالة الجادة، والايجابية لن تفلح أي جهود لمواجهة مشاكل البيئة، سواء في الدول المتقدمة أو النامية أو الفقيرة .[1]

قد أثبتت التجارب أن إشراك الناس في صنع القرارات التي يتعلق بها مستقبلهم أمر ضروري، وهذا يبرز دور وسائل الإعلام بكافة وسائله في إعداد أفراد المجتمع بدورهم وتحفيزهم لبذل كل الجهود، وتحمل مسؤولياتهم تجاه البيئة عن رضا واقتناع يصل إلى التأديب مع البيئة، شريطة أن يكون ذلك الاتصال مدعما بكل الخدمات والإمدادات اللازمة والمناخ المناسب .

لتعزيز المشاركة الجماهيرية في هذا الصدد ينبغي على وسائل الإعلام أن تخلق قنوات للحوار الاجتماعي بين المواطنين للوصول إلى القرار المشترك ، مما يساعد على خلق تيار شعبي ضاغط على الحكومات عندما يتعلق الأمر بالبيئة، ولتحقيق استمرارية هذا الحوار يتحتم على وسائل الإعلام تخصيص مجال مفتوح لطرح آراء وأفكار ومقترحات الجمهور المهتم بالبيئة، ونقل مشكلات بيئاتهم إلى الجهات البحثية والتنفيذية ومتخذي القرار، ومتابعة حلولها ونقاها مرة أخرى إلى الجمهور حتى يتحقق رجع الصدى .

كما يمكن لوسائل الإعلام أن تقرب الجمهور من الخبراء ومراكز البحوث للاطلاع أكثر على مجال البيئة أو الإخبار عن كل ما هو جديد في هذا الشأن، وتحفيز صناع القرار من القيادات السياسية على قيادة العمل البيئي واتخاذ القرارات السليمة بيئيا، وتوليد الإدارة السياسية لإيجاد الحلول لمشكلات البيئة.

إن أهداف الاتصال البيئي متعددة لا تعنى فقط بنشر المعلومات بل تسعى إلى إشراك المواطنين في رؤية المستقبل المستمر وفي بناء قدرة لدى الجماعات الاجتماعية لحل المشاكل البيئية أو للحد من هذه الأخيرة، وذلك ضمن إستراتيجية واضحة المعالم، ويعمد الاتصال البيئي إلى استعمال الوسائل والتقنيات الحديثة وهو يعمل من خلال تطبيق التسويق الاجتماعي والعلاقات العامة والتدريب الميداني...الخ .

يعد الوعي البيئي الذي يهدف إلى تغيير الاتجاهات وغرس القيم البيئية أهم هدف يسعى إليه الاتصال البيئي.

❖ **الوعي البيئي:**

إن الوعي البيئي موضوع ذو أهمية بالغة، لأنه مخصص لدراسة كيفية التعامل الرشيد للفرد مع كل مكونات البيئة، لأن البيئة تعد كائنا حيا لابد لنا من المحافظة عليه، وهذا الأمر لا يمكن انجازه، إلا إذا تعلم المواطن كيف يكون متحضرا ومهذبا في كل ما يصدر عنه من سلوكيات تجاه البيئة. [2]

جوهر هذه السلوكيات هو الوعي الكامن داخل الفرد، والذي ينطلق منه السلوك سواء كان ايجابيا أم سلبيا نحو البيئة، وتحتاج عملية تكوين الوعي لدى الأفراد إلى جهود متواصلة من المعلم وأولياء الأمور، وكذلك من وسائل الإعلام وغيرها من المؤسسات الاجتماعية، كما أنها عملية تحتاج إلى تخطيط علمي مدروس وإجراءات علمية، حتى يمكن تكوين الوعي على أفضل نحو ممكن، مما يساعد على تكوين السلوك الصحي الرشيد نحو البيئة.

---

[1]- سهام زواوي و هاجر تركي : **الإعلام البيئي**، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، السنة الجامعية 2008-2009، ص 48.

[2] - علي عجوة : **الإعلام وقضايا التنمية**، القاهرة ، عالم الكتاب،2001، ص125.

يعرف اتلسون Ittelson الوعي البيئي بأنه" **إدراك الفرد لدوره في مواجهة البيئة"**، ويعرفه بينت Bennt بأنه **"معرفة و إدراك شيء ما في البيئة سواء كان هذا الشيء مجردا أم محسوسا"، كما يعرف بأنه" الإدراك القائم على الإحساس و المعرفة بالعلاقات والمشكلات البيئية من حيث أسبابها،وآثارها، ووسائل حلها "**، ويعرفه السيد عبد الفتاح بأنه الإدراك الواعي لكيفية التعامل مع البيئة بوصفها الغلاف المحيط بالإنسان بما يصونها ويحافظ على صحة الإنسان .[1]

يعد الوعي البيئي من أهم نواتج التربية التي يسعى إليها الاتصال البيئي، ولقد أصبح من الثابت علميا أن عملية الاتصال تحتاج إلى تخطيط وإجراءات منضبطة، حتى يمكن الوصول إلى الهدف أو الأهداف المرغوب فيها، وعملية التوعية أو التثقيف هي عملية تربوية، فنحن حينما نعلم مفهوما معينا، نكون اتجاها أو قيمة بيئية معينة .

1. الاتجاه البيئي:

يقصد بالاتجاه البيئي الموقف الذي يتخذه الفرد إزاء بيئته من حيث استشعاره لمشكلات أو عدم استشعاره، واستعداده للمساهمة في حل هذه المشكلات وتطوير ظروف البيئة على نحو أفضل أو عدم استعداده. وكذلك موقفه من استغلال الموارد الطبيعية في هذه البيئة استغلالا ارشدا كان أم جائرا وموقفه من المعتقدات السائدة فيها رفضا أو قبولا سلبا أو إيجابا.

تعتبر الاتجاهات وغيرها من مكونات الجانب الوجداني أو الانفعالي في الاتصال البيئي بمثابة المفاتيح لمستقبل الجنس البشري وتحديد نوعية الحياة على سطح كوكب الأرض ككل، والاتصال البيئي موجه أساسا لإكساب الأفراد الاتجاهات البيئية المرغوب فيها ، ومن ثم فإن التركيز في هذا النوع من التربية ينبغي أن يكون على العمل وليس على المحتوى أو بمعنى آخر السلوك وليس على المعرفة .

2. القيم البيئية :

تنتمي القيم إلى العوامل المكتسبة في السلوك الإنساني، فالفرد منا لا يولد مزودا بأي قيمة إزاء أي موضوع خارجي، وإنما تتكون هذه القيم نتيجة احتكاك الفرد بمواقف خارجية متباينة تؤثر عليه بطريق ما بحيث ينتهي به الأمر إلى تكوين بعض الاتجاهات الخاصة التي تتجمع بعد ذلك فيما يسمى بالقيم.

معنى هذا الاتجاه، وهو استجابة قبول أو رفض لفكرة أو لموضوع أو لموقف معين، وهو وحدة تكوين القيمة أو بمعنى آخر، فالقيمة ما هي إلا محصلة مجموع الاتجاهات التي تتكون لدى الفرد إزاء فكرة موضوع أو موقف معين بالقبول والموافقة أو بالرفض والمعارضة.

- **أدوار الاتصال البيئي:**

إن الاتصال البيئي الفعال لابد له من أن يلعب في نفس الوقت دور وقائي و دور علاجي.

- **الدور الوقائي:** ذلك لأن البيئة حقيقة أصبحت حاضرة في الحياة اليومية، ومنه فمختلف الجماهير معنية با،وهذا لكي يتبنوا موقف حذر وهذا بسبب المشاكل البيئية التي يمكن أن تنجر عن عدم أعارتها الانتباه والحذر المطلوب.
- **الدور العلاجي:** هذا لأنه في هذا المجال تقنيا هو غير متحكم به من طرف الجمهور العريض، وهذا بالنظر إلى التلوث أو الأثر السلبي، يمكنه إطلاق ردود أفعال أكثر انفعالية منها منطقية أو عقلانية والتي تتميز بعدم التناسق.[2]

[1] - أحمد محمد الموسى: **مرجع سبق ذكره** ، ص 307.

[2] - أحمد محمد الموسى: **مرجع سبق ذكره** ، ص309.

- المطلب الرابع: شروط وعوامل فعالية الاتصال البيئي

1 -الشروط الخاصة بالاتصال البيئي:

الاتصال البيئي هو واحد من الوثائق الخاصة بالسياسة البيئية للمؤسسة أو الدولة أو المنظمة، وظيفتها توجيه وتقويم هذه السياسة، وهي ترافق على الدوام الرقي البيئي وكذا الصعوبات التي تواجهها الدولة أو المنظمة أو المؤسسات (الحكومية و الخاصة) في المجال الاتصالي البيئي.

إن الاتصال البيئي لابد له من أن يركز على الوقائع المادية ومسبباتها الملاحظة، كما أن الاتصال البيئي الفعال يركز على الشفافية والوضوح في الشكل والمحتوى الخاص بالرسائل البيئية، ومنه لابد أن تكون هنالك رغبة حقيقية في الإعلام الموضوعي مع مراعاة الوضوح اللازم الخاص بما يقدم حول النتائج والمشاريع التي لها علاقة مع البيئة...الخ، وهذا بطريقة تساعد على الفهم الجيد، وقادرة على إحداث الثقة بين المتصل والجمهور، لأن هذا الأخير يتفاعل بشكل كبير مع الواقع البيئي، ومنه فمن المهم ربح هذه الثقة من خلال الشرح الوافي والدقيق والموضوعي والمفهوم لدى هذا الأخير لإحداث الميل البيئي لدى الجمهور.[1]

ومنه فلابد من الأخذ بعين الاعتبار أربعة عناصر أساسية :

-لابد من التحكم الجيد في المعلومة بشكل جيد، قبل الشروع في أي عمل اتصالي.

-التوجه إلى الجمهور الداخلي (عمال بوزارة بيئية ، عمال شركة خاصة...)، والجمهور الخارجي (كافة الناس: مستهلكين، طلاب، صناع القرار...) وذلك بقدر من المعلومات .

-الاتصال المنتظم حول البيئة يمكن من تجنب الأزمات والمشاكل البيئية .

-التعرف المسبق على الجمهور المستهدف، الهدف الاتصالي، طبيعة الرسالة الاتصالية .

على العموم الاتصال البيئي لابد له من أن يكون مقبولا من قبل الجمهور المستهدف بالعملية الاتصالية البيئية هذه، كما لابد من أن تجيب هذه الأخيرة على تطلعاتهم واحتياجاتهم و هنا نقول أنه لابد من التعرف المسبق على الاحتياجات المختلفة لمجموع الجماهير، وإن أي إستراتيجية اتصالية بيئية لابد لها من أن تركز على الأولويات البيئية.

من المهم في نفس الإطار أن يهتم هذا الاتصال بالنقاط التالية:

التركيز على المواضيع المهمة لدى أغلبية عناصر الجمهور، وإن هذه المواضيع يمكن أن تأتي حول:

- المشاريع التي تمت بصلة للبيئة .
- أنشطة أو نتائج علمية حول البيئة.
- تسيير الموارد الطبيعية.

ومن المستحسن في البداية اختيار موضوع أو اثنين على الأكثر وذلك من أجل تركيز أكبر على الرسالة المحددة.

- النبرة أو اللهجة المستعملة، مهما كان الموضوع الاتصالي لابد لها أن تكون موجبة .

يمكننا اعتبار أن الاهتمام الكبير بالقضايا البيئية، ومهارات الكتابة الجيدة هي التي تحدد وتميز الاتصال البيئي، وإن فهم القضايا البيئية يتطلب فهم أساسيات علم الأحياء، والكيمياء، والفيزياء،وغيرها من العلوم الأخرى ذات الصلة، وإن ذلك يأتي من أجل الكتابة والتواصل بوضوح عن البيئة .[2]

---

[1] -Orée : **ibid,** p p 4,19.

[2] - عبد العاطي السيد: **البيئة والمجتمع**، الاسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 2007، ص27.

كما يوجد شرط آخر وهو التعطش للمعرفة الإضافية والقدرة على مواكبة التغيرات السريعة.
إن الاتصال البيئي لا يمكن أن يكون ناجحا إلا إذا كان على أساس كاف وموثوق به، بالإضافة إلى عمله على مقارنة المعلومات بالإضافة إلى وجود بيئة تسمح بالوصول إلى المعلومات دون عوائق لتدفقه.

إن الوصول إلى المعلومات يعتبر دفا مرغوبا فيه من قبل الجمهور العريض، وقد بدأ الاهتمام بالوصول إلى المعلومات البيئية إلى مؤتمر استوكهلم 1972وما قبل هذه السنة أيضا وقد استغرقت بلورة هذه الفكرة ما يقارب 10سنوات وذلك في التشريعات (مثال: مبدأ الحق في الوصول إلى المعلومة).
في إطار الاتصال البيئي يوجد بعض الأبعاد الأساسية لتبادل المعلومات في إطار الاتصال البيئي وهي كالآتي:

1 - مجال الاهتمام: (منطقة التطبيق) التي نقصد بها الطبيعة، البيئة العمرانية والاقتصادية، المجتمع ذو الصلة، بيانات النشاط، الهيكل الإقليمي، الرصيد المادي، الموارد، التشريع...الخ

2 - البعد المكاني: المتعلق بإحداثيات مصادر نقطة والمناطق المحلية، انهار، أحواض الدول، والقارات...الخ

3 - البعد الزماني: الوقت والتاريخ و الفاصل الزمني، السلاسل الزمنية...الخ

4 - تمثيل المعلومات: هذا من خلال مادة مكتوبة، وصياغة سياسة وأهداف، والتدريس، والاتصال الشخصي، والمعلومات الرقمية مثل قواعد البيانات والصور والوسائط المتعددة، ...الخ .

5 - المرسل والمتلقي للمعلومات : العلماء، الوكالات البيئية، الحكومات، والمنظمات غير الحكومية، والشركات، ومصالح حماية المستهلك، والوكالات، والمواطنين ذوي الاهتمام البيئي .

إن هذه الأبعاد الأخيرة توضح ديناميات أنشطة حماية البيئة أو التنمية المستدامة من خلال الاتصال بصفة عامة، وهي ذات أهداف بيئية مثل: الحد من التلوث، وضع خطة وطنية للعمل البيئي، إدارة البيئة...الخ، كما تهدف إلى التأثير على السياسات، والإدارات، والحكومات، والمؤسسات، وهذا من خلال التشريعات والتدابير مثل: الضرائب، الترويج للتكنولوجيات الصديقة للبيئة، المعلومات والبحوث .كما يؤثر هذا الاتصال على الصناعة والجمهور وقد يؤدي إلى أثار إيجابية على البيئة (كالتقليل من الضوضاء، الحد من التلوث، تقليل استغلال المياه، تجنب النفايات، الحفاظ على التنوع البيولوجي، وغيرها من الأمور الايجابية الأخرى).[1]

- **العوامل التي تجعل الاتصال البيئي ذو فعالية:**

إنه بقدر جودة وفاعلية الاتصال تكون نتائج تنمية الوعي البيئي، وتغيير القيم، والاتجاهات السلبية إلى قيم واتجاهات ايجابية تؤدي إلى تغيير السلوكات البيئية السلبية إلى سلوكيات بيئية ايجابية خاصة فيما يتعلق بسلوكيات الإدارة السليمة للمخلفات الصلبة وترشيد استهلاك الموارد، وحماية الثروات الطبيعية التي حبانا بها الله .

وعليه فإنه هنالك مجموعة من المهارات الأساسية، والصفات والخبرة اللازمة التي يمكنها أن تجعل الاتصال البيئي ذو فعالية وهي:

1- المهارات : يمكننا تعداد هذه المهارات في النقاط التالية :

-القدرة على الخطابة: وهي القدرة على التعبير عن وجهات نظرهم بكفاءة وإيجابية في أشكال مختلفة، بما في ذلك الخطاب، مناقشة جماعية...الخ.

[1] - عبد العاطي السيد: **مرجع سبق ذكره**، ص28.

-**مهارة الكتابة:** لابد للكتابة أن تكون فعالة وذات كفاءة.
-**المهارات الشخصية :** مثل حل النزاعات والتفاوض وبناء المجتمع .
-**مهارات الكمبيوتر :** كمعالجة البيانات، نشر ورقة (باوربوانت)، و قواعد البيانات.
2 - التجربة : التي يدخل في إطارها:
- التدريب مع المنظمات التي تتعامل مع البيئة .
- الخبرة في العمل في مختلف أنواع المنظمات التي لها علاقة بالبيئة والاتصال، ويمكن أن نجد من بين هذا العمل: العمل التطوعي أو العمل الصيفي في المجال البيئي.
- الخبرة المهنية: مثلا: الخبرة المأخوذة عن التكوين في احد المجالات البيئية أثناء الدراسة.[1]

3 - الصفات: يمكننا أن نضع ضمن هذه الصفات ما يلي:
-القدرة على إيصال المعلومات بطريقة واضحة وفعالة في الوقت نفسه، مما يدل على العناية بالبيئة.
-القدرة على فهم وجهات نظر متعددة يمكن أن تكون في نفس الوقت متعرضة والاستجابة لها بطريقة واضحة وأبلغ.
-الشعور بالالتزام نحو البيئة من خلال الرغبة القوية للعمل ضد أولئك الذين يدمرون الطبيعة.

العوامل المؤثرة في الاتصال البيئي :

إن هنالك عدة عوامل أساسية لها تأثير على الاتصال البيئي متعلقة بطبيعة البيئة، والثقافات وهي تتعلق بما يلي :

1 - التصورات البيئية :

هي متعلقة بالسياقات الثقافية والرؤى والأحكام وأنماط الحياة التي توجد أثناء عملية الاتصال

2- الخيارات:

هي عبارة عن خيارات بخصوص القرارات التي تتخذ، والبدائل المتصلة وهذا بشكل شفاف وجلي .

إن الاتصال البيئي لا يمكنه بلوغ هدفه المتعلق بحماية البيئة من خلال تغيير السلوك فقط وإنما كذلك من خلال إشراك الرؤى التي تساعد المجتمع المدني على تطوير مهارات كافية لإدارة البيئة.[2]

[1] - نزيهة وهابي وآخرون: **مرجع سبق ذكره** ، ص ص30 ،31.
[2] - نزيهة وهابي وآخرون: **مرجع سبق ذكره** ، ص31.

المبحث الثاني: الاتصال البيئي ووسائله.

سنتطرق في هذا المبحث إلى استعراض أهم النقاط التي تخص أهم الفاعلين في الاتصال البيئي، حيث نعرض وسائل الاتصال البيئي و قنوات الاتصال البيئي مع ذكر مزايا وعيوب كل قناة بالإضافة إلى التطرق لمعايير اختيار قنوات ووسائل الاتصال لمخاطبة الجمهور المستهدف.

المطلب الأول: أهم الفاعلين في الاتصال البيئي

يشترك في عملية الاتصال البيئي العديد من الفاعلين الأساسيين، وإن المعنيين بالاتصال البيئي هم أساسا الصحفيين الذين يعملون لصالح وسائل الإعلام الرئيسية مثل : الصحف، ومحطات التلفزيون، أو المنظمات الغير الحكومية، والغير هادفة للربح المادي، مثل تلك التي تقوم بالدراسة البيئية أو الجامعات التي تجري العديد من البحوث الأكاديمية، أما البعض الآخر قد يعمل في إطار المؤسسات التي تنشط في مجال البيئة، ومن بين الأعمال التي يقومون بها الإبلاغ عن قضايا البيئة في وسائل الإعلام المختلفة أو في الاجتماعات والندوات...الخ.[1]

ويمكننا ذكر بعض الفاعلين في المجال البيئي مثلا:

المسؤولين المنتخبين - الشركات الجمعيات - السكان المحليين - المؤسسات الإعلامية الصحفيين المحليين - الخبراء - المحامين - العلماء - الأطباء .

إلى غير ذلك من الفاعلين البيئيين الذين لا يمكننا حصرهم، وذلك بسبب أن البيئة هي اهتمام كل شخص يعيش على كوكب الأرض، ولكن يمكننا أن نضع تصنيفا لأربع مجموعات أساسية وهي كالآتي:

- وسائل الإعلام – المؤسسات: بما في ذلك الحكومات والسلطات المحلية- الشركات التجارية –الجمعيات.

هؤلاء الفاعلين يرجعون إلى مختلف المعارف حول القضايا البيئية، وعليهم في نفس الوقت السيطرة على بعض المعلومات العلمية وكذا المعلومات بشتى أنواعها سواء كانت اقتصادية وسياسية، أو قانونية...الخ، وذلك وفقا للمواضيع واحتياجاتهم المختلفة والتزاماتهم الخاصة .

إن تعدد الفاعلين يخلق تعدد المواقف تجاه القضايا البيئية، لأنه هنالك وجهة نظر سياسية،ووجهة نظر اقتصادية، وأخرى علمية، وما إلى ذلك، وإن التحديات التي يحملها كل فرد هي أيضا مختلفة جدا: الانتخابات، تحرير السوق، حماية الأنواع الحيوانية، تطوير التقنيات، وغير ذلك .

إن تقارب النهج والقضايا بصورة منتظمة يخلق صراعا بين الفاعلين الذين أحيانا لا يمكن أن نوافقهم في بعض المواقف التي يتخذونها والتي يعالجون بها بعض المواضيع، وهكذا يمكننا القول بأن القضايا البيئية تتطلب فاعلين يركزون على تنفيذ عمليات اتصالية مناسبة .

- ✓ **مواصفات الصحفي البيئي**

للصحفي البيئي مجموعة من المواصفات يمكن أن نعددها فيما يلي :

- القدرة على فهم المعلومات الفنية والعلمية الشديدة التخصص، وان يستطيع الكتابة عنها بأسلوب بسيط يلاءم الجمهور، وينبغي أن يقوم بذلك دون تغييب أي حقيقة علمية .

[1]- ماهيناز محسن: **مرجع سبق ذكره**،ص18.

- أن يكون محررا علميا وقارئا شرها في العلوم المختلة وتبسيطها، لان البيئة هي كل العلوم من فيزياء وكيمياء وبيولوجيا أنها مرتبطة بكل التخصصات وتتعامل مع كل الوزارات فهي وزارة كل الوزارات.
- أن يكون صبورا لديه اقتناع كامل وعقيدة تامة بقضايا البيئة لا يمل ولا يكل صبورا على المشاكل
- الشجاعة في مواجهة المسؤولية عنيف أمام القيادة المستهترة يزار في وجه الاستهتار بصحة ومصالح الناس.
- أن يتمتع بعقلية منطقية منظمة تعتمد على المقدمات والأسباب وصولا إلى النتائج، حتى يتسنى له أن يفسر الظواهر والأحداث البيئية تفسيرا دقيقا مبنيا على الأسس العلمية وإرجاع النتائج إلى مسبباتها أن يكون قوي الملاحظة سريع البديهة ذو حاسة صحفية قوية، وهذه الصفات تمكنه من إدراك الأشياء البسيطة التي يمكن أن تكون بداية لظواهر مضرة بالبيئة وحتى قد لا يدركها غيره .
- القدرة على إقامة شبكة علاقات واسعة مع الجهات المختلفة المهتمة بالبيئة، على أساس وقاعدة من الثقة المتبادلة، والوعي، والإدراك بقضايا البيئة فعلى هذه القدرة يتوقف قيامه بإتمام عمله على الوجه الأكمل.[1]
- أن يجيد اللغات الأجنبية وعلى الأقل اللغة الانجليزية، حتى يستطيع أن يتابع ما يحدث على النطاق العالمي فيما يتعلق بالبيئة، والمحافظة عليها وحتى تكون هذه اللغة نافذة على كل جديد في دول العالم خاص بهذا المجال .[2]

المطلب الثاني: وسائل الاتصال البيئي

- **الوسائل التقليدية :**

1. **الصحافة المكتوبة:** تعرف الصحف على أنها مطبوع دوري ينشر الأخبار في مختلف المجالات ويشرحها ويعلق عليها.[3]

تعمل الصحف على نقل الأخبار بدقة حيث يعد الخبر المادة الخام التي تنقلها هذه الأخيرة من خلال المعلومات التي يقوم الصحفي بجمعها، وتوزع هذه الصحف على المستويات المحلية الوطنية وكذا الدولية وتعتبر الصحف من بين الوسائل المهمة القادرة على خدمة المعلومة البيئية فهي تلعب دوار مهما في نشر الوعي البيئي لدى الأفراد وهذا من خلال المزايا التي تتمتع بها هذه الوسيلة، وهي تقوم بوظائف الإخبار، والإعلام، والترفيه والوظيفة التجارية –الإعلانات-، والدعائية كما أن لها وظيفة اجتماعية من خلال الحملات الإعلامية .

2. **التلفزيون:** إن التلفزيون كلمة مركبة من مقطعين (Télé) ومعناها عن بعد، و(Vision) ومعناها الرؤية، وبهذا المعنى يكون معنى التلفزيون هو الرؤية عن بعد.

ومن الناحية العلمية يمكن تعريف نظام التلفزيون بأنه طريقة إرسال واستقبال الصورة والصوت بأمانة من مكان إلى آخر بواسطة الموجات الكهرومغناطيسية، ثم بواسطة الأقمار الصناعية ومحطاتها الأرضية في

---

[1] - نزيهة وهابي وآخرون: **مرجع سبق ذكره** ، ص33.

[2] - إسماعيل إبراهيم : **مرجع سبق ذكره** ، ص236.

[3] - فضيل دليو: **مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية** ، ديوان المطبوعات الجامعية ، 1998، ص91.

حالة البث كبير المسافة، يعد الوسيلة الأكثر حضورا وقوة في عالم الاتصال فهو يصل إلى الملايين من المشاهدين وعليه ينبغي وضع كل الخطط من أجل إنتاج ثقافة بيئية ناجحة.

التلفزيون هو وسيلة فعالة للتأثير من خلال الصورة والصوت، حيث أنه يتجه إلى جميع الشرائح (الصغار، الكبار، المتعلمين، الأميين، المكفوفين أو المبصرين...).

ويعتمد التلفزيون في عرض الكوارث البيئية على المؤثرات الدرامية (مثل النيران المشتعلة، والانفجارات، والمحن الإنسانية)، كما تعتمد وسائل الإعلام الأخرى على الجوانب الدرامية للأحداث أكثر من الجوانب الموضوعية، ويؤدي هذا الميل إلى الإشارة إلى عدم دقة الأخبار التي تقدمها وسائل الإعلام عن المخاطر البيئية، ففي معظم الأحوال لا توضع المخاطر في المنظور السليم، وهذا من شأنه ترك المجال للتكهنات والتفسير غير السليم، ولاسيما في غياب المعلومات الأساسية. [1]

في أعقاب حدث بوبال في الهند عام 1984 كشف تحليل 953 خبر مطبوعا ومذاعا، عن الحادث في الولايات المتحدة الأمريكية أن معظم ما ذكر ركز على الحادث نفسه، دون تعليق علمي، أومناقشة للعوامل الاجتماعية والاقتصادية التي أدت إلى نقل هذه التكنولوجيا إلى الهند وإذا ما كانت هذه التكنولوجيا مناسبة أم لا، ومنه فإن التلفزيون قادر على نقل واقع البيئة بالصوت والصورة ضمن الحصص، الأخبار، الرسوم المتحركة، الأشرطة الوثائقية،... الخ، و للصورة وقع كبير على آراء و اتجاهات الجمهور المتلقي، ويقوم التلفزيون بإنتاج الريبورتاجات، والتحقيقات المصورة أو تغطية أخبار البيئة.[2]

3. الإذاعة:

يقصد بالإذاعة المسموعة ما يبث عن طريق الأثير باستخدام موجات كهرومغناطيسية، بإمكانها اجتياز الحواجز الجغرافية، والسياسية، وربط مستمعيها برباط مباشر وسريع، وهي تعمل على تقريب الثقافات وتكوين أري عام عالمي .[3]

يعتبر الراديو أكثر تنقلا من التلفزيون وهو يهمس في أذن المستمعين في الوقت المناسب، لذا لابد من ضمان الاستخدام الأمثل لهذه الوسيلة من أجل خلق وعي بيئي، والإذاعة مثلها مثل التلفزيون تتوجه إلى كافة الشرائح، كما يتمتع الراديو بسهولة الاستخدام.[4]

- **الوسائل الحديثة:**

1. الهاتف النقال و الرسائل القصيرة :

يعرف الهاتف النقال استخدام واسع في العالم وذلك ارجع إلى سهولة القيام بالاتصال المباشر، وقد أصبح الهاتف النقال في عصرنا الحالي أحد الوسائل الضرورية التي لا يمكن لأحد أن يستغني عنها، وهو وسيلة مثالية بين المرسل والمستقبل.

إن الرسالة الأنجع والأكثر سرعة بين هذا الكم من الوسائل تبقى الرسائل القصيرة (SMS)، لا أحد يقوم بمسح الرسالة قبل أن يطلع على ما تحويه هذه الأخيرة، وتعتبر الرسالة القصيرة أحد الوسائل الفعالة التي

---

[1]- عصام الحناوي: **قضايا البيئة في مئة سؤال وجواب ، البيئة و التنمية** ، بيروت، 2004، ص ص 24-25.

[2]- Ahmed Bedjaoui : **pour une stratégie de communication sur l'environnement** ,workshop communication et environnement , université d'Alger ,4 mai 2009,p p07-08.

[3]- فضيل دليو: **مرجع سبق ذكره** ، ص 135.

[4]- مطاوع إبراهيم عصمت: **التربية البيئية في الوطن العربي**، القاهرة، دار الفكر العربي، ص27 .

تستخدم الإعلان والتذكير ،كما تستخدم من أجل طرح المشاريع والنشاطات وهنا لابد من أن يكون الموضوع قصير ومدروس .

2. الانترنت:

تفتح الانترنت الباب الواسع من أجل الاتصال الكوني، وهي تستخدم من أجل الحصول على المعلومات المختلفة، وهي تسمح بالاتصال المباشر بين الجمهور وصانعي القرارات في المجال البيئي وذلك من خلال الحصول على التفاصيل اليومية الخاصة بالنشاطات التي تقوم بها هذه الجهات عبر العالم.
إن مستوى المعلومة مرتبط بالتكنولوجيا المستخدمة وهي تفتح الباب الاتصال الالكتروني أمام الشركات، والمؤسسات الاجتماعية وبالخصوص أمام الطلبة، وإنها الوسيلة الأكثر نجاعة من أجل معرفة البيئة والمحيط، وكذا السياسة البيئية للبلد، وكذا الاطلاع على الأخبار البيئية في الجرائد الالكترونية .[1]

3. القائم بالعلاقات العامة في الوزارة :

يعمل هذا الأخير من خلال التواصل المباشر وهو شخص يقدم أدلته وقت الالتقاء بالطلبة والقطاعات المختلفة في الحياة السياسية، والاقتصادية، والاتصالية في المجتمع، والقائم بالعلاقات العامة يشكل وسيلة للتقرب والحث في أن واحد، وإن رجال الوزارة هم أشخاص مثقفون وحكماء بحكم تجربتهم الشخصية في مجال الاتصال الحديث وإخلاصهم لهذا العمل، وهم يشكلون بهذا التقدير ورقة رابحة متميزة للإستراتيجية الاتصالية البيئية .

4. الاجتماعات و الندوات:

هنا يتم تخصيص قاعات للمحاضرات ويتم فيها تنظيم اجتماعات أو ندوات صحفية وحتى لقاءات مع الجماعات المستهدفة (تنظمها الوزارة أو المقرات الجهوية).

5. النشاطات و التبادل الثقافي:

هذه العمليات هي مكملة لوسائل الاتصال التقليدية، حيث تزايدت أهميتها في الظروف العالمية وهي تركز على احتكاك الأفكار وتقلها.

- الأحداث الثقافية لابد أن تكون موجهة إلى المهرجانات والحفلات الشعبية، تكون مربوطة بطريقة مباشرة أو غير مباشرة بالاهتمام البيئي القائم على الاتصال الإنساني (الاتصال الشخصي).
- المسارح الشعبية والأشرطة : تبقى هذه الأخيرة وسائل تعبير ثقافية أكثر نجاعة .
- السهر على تقوية تطبيق قواعد الرؤى الخاصة بالمشاريع.

المطلب الثالث: قنوات الاتصال البيئي، المزايا والعيوب

من خلال الجدول الآتي سنتطرق إلى قنوات ووسائل الاتصال البيئي، مع عرض كل من مزايا وعيوب كليهما.

القنوات	الوسائل	المزايا	العيوب

[1] - فضيل دليو: **مرجع سبق ذكره**، ص 136

قنوات مؤسسية: هي المنظمات والمؤسسات الحكومية والخاصة مثل: الأجهزة الإدارية والسياسية، النظم التعليمية، الجمعيات الأهلية، النقابات، النقابات التجمعات الثقافية والاجتماعية والرياضية.	اتفاقيات، الأنشطة التعليمية اللامنهجية، المناهج التعليمية ، موائد مستديرة، ورشات عمل، محاضرات، دوريات مهنية أو خاصة، حقيبة بيئية، أدلة اتصال،دورات تدريب، معارض متنقلة، ندوات، تقارير بموضوعات خاصة، مسابقات مشتركة، زيارات ميدانية، أدلة اتصال.	_ لديها عدد كبير من ممثليها في المناطق التي يرجى الوصول إليها. _ مستوى التنظيم جيد ومقنن. _ تدعمها قوانين وسلطات لرسمية وغير رسمية.	_ تنطوي على خطورة التفسير السياسي وبالتالي الرفض. _ تعقيدات البيروقراطية. _تغيير القيادات والمسؤولين فيها على مستويات مختلفة.[1]
أجهزة الإعلام (صحف مجلات، محطات تلفزيون، انترنت)	قنوات التلفزيون المحلية والإقليمية، محطات الإذاعة العامة والمحلية، صحف يومية وأسبوعية، مجلات عامةومتخصصة (رياضة_ أطفال _ مراه) ملصقات مواقع انترنت، اسطوانات مدمجة، أشرطة سمعية و بصرية، معارض دائمة ومتنقلة، لوحات إرشادية إعلامية، كتيبات ومطويات،إعلانات طرق، أدلة اتصال	_ تصل إلى عدد كبير من الجمهور . _ جذابة لقطاعات واسعة من الجمهور. _ تصل مناطق معزولة يصعب الوصول إليها. _ متنوعة الوسائل والإمكانيات.	_ جمهور غير واضح المعالم. _ تكلفة الإنتاج عالية وأحيانا تكلفة الاستقبال تتطلب متخصصين.
قنوات ثقافية اجتماعية، قادة الرأي، الاتصال الشخصي، الاتصال الجمعي	خطبة الجمعة، الدروس الدينية، زيارات ميدانية لأفراد الجمهور، المناسبات العامة، القوافل الزائرة، أدلة اتصال، حقيبة بيئية	_ متوافقة مع النظم القيمية والاجتماعية والثقافية ذات مصداقية عالية وسائلها رخيصة التكلفة نسبيا.	_ صعوبة التنظيم والتحكم. _ عرضة للاستخدام من جانب قادة الرأي. _تبدو غير عصرية للبعض.

[1] -تقرير صادر عن وزارة الدولة لشؤون البيئية جهاز شؤون البيئة بالتعاون مع برنامج الدعم القطاعي البيئي: **مرجع سبق ذكره،** ص 75.

قنوات تجارية: مركز تسويق منتجات شائعة الاستخدام (مراكز تجارية، المحلات، الصيدليات...)	ملصقات، لوحات إعلانات طرق.	_ تستخدم تقنيات إعلان منظمة جيدا منشورة حيث يوجد الجمهور المستهدف.	_ تتطلب قوة شرائية قوية نسبيا. _محدودة التأثير في بعض الأحيان.[1]

جدول رقم (1): قنوات الاتصال ووسائله ومزايا وعيوب كل قناة

المطلب الرابع: معايير اختيار قنوات ووسائل الاتصال لمخاطبة الجمهور المستهدف

هناك معايير تعتمد في اختيار قنوات وكذا وسائل الاتصال لمخاطبة الجمهور، نحددها في النقاط التـاليــة:

1) **التغطية الجغرافية:**
وهي قدرة الوسيلة على الوصول إلى المنطقة التي يوجد بها الجمهور المستهدف
2) **التوافق مع خصائص الجمهور المستهدف:**
سهولة الوصول إليها، أفضليتها لدى الجمهور، ملاءمتها النفسية والاجتماعية.
3) **المصداقية:**
مدى ثقة الجمهور المستهدف في الوسيلة أو القناة.
4) **التكاليف** :
تكلفة الحصول عليها من قبل الجمهور، وتكلفة إنتاج الرسائل الاتصالية اللازمة لها .
5) **الأثر:**
قدرة الوسيلة على التأثير، جاذبية القناة أو الوسيلة، مدى اهتمام الجمهور بها قدرتها على إحداث التأثير المطلوب.
6) **المشاركة:**
تختلف الوسائل والقنوات من حيث قدرتها على توفير فرص المشاركة من جانب الجمهور أن وسائل الاتصال الشخصي أكثر قدرة على إشراك الجمهور المستهدف من وسائل الاتصال الجماهيري.[2]

[1]- تقرير صادر عن وزارة الدولة لشؤون البيئية جهاز شؤون البيئة بالتعاون مع برنامج الدعم القطاعي البيئي: **مرجع سبق ذكره**، ص ص 75 .76

[2]- شرف عبد العزيز: **المدخل إلى وسائل الاعلام والاتصال**، مصر، دار الكتاب المصري، ط2، 1989، ص34.

المبحث الثالث: رسائل الاتصال البيئي، الجماعات المستهدفة، وإستراتيجيته

سنستعرض في هذا المبحث إلي الرسائل الاتصالية البيئية وسماتها الإستمالات المستخدمة والتطرق إلى الجماعات المستهدفة بالاتصال البيئي، بالإضافة إلى إستراتيجية هذا الأخير.

المطلب الأول : الرسائل الاتصالية البيئية

الرسائل الأساسية تعني الفكرة الرئيسية التي يمكن معالجتها بصيغ وأشكال مختلفة من الرسائل وباستخدام إستمالات مختلفة، و تم تقسيم الجمهور المستهدف إلى جماعات نوعية، يلزم تحديد العلاقة بين المستوى المعرفي والسلوكي السائد لدى كل جماعة مستهدفة وبين الأفكار الرئيسية للرسائل الموجهة إليها.

❖ **سمات الرسائل الإستمالات المستخدمة** :

في كل الحالات لابد من الربط بين الرسالة و استراتيجيات الإقناع والجمهور المستهدف وفيما يلي أكثر الإستمالات استخداما في رسائل التوعية والتغيير السلوكي :

1- رسائل عاطفية - عقلانية :

- **رسائل تستثير المشاعر العاطفية** وتستخدم في استثارة العواطف الأكثر ارتباطا بالبيئة إستمالاتها هي: الجمال، حب الوطن، الدين، الخوف من الأضرار، القلق على الأبناء ومستقبلهم، الخوف من الوقوع تحت طائلة قانون البيئة.

- **رسائل عقلانية** تركز على مناقشات منطقية أو أدلة (تستخدم مع المجموعات النوعية ذات مستويات التعليم العليا)، أو هما معا (تستخدم مع الجماعات التي توظف للتأثير في جماعات أخرى)

2- رسائل ايجابية – سلبية :

- **رسائل ايجابية:** وتقدم حلولا للمشكلات البيئية التي يواجهها الجمهور المستهدف .

مثال: حرق قشر الأرز في الحقول يضر بالتربة ويلوث الهواء. يمكنك حماية التربة والهواء باستخدام مكابس القش المتوفرة الآن والاستفادة من عائداتها الاقتصادية.

- **رسائل سلبية:** وتركز على الأضرار التي تلحق بالجمهور المستهدف إذا لم يتبع السلوكيات الموصى بها.

مثال: حرق قش الأرز في الحقول يحرمك من العائد الاقتصادي لاستخدام القش.[1]

3- رسائل جماعية – شخصية :

الجماعية: الماء مصدر حياة الجميع حافظ على هذا المصدر من التلوث

الشخصية: الماء مصدر الحياة لك ولأسرتك حافظ عليه من التلوث

4- رسائل أحادية – متعددة الجوانب :

رسائل ذات أري واحد مؤيد أو معارض لفكرة أو لقضية أو لسلوك (تستخدم مع جمهور مؤيد أو معارض مبدئيا مستوى التعليم منخفض). **مثال :** نشاط الإنسان الصناعي هو السبب الرئيسي للاحترار العالمي .

رسالة متعددة الآراء وتطرح الآراء المعارضة أو المؤيدة على جمهور متعلم بشان قضايا أخلاقية ليس هناك أري واحد (أسباب السحابة السوداء ما هي ؟)

5 - رسالة محددة – مفتوحة النتيجة :

الرسالة المحددة المفتوحة النتيجة هي التي تشمل على نتيجة واحدة محددة

[1]- تقرير صادر عن وزارة الدولة لشؤون البيئة جهاز شؤون البيئة بالتعاون مع برنامج الدعم القطاعي البيئي المكون الإعلامي: **مرجع سبق ذكره**، ص 73.

مثال: المياه تمثل90% من جسم الإنسان
المياه مصدر الحياة الوحيد للجميع
حافظ على المياه من التلوث

- رسالة مفتوحة النتيجة هي التي تسمح للجماعة المستهدفة بالوصول إلى النتيجة بنفسها .

6 - رسائل مرحة – حادة :

- رسائل مرحة مسلية وممتعة ولكنها تحمل رسالة جادة .
- رسالة جادة خالية من أي تسلية أو مرح.[1]

لابد لهذه الرسائل المعروضة أن تتمتع بالصفات التالية :

- لابد لها أن تكون قصيرة ومتكررة، تخضع في أغلبها إلى قواعد الومضات الإشهارية (ترويج الأفكار)، وأن تنادي بالنظافة المستمرة التي تدخل ضمن التقاليد الدينية والاجتماعية .
- لابد من أن تتبع هذه الرسائل باثنين أو ثلاثة خطوط قوة (تطبق في وسائل الاتصال مع توقيت وترددات مختلفة)، وأن ترتبط بالجمهور المستهدف. **مثال:** دعامة التلفزيون والرسالة الإذاعية.
- تحدد هذه الرسائل فيما بعد عند إحداث توافق مع الوزارة الوصية بالبيئة، ومنه لابد أن تأخذ بعين الاعتبار كل المؤسسات الموجودة في مجال التحسيس وذلك لضمان عمل أفضل يسمح باستمرار وتعميق وعي الجماهير للأولويات البيئية .
- وإن هذه الرسائل لابد أن تعرب عن الاحتياجات والنقائص المسجلة على المستوى الوطني والمحلي والإقليمي و العالمي.
- من المستحسن أن تعتني الرسائل بالتصحيح من خلال إجراء تحري للآراء حول تحصيل الأسئلة البيئية من خلال مختلف شرائح المجتمع.[2]

المطلب الثاني: الجماعات المستهدفة بالاتصال البيئي

حتى يمكن تحقيق الأهداف العامة لإستراتيجية الاتصال البيئي يلزم الوصول بالرسائل الاتصالية إلى مختلف الجماعات التي يمكن أن تساعد على تحقيق هذه الأهداف، ويتعين النظر إلى الجماعات المستهدفة باعتبارها جماعات مصالح وهي: "المنظمات أو الأفراد الذين لديهم اهتمامات مباشرة بقضايا البيئة المختلفة "

قد تم تقسيم كل جماعات مستهدفة إلى جماعات أولية وأخرى ثانوية.

كما تقسم الجماعات المستهدفة حسب الأولويات إلى :

1 - الجماعة الأولى : صناع القرار

هي تشمل أعضاء الوزارة المكلفة بالشؤون البيئية بالإضافة إلى الأجهزة الحكومية وأصحاب المشروعات الكبرى، أجهزة القضاء والشرطة .

تعرف على أنها جماعة من الإطارات أو الأساتذة وكل من له أري على جماعة، وتطبق هذه الجماعة ما يسمى بالاتصال النازل.

تتمثل أهمية هذه الجماعة في كونها:

- جماعة إستراتيجية

[1] - تقرير صادر عن وزارة الدولة لشؤون البيئة بالتعاون مع برنامج الدعم القطاعي البيئي المكون الإعلامي: **مرجع سبق ذكره**، ص 74.
[2] -Ahmed bedjaoui: **ibid**, p 6 .

- لها تأثير قوي في اتخاذ القرارات التي تؤثر بدورها على تسيير مهام الوزارة المكلفة بالبيئة وتسيير سياساتها. [1]
- لقراراتها تأثير قوي سلبي أو ايجابي على الأوضاع البيئية .
- لديها القدرة على المساعدة في إحداث التغيير المنشود في مجال البيئة .

2 - الجماعة الثانية : وتشمل

الجمعيات الأهلية، الإعلاميون، القادة الدينيون، المدرسون، الباحثون، أعضاء المجالس المحلية وأعضاء النقابات المهنية، وتتميز بكونها :

- جماعة إستراتيجية مستهدفة .
- ترتبط بها فاعلية التوعية البيئية .
- الأكثر قدرة على التسويق الاجتماعي وتحقيق التفاعل الاتصالي .
- جماعة ثانوية للتأثير في الجماعات المستهدفة الأولى .
- قادرة على توفير مدخلات مهمة في تخطيط وتنفيذ الأنشطة الاتصالية .

3- الجماعة الثالثة: الجمهور العام ويشمل المرأة، الأطفال، الشباب، وفئات أخرى

وهي تشكل الكتلة الرئيسية المستهدفة بالتوعية والتغيير السلوكي في مجال البيئة .

4 - الفئة الرابعة : الجمهور النوعي ويشمل

المزارعون و الصيادون، العمال، السائقون، مديرو المشروعات الاستثمارية المتوسطة في مجالات (الزارعة _ الصناعة _ السياحة)، أصحاب المشروعات الصغيرة.

وأهميتها تكمن في كونها :

- مصدر أساسي لمشكلات نوعية مهمة في مجال البيئة .
- تحسين الأوضاع البيئية ترتبط في بعض جوانبها بفئات هذا الجمهور .[2]

وهنالك تصنيف أخر للجماهير المستهدفة يحددها الأستاذ أحمد بجاوي في الجماعات التالية :

- **سكان المدن الحضرية والشبه حضرية.**
- **صناع القرار:** هم جماعة من الإطارات أوالأساتذة وكل من له أري على جماعة، وتطبق هذه الجماعات ما يسمى بالاتصال النازل.

- **المؤسسات وأصحاب الرأي :**

هم فئة المقاولين و المؤسسات المدنية، المنظمات والجمعيات وكل ما شابه، وهم الذين من شأنهم أن تكون لديهم مصلحة في أن تكون البيئة محمية لأنها تنتج الرقي الاجتماعي والاقتصادي.

- **وسائل الإعلام:**

لديها ايجابية ومحاسن من شأنها أن تهتم بسريان المعلومة البيئية من الأعلى إلى الأسفل مثل : إعلام السلطة للمواطنين في الدول الديمقراطية، ومنه يمكن لها أن تعتبر مؤسسات اقتصادية لذلك يتم استهدافها،

[1] - تقرير صادر عن وزارة الدولة لشؤون البيئة بالتعاون مع برنامج الدعم القطاعي البيئي المكون الإعلامي: **مرجع سبق ذكره**، ص 10.

[2] - تقرير صادر عن وزارة الدولة لشؤون البيئة بالتعاون مع برنامج الدعم القطاعي البيئي المكون الإعلامي:**مرجع سبق ذكره**،ص ص12،11.

وكذلك يمكن القول بأنها تحسن تحصيل الأهداف المبحوثة في البرنامج، ومنه لابد من تشجيع توسيعها ومشاركة الصحفيين في حماية البيئة والمحيط وتوعية المجتمع المدني .

- **المفاوضين،البرلمانيين و النيابيين :**

هم الذين يقترحون بصوتهم القوانين ، وهم المنتخبون المحليين الذين يرفعون المشكلات التي يتخبط فيها المجتمع للحكام (أصحاب القرار) الذين لابد عدم تناسيهم، ويمكن لهم أن يقوموا بإجراء تكوينات تطبيقية

- **الشباب:**

يأتي ذلك في خضم تحرير وسائل الإعلام والاتصال، فقد تشكل جيل من الشباب الواعي والمعلوماتي قادر على فهم الرسائل الموجهة إليه وهذا بسبب ما أنتجه التحضر، وإن فئة الشباب هي الفئة التي تشكل قوة قائمة مختزنة قادرة على الاستمرار وسريان الأفكار وتحريرها وفهم الأصول والشباب يمكنهم تقديم أشياء كثيرة للرسالة البيئية .[1]

كذلك الشباب الذين يصلون إلى الجامعة فهم الذين في مقدورهم أن يصنعوا البلاد في المستقبل، ويمكن توجيه الرسائل للطلبة من خلال شرح أهمية البيئة ،وفي هذا الشأن نقترح أن تقوم الوزارات المعنية بإلحاق خبراء بيئيين بالجامعات، يقومون بتنظيم محاضرات داخل هذه الأخيرة وكذا خلق تنظيم خاص بالبيئة ومن المستحسن إلحاق مواد مرتبطة بالعمل البيئي وإلا تضمينها في مقررات التعليم الجامعي في مختلف العلوم .

المطلب الثالث: إستراتيجية الاتصال البيئي

يقصد بإستراتيجية الاتصال البيئي إطار عمل يشمل الأنشطة الاتصالية المتكاملة التي يمكن أن تحدث التغيير في المعارف، والآراء، والاتجاهات، السلوكات ذات العلاقة بالبيئة في المجتمع باعتبار هذا التغيير ضروري لمواجهة المشكلات البيئية، على أن يشمل هذا الإطار جدولا زمنيا متوسط المدى بهذه الأنشطة في ضوء الموارد المتاحة وتلك التي تنص عليها هذه الإستراتيجية، ويمكن النظر لهذه الإستراتيجية باعتبارها التزاما ومؤشرا لحشد طاقات وجهود المعنيين بقضايا البيئة وتوجيهها لتحقيق أهداف محددة .

إن هذه الإستراتيجية لابد لها من أن تتوفر على إطار من الأنشطة الاتصالية المتكاملة اللازمة في مجال تبادل المعلومات البيئية وسيادة قيم داعمة لبيئة متوازنة وسياسات بيئية فعالة وفي الوقت نفسه تقديم الدعم الاتصالي لمختلف الجهود والسياسات و البرامج البيئية بما ينطوي عليه ذلك من تغيير في المعرفة والاتجاهات والسلوكيات والوصول إلى فهم عام لقضايا البيئة التي تمد بتأثيرها لمختلف أفراد المجتمع. [2]

الهدف العام لإستراتيجية الاتصال البيئي ووظائفها:

يتمثل الهدف العام لإستراتيجية الاتصال البيئي في توفير الدعم الاتصالي لمختلف الجهود البيئية الرامية إلى تحقيق تنمية مستدامة هدفها النهائي تحسين نوعية الحياة للمواطن، وتحقيق الرخاء للأجيال القادمة.

وظائف إستراتيجية الاتصال البيئي.

- **أولا:** تحديد الأهداف الاتصالية للوا زارت البيئية.
- **ثانيا:** إيجاد نظام اتصالي متعدد الوسائط يسمح بتحقيق الأهداف المشار إليها مسبقا.

---

[1] - Ahmed bedjaoui: **ibid.** p 7.

[2]- تقرير صادر عن وزارة الدولة لشؤون البيئة جهاز شؤون البيئة و برنامج الدعم القطاعي البيئي المكون الإعلامي: **مرجع سبق ذكره**، ص،ص 6، 7.

- **ثالثا**: تحديد الموارد الاتصالية اللازمة لتشغيل النظام الاتصالي المفتوح.
- **رابع**: تحديد أوجه استخدام الموارد الاتصالية في شكل سياسات اتصال تقوم بعملية توجيه السلوك الاتصالي للمؤسسات التي تمارس نشاطات اتصالية في مجال التوعية البيئية .

مناهج العمل في الإستراتيجية :

يتم تصميم هذه الإستراتيجية على ثلاثة مراحل أساسية :

- **المرحلة الأولى: جمع المعلومات و البيانات:** وهي تهدف في العموم إلى:
  - تحليل الموقف الراهن بشأن الاتصال البيئي.
  - تحديد الموارد الاتصالية المتاحة و تقويمها.
  - تحديد أكثر القوالب ملائمة للإستراتيجية الخاصة بالاتصال البيئي.

أساليب جمع البيانات :

- ورش العمل: Workshops
- اللقاءات الشخصية :Personnel Interviews
- زيارات ميدانية:Field & Facility Visits
- بحث ميداني استطلاعي :Explora tory Kap Survey
- تحليل محتوى لعينة من محتوى الإعلام البيئي
- مسح أدبيات البحث في قضايا البيئة :Review of Environnemental Documents
- مسح أدبيات البحث و التخطيط الاستراتيجي Review Of Environnent Stratégies

-المرحلة الثانية:معالجة البيانات:

وهنا يتم صياغة الهيكل العام للإستراتيجية استنادا إلى المؤشرات التي يتم استخراجها من البيانات النظرية الميدانية التي يتم تجميعها في المرحلة الأولى.

-المرحلة الثالثة: الصياغة النهائية:

هنا يتم إعداد مسودة أولية للإستراتيجية للعرض على الوزارة المكلفة بالبيئة وعدد من الخبراء الإعلاميين ويتم فيها استيفاء كافة الملاحظات.

بعض الخطوات الكبرى لحملة اتصالية :

هنالك بعض الخطوات المتبعة التي لابد للاتصال البيئي أن يمر عليها عند القيام بإنتاج حملة للاتصال البيئي و يمكننا أن نعددها في الم ارحل التالية :

1) النص الكامل:

هنا لابد من وضع النص الكامل للاتصال البيئي مع تحديد تاريخه مشجعاته، ومعوقاته، ونقائصه فعليته، ورهاناته .

2) الأهداف:

تحديد الهدف كأساس للمحتوى، ومنه فالحملة الاتصالية البيئية لابد لها من أن تحدد أهدافها على المدى القصير والطويل، وهذا يمكن من وضع إطار للاتصال وتحديد الاحتمالات الخاصة به. [1]

3) الجمهور المستهدف: (الجماعات المستهدفة).

من المهم التعرف الصحيح على الجماعات المستهدفة بعملية الاتصال وكذا تحديد أشكال الاتصال (المحتوى والشكل) التي تستجيب لاحتياجاتهم.

[1] - نزيهة وهابي وآخرون: **مرجع سبق ذكره** ، ص 31.

يمكن توجيه الاتصال البيئي إلى الجمهور الداخلي وكذا الجمهور الخارجي

4) الرسائل الاتصالية التي تستجيب لمطالب الجمهور المستهدف :

هي رسائل متناسقة لابد لها من تعرض على الجمهور المستهدف وهي تؤكد على القيم التي تترجم احتياجاتهم .

5) الأنشطة الاتصالية :

من خلال ما سبق ذكره، نقول أن الأنظمة الاتصالية لابد لها من أن تكون معروفة للجمهور المستهدف وهي الشطر المرئي للحملة الاتصالية البيئية .

وإن الاختيار في هذا المجال واسع ويعود إلى المحتوى، والأهداف، والجمهور، وتوفر الوسائل (ملصقات مرئية، فيديو...)، الأنشطة الاتصالية يمكنها أن تركز على وسائل اتصالية متوفرة مثل الصحف، المجلات ...الخ.

وإن الأنشطة ترتبط بـ:

أ -الوسائل:

اختيار الأنشطة الاتصالية لابد أن يتم إقراره انطلاقا من الأهداف التي يمكن أن تكون متعددة تتطلب أنشطة مختلفة التي يمكن ترجمتها في الواقع، وإنه من النادر أن نجد نشاط واحد يمكن من الوصول إلى الأهداف المحددة. وإن كل نشاط يتطلب وضع وسائل وكيفيات إنجاز الأنشطة الاتصالية : مقالات، ملصقات ،...الخ

ب - النبرة والوقت:

من المهم وضع نبرة للحملة من خلال الوسائل الداعمة لأثر الأنشطة .

وإن العديد من الأنشطة لابد أن تبرمج من اجل خلق رسالة بيئية في عدة وضعيات) مثال :(رسالة تعمل على تحريك الفضول).

ولابد في هذا المجال بالاهتمام بعامل الوقت

6) المسؤوليات :

إن المسؤوليات يمكن أن تدار من خلال خلية للاتصال .[1]

- وهنالك من يحدد عشرة خطوات للعمل ضمن إستراتيجية الاتصال البيئي وهي:

أ -التقييم:

- تحليل الحالة و تعريف المشكلة .
- التعريف بالفاعلين ومعرفتهم بالموقف موضع التحليل .
- أهداف الاتصال البيئي.

ب - التخطيط:

- تطوير إستراتيجية اتصال بيئي.
- إشراك الجماعات الإستراتيجية.
- اختيار مزيج إعلامي.

ج- الإنتاج:

- تصميم رسالة اتصالية بيئية
- إنتاج إعلامي يختبر .

د-العمل و الانعكاسات:

- أداءات إعلامية وتطبيق الاتصال.
- توثيق عملية المراقبة والتقييم للاتصال البيئي. [2]

[1]- نزيهة وهابي وآخرون: **مرجع سبق ذكره**، ص36.

- نزيهة وهابي، وآخرون: **مرجع سبق ذكره**، ص39.[2]

خلاصة الفصل:

الاتصال البيئي هو وسيلة أساسية فعالة في عملية تكوين الوعي البيئي لدى الأفراد والمجتمعات وذلك من أجل إيجاد السلوك السوي القادر على حماية البيئية، يعمل الاتصال البيئي من خلال خلق تفاعل مشترك بين كل أفراد المجتمع بمختلف مستوياتهم الفكرية والمادية والعمرية ، فهو يتوجه إلى الغني، والفقير، وإلى الكبير، والصغير، وكذا المتعلم والأمي مع اختلاف في نوع وشكل الرسالة حسب كل فئة مستهدفة، ومنه فهو يعمل على إنتاج رسائل بيئية تستجيب إلى احتياجات الأفراد ويقوم بهذا الاتصال مجموعة كبيرة من الفاعلين (الوزارات، وسائل الإعلام، المنظمات الغير الحكومية، الأسرة ...)، وإن الاتصال البيئي يعمد إلى تمرير الرسالة البيئية عبر الوسائل التي يراها إستراتيجية والوسائل التي يجد بأنها قادرة على تحقيق أكبر تأثير ممكن، ولا يقتصر دور هذا الأخير على تقديم قيم ومبادئ وسلوكيات حامية للبيئة فقط وإنما يقدم مجالا مفتوحا للحوار المشترك الذي يشارك فيه الجميع في اتخاذ القرارات الهامة في المجال البيئي، وهو يستعمل جميع أشكال الاتصال سواء الصاعد أو النازل أو غيرها من الأشكال الأخرى ، وعلية لابد له من منهجية متناسقة تعمل على خطى إستراتيجية اتصالية بيئية وهذا لضمان بلوغ الأهداف المسطرة فيها سواء على المدى القريب أو المتوسط أو البعيد .

لكن يبقى الاتصال البيئي تجربة عالمية جديدة لتزال في مهدها الأول، وإن الجدير بالذكر هو أن مستوى الاهتمام به يتزايد يوما بعد يوم ليس كاهتمام وزارة وصية فقط بل باهتمام رأي عام عالمي واهتمام شركات كبرى واهتمام جل سكان الأرض الواحدة .

إلى جانب هذا سوف نتعرض أيضا إلى احد الأساليب الهامة في حماية البيئية والتي أصبحت تعتمد في أغلبية دول العالم وهنا نقصد بالذكر التربية البيئية التي تعمل على نقل المعارف والقيم والسلوكيات البيئية بهدف خلق مواطن واع بالمشاكل البيئية.