العلاقات العامة والإعلام البيئي: دور الإعلام العراقي في التوعية بالقضايا البيئية

م . م . رياض نور رحمه
كلية الاداب – الجامعة المستنصرية

الكلمات المفتاحية: العلاقات العامة؛ الإعلام البيئي ؛ التنمية المستدامة

الملخص:

تهدف الدراسة إلى بيان دور العلاقات العامة والإعلام البيئي في تعزيز الوعي بالقضايا البيئية في العراق، مع التركيز على كيفية توظيف وسائل الإعلام العراقية، التقليدية والرقمية، في نشر الثقافة البيئية وترسيخ السلوكيات الإيجابية تجاه الموارد الطبيعية. تعتمد الدراسة المنهج الوصفي التحليلي من خلال مراجعة الأدبيات ذات الصلة، وتحليل نماذج من التغطيات والبرامج والحملات الإعلامية البيئية في القنوات التلفزيونية، والإذاعات، والصحافة الرقمية، إضافة إلى رصد جهود المؤسسات الرسمية ومنظمات المجتمع المدني في مجال الاتصال البيئي. وتبيّن النتائج أن الإعلام العراقي يسهم بدرجات متفاوتة في التعريف بمشكلات التلوث، وشح المياه، والتصحر، وتغير المناخ، إلا أن هذا الدور ما زال دون المستوى المطلوب من حيث الاستمرارية والتخصص والاعتماد على صحافة بيئية محترفة. كما تؤكد الدراسة أهمية تكامل أدوار وحدات العلاقات العامة في الوزارات والهيئات البيئية مع المنصات الإعلامية المختلفة، عبر تبني استراتيجيات اتصال رقمية تفاعلية، وحملات توعية مستندة إلى دراسات ميدانية، بما يعزز مشاركة الجمهور في حماية البيئة ودعم سياسات التنمية المستدامة في العراق.

المقدمة:

في ظل التغيرات البيئية المتسارعة التي يشهدها العالم اليوم، أصبح للإعلام دور محوري في تشكيل وعي الأفراد والمجتمعات بالقضايا البيئية، وتحفيزهم على تبني سلوكيات مسؤولة تجاه البيئة. وفي العراق، حيث تتفاقم المشكلات البيئية نتيجة لعوامل طبيعية وبشرية، تبرز أهمية الإعلام البيئي كأداة فعالة لنقل المعلومات البيئية، وتحليل الظواهر المناخية، وتسليط الضوء على السياسات البيئية، مما يساهم في تعزيز الوعي البيئي العام، ودعم الجهود الرامية إلى تحقيق التنمية المستدامة.

يناقش هذا البحث دور الإعلام العراقي في التوعية بالقضايا البيئية، من خلال تحليل مدى اهتمام وسائل الإعلام المحلية بالمشكلات البيئية، وكيفية معالجتها إعلاميًا، ومدى تأثيرها في وعي الجمهور واتجاهاته البيئية. كما يسعى إلى تقديم رؤية علمية حول مدى تكامل الإعلام مع

المؤسسات البيئية والبحثية في العراق، في سبيل تقديم محتوى إعلامي متخصص يسهم في بناء ثقافة بيئية مسؤولة.

-مشكلة البحث:

تواجه العراق تحديات بيئية متزايدة، مثل التلوث، تدهور الموارد الطبيعية، والتغيرات المناخية، ما يضع ضغطًا كبيرًا على المجتمع في ظل قلة الوعي البيئي، يُعد الإعلام أحد الأدوات الرئيسية التي يمكن أن تلعب دورًا محوريًا في توعية الجمهور بالقضايا البيئية رغم ذلك يظل السؤال المحوري في هذا البحث هو: ما هو الدور الذي يمكن أن يلعبه الإعلام العراقي في رفع الوعي البيئي وتحفيز السلوكيات المستدامة؟ كيف يمكن للإعلام العراقي التأثير بشكل فعال في سلوكيات الأفراد تجاه القضايا البيئية؟ بالإضافة إلى ذلك، ما هي التحديات التي قد تواجه الإعلام في تقديم رسائل بيئية مؤثرة وفعالة في المجتمع العراقي؟

يتناول البحث أيضًا قدرة الإعلام على إيصال الرسائل البيئية بفعالية، ومدى تفاعل الجمهور العراقي مع هذه الرسائل كما سيناقش دور وسائل الإعلام التقليدية والرقمية في توجيه الرسائل البيئية إلى فئات مختلفة من المجتمع العراقي، مع التركيز على التحديات التي يواجهها الإعلام العراقي، مثل نقص الموارد، وضعف التغطية الإعلامية البيئية، والقيود في السياسات الإعلامية المتعلقة بالقضايا البيئية.

-أهمية البحث:

تنبع أهمية هذا البحث من الحاجة المتزايدة إلى إعلام بيئي متخصص، يواكب التحولات البيئية العالمية، ويسهم في رفع مستوى الوعي البيئي لدى المجتمع العراقي. كما تكمن الأهمية في الكشف عن مدى قدرة الإعلام العراقي على تبني القضايا البيئية كجزء من رسالته الإعلامية، ودوره في دفع الأفراد والجهات المختصة نحو اتخاذ قرارات بيئية أكثر مسؤولية.

-أهداف البحث:

1. **تحليل طبيعة المعالجة الإعلامية للقضايا البيئية في العراق**
   - دراسة حجم ونوعية التغطية الإعلامية للقضايا البيئية في وسائل الإعلام العراقية المختلفة (المرئية والمسموعة والمكتوبة والرقمية).
   - تحديد الموضوعات البيئية الأكثر تناولاً (التلوث، شحة المياه، التصحر، إدارة النفايات، التغير المناخي).
   - الكشف عن الأطر الإعلامية المستخدمة في تقديم القضايا البيئية (إطار الأزمة، التوعية، المسؤولية الحكومية).
2. **قياس مدى تأثير الرسائل الإعلامية البيئية على وعي الجمهور العراقي وسلوكه**
   - تقييم مستوى الوعي البيئي لدى الجمهور العراقي نتيجة التعرض للمحتوى الإعلامي البيئي.
   - رصد التغيرات السلوكية والممارسات البيئية الإيجابية التي تحققت بفعل الحملات الإعلامية.

- قياس درجة الثقة في المعلومات البيئية المقدمة عبر وسائل الإعلام العراقية.

3. **استكشاف مدى التكامل والتنسيق بين الإعلام والمؤسسات البيئية في العراق**

- تحليل طبيعة العلاقة بين المؤسسات الإعلامية والجهات الحكومية المعنية بالبيئة (وزارة البيئة، وزارة الموارد المائية).
- بحث مدى التعاون مع منظمات المجتمع المدني والمنظمات الدولية العاملة في المجال البيئي.
- تقييم آليات تبادل المعلومات والبيانات البيئية بين الإعلام والمؤسسات المختصة.

4. **تحديد التحديات والمعوقات التي تواجه الإعلام البيئي في العراق**

- رصد العقبات المهنية والفنية والمادية التي تحد من فعالية التغطية الإعلامية البيئية.
- تحليل مدى توفر الكوادر الإعلامية المتخصصة في الشؤون البيئية.
- دراسة تأثير العوامل السياسية والاقتصادية على حرية تناول القضايا البيئية.

5. **تقديم توصيات عملية لتطوير دور الإعلام العراقي في التوعية البيئية**

- اقتراح استراتيجيات إعلامية متكاملة لتعزيز الوعي البيئي لدى مختلف شرائح المجتمع.
- وضع آليات لتحسين التنسيق بين الإعلام والمؤسسات البيئية والتعليمية.
- تطوير برامج لتأهيل وتدريب الإعلاميين على تناول القضايا البيئية بشكل احترافي وعلمي.

حدود البحث ومجالاته

أولاً: المجال الموضوعي

يركز البحث على دراسة العلاقة بين العلاقات العامة والإعلام البيئي، وتحديداً:

- طبيعة تناول الإعلام العراقي للقضايا البيئية (التلوث الهوائي، تلوث المياه، التصحر، إدارة النفايات، التغير المناخي).
- دور الرسائل الإعلامية في التوعية البيئية وتأثيرها على وعي الجمهور.
- آليات التعاون بين المؤسسات الإعلامية والمؤسسات البيئية في العراق.
- استراتيجيات العلاقات العامة في تعزيز الوعي البيئي عبر وسائل الإعلام.
- التحديات التي تواجه الإعلام البيئي العراقي وآليات تطويره.

ثانياً: المجال المكاني

يقتصر البحث على **العراق** بشكل عام، مع التركيز على:

- **المؤسسات الإعلامية الوطنية** (قنوات تلفزيونية، إذاعات، صحف، مواقع إلكترونية عراقية).
- **المؤسسات البيئية الحكومية** (وزارة البيئة، المديريات العامة للبيئة في المحافظات).
- **المحافظات الأكثر معاناة من الأزمات البيئية** (بغداد، البصرة، الأنبار، ديالى، نينوى) نظراً لشدة التلوث ومشاكل المياه والتصحر فيها.
- **المنظمات غير الحكومية والمنظمات الدولية** العاملة في المجال البيئي في العراق.

ثالثاً: المجال الزمني

- **الفترة الزمانية للدراسة :**من عام **2003**وحتى عام **2026**(حتى وقت إجراء الدراسة).
- **السبب في اختيار هذه الفترة:**
  - عام 2003 يمثل نقطة تحول كبرى في العراق بعد سقوط النظام السابق وبدء مرحلة جديدة من التحولات السياسية والإعلامية.
  - الفترة تشهد تطوراً في الإعلام العراقي وازدياداً في الاهتمام بالقضايا البيئية نتيجة تدهور الوضع البيئي.
  - تشمل الفترات التي شهدت زيادة في الاتفاقيات البيئية الدولية المنضمام إليها العراق.
  - تشمل الفترة الحالية التي تشهد اهتماماً متزايداً بالتغير المناخي والأزمات البيئية.

نوع البحث ومنهجه

نوع البحث:

بحث **وصفي تحليلي** تطبيقي، يجمع بين المنهج الكمي (الإحصاء والقياس) والمنهج النوعي (التحليل والتفسير).

المنهج المستخدم:

يعتمد البحث على **المنهج الوصفي التحليلي**، مع الاستعانة بـ:

1. **تحليل المحتوى :**لتحليل المحتوى الإعلامي البيئي (البرامج، الأخبار، التقارير) من وسائل الإعلام العراقية.
2. **المنهج المسحي :**استخدام استبانة لقياس وعي الجمهور العراقي بالقضايا البيئية.

أدوات البحث:

- استبانة (للجمهور والإعلاميين)
- دليل تحليل المحتوى (للفحص الإعلامي)
- المقابلات الشخصية (مع خبراء ومسؤولي علاقات عامة)
- المراجعة الأدبية (الدراسات السابقة والوثائق الرسمية)

إجراءات البحث

أولاً: مجتمع البحث

يتكون مجتمع البحث من:

- وسائل الإعلام العراقية الرسمية والخاصة (تلفزيون، إذاعة، صحف، مواقع إلكترونية).
- المؤسسات البيئية الحكومية (وزارة البيئة، المديريات العامة للبيئة).
- الإعلاميون والكوادر العاملة في مجال العلاقات العامة البيئية.

ثانياً: عينة البحث

تم اختيار العينة بالطريقة المقصودة والعشوائية:

الفئة	الحجم
القنوات التلفزيونية والفضائية	7قنوات
الصحف والمواقع الإلكترونية	10وسائل
الإعلاميون	15إعلاميًا
موظفو العلاقات العامة	10موظفين
الجمهور	200فرد
الخبراء	5خبراء

ثالثاً: أدوات البحث

1. **الاستبانة :**لقياس وعي الجمهور وسلوكه، ولجمع بيانات من الإعلاميين.
2. **دليل تحليل المحتوى :**لتحليل المحتوى الإعلامي البيئي من الأخبار والبرامج والتقارير.
3. **دليل المقابلة :**للمقابلات شبه الموجهة مع الخبراء ومسؤولي العلاقات العامة.

رابعاً: الصدق والثبات

الصدق:

- عرض الأدوات على 5 خبراء في الإعلام والبيئة للتحقق من صلاحيتها.
- التأكد من شمولية الأدوات لأبعاد البحث.

الثبات:

- إجراء اختبار تجريبي على عينة مصغرة (30 شخصًا).
- حساب معامل ألفا كرونباخ للتأكد من ثبات الاستبانة (الحد الأدنى 0.7).

الدراسات السابقة

1 -دراسة دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي البيئي لدى جمهوركربلاء

المؤلف :د. مصطفى العبيدي **السنة :**2022

المصدر :مجلة أبي داود للدراسات الإسلامية والإنسانية

الحدود :محافظة كربلاء، الجمهورية العراقية

ما تناولته الدراسة:

- التعرف على دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي البيئي لدى جمهور كربلاء.
- قياس مستوى الوعي البيئي لدى الجمهور.
- تحديد أكثر الوسائل الإعلامية تأثيرًا في التوعية البيئية.

التعليق عليها:

- دراسة محلية مهمة ركزت على محافظة دينية وسياحية.
- استخدمت منهج المسح الاجتماعي مع عينة من 400 فرد.

- وجدت أن 45% من الجمهور يتابعون القضايا البيئية عبر التلفزيون، و30% عبر الإنترنت.

الحدود والاستفادة منها:

- لم تدرس العلاقة بين الإعلام والمؤسسات البيئية الحكومية.
- لم تتناول دور الإعلام الجديد (وسائل التواصل الاجتماعي) بشكل كافٍ.
- **الاستفادة :**استخدام استبانتها في قياس الوعي البيئي، وإضافة بعد العلاقات العامة الذي لم تغطيه.

2- دراسة موضوعات البيئة في الصحافة العر اقية (دراسة تحليلية لجر ائد الصباح)

المؤلف :امجد صبحي صاحب، كوثر محمد دهيم **السنة:**2021

المصدر :واسط الجامعة، مجلة واسط للعلوم الإنسانية

الحدود :جريدة الصباح، العراق

ما تناولته الدراسة:

- تحليل موضوعات البيئة في الصحافة العراقية.
- دراسة رئيسيات التغطية الصحفية للقضايا البيئية.
- حد التلوث البيئي في العراق من خلال تفعيل الضرائب (كأحد الحلول).

التعليق عليها:

- دراسة محورية في الصحافة العراقية تحديدًا.
- استخدمت منهج تحليل المحتوى على عينة من جريد الصباح.
- وجدت أن القضايا البيئية تحصل على مساحة محدودة في الصحف.

الحدود والاستفادة منها:

- اقتصرت على جريدة واحدة (الصباح).
- لم تتناول التلفزيون والإذاعة والإعلام الرقمي.
- **الاستفادة :**اعتماد منهج تحليل المحتوى، مع التوسع في وسائل الإعلام المختلفة.

3- دراسة الصحافة البيئية: كيف تساهم في تشكيل السياسة البيئية في العراق؟

المؤلف :فريق بحثي من جامعة بغداد **السنة:**2025

المصدر :جريدة التآخي / مجلة أكاديمية

الحدود :العراق، الصحافة البيئية

ما تناولته الدراسة:

- دور الصحافة البيئية في تشكيل السياسات البيئية في العراق.
- قدرة الصحافة على تغيير نظرة المجتمع وتحفيز الحكومات.
- تحديات الصحافة البيئية في العراق.

التعليق عليها:

- دراسة حديثة جدًا تناولت واقع الصحافة البيئية في العراق.
- حددت التحديات: غياب الوعي، ضعف الشفافية، نقص التمويل والتدريب.
- أكدت أن الصحافة البيئية ركيزة أساسية للتغيير.

الحدود والاستفادة منها:

- لم تتناول دور العلاقات العامة في المؤسسات بشكل تفصيلي.
- لم تقيس أثر الرسائل الإعلامية على سلوك الجمهور.
- **الاستفادة** :الاستفادة من تحدياتها المحددة، وإضافة بعد العلاقات العامة وقياس الأثر السلوكي.

ما يميز بحثنا الحالي عن الدراسات السابقة

البعد	الدراسات السابقة	بحثنا الحالي
المجال المكاني	بغداد، كربلاء، أو دول أخرى	عدة محافظات عراقية (بغداد، البصرة، الأنبار، ديالى، نينوى)
المجال الموضوعي	الإعلام فقط	الإعلام + العلاقات العامة المؤسسية
الجمهور	فئة محددة (شباب، سكان مدينة)	جمهور متنوع (أعمار، تعليم، دخل)
المتغيرات	الوعي فقط	الوعي + السلوك + التكامل المؤسسي
المنهج	مسحي أو تحليل محتوى	مسحي + تحليل محتوى + مقابلات
التوصيات	عامة	عملية وموجهة للمؤسسات الإعلامية والبيئية

التعريفات الإجرائية لمصطلحات البحث

المصطلح	التعريف الإجرائي
العلاقات العامة	الأنشطة والبرامج التي تنفذها المؤسسات البيئية للتواصل مع الإعلام والجمهور
الإعلام البيئي	المحتوى الإعلامي (أخبار، تقارير، برامج) المخصص للقضايا البيئية في وسائل الإعلام العراقية
التوعية البيئية	الرسائل الإعلامية الموجهة لتعزيز وعي الجمهور بالقضايا البيئية
القضايا البيئية	المشاكل البيئية التي يتناولها الإعلام (التلوث، شحة المياه، التصحر، النفايات، التغير المناخي)

المصطلح	التعريف الإجرائي
الوعي البيئي	الدرجة التي يحصل عليها الفرد في الاستبانة لقياس معرفته واتجاهه وممارسته البيئية
الجمهور العراقي	عينة من 200 فرد من محافظات بغداد، البصرة، الأنبار، ديالى، نينوى
وسائل الإعلام العراقية	7قنوات تلفزيونية و10 صحف ومواقع إلكترونية عراقية مختارة
المؤسسات البيئية	وزارة البيئة والمديريات العامة للبيئة في المحافظات
التكامل الإعلامي-المؤسسي	درجة التعاون بين الإعلام والمؤسسات البيئية (فعاليات مشتركة، بيانات، معلومات)

المبحث الأول : الإطار النظري

المطلب الأول: الإعلام البيئي و أبعاده في تشكيل الإدراك المجتمعي

يُعد الإعلام البيئي أداة رئيسية في نشر الوعي بالقضايا البيئية، حيث يسهم في تشكيل إدراك الأفراد والمجتمعات تجاه المخاطر البيئية وسبل التعامل معها. من خلال تغطيته للتغيرات المناخية، التلوث، إدارة الموارد الطبيعية، والتنوع البيولوجي [1]، يعمل الإعلام البيئي على تعزيز الفهم العلمي للقضايا البيئية وتحفيز السلوكيات المسؤولة. كما يعتمد على وسائل متعددة، مثل الصحافة، التلفزيون، وسائل التواصل الاجتماعي، والحملات التوعوية، لتوصيل الرسائل البيئية بطرق مؤثرة. وبتحليل دوره، يمكن فهم مدى تأثيره في توجيه الرأي العام وتعزيز ثقافة الاستدامة البيئية في المجتمع

أولا: مفهوم الإعلام البيئي ودوره في المجتمع:

الإعلام البيئي هو فرع متخصص من الإعلام يُعنى بتغطية القضايا البيئية وتقديمها للجمهور بأسلوب يهدف إلى رفع مستوى الوعي البيئي وتعزيز السلوكيات الإيجابية تجاه البيئة. يرتكز هذا النوع من الإعلام على تقديم المعلومات حول التغيرات المناخية، التلوث، الاستدامة، وحماية الموارد الطبيعية، وذلك من خلال منصات متنوعة مثل الصحافة، الإذاعة، التلفزيون، ووسائل التواصل الاجتماعي [2]. يساهم الإعلام البيئي في بناء ثقافة مجتمعية مسؤولة عن البيئة من خلال تسليط الضوء على المخاطر البيئية وتعزيز الشعور بالمسؤولية الفردية والجماعية للحفاظ على الموارد الطبيعية وتحقيق التنمية المستدامة. كما يعد وسيلة فعالة في دعم القرارات البيئية والسياسات الحكومية، من خلال الضغط الإعلامي والترويج للممارسات الصديقة للبيئة [3].

ثانيا: الإعلام البيئي كوسيلة للتأثير على سلوك الأفراد والمؤسسات:

الإعلام البيئي: هو أداة قوية لتوعية الناس بالمشاكل البيئية مثل التلوث والتغير المناخي، وتشجيعهم على تغيير سلوكياتهم لحماية البيئة. مثلاً، عندما نرى فيديو عن تأثير البلاستيك على المحيطات، أو نقرأ مقالًا عن أهمية إعادة التدوير [4]، قد نشعر بالمسؤولية ونبدأ في تقليل استخدام البلاستيك أو فرز النفايات. بالنسبة للمؤسسات، الإعلام البيئي يدفعها لتبني ممارسات أكثر استدامة، مثل استخدام الطاقة النظيفة أو تقليل الانبعاثات، لأنها تدرك أن الجمهور يهتم بالبيئة وقد يفضل الشركات الصديقة للبيئة. باختصار، الإعلام البيئي يلعب دورًا مهمًا في تشجيع الأفراد والمؤسسات على اتخاذ قرارات أفضل لصالح كوكبنا.

ثالثا: موقع الإعلام البيئي ضمن المنظومة الإعلامية العر اقية:

الإعلام البيئي في العراق يشكل جزءًا مهمًا من المنظومة الإعلامية، حيث يهدف إلى توعية المجتمع بالقضايا البيئية والتحديات التي تواجه البلاد، مثل التصحر والتلوث وشح المياه. رغم وجود بعض الجهود في الصحافة والتلفزيون والإذاعة لنشر الوعي البيئي، إلا أن هذا المجال لا يزال محدودًا مقارنة بالإعلام السياسي والاقتصادي [5] تعتمد وسائل الإعلام في تغطيتها البيئية على التقارير والأخبار والبرامج الوثائقية، لكن ضعف التخصص وقلة الكوادر المؤهلة يجعل التأثير أقل مما ينبغي. كما أن غياب السياسات الإعلامية البيئية الواضحة والتحديات الاقتصادية تؤثر على استمرار وانتشار هذا النوع من الإعلام.

لتطوير الإعلام البيئي، يحتاج العراق إلى تعزيز التغطية الإعلامية المتخصصة، وتدريب الصحفيين، والتعاون مع المؤسسات البيئية، بالإضافة إلى استغلال الإعلام الرقمي لنشر الوعي والتفاعل مع الجمهور بشكل أوسع [6]

رابعا: مجالات التناول الإعلامي للقضايا البيئية في العراق

الإعلام العراقي، رغم تركيزه الكبير على القضايا السياسية والأمنية، بدأ في السنوات الأخيرة يولي اهتمامًا متزايدًا للقضايا البيئية، خاصةً مع تفاقم المشكلات التي تؤثر بشكل مباشر على حياة المواطنين وصحتهم وسبل عيشهم. يمكن تقسيم مجالات تناول الإعلام للقضايا البيئية في العراق إلى عدة محاور رئيسية:

أولًا- تلوث المياه:

تُعتبر قضية تلوث المياه من أبرز القضايا التي يتناولها الإعلام العراقي، وذلك بسبب خطورتها على صحة المواطنين والقطاع الزراعي. يتم التركيز على:

1- تلوث نهري دجلة والفرات، اللذين يعانيان من تدفق مياه الصرف الصحي والمخلفات الصناعية دون معالجة.

2- نقص المياه العذبة بسبب بناء السدود في الدول المجاورة (تركيا وإيران) وتأثير ذلك على الأمن المائي في العراق.

3- انتشار الأمراض المرتبطة بتلوث المياه، مثل الكوليرا، وكيفية تأثير ذلك على المجتمعات المحلية.

الإعلام يسلط الضوء على هذه القضايا من خلال تقارير إخبارية، تحقيقات صحفية، وحملات توعوية لتحفيز الجهات المعنية على اتخاذ إجراءات عاجلة [7]

ثانيًا-التصحر وفقدان الأراضي الزراعية

التصحر يُعد من أكبر التحديات البيئية في العراق، حيث يفقد البلاد آلاف الهكتارات من الأراضي الزراعية سنويًا. يتناول الإعلام هذه القضية من خلال:

1- شرح أسباب التصحر، مثل قلة الأمطار، سوء إدارة الموارد المائية، وارتفاع درجات الحرارة بسبب التغير المناخي.

2- تسليط الضوء على تأثير التصحر على المزارعين والرعاة، الذين يفقدون مصادر رزقهم بسبب تدهور الأراضي.

3- مناقشة الحلول الممكنة، مثل تشجير المناطق المتصحرة وتحسين إدارة المياه [8].

ثالثًا- تلوث الهواء:

تلوث الهواء في العراق يُعتبر مشكلة متزايدة، خاصة في المدن الكبرى مثل بغداد والبصرة. يتناول الإعلام هذه القضية من خلال:

1- تغطية مصادر التلوث، مثل الانبعاثات الصناعية، عوادم السيارات، والعواصف الترابية المتكررة.

2- تسليط الضوء على الآثار الصحية لتلوث الهواء، مثل أمراض الجهاز التنفسي والجلدي.

3- مناقشة الحلول، مثل استخدام الطاقة النظيفة وفرض قيود على الانبعاثات الصناعية.

رابعًا-إدارة النفايات الصلبة:

سوء إدارة النفايات الصلبة يُعتبر من المشاكل البيئية الكبرى في العراق. يتناول الإعلام هذه القضية من خلال:

1- تسليط الضوء على تراكم النفايات في الشوارع والأحياء السكنية، وكيفية تأثير ذلك على صحة المواطنين والبيئة.

2- مناقشة غياب أنظمة إعادة التدوير الفعالة وكيفية تأثير ذلك على زيادة التلوث.

3- طرح الحلول، مثل إنشاء مصانع لإعادة التدوير وتشجيع المواطنين على فرز النفايات [9].

خامسًا-التوعية بالحلول المستدامة:

بالإضافة إلى تسليط الضوء على المشاكل، بدأ الإعلام العراقي يتناول الحلول الممكنة للقضايا البيئية، مثل:

1- تشجيع زراعة الأشجار لمواجهة التصحر.

2- التوعية بترشيد استهلاك المياه والكهرباء.

3- تشجيع استخدام الطاقة المتجددة، مثل الطاقة الشمسية

المطلب الثاني: الأداء الإعلامي العراقي في تغطية الشأن البيئي

يتناول هذا المبحث الأداء الإعلامي العراقي في تغطية القضايا البيئية، حيث يعكس دور وسائل الإعلام في تسليط الضوء على المشكلات البيئية والتحديات التي تواجه البلاد. يعد الإعلام أحد الوسائل الفاعلة في نشر الوعي البيئي، إذ يسهم في تشكيل الرأي العام وتوجيه السياسات البيئية من خلال ما يقدمه من مواد إخبارية وتقارير وتحقيقات تتناول مختلف القضايا ذات الصلة بالبيئة.

يواجه الإعلام العراقي تحديات عديدة في تغطية الشأن البيئي، من بينها قلة التخصص في الصحافة البيئية، إذ أن معظم العاملين في المؤسسات الإعلامية ليسوا متخصصين في المجال البيئي، مما يؤدي إلى تناول القضايا البيئية بطريقة سطحية أو غير دقيقة. كما أن ضعف التمويل والاهتمام المؤسسي بالمحتوى البيئي يجعل التغطية الإعلامية لهذه القضايا محدودة وغير مستدامة تعتمد وسائل الإعلام العراقية على الأخبار والتقارير المقتضبة التي تركز في الغالب على الكوارث البيئية والأزمات مثل التصحر، شح المياه، التلوث الصناعي، وارتفاع درجات الحرارة، إلا أنها لا تقدم **تحليلات** معمقة أو حلولًا واضحة للمشكلات البيئية. كما أن هناك افتقارًا إلى التحقيقات الاستقصائية التي تكشف أسباب هذه الأزمات وتسلط الضوء على الجهات المسؤولة عنها [10].

من جانب آخر، تسهم بعض البرامج التلفزيونية والإذاعية والمنصات الرقمية في نشر التوعية البيئية، لكنها لا تحظى بمتابعة واسعة بسبب التركيز الإعلامي الأكبر على القضايا السياسية والاقتصادية. ورغم ظهور بعض المبادرات الإعلامية التي تهتم بالشأن البيئي، إلا أن تأثيرها لا يزال محدودًا مقارنة بالتحديات البيئية المتفاقمة في العراق. كما أن الإعلام الجديد ووسائل التواصل الاجتماعي لعبت دورًا متزايدًا في نشر الأخبار البيئية، حيث أصبحت منصة للأفراد والناشطين البيئيين لعرض قضايا البيئة وتسليط الضوء على المخاطر البيئية التي تهدد الحياة اليومية. ومع ذلك، يبقى تأثير هذه الوسائل غير مؤثر بشكل كافٍ في توجيه السياسات العامة، بسبب غياب الدعم الحكومي والتفاعل الجاد من قبل الجهات المسؤولة [11].

بصورة عامة، فإن الأداء الإعلامي العراقي في تغطية الشأن البيئي لا يزال بحاجة إلى تطوير من حيث التخصص، الدعم، والتوجيه الاستراتيجي ليكون قادرًا على إحداث تغيير حقيقي في الوعي البيئي والسياسات البيئية في العراق.

اولا: آليات معالجة القضايا البيئية في وسائل الإعلام العر اقية

تعتمد وسائل الإعلام العراقية على مجموعة من الآليات في معالجة القضايا البيئية، حيث تسعى إلى تسليط الضوء على المشكلات البيئية التي تواجه البلاد وتقديم الحلول المحتملة. ومع ذلك، فإن هذه المعالجة تتفاوت من حيث الفعالية والتأثير، نظرًا للتحديات التي تواجه الإعلام

البيئي في العراق. ويمكن تلخيص أبرز الآليات التي تعتمدها وسائل الإعلام في معالجة القضايا البيئية فيما يلي:

تعتمد بعض وسائل الإعلام العراقية على الأخبار العاجلة والتقارير الإخبارية في تغطية القضايا البيئية، حيث يتم التركيز على المشكلات الكبيرة مثل التصحر، التلوث البيئي، ندرة المياه، وتأثيرات التغير المناخي. وغالبًا ما يتم تناول هذه القضايا عند حدوث أزمات بيئية مثل السيول، العواصف الرملية، وارتفاع درجات الحرارة القياسية، مما يجعل التغطية مقتصرة على الجانب الإخباري دون تحليل معمق أو متابعة مستمرة. تلجأ بعض المؤسسات الإعلامية إلى إعداد التقارير والتحقيقات الاستقصائية التي تسلط الضوء على القضايا البيئية من خلال كشف الأسباب والتداعيات، مع تقديم معلومات موثقة وشهادات من الخبراء والمواطنين المتضررين. إلا أن هذا النوع من التغطية لا يزال محدودًا بسبب قلة الصحفيين المتخصصين في الصحافة البيئية وضعف التمويل اللازم لإجراء تحقيقات معمقة. يتم تخصيص بعض البرامج الحوارية لمناقشة القضايا البيئية، حيث تستضيف وسائل الإعلام خبراء ومختصين في مجال البيئة لمناقشة المشكلات البيئية وطرح الحلول الممكنة. وعلى الرغم من أهمية هذه البرامج، إلا أن تأثيرها يبقى محدودًا بسبب قلة المتابعة الجماهيرية مقارنة بالبرامج السياسية والاقتصادية التي تستحوذ على اهتمام الجمهور.

يلعب الإعلام الجديد ومنصات التواصل الاجتماعي دورًا متزايدًا في تغطية القضايا البيئية، حيث يعتمد الناشطون البيئيون على وسائل التواصل الاجتماعي لنشر الوعي والتحذير من المخاطر البيئية. كما يتم توظيف المنصات الرقمية لنشر محتوى توعوي حول السلوكيات البيئية الصحيحة، إلا أن هذا الدور لا يزال غير كافٍ لإحداث تغيير جذري في السياسات البيئية. تقوم بعض وسائل الإعلام بإعداد حملات إعلامية تهدف إلى التوعية بالمخاطر البيئية، مثل حملات التشجير، الحد من التلوث، أو ترشيد استهلاك المياه. إلا أن هذه الحملات غالبًا ما تكون محدودة التأثير بسبب عدم استمرارها لفترات طويلة، وغياب التنسيق مع الجهات الحكومية والمنظمات البيئية لضمان تحقيق نتائج ملموسة.

تلعب الصحافة البيئية دورًا مهمًا في تحليل القضايا البيئية وربطها بالسياسات الحكومية، إلا أن هذا الدور لا يزال ضعيفًا بسبب قلة الصحفيين المتخصصين في هذا المجال وضعف الاهتمام الإعلامي العام بالقضايا البيئية مقارنة بالقضايا السياسية والأمنية. حيث تلعب الرسائل الإعلامية البيئية دورًا حيويًا في تشكيل وعي المواطنين وتوجيه مواقفهم تجاه القضايا البيئية. فمن خلال التغطية المستمرة للمشكلات البيئية مثل التغير المناخي [12]، التصحر، التلوث، وشح الموارد الطبيعية، تسهم وسائل الإعلام في نشر المعلومات العلمية والتوعية بأهمية تبني ممارسات مستدامة لحماية البيئة [13]

تؤثر هذه الرسائل على سلوك الأفراد بطرق مختلفة، حيث يمكن أن تؤدي التغطية المكثفة إلى زيادة الوعي بالمسؤولية البيئية وتشجيع المواطنين على تبني ممارسات صديقة للبيئة، مثل إعادة التدوير، ترشيد استهلاك الطاقة، والحفاظ على الموارد الطبيعية. كما تساعد الحملات الإعلامية البيئية في تحفيز التغيير الاجتماعي عبر الضغط على الجهات الحكومية لاتخاذ تدابير أكثر صرامة لحماية البيئة [14].

تعتمد وسائل الإعلام على عدة آليات في نشر الرسائل البيئية، منها التقارير الإخبارية، البرامج الوثائقية، الإعلانات التوعوية، ووسائل التواصل الاجتماعي، حيث أصبح الإعلام الرقمي أداة فعالة في نشر الوعي البيئي، خاصة بين فئة الشباب. ومع ذلك، يواجه الإعلام البيئي تحديات تتعلق بقلة التخصص في الصحافة البيئية، ضعف التمويل، وتأثير المصالح السياسية والاقتصادية على طبيعة التغطية الإعلامية. على الرغم من تأثير الإعلام في زيادة الوعي البيئي، إلا أن تحقيق تغيير حقيقي في سلوك المواطنين يتطلب تكامل الجهود الإعلامية مع السياسات الحكومية، ودعم المؤسسات البيئية لضمان استدامة الرسائل الإعلامية وتعزيز ثقافة بيئية إيجابية في المجتمع

ثانيا: مخرجات التغطية الإعلامية للقضايا البيئية في العراق:

تعكس مخرجات التغطية الإعلامية للقضايا البيئية في العراق مدى اهتمام وسائل الإعلام المحلية بالشأن البيئي ومدى تأثيرها في توعية الجمهور وصناع القرار. تتمثل هذه المخرجات في عدة جوانب تشمل الوعي البيئي، التأثير على السياسات البيئية، استجابة المجتمع، ودور الإعلام الرقمي في تعزيز التفاعل مع القضايا البيئية:

1-تعزيز الوعي البيئي لدى المواطنين:

ساهمت التغطية الإعلامية في زيادة وعي المواطنين بالقضايا البيئية، خاصة فيما يتعلق بالكوارث البيئية مثل التصحر، ندرة المياه، والتلوث الصناعي. فقد ركز الإعلام العراقي على عرض المخاطر البيئية التي تواجه البلاد من خلال الأخبار العاجلة، التقارير الإخبارية، والبرامج الحوارية التي تناقش تأثيرات هذه المشكلات على الحياة اليومية للسكان [15] ومع ذلك، فإن هذا الوعي لا يترجم دائمًا إلى أفعال ملموسة، نظرًا لغياب الحملات التوعوية المستمرة التي تشجع على تبني سلوكيات بيئية مستدامة.

2- التأثير على السياسات البيئية

لعب الإعلام دورًا في الضغط على الحكومة لاتخاذ بعض الإجراءات لمواجهة التحديات البيئية، مثل تقارير الصحف والتلفزيون التي سلطت الضوء على الأزمات البيئية، مما دفع الجهات المختصة إلى اتخاذ خطوات لمعالجتها. إلا أن التأثير الإعلامي في هذا الجانب لا يزال محدودًا بسبب غياب المتابعة الإعلامية المستمرة وعدم توفر دراسات تحليلية معمقة حول السياسات البيئية وتأثيرها على المدى البعيد [16]

3- استجابة المجتمع وتفاعله مع القضايا البيئية:

على الرغم من أن بعض التقارير البيئية أثارت اهتمام الجمهور، إلا أن الاستجابة المجتمعية لا تزال ضعيفة، حيث يفتقر المجتمع العراقي إلى ثقافة بيئية متكاملة تدعم التغيير السلوكي. كما أن قلة التغطية الإعلامية التفاعلية، مثل الحملات الإعلامية طويلة الأمد أو الأنشطة التثقيفية، حدّت من قدرة الإعلام على خلق تأثير حقيقي ومستدام في وعي وسلوك المواطنين.

4- دور الإعلام الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي:

أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي أداة رئيسية في نشر القضايا البيئية، حيث استغل الناشطون البيئيون والمنظمات غير الحكومية هذه المنصات لتسليط الضوء على الأزمات البيئية، مثل الاحتباس الحراري وتلوث المياه. كما ساهم الإعلام الرقمي في إثارة النقاش حول القضايا البيئية، لكنه لا يزال بحاجة إلى دعم إعلامي مؤسسي يعزز مصداقيته وينقل محتوى أكثر احترافية واستدامة [17].

المبحث الثاني: الإعلام البيئي في العراق ومسارات التكامل والتفعيل

يعد الإعلام البيئي أحد الركائز الأساسية في نشر الوعي البيئي وتعزيز الاستدامة البيئية في المجتمعات. في العراق، لا يزال الإعلام البيئي يواجه تحديات عديدة تتعلق بضعف التغطية، قلة التخصص، وضعف التنسيق بين المؤسسات الإعلامية والجهات البيئية. ومع ذلك، يمكن تعزيز الإعلام البيئي من خلال اتباع مسارات تكامل وتفعيل تساعد في جعله أكثر تأثيرًا وفاعلية في توجيه الرأي العام وصناع القرار.

-و اقع الإعلام البيئي في العراق

يقتصر الإعلام البيئي في العراق في الغالب على التغطيات الإخبارية السريعة حول الأزمات البيئية، مثل العواصف الرملية، التلوث، وشح المياه، دون وجود تقارير تحليلية معمقة أو تحقيقات استقصائية تكشف جذور المشكلات البيئية. كما أن ضعف التمويل وضعف التخصص في الصحافة البيئية يجعل المعالجة الإعلامية للقضايا البيئية غير كافية للتأثير على السياسات العامة. مسارات التكامل بين الإعلام والمؤسسات البيئية

المطلب الأول: تفعيل الإعلام البيئي من خلال المنصات الرقمية والتواصل الاجتماعي

يمكن تعزيز دور الإعلام البيئي في العراق من خلال بناء شراكات فعالة بين المؤسسات الإعلامية والجهات البيئية الحكومية والمنظمات غير الحكومية. هذه الشراكات يمكن أن تشمل برامج تدريبية للصحفيين على الصحافة البيئية، بالإضافة إلى توفير بيانات دقيقة حول القضايا البيئية لضمان تغطية إعلامية قائمة على الحقائق والمعلومات العلمية [18] اذ أصبح الإعلام الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي من أهم الأدوات التي يمكن استخدامها لنشر الوعي البيئي والتفاعل مع الجمهور. يمكن استثمار هذه المنصات في إطلاق حملات توعوية، تنظيم ندوات

رقمية، ونشر محتوى بصري يعزز الثقافة البيئية لدى المواطنين، مما يسهم في إشراك المجتمع بشكل أكبر في قضايا البيئة [19]

إدراج الصحافة البيئية في المناهج التعليمية والتدريب الإعلامي

يمكن تحسين أداء الإعلام البيئي في العراق من خلال إدراج الصحافة البيئية ضمن المناهج الأكاديمية في كليات الإعلام، وإطلاق دورات تدريبية للصحفيين المهتمين بتغطية الشأن البيئي. كما أن تعزيز البحث العلمي في مجال الإعلام البيئي يمكن أن يوفر بيانات ودراسات تساعد في تطوير سياسات إعلامية بيئية فعالة

المطلب الثاني: تعزيز التشريعات الإعلامية الداعمة للصحافة البيئية:

لا يمكن تفعيل الإعلام البيئي دون وجود تشريعات إعلامية تدعم هذا المجال، مثل إلزام المؤسسات الإعلامية بتخصيص مساحة كافية للقضايا البيئية، وتقديم حوافز للصحفيين المتخصصين في الصحافة البيئية. كما يمكن للحكومة دعم القنوات الإعلامية المهتمة بنشر المحتوى البيئي من خلال تمويل برامج بيئية تثقيفية. يواجه الإعلام البيئي في العراق العديد من التحديات التي تؤثر على فاعليته في نشر الوعي البيئي والتأثير على السياسات البيئية. هذه التحديات تشمل عوامل مؤسسية، اقتصادية، اجتماعية، وتقنية، مما يجعل تغطية القضايا البيئية غير متكاملة أو محدودة التأثير.

1- ضعف التخصص في الصحافة البيئية:

تعاني المؤسسات الإعلامية العراقية من نقص الصحفيين المتخصصين في الشأن البيئي، مما يؤدي إلى تغطية سطحية للقضايا البيئية تقتصر على نشر الأخبار دون تحليل معمق أو تحقيقات استقصائية تكشف عن جذور المشكلات البيئية. كما أن غياب التدريب الإعلامي في مجال الصحافة البيئية يجعل المعالجة الإعلامية غير دقيقة في كثير من الأحيان [20]

2- قلة التمويل والدعم المؤسسي

تعاني المؤسسات الإعلامية المهتمة بالشأن البيئي من نقص التمويل، حيث لا يتم تخصيص ميزانيات كافية لإنتاج برامج توعوية أو تحقيقات استقصائية تتناول القضايا البيئية بعمق. كما أن أغلب وسائل الإعلام تفضل التركيز على الأخبار السياسية والأمنية لكونها تجذب جمهورًا أوسع وتحقق عوائد مالية أكبر من الإعلانات.

3- غياب السياسات الإعلامية الداعمة للإعلام البيئي

لا توجد قوانين وتشريعات واضحة تلزم المؤسسات الإعلامية بتغطية القضايا البيئية، كما أن هناك غيابًا للجهات التنظيمية التي يمكن أن تفرض على وسائل الإعلام نشر محتوى بيئي توعوي بانتظام. هذا يؤدي إلى عدم استدامة التغطية الإعلامية للموضوعات البيئية، حيث يتم الاهتمام بها فقط عند حدوث كوارث بيئية أو أزمات كبرى

4- ضعف التنسيق بين الإعلام والجهات البيئية

يواجه الإعلام البيئي في العراق مشكلة ضعف التعاون بين وسائل الإعلام والوزارات والمؤسسات البيئية، مما يؤدي إلى غياب البيانات الدقيقة والتقارير العلمية التي يمكن أن تدعم التغطية الإعلامية. هذا يجعل الإعلام يعتمد على مصادر غير رسمية أو تقارير دولية بدلاً من المعلومات الوطنية الدقيقة.

5- تراجع الاهتمام الجماهيري بالقضايا البيئية [21]

تعد القضايا البيئية من الموضوعات التي لا تحظى باهتمام واسع بين الجمهور العراقي مقارنة بالقضايا السياسية والاقتصادية. يرجع ذلك إلى ضعف الثقافة البيئية، وانشغال المواطنين بمشكلات الحياة اليومية، مما يقلل من تأثير الرسائل الإعلامية البيئية على سلوكيات المجتمع.

6- هيمنة الإعلام التقليدي على المشهد الإعلامي

تعتمد معظم وسائل الإعلام العراقية على النمط التقليدي في التغطية، مثل الأخبار والتقارير المقتضبة، دون توظيف الوسائط الحديثة مثل الإعلام الرقمي أو التقنيات التفاعلية التي يمكن أن تزيد من جاذبية المحتوى البيئي، خاصة بين فئة الشباب

7- تأثير المصالح السياسية والاقتصادية على التغطية الإعلامية

تتأثر وسائل الإعلام العراقية في كثير من الأحيان بالمصالح السياسية والاقتصادية، حيث تتجنب بعض المؤسسات الإعلامية التطرق إلى قضايا بيئية تتعلق بمشاريع استثمارية أو قرارات حكومية قد تكون مسؤولة عن التدهور البيئي. هذا يؤدي إلى تقييد حرية الصحافة البيئية وعدم كشف الحقائق التي يمكن أن تحفز التغيير البيئي. كما يُعد الإعلام أحد الأدوات الأساسية في نشر الوعي البيئي وتعزيز مفهوم المسؤولية البيئية لدى الأفراد والقطاعات المختلفة. فمن خلال التغطية الإعلامية المستمرة للقضايا البيئية، يمكن للإعلام أن يسهم في تغيير السلوكيات المجتمعية وتحفيز الجهات الحكومية والخاصة لاتخاذ خطوات جادة لحماية البيئة، يلعب الإعلام دورًا مهمًا في تزويد الأفراد بالمعلومات حول القضايا البيئية والتحديات التي تواجههم، مما يساعد في بناء وعي بيئي مستدام. فعند تقديم تقارير وتحقيقات إعلامية معمقة حول المشكلات البيئية مثل التلوث، التصحر، والتغير المناخي، يمكن للإعلام تحفيز الأفراد على تبني ممارسات أكثر استدامة، مثل تقليل استهلاك الطاقة، الحد من النفايات، وتشجيع إعادة التدوير. إلى جانب ذلك، يساعد الإعلام في تعزيز المسؤولية البيئية لدى القطاعات المختلفة، مثل الصناعة، الزراعة، والخدمات، من خلال تسليط الضوء على الممارسات الضارة بالبيئة والدعوة إلى تبني معايير بيئية أكثر استدامة على سبيل المثال، يمكن للإعلام أن يؤثر على سياسات الشركات الصناعية من خلال نشر تقارير تكشف عن الأثر البيئي لنشاطاتها، مما قد يدفعها إلى تبني حلول صديقة للبيئة، مثل تقليل الانبعاثات الكربونية أو استخدام مواد قابلة لإعادة التدوير.كما يساهم الإعلام في دعم السياسات البيئية الحكومية من خلال الضغط على صناع القرار لاتخاذ إجراءات فعالة لحماية البيئة. فمن خلال الحملات الإعلامية والتغطية المستمرة،

يمكن لوسائل الإعلام أن تدفع الجهات الرسمية إلى وضع قوانين أكثر صرامة لمكافحة التلوث، تنظيم استهلاك الموارد الطبيعية، وتعزيز مشروعات الطاقة المتجددة

تلعب وسائل الإعلام الرقمية ومنصات التواصل الاجتماعي دورًا متزايدًا في نشر التوعية البيئية، حيث تتيح للأفراد والمجموعات البيئية إمكانية نشر محتوى توعوي يصل إلى شريحة واسعة من الجمهور. فقد أصبح من الممكن عبر هذه المنصات تنفيذ حملات رقمية تحث الناس على المشاركة في الأنشطة البيئية، مثل حملات التشجير، حملات تنظيف الشواطئ، والتوعية بأهمية الحفاظ على المياه. ومع ذلك، فإن تأثير الإعلام في تفعيل المسؤولية البيئية يتوقف على مدى اهتمامه بالقضايا البيئية وتخصيص مساحة كافية لها ضمن برامجه ومحتواه الإخباري. فبدون تغطية مستمرة واستقصائية، قد يبقى الوعي البيئي محدودًا، ما لم يكن هناك التزام حقيقي من قبل المؤسسات الإعلامية بإعطاء البيئة الأولوية ضمن أجندتها الإعلامية [22]

استبانة حول دور الإعلام العراقي في التوعية بالقضايا البيئية: تستهدف هذه الاستبانة قياس مدى تأثير الإعلام العراقي في رفع الوعي بالقضايا البيئية مثل التلوث، استنزاف الموارد الطبيعية، وتغير المناخ. سيتم استخدام الإجابات لتقديم تحليلات حول دور الإعلام في تعزيز التوعية البيئية في العراق.

الأسئلة العامة: المحور الاول

1- العمر

جدول رقم (1)

العمر	التكرار	النسبة المئوية
اقل من 25 سنة	10	% 20
25-35 سنة	12	% 24
36-45 سنة	15	% 30
46-55 سنة	8	% 16
اكثر من 55 سنة	5	% 10
	50	% 100

تبين من الجدول رقم [1] من استبيان الفئة العمرية بان اعلى نسبة هم من 36- الى 45 سنة بالنسبة المئوية بمقدار 30 % تليها الفئة العمرية من 25 – الى 35 سنة بالنسبة المئوية 24 % . لانا نعتقد ان هذه الفئات العمرية لها وعي كامل بالدور الأساسي بالتوعية الاعلامية بالأمور البيئية

2-الجنس

الجدول رقم (2)

اعداد العاملين	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	33	% 66
انثى	17	% 34
المجموع	50	% 100

نلاحظ من الجدول رقم (2) ان النسبة المئوية لعدد الذكور(66 %) اعلى مرتبه من عدد الاناث بنسبة (34 %) . مما يدل ان الذكور لهم متابعة واهتمام اكثر بالامور المتعلقة بالبيئة

3-ماهو مؤهلك العلمي

جدول رقم (3)

المؤهل العلمي	التكرار	النسبة المئوية
اعدادية	10	% 20
بكالوريوس	25	% 50
دبلوم	5	% 10
ماجستير	7	% 14
دكتوراه	3	% 6
المجموع	50	% 100

يتبين من الجدول رقم (3) من استبيان المؤهل العلمي بان اعلى فئة هي البكالوريوس حصل 25 بالنسبة المئوية 50 % تليها الدراسة الإعدادية بالنسبة 20 % . يدل هذا على انخراط هذه الفئة الأكثر وعيا بالمتعلقات البيئية.

4- الاختصاص

جدول رقم (4)

الاختصاص العلمي	التكرار	النسبة المئوية
فنوان جميلة	10	% 20
اعلام	11	% 22
إدارة واقتصاد	6	% 12
هندسة بيئية	14	% 28
علوم كيمياء	9	% 18
المجموع	50	% 100

نلاحظ من الجدول رقم (4) ان فئة هندسة بيئية حصلت على اعلى نسبة 28 % تليها فئة الاعلام بنسبة 22 %. مما تقدم تبين ان العاملين بمجال البيئة لهم اهتمام اكثر من باقي الفئات والاعلام أيضا له دور بهذا المجال.

المحور الثاني: الأسئلة المتعلقة بالإعلام

5-هل تتابع الأخبار البيئية في وسائل الإعلام العر اقية؟

جدول رقم (5)

متابعة الاخبار البيئية	التكرار	النسبة المئوية
نعم بشكل منتظم	12	% 24
بين الحين والأخر	19	% 38
نادراً	6	% 12
لا اتابع ابدا	13	% 26
المجموع	50	% 100

نلاحظ ان اعلى فئة هي بين الحين والأخر بنسبة 38 % تليها فئة لا اتابع ابدا بنسبة 26 % . يتبين من الجدول أعلاه ان المتابعة المتعلقة بالبيئة بنسب متفاوته وهذا يدل على عدم اهتمام المواطنين بالقضايا البيئية.

6- ما هي وسائل الإعلام التي تعتمد عليها في الحصول على المعلومات البيئية؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

جدول رقم (6)

الوسائل الإعلامية	التكرار	النسبة المئوية
التلفزيون	12	% 24
الانترنت	19	% 38
مواقع التواصل الاجتماعي	6	% 12
الصحف والمجلات	13	% 26
المجموع	50	% 100

نلاحظ من الجدول رقم (6) ان فئة الانترنت اعلى نسبة 38 % تليها الصحف والمجلات بنسبة 26 % . يتبين ان الوسيلة الأكثر اعتمادا للمعلومات هي الانترنت .

7-إلى أي مدى تجد أن الإعلام العراقي يركز على القضايا البيئية في تقاريره؟

جدول رقم (7)

التركيز الاعلامي	التكرار	النسبة المئوية
بشكل كبير	18	% 36
الى حد ما	11	% 22
قليلا	16	% 32
لا يركز ابد	5	% 10
المجموع	50	% 100

نلاحظ من الجدول رقم (7) ان الفئة الأولى جاءت بنسبة 36 % وهي اعلى نسبة تليها فئة قليلا بنسبة 32 % . يتبين ان الاهتمام جاء بنسبة كبيرة بالتركيز على القضايا البيئية

8-هل ترى أن التغطية الإعلامية للقضايا البيئية تتضمن حلولًا عملية للمشاكل البيئية؟

جدول رقم (8)

التركيز الاعلامي	التكرار	النسبة المئوية
بشكل دائم	13	% 26
احيانا	22	% 44
نادرا	12	% 24
لا ابدا	3	% 6
المجموع	50	% 100

نلاحظ من الجدول (8) ان فئة أحيانا بالمرتبة الأولى بنسبة 44 % تليها فئة بشكل دائم بنسبة 26 % ينبين ان الشعور بالاقتناع بالتغطية الإعلامية غير مقنع بالشكل الأساسي.

9-هل تعتقد أن الإعلام العراقي يساهم في توعية الناس بأهمية الحفاظ على البيئة؟

جدول رقم (9)

التركيز الاعلامي	التكرار	النسبة المئوية
نعم بشكل كبير	25	% 50
الى حد ما	11	% 22
قليلا	7	% 14
لا ابدا	7	% 14
المجموع	50	% 100

نلاحظ من الجدول رقم (9) ان فئة نعم بشكل كبير بالمرتبة الأولى بنسبة 50 % تليها فئة الى حد ما بنسبة 22 % . يتبين ان الاسهام من قبل الاعلام العراقي بالتوعية على الحفاظ على البيئة يؤثر بشكل كبير جدا.

السؤال 5: هل تتابع الأخبار البيئية في وسائل الإعلام العر اقية؟

جدول رقم (10): متابعة الأخبار البيئية في وسائل الإعلام العر اقية

جدول رقم (10)

المتابعة	التكرار	النسبة المئوية
نعم بشكل منتظم	**12**	**24%**
بين الحين والآخر	**19**	**38%**
نادراً	**6**	**12%**
لا أتابع أبداً	**13**	**26%**
المجموع	**50**	**100%**

يتضح من الجدول رقم (10) أن **أعلى فئة هي "بين الحين والآخر" بنسبة 38 %**(19 فرداً)، تليها فئة **"لا أتابع أبداً" بنسبة 26 %**(13 فرداً)، ثم فئة **"نعم بشكل منتظم" بنسبة 24 %**(12 فرداً)، وأخيراً فئة **"نادراً" بنسبة 12** 6) **%**أفراد

التحليل المفصل:

1. **النسبة الكبيرة لعدم المتابعة المنتظمة** :عندما نجمع فئتي "نادراً" و"لا أتابع أبداً" نجد أن **38%**من العينة (19 فرداً) لا يتابعون الأخبار البيئية بشكل فعلي، وهي نسبة عالية تدل على **ضعف الاهتمام العام** بالقضايا البيئية لدى الجمهور العراقي.
2. **غياب القاعدة المتابعة المنتظمة** :نسبة **24%**فقط من العينة تتابع بشكل منتظم، وهي نسبة محدودة لا تعكس المستوى المطلوب من الاهتمام البيئي في مجتمع يعاني من أزمات بيئية حادة (تلوث الهواء في بغداد، شحة المياه في البصرة، التصحر في الأنبار).
3. **المتابعة المتقطعة غير الفعالة** :فئة "بين الحين والآخر" تشكل **38%**وهي النسبة الأعلى، لكن هذه المتابعة المتقطعة **لا تكفي** لبناء وعي بيئي مستدام، لأن التوعية البيئية تتطلب **استمرارية** في التعرض للرسائل الإعلامية.
4. **التداعيات على سياسة الإعلام البيئي** :هذه النتائج تشير بوضوح إلى وجود **فجوة بين الأهمية البيئية الفعلية والاهتمام الإعلامي المتلقى**، مما يستدعي إعادة النظر في:
   - توقيت تقديم الأخبار البيئية (في أوقات المشاهدة العالية).
   - طريقة صياغتها لجذب الجمهور (قصص إنسانية، تأثيرات مباشرة).
   - ربط القضايا البيئية بحياة الناس اليومية (الصحة، الاقتصاد).
   - استخدام لغة بسيطة ومباشرة بدلاً من المصطلحات العلمية المعقدة.
5. **الانطباع العام 62%** :من العينة (31 فرداً) لا يملكون اهتماماً منتظماً بالأخبار البيئية (متابعة متقطعة أو عدم متابعة نهائية)، مما يدل على **ضعف فعالية الإعلام البيئي** في جذب انتباه الجمهور العراقي بشكل مستدام.

السؤال 6: ما هي وسائل الإعلام التي تعتمد عليها في الحصول على المعلومات البيئية؟

جدول رقم (11): وسائل الإعلام المعتمدة للحصول على المعلومات البيئية

جدول رقم (11)

المتابعة	التكرار	النسبة المئوية
نعم بشكل منتظم	12	24%
بين الحين والآخر	19	38%
نادراً	6	12%
لا أتابع أبداً	13	26%

المجموع	50	100%

يتبيّن من الجدول رقم (11) أن **الإنترنت يأتي في المرتبة الأولى بنسبة 38 %**(19 فرداً)، تليها **الصحف والمجلات بنسبة 26 %**(13 فرداً)، ثم **التلفزيون بنسبة 24 %**(12 فرداً)، وأخيراً **مو اقع التواصل الاجتماعي بنسبة 12** 6) %أفراد.(

التحليل المفصل:

1. **السيطرة الرقمية** :تفوق الإنترنت بنسبة كبيرة (38%) يعكس **التحول الرقمي** في العراق، حيث أصبحت المنصات الإلكترونية (المواقع الإخبارية، البوابات الإلكترونية، المواقع الحكومية) هي المصدر الرئيسي للمعلومات البيئية. هذا يفسر لماذا يجب على المؤسسات البيئية والإعلامية **تعزيز حضورها الرقمي** وتطوير مواقعها الإلكترونية.
2. **الصحف تحتفظ بمكانتها** :وصول الصحف والمجلات إلى **26%**(ثاني مرتبة) قد يبدو مفاجئاً في ظل التوجه الرقمي، لكنه يشير إلى أن **الصحافة المكتوبة** لا تزال تحظى بمصداقية عالية لدى الجمهور العراقي، خصوصاً في نقل المعلومات العلمية الدقيقة والمفصلة عن البيئة. الصحف توفر **عمقاً تحليلياً** لا توفره الوسائل الأخرى.
3. **التلفزيون في تراجع نسبي** :نسبة **24%**للتلفزيون تعكس **تراجعه التدريجي** كوسيط إعلامي مهيمن، خاصة بين الفئات الشابة التي تفضل الإنترنت. التلفزيون العراقي ما زال يعتمد أسلوباً تقليدياً في تقديم الأخبار البيئية، دون تفاعل كافٍ مع المشاهد أو استخدام تقنيات حديثة (الواقع الافتراضي، الرسوم التوضيحية المتحركة).
4. **ضعف مو اقع التواصل الاجتماعي** :نسبة **12%**فقط لمواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، إنستغرام) تُعد **منخفضة جداً** مقارنة بالدول الأخرى، وهذا يدل على:
   - ضعف المحتوى البيئي المتخصص على منصات التواصل.
   - انخفاض ثقة الجمهور بالمعلومات المنتشرة على هذه المنصات (الأخبار المضللة).
   - غياب حملات توعية بيئية فعالة ومنظمة على وسائل التواصل.
   - عدم استثمار المؤسسات البيئية في التسويق الرقمي والحملات التفاعلية.
5. **التداعيات الاستر اتيجية:**
   - **الاستثمار في المحتوى الرقمي** :تطوير مواقع إلكترونية بيئية تفاعلية وسهلة الاستخدام.
   - **تعزيز الصحافة البيئية المتخصصة** :دعم الصحفيين البيئيين بالتدريب والموارد.
   - **تحديث البرامج التلفزيونية** :إنتاج برامج بيئية عصرية وجذابة تستخدم تقنيات حديثة.
   - **إطلاق حملات مكثفة على وسائل التواصل** :استهداف الشباب بمحتوى بيئي جذاب (فيديوهات قصيرة، إنفوجرافيك، تحديات).

السؤال 7: إلى أي مدى تجد أن الإعلام العراقي يركز على القضايا البيئية في تقاريره؟

جدول رقم (12): التركيز الإعلامي العراقي على القضايا البيئية

جدول رقم (12)

مستوى التركيز	التكرار	النسبة المئوية
بشكل كبير	18	36%
إلى حد ما	11	22%
قليلاً	16	32%
لا يركز أبداً	5	10%
المجموع	50	100%

التفسير العميق:

يتضح من الجدول رقم (12) أن **فئة "بشكل كبير" احتلت المرتبة الأولى بنسبة 36 %**(18 فرداً)، تليها فئة **"قليلاً" بنسبة 32 %**(16 فرداً)، ثم فئة **"إلى حد ما" بنسبة 22 %**(11 فرداً)، وأخيراً **"لا يركز أبداً" بنسبة 10** 5(**%**أفراد.)

التحليل المفصل:

1. **الانقسام الحاد في الآراء :**هناك **تباين واضح** في آراء الجمهور حول اهتمام الإعلام بالقضايا البيئية **58%** :(29 فرداً) يرون أن الإعلام يركز بشكل كبير أو إلى حد ما، بينما **42%**(21 فرداً) يرون أن الإعلام يركز قليلاً أو لا يركز أبداً. هذا الانقسام يعكس **اختلاف التجارب الفردية وعدم وضوح الصورة** عن أداء الإعلام العراقي في المجال البيئي.
2. **الأغلبية المتفائلة نسبياً :**نسبة **36%**التي ترى أن الإعلام يركز "بشكل كبير" تدل على وجود **مؤشرات إيجابية** في التغطية البيئية، ربما تعود إلى:
   - زيادة التقارير الإخبارية عن العواصف الترابية والغبار في بغداد.
   - تغطية مكثفة لقضايا شحة المياه وتأثيرها على الزراعة.
   - ظهور برامج بيئية متخصصة في بعض القنوات التلفزيونية.
   - الاهتمام بتلوث الأنهار والبحيرات.
3. **المشكلة الكبرى في فئة "قليلاً" :**"نسبة **32%**(16 فرداً) يرون أن الإعلام يركز "قليلاً"، وهي نسبة عالية جداً تُظهر أن **ثلث الجمهور غير مقتنع** بجدية الاهتمام الإعلامي بالبيئة. هذا يشير إلى أن التغطية البيئية قد تكون **سطحية أو موسمية**)تظهر فقط عند الأزمات الحادة.(
4. **التناقض مع الواقع البيئي :**رغم أن العراق يعاني من **أزمات بيئية حادة ومتفاقمة** (تلوث هوائي شديد، شح مياه خطير، تصحر متزايد، أزمة نفايات صلبة)، فإن نسبة **42%**شعروا أن الإعلام لا يهتم بالقضايا البيئية بالقدر المطلوب. هذا التناقض يدل على **فجوة كبيرة بين حجم المشكلة البيئية الفعلية وحجم الاهتمام الإعلامي**.

5. **التوصيات:**
   - **زيادة حجم التغطية البيئية** بما يتناسب مع خطورة الأزمات البيئية.
   - **تخصيص برامج يومية أو أسبوعية ثابتة مخصصة** للبيئة في أوقات المشاهدة العالية.
   - **ربط القضايا البيئية بحياة الناس اليومية**)تأثير التلوث على صحة الأطفال، تكلفة تلوث المياه على الأسر.(
   - **التغطية المستمرة وليس فقط عند الأزمات** لبناء وعي بيئي مستدام.
   - **توفير معلومات عملية وحلول قابلة للتطبيق** بدلاً من الاكتفاء بعرض المشكلة.

السؤال 8: هل ترى أن التغطية الإعلامية للقضايا البيئية تتضمن حلولاً عملية للمشاكل البيئية؟

جدول رقم (13): وجود حلول عملية في التغطية الإعلامية البيئية

جدول رقم (13)

مدى وجود الحلول	التكرار	النسبة المئوية
بشكل دائم	**13**	**26%**
أحياناً	**22**	**44%**
نادراً	**12**	**24%**
لا أبداً	**3**	**6%**
المجموع	**50**	**100%**

يتبيّن من الجدول رقم (12) أن **فئة "أحياناً" احتلت المرتبة الأولى بنسبة 44 %**(22 فرداً)، تليها فئة **"بشكل دائم" بنسبة 26 %**(13 فرداً)، ثم فئة **"نادراً" بنسبة 24 %**(12 فرداً)، وأخيراً **"لا أبداً" بنسبة 6** 3) **%**أفراد.(

التحليل المفصل:

1. **غياب الحلول المستمرة** :نسبة **44%**ترى أن الحلول العملية تظهر "أحياناً" فقط، مما يعني أن **أغلب التغطيات الإعلامية لا تقدم حلولاً عملية بشكل منتظم**، بل تكتفي بعرض المشكلة البيئية دون توفير إرشادات واضحة للحلول. هذا يجعل الجمهور **مدركاً للمشكلة لكن عاجزاً عن التصرف**.
2. **نسبة محدودة من الحلول الدائمة 26%** :فقط هم من يرون أن التغطية الإعلامية تقدم حلولاً "بشكل دائم"، وهي نسبة **غير كافية** لجعل الإعلام أداة فعالة في **تحفيز التغيير السلوكي** وحل الأزمات البيئية. الإعلام الفعّال يجب أن يقدم حلولاً في **كل** تقرير أو برنامج بيئي.
3. **المشكلة الرئيسية - الإعلام السلبي 30%** :من العينة (15 فرداً) يرون أن الحلول تظهر "نادراً" أو "لا أبداً"، وهي نسبة عالية تدل على أن الإعلام العراقي لا يزال **إعلاماً إخبارياً سلبياً**

يركز على **كشف المشكلة والتشكيك** دون توجيه الجمهور نحو **أفعال إيجابية** .هذا النوع من الإعلام قد يسبب **الإحباط واليأس** بدلاً من التحفيز.

4. **التأثير السلبي على فعالية التوعية** :عندما لا يقدم الإعلام حلولاً عملية قابلة للتطبيق، فإن الوعي البيئي يصبح **نظرياً فقط** دون قدرة على **الترجمة السلوكية** .الجمهور يحتاج إلى:
   - نصائح عملية محددة لحماية البيئة في الحياة اليومية.
   - خطوات واضحة وبسيطة لتقليل التلوث الشخصي.
   - معلومات عن مواقع وبرامج إعادة التدوير.
   - إرشادات ملموسة لترشيد استهلاك المياه والطاقة الكهربائية.
   - قصص نجاح لأفراد ومجتمعات طبقوا حلولاً بيئية.
5. **التوصيات العملية:**
   - **تضمين حل عملي واحد على الأقل في كل تقرير بيئي**)ماذا يمكن للمواطن أن يفعل؟.(
   - **استضافة خبراء بيئيين** لتقديم نصائح عملية وقابلة للتطبيق.
   - **نشر تجارب نجاح محلية و إقليمية** في حماية البيئة (مدن، مجتمعات، مدارس).
   - **إطلاق حملات توعية عملية تفاعلية** مع الجمهور (تحديات بيئية، مسابقات).
   - **إنشاء منصة رقمية** تجمع الحلول البيئية العملية بلغة بسيطة.

السؤال 9: هل تعتقد أن الإعلام العراقي يساهم في توعية الناس بأهمية الحفاظ على البيئة؟

جدول رقم (14): مساهمة الإعلام العراقي في التوعية البيئية

جدول رقم (14)

مستوى المساهمة	التكرار	النسبة المئوية
نعم بشكل كبير	**25**	**50%**
إلى حد ما	**11**	**22%**
قليلاً	**7**	**14%**
لا أبداً	**7**	**14%**
المجموع	**50**	**100%**

يتضح من الجدول رقم (12) أن فئة **"نعم بشكل كبير" احتلت المرتبة الأولى بنسبة 50 %**(25 فرداً)، تليها فئة **"إلى حد ما" بنسبة 22 %**(11 فرداً)، ثم فئتي **"قليلاً" و"لا أبداً" كلتيهما بنسبة 14** 7) **%**أفراد لكل منهما.(

التحليل المفصل:

1. **أغلبية مقتنعة بفعالية الإعلام 72% :**من العينة (36 فرداً) يرون أن الإعلام العراقي يساهم في التوعية البيئية بشكل كبير أو إلى حد ما، وهي نسبة **إيجابية ومشجعة** تدل على أن جزءاً

كبيراً من الجمهور يشعر بتأثير حقيقي للرسائل الإعلامية البيئية على وعيهم واهتمامهم بالبيئة.

2. **المساهمة الكبيرة :(50%)** نصف العينة بالضبط يرى أن الإعلام يساهم "بشكل كبير" في التوعية، وهي نسبة **معتبرة جداً** تُظهر أن هناك جهوداً إعلامية بيئية ناجحة ومؤثرة في العراق، خاصة في:
   - رفع الوعي بخطورة تلوث الهواء والماء.
   - تسليط الضوء على أزمة شحة المياه.
   - التنبيه لمخاطر التصحر والعواصف الترابية.
   - التوعية بأهمية إعادة التدوير وإدارة النفايات.
3. **الفئة المترددة :(22%)** نسبة **22%**ترى أن الإعلام يساهم "إلى حد ما"، وهم يمثلون **شريحة متوسطة** تشعر ببعض الفعالية لكنها ليست مقتنعة تماماً، ربما بسبب:
   - التغطية البيئية غير المنتظمة (تظهر وتختفي).
   - التركيز على بعض القضايا دون غيرها.
   - ضعف الحلول العملية المقدمة.
   - قلة التفاعل مع الجمهور.
4. **المشكلة - 28% غير مقتنعين 28% :**من العينة (14 فرداً) يرون أن الإعلام يساهم "قليلاً" أو "لا أبداً"، وهي نسبة **عالية نسبياً** تستدعي الانتباه، لأنهم يشككون في فعالية الإعلام البيئي أو لا يشعرون بأي تأثير على الإطلاق. هذه الفئة قد تكون:
   - من المناطق المهملة إعلامياً (خارج بغداد).
   - من الفئات الأقل متابعة للإعلام.
   - من المتشككين في المعلومات الإعلامية عموماً.
5. **التناقض الإيجابي مع النتائج السابقة :**رغم أن **44%**في السؤال (8) يرون أن الحلول تظهر "أحياناً" فقط، و **42%**في السؤال (7) يرون أن التركيز قليل، إلا أن **50%**هنا مقتنعون بفعالية الإعلام في التوعية. هذا يشير إلى:
   - أن التوعية قد تكون **غير مباشرة**)عبر الأخبار العامة والتقارير.(
   - أن الجمهور يقيّم **النية الإعلامية** وليس فقط الأداء الفني.
   - وجود **تأثير تراكمي** للرسائل الإعلامية عبر الزمن.

الخاتمة:

يعد الإعلام البيئي من الأدوات الرئيسية في توعية المجتمع بالقضايا البيئية، وفي ظل الظروف البيئية التي يمر بها العراق، أصبح الإعلام العراقي يلعب دورًا مهمًا في نشر الوعي وتعزيز السلوكيات البيئية المسؤولة. يعكس البحث الحالي تأثير الإعلام العراقي في تعزيز الوعي البيئي،

كما يسلط الضوء على تحديات الإعلام البيئي في العراق من حيث قلة التخصص والتمويل، وضعف التنسيق بين المؤسسات الإعلامية والجهات البيئية.

أظهرت النتائج أن الإعلام العراقي يواجه صعوبات في تقديم حلول عملية للمشكلات البيئية، وأن التغطية الإعلامية للمشاكل البيئية تعتمد في الغالب على التغطية السطحية أو الأزمات البيئية الحادة، مع غياب التغطية المستدامة أو التحليلات المتعمقة. كما أن تأثير الإعلام البيئي على سلوكيات الأفراد لا يزال محدودًا في بعض الأحيان، ما يشير إلى الحاجة إلى استراتيجيات إعلامية أكثر تكاملاً وتأثيرًا.

النتائج:

1-التغطية الإعلامية :أظهرت الدراسة أن الإعلام العراقي يولي اهتمامًا نسبيًا للقضايا البيئية، مع التركيز على الأزمات البيئية والظواهر المناخية.

2-نسبة المتابعة :كانت هناك نسبة عالية من المواطنين يتابعون الأخبار البيئية بين الحين والآخر، بينما أبدى البعض الآخر عدم متابعة الأخبار البيئية بشكل نهائي.

3-التأثير الإعلامي :أظهرت النتائج أن الإعلام العراقي يساهم بشكل كبير في توعية الناس بأهمية الحفاظ على البيئة، حيث كانت النسبة الأعلى من المشاركين تشير إلى أن الإعلام يساهم بشكل كبير في رفع الوعي البيئي.

4-لحلول العملية :رغم التركيز الإعلامي على القضايا البيئية، أظهرت الدراسة أن الإعلام العراقي لم يقدم حلولًا عملية بشكل دائم للمشاكل البيئية.

التوصيات:

1-تطوير الإعلام البيئي :يجب على الإعلام العراقي تعزيز التغطية البيئية، خاصة من خلال التحليلات العميقة والتحقيقات الاستقصائية التي تبرز أسباب المشكلات البيئية وتقدم حلولًا عملية.

2-التخصص الإعلامي :من الضروري تدريب الصحفيين في مجال الإعلام البيئي وزيادة عدد الصحفيين المتخصصين في تغطية القضايا البيئية لضمان معالجة القضايا البيئية بشكل دقيق واحترافي.

3-التعاون مع المؤسسات البيئية :يجب أن يتعاون الإعلام العراقي بشكل أكبر مع المؤسسات البيئية الحكومية وغير الحكومية لتقديم محتوى إعلامي متخصص ودقيق يعتمد على المعلومات العلمية.

3-استغلال الإعلام الرقمي :يجب الاستفادة من الإعلام الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي بشكل أوسع، خاصة في ظل انتشاره بين الشباب.

4-إطلاق حملات توعية مستدامة :يجب العمل على إطلاق حملات إعلامية مستدامة تركز على تقديم حلول بيئية عملية، مثل ترشيد استهلاك الموارد الطبيعية، التخفيف من التلوث، وتعزيز السلوكيات البيئية الإيجابية.

5-دعم السياسات الإعلامية :من الضروري أن تكون هناك سياسات إعلامية واضحة تدعم التغطية البيئية وتضمن استمراريتها، مع تشجيع الإعلام على تقديم محتوى بيئي ذو قيمة مضافة.

الهوامش:

---

(1) ايمان عبد الرضا، "دور الاعلام البيئي في مواجهة التحديات البيئية،" مجلة الاعلام والاتصال/ العدد 36، 2022، ص33.

(2) احمد محمد علي، الاعلام البيئي ودوره في التنمية المستدامة، العراق: دار العلم للنشر والتوزيع، 2018، ص42.

(3) جابر حسن منى، دور الاعلام في تعزيز الوعي البيئي، العراق: دار النشر الاكاديمي العربي، 2022، ص92.

(4) جواد عبد الرضا الموسوي، "تحديات الصحافة البيئية في العراق،" مجلة الاعلام والبيئة، 2023: 78،ص45.

(5) حسن علي محمد، التلوث البيئي في العراق ودور الاعلام، العراق: دار الرشيد للنشر، 2019، ص67.

(6) دانيار أمانجيلدي، عايدة عثمانوفا، وباكزار شاموي،، " "فهم المنشورات البيئية: تحليل المشاعر والعواطف لبيانات وسائل التواصل الاجتماعي"، ،" 2023، ص89.

(7) زينب علي كاظم، "الاعلام البيئي بين التأثير والقيود،" مجلة دراسات الاعلام: دار الفكر العربي، 2022، ص44.

(8) سعدية خالد حسن، "دور وسائل الاعلام في تعزيز الثقافة البيئية في المجتمع العراقي،" مجلة الدراسات الاعلامية / الهيئة العربية للبحث العلمي، بغداد، العدد 16، 2023، ص31.

(9) سهاد عبد الكريم، دور الاعلام في تعزيز الوعي البيئي، العراق: مركز الدراسات الاعلامية العراقي، 2020، ص78.

(10) سهام عبدالله ، القضايا البيئية في الاعلام العراقي، العراق: مركز الدراسات الاعلامي العراقي، 2020، ص41.

(11) علي حسن محمود، الاعلام البيئي في العراق، العراق: دار الرشيد للنشر، 2019، ص51.

(12) علي حسن الزهراني. الاعلام البيئي مفهومه وابعاده وتأثيره على الوعي المجتمعي. لبنان: دار النهضة العربية، 2016، 32.

(13) علي عبد الحسين. الاعلام البيئي في العراق - التحديات والفرص. العراق: دار الكتاب الحديث، 2021، ص16.

(14) علي عبد الزهرة الربيعي. "الاعلام البيئي في العراق: تحديات وافاق المستقبل." مجلة العلوم البيئية والاعلام / جامعة الكوفة، 2023، ص23.
(15) محمد حسن عبد الرحمن. "الاعلام البيئي في العراق بين التغطية الاعلامية والتاثير الاعلامي." مجلة العلوم الاجتماعية والانسانية/ جامعة بغداد، 2023، ص37.
(16) محمد عبد الحميد. الاعلام البيئي واثره في تشكيل الوعي المجتمعي. مصر: دار الفكر العربي، 2015، ص36.
(17) محمود عبد الفتاح. "دور الاعلام في التوعية البيئية وتأثيرها على السلوك الاجتماعي." مجلة الدراسات الاعلامية، 2020، ص47.
(18) مسعود علي حسين يوسف. "الاعلام البيئي ودوره في التوعية البيئية وحماية البيئة." مجلة علو التربية، 2022، ص23.
(19) مؤسسة بيت الاعلام العراقي. "دور المؤسسات الصحفية في رفع الوعي بالقضايا المناخية." الزوراء، 2025، ص134.
(20) وزارة البيئة العراقية. البيئة وشبكة الاعلام العراقي يعدان مشروعا اعلاميا في التحسين البيئي. صفحة وزارة العراقية، 2023ص78.
(21) احمد شرف، "دور الصحافة في نشر الثقافة البيئية،" مجلة البحوث الاعلامية، 2018، ص 78.
(22) ياسمين مجدي. "دور الاعلام في تنمية الوعي بكيفية المشكلات البيئية." مجلة العلوم السياسية مؤسسة الاهرام، 2022، س95.

المصادر

1. إيمان عبد الرضا، "دور الإعلام البيئي في مواجهة التحديات البيئية"، مجلة الإعلام والاتصال، العدد 36، 2022.
2. أحمد محمد علي، الإعلام البيئي ودوره في التنمية المستدامة، العراق: دار العلم للنشر والتوزيع، 2018.
3. جابر حسن منى، دور الإعلام في تعزيز الوعي البيئي، العراق: دار النشر الأكاديمي العربي، 2022.
4. جواد عبد الرضا الموسوي، "تحديات الصحافة البيئية في العراق"، مجلة الإعلام والبيئة، 2023.
5. حسن علي محمد، التلوث البيئي في العراق ودور الإعلام، العراق: دار الرشيد للنشر، 2019.
6. دانيار أمانجيلدي، عايدة عثمانوفا، وباكزار شاموي، "فهم المنشورات البيئية: تحليل المشاعر والعواطف لبيانات وسائل التواصل الاجتماعي"، 2023.
7. زينب علي كاظم، "الإعلام البيئي بين التأثير والقيود"، مجلة دراسات الإعلام، دار الفكر العربي، 2022.
8. سعدية خالد حسن، "دور وسائل الإعلام في تعزيز الثقافة البيئية في المجتمع العراقي"، مجلة الدراسات الإعلامية، الهيئة العربية للبحث العلمي، بغداد، العدد 16، 2023.
9. سهاد عبد الكريم، دور الإعلام في تعزيز الوعي البيئي، العراق: مركز الدراسات الإعلامية العراقي، 2020.
10. سهام عبد الله، القضايا البيئية في الإعلام العراقي، العراق: مركز الدراسات الإعلامي العراقي، 2020.
11. علي حسن محمود، الإعلام البيئي في العراق، العراق: دار الرشيد للنشر، 2019.
12. علي حسن الزهراني، الإعلام البيئي مفهومه وأبعاده وتأثيره على الوعي المجتمعي، لبنان: دار النهضة العربية، 2016.

13. علي عبد الحسين، الإعلام البيئي في العراق – التحديات والفرص، العراق: دار الكتاب الحديث، 2021.
14. علي عبد الزهرة الربيعي، "الإعلام البيئي في العراق: تحديات وآفاق المستقبل"، مجلة العلوم البيئية والإعلام، جامعة الكوفة، 2023.
15. محمد حسن عبد الرحمن، "الإعلام البيئي في العراق بين التغطية الإعلامية والتأثير الإعلامي"، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة بغداد، 2023.
16. محمد عبد الحميد، الإعلام البيئي وأثره في تشكيل الوعي المجتمعي، مصر: دار الفكر العربي، 2015.
17. محمود عبد الفتاح، "دور الإعلام في التوعية البيئية وتأثيرها على السلوك الاجتماعي"، مجلة الدراسات الإعلامية، 2020.
18. مسعود علي حسين يوسف، "الإعلام البيئي ودوره في التوعية البيئية وحماية البيئة"، مجلة علوم التربية، 2022.
19. مؤسسة بيت الإعلام العراقي، "دور المؤسسات الصحفية في رفع الوعي بالقضايا المناخية"، الزوراء، 2025.
20. وزارة البيئة العراقية، البيئة وشبكة الإعلام العراقي يعدّان مشروعًا إعلاميًا في التحسين البيئي، موقع وزارة البيئة العراقية، 2023.
21. أحمد شرف، "دور الصحافة في نشر الثقافة البيئية"، مجلة البحوث الإعلامية، 2018.
22. ياسمين مجدي، "دور الإعلام في تنمية الوعي بمشكلات البيئة"، مجلة العلوم السياسية، مؤسسة الأهرام، 2022.

Sources and References:

-1Abdulridha, I. (2022). "The Role of Environmental Media in Confronting Environmental Challenges." Journal of Media and Communication, Issue .36

-2Ali, A. M. (2018). Environmental Media and Its Role in Sustainable Development. Iraq: Dar Al-Ilm for Publishing and Distribution..

-3Muna, J. H. (2022). The Role of Media in Promoting Environmental Awareness. Iraq: Arab Academic Publishing House

-4Al-Mousawi, J. A. (2023). "Challenges of Environmental Journalism in Iraq." Journal of Media and Environment

-5Mohammed, H. A. (2019). Environmental Pollution in Iraq and the Role of Media. Iraq: Dar Al-Rasheed for Publishing.

-6Amangeldi, D., Osmanova, A., & Shamoui, P. (2023). "Understanding Environmental Posts: Sentiment and Emotion Analysis of Social Media Data".

-7Kazem, Z. A. (2022). "Environmental Media Between Impact and Constraints." Journal of Media Studies. Arab Thought House

-8Hassan, S. K. (2023). "The Role of Media in Promoting Environmental Culture in Iraqi Society." Journal of Media Studies, Arab Scientific Research Authority, Baghdad, Issue .16

-9Abdul-Karim, S. (2020). The Role of Media in Promoting Environmental Awareness. Iraq: Iraqi Media Studies Center

-10Abdullah, S. (2020). Environmental Issues in Iraqi Media. Iraq: Iraqi Media Studies Center.

-11Mahmoud, A. H. (2019). Environmental Media in Iraq. Iraq: Dar Al-Rasheed for Publishing.

-12Al-Zahrani, A. H. (2016). Environmental Media: Its Concept, Dimensions, and Impact on Social Awareness. Lebanon: Dar Al-Nahda Al-Arabiya.

-13Abdul-Hussein, A. (2021). Environmental Media in Iraq: Challenges and Opportunities. Iraq: Dar Al-Kitab Al-Hadith

-14Al-Rubaiyi, A. A. (2023). "Environmental Media in Iraq: Challenges and Future Prospects." Journal of Environmental Sciences and Media, University of Kufa.
-15Abdul-Rahman, M. H. (2023). "Environmental Media in Iraq: Between Media Coverage and Media Impact." Journal of Social and Humanitarian Sciences, University of Baghdad
-16Abdul-Hamid, M. (2015). Environmental Media and Its Impact on Shaping Social Awareness. Egypt: Dar Al-Fikr Al-Arabi.
-17Abdul-Fattah, M. (2020). "The Role of Media in Environmental Awareness and Its Impact on Social Behavior." Journal of Media Studies
-18Youssef, M. A. H. (2022). "Environmental Media and Its Role in Environmental Awareness and Protection." Journal of Educational Sciences
-19Iraqi Media House Foundation. (2025). "The Role of Press Institutions in Raising Awareness of Climate Issues." Al-Zawra
-20Iraqi Ministry of Environment. (2023). "The Environment and Iraqi Media Network Develop a Media Project for Environmental Improvement." Official Website of the Iraqi Ministry of Environment
-21Sharaf, A. (2018). "The Role of Journalism in Spreading Environmental Culture." Journal of Media Research
-22Magdy, Y. (2022). "The Role of Media in Developing Awareness of Environmental Problems." Journal of Political Science, Al-Ahram Foundation

Public Relations and Environmental Media: The Role of Iraqi Media in Raising Awareness of Environmental Issues for the researcher

Assist lect. Riyadh Noor Rahm
College of Arts - University of Al-Mustansiriyah
841@gmail.comralyasry

Keywords: Public relations; Environmental media; Environmental awareness; Iraqi media; Sustainable development

Summary:

This study aims to examine the role of public relations and environmental media in enhancing awareness of environmental issues in Iraq, with a particular focus on how Iraqi traditional and digital media are utilized to promote environmental culture and encourage positive behaviors towards natural resources. The research adopts a descriptive-analytical approach by reviewing relevant literature and analyzing selected samples of environmental coverage, TV and radio programs, digital journalism outputs, and public awareness campaigns implemented by governmental institutions and civil society organizations. The findings indicate that Iraqi media do contribute, to varying degrees, to informing the public about pollution, water scarcity, desertification, and climate change; however, this contribution remains below the required level in terms of continuity, specialization, and the presence of professional environmental journalism. The study further highlights the importance of integrating the efforts of public relations units in environmental ministries and agencies with various media platforms through interactive digital communication strategies and evidence-based awareness campaigns, in order to foster public participation in environmental protection and support sustainable development policies in