

المبحث الخامس: وظائف الإعلام البيئي:

لا تخرج الوظائف التي يحققها الإعلام البيئي على أرض الواقع عن الإطار العام لأهداف الإعلام، مع التميز بالخصوصية التي تنطلق منها تلك الأهداف، باعتبارها تعالج موضوعات وقضايا ومشكلات يجمعها ميدان واحد، هو البيئة ومكوناتها.

وثمة فارق واضح بين أهداف الإعلام البيئي ووظائفه، فالأهداف هي الأمور التي ينشدها ذلك الإعلام، ويسعى إلى تحقيقها، ويتطلع إلى إنجازها، ويرنو إلى أن تصبح حقيقة واقعة، أما الوظائف فهي ما يتحقق فعليا من هذه الأهداف، وما يلمسه الجمهور من بنودها، وما يعيشونه واقعا عمليا.

وحين تكون الأهداف موضوعة بدقة وشمولية، ومتميزة بنظرة سديدة بعيدة الأثر، وتتحقق هذه الأهداف فتصبح معبرة عن الوظائف العامة لهذا الإعلام، وتغدو واقعا ملموسا، فإن الإعلام البيئي يكون قد حقق نجاحا باهرا، واستطاع أداء الدور المنوط بها، وإنجاز المهام المنشودة منه.

وأهم الوظائف المنوطة بالإعلام البيئي^(١):

١ - الإعلام:

وهي من أهم الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام، لأن من يقومون بهذه الوظيفة هم الذين يلاحظون ويعيشون الأحداث المختلفة. وتعتبر في مقدم وظائف الإعلام البيئي، إذ يصعب القيام بالوظائف الأخرى في غيابها، كما أنها محور الارتكاز ونقطة

(١) انظر:

- القليني، ومذكور: مرجع سابق، ص ٥٦ - ٥٨.
- صالح: مرجع سابق، ص ٨٠ - ٨١.
- حجاب، محمد منير: الإعلام السياحي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط ١، ٢٠٠٢، ص ص ٨٤ - ٨٧.
- الأشرف: مرجع سابق، ص ص ٣٦١ - ٣٦٥.
- العقاد: مرجع سابق، ص ص ٢١٧ - ٢٣٢.
- أبو أصبع: مرجع سابق، ص ص ٢٠٣ - ٢١٠.
- صعب، نجيب: البيئة في وسائل الإعلام العربية، ورقة مقدمة إلى (الملتقى الإعلامي العربي الأول للبيئة والتنمية المستدامة) القاهرة ٢٧ - ٢٩ / ١١ / ٢٠٠٦، ص ص ٤ - ٦.

الانطلاق للوظائف الأخرى. والإعلام يعني تزويد الجمهور بالمعلومات والبيانات الدقيقة والموضوعية الضرورية عن الأحداث والأفكار والقضايا والظواهر والمشكلات الراهنة في المجتمع، ليستطيع أفرادهم أنفسهم وعالمهم وما يحيط بهم، وليستطيعوا التصرف عن علم ومعرفة، ويتوصلوا إلى اتخاذ قرارات سليمة ترتبط بذلك كله.

وصارت المعلومات والأخبار البيئية من الحاجات الضرورية للأفراد والجماعات، للوقوف على كل ما يدور حولهم محلياً وإقليمياً وعالمياً، باعتبار البيئة قضية ذات أبعاد مختلفة، وأن عدداً من مشكلاتها يمس العالم بأسره. وأدت ثورة الاتصالات والتداخل الاقتصادي المتبادل والتكتلات الاقتصادية من خلال الأسواق المشتركة، والاتفاقيات الدولية، دوراً مهماً في زيادة الحرص على المعرفة المباشرة والسريعة للأحداث البيئية في أي بقعة في العالم.

٢ - التفسير والتحليل:

تعتبر هذه الوظيفة مكملية للوظيفة الأولى، فالأخبار والمعلومات والبيانات التي تبثها وسائل الإعلام عن شؤون البيئة وقضاياها تحتاج إلى تفسير أسبابها وآثارها، وتوضيح أبعادها وتداعياتها، وتبيان تفاصيلها ونتائجها.

ويجب أن تقدم هذه الأخبار والمعلومات بطريقة جذابة سهلة ومبسطة خالية من التراكم المعقدة، والألفاظ الغريبة، والإسهاب الممل، والاختصار المخل، وتناسب مع شرائح المجتمع الموجهة إليهم.

والإعلام العصري صار إعلام معلومات وتحليل، وليس إعلام مواعظ وافتراسات عبثية، وفي موضوع البيئة تحديداً، تم تجاوز مرحلة إقناع الناس بأهمية الحفاظ على البيئة سليمة، إلى مرحلة تحديد الأساليب الناجعة لتحقيق هذا الهدف النبيل الذي أصبح مقبولاً. وهذا يعني معاملة البيئة إعلامياً كقضية وليس كأخبار في صفحات النشاطات الاجتماعية أو إشاعات في صحف الإثارة. أما إعادة تدوير الأخبار بلا معلومات جديدة وبلا تحليل موضوعي موثق، فهو يجعل الإعلام اجتراراً ويفقده صدقيته، ناهيك عما في هذه الممارسة من استهتار بالجمهور واستخفاف بقدراته ومداركه.

٣ - إحداث الدوافع وتعزيزها:

وتعني حث الاختبارات الشخصية والتطلعات، ودعم الأنشطة الخاصة بالأفراد

والجماعات بهدف التركيز الكلي على تحقيق الأهداف المرجوة. وهذا الأمر مهم جدا في القضايا المرتبطة بالبيئة ومكوناتها، إذ يسهم في تعزيز الوعي المجتمعي العام بهذا المجال الحيوي الذي أصبح شأنا عالميا.

٤ - التثقيف والتعليم:

يعد الإعلام من أهم وسائل التعليم والتثقيف، لما له من قدرة على التأثير في حياة الناس وطرق معيشتهم. وعن طريق بث الأفكار والقيم والمفاهيم والمعتقدات يمكن أن تتم عملية التوعية بقضايا البيئة ومكوناتها، والإسهام في صون مواردها.

ويؤدي الإعلام البيئي دورا مهما في التعليم غير النظامي والتثقيف الدينامي المستمر والمتطور والمواكب لعجلة الثقافة العالمية، فيعلم جميع الفئات ومنها التي انتهت علاقتها بالتعليم النظامي، ويكون بمنزلة مورد دائم لكل ما هو جديد في هذا المجال، ويدفعهم للبحث والاطلاع لزيادة حصيلتهم العلمية والمعرفية، واكتساب المزيد من المهارات الحياتية اللازمة، كما أن التثقيف الدينامي يساعد على نقل التراث الحضاري والثقافي والطبيعي من جيل إلى آخر، وإضفاء الصبغة الحديثة لمواكبة التطور العالمي دون الإخلال بالجذور، وهذا يؤدي إلى التطوير الفكري الذي ينمي الاتجاهات البيئية الإيجابية، كجانب وقائي من التلوث الثقافي والاجتماعي والفكري ويعزز الجانب المهاري.

ويعزز الإعلام البيئي المعاني والمفاهيم والأحكام والمعتقدات والتصورات الفكرية لدى الفرد عن البيئة ومشكلاتها، ويزوده بمعلومات جديدة تختلف عن معلوماته السابقة، وتغير أو تحدث صورا ذهنية عنده عن الأحداث أو المواقف المختلفة.

٥ - التنشئة الاجتماعية:

وتعني هذه الوظيفة توفير رصيد مشترك من المعارف والمهارات المرتبطة بالبيئة، بما يمكن الناس من العمل بفعالية في المجتمعات التي يعيشون فيها، فيتأزرون واعين ومشكلاتهم بما يحقق مشاركتهم في الحياة العامة، إضافة إلى التعاون ضمن الأقاليم وصولا إلى التعاون الدولي لهذه المجتمعات بما يضمن تنسيق الجهود للحد من تدهور البيئة وإتلاف مواردها، ويسهم في وضع الحلول المناسبة لمشكلاتها.

٦ - الإقناع:

يعتبر الإقناع جهدا اتصاليا إعلاميا مخططا ومدرسا ومستمر للتأثير في الآخرين

وتعديل سلوكهم ومعتقداتهم وقيمتهم وميولهم من خلال الاستخدام المركز لوسائل الإعلام، وذلك لدفع الجمهور إلى اتخاذ مواقف إيجابية وفعالة تجاه قضايا البيئة وصون مواردها والحد من تدهورها. وعملية الإقناع ليست أمراً سهلاً البتة بل تحتاج إلى جهود ودراسات من خبراء معنيين بمجالات إنسانية عدة للوصول إلى أفضل أساليب الإقناع، وأكثرها رسوخاً.

٧ - الحوار والنقاش:

أي تعزيز عملية تبادل الآراء والأفكار بين المعنيين والمهتمين في الحقائق القائمة للوصول إلى اتفاق حولها، وتوضيح مختلف وجهات النظر حول القضايا المهمة للجمهور الراغب في معرفة تلك القضايا بصورة مبسطة لاتخاذ موقف حيالها.

٨ - الإرشاد والتوجيه:

ترمي هذه الوظيفة إلى إحداث التوجيه والإرشاد المطلوبين لتعزيز الوعي البيئي لدى الجمهور من خلال توضيح السبل المثلى للتعامل مع المسائل البيئية، وأساليب الوقاية والعلاج، وتبسيط الضوء على الأحداث والمشكلات السابقة للحدث والتوقعات للأحداث اللاحقة، لمساعدة الأفراد والجماعات على فهم ما يجري حولهم وتعزيز مشاركتهم البناءة تجاهها.

٩ - التكامل:

يتطلع الإعلام إلى تحقيق التكامل والتنسيق الكلي بين المجتمعات والأمم فيما يتعلق بالتنوع اللغوي، وحاجات التفاهم، والتعرف إلى تطلعات الآخرين وثقافتهم، وهذا يسهم في معالجة القضايا البيئية التي تتسم بأبعاد إقليمية وعالمية وتتخطى الحدود المحلية.

١٠ - التسويق والإعلان:

يعد الإعلام بوسائله المختلفة أهم الوسائل التي تلجأ إليها المؤسسات والشركات والهيئات للإعلان عن برامجها وأنشطتها المختلفة، وهو أمر تلجأ إليه الجهات المعنية بحماية البيئة للإعلان عما تقوم من أنشطة عدة، ودعوة الجمهور إلى التفاعل معها، وتسويق حملاتها الإعلامية ذات المضامين الداعية إلى صون موارد البيئة والحد من انتهاكها.