

ردود الأفعال والتعليقات، وكون المستقبل في بعض الأحيان صانعا للمعلومة بدلا من الاكتفاء بالتلقي والاستقبال.

ثانيا: الرسائل النصية القصيرة:

أتاحت الهواتف النقالة فرصة للإعلام البيئي ليستفيد من المميزات التي تتمتع بها، والخصائص التي تتحلّى بها، وفي مقدمها الانتشار الواسع ورخص التكلفة والتقنيات المتطورة.

ويستفيد الإعلام البيئي من هذه الهواتف في بث رسائل توعوية مختلفة، منها ما يكون على صورة نص مكتوب، ومنها ما يكون على هيئة نص مكتوب ترفق به صورة مناسبة، ومنها ما يكون على هيئة فيلم قصير مصور.

وتصل هذه الرسائل بسهولة إلى جميع المشتركين في خدمات شركات الهواتف النقالة، ويتلقونها بصورة مجانية من الجهات المرسلة، وتتميز بآنيتها واحتوائها على الصوت والصورة ووصولها إلى أي شخص في أي بقعة نائية مادامت الخدمة الهاتفية متاحة لديه.

المبحث السابع: أساليب الاتصال البيئي:

يستخدم القائمون على الإعلام البيئي أساليب الاتصال البيئي المتاحة لهم لتحقيق أهداف الإعلام البيئي، والوصول إلى أكبر شريحة ممكنة من الجمهور، إضافة إلى استخدامهم وسائل الإعلام التي ذكرت في المبحث السابق.

والفارق بين الاتصال والإعلام واضح جلي، ومفاده أن الاتصال عملية يتم فيها تبادل المفاهيم والمعلومات والبيانات بين الأفراد، من خلال نظام الرموز والإشارات المتعارفة، ويعتبر استخدام الكلمة من أكثر وسائل الاتصال شيوعا بين المرسل والمتلقي.

وثمة عدد من أساليب الاتصال البيئي، أهمها:

أولا: المعارض:

تلجأ الجهات المعنية بالبيئة إلى إقامة معارض داخل البلاد وخارجها للتعريف بجهودها، وإطلاع الزوار على القضايا البيئية المختلفة، وتعريفهم بأسس التعامل مع البيئة المحيطة بهم وسبل الحفاظ عليها وحماية مكوناتها ومواردها.

وتزود هذه الجهات المعارض بمطبوعات ومواد سمعية ومرئية مختلفة لتوزيعها على الزوار أو إطلاعهم على عدد منها، وتتضمن كتباً ومجلات وكتيبات وتقارير ولوحات مختلفة، إضافة إلى صور ورسوم وأشربة تسجيل صوتية وأخرى مرئية، وأقراص مدمجة (سي دي)، وكلها تحوي موضوعات تسهم في تعزيز الوعي البيئي لدى الزوار.

والغاية من هذه المعارض هو اللقاء المباشر بين الجهات القائمة على الإعلام البيئي والجمهور، لتعريفهم بالقضايا البيئية المختلفة وكيفية التعامل معها، والرد على جميع الاستفسارات والأسئلة التي يطرحها الجمهور وتمتين الصلات والروابط بين الجانبين، إضافة إلى الاطلاع على أهم حاجات الجمهور ومتطلباته واستفساراته من خلال استبانات توزع على الزوار تتضمن معلومات عن ذلك كله.

وإقامة المعارض البيئية ليست محصورة بالجهات المعنية بالبيئة فحسب بل يمكن للمدارس والجامعات ونوادي الطلبة والشباب والنقابات المختلفة وجمعيات النفع العام، وغيرها من الجهات والهيئات التي تضم شرائح معينة من المجتمع إقامة مثل هذه المعارض بالتعاون مع الجهات المعنية عن البيئة، وهذا أمر يساعد القائمين على الإعلام البيئي على الوصول إلى جميع شرائح المجتمع، وإيصال الرسائل الإعلامية لمن لم يستطيعوا الوصول إليهم عبر المعارض العامة.

وتقام هذه المعارض عادة متزامنة مع مناسبات بيئية عامة أو خاصة، أو مع مناسبات وطنية عامة، ويجب أن تحظى بالترويج المناسب لتحقيق الأهداف المنشودة منها.

ثانياً: المسابقات:

تسعى الجهات القائمة على شؤون البيئة إلى تعزيز الوعي البيئي بأساليب عدة، منها المسابقات التي تقام في الأمكنة العامة بصورة مباشرة بين القائمين على الإعلام البيئي والجمهور، أو عن طريق الاتصالات الهاتفية عبر الإذاعة أو التلفزيون، أو التي تتم بطريقة غير مباشرة كالأسئلة المطروحة في الصحف والمجلات ووسائل الإعلام الأخرى وتحتاج إلى وقت للإجابة عنها.

وترمي هذه المسابقات إلى إثارة اهتمام الجمهور المستهدف بالمعلومات والبيانات المقدمة في الرسائل الإعلامية، وتساعد على التنقيب والبحث عن المعلومات في الكتب والدراسات والمراجع والتقارير لمعرفة الإجابات الصحيحة، فضلاً عن إثارة النقاش العام بين فئات الجمهور المستهدف، مما يزيد من مستوى المعرفة والوعي العام

بالقضايا والمشكلات البيئية التي يتم تركيز المسابقات حولها، كما تحدث المسابقات حالة من الاهتمام والوعي العام من جميع فئات الجمهور للحصول على الجوائز القيمة المقدمة^(١).

ويستفاد من المناسبات البيئية العامة أو الخاصة لطرح أسئلة مختلفة حول هذه المناسبات بصورة خاصة، والقضايا البيئية بصورة عامة، بهدف ترسيخ المعلومات المرتبطة بهذه المناسبات وتعزيز الثقافة البيئية العامة لدى الجمهور.

ثالثا: الندوات:

تعد الندوات أسلوب اتصال متميزا يستهدف فئات معينة من المتخصصين أو المهتمين، وتتضمن عادة موضوعا يقدمه مجموعة من المشاركين من أصحاب تخصص معين يتناوله كل منهم من وجهة نظره، ثم تترك الفرصة للمناقشة من جانب الحضور. ويساعد استخدام الندوات في التوعية البيئية على تحقيق عدد من الأهداف والمزايا، ومنها^(٢):

(١) إمكانية تقديم معلومات وخبرات مختلفة عن موضوعات بيئية متكاملة أو عدة موضوعات ومشكلات بيئية تربط بينها علاقة محددة، مما يساعد على استكمال جميع الجوانب والزوايا في موضوع المشكلات البيئية.

(٢) إثارة اهتمام الجماهير النوعية أو الأعضاء حول قضية بيئية معينة من خلال العرض المباشر والحوار والمناقشة لجميع الجوانب والأبعاد الخاصة بالقضية، وبخاصة إذا كان الجمهور النوعي المستهدف له خصائص وسمات متشابهة.

(٣) إمكانية الاستفادة من الندوات في توزيع عدد من المطبوعات التي تتناول موضوعا بيئيا بالتفصيل، ومنها التقارير والكتيبات والنشرات.

رابعا: المحاضرات:

تسهم المحاضرات في تقديم مادة علمية مركزة عن موضوع معين، تتناوله من جميع جوانبه، وتتطرق إلى ارتباطاته بمجالات أخرى، وتقدم أمثلة مختلفة وثيقة الصلة به.

(١) العجمي: مرجع سابق، ص ٧٩.

(٢) العجمي: مرجع سابق، ص ٧٩.

ويلقي المحاضرة شخص متخصص في مجالها وموضوعها، ويحضرها مهتمون بالموضوع المطروح الذي يتفاوت بين موضوع عام يهم شريحة كبيرة من أبناء المجتمع، وموضوع متخصص جدا يتوجه إلى شريحة مجتمعية معينة.

وتنظم المحاضرات جهات معنية بموضوعها ومجالها، وتلقى في أمكنة عامة كالمسارح والفنادق ودور العبادة والمجمعات التجارية والحدائق، أو في أمكنة خاصة كقاعات الاجتماعات في مقار الوزارات والشركات.

ويستفيد الإعلام البيئي من هذه المحاضرات من خلال اللقاء المباشر بين المختصين في قضايا البيئة والجمهور العام أو المتخصص، والحوارات التي تطرح أحيانا بين المحاضر والجمهور، والمناقشات التي تدور على هامش المحاضرات.

وتتزامن المحاضرات عادة مع مناسبات بيئية عامة أو خاصة، ويلجأ المحاضرون إلى استخدام التقنيات الحديثة التي تتضمن عناصر الجذب والإبهار.

المبحث الثامن: المحددات المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة:

تتعدد العوامل المؤثرة في تناول الإعلام لقضايا البيئة، ومن أهمها المحددات الآتية^(١):

(١) المحددات السياسية:

- تؤدي العوامل السياسية دوراً مهماً في تناول الإعلام لقضايا البيئة يتوقف على:
 - مدى تبني الحكومات والجمعيات الأهلية غير الحكومية والأحزاب لهذه القضايا.
 - اختلاف الرؤى بين الدول الصناعية الكبرى ودول العالم الثالث حيال هذه القضايا وفقاً لمصالح كل منها.
 - اختلاف رؤية صانع القرار السياسي حول قضايا البيئة، واختلاف تقديره لأهميتها.

(١) القليني، ومذكور: مرجع سابق، ص ٧٧ - ٨١.