



ISSN: 1999-5601 (Print) 2663-5836 (online)

Lark Journal

Available online at: <https://lark.uowasit.edu.iq>

*Corresponding author:

Assit prof .Dr.Jassim Tarish

University: University of Baghdad

College: College of Mass communication

Email:

Drjassim.pr@comc.uobaghdad.edu.iq**Keywords:**

strategies, digital media, awareness, climate risks

ARTICLE INFO**Article history:**

Received 19 Mar 2024

Accepted 30 Mar 2024

Available online 1 Apr 2024



Digital media strategies to riase awareness of the risks climate changes in Iraq

A B S T R U C T

The study sought to monitor and analyze digital media strategies in the nature of media treatment of environmental issues and climate change in Iraq, based on the directives and warnings of the United Nations, which described in its report issued in 2023 that climate change portends a terrifying and miserable future in which desertification, hunger, and homelessness are widespread, and Volker Türk criticized The United Nations Commissioner for Human Rights told world leaders, "Because they do not realize the magnitude of the coming danger and look at the climate crisis in the short term, the future of hunger and suffering should be bequeathed to our children, and we do not have to do that. We are the generation that possesses the most powerful technological tools in history that enable us to change and adapt to The new transformations that began to strike the world more than thirty years ago.)

To achieve the objectives of the study, the researcher relied on the method of content analysis within the framework of the survey studies approach, where the websites of the institutions concerned with climate affairs in Iraq were analyzed, namely (the Ministry of Environment, the Ministry of Water Resources, the Ministry of Agriculture, the Ministry of Science and Technology, and the Meteorology Authority) for a period of 1 / 3/2023 until 12/31/2023, which is the period during which the United Nations called on countries around the world to take media, awareness and technological action to address the climate crisis. The theory of social responsibility was employed in the study because it is one of the closest scientific theories that integrates media, community protection, and state responsibilities.

The study also included the use of a survey tool for the opinion of academic elites in Iraqi universities for a sample of (184) male and female teaching staff on evaluating the digital media performance of the institutions in the study sample to solve awareness of the dangers of climate change.

The study found that there was media interest from the institutions concerned with the study, but it did not rise to the level of the expected risks indicated by the United Nations. The media treatments included a number of various digital communication strategies on websites, where the education strategy ranked first out of the total of ten strategies that were classified in the framework. Theoretically, the results showed that websites rely primarily on news reports within the framework of the media arts used. While the majority of the sample of academics believes that media performance was average in its attention compared to the size of the problem.

استراتيجيات الاعلام الرقمي في التوعية من مخاطر التحولات المناخية في العراق

أ.م.د. جاسم طارش العقابي / جامعة بغداد / كلية الاعلام
الخلاصة:

سعت الدراسة الى رصد استراتيجيات الاعلام الرقمي وتحليلها في طبيعة المعالجة الاعلامية للموضوعات البيئية والتغيرات المناخية في العراق بناء على توجيهات وتحذيرات الامم المتحدة التي وصفت في تقريرها الصادر عام 2023، ان تغير المناخ يندز بمستقبل مرعب وبأس ينتشر فيه التصحر والجوع والتشرد ، وانتقد (فولكر تورك) مفوض حقوق الانسان في الامم المتحدة زعماء العالم ؛ ((لانهم لا يدركون حجم الخطر القادم وينظرون الى ازمة المناخ على المدى القصير ، وينبغي الان نورت مستقبل الجوع والمعاناة لاطفالنا ، ولسنا مضطرين لذلك ، نحن الجيل الذي يمتلك اقوى الادوات التكنولوجية في التاريخ التي تمكننا من التغيير والتكيف مع التحولات الجديدة التي بدأت تضرب العالم منذ اكثر من ثلاثين عاما .))

ولتحقيق اهداف الدراسة اعتمد الباحث على طريقة تحليل المضمون في اطار منهج الدراسات المسحية ؛ إذ تم تحليل المواقع الالكترونية للمؤسسات المعنية بالشأن المناخي في العراق وهي : (وزارة البيئة ، وزارة الموارد المائية ، وزارة الزراعة ، وزارة العلوم والتكنولوجيا ، هيئة الانواء الجوية) للمدة من 2023/3/1 / وحتى 2023/12/31 ، وهي المدة التي طالبت فيها الامم المتحدة بلدان العالم بالتحرك الاعلامي والتوعوي والتكنولوجي في معالجة ازمة المناخ . وقد وظفت نظرية المسؤولية الاجتماعية في الدراسة كونها من اقرب النظريات العلمية التي تدمج الاعلام وحماية المجتمع ومسؤوليات الدولة .

وتضمنت الدراسة استخدام اداة الاستطلاع الخاص برأي النخب الاكاديمية في الجامعات العراقية لعينة بلغت (184) من التدريسيين والتدريسيات في تقييم الاداء الاعلامي الرقمي للمؤسسات عينه الدراسة حل التوعية من مخاطر التحولات المناخية .

وتوصلت الدراسة الى وجود اهتمام اعلامي من قبل المؤسسات المعنية بالدراسة لكنها لا ترتقي الى مستوى المخاطر المتوقعة التي اشارت اليها الامم المتحدة ، وتضمنت المعالجات الاعلامية عددا من الاستراتيجيات الاتصالية الرقمية المتنوعة في المواقع الالكترونية ؛ إذ احتلت

استراتيجية التثقيف المرتبة الاولى من مجموع الاستراتيجيات العشرة التي تم تصنيفها في الاطار النظري ، وظهرت النتائج اعتماد المواقع الالكترونية على التقارير الاخبارية بالدرجة الاساس في اطار الفنون الاعلامية المستخدمة . بينما يرى اغلبية عينة الاكاديميين ان الاداء الاعلامي كان متوسطا في اهتمامه قياسا بحجم المشكلة.

الكلمات المفتاحية: الاستراتيجيات ، الاعلام الرقمي ، التوعية ، المخاطر المناخية

المقدمة

تشكل التغييرات المناخية التي بدأت تضرب مناطق عديدة من العالم تحديا وتهديدا واضحين للحياة على كوكب الارض حاضرا ومستقبلا ، وهذه التغييرات اخذت اشكالا متنوعة في محاربة نمط الحياة ، ابرزها : التصحر والجفاف ، وارتفاع درجات الحرارة ، واندلاع الحرائق ، واحتباس الامطار ، والاحتباس الحراري ، وتوسع في فتحة طبقة الاوزون ، والتلوث البيئي . مما دفع بالامم المتحدة الى اعلان الخطر الذي يهدد الحياة على الارض . ازاء ذلك لاحظ الخبراء ان حجم التغطية والمعالجات الاعلامية محدودة قياسا بحجم الخطر ، مما دفع الامم المتحدة الى اعلان حالة التأهب القصوى لجميع المفاصل العلمية والفنية والادارية والتكنولوجية والاعلامية للتوعية ومواجهة الكوارث المناخية التي تسير بشكل بطيء ولكن حجم تدميرها في المستقبل سيكون كبيرا جدا .

ووفقا للهيئة الحكومية الدولية المعنية بالتحويلات المناخية يمكن للقوة التشكيلية للاعلام تحشيد الطاقات والجهود في جانب التوعية الجماهيرية والحكومية ، ومن هنا فأن تشكيلات وسائل الاعلام الرقمي الذي اصبح الاداة الفعالة والاكثر استخداما وانتشارا في تعزيز الثقافة المناخية وصناعة الوعي البيئي ، وتقوية اوامر التعاون بين الاجهزة الاعلامية والمؤسسات الحكومية ، وقطاعات الشعب في انتاج استراتيجيات حماية الحياة على كوكب الارض ، يمكنها جميعا من تقليل هذه الاخطار .

فقد خصصت المؤسسات المعنية بالتحويلات المناخية في العراق والتي شملتها الدراسة الحالية بوصفها عينة ،العديد من البرامج والمساحات والاستراتيجيات الاتصالية والاعلامية عبر مواقعها الالكترونية للتوعية من الاثار المدمرة الزاحفة على الارض.

اولا- مشكلة الدراسة

في الوقت الذي تتعاضم فيه المشكلات والكوارث والازمات المناخية بسبب التحولات المفاجئة والخطيرة التي تهدد الحياة على كوكب الارض ، فإن الاعلام الرقمي المتطور يمكن ان يؤدي دورا بارزا في تنبيه العالم وزيادة الاهتمام الدولي بقضايا التحولات المناخية ومخاطرها المحتملة والتي بدأ العالم يجني ثمارها نتيجة قوة هذه التأثيرات وضعف المعالجات التقنية والادارية والاعلامية للظاهرة ، فضلا عن عدم اهتمام دول عديدة بهذا الملف الحيوي وتزايد الازمة وتراجع فرص التعاون الدولي ، ونتيجة لذلك فإن الدراسة الحالية تنطلق من اشكالية البرمجة والتعاون بين المؤسسات المعنية بشؤون المناخ والاعلام الرقمي ومدى تفاعل القيادات السياسية والجماهير مع الخطاب الاعلامي الموجه عبر استراتيجيات الاعلام الرقمي في السنوات الاخيرة.

ويمكن ايجاز مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس الاتي(ما الاستراتيجيات الاتصالية التي اعتمدها المؤسسات الحكومية المعنية بشؤون المناخ والبيئة في العراق للتوعية بمخاطر التحولات المناخية وخطورتها على الحياة عبر مواقعها الالكترونية؟)

ثانيا - اهمية الدراسة :

يمكن ايجاز الاهمية العلمية والمجتمعية والاعلامية للدراسة في ضوء المؤشرات الاتية :

- 1- تزايد الاهتمام الدولي بمعالجة المخاطر الناتجة عن التحولات المناخية والتي تهدد الحياة على الارض .
- 2- دعوة الامم المتحدة الدول والحكومات والشعوب للاخذ بدورها السياسي والاقتصادي والاجتماعي والعلمي لمواجهة المخاطر المترتبة عن التحولات المناخية .
- 3- التوجه العام لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي في مخاطبة الجامعات والمعاهد والمراكز العلمية بإجراء الدراسات والبحوث المعنية بشؤون المناخ والتهديدات الناجمة عن التصحر وارتفاع درجات الحرارة واحتباس الامطار في العراق ، وسبل معالجتها في اطار التنمية المستدامة.
- 4- بيان اهمية الاعلام الرقمي وقدرته على صناعة خطاب اعلامي مؤثر في سلوك الجماهير وتوجيهها نحو بناء جسور التعاون بين الحكومات والشعوب للتصدي لهذا الخطر القادم .

5- ان موقع العراق الجغرافي في الخريطة الدولية مرشح لان يتأثر بشكل كبير بالتحويلات المناخية التي تهدد مساحات شاسعة من اراضيه ، و خسارة اقتصاده.
ثالثا- اهداف الدراسة:

- 1- تحديد انماط الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في الاعلام الرقمي عبر المواقع الالكترونية للمؤسسات الحكومية المعنية بالتحويلات المناخية وصناعة الوعي البيئي .
 - 2- التعرف على المضامين والفنون الاعلامية المستخدمة في تنفيذ استراتيجيات الاعلام الرقمي
 - 3- الكشف عن طبيعة الاستمالات المستخدمة في الخطاب الاعلامي الرقمي للمؤسسات المعنية عينة الدراسة في اطار الاستراتيجيات الاتصالية .
 - 4- التعرف على نوع الادوات والتقنيات المستخدمة في الاعلام الرقمي لدى المؤسسات عينة في نشر الوعي بالتحويلات المناخية واثارها السلبية .
 - 5- التعرف على اراء النخب الاكاديمية في طبيعة المعالجة الاعلامية لشؤون التحويلات المناخية عبر الاعلام الرقمي للمؤسسات المعنية عينة الدراسة .
- رابعا – نوع الدراسة والمنهج :

تندرج الدراسة الحالية في الدراسات الوصفية التي تتعرض لدراسة الظاهرة وتحليلها وتفسيرها في اطار مجموعة من الاجراءات والمفاهيم والادوات المنهجية ، ويتزامن هذا النوع من الدراسات مع توظيف المنهج المسحي الذي يتجه لتغطية عناصر الظاهرة واحاطتها وتفسيرها على وفق سلسلة من الخطوات والادوات والتقنيات العلمية المتعارف عليها في البحث الاعلامي .

خامسا – مجتمع الدراسة والعينة :

يتمثل مجتمع الدراسة الحالية في مجموع الوحدات المتعلقة بالمواقع الالكترونية في المؤسسات الحكومية المعنية بالتحويلات الرقمية والوعي البيئي في العراق وهي (وزارة البيئة ، وزارة الموارد المائية ، وزارة الزراعة ، وزارة العلوم والتكنولوجيا ، هيئة الانواء الجوية)، اما العينة فسارت باتجاه الاختيار العمدى لهذه المؤسسات على الرغم ان المسؤولية الاجتماعية والاخلاقية والاعلامية تحتم على جميع مفاصل الدولة من الاشتراك والتصدي لهذا الخطر العام .وتوجه الباحث الى اسلوب الحصر الشامل لمنشورات المؤسسات الحكومية الانفة الذكر للمدة من (2023/10/1 ولغاية 2024/1/31) ، اذ يسمح هذا الامتداد الزمني بقدر من الرصد الاعلامي والتحليل الاستراتيجي للفئات الرئيسية والفرعية . اما عينة الدراسة التحليلية فتمثلت في

حصر جميع المنشورات التي تناولت ظاهرة التحولات المناخية المنشورة على الموقع الإلكتروني للمؤسسات المذكورة اعلاه وبأسلوب الحصر الشامل .

اما العينة الخاصة بالخبز الاكاديمية فقد بلغت (184) من التدريسيين والتدريسيات وبطريقة العينة العشوائية البسيطة .

سادسا – اداة الدراسة :

لتحقيق اهداف الدراسة وبغية الحصول على المعلومات التي تسهل معرفة طبيعة الاستراتيجيات ومضامينها وفنونها الاعلامية ، تم توظيف اداة تحليل المضمون في المجالين الكمي والنوعي .

وتضمنت عملية التحليل الاعتماد على وحدة الموضوع بوصفها وحدة تحليل اساسية في فئة (ماذا قيل) ، وتشمل موضوعات التغيرات المناخية والاستراتيجيات المستخدمة في التوعية من مخاطر التحولات المناخية ، والاطر المرجعية المستخدمة في المعالجة الاعلامية . كما تضمن فئات الشكل (كيف قيل) ، الفنون الاعلامية ، والقوالب الفنية ، والاستمالات واللغة في رسائل الاعلام الرقمي .

سابعا – صدق وثبات الاداة :

بهدف تعميق الجانب العلمي للاداة وتعزيزها بالاراء العلمية السديدة ارتأى الباحث ان يستشير بعض الخبراء في مجال الاعلام الرقمي والعلاقات العامة والاحصاء والجغرافية المناخية ، وبعد الانتهاء من عرضها حصلت نسبة اتفاق بلغت (91%) وهي نسبة عالية ، اما نسبة الثبات فقد ظهرت وفقا لقانون (هولستي) (89 ،) وهي نسبة عالية في نطاق معادلة هولستي التي ترى ان ثبات الاداة يكون (85 ،) فما فوق.

ثامنا – تحديد مفاهيم الدراسة :

- الاستراتيجيات الاتصالية : هي الخطة العامة او البرنامج الذي يضم مجموعة متناسقة من الاساليب والادوات والطرق ووسائل العمل الاعلامي الذي تتبناه المؤسسات والمنظمات لتحقيق الاهداف على المديات القريبة والبعيدة ، والتي تتلاءم مع السياق العام للاهداف المرسومة في الخطط السنوية (يحيوي ، 2019، ص46)

- الاعلام الرقمي : عملية نشر المعلومات والاخبار والاراء والحقائق المفسرة للجمهور عبر استخدام تقنيات الاتصال الالكتروني المتمثلة بشبكة الانترنت وتوابعها من مثل المواقع الالكترونية ومنصات التواصل الاجتماعي بما يفسح المجال للتفاعل الاعلامي . (صادق ،2017، ص9).

- التحولات المناخية : هي المتغيرات المفاجئة او الموسمية او الطارئة الحاصلة على انماط الطقس والتي تحدث بسبب التحولات والمنخفضات الجوية في درجات الحرارة والرياح والعواصف الترابية وانبعاث الغازات والحرائق مما يشكل ازمات وكوارث طبيعية لها تأثيرات سلبية في الاقتصاد والبيئة والصحة ونسق الحياة البشرية والكائنات الحية الاخرى (الامم المتحدة، 2020)

- المؤسسات عينة الدراسة : شملت الدراسة تحليل المواقع الالكترونية في المؤسسات المعنية بالتحولات المناخية في العراق بوصفه وحدة واحدة نظرا للتوجهات الحكومية نحو موضوع المناخ ، وهي (وزارة البيئة ، وزارة الزراعة ، وزارة الموارد المائية ، وزارة العلوم والتكنولوجيا، وهيئة الانواء الجوية).

- المواقع الالكترونية : مجموعة من الصفحات المترابطة التي تحتوي على نصوص وصور وفديوات وملفات ووثائق ومعلومات صوتية او مصورة تشكل بمجموعها الموقع الذي يعمل وفق تقنية رقمية متصلة بالانترنت يمكن الدخول اليها عن طريق رابط معين ، ويمثل الموقع الالكتروني اليوم احد اهم وسائل الاعلام الرقمي في المؤسسات الحكومية والخاصة (رمضان ،2017، ص6)

تاسعا – دراسات سابقة :

افرز البحث الوثائقي الكشف عن مجموعة من الدراسات المحلية والعربية والاجنبية التي تناولت متغيرات مختلفة تقترب او تبعد عن الدراسة الحالية ، وتم الاستعانة بها بعد دراستها والافادة منها في انتاج بحث علمي حديث ومغاير يتناسب مع طبيعة المرحلة الحرجة التي يتسم بها الاعلام البيئي والمناخي في العراق .

فقد تناولت دراسة الباحث العراقي (البياتي، 2019) الموسومة ((دور الاعلام البيئي في تعميق الوعي الاجتماعي - دراسة ميدانية في مدينة بغداد)) التعرف على ما قدمه الاعلام التقليدي والرقمي في تشكيل الوعي ونشر ثقافة التعامل مع متغيرات البيئة المسببة للتلوث في اطار المنهجين: المسحي والمقارن ، عبر اداة الاستبانة التي وزعت على عينة عشوائية طبقية من سكان مدينة بغداد بلغت (481) مبحوثا ، وخلصت الدراسة الى ضعف وسائل الاعلام العراقية في صناعة الوعي ومعالجة مشكلات البيئة . كما توصلت الدراسة الى ضعف الوعي المجتمعي وعدم اهتمام الفرد العراقي بالحفاظ على البيئة ، وعدم وجود نظرة استشرافية للمؤسسات الحكومية بمستقبل المشكلات المناخية والبيئية .

اما دراسة الباحثة المصرية (عامر، 2023) الموسومة ((فعالية الاعلام الرقمي في معالجة المشكلات البيئية ، دراسة تحليلية على موقع اليوتيوب)) ، فقد بحثت في تحليل المحتوى الرقمي للمنشورات الاعلامية التي تعالج قضايا البيئة في مصر باستخدام المنهج المسحي التحليلي لعينة من الفيديوهات المنشورة في اليوتيوب ، وتوصلت الى نتائج عديدة ابرزها : اعتماد المؤسسات الاعلامية على اسلوب التبسيط في نشر المعلومات للجماهير ، واستخدام فن التقرير الاعلامي المصور ، ووجود تفاعل جماهيري كبير مع المنشورات المعنية بمعالجة قضايا البيئة .

وتوصلت دراسة الباحث الصيني (chi hung chung, 2020) الموسومة ((اهمية مواقع التواصل الاجتماعي في التعليم البيئي)) عبر استخدام اسلوب تحليل المضمون للمنشورات الاعلامية في منصات التواصل الاجتماعي ، الى ان القوالب الفنية المفضلة لدى الجمهور الصيني هي المواد الاعلامية المرئية مثل الفيديوهات القصيرة ، والجرافيك ، والبودكاست ، والصور .

عاشرا - النظرية المفسرة للدراسة :

في اطار استخدام المواقع الالكترونية للاعلام الرقمي بوصفها وسائل اتصال جماهيرية فقد تم الاعتماد على نظريتين ، هما : نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام من وجهة نظر القائمين على الاتصال ، ونظرية الاستخدامات والاشباع المتعلقة بتأثير وسائل الاتصال في الافراد .

- نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام : تفترض هذه النظرية ان وسائل الاعلام تنسم بالقوة والتأثير والضعف احيانا تبعا للظروف السائدة ، ويزداد استخدام وسائل الاعلام الجماهيري في اوقات الازمات في المجتمعات البشرية ، لذلك فإن استخدام هذه النظرية يأتي في اطار ازمة وتدهور المناخ في العراق. (عبد الحميد، 2004، ص264)

- نظرية الاستخدامات والاشباع : تفترض هذه النظرية في الاعلام الجديد ان الجمهور يشارك بفاعلية في عملية الاتصال الجماهيري ، ويستخدمون الاتصال عبر مواقع الاتصال الالكتروني لتحقيق اهداف مقصودة تلبي توقعاتهم ، ومن ثم يختارون الوسائل التي تشبع حاجاتهم . (المشاقبة ، 2010، ص84) ، ووفقا لهذه النظرية فان الجمهور يسعى للحصول على المعلومات التي تضعه في المسار الصحيح نحو التغييرات المناخية وكيفية التعامل معها وفق الاستراتيجيات الاعلامية للمواقع الالكترونية في المؤسسات الحكومية العراقية المهتمة بأحوال المناخ.

الفصل الثاني : المدخل النظري للدراسة

تشهد مجالات الاتصال الجماهيري مجموعة من التطورات في وسائل انتاج المحتوى وتقنياته وطرق نشره وبثه ، ومنذ ظهور شبكة الانترنت وبزوغ فجر الاعلام الرقمي تغيرت الكثير من انماط العمل الصحفي والاذاعي والتلفزيوني وادارة العلاقات العامة مع الجماهير ، وتوجهت العديد منها نحو البيئة الرقمية وتوظيف ادواتها وتقنياتها في صناعة وانتاج المحتوى الاعلامي الجديد في الاخبار والمعلومات والتقارير والصور والاعلان والتسويق وكل ما يتعلق بالخطاب الاعلامي .

وأسهم ظهور مواقع ومنصات التواصل الاجتماعي منذ ابتكارها في عام 2004 وانتشارها ودخولها العمل الاعلامي عام 2006 في تنوع قوالب الانتاج الفني والاعلامي ، وتسهيل الوصول الى الجمهور عبر مضامين متنوعة باستخدام اجهزة الحاسوب والهواتف الذكية والانترنت ، حتى ظهرت انماط جديدة في التعرض الاتصالي بين المرسل والتلقي، وهو ما يسمى بالاندماج الرقمي (الشاعر، 2015، ص19).

فمواقع التواصل الاجتماعي هي : تطبيقات الشبكات الاجتماعية على الانترنت التي تتيح للمستخدمين ان يقوموا بخلق ملامحهم الشخصية من طريق البيانات التي يكتسبونها وعرض الصور والاتصال بالاصدقاء الذين التقوهم على الانترنت وفي الواقع الحقيقي بعيدا عن الانترنت ومشاهدة البيانات الشخصية (ساجت، 2024، ص351)

وفي ظل التوجه العالمي بقيادة الامم المتحدة لمواجهة المخاطر الحاصلة والمحتملة في السنوات الماضية زاد الاهتمام بظاهرة تغير المناخ والتصدي لنتائجه واضراره الكونية وخطورة هذا التحول على عمليات التنمية والتخطيط والبناء بفعل الكوارث الطبيعية التي احدثت ازمات مدمرة للنشاط البشري ومهددة لحياة كل اصناف الكائنات الحية على سطح الارض ، فقد بدأت الحكومات والدول تنفيذ عمليات اتصالية وحملات اعلامية مكثفة عبر تقنيات الاعلام الرقمي تركز على جانب التوعية المناخية والبيئية.

وتأخذ المعالجات الاعلامية ازاء هذه الظاهرة ثلاثة مستويات : (حنفي، 2022، ص545)

- المستوى الاول : النخبة الحاكمة ، وهي التي تتولى التخطيط ووضع التشريعات والقوانين واتخاذ القرارات والاشراف على تنفيذ الانشطة الاعلامية والادارية والفنية ، والاستعانة بالخبراء والمستشارين والباحثين ، واعداد كل ما تحتاجه الموارد البشرية لمواجهة هذا الخطر.
- المستوى الثاني : وسائل الاعلام ، تتجه جميع الجهود الاعلامية بصرف النظر عن سياساتها وتوجهاتها ومرجعياتها للانخراط مع النخبة الحاكمة في التعاون لمواجهة هذا الخطر .

- المستوى الثالث : الجمهور ، توعية الجمهور واقناعه وتحذيره بمختلف الاساليب الاتصالية للمشاركة في اتخاذ دوره ومسؤوليته الاجتماعية نحو حماية الحياة على كوكب الارض .

كانت بداية ظهور الاعلام البيئي بشكل رسمي في مطلع السبعينيات من القرن العشرين ، وتحديدًا في المؤتمر الدولي للبيئة البشرية الذي عقد في السويد عام 1972، الذي أكد على أهمية الاعلام في حماية البيئة ، وان لكل انسان دوره المتميز في الحفاظ على البيئة (مصطفى ، 2010،ص34). وعلى مدى العقود الماضية كان هناك قلق كبير بشأن التحولات المناخية والتلوث البيئي، وفي هذا الصدد لاحظت الهيئة الحكومية الدولية المعنية بشؤون التحولات المنبثقة عن هيئة الامم المتحدة في دراساتها التي شملت 59 بلدا ، ان التغطية الاعلامية في معالجة هذه المخاطر اخذت بالازدياد من 47 الف نشاط اعلامي في عام 2017 الى 87 الف نشاط اعلامي في عام 2021 .

وفي هذا الاطار يتمثل دور الاعلام الرقمي في مجموعة من الاهداف والتقنيات المؤثرة في صناعة الوعي الجمعي تجاه الخطر المداهم للمناخ المتغير.

• الاهداف :

1- التغلب والتخفيف من حدة المخاطر والمشكلات البيئية وعدم اثاره الهلع ، والتعامل بهدوء وفق الخطط المدروسة .

2- التبصير بقضايا البيئة والمناخ المتغير وخطورته على نمط الحياة لاسيما لدى المؤسسات الاعلامية والمعنية بالمناخ ومراكز البحوث .

3- تقوية وتعزيز اهتمامات الجمهور بقضايا المناخ والبيئة من طريق خلق الاحساس الوطني ، واشعاره بأنه جزء من المنظومة الوطنية والدولية في حماية الحياة .(ميالي، 2019،ص671)

4- تغيير السلوك البيئي لدى فئات الجمهور من الاعمار الصغيرة وخصوصا الاطفال والشباب باعتماد البرامج الاعلامية والحملات التثقيفية والاعمال التطوعية في المدارس والجامعات ، واخذ دورهم في الحفاظ على البيئة .(الدوسري، 2018)

5- نشر المعلومات الصحيحة وعدم تضليل الرأي العام بمخاطر التحولات المناخية .

6- تشجيع الفئات العاملة في الزراعة والموارد المائية والبيئية على انتاج وابتكار وسائل وطرائق بديلة لانماط الزراعة والارواء والتكيف البيئي .

7- تطوير المهارات الادارية والاعلامية والفنية لدى العاملين في الاعلام والمؤسسات الخدمية والجماهير في التعامل مع الكوارث والازمات بشكل علمي متطور ، بدلا من اخذ موقف المتفرج .

8-توظيف الأنشطة الاتصالية الفعالة مثل الاعلان والتسويق والحملات الاعلامية والبرامج والفعاليات الثقافية والمؤتمرات والمهرجانات في التوعية البيئية واعلان حالة التأهب القصوى لمواجهة هذه الاخطار المحدقة بالارض.(عمار وبوطرقة ، 2020،ص67).

• تقنيات الاعلام الرقمي وادواته :

1- الانفوغراف : تمثيل مرئي للمعلومات المتعلقة بالمتغيرات المناخية ، التي توظف في انتاج واعداد وتحرير وتوزيع المحتوى الرقمي للمناخ على شكل ارقام وصور واحصائيات ونصوص وجداول للاخبار والتقارير البيئية ، وهو اداة قيمة للاتصال المرئي ، واداة تجذب الانتباه .(خشمون ، 2021، ص33)

2- البودكاست : نوع من الوسائط الرقمية وشكل من اشكال البث الصوتي على الويب ، إذ يستخدم في انتاج المحتوى التعليمي والعلمي والثقافي في التوعية من حالات التلوث البيئي ولتغيرات المناخية .(المعولية ، 2021)

3-تطبيقات الهواتف النقالة : برامج متنوعة تم تطويرها للاستخدام على الاجهزة اللاسلكية مثل الهواتف الذكية والاجهزة اللوحية والحواسيب ، وتستخدم من قبل الاعلاميين في انتاج محتوى اعلامي توعوي خاص بالمتغيرات المناخية وتبث بشكل مباشر للجمهور .

4- الفيديوغراف : قالب فني الكتروني متعدد الوسائط يعتمد على عرض الصور والافلام الوثائقية والرسوم المتحركة تستخدمه المؤسسات الاعلامية اليوم في عرض المعلومات البيئية ومتغيرات المناخ وصناعة الوعي الجماهيري .

5- مواقع التواصل الاجتماعي : منصات وتطبيقات صممت لتسهيل التواصل بين الناس من خلال التفاعل بمنشورات او محادثات يستخدمها الاعلاميون في بث وعرض محتويات الاخبار والتقارير والبرامج الاعلامية الخاصة بالمناخ .

6-الموقع الالكتروني : تمتلك المؤسسات الاعلامية والمؤسسات المعنية بشؤون المناخ مواقع الكترونية رسمية تعمل بشكل متواصل في انتاج المواد الاعلامية الخاصة بالتوعية المناخية .(حنتوش ،2017،ص201).

7- الحملات الالكترونية : نوع من الأنشطة الاتصالية التي تعدها وتصممها المؤسسات الاعلامية والجامعية ومنظمات المجتمع المدني لصناعة الوعي بمخاطر المتغيرات المناخية باعتماد مختلف ادوات الاعلام الرقمي

8- الطائرة المسيرة : drone هي طائرة الكترونية من دون طيار يتم التحكم بها عن بعد ، استخدمت بتوجيه من الامم المتحدة لتصوير مناطق الكوارث الطبيعية والبيئية والبراكين والفيضانات وحرائق الغابات وجميع الحوادث والمناطق التي يصعب على الاعلاميين من الوصول اليها ، واستثمرها الاعلاميون في انتاج القصص الاخبارية والصحية وحجم الدمار والصور المروعة وجميع المعلومات والحقائق العلمية والجغرافية وعرض للجماهير والافادة منها في تعزيز الوعي البيئي للجماهير . (ابو كلر ، 2021) .

ثانيا : ازمة المناخ في العراق والصراع الجيوسياسي

تشير الاحصائيات في تقارير الامم المتحدة الى ان العراق يحتل المرتبة الخامسة عالميا بين الدول الاكثر تأثرا بالمتغيرات السلبية للمناخ ، بما في ذلك انعدام الامن المائي والغذائي ،وتفاقم الازمات السياسية والاقتصادية جراء الحروب والتحولت السياسية . (الامم المتحدة ، 2022) .

واصبح العراق البلد الاكثر تعرضا للكوارث الطبيعية والتدهور البيئي الحاد لاسباب جغرافية جيولوجية ترتبط في موقعه يفرضها الطقس المتغير ، من مثل ارتفاع درجات الحرارة وقلّة الامطار وشحة المياه وملوحة الارض وزيادة نسبة العواصف الرملية والترابية ، فضلا عن تعرضه الى هزات ارضية مختلفة لم يكن العراق يوما في قائمة الدول المصنفة لوقوع الزلازل. وكذلك مؤشر الاهمال في الحفاظ على البيئة وضعف الاطر القانونية وعدم الاهتمام بنتائج الدراسات والبحوث العلمية التي تجريها الجامعات ومراكز البحوث والعلوم .

ويمكن ان يتسبب تغير المناخ بتداعيات واسعة النطاق ان لم تتم معالجته في اطار الاجندات والخطط والسياسات الشاملة للحكومة مما يندر بالمزيد من الكوارث المؤدية للجفاف والتصحر والتشرد والفقر والجوع ، ولا يستبعد المحللون السياسيون في حالة تردي الاوضاع المناخية على الاستقرار السياسي من عودة الصراعات الداخلية ، ناهيك عن عدم استقرار العلاقات السياسية بين العراق وايران وتركيا .

وفي الوقت الذي يتعرض العراق الى موجة مناخية طبيعية تهدد نمط الحياة الاقتصادية والمعيشية والاجتماعية ، فأن الصراع الجيوسياسي دفع بتركيا الى التحكم بكميات المياه الوارد للعراق عبر السدود ، واتجهت ايران الى استخدام السدود في تقليص روافد دجلة ، وقطع مجرى المياه في نهر ديالى لاكثر من مرة في الوقت الذي يشهد فيه العراق درجات حرارة شديدة جدا . وازاء ذلك تقدمت الحكومات العراقية السابقة واللاحقة بالعديد من الشكاوى الرسمية الى الامم المتحدة للطعن بالسياسات المائية التي تنتهجها ايران وتركيا . وبالرغم من ذلك ما زالت الحلول متاحة، فمع ان معالجة التحديات البنوية والادارية التي تحول دون معالجة العراق كل التحيات المرتبطة بالمناخ قد تتطلب بعض الوقت ، وباستطاعة الجهات العراقية الفاعلة

والمنظمات الدولية والدول الصديقة تركيز جهودها على الحؤول دون تأزم الوضع بشكل كبير محليا واقليميا . ويتم ذلك اولا عبر ادراج ازمات المناخ والمياه في حوارات الامم المتحدة ، وثانيا ادراجه في ملف المفاوضات والوساطات لحل الصراعات والتوترات السياسية مع تركيا وايران ، لا سيما وان هناك الكثير من المصالح الاستراتيجية الحيوية لايران وتركيا في العراق ، واخيرا تأسيس منتدى يعمل بشكل جماعي به تتم معالجة جميع الازمات الاقتصادية المفتعلة من الجانبين التركي والايراني والتوجه لحل ومواجهة الازمات والكوارث الطبيعية .

ثالثا : استراتيجيات الاعلام الرقمي نحو مخاطر التحولات المناخية

وفقا لنتائج الدراسات التي اهتمت بتحليل دور الاعلام في نشر الوعي بظاهرة التغير المناخي وتأثيراتها المختلفة ، فقد خلصت الى اربع اشكاليات رئيسة تشير الى ان الاعلام العراقي في الماضي لم يقد دوره على الوجه الامثل (ابو الخير ، 2020)

- الاشكالية الاولى : محدودية الاهتمام بالتغير المناخي في مساحات الخطاب الاعلامي لوسائل الاعلام لأسباب تتعلق بعدم وجود مسؤولية اجتماعية لمعظم هذه الوسائل تجاه الدولة .
 - الاشكالية الثانية : سطحية المعالجة الاعلامية للظاهرة بسبب التوجهات والاهتمامات الاخبارية والترفيهية والفنية التي سيطرت على معظم البرامج والمواد الاعلامية لوسائل الاعلام .
 - الاشكالية الثالثة : عدم وعي الاعلاميين بخطورة الظاهرة ، بسبب قلة المعلومات التي يمتلكونها وضعف الثقافة المناخية وتوجههم لتغطية شؤون اخرى يرونها اهم وتدر عليهم ارباحا مادية .
 - الاشكالية الرابعة : تهميش التخصص البيئي ، وشحة وجود اقسام علمية بالجامعات تهتم بشؤون البيئة او عدم وجود تخصص او قسم لشؤون البيئة في المؤسسات الاعلامية مع ندرة الاهتمام بالاعلام البيئي .
- ازاء ذلك يزخر الاعلام الرقمي بمجموعة من الاستراتيجيات التي يمكن ان تؤدي دورا توعويا كبيرا في ذهنية الجمهور استطعنا تصنيفها وفقا لاهميتها وادراجها في مصفوفة تسهل دراستها وتحليلها في اطار الدراسة التحليلية للمواقع الالكترونية للمؤسسات عينة البحث .

1- استراتيجية التثقيف: تستخدم هذه الاستراتيجية كل ما يخص الثقافة البيئية والمناخية من طرق نشر المعلومات والحقائق على الموقع الالكتروني ومنصات التواصل الاجتماعي لتعزيز الوعي المجتمعي ، وتبني سلوكيات جديدة ذات طابع ايجابي ، مع الافادة من التجارب العالمية (طابا ، 2010 ، ص18)

2- استراتيجية الاقناع : تتضمن هذه الاستراتيجية استخدام الحجج والادلة والحقائق العلمية والنظريات والصور والشواهد التي تعبر عن حجم الكوارث الطبيعية ، بما يسهم في تغيير التفكير والسلوك البشري(تويم ،2007،ص23) .

3- استراتيجية الحوار: نجحت معظم المؤسسات المعنية بشؤون المناخ والبيئة في اقامة الورش والندوات والمحاضرات الرقمية عبر الانترنت مع الجمهور واشراكه في ابداء الاراء وبناء الحوار البناء بغية مشاركة الحكومة في اتخاذ القرارات المصيرية في تعزيز الوعي البيئي وحماية المجتمع من المتغيرات المناخية (محمد ،2012،ص99) .

4- استراتيجية التعاون: يعمل الاعلام الرقمي على تعزيز فكرة التعاون بين الاطراف الثلاثة: الحكومة – الاعلام – الجمهور ، في المشاركة نحو بناء الاجماع نحو التوجه لادارة ازمة المناخ والمخاطر البيئية، كل بحسب دوره(تويم ،2007،ص39) .

5- استراتيجية التوقيت : تعتمد اجهزة الاعلام الرقمي على اختيار الوقت المناسب لبث ونشر المعلومات والتقارير والاحصائيات المتعلقة بالمتغيرات المناخية ومخاطرها المحتملة على الحياة ، بهدف حشد الاهتمام وتجنب حالات الذعر والهلع بين اوساط المجتمع(يوسف ،2010،ص89).

6- استراتيجية ادارة الازمة : هي قدرة الاعلام الرقمي في المؤسسات المعنية بشؤون البيئة والمناخ على التعامل بسرعة وكفاءة وفاعلية مع العمليات الموقفية ، والهدف من ذلك هو تقليل المخاطر ومشاركة الدولة في الجانب الاعلامي على احتواء الازمة المناخية ، فإدارة الازمة تتخذ جوانب اربعة اساسية ، وهي : (الجانب الاداري ، الجانب الفني والتقني ، الجانب المالي، الجانب الاعلامي) (محمد ، 2011،ص54).

7- الاستراتيجية التكاملية : بمعنى توظيف وسائل الاعلام الرقمي كافة الحكومي والخاص في نشر الوعي بظاهرة التحولات المناخية ، وعدم الاعتماد على نمط اتصالي واحد ، لاسيما الحملات الاعلامية المكثفة عبر المواقع الالكترونية ومنصات التواصل الاجتماعي .

8- الاستراتيجية الابتكارية: تنتهج المؤسسات الاعلامية والبيئية اليوم في الدول المتقدمة اساليب وطرق حديثة ومبدعة في الخطاب الاعلامي الموجه عبر الانترنت ، باعتماد الفنون الاعلامية والدرامية والسينمائية وتقنية الفيديوغرام والانفوغراف في انتاج محتوى اعلامي مختلف ومؤثر في تعزيز ثقافة التعامل مع المتغيرات المناخية لتغيير السلوك البشري نحو البيئة .

9- الاستراتيجية التحليلية : وتعني تركيز وسائل الاعلام الرقمي على الجانب التحليلي والتفسيري في معالجة قضايا البيئة والمناخ ، فتبتعد عن الطابع الاعلامي الاخباري وتتجه نحو استضافة الخبراء في الاعلام والبيئة

والمناخ والاقتصاد والجغرافية في عرض الازمة بشكل تحليلي للابعاد والتداعيات والتأثيرات المختلفة للمناخ على الاجواء في العراق وكيفية مواجهتها ، والافادة من التجارب الدولية في هذا المضمار .

10- استراتيجية المسؤولية الاجتماعية : تركز هذه الاستراتيجية على تنبيه اجهزة الاعلام الرقمي لجميع المؤسسات الاعلامية والاجتماعية والسياسية والعلمية من اخذ دورهم الوطني الاخلاقي والقانوني والشرعي في التصدي لظاهرة التحولات المناخية ، عبر خطاب اعلامي موحد يهدف الى حماية المجتمع من الكوارث المحتملة والاضرار الاقتصادية على مسيرة الحياة على كوكب الأرض .

المصادر والمراجع

- 1- ابراهيم يحيوي،(2019) ، استراتيجيات الاتصال ، الجزائر ، مطابع وزارة التعليم العالي والبحث العلمي .
- 2- مصطفة صادق، (2018) ، الاعلام الجديد ، منشورات الدر العربية للعلوم الاتصالية ، بيروت.
- 3- موقع الامم المتحدة ،(2020) : <https://www.unorgclimachange>
- 4- محمد عبد الفتاح رمضان ،(2017) ، دور اتجاهات التصميم في استخدام المواقع الالكترونية التجارية في الاردن ، رسالة ماجستير ، جامعة الشرق الاوسط ، عمان .
- 5- خالد زكي ابو الخير (2020) ثمان محاور لتفعيل دور الاعلام في نشر الوعي بالتغيرات المناخية ، مقال علمي على الرابط : araa.sa/indexph مركز الخليج للابحاث.
- 6- علا عامر ،(2023) ،فعالية الاعلام الرقمي في معالجة المشكلات البيئية ، مجلة البحوث الاعلامية العدد 1 ، مجلد 65 ، جامعة السويس .
- 7- رائد الوائلي ، (2021) ، استراتيجيات العلاقات العامة في إدارة الازمة الصحية ، مجلة لارك ، المجلد (13) ، العدد (2) ، <https://doi.org/10.31185/lark.Vol10.Iss2.41.1816>
- 8- ياسمين مجدي ،(2022) ، دور الاعلام في تنمية الوعي بكيفية مواجهة المشكلات البيئية ، مجلة السياسة الدولية على الرابط : <https://2upw/djuv58s>
- 9- سلام زغير ساجت ،(2024) ، مساهمة الاعلام الجديد في تشجيع الجمهور على استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي (دراسة ميدانية على الجمهور في الكوت) ، مجلة لارك ، المجلد 16، العدد 1 ، كلية الاداب ، جامعة واسط.
- 10- جيهان عبد الحميد حنفي ، (2022) ، معالجة الام الرقمي لمخاطر التغيرات المناخية ((دراسة تحليلية للمحتوى الرقمي عبر اليوتيوب))،المجلة المصرية لبحوث الاعلام ، العدد 80
- 11- ايثار عبد الهادي محمد ،(2011) ، استراتيجية ادارة الازمات ، تأطير مفاهيمي ،مجلة العلوم الاقتصادية والادارية ، المجلد 17، العدد 64، كلية الادارة والاقتصاد ، جامعة بغداد
- 12- اياد خلف طابا ،(2010) ، الوجيز في العلاقات العامة ، دمشق ، وزارة الثقافة .
- 13- خلف كريم كيوش ،(2017) ،استراتيجيات العلاقات العامة في ادارة الازمات ، عمان ، دار امجد.
- 14- عبدالله محمد تويم ،(2007) ، العلاقات العامة التحرير والردود ، الرياض.
- 15- فاروق ناجي محمد ،(2010) ، استراتيجية الاتصال مع الاخر ، بغداد دار الفجر .

- 16- محمود يوسف ، (2010)، مقدمة في العلاقات العامة، القاهرة دار الفجر للنشر والتوزيع
- 17- احمد كاظم حنتوش، (2017)، مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في التعليم الجامعي ، مجلة مركز بابل للدراسات الانسانية ، العدد 4
- 18- كنعان عبد الجبار ابو كلل ، (2021) ، تكنولوجيا الطائرة المسيرة (درون) ، في الري والزراعة ، المنتدى العراقي للنخب والكفاءات .
- 19- ياس خضر البياتي،(2019)، دور الاعلام البيئي في تعميق الوعي الاجتماعي ، عبر بوابة (research gate)
- 20- محمد عبد الحميد،(2004)، نظريات الاعلام ، القاهرة ، عالم الكتب .
- 21- بسام عبدالرحمن المشاقبة،(2010)، نظريات الاعلام ، عمان ، دار اسامة للنشر والتوزيع .
- 22- عبدالرحمن ابراهيم الشاعر ، (2015)، مواقع التواصل الاجتماعي ، عمان ، دار العنقاء للنشر والتوزيع .
- 23- خلود عبدالله ملياني ، (2019) الاعلام البيئي الرقمي عبر شبكات التواصل الاجتماعي ، المجلة المصرية لبحوث الاعلام ، العدد 66.