

מרב כץ-קמחי

בית הספר ללימודי הסביבה ע"ש פורטר, אוניברסיטת תל-אביב

מאמר זה עבר שיפוט עמיתים

ציטוט מומלץ

כץ-קמחי מ. 2013. תקשורת סביבתית והזירה הציבורית. אקולוגיה וסביבה 4(3): 240-247.



כרה אנושית הקוראת לעצירת הניסוי להפקת אנרגיה מפצלי שמן בשפלת יהודה. המפגן שארגן גרינפיס-ישראל, בוצע במסגרת מחנה האקלים (אוקטובר 2012), ונועד למשוך תשומת לב ציבורית לנושא | צילום: z-eyer

תקשורת סביבתית והזירה הציבורית

1 באוקטובר, 2013

גיליון סתיו 2013 / כרך 4(3)

[סקירות](#)

על קצה המזלג

- התקשורת, המשפיעה על סדר היום הציבורי, לא מעלה לדיון את כל השיקולים הסביבתיים והשלכותיהם.
- בחקר התקשורת הסביבתית נבחנות פעולות תקשורתיות בנושאי סביבה, החל בסיקור קמפיינים, דרך סרטי קולנוע וכלה בשיתוף הציבור ובפתרון סכסוכים.
- לנוכח המשבר הסביבתי יש צורך בשינוי עמדות והרגלים של הציבור הרחב, ודיסציפלינת התקשורת הסביבתית יכולה לסייע בהבנת האופנים שבהם ממוסגר המשבר ובהתמודדות עמו.
- הבנת אופני הסיקור התקשורתי של נושאי סביבה יכולה לסייע ביצירת קמפיינים סביבתיים יעילים יותר וכן להגביר את המודעות הסביבתית.

המערכת

תקציר

תקשורת סביבתית היא כפשוטו, פעולת תקשורת על ענייני הסביבה, כמו, למשל, הפגנת מחאה, כתבה עיתונאית או רשימה בבלוג. נוסף על כך, תקשורת סביבתית היא דיסציפלינת מחקר אקדמית בין-תחומית וצעירה יחסית, שהתבססה בעשורים האחרונים בתקופה של משבר סביבתי מקיף שהוא תוצאה של פעילות אנושית. המאמר מציג את הנחות היסוד, את שיטות המחקר ואת תחומי המחקר העיקריים בדיסציפלינה. כמו כן, הוא מצביע על החובה

האתית של העוסקים בה: זיהוי כשלים בתקשורת הנוגעת למשבר הסביבתי והמלצה על חלופות המאפשרות לאזרחים, לאנשי עסקים, לנציגי רשויות ולאחרים להגיב באופן נאות למשבר זה. לסיום, המאמר משרטט את כיווני ההמשך של המחקר בדיסציפלינה.

תקשורת סביבתית כפעילות בזירה הציבורית

חשבו על האוסף הבא: סרטו של אל גור, אמת מטרידה ופעילותו להגברת המודעות הציבורית למשבר האקלים, שזיכו אותו, יחד עם הפנאל הבין-ממשלתי לשינוי האקלים (IPCC), בפרס נובל לשלום ב-2007; סרטונים של מכחישי משבר האקלים ביו-טיוב; קמפיין ההסברה של המשרד להגנת הסביבה בכיכובו של טל פרידמן; כתבת תחקיר בטלוויזיה על המאבק להכרה במפגעי האזבסט בגליל המערבי; דף פייסבוק של ארגון גרינפיס, ששימש את משתתפי המחאה הגלובלית המקוונת כנגד מדיניות האנרגיה של חברת פייסבוק; גיליונות של *אקולוגיה וסביבה*, ובכללם הגיליון שאתם קוראים ברגעים אלה... הפריטים באוסף זה משתייכים למשפחה של פעילויות תקשורתיות על ענייני הסביבה או, במילים אחרות, לפעילויות של תקשורת סביבתית בזירה הציבורית. התבוננות באוסף הפעילויות מגלה שלל דוברים למען הסביבה (אך גם נגדה), מגוון אמצעי תקשורת המונים וסוגות המשמשים את הדוברים, ומבחר נושאים שהם מעלים לתודעת הציבור. תקשורת סביבתית בהגדרתה הפורמלית היא צורה של פעולה סמלית מכוונת מטרה ויוצרת תודעה במרחב הציבורי. בהיותה פעולה סמלית ומכוונת מטרה היא כרוכה בעשייה החותרת לשכנע, להשפיע, לגייס אידאולוגית ולהפנות את תשומת הלב של הציבור לנושאי סביבה באמצעים מילוליים וחוזמיים; בהיותה יוצרת תודעה, היא מְבַנֶה בתודעת הציבור ייצוגים של טבע ותובנות על הסביבה והמשבר הסביבתי^[15].

תקשורת סביבתית כדיסציפלינת מחקר בין-תחומית: הנחות יסוד, שיטות מחקר, חשיבות ושאלות מרכזיות בהקשר הישראלי

נוסף על היותה של תקשורת סביבתית פעולה סמלית, מכוונת מטרה ויוצרת תודעה בזירה הציבורית, היא התבססה בעשורים האחרונים גם כדיסציפלינת מחקר בארה"ב ובמערב-אירופה. החוקרים בדיסציפלינה עוסקים בבחינת הזירה הציבורית על ענייני הסביבה מתוך שתי הנחות עיקריות. הראשונה היא כי היכרות מעמיקה של זירה זו – כולל הדוברים הנוטלים חלק בשיח והאינטרסים שלהם, ההקשר הפוליטי-היסטורי הרחב, אמצעי התקשורת המתווכים ויחסו של הציבור אל סוגיות סביבתיות-חברתיות – חיונית להבנה של בעיות סביבתיות-חברתיות. הנחה נוספת היא כי לטווח הארוך, ולנוכח המשבר הסביבתי, יש להוביל, לצד שינויי מדיניות ומהלכי חקיקה, גם שינוי בעמדות של הציבור כלפי הסביבה, כמו גם שינוי בדפוס הציבורי שלו במסגרת פרדיגמה רחבה של קיימות. שינוי זה של עמדות והרגלים הוא גם תוצאה של תקשורת סביבתית, ומשום כך יש לחקור ולהבין את הפעילויות המסייעות בקידומו^[29, 24]. רוברט קוקס (Cox), אחד מהחוקרים המייסדים של הדיסציפלינה, טען במאמר מפתח^[14] כי לתקשורת סביבתית כדיסציפלינה אקדמית יש חובה אתית לזהות כשלים בתקשורת על המשבר הסביבתי, אך גם להמליץ על דרכי פעולה חלופיות ולאפשר לאזרחים, לאנשי עסקים ולנציגי רשויות להגיב באופן נאות למשבר.



זקמפיין "מתחילים לחשוב ירוק" של המשרד להגנת הסביבה זכה

כדיסציפלינת מחקר בין-תחומית משלבת תקשורת סביבתית שיטות מחקר ממדעי החברה עם עולמות התוכן של לימודי הסביבה. ככלל, שיטות המחקר במדעי החברה נחלקות לשיטות כמותיות ואיכותיות הנבדלות אלה מאלה בתפיסת העולם ובפרקטיקה שלהן [5]. חוקרי תקשורת סביבתית משתמשים בשני הסוגים של שיטות המחקר, לעתים תוך שילובם, כפי שאדגים בהמשך.

זוהי חשיבותו של המחקר הנעשה בדיסציפלינה? חוקרים מובילים ברחבי העולם [14, 20, 26] טוענים כי המחקר בתקשורת סביבתית חשוב, משום שהוא מסייע לזהות בעיות סביבתיות-חברתיות ולהתמודד עמן. לטענתם, בעיות סביבתיות הן תמיד בעיות סביבתיות-חברתיות, ולחוקרים בדיסציפלינה, האמונים על שיטות המחקר של מדעי החברה, יש יכולת לזהות ולאפיין בעיות אלה. לאחר שלב הזיהוי והאפיין יש לחוקרים, לפחות באופן אידיאלי, יכולת להוביל מהלכי התמודדות עם הבעיות ולקדם פתרונות, בדרך כלל תוך השמעת ביקורת חברתית והבניית תודעה ציבורית חדשה. בהקשר זה, אפשר לומר שממצאי המחקר של החוקר מתווכים ערכים חלופיים, ומובילים שינוי חברתי [6].

בישראל בוחנים חוקרי תקשורת סביבתית שאלות כדוגמת השאלות הבאות: מה הם המאפיינים הרטוריים של השיח הסביבתי בישראל? מי הם הגורמים המתווכים את משבר האקלים לציבור? כיצד אפשר לאפיין את מודעות הציבור למשבר? מהו אופי הפעילות המקוונת של ארגוני הסביבה המקומיים? כיצד מיוצגים מאבקים סביבתיים בעיתונות? אילו מקורות משמשים את כתבי הסביבה בעבודתם העיתונאית? אילו רשויות עיקריות מתווכות נושאי סיכון וחירום ומה מידת היעילות של התיווך? כיצד מיוצגים הסביבה והנוף בתרבות הפופולרית?

תחומי מחקר עיקריים

תחומי המחקר העיקריים בתקשורת סביבתית כוללים שיח ורטוריקה, עיתונות ומדיה, שיתוף הציבור בהחלטות הנוגעות לסביבה, קמפיילים סביבתיים, שיתופי פעולה ופתרון סכסוכים, תקשורת סיכון וייצוגי טבע וסביבה בתרבות הפופולרית [15].

רטוריקה ושיח

תחום זה בוחן את אופני הטיעון והשכנוע של דוברים בזירה הציבורית ואת מאמציהם להשפיע על גישות, עמדות והתנהגויות של הציבור הרחב. מחקר מהאסכולה הביקורתית, הרואָה באמצעי התקשורת המרכזיים מפיצים ומעצבים של אידיאולוגיה שתומכת בשימורו של הסדר החברתי הקיים, בוחן את התמות העיקריות בסדרה התיעודית של הבימאי קן ברנס (Burns) על הפארקים הלאומיים בארצות-הברית, The national parks: America's best idea. הטענה העיקרית של מחקר זה היא כי

בסדרה הפופולרית מוצגים השטחים הפתוחים והפארקים כשריד לעידן שחלף, וכאתר נופש עכשווי. אופן ייצוג זה מסתיר את ההיסטוריה של הולדתם מכוח השתלשלות של בעלי עניין לבנים ממעמד חברתי-כלכלי גבוה, לרוב תוך נישול אוכלוסיות של ילידים אינדיאנים. בכך הוא אינו מאפשר לארגוני מחאה סביבתית להשתמש בפארקים כמקור השראה המייצג חלופות לאי-אולוגיה של החברה התעשייתית [17].

אסכולת הטיפוח (cultivation) במחקר התקשורת מניחה שחשיפה חוזרת וארוכת טווח למסרים תקשורתיים יוצרת הסכמה של הצופים עם העמדות הבולטות במסרים אלה. במחקר מאסכולה זו נמצא כי צפייה ממושכת בתכניות טלוויזיה המשודרות בשעות צפיית השיא (למשל, קומדיות ותכניות ספורט) – שעיסוקן בנושאי הסביבה דל, ושבהלכן נחשפים הצופים לפרסומות סמויות וגלויות, מילוליות וחזותיות, למותגים ולתפיסת עולם חומרנית המקדמת צרכנות – מעצבת תפיסת עולם שאדישה לנושאי סביבה, ועיוורת ליכולת הנשיאה של הסביבה, לשבריריותה ולאפשרות קיומו של משבר סביבתי. במילים אחרות, צפייה ממושכת בסיפורים שהטלוויזיה מתוכנת לנו מדי יום, מעודדת ניצול אינטנסיבי של משאבים, ומשום כך יש לראות בטלוויזיה את אחד האשמים במשבר הסביבתי [19].

זחקר שבחן את השיח שהתפתח במהלך שני מאבקים סביבתיים מרכזיים בישראל [3] – המאבק למניעת סלילת כביש חוצה ישראל והמאבק לסגירת מפעל תעשיות אלקטרוכימיות בעכו – מצא כי מובילי המאבקים השתמשו בטיעונים שהדגישו את ההשלכות הפוגעניות של סלילת הכביש והמפעל על בעלי החיים, על האוויר, על המים ועל הקרקע במסגרת פרדיגמה מדעית-אקולוגית. בו-בזמן, נמנו מובילי המאבקים מלהשתמש בטיעונים של צדק סביבתי. טעונים אלה כוללים התייחסות לחלוקה שוויונית של משאבים, דאגה לאוכלוסיות מוחלשות בפריפריה ומתן פיצוי לקבוצות נפגעות. הדגשת הטיעונים האקולוגיים והמדעיים תוך השמטת טעוני הצדק הסביבתי מנעו גיבוש חזית אזורית רחבה של שותפים למאבק, והבליטו את מגבלת הכוח הפוליטי של מובילי המאבקים.

עיתונות סביבתית

עיתונות סביבתית נתפסת בעיני חוקרים רבים כגורם העיקרי המתווך (עדיין) את ענייני הסביבה לציבור הרחב על בסיס קבוע. המחקר בתחום מתמקד בבחינת תפקיד העיתונות ומערך החדשות בניווט ובעיצוב ידע ויכוחים ציבוריים על נושאים סביבתיים, באופנים שעיתונאי סביבה משתמשים במקורות מידע, בדרכים שהעיתונות ממסגרת בעיות סביבתיות ומציגה אותן [26] ובמאמצים של ארגוני סביבה להשיג סיקור תקשורתי [20]. מחקר שבדק את האופנים שהעיתונות הישראלית סיקרה את פרשת צוללני השייטת בקישורן המזוהם, מצא, בין השאר, כי המסגרות הפרשניות שהעיתונאים השתמשו בהן היו מסגרת הקרב (הקרב של הלוחמים כנגד הסרטן והקרב שניהלו כנגד המערכת הצבאית) ומסגרת האכזבה וההתפכחות (אכזבת הלוחמים מן הממסד הצבאי והתפכחותה של החברה הישראלית כולה מהיחס הבלתי ביקורתי כלפי ממסד זה) [4]. מחקר מפתח [13] בחן את הסיקור העיתונאי של משבר האקלים בקבוצת עיתוני העלית הנפוצים ביותר והמשיפיעים ביותר בארה"ב בשנים 1988–2002 תוך התייחסות לנומרות כתיבה עיתונאית של איזון, דרמטיזציה, חידוש ולנומרות אחרות. ממחקר זה עולה כי יותר ממחצית הכתבות הציגו דיווח "מאוזן" כביכול על משבר האקלים, כמתחייב מנורמת האיזון העיתונאית. במילים אחרות, לצד הצגת העמדה המדעית המקובלת בנוגע לתרומה האנתרופוגנית המקיפה למשבר האקלים, נתנו העיתונאים במה בהיקף דומה לעמדתם של הדוברים המעטים הסבורים שהתרומה האנושית למשבר בטלה. בשל הצגה "מאוזנת" זו של המשבר כנושא השני במחלוקת, ובניגוד גמור לעמדת הקונצנזוס המדעי באשר למקורות המשבר [35], מכונה העשור האחרון של המאה ה-20 "העשור האבוד" של הכיסוי העיתונאי של המשבר בארה"ב [12]. מחקר שחזר ובדק את סיקור משבר האקלים בעיתונות העלית בשנים 2003–2006 מראה שיפור באופני הייצוג של המשבר: רק 3% מהכתבות העיתונאיות ציינו לנומרת האיזון העיתונאית [12]. בישראל התעלמו אמצעי התקשורת המסורתיים והדרג הפוליטי במשך שנים מן המשבר למרות המחקר המדעי הענף על בטייזו במזרח התיכון [28]. בהקשר זה, ראוי לציין שמעורבותם של מדענים בדיון התקשורתי על משבר האקלים בישראל נותרה מוגבלת [8]. מחקר שבחן את הסיקור העיתונאי של ועידות באלי וקופנהגן בעיתונים הארץ וידיעות אחרונות, מצא עלייה משמעותית בנפח הסיקור של ועידת האקלים בקופנהגן ב-2009 בהשוואה לסיקור הדל של ועידת באלי ב-2007. פרט לכך, ממציא מחקר זה אינם מעודדים במיוחד. כך למשל, הסיקור העיתונאי הציג את המשבר יותר כבעיה של מדינות העולם הגדול ופחות כבעיה של ישראל. זאת ועוד, הסיקור נמנע מלעסוק בהזדמנויות הפוליטיות ובסיכונים הקשורים למשבר, ואף נמנע מלדון במטרה קצרת הטווח של צמצום פליטות גזי חממה של הצרכן היחיד ושל המדינה כולה [33]. ממחקר מקיף על עמדות הציבור האמריקאי בנושא ההתחממות הגלובלית שנערך באביב 2013, עולה כי כ-16% מן האמריקאים מכחישים את קיומה של התופעה, בעוד שכ-63% מאמינים בקיומה. במחקר דומה שנערך בסתיו 2012 נמצא כי 70% מן האמריקאים האמינו בקיומה של התופעה. הירידה באחוז המסכימים על עצם קיום התופעה מוסברת בחורף הקר יחסית של 2012–2013. כאחד מכל שני אמריקאים (49%) מאמין כי המקור להתחממות הוא פעילות אנושית [25]. מעניין לציין שגורמים רבים משיפיעים על העמדות ועל הידע של הציבור הרחב בעניין המשבר. מביניהם אפשר למנות את מידת החשיפה למקורות מידע, את מזג האוויר סמוך למועד עריכת הסקר וכן את הזהות הדתית וההשתייכות הפוליטית של המשתתפים [32]. סקר בקיאות ועמדות של הציבור הישראלי בנושא משבר האקלים שנערך ב-2009 מצא כי 72% מהציבור גילו בקיאות מסוימת בנושא, כ-20% הכירו את המושג וכ-8% לא הכירו אותו כלל. מבין אלה שגילו בקיאות בנושא, 66% סברו כי אף על פי שישיראל היא מדינה קטנה, היא יכולה לנקוט צעדים להפחתת ההשפעות של שינוי האקלים ו-74% סברו כי על ישראל לחתום על אמנה להפחתת כמות הפליטות

שלה ב-90% עד 2050 [41].

שיתוף הציבור בהליכי קבלת החלטות הנוגעות לענייני סביבה

שיתוף הציבור בהליכי קבלת החלטות סביבתיות ובתהליכי תכנון הוא תחום שחוקרי תקשורת סביבתית וחוקרים מדיסציפלינות אחרות של מדעי החברה עוסקים בו בגלל ההיבטים התקשורתיים והתרבותיים-חברתיים שלו. שיתוף כזה הנעשה כהלכה, יכול לקדם ערכים דמוקרטיים של מתן ביטוי פוליטי והבעת דעה; לסייע בהגברת הלגיטימיות הציבורית של הליכי קבלת החלטות; לתרום להעצמה קהילתית ולחיוזוק החברה האזרחית; להגביר את האחריות והמעורבות האזרחית ולגבש גוף ידע המבוסס על ידע מקצועי וידע מקומי [6].

מחקר שסקר חסמים ומכשולים לשיתוף הציבור בהליכי תכנון בישראל הצביע גם על הזדמנויות לקידום תהליכי שיתוף והשתתפות, וכלל שורה של המלצות בעניין [38]. מבחינה היסטורית, צירוף הנסיבות הייחודי לישראל – כולל, למשל, אחוז גדול של תושבים שהיגרו אל המדינה ממדינות נטולות מסורת דמוקרטית וכן תחושה של מומחי תכנון הסבורים כי הם יודעים "מה טוב לאזרח" – היה מכשול לקידום תהליכי שיתוף והשתתפות. פרויקט "שיקום שכונות" שהובילה ממשלת הליכוד במהלך שנות ה-80 היה נקודת תפנית בתחום שיתוף הציבור בתהליכי תכנון. זאת ועוד, בעקבות אימוצו של שיח הקיימות המקדם הליכי שיתוף של הציבור לפני כעשור, כמו גם לאור הצטרפותה של ישראל לארגון לשיתוף פעולה ולפיתוח כלכליים (OECD), שלו מדיניות מקיפה ונרחבת של שיתוף הציבור, ישנה התוויה עקרונית לשיתוף כזה גם בשלבי התכנון המוקדמים. בפועל ישנם עדיין קשיים ביישום מדיניות נרחבת של שיתוף מסיבות שונות, כולל, למשל, שימוש בשפה רוויית ז'רגון מקצועי מצד המתכננים וחוסר היכרות של האזרחים עם הליכי קבלת החלטות התכנון. המחקר ממליץ לכל הנוטלים חלק בהליכים של שיתוף הציבור, להרחיב את הידע המקצועי שלהם בתחום כדי לקדם הליכי שיתוף מיטביים.

שיתופי פעולה ופתרון סכסוכים בנושאי סביבה

צדדים יריבים ובעלי עניין במחלוקות סביבתיות עשויים לשתף פעולה בדיונים, במטרה למצוא פתרון למחלוקות במסגרת שיתופי פעולה ופתרון סכסוכים בנושאי סביבה. התפיסה העומדת במרכזו של המאמץ ליישב סכסוכים, רואה בשיתופי פעולה צורת תקשורת המזמינה בעלי עניין ויריבים לקיים דיון פורה, שמטרתו לפתור בעיות. שיתוף הפעולה מאופיין כתקשורת פתוחה שמתמקדת בעתיד, בלמידה, בחלוקה של כוח ובצמצום הפער בין הצדדים [15]. מחקר שנערך בישראל הצביע על שלושה סוגים של אי-ודאות בניהול סכסוכים סביבתיים: אי-ודאות פיזית (למשל, אי-ודאות מובנית במערכת, הנגרמת עקב תנודות בדפוס ירידת המשקעים בהקשר של משבר האקלים), אי-ודאות טכנולוגית (כגון אי-ודאות הנובעת מידע חלקי ביחס לעלות של טכנולוגיות עתידיות) ואי-ודאות חברתית (למשל, אי-ודאות הנובעת מקיומו של מרחב פרשני בשאלת פגיעותן של קבוצות אוכלוסין) [18]. המחקר בחן אילו סוגים של אי-ודאות בתחום משק המים מופיעים בתדירות הגבוהה ביותר בעמדות הצדדים הנושאים ונותנים בשיחות אנאפוליס, קרי, הרשות הפלסטינית וישראל, וכיצד סוג אי-הודאות משפיע על יכולתם של הצדדים להציע מנגנוני פתרון במחלוקת. מסקנת המחקר הייתה כי אי-ודאות חברתית, בעיקר בנושאים פוליטיים העשויים להגביל את היכולת לספק מים (כגון אי-הודאות סביב קביעת הגבולות העתידיים), הייתה הגורם הדומיננטי בשיחות אנאפוליס יותר מאשר אי-ודאות פיזית או טכנית. אי-ודאות חברתית הובילה בעיקר להצעת פתרונות בדמותם של סבבי משא ומתן נוספים.

קמפיינים סביבתיים

קמפיינים של הסברה ושיווק חברתי בנושאי סביבה וקמפיינים של ארגוני סביבה מכוונים לקבוצות גדולות של קהל מטרה, מוגבלים בזמן, וכוללים מערך מאורגן של פעולות תקשורתיות. מטרתם של קמפיינים של הסברה ושיווק חברתי היא לשנות התנהגות של יחידים, ומקורם לרוב מוסדי, כמו למשל קמפיין ההסברה של המשרד להגנת הסביבה, המעודד, בין השאר, קנייה מחושבת וצניעות צרכנית. לעומתם, מטרתם של קמפיינים של ארגוני סביבה היא לשנות תנאים חיצוניים במרחב, כמו למשל הקמפיין של עמותת צלול להעתקת מכל האמוניה ממפרץ חיפה. מחקרים בתחום של שיווק חברתי בנושאי סביבה בוחנים את מכלול ההיבטים של הקמפיינים, כולל, למשל, אסטרטגיות פעולה מיטביות ויעילות בהפצת המסר. מחקרים על קמפיינים של ארגוני סביבה בוחנים, בין השאר, את טקטיקות הפעולה של הקמפיין. מחקר בריטי בחן את האופנים שבהם טקטיקות פעולה מקוונות של ארגוני סביבה, כמו, למשל, חתימה על עצומות מקוונות או שביתת-שבת מקוונת החוסמת אתרי אינטרנט של יריבים פוליטיים, משתלבות בפעילויות הקמפיין האחרות של הארגונים [36]. מחקר על הסיקור התקשורתי של המאבק להצלת חוף פלמחים מצא כי קמפיין המאבק היה הראשון בהיסטוריית המאבקים הציבוריים-סביבתיים בישראל שמובילי המאבק השתמשו בו בטיעונים של פרדיגמת הקיימות, כגון היותו של החוף משאב ציבורי שלאזרחים זכות ליהנות ממנו [7]. טיעונים אלה זכו גם לסיקור תקשורתי.

תקשורת סיכון בנושאי סביבה

תקשורת סיכון עוסקת בחקר אופני התיווך של נושאי סיכון לציבור הרחב, כמו הסיכונים הכרוכים בקרינה גרעינית. כיצד אמור משרד הבריאות ליידע את הציבור הרחב על רעלן במצרכי מזון מבלי לעורר בהלה? כיצד צריכות רשויות עירוניות לעדכן תושבים על היערכות לאסונות טבע?

מחקר אמריקאי עסק בהיערכות רשויות השלטון במערב ארה"ב לעלייה בתדירותן של שִׁפּוֹת באזורי מגע בין שטחי יער לאזורי מגורים^[31]. עלייה זו נגרמת, בין השאר, בגלל התרחבות שטחי המגורים לתוך האזורים המיוערים, וכן בשל שינוי בדפוס ירידת המשקעים באזור בעקבות משבר האקלים. באמצעות שאלונים בחנו החוקרים את המחיר שתושבי אזורי אלה מוכנים לשלם עבור מפות מידע תקופתיות על סיכונים השִׁפּוֹת. החוקרים הציגו קשרים בין ידע מוקדם על סיכונים ומשתנים חברתיים-כלכליים לבין נכונות לשלם עבור מפות סיכונים.

מחקר ישראלי בחן את ההיערכות התקשורתית למצבי חירום של שבע רשויות ישראליות – כולל, למשל, פיקוד העורף, המשרד להגנת הסביבה, משרד החקלאות ופיתוח הכפר ומגן דוד אדום – באמצעות בחינת הפרקטיקות של דוברי הרשויות הללו. נמצא כי הדוברים בכל הרשויות, פרט לפיקוד העורף, ממשיכים לדבוק בגישה יח"צנית לתפקידם גם כשמדובר במצבי חירום; במקום להתרכז בקשר עם הציבור ולמלא את תפקידם החינוכי, התמקדו הדוברים בשיפור ההופעות שלהם בכלי התקשורת ובאספקת חדשות עדכניות לעיתונאים. יש לציין כי בעלי תפקידי מפתח אחרים בתחום המידע ברשויות הנבדקות מילאו את תפקידם כהלכה^[37].



מפגן מחאה של פעילי מגמה ירוקה כנגד הקמת תחנת כוח פחמית באשקלון (יולי 2009) | הצילום באדיבות מגמה ירוקה ©

ייצוגים של הסביבה בתרבות הפופולרית

ייצוגים של טבע וסביבה בסוגות השונות של התרבות הפופולרית כולל, למשל, פרסומות או סדרות טלוויזיה, הם כה נפוצים, עד שאנו נוטים שלא לייחס להם משמעות מיוחדת. לרוב, העמדה כלפי הטבע והסביבה המשתקפת בסוגות אלה היא תועלתנית. במסגרתה אנו לומדים לצרוך את הטבע והסביבה הן כמוצרים ממשיים, כמו מים מינרליים ממעיין, הן כאובייקטים חזותיים, כמו

נופים בטיולי טרקטורונים. המחקר הענף בתחום, בעיקר באסכולה הביקורתית, רואה בתרבות הפופולרית סוכנת חברות מרכזית, ועוסק באפיון האידיאולוגיה והנרטיבים של הסוגות הנזכרות ובאופנים שהם מעצבים את העמדות של הציבור הרחב כלפי הטבע והסביבה.

מחקר שבחן את השינויים שחלו בדימויי המקום, הנוף והסביבה בפרסומות למוצרי צריכה בעיתונות הכתובה בישראל משנות ה-60 ואילך, מצא כי בדרך כלל בחרו המפרסמים להציג בפרסומות נופים מחו"ל, בעיקר נופים ימיים ונופים של ערים קוסמופוליטיות כמו ניו-יורק. מגמה זו התגברה מסוף שנות ה-70. ממצא נוסף של מחקר זה הוא כי עד שנות ה-90 היה היחס אל הטבע והסביבה בפרסומות כאל משאב מקומי שיש לנצלו במסגרת המפעל הציוני. משנות ה-90 מוצגים הטבע והסביבה בהקשר גלובלי, כשייכים לכל בני האדם באשר הם. הדימויים העיקריים בפרסומות בתקופה זו, המאופיינת באינדיווידואליזם מתגבר, מציגים את האדם כחלק הרמוני מסביבתו, והיא מוצגת כתורמת לבריאותו האישית [1].

מחקר על ייצוגים של נושאי סביבה בסדרה משפחת סימפסון עמד על חריגותה בשידורי הטלוויזיה האמריקאית. בהיותה סטירה קאלית מציגה הסדרה באורח ביקורתי את הערכים של הזרם המרכזי בתרבות. כך, למשל, מגחיכה הסדרה את האסדרה הלוקייה בתחום הפיקוח על הטיפול בפסולת גרעינית, מצביעה על הקשר בין מוטיבציות כלכליות בניצול הסביבה והמוסדות החברתיים המאפשרים ניצול זה, וכן מבקרת את תרבות צריכת הבשר בתזונה האמריקאית [40].

תקשורת סביבתית בזירה הציבורית בישראל: פעילות ומחקר

במבט לאחור, התנועה הסביבתית בישראל, המונה כיום כמאה ארגונים, יכולה להיחשב לאחת התנועות החברתיות המשפיעות ביותר. זאת כיוון שלאורך ההיסטוריה הקצרה שלה, ובמסגרת פרדיגמות אידיאולוגיות של שימור הטבע ושל מדעי הסביבה [9], היא קידמה בהצלחה קמפיינים בזירה הציבורית שעסקו בשימור שטחים פתוחים, בהפחתה של פליטות מזהמים ובמדיניות סביבתית אחראית יותר [2, 39]. במבט אל עבר המאה ה-21 אפשר להוסיף לרשימת האתגרים הוותיקים העומדים בפניה, גם חבירה אידיאולוגית אל ארגונים חברתיים והרחבה של הדיון והעשייה הסביבתיים המסורתיים לדיון פוליטי ולעשייה הנוגעים לשאלות חברתיות-סביבתיות, כמו למשל תרבות הצריכה, פיצוץ אוכלוסין, חלוקה שוויונית של משאבים [34], צדק סביבתי על כל היבטיו [3, 10]. כן הפצת תודעת משבר האקלים ותוצאותיו האפשריות מבחינה פוליטית וחברתית [8]. על אלה יש להוסיף ביסוס מערך הפצת מידע ותקשורת במדיה החברתית כמו גם הרחבת הזדמנויות הביטוי של התנועה באמצעי התקשורת הממוסדים בישראל [2].

המחקרים של חוקרים ישראלים שנסקרו במאמר זה מדיסציפלינות כמו גאוגרפיה, תכנון עירוני, סוציולוגיה, אנתרופולוגיה, מדעי המדינה ותקשורת [1, 2, 3, 4, 7, 8, 10, 18, 33, 37, 38] מלמדים שהעיסוק בסוגיות של תקשורת סביבתית הוא עיסוק בין-תחומי, הניזון מכל התרומות האינטלקטואליות של דיסציפלינות המחקר השותפות לו. יש רק לקוות להרחבת המחקר בתחום זה בישראל.

כיווני מחקר עתידיים בתקשורת סביבתית

מה הם כיווני המחקר העתידיים בדיסציפלינה? מסקירת גיליונות של כתבי העת המרכזיים בתקשורת סביבתית מהשנים האחרונות, כמו Environmental Communication ו-Science Communication, ושל ספרים חדשים בתחום, עולה כי תת-תחומים המתפתחים במהירות הם מחקר התקשורת ומשבר האקלים [12, 23], תקשורת סביבתית חזותית [22] ותקשורת סביבתית בקולנוע [30].

במושג מיוחד בכנס של האגודה הבין-לאומית לתקשורת (לונדון, יוני 2013) התבקשו חוקרים בכירים להצביע על התחומים, הנושאים והגישות שראויים לתשומת לב מחקרית מיוחדת בתקשורת סביבתית. החוקרים [11, 16, 21, 27] הסכימו כי ראוי לקדם מחקר אינטגרטיבי ואורכי, שדן בכל אחת מן היחידות המסורתיות של מחקר התקשורת בצורה משולבת: יצרני התוכן, התוכן, הקהל והתוצאות התרבותיות-חברתיות האפשריות של פעולת התקשורת. כן הציעו החוקרים להתמקד בגורמים שלא זכו עד כה לתשומת לב מחקרית מספיקה, כמו תאגידים, קבוצות שתלנים, ידוענים, עיתונאים-אזרחים וקהל על-לאומי (transnational). כשמדובר בקידום שינוי חברתי, בעיקר בתחום משבר האקלים, הציעו החוקרים כי חשיבה אסטרטגית ומחקר, המתייחסים למורכבות המצב בשדה התקשורת-פוליטי הנוכחי, הם הכרח. נוסף על כך, הציעו החוקרים על הצורך למצוא איוון בין מתיחת ביקורת על ארגונים, ממשלות ותאגידים לבין הרצון להשפיע על התנהגותם כמו גם על הליכי קבלת החלטות ועל מדיניות ברמה הלאומית והבין-לאומית. כל החוקרים הסכימו כי יש להפיץ את תוצאות המחקרים לקהל רחב ככל האפשר של פעילים ומתעניינים.

סיכום

מאמר זה הגדיר תקשורת סביבתית כפעולה סמלית, מוכוונת מטרה ויוצרת תודעה במרחב הציבורי, הממוקדת בענייני הסביבה. נוסף על כך, שרטט המאמר קווים לדמותה של תקשורת סביבתית כדיסציפלינה אקדמית צעירה יחסית ומתפתחת. בהקשר זה הצביע המאמר על שתי הנחות היסוד של החוקרים בתחום. האחת היא כי היכרות של הזירה הציבורית על ענייני הסביבה נחוצה לזיהוי בעיות סביבתיות-חברתיות ולהבנתן, והשנייה היא כי מחקר שמטרתו קידום של שינוי חברתי במסגרת פרדיגמה רחבה של קיימות הוא הכרחי. החובה האתית של העוסקים בתחום כוללת זיהוי כשלים בתקשורת על המשבר הסביבתי והמלצה על דרכי פעולה חלופיות. כן הצביע המאמר על חשיבות המחקר הנעשה בדיסציפלינה, תוך התייחסות לאפיון בעיות סביבתיות-חברתיות ולהתמודדות עמן. המאמר תיאר את שבעת תחומי המחקר העיקריים בדיסציפלינה, וסקר מחקרים מייצגים מישראל ומחו"ל. בהתייחס למצב בישראל הציע המאמר כי ארגוני הסביבה שקידמו עד כה קמפיינים מוצלחים בזירה הציבורית, צריכים להרחיב את פעילותם לעיסוק פוליטי בנושאי סביבה וחברה. ראוי גם כי המחקר הנעשה בארץ בתחומים השונים של תקשורת סביבתית, יתרחב ויעסוק בנושאים מקומיים וגלובליים ברוח המחקר הענף הנערך בדיסציפלינה בעולם.

תודות

תודה לקוראים האנונימיים של המאמר על הערותיהם המועילות.

מקורות

1. אגם-דאלי א. 2010. מחוזות חפץ: נופי פרסומת בישראל. תל אביב: רסלינג.
2. טל א, ליאון-זכות ש, פרנקל-אושרי ל ואחרים. 2011. [התנועה הסביבתית בישראל: מגמות, צרכים ופוטנציאל](#). באר שבע: אוניברסיטת בן-גוריון בנגב. נצפה ב-20 באפריל 2013.
3. ליפמן (סרבי) נ. התפתחות השיח לתפיסת הצדק הסביבתי בישראל (עבודה לקבלת תואר דוקטור). אוניברסיטת תל-אביב (בהכנה).
4. מאירס א ורוזן א. 2013. טוהר וסכנה: חדשותיות, מסגור משברי תדמית ותחקיר הצלילות בקישון. *מסגרות מדיה: כתב עת ישראלי לתקשורת* 10: 97-125.
5. צבר בן-יהושע נ. 2001. מסורות וזרמים במחקר האיכותני. תל-אביב: דביר.
6. צ'רצ'מן א וסדן א. 2003. השתתפות: הדרך שלך להשפיע. תל-אביב: הקיבוץ המאוחד.
7. קסירר ש. 2012. המאבק על חוף פלמ"חים: ייצוגים תקשורתיים והיבטים ארגוניים של קמפיין סביבתי-ציבורי (עבודת גמר לקבלת תואר מוסמך). אוניברסיטת תל-אביב.
8. רבינוביץ ד. 2009. הנה זה בא: כיצד נשרוד את משבר האקלים. תל-אביב: הקיבוץ המאוחד.
9. שוורץ א. 2009. [פרדיגמות משתנות בתנועה הסביבתית](#). נצפה ב-5 במאי 2013.
10. שמואלי ד. 2010. צדק סביבתי במציאות הישראלית. *אקולוגיה וסביבה* 1(3): 36-45.
11. Anderson A. 2013. Organizing and integrating knowledge about environmental communication. Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association; 21 June 2013; London
12. Boykoff MT. 2011. Who speaks for the climate? Making sense of media reporting on climate change. Cambridge: Cambridge University Press

- Boykoff M and Boykoff J. 2004. Bias as balance: Global warming and the US prestige .13
 .press. *Global Environmental Change* **14**(2): 125–136
- Cox R. 2007. Nature's "crisis disciplines": Does environmental communication have an .14
 ethical duty? *Environmental Communication: A Journal of Nature and Culture* **1**(1): 5–
 .20
- Cox R. 2013. Environmental communication and the public sphere, 3rd ed. Thousand .15
 .Oaks, CA: Sage
- Cox R. 2013. Scale, complexity, and communicative systems. Paper presented at the .16
 annual meeting of the International Communication Association; 21 June 2013;
 .London
- DeLuca KM. 2010. Salvaging wilderness from the tomb of history: A response to "The .17
 national parks: America's best idea". *Environmental Communication: A Journal of*
Nature and Culture **4**(4): 484–493
- Fischhendler I and Katz D. The impact of uncertainties on cooperation and conflict in .18
 transboundary water: The case of Israeli-Palestinian negotiations. *Geoforum* (under
 .(review
- .Good J. 2013. Television and the Earth: Not a love story. Winnipeg: Fernwood .19
- .Hansen A. 2010. Environment, media and communication. New York: Routledge .20
- Hansen A. 2013. Promising directions for environmental communication research. .21
 Paper presented at the annual meeting of the International Communication
 .Association; 21 June 2013; London
- Hansen A and Machin D (Eds). 2013. Special issue: Visual environmental .22
 .(communication. *Environmental Communication: A Journal of Nature and Culture* **7**(2
- Hulme M. 2009. Why we disagree about climate change: Understanding controversy, .23
 .inaction and opportunity. Cambridge: Cambridge University Press
- .[The International Environmental Communication Association](#). Viewed 20 April 2013 .24
- Leiserowitz A, Maibach E, Roser-Renouf C, et al. 2013. [Climate change in the American](#) .25
[mind: Americans' global warming beliefs and attitudes in April 2013](#). New Haven, CT:
 .Yale University and George Mason University. Viewed 15 June 2013
- Lester L. 2010. Media and environment: Conflicts, politics and the news. Cambridge: .26
 .Polity
- Lester L. 2013. Organizing and integrating knowledge about environmental .27
 communication. Paper presented at the annual meeting of the International
 .Communication Association; 21 June 2013; London
- Michaels L and Alpert P. 2013. Anthropogenic climate change in Israel. In: Orenstein D, .28
 Tal A, and Miller C (Eds). *Between ruin and restoration: An environmental history of*
 .Israel. Pittsburgh (PA): University of Pittsburgh Press

- Milstein T. 2009. Environmental communication theories. In: Littlejohn SW and Foss .29
 .KA (Eds). Encyclopedia of communication theory. Los Angeles: Sage
- Monani S, Arreglo C, and Chiu B (Eds). 2011. Special issue: Coloring the environmental .30
 lens: Interdisciplinary perspectives on cinema, new media and just sustainability.
 .(*Environmental Communication: A Journal of Nature and Culture* **5**(2)
- Mozumder P, Helton R, and Berrens RP. 2009. Provision of a wildfire risk map: .31
 .Informing residents in the wildland urban interface. *Risk Analysis* **29**(11): 1588–1600
- Nisbet MC and Scheufele DA. 2009. What's next for science communication? .32
 Promising directions and lingering distractions. *American Journal of Botany* **96**(10):
 .1767–1778
- Nossek H. 2010. Israel: "Clouds and winds without rain" – High expectations, big .33
 disappointment. In Eide E, Kunelius R, and Kumpu V (Eds). Global climate – Local
 journalisms: A transnational study of how media make sense of climate summits.
 .Bochum/Freiburg: Projekverlag
- Orenstein DE and Silverman E. 2013. The future of the Israeli environmental .34
 movement: Is a major paradigm shift underway? In: Orenstein D, Tal A, and Miller C
 (Eds). Between ruin and restoration: An environmental history of Israel. Pittsburgh, PA:
 .University of Pittsburgh Press
- Oreskes N. 2004. The scientific consensus on climate change. *Science* **306** (5702): .35
 .1686
- Pickerrill J. 2003. Cyberprotest: Environmental activism online. Manchester and New .36
 .York: Manchester University Press
- Reich Z. 2009. Ethical weaknesses in emergency communication between national .37
 .authorities and the public. *The Communication Review* **12**(3): 262–271
- Sadan E and Churchman A. 2012. The experience of public participation in Israel: .38
 Obstacles and opportunities. *Journal of Architectural and Planning Research* **29**(1):
 .65–75
- Tal A. 2002. *Pollution in a promised land: An environmental history of Israel*. Berkeley, .39
 .CA: University of California Press
- Todd AM. 2002. Prime-time subversion: The environmental rhetoric of The Simpsons. .40
 In: Meister M and Japp PM (Eds). *Enviropop: Studies in environmental rhetoric and*
 .popular culture. Westport, CT: Praeger Publishers
- Waldoks EZ. 2009. Poll: Public supports urgent action on climate change. *The* .41
 .*Jerusalem Post*. Nov 25