

ارتباطات زیست‌محیطی و آسیب‌شناسی نقش زیست‌محیطی رسانه‌های ایرانی

محسن گودرزی ✉، یاسر اشراقی *

چکیده

«ارتباطات زیست‌محیطی» حوزه‌ای پژوهشی و کاربردی در علم ارتباطات است. در ارتباطات زیست‌محیطی چگونگی تهیه، توزیع، دریافت، فهم و استفاده از پیام‌های مرتبط با محیط زیست و نحوه تعامل جامعه با آن بررسی می‌شود؛ بنابراین بهره‌گیری از رسانه به منظور آگاهی‌بخشی عمومی درباره محیط زیست و چالش‌های آن، ترویج و تبلیغ راه‌های حفظ و حراست از محیط زیست و موضوعات مرتبط با مدیریت رسانه، از جمله مهم‌ترین موضوعات پژوهشی مطرح در ارتباطات زیست‌محیطی است. این مقاله به تعریف «ارتباطات زیست‌محیطی» و گستره نظری و پژوهشی آن می‌پردازد و در ادامه، نقش زیست‌محیطی رسانه‌های کشور آسیب‌شناسی می‌شود. از روش‌شناسی مصاحبه عمیق برای احصای نظرها و راهکارهای کارشناسان در این زمینه استفاده شده است. نبود رسانه مستقل در حوزه محیط زیست، فقدان نگاه کلان و نظام‌مند در میان کنشگران رسانه‌ای، تأکید بر برنامه‌های مقطعی و غفلت از نگاه راهبردی در برنامه‌سازی، از جمله آسیب‌های رسانه‌ها در ایفای نقش محیط زیستی آنهاست. بهره‌گیری از اصول بلاغت رسانه‌ای، تقویت ژورنالیزم زیست‌محیطی، اتخاذ رویکردهای حمایتی رسانه‌ها از کنشگران عرصه محیط زیست و راه‌اندازی گروه ارتباطات زیست‌محیطی در سازمان حفاظت محیط زیست از جمله راهکارهای رسانه‌ای ارائه شده در این مقاله است.

کلید واژه‌ها: ارتباطات زیست‌محیطی، چالش زیست‌محیطی، رسانه‌های ایران

✉ نویسنده مسئول: دانشجوی دکتری علوم ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبائی

Email: m.goudarzi@atu.ac.ir

* دانشجوی دکتری علوم ارتباطات، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز

تاریخ دریافت: ۹۴/۶/۱ تجدید نظر: ۹۴/۸/۱۲ پذیرش نهایی: ۹۴/۸/۳۰

مقدمه

«ارتباطات زیست‌محیطی^۱» از جمله رشته‌های نوپا در حوزه علوم ارتباطات و رسانه است. این حوزه نظری و کاربردی متمرکز بر مسائل مرتبط با محیط زیست و ارتباط نوع بشر با طبیعت است. ارتباطات رسانه‌ای شده^۲ از اصلی‌ترین حوزه‌های پژوهشی ارتباطات زیست‌محیطی است و نقش رسانه‌ها در شکل‌گیری تعاملی صحیح میان جوامع و محیط زیست، آگاهی‌بخشی درباره مشکلات و نحوه مقابله با بحران‌های زیست‌محیطی، مهم‌ترین عناوین مطرح در این حوزه را تشکیل می‌دهد. به طور کلی هدف اصلی ارتباطات زیست‌محیطی، بررسی نقش و کارکرد رسانه‌ها در اصلاح، تغییر و یا ارتقای روابط میان جوامع و محیط زیست است (کوکس^۳، ۲۰۱۰).

ایران از جمله کشورهایی است که با مسائل و مشکلات متعدد زیست‌محیطی روبه‌روست. بحران آب، خشکسالی، از بین رفتن طبیعتی زیست‌بوم‌های مختلف، تخریب انسانی محیط زیست، کاهش مراتع و جنگل‌ها و از بین رفتن طبیعی و انسانی گونه‌های جانوری، برخی از مهم‌ترین مسائل محیط زیست ایران است. نقش جوامع در شکل‌گیری این مسائل و نیز یافتن راه‌حل‌های مناسب برای اصلاح روندهای تخریب محیط زیست و صیانت از آن، موضوعی انکارناپذیر است. آگاهی‌بخشی به سیاست‌گذاران، تصمیم‌گیران و عموم مردم و همچنین ارائه فنون و راهبردهای انسانی صیانت از محیط زیست، نقش بسزایی در حل مسائل زیست‌محیطی کشور دارد؛ بنابراین «ارتباطات زیست‌محیطی» به عنوان حوزه‌ای پژوهشی و کاربردی در تقویت رابطه بین محیط زیست و جامعه و تلاش برای ارائه راهکارهای اصلاح این رابطه، زمینه‌ای کلیدی برای حل مسائل زیست‌محیطی ایران است. در این میان، رسانه‌ها و کارکرد زیست‌محیطی آنها و همچنین تعامل رسانه‌ای شده میان جامعه ایرانی و محیط زیست، مهم‌ترین مسئله ارتباطات زیست‌محیطی را شکل می‌دهد. مسئله اصلی پژوهش حاضر، از یک سو، تعریف «ارتباطات زیست‌محیطی» و بیان ظرفیت‌های پژوهشی آن و از سوی دیگر، آسیب‌شناسی نقش زیست‌محیطی رسانه‌های ایرانی است.

ارتباطات زیست‌محیطی، رشته مهم و گسترده‌ای است که از سایر رشته‌های مختلف

1. environmental communication

2. mediated communication

3. Cox

علوم انسانی، اعم از جامعه‌شناسی، علوم ارتباطات، روان‌شناسی و حتی علوم سیاسی استفاده می‌کند. ضروری است، بیش‌ازپیش با این حوزه نظری آشنا شویم تا از مبانی آن برای پژوهش‌های کاربردی متناسب با جامعه ایرانی استفاده کنیم. همچنین تمرکز بر بعد رسانه‌ای این حوزه نظری به عنوان اصلی‌ترین مسئله آن و ارزیابی فضای رسانه‌ای کشور در این خصوص، ما را در رسیدن به نقش و کارکرد ارتباطات زیست‌محیطی در آگاهی‌بخشی، ارائه راهکارهای تعامل صحیح و نیز حل مسائل و مشکلات مرتبط با محیط زیست یاری خواهد داد. این در حالی است که نادیده گرفتن حوزه نظری ارتباطات زیست‌محیطی و ارائه ندادن ارزیابی‌های پیوسته از ابعاد رسانه‌ای آن، غفلت بیشتر از محیط زیست کشور و نادیده گرفتن تعامل سازنده مردم و محیط زیست را موجب می‌شود. همچنین حذف عامل انسانی در رسیدن به رشد پایدار زیست‌محیطی و بی‌توجهی به بافت فرهنگی-اجتماعی برای آگاهی‌بخشی درباره آن، ازجمله نتایج بی‌توجهی به ارتباطات زیست‌محیطی در کشور است.

هدف اصلی مقاله حاضر، معرفی «ارتباطات زیست‌محیطی» به عنوان حوزه‌ای پژوهشی در علم ارتباطات و نیز آسیب‌شناسی نقش رسانه‌های کشور در آگاهی‌بخشی زیست‌محیطی، اصلاح و ارتقای تعامل جامعه ایرانی با محیط زیست است. به همین منظور، ابعاد مختلف این حوزه پژوهشی، معرفی و از آن برای تبیین وضعیت رسانه‌های کشور در خصوص موضوعات زیست‌محیطی استفاده خواهد شد. در این مقاله علاوه بر معرفی «ارتباطات زیست‌محیطی» در پی پاسخ به این پرسش بوده‌ایم که نقش زیست‌محیطی رسانه‌های کشور با چه آسیب‌هایی روبه‌روست.

پیشینه پژوهش

قائم‌منش (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان «نقش رسانه‌های محیطی در حفظ محیط زیست» به بررسی نقش هنر گرافیک در حفظ محیط زیست و شناساندن آن به مردم پرداخته است. غفلت دست‌اندرکاران از نقش بسزای این رسانه در آگاهی‌بخشی درباره محیط زیست ازجمله نتایج این پژوهش بوده است. در پژوهش دیگری، غریب‌زاده (۱۳۸۹) به بررسی «نقش تلویزیون در ارتقای فرهنگ زیست‌محیطی مردم» با استفاده از روش دلفی، پیمایش و کیو پرداخته است. این پژوهش با اشاره به نقش کلیدی رسانه‌ها

در آموزش و آگاهی افکار عمومی، بر اطلاع‌رسانی محدود تلویزیون درباره محیط زیست تأکید کرده است.

همچنین مسلمی‌زاده (۱۳۹۱) در پژوهش خود به دنبال تدوین راهبرد مطلوب صداوسیما درباره مسئله تغییرات آب و هوایی بوده است. اتخاذ راهبرد تهاجمی برای افزایش و گسترش فعالیت‌ها در راستای بهره‌گیری از فرصت‌های بیرونی با استفاده از نقاط قوت داخلی، اصلی‌ترین نتیجه این پژوهش بوده است. ستوده و اسراری (۱۳۹۳) نیز مقاله «بررسی نقش اینترنت در ارتقای دانش و آگاهی زیست‌محیطی در جامعه دبیران و مادران دانش‌آموز» را در کنفرانس ملی پژوهش‌های محیط زیست ارائه کرده و بر اساس نتایج، جایگاه اینترنت را در آموزش زیست‌محیطی در جامعه پاسخگو، پایین ارزیابی کرده‌اند. علاقه‌مندی دبیران و مادران دانش‌آموز به مشارکت در فعالیت‌های زیست‌محیطی، ضرورت بسط سایت‌ها و مراکز آموزشی اینترنتی را گوشزد می‌کند.

ارتباطات زیست‌محیطی

«ارتباطات زیست‌محیطی» حوزه‌ای پژوهشی؛ شامل استفاده از روش‌های ارتباطی، اصول، راهبردها و روش‌های مدیریت زیست‌محیطی و حفاظت از آن است. این رشته بخش مهمی از علوم زیست‌محیطی و مقوله‌ای فرارشته‌ای تلقی می‌شود که به عنوان یک رشته دانشگاهی، وامدار ارتباطات، مطالعات و علوم زیست‌محیطی، تحلیل ریسک، مدیریت، جامعه‌شناسی و بوم‌شناسی سیاسی است. محققان این حوزه، بر مقوله نقش شبکه‌های ارتباطی و استفاده از رسانه‌ها تأکید دارند و اهمیت آن را در آگاهی‌بخشی، بسیج اجتماعی و اصلاح روابط یادآور می‌شوند (فلور، ۲۰۰۴). در این بخش به منظور آشنایی با «ارتباطات زیست‌محیطی»، علاوه بر ارائه تعریف و ویژگی‌های آن، ابعاد مختلف پژوهشی این حوزه معرفی می‌شود. شناخت ارتباطات زیست‌محیطی و ابعاد مختلف آن ما را در درک بهتر نقش زیست‌محیطی رسانه‌ها یاری می‌رساند.

ارتباطات زیست‌محیطی ابزاری عمل‌گرایانه و ساختارگرایانه به منظور فهم محیط زیست و ارتباط با آن است. این حوزه از ارتباطات، واسطه‌ای نمادین برای ساخت‌یابی

مشکلات زیست‌محیطی و صحبت درباره پاسخ‌های متفاوت جامعه به آنهاست؛ بنابراین ارتباطات زیست‌محیطی دو نقش متفاوت را عهده‌دار است:

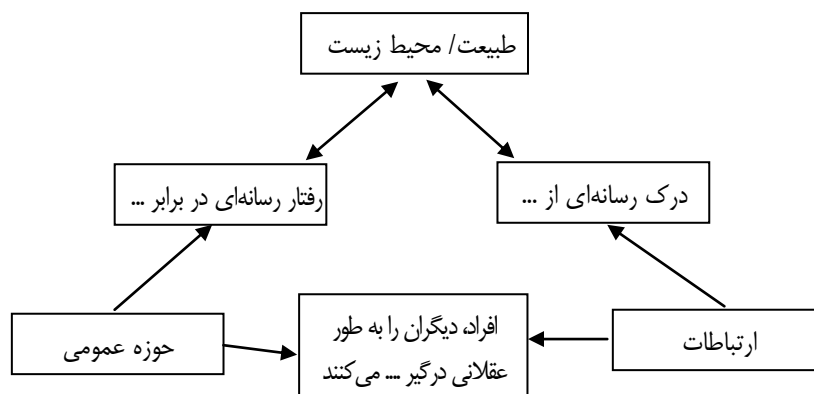
۱. ارتباطات زیست‌محیطی عمل‌گراست؛ به این معنا که ما را در حل مشکلات زیست‌محیطی کمک می‌کند، آموزش یا هشدار می‌دهد و افراد و گروه‌های مختلفی را برای حل این مشکلات ترغیب یا بسیج می‌کند؛ بنابراین ارتباطات زیست‌محیطی نوعی ارتباطات ابزاری است. ارتباطات زیست‌محیطی ابزار حل مشکلات و مسائل و عموماً بخشی از کمپین‌های آموزش عمومی است، برای مثال، زمانی که گروهی به منظور حمایت از منطقه‌ای حفاظت شده راهپیمایی می‌کند، نقش عمل‌گرایانه ارتباطات زیست‌محیطی خودش را نشان می‌دهد.

۲. ارتباطات زیست‌محیطی ساختارگرایانه است؛ این ارتباطات همچنین به ساخت، تدوین یا بازنمایی مشکلات طبیعت و محیط زیست به عنوان موضوعاتی قابل فهم کمک می‌کند. ارتباطات زیست‌محیطی از طریق شکل دادن به ادراک ما از طبیعت، به احتمال، آگاهی ما را از منابع در خطر، همچون جنگل‌ها و رودخانه‌ها موجب می‌شود و توجه‌مان را به سمت منابع، به عنوان ذخایر در حال نابودی و سیستم‌های حیاتی زندگی که باید گرامی داشته شوند، جلب می‌کند. این حوزه نظری همچنین ارزش‌های مشخصی نظیر سلامتی، خوشبختی، شکوفایی اقتصادی و مراقبت را با مسائل زیست‌محیطی مرتبط می‌سازد.

به طور کلی، برای درک بهتر ارتباطات زیست‌محیطی، این نکات را باید در نظر گرفت: اول اینکه، ارتباطات انسانی شکلی از کنش نمادین است، دوم اینکه، نگرش، اعتقاد و رفتار ما درباره طبیعت و مسائل محیط زیستی از طریق ارتباطات هدایت می‌شود و سوم اینکه، حوزه عمومی به عنوان فضایی استدلالی برای ارتباطات درباره محیط زیست عمل می‌کند؛ این اصول به وضوح همپوشانی دارند.

ارتباطات زیست‌محیطی از هفت حوزه عمده مطالعاتی و کاربردی تشکیل شده است: فصاحت و گفتمان زیست‌محیطی، رسانه‌ها و روزنامه‌نگاری زیست‌محیطی، مشارکت عمومی در تصمیم‌گیری‌های زیست‌محیطی، بازاریابی و حمایت مبارزات اجتماعی، همکاری زیست‌محیطی و حل منازعات، ارتباطات ریسک و ارائه طبیعت در فرهنگ عامه و بازاریابی سبز (کوکس، ۲۰۱۰).

شکل ۱- مثلث ارتباطات زیست‌محیطی، کوکس، ۲۰۱۰



لیتل جان^۱ و فوس^۲ (۲۰۰۹) در دانشنامه نظریه‌های ارتباطات بخشی را به بررسی نظریه‌های ارتباطات زیست‌محیطی اختصاص داده‌اند. آنان ضمن اینکه سعی در شناسایی منشأ ظهور ارتباطات زیست‌محیطی داشته‌اند، نظریه‌های مختلف استفاده شده در این حوزه را نیز مطرح کرده‌اند و در پی ارائه چارچوبی کامل از پژوهش‌های ارتباطات زیست‌محیطی بوده‌اند. همچنین دغدغه‌های پژوهشگران ارتباطات زیست‌محیطی را در انجام مطالعات کاربردی و عملیاتی، به عنوان اصلی مهم در کنشگری پژوهشگران این حوزه مطرح کرده‌اند.

پژوهش‌ها و نظریه‌های درون این حوزه مطالعاتی با محوریت تمرکز موضوعی بر ارتباطات و روابط انسانی با محیط زیست انجام شده‌اند. پژوهشگران این حوزه به طور انحصاری، بر ارتباط گرفتن افراد با جهان طبیعت و روش‌های آن متمرکز شده‌اند، زیرا که معتقدند چنین ارتباطاتی تأثیرات گسترده بر بحران‌های زیست‌محیطی دارد. ایده اصلی ارتباطات زیست‌محیطی این فرض است که راه‌های ارتباط با محیط زیست، درک ما از جهان زیستی را به نحوی عمیق تحت تأثیر قرار می‌دهد و به نوبه خود این ادراک به چگونگی شکل‌گیری روابطمان با طبیعت و نیز واکنش در برابر آن کمک می‌کند؛ بنابراین پژوهشگران ارتباطات زیست‌محیطی اغلب درباره ارتباطات، نه صرفاً به عنوان عامل بازتاب‌دهنده، بلکه به عنوان عامل ساخت‌دهنده، تولیدکننده و طبیعی‌ساز روابط منحصر به فرد انسانی با محیط زیست سخن می‌گویند.

1. Littlejohn

2. Foss

نظریه‌های بسیاری در حوزه ارتباطات زیست‌محیطی بر اساس این فرض شکل گرفته است که پاسخ انسان به طبیعت، عملی باشد یا غیر عملی، عمومی باشد یا بین‌فردی، چهره به چهره باشد یا با فناوری رسانه‌ای، در هر حال سودمند است. این موضوع بیانگر آن است که ارتباط با طبیعت تا اندازه‌ای متأثر از زمینه‌ها و علاقه‌مندی‌های اجتماعی، اقتصادی و سیاسی ماست. از آنجا که ارتباط انسان با طبیعت در بستر ارتباطات فرهنگی، رسانه‌های عمومی، ارتباطات عمومی، ارتباطات بین‌فردی، فرهنگ عامه و غیره مورد بحث و گفتگو قرار می‌گیرد، نظریه ارتباطات زیست‌محیطی از دل نظریه‌های فرهنگی، رسانه، بلاغی، جنبش اجتماعی، فرهنگ عامه و بسیاری دیگر از زمینه‌های مربوط استخراج می‌شود. این نظریه‌ها همچنین تا اندازه زیادی از لحاظ گرایش‌های معرفت‌شناختی و روش‌شناختی با یکدیگر تفاوت دارند؛ بنابراین، پژوهشگران ارتباطات زیست‌محیطی به نظریه‌های موجود دسترسی پیدا کرده‌اند تا از آنها به عنوان چارچوبی فکری برای مسائل و مطالعات خود استفاده کنند. برای مثال، در مطالعات رسانه‌ای ارتباطات زیست‌محیطی، پژوهشگران از نظریه چارچوب‌بندی به منظور تجزیه و تحلیل پوشش رسانه‌ای محیط زیست استفاده کرده و دریافته‌اند که رسانه‌ها جریان اصلی خرابکاری‌های فعالان محیط زیست را به عنوان اکوتروریسم^۱ برجسته کرده‌اند. همچنین در زمینه بررسی ظهور فرهنگی روابط انسان و محیط زیست و ارتباطات چهره به چهره، برخی پژوهشگران با استفاده از روش‌های معرفت‌شناختی به این نتیجه رسیده‌اند که افراد متعلق به فرهنگ غیر غربی، از نوعی «گوش دادن» به طبیعت سخن می‌گویند؛ فرهنگی که متعلق به گونه‌ای ارتباط است که از یک رابطه بسیار انفعالی و مکاشفه‌آمیز با طبیعت دفاع می‌کند.

مقاله‌ها و پژوهش‌های حوزه ارتباطات زیست‌محیطی از نظریه‌های سایر حوزه‌ها وام گرفته‌اند و چیزهایی بر آن افزوده‌اند. در این مقاله‌ها، نظریه‌های اکوفمینیست و اکولوژی سیاسی به طور ویژه مرتبط با محیط زیست هستند و نظریه‌های ساختارگرایی اجتماعی، سیستم‌ها و کارایی، ارتباطی مشخص با محیط زیست ندارند. مقاله‌های این حوزه همچنین نظریه‌هایی ساخته و پرداخته‌اند که به طور ویژه از مسائل مربوط به ارتباطات زیست‌محیطی ناشی شده‌اند و در بسیاری از حوزه‌های ارتباط انسان و محیط زیست به

خدمت گرفته می‌شوند. برای مثال، برخی پژوهش‌ها بر بررسی گفتگوهای عمومی در مورد محیط زیست متمرکز می‌شوند که سخنرانی‌های سیاسی، رسانه‌ای و طرفداران را در برمی‌گیرد. برخی دیگر نیز بررسی دیدگاه‌های فرهنگی یا ارتباطات روزمره را در این زمینه شامل می‌شوند. نظریه‌های عمومی‌تر، این جنبه و دیگر جنبه‌های ارتباطات را پوشش می‌دهند چراکه با روش‌های بنیادین ارتباط انسان با طبیعت سروکار دارند.

نظریه معرفت‌شناختی؛ منشأ ارتباطات زیست‌محیطی

به نظر می‌رسد که ارتباطات زیست‌محیطی در اوایل دهه ۱۹۸۰ در ایالات متحده آمریکا مطرح شده است و ریشه در نظریه معرفت‌شناختی دارد. اغلب مطالب منتشر شده، مطالعات معرفت‌شناختی را به عنوان بستری برای مطالعات ارتباطی این حوزه ذکر کرده‌اند. کریستین اوراوک^۱ در مقاله‌ای که سال ۱۹۸۴ انتشار یافت، به تحلیل سخنرانی‌های حافظان و طرفداران محیط زیست در اوایل دهه ۱۹۰۰ پرداخت که درباره ساختن سدی در یک منطقه طبیعی حفاظت شده، بحث و مجادله داشتند. وی نشان داد که چطور طرفداران حفاظت محیط زیست با در نظر گرفتن دیدگاه‌های ترقی‌خواهانه عموم و ارتباط آن با طبیعت، به پیروزی رسیدند و سد ساخته شد (لیتل‌جان و فوس، ۲۰۰۹).

با اینکه تعاملات و ارتباطات زیست‌محیطی اولیه به نظریه بلاغی^۲ محدود نبود، دامنه وسیعی از نظریه‌های مهم حوزه ارتباطات زیست‌محیطی از جمله بررسی تاریخی واکنش‌های مناسب نسبت به طبیعت، از کاربردهای این نظریه است. پژوهش‌های بلاغی اخیر به دنبال روش‌های تصویرپردازی است که فعالان محیط زیست به منظور نشان دادن حوادث زیست‌محیطی در تلویزیون به کار می‌گیرند؛ برای مثال، نحوه قرار دادن قایق متعلق به فعالان محیط زیست بین زوبین شکار نهنگ و نهنگ‌ها یا سکونت در درختی قدیمی که قرار است ریشه‌کن شود. آنان به این ترتیب، صنعت‌گرایی را که تنها به فکر کسب سود بیشتر است، در تقابل با جامعه و نیازهای بوم‌شناختی قرار می‌دهند (همان).

در این حوزه همچنین کارهایی با استفاده از نظریه بلاغت انتقادی انجام شده است که با تحلیل گفتمان انتقادی پیوند دارد. تحلیل گفتمان انتقادی اغلب به منظور بررسی مسائل بشری - طبیعی در حوزه زبان‌شناسی اکولوژیک^۳ استفاده می‌شود، حوزه‌ای موازی یا هم‌رده ارتباطات زیست‌محیطی که در اروپا حضوری قوی دارد. برخی از

1. Christine Oravec

2. rhetorical theory

3. ecolinguistics

نظریه‌پردازان بلاغی ارتباطات زیست‌محیطی، نسبت به نظریه‌های خارج از حیطه بلاغی و ارتباطاتی گرایش داشته‌اند تا به صورت هدفمند مطالعات خود در زمینه محیط زیست و اجتماع به سرانجام برسانند. برای مثال، برخی مقاله‌ها در حوزه ارتباطات بلاغی محیط زیست نظریه نظام‌های اجتماعی را در مطالعه خود دخالت داده‌اند تا آنالیز جامع‌تری از ارتباط انسان و طبیعت به دست آورند. مطالعات دیگر به اقتصاد سیاسی و بوم‌شناسی یا اکولوژی سیاسی گرایش داشتند تا چگونگی ارائه بلاغی از محیط زیست و تشکیل زمینه‌های اقتصادی سیاسی را توضیح دهند (همان).

گفتمان مادی و نمادین^۱ حاکم بر ارتباطات زیست‌محیطی

از آنجا که پژوهش‌های حوزه ارتباطات زیست‌محیطی به جامعه انسانی به چشم یک جهان طبیعی و رای انسان نگاه می‌کند، بسیاری از مقاله‌های این حوزه به نظریه گفتمان پساساختارگرایی و همچنین ادبیات معاصر همچون مطالعات علمی و مطالعات فرهنگی پرداخته‌اند. بسیاری از پژوهشگران حوزه ارتباطات زیست‌محیطی، سیستم‌های بازنمایی را هم از منظر مادی و هم از منظر نماد و نشانه مورد توجه قرار می‌دهند. به این معنی که این پژوهشگران، جهان مادی را به عنوان بستری برای کمک به شکل‌گیری ارتباطات و ارتباطات را به عنوان بستری برای کمک به شکل‌گیری جهان مادی می‌بینند (لیتل جان و فوس، ۲۰۰۹). جهت‌گیری هستی‌شناسانه در مشاهده گفتمان از منظر مادی و نمادین، الزاماً مسائل مرتبط با قدرت را در صف اول نظریه‌های ارتباطات زیست‌محیطی قرار می‌دهد. ارتباطات درباره «محیط زیست» درون نظام‌های اجتماعی و قدرت قرار گرفته است و در این نظام‌ها محل بحث است. به همین ترتیب، نیروهای اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و عقیدتی بازنمایی طبیعت را تعیین می‌کنند و روش‌های مشخصی از ارتباط با محیط زیست را می‌سازند و اجازه می‌دهند. همچنین پاسخ‌های اجتماعی به خرابی‌های بوم‌شناختی، از طریق نظام‌های غالب بازنمایی فیلتر می‌شوند. پژوهشگران حوزه ارتباطات زیست‌محیطی با انتقاد از گفتمان‌های غالب امروزی که برای محیط زیست مضر شمرده می‌شوند، در این باره هشدار می‌دهند. این موضوع علاوه بر حوزه‌های ارتباطی که به طور مستقیم مربوط به محیط زیست‌اند، ارتباطاتی را نیز که الزاماً ربطی

1. material-symbolic discourse

به محیط زیست ندارند، در برمی‌گیرد؛ همچون گفتمان‌های نئولیبرالی درباره تجارت آزاد که به طور غیرمستقیم آسیب‌های زیست‌محیطی جدی به ارمغان می‌آورد (همان). علاوه بر این، مقاله‌های حوزه ارتباطات زیست‌محیطی درباره راه‌های جایگزین صحبت کردن درباره ارتباط انسان با طبیعت نیز که می‌تواند برای بیوسفر مفید فایده باشد دست به توضیح و نظریه‌پردازی می‌زنند. برخی نویسندگان نظرشان این است که چنین روش‌های جایگزینی می‌تواند به جامعه انسانی کمک کند تا بر شیوه‌های بسیار مخرب فرهنگی و روش‌های غالب ارتباط با طبیعت فایز آیند (همان).

میانجیگری در ارتباطات انسان و محیط زیست

سودر^۱ (۱۹۹۰) معتقد به قانون ارتباطات جهانی است که بر اثر آن، همه موجودات کره خاکی ارتباط برقرار می‌کنند (به نقل از پیلائی^۲، ۲۰۱۱). فلور (۲۰۰۴) این موضوع را گسترش می‌دهد که «تمامی موجودات زنده، از ساده‌ترین تا پیچیده‌ترین آنها مجهز به انجام این عمل حیاتی هستند و آنها را حیاتی می‌نامند زیرا برای بقای سیستم‌های زنده لازم است. ارتباط چیزی بیش از تبادل اطلاعات است. از این رو، در وسیع‌ترین معنای آن، ارتباطات زیست‌محیطی برای بقای هر سیستم زنده ضروری است، خواه یک ارگانیسم، اکوسیستم، یا (حتی) یک سیستم اجتماعی باشد» (ص ۴).

محققان حوزه ارتباطات زیست‌محیطی معتقدند که ارتباطات، روابط میان انسان و طبیعت را به شیوه‌ها و از جهات مختلف میانجیگری می‌کند؛ ارتباطات زیست‌محیطی نیز همچون رویکردی استدلالی و مادی-نمادین، فهم طبیعت از ارتباطات انسانی را همچون نگرش و اقدامات انسان‌ها در قبال طبیعت میانجیگری می‌کند. مطالعاتی که این موضوع را بررسی کرده‌اند شامل نقدهای بلاغی به روایت‌های اصلی زیست‌محیطی فرهنگی هستند که دوتایی‌های انسان - طبیعت یا فرهنگ - طبیعت را به عنوان عوامل سازمان‌دهنده عقیدتی یا ایدئولوژیک معرفی کرده‌اند. همچنین تفاسیر روش‌هایی که از نژادپرستی^۳، انسان‌مداری^۴، یا طبیعت‌مداری^۵ ایده گرفته‌اند، به احتمال، ارتباطات همه افراد از شهروندان معمولی تا مدافعان محیط زیست را تحت تأثیر قرار می‌دهد (لیتل جان و فوس، ۲۰۰۹).

1. Scudder 2. Pillai 3. ethnocentrism
4. anthropocentrism 5. ecocentrism

از سوی دیگر، برخی از مقاله‌های حوزه ارتباطات زیست‌محیطی، چگونگی میانجیگری طبیعت را در امر ارتباطات بررسی کرده‌اند. در این مورد، پژوهشگران صرفاً به دنبال این نیستند که بازنمایی‌های بشری از طبیعت چگونه نگرش‌ها و اقدامات مرتبط با طبیعت را میانجیگری می‌کند، بلکه به دنبال چگونگی «سخن گفتن» طبیعت نیز هستند. این جنبش نظری نماینده یکی از گرایش‌های مطالعاتی حوزه ارتباطات زیست‌محیطی است که اهمیت نحوه نمایش و بازنمایی طبیعت را در پژوهش‌ها در نظر دارد. همان‌طور که بسیاری از مقاله‌های این حوزه، گفتمان غالب غربی را در خصوص محیط زیست که مبنی بر جدایی طبیعت از انسان است، مورد توجه قرار می‌دهند، بسیاری دیگر از پژوهشگران، اغلب پژوهش‌های علمی را به عنوان کار مطالعاتی مشابهی برای خلق دوگانه فرهنگ-طبیعت درک می‌کنند. در موارد بی‌شماری از پژوهش‌های حوزه ارتباطات و دیگر رشته‌های انسانی، علوم اجتماعی و علوم فیزیکی، طبیعت به عنوان یک موجود گنگ، بی‌زبان و جدای از انسان‌ها معرفی می‌شود که به عنوان زمینه‌ای آماری، منبعی اقتصادی یا ابژه اجرای کارها روی آن بازنمایی می‌شود.

پژوهشگران ارتباطات زیست‌محیطی با تعریف جایگاه طبیعت به عنوان شریکی کامل و از نظر تعاملی پویا که قادر به ایفای نقش میانجیگری در روابط انسان-طبیعت است، به دنبال شیوه‌های درک و همسویی با طبیعت هستند. این جنبش نظری جدیدتر در پژوهش‌های ارتباطات زیست‌محیطی، تلاشی برای براندازی دیدگاه‌های انسان‌محورانه و از بین بردن رابطه سلسله مراتبی انسان و طبیعت است. برای تحقق این تلاش، برخی نویسندگان در مقاله‌های خود به نظریه‌های موجود از جمله پدیدارشناسی متوسل شده‌اند که انسان را به جایگاه اصلی خود در زمین بازمی‌گرداند. البته دیگرانی نیز برای ارائه نظریه ماتریالیستی از ارتباطات به منظور غلبه بر عینیت‌بخشی^۱ به طبیعت در نظریه‌های ساخته شده تلاش کرده‌اند. برخی دیگر به طور تجربی روش‌هایی را که بشر غربی درباره «سخن گفتن» طبیعت مطرح می‌کند، شرح داده‌اند. دیگر پژوهشگران نیز معتقدند که طبیعت یا «مافوق انسانی»^۲ باید علاوه بر ارتباطات در فعالیت‌های دموکراتیک نیز مدنظر قرار بگیرد (لیتل جان و فوس، ۲۰۰۹).

1. objectification

2. extrahuman

نظریه کاربردی و فعالانه در ارتباطات زیست‌محیطی

بیشتر پژوهش‌های ارتباطات زیست‌محیطی، به طور انتقادی ضمن اینکه با درک روابط انسان-طبیعت سروکار دارند، به دنبال فهم شیوه‌های تغییرات اجتماعی زیست‌محیطی نیز هستند. این آگاهی طیف گسترده‌ای را شامل می‌شود؛ از پژوهش درباره چگونگی کمک ارتباطات به تغییر شکل و دگرگونی طبیعت گرفته تا پژوهش‌هایی که در آنها، نظریه‌ای به طور مستقیم استخراج یا برای موقعیت‌های اجتماعی-زیست‌محیطی مشخص، به منظور کمک به جا انداختن تغییر استفاده می‌شود (لیتل جان و فوس، ۲۰۰۹).

بحث‌های جدید در زمینه ارتباطات زیست‌محیطی به طور ویژه، متمایل به نقش اخلاقی پژوهشگران بوده است. برخی پژوهشگران تا آنجا پیش رفته‌اند که ادعا می‌کنند ارتباطات زیست‌محیطی حوزه‌ای بحرانی است زیرا به طور مستقیم و غیرمستقیم با مسائل عاجلی همچون بحران‌های اقلیمی، گونه‌های در خطر انقراض و آلودگی‌های سمی سروکار دارد؛ اما برخی دیگر اعتقاد دارند که مقاله‌های ارتباطات زیست‌محیطی وظیفه‌ای اخلاقی دارند تا هم این فجایع را توضیح دهند و هم به تغییر جامعه‌ای که چنین فجایعی را به بار آورده و واکنش درخوری برای رفع آن نداشته است، کمک کنند (همان).

چالش‌های زیست‌محیطی ایران

به اعتقاد کارشناسان توسعه، محیط زیست نقش اساسی در شکل‌گیری توسعه پایدار دارد. تأثیرات محیط زیست بر اقتصاد، جامعه و فرهنگ بر کسی پوشیده نیست و توسعه همه‌جانبه، منظم و ساختارمند از مسیر توجه ویژه به سرمایه‌های زیستی می‌گذرد (میشل^۱ و دیردن^۲، ۲۰۱۲). با این حال نگرشی گذرا بر وضعیت محیط زیست جهان در دو دهه گذشته نشان می‌دهد که نه فقط اثرات مخرب انسانی بر محیط زیست کاهش نیافته است بلکه بیشتر هم شده است. استفاده بیش از اندازه یا نادرست از محیط زیست، چالش‌های متعدد زیست‌محیطی را برای بشریت به ارمغان آورده است. در این بخش، چالش‌های زیست‌محیطی ایران به منظور ارائه نتیجه‌گیری از یافته‌های پژوهش و با هدف ارزیابی نقش زیست‌محیطی رسانه‌های کشور بررسی شده است.

1. Mitchell

2. Dearden

چالش زیست‌محیطی به آن دسته از مشکلات و مسائل مربوط به محیط زیست اطلاق می‌شود که موجب از بین رفتن، آلودگی و یا تغییر کاربری منابع زیستی نظیر جنگل‌ها، رودخانه‌ها، آب‌های زیرزمینی، محیط‌های شهری و روستایی، مراتع و ... و عناصر زیستی آب، هوا و خاک شده است (براوش^۱ و همکاران، ۲۰۱۱). مسائل حاد و بغرنج اخیر؛ نظیر آلودگی شدید جو، کاهش تنوع زیستی، نابودی منطقه‌ای لایه اوزون، پدیده گلخانه‌ای و گرم شدن زمین، افزایش سطح آب اقیانوس‌ها و تغییرات شدید اقلیمی، اثرات مختلف و متعددی در پی داشته است که در ایران نیز همانند سایر ملل، با توجه به توسعه شهرنشینی و تبدیل تدریجی مناطق روستایی و جوامع کشاورزی به مناطق شهری و صنعتی، موجب تغییر روابط انسانی با محیط زیست اطراف خود شده است (رحمتی، ۱۳۹۱). کاهش جنگل‌ها، آلودگی هوا و آب، گرم شدن کره زمین و تغییرات جوی، بالا آمدن آب دریا، انبوه زباله‌های شهری و صنعتی، تهی شدن منابع، تخریب مراتع، کاهش تنوع زیستی و تخریب لایه اوزون، مصادیقی از بحران‌های زیست‌محیطی است که هم اکنون در همه جوامع از جمله کشورهای در حال توسعه نظیر ایران مشاهده می‌شود (مرادحاصل و مزینی، ۱۳۸۷).

محیط زیست ایران در قالب مناطق چهارگانه به ۱۶ پارک ملی، ۳۳ پناهگاه حیات وحش، ۱۳ اثر طبیعی ملی و ۹۴ منطقه حفاظت شده تقسیم شده است. تنوع اقلیمی در ایران بسیار بالاست به گونه‌ای که از ۱۳ اقلیم شناخته شده در جهان، ۱۱ نوع آن در ایران وجود دارد. بر همین اساس، شرایط اقلیمی متغیر باعث شده است زیست‌بوم‌های مختلفی شامل ۸ هزار گونه گیاهی در کشور شناسایی شود (غضنفری، ۱۳۹۲). با وجود ویژگی‌های منحصر به فرد زیست‌محیطی ایران، شاخص‌های جهانی پایداری محیط زیست کشور در وضعیت مطلوبی قرار ندارد.

طی سال‌های گذشته تلاش‌های زیادی در خصوص تدوین شاخص‌های لازم برای بررسی عملکرد محیط زیستی کشورها صورت گرفته است که از مهم‌ترین آنها می‌توان به شاخص پایداری محیط زیست (ESI) و شاخص عملکرد محیط زیستی (EPI) اشاره کرد که در حال حاضر، به عنوان یکی از مهم‌ترین معیارهای بررسی عملکرد محیط زیستی کشورها در جهان مطرح شده است. بر اساس گزارش‌های شاخص

پایداری محیط زیست (ESI) رتبه ایران در سال ۲۰۰۸ از بین ۱۴۹ کشور ۶۷ بوده است (ستوده و پوراصغر سنگاچین، ۱۳۸۹). همچنین رتبه شاخص عملکرد محیط زیستی (EPI) ایران در سال ۲۰۱۴ از میان ۱۷۸ کشور ۸۳ تعیین شده (سایت شاخص عملکرد زیست محیطی، ۲۰۱۴). این رتبه‌ها بیانگر وضعیت نامناسب پایداری محیط زیست و شرایط بد منابع زیست محیطی کشور است.

اصلی‌ترین چالش‌های زیست محیطی در کشور شامل آلودگی و هدر رفت آب، کمبود آب، از بین رفتن مراتع، فرسایش خاک، پیشروی بیابان‌ها، گردوغبار شهری و محلی و در خطر بودن برخی گونه‌های جانوری و گیاهی است و از مهم‌ترین عوامل شکل‌گیری و تشدید این مشکلات نبود اعمال کنترل و نظارت بر محیط زیست بوده است (رحمتی، ۱۳۹۱). «ارتباطات زیست محیطی» ظرفیت‌های بسیاری برای تحقق کنترل و نظارت بر محیط زیست در اختیار دارد و ایفای نقش صحیح زیست محیطی از طریق رسانه‌های کشور، از جمله این ظرفیت‌هاست.

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش با استفاده از روش مصاحبه عمیق انجام شده است. روش مصاحبه عمیق در کنار روش‌های دیگری همچون تحلیل محتوای کیفی، تحلیل گفتمان، مشاهده مشارکتی، گروه‌های متمرکز، تحقیق میدانی و قوم‌نگاری در زمره روش‌شناسی‌های کیفی است. مصاحبه، گفتگویی دو نفره است که از سوی مصاحبه‌گر به منظور کسب اطلاعات مربوط به پژوهش آغاز می‌شود و اغلب بر موضوعاتی متمرکز است که او برای دستیابی به هدف‌های پژوهش؛ شامل توصیف، پیش‌بینی یا توضیح منظم به آنها نیاز دارد (دلور، ۱۳۸۵).

ببی^۱ مصاحبه عمیق را الگویی متداول در زندگی روزمره و روشی کمتر ساختمان‌داری می‌داند که در آن، مورد مصاحبه برای هدایت جریان گفتگو آزادی بیشتری دارد (ترجمه فاضل، ۱۳۸۶). مصاحبه عمیق یا عمقی، اغلب به منظور استخراج اطلاعات افراد متخصص و برای پژوهش‌های خرد و توصیفی به کار می‌رود. به طور کلی، برای

1. Babbie

مصاحبه کارکردهای مختلفی آورده شده است: دریافت اطلاعات بیشتر درباره عقاید، ارزش‌ها و انگیزه‌ها، کسب اطلاعات در خصوص وضعیت فردی و احوالات شخصی و روان‌شناختی افراد مصاحبه‌شونده، آگاهی از تجارب و احساسات پاسخگویان و همچنین کسب اطلاعات تخصصی درباره موضوعات تخصصی و دیدگاه‌های صاحب‌نظران عرصه‌های مختلف درباره یک موضوع زمینه تخصصی مصاحبه‌شونده. به جای استفاده از انواع مصاحبه‌های بسته یا نیمه هدایت‌شونده در مصاحبه عمیق، بهترین رویکرد، استفاده از سوالات باز یا به نوعی گفتگوی آزاد با مصاحبه‌شونده است. این رویکرد در مقایسه با دو نوع یاد شده، اطلاعات کیفی و عمیق‌تری در اختیار پژوهشگر قرار می‌دهد. به همین ترتیب، استفاده از مصاحبه آزاد یا غیررسمی به دلیل انعطاف‌پذیر بودن و احساس راحتی بیشتری که مصاحبه‌شونده دارد، بیشتر به کار می‌رود (نقیب‌السادات، ۱۳۹۱).

در مصاحبه عمیق به طور معمول، از نمونه‌های کوچک استفاده می‌کنند و به طور مفصل، دلیل پاسخی که پاسخگویان به سؤال‌های مشخص می‌دهند، روشن می‌شود؛ از این طریق داده‌های گسترده‌ای درباره عقاید، ارزش‌ها، انگیزه‌ها، خاطره‌ها، تجربه‌ها و احساسات پاسخگویان به دست می‌آید (ویمر^۱ و دومینیک^۲، ترجمه سیدامامی، ۱۳۸۴). کمترین تعداد مشارکت‌کنندگان در مصاحبه عمیق پنج نفر است (سیمون^۳، ۱۹۹۹). در این پژوهش نیز به دلیل محدودیت دسترسی به کارشناسان رسانه‌ای فعال در حوزه محیط زیست از پنج کارشناس استفاده شده است. این افراد همگی دارای مدارک مرتبط با علوم ارتباطات و رسانه بوده‌اند و در زمینه محیط زیست و مسائل آن فعالیت رسانه‌ای داشته‌اند. پرسش‌های مطرح شده از گروه مصاحبه عمیق، پرسش‌هایی کلی درباره نقش زیست‌محیطی رسانه‌های ایرانی و آسیب‌شناسی آنها بوده است.

یافته‌های پژوهش

یافته‌های پژوهش به چهار بخش مسائل مرتبط با رسانه‌ها، کنشگران، پیام‌های رسانه‌ای و زمینه اجتماعی تقسیم شده‌اند.

۱. نقش زیست‌محیطی رسانه‌های کشور بسیار محدود است. بسیاری از رسانه‌های چاپی، دیداری - شنیداری و خبرگزاری‌های مطرح کشور فاقد بخش‌ها و گروه‌های تخصصی قوی و فعال در زمینه محیط زیست هستند. بسیاری دیگر نیز گروه یا تحریریه تخصصی در حوزه محیط زیست ندارند؛ برای مثال، اغلب صفحات محیط زیست خبرگزاری‌ها در ذیل تحریریه اجتماعی تعریف شده است. رسانه ملی نیز شبکه مستقلی درباره محیط زیست به منظور پوشش اخبار مرتبط با آن، معرفی ارزش‌های محیط زیست ایران و ساخت برنامه‌های ترویجی و تبلیغی ندارد. ضمن اینکه نقش زیست‌محیطی رسانه‌های بومی و محلی نیز از نظر دور مانده است.

برخلاف اهمیت روزافزون فضای مجازی و نقش تعیین‌کننده آن در هدایت رسانه‌های دیگر، توجه چندانی به رسانه‌های پر بستر اینترنت نشده است. رسانه‌های محدودی نظیر خبرگزاری مستقل محیط زیست (www.iren.ir)، سایت خبری محیط زیست ایران (www.mohitzist.ir)، دیده‌بان محیط زیست و حیات وحش ایران (www.iew.ir)، پایگاه خبری تحلیلی زیست‌بوم (www.zistboom.com) از جمله سایت‌ها و خبرگزاری‌های فعال در فضای مجازی هستند که به موضوع محیط زیست ایران می‌پردازند.

۲. کنشگران رسانه‌ای فعال در حوزه محیط زیست، اغلب فاقد نگاهی کلان و نظام‌مند هستند؛ همچنین قادر به پیوند مسائل زیست‌محیطی با زمینه‌های مختلف سیاسی، فرهنگی و اجتماعی نیستند. این افراد در عموم موارد، زمینه‌های دانشگاهی مناسب نیز ندارند. همچنین دانشگاه‌های کشور فاقد رشته‌هایی مانند «ژورنالیزم زیست‌محیطی» هستند و این در حالی است که حتی گاه فعالان این عرصه فاقد تحصیلات مرتبط با ژورنالیزم، علوم ارتباطات و یا محیط زیست هستند و از سایر رشته‌های دانشگاهی به‌کار اطلاع‌رسانی در زمینه محیط زیست در رسانه‌ها اشتغال دارند.

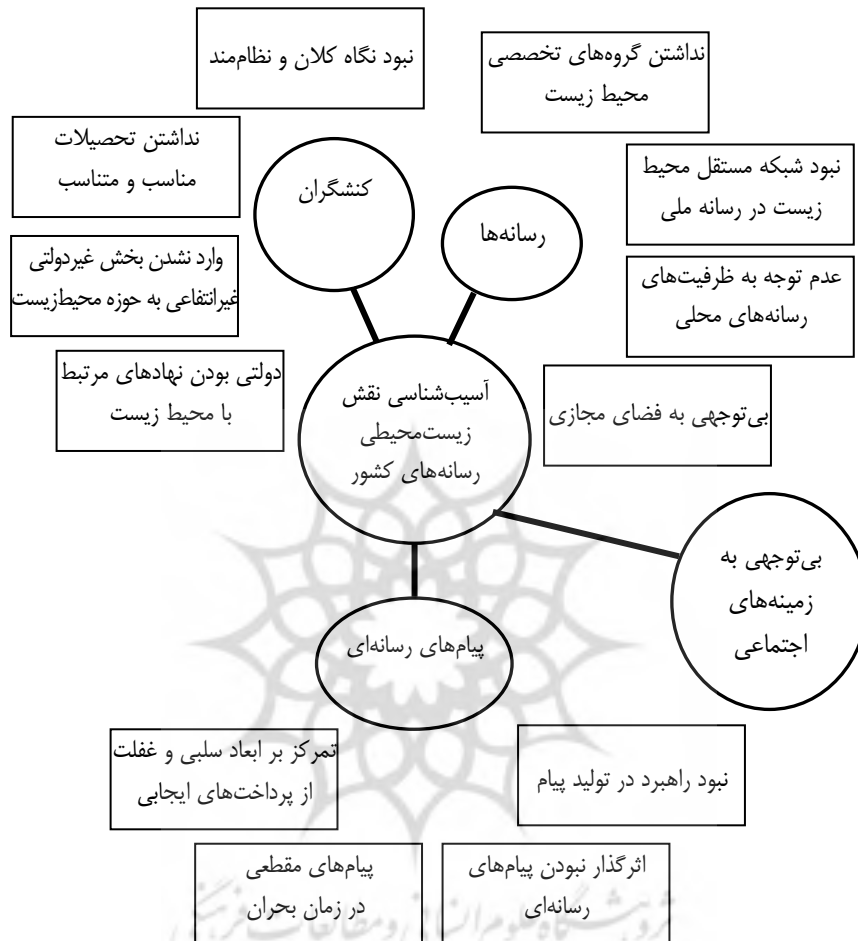
همچنین حضور فعالانه بخش دولتی در این حوزه مطلوب نیست زیرا بسیاری از مسائل و مشکلات به دلیل ملاحظات سیاسی یا مطرح نمی‌شود یا به طور ناقص به آن پرداخته می‌شود. به همین دلیل ضروری است که انجمن‌ها و نهادهای غیردولتی و غیرانتفاعی به حوزه محیط زیست و آگاهی‌بخشی درباره ابعاد و مسائل گوناگون آن وارد شوند.

۳. مطبوعات، خبرگزاری‌ها و صداوسیما فاقد راهبردهای مشخص در زمینه تولید پیام درباره مسائل زیست‌محیطی هستند. بسیاری از تولیدات رسانه‌ای نیز صرفاً به طور سطحی به موضوع محیط زیست پرداخته‌اند. به دلیل میزان اندک تولیدات رسانه‌ای درباره محیط زیست، مشکلات و راهکارهای مختلف اصلاح آن اثربخش نیست.

همچنین نوع نگاه برنامه‌سازان صداوسیما و تحلیلگران دیگر رسانه‌ها مقطعی است؛ به این معنا که با وقوع بحرانی زیست‌محیطی، حجم زیادی از محتواهای رسانه‌ای، تولید و منتشر و بعد از مدتی به فراموشی سپرده می‌شود. بیشتر محتواهای رسانه‌ای بر ابعاد سلبی و بحران‌های زیست‌محیطی متمرکز شده‌اند و ابعاد ایجابی و محتواهای تبلیغی برای آشنایی عمومی با ابعاد گسترده محیط زیست کشور از نظر دور مانده است. در همین زمینه کمپین‌ها و جنبش‌های مختلفی در کشور با هدف احیای محیط زیست و حفظ آن شکل می‌گیرد. کمپین‌های فصلی پاکسازی محیط زیست، جنبش صرفه‌جویی در مصرف آب، جریان‌های حمایتی محلی در خصوص خشکسالی رودخانه‌ها و دریاچه‌ها؛ نظیر آنچه در اصفهان برای زاینده‌رود و در ارومیه برای دریاچه این شهر رخ داده است از جمله این جریان هستند که جایگاه مناسبی در رسانه‌های کشور ندارند.

۴. از دیگر یافته‌های پژوهش، تأکید بر نقش زمینه‌ای بوده است. از ضروری‌ترین مباحث محیط زیست توجه به زمینه‌های مختلف اجتماعی است. تاکنون مطالعات مردم‌نگاری لازم برای تولید برنامه‌های رسانه‌ای مناسب و اقناع مخاطبان صورت نگرفته است.

شکل ۲- مدل شکلی مقولات آسیب‌شناسی نقش زیست‌محیطی رسانه‌های کشور



بحث و نتیجه‌گیری

«ارتباطات زیست‌محیطی» حوزه‌ای فرارشته‌ای است که بخش‌های نظری و پژوهشی متعددی در آن دخالت دارد. نظریه‌های بلاغت رسانه‌ای، سیستم‌های اجتماعی، روزنامه‌نگاری و علوم سیاسی از جمله حوزه‌های مورد استفاده در پژوهش‌های ارتباطات زیست‌محیطی هستند. نقش هر یک از این نظریه‌ها و حوزه‌های نظری در

شکل‌گیری رابطه انسان و طبیعت انکارناپذیر است و حکایت از ضرورت انجام پژوهش‌هایی برای دستیابی به نظر گاهی کامل و جامع از ارتباطات زیست‌محیطی متناسب با شرایط و ویژگی‌های کشور دارد.

در این پژوهش سعی شده است تا ضمن آشنایی پژوهشگران، استادان و دانشجویان علوم ارتباطات و رسانه با مفهوم ارتباطات زیست‌محیطی و ظرفیت‌های پژوهشی آن، نقش زیست‌محیطی رسانه‌های کشور آسیب‌شناسی شود. هر یک از رسانه‌های داخلی از جمله رسانه ملی، روزنامه‌ها و سینما در شکل‌گیری صحیح ارتباطات زیست‌محیطی؛ یعنی فرایند پیوسته، دقیق، ایجابی و پایدار تعامل انسان و طبیعت، با آسیب‌هایی روبه‌رو هستند.

مسائل زیست‌محیطی در اولویت رسانه‌های مختلف کشور قرار ندارد، بنابراین هیچ‌گونه تحریریه تخصصی در خبرگزاری‌ها یا شبکه مستقل رادیویی و تلویزیونی در این خصوص وجود ندارد. روزنامه‌ها یا شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی محلی نیز اهمیتی به مسائل زیست‌محیطی مناطق مختلف کشور نمی‌دهند و نقش رسانه‌های تعاملی و نوین در این زمینه کم‌رنگ است. استفاده نکردن از ظرفیت‌های رسانه‌های محلی و نیز رسانه‌های نوین بر بستر فضای مجازی، ارتباطات زیست‌محیطی و کارکرد رسانه‌ها در برقراری تعامل مثبت میان جامعه و محیط زیست را با مشکل مواجه می‌کند و مانع استفاده کامل از تمام ظرفیت‌های موجود می‌شود.

نگاه حاکم بر رسانه‌های کشور درباره مسائل زیست‌محیطی مقطعی و غیر نظام‌مند است. تأکید اصلی پیام‌های رسانه‌ای کشور بر مسائل و بحران‌های زیست‌محیطی زمانی است که جامعه با مشکلات مختلف نظیر آلودگی هوا، ریزگردها، زلزله، به خطر افتادن گونه‌های جانوری و گیاهی، جنگل‌خواری، خشکسالی و بی‌آبی یا توسعه بیابان‌ها روبه‌رو شده باشد، در غیر این صورت، مسائل زیست‌محیطی در اولویت رسانه‌ها قرار ندارد. همچنین پرداخت رسانه‌ها به چالش‌های زیست‌محیطی کشور فاقد راهبرد مشخص و کلان است. برای مثال، در مسئله آلودگی هوا، اکثر رسانه‌ها اخبار و تحلیل‌های خود را به دعوی میان خودروسازان و محیط زیست محدود می‌کنند و از ارائه تحلیل‌های نظام‌مند فرهنگی - اجتماعی (لزوم استفاده از خودروهای تک‌سرشتین)، سیاسی (اطلاع‌رسانی مبتنی بر منافع گروهی)، اقتصادی (خروج صنایع به بیرون شهر) و بهداشتی (حضور گروه‌های حساس در جامعه، رعایت رژیم غذایی مناسب برای کاستن

از اثرات سوء آلودگی هوا) غافل هستند. بهبود شاخص‌های پایداری محیط زیست و عملکرد محیط زیستی نیازمند استفاده از الگوهای بومی، کلان و بلندمدت رسانه‌ای است. از اصلی‌ترین مسائل مرتبط با ارتباطات زیست‌محیطی، توجه به زمینه‌های اجتماعی در شکل‌دهی به ارتباطات رسانه‌ای شده است. پژوهش‌های این چنینی شناخت بافت فرهنگی - اجتماعی - روان‌شناختی جامعه محلی و دغدغه‌های عمومی آن را درباره مسائل زیست‌محیطی محقق می‌سازند. علاوه بر این، توجه به «زمینه» قابلیت جریان‌ها، کمپین‌ها و الگوهای بسیج عمومی را درباره مسائل زیست‌محیطی مشخص می‌کند؛ بنابراین پژوهش‌های مردم‌نگارانه و استفاده از رویه‌های پژوهش مشارکتی، نقش بسزایی در تحقق نقش مثبت و سازنده رسانه‌ها در ارتباطات زیست‌محیطی دارد.

همچنین حوزه‌های مختلف ارتباطات زیست‌محیطی؛ شامل بلاغت رسانه‌ای، ژورنالیزم زیست‌محیطی، ایفای نقش رسانه‌های در افزایش مشارکت جامعه در مسائل زیست‌محیطی، بازاریابی زیست‌محیطی و واردکردن بخش خصوصی به طرح‌های حمایت از محیط زیست و نیز مسئله بازاریابی سبز با هدف حفظ میراث زیست‌محیطی در رسانه‌های کشور از جایگاه مناسبی برخوردار نیستند. از آنجایی که مهم‌ترین بعد ارتباطات زیست‌محیطی، نقش و کارکرد رسانه‌هاست، در شرایط انفعال رسانه‌ای، ارتباطات زیست‌محیطی کار ویژه خود را در برقراری تعامل پیوسته، مثبت و سازنده میان جامعه ایرانی و محیط زیست از دست می‌دهد.

پیشنهادها

۱. استفاده از اصول بلاغت رسانه‌ای. روش‌های مطلوب بلاغت رسانه‌ای برای اثرگذاری حداکثری بر مخاطبان باید بیش‌ازپیش مورد توجه قرار گیرد. به همین منظور لازم است از نمونه‌های موفق نظیر سنت سالانه درختکاری برای تبلیغ مؤثر در راستای تقویت رابطه انسان و طبیعت استفاده شود. همچنین برنامه‌سازی‌های مؤثر با بهره‌گیری از قابلیت رسانه‌های مختلف دیداری - شنیداری، کمک شایان توجهی به تقویت ارتباطات زیست‌محیطی در کشور می‌کند؛ برای مثال، سینما و ساخت فیلم‌های داستانی درباره چالش‌های محیط زیست کشور نظیر کم‌آبی، زلزله، آلودگی هوا و گردوخاک، در شکل‌گیری دیدگاه‌های تعاملی سازنده میان مردم و طبیعت تأثیرگذار است.

۲. تقویت ژورنالیسم و رسانه زیست‌محیطی. راه‌اندازی تحریریه‌های مستقل و قوی محیط زیست در خبرگزاری‌ها و استفاده از فارغ‌التحصیلان محیط زیست که تخصص‌های روزنامه‌نگاری و رسانه‌ای داشته باشند، در این تحریریه‌ها امری ضروری است. همچنین لازم است یک شبکه مستقل محیط زیستی در رسانه ملی، به منظور پوشش موضوعات و اخبار این حوزه، آگاهی‌بخشی عمومی درباره ویژگی‌های محیط زیست کشور و ساخت برنامه‌های ترویجی - تبلیغی، به تفکیک ویژگی‌های زیست‌بوم بخش‌های مختلف کشور و با هدف ارتقای سواد زیست‌محیطی مخاطبان، افزایش ارتباط حمایتی مردم با محیط زیست و اصلاح رویه‌های غلط سبک زندگی که مستقیم و غیرمستقیم به محیط زیست آسیب می‌زنند، راه‌اندازی شود.

۳. اتخاذ رویکردهای مناسب راهبردی، تبیینی و حمایتی در تولید محتوای رسانه‌ای. بررسی دلایل و ریشه‌های شکل‌گیری بحران زیست‌محیطی و نقش عوامل انسانی در وقوع آنها، راهکار مناسبی برای تقویت مثبت رابطه انسان و طبیعت است. برای مثال، ریشه‌های وقوع سیل از جمله فرسایش خاک، از بین رفتن مراتع و از بین رفتن پوشش گیاهی باید در محتواهای رسانه‌ای مرتبط با موضوع محیط زیست جایگاه ویژه‌ای داشته باشد و به طور منظم و به اشکال مختلف، درباره آنها صحبت و نقش عامل انسانی در کاستن از این چالش‌ها تبیین شود. همچنین استفاده از رویکرد ایجابی، نقش قابل توجهی در آگاهی‌بخشی عمومی و نیز ایجاد انگیزه برای شکل‌گیری حرکت‌های صنفی زیست‌محیطی دارد؛ بنابراین، تولید محتوا به منظور حمایت از کنشگران و جریان‌های غیرسیاسی حوزه محیط زیست، از ضروریات ارتباطات زیست‌محیطی در کشور است؛ این محتوای رسانه‌ای می‌تواند در حد پوشش کامل خبری فعالیت گروه‌های محیط زیستی باشد.

تأکید بر اخلاق سنتی ایرانی - اسلامی از راهبردهای مناسب در تولید محتوای رسانه‌ای مرتبط با محیط زیست و حفظ میراث زیستی کشور خواهد بود. احترام به طبیعت، بهره‌برداری حداقلی از آن نظیر مصرف آب، حفظ حرمت منابع طبیعی نظیر درختان و جنگل‌ها، توصیف طبیعت به عنوان عنصر باشعور و تبیین بحران‌های زیست‌محیطی نظیر سیل به عنوان خشم طبیعت، از جمله مقولات اخلاقی است که می‌تواند در ارتباطات زیست‌محیطی مورد تأکید قرار بگیرد. همچنین اتخاذ راهبردهای

بومی و منطقه‌ای در تولید محتوا باید بیش‌ازپیش مدنظر باشد؛ این راهبرد مشکلاتی نظیر سوء تفاهم، بدفهمی و فعال نشدن ظرفیت‌های اجتماعی بومی در ارتباطات زیست‌محیطی را به حداقل می‌رساند.

۴. راه‌اندازی گروه تخصصی «ارتباطات زیست‌محیطی» در سازمان حفاظت محیط زیست. این سازمان نهاد متولی مسائل زیست‌محیطی کشور است که نقش رسانه‌ای خود را کمتر به خوبی ایفا کرده است؛ بنابراین، تشکیل گروه تخصصی «ارتباطات زیست‌محیطی» با بهره‌گیری از توانمندی روابط عمومی نهادهای مسئول، تیم‌های تبلیغات رسانه‌ای و نمایندگان رسانه‌های مختلف، نقش بسزایی در ارتقای تعامل سازنده جامعه و محیط زیست خواهد داشت.

منابع

- بی، ازل. (۱۳۸۶). روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی (ترجمه رضا فاضل). تهران: سمت.
- دلاور، علی. (۱۳۸۵). مبانی نظری و عملی پژوهش در علوم انسانی و اجتماعی. تهران: رشد.
- رحمتی، علیرضا. (۱۳۹۱). بررسی روند ارزیابی اثرات محیط زیستی در ایران؛ چالش‌ها و راهکارها. نشریه محیط زیست و توسعه، ۳ (۵).
- ستوده، احمد و پوراصغر سنگاچین، فرزاد. (۱۳۸۹). بررسی گزارش‌های شاخص‌های پایداری و عملکرد محیط زیست در سال‌های ۲۰۰۵، ۲۰۰۶ و ۲۰۰۸ و جایگاه ایران. نشریه محیط زیست و توسعه، ۱ (۱).
- ستوده، فریبا و اسراری، الهام. (۱۳۹۳). بررسی نقش اینترنت در ارتقای دانش و آگاهی زیست‌محیطی در جامعه دبیران و مادران دانش‌آموز. همدان: دومین کنفرانس ملی پژوهش‌های محیط زیست.
- غریب‌زاده، زینب. (۱۳۸۹). نقش تلویزیون در ارتقای فرهنگ زیست‌محیطی مردم. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. تهران: دانشگاه علامه طباطبایی.
- غضنفری، سارا. (۱۳۹۲). چین و شکن محیط زیست در هشت سالی که گذشت. روزنامه آرمان. بازیابی شده از:

- قائم‌منش، فائزه. (۱۳۹۳). نقش رسانه‌های محیطی (گرافیک) در حفظ محیط زیست. پایان‌نامه کارشناسی ارشد هنر. سمنان: دانشگاه سمنان.
- مرادحاصل، نیلوفر و مزینی، امیرحسین. (۱۳۸۷). ارزیابی نقش دولت در چالش‌های زیست‌محیطی ایران. علوم و تکنولوژی محیط زیست، ۱۰ (۴).
- مسلمی‌زاده، مسلم. (۱۳۹۱). تدوین راهبرد مطلوب صداوسیما جمهوری اسلامی ایران در خصوص مسئله تغییرات آب و هوایی (از دیدگاه کارشناسان محیط زیست و رسانه). پایان‌نامه کارشناسی ارشد. تهران: دانشگاه صداوسیما.
- نقیب‌السادات، رضا. (۱۳۹۱). روش‌های تحقیق در ارتباطات. تهران: علم.
- ویمر، راجر دی و دومینیک، جوزف آر. (۱۳۸۴). تحقیق در رسانه‌های جمعی (ترجمه کاووس سیدامامی). تهران: سروش.
- Brauch, H.G.; Spring, Ú.O.; Mesjasz, C.; Grin, J.; Dunay, P.; Behera, N.C. & Liotta, P. H. (2011). *Globalization and Environmental Challenges. Reconceptualizing Security in the 21st Century*. Springer.
- Cox, J.R. (2010). *Environmental Communication and the Public Sphere*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Flor, A. (2004). *Environmental Communication*. Diliman, Quezon City: University of the Philippines-Open University.
- EPI. (2014). Global Environmental Performance Index. Retrived from EPI: <http://www.epi.yale.edu/epi/country-rankings>
- Littlejohn, S.W. & Foss, K.A. (2009). Environmental Communication. *Encyclopedia of Communication Theory*. Sage.
- Mitchell, B. & Dearden, P. (2012). *Environmental Change and Challenge: A Canadian Perspective*. Oxford University Press.
- Pillai, K. (2011). *Essence of a Manager*. Springer Science & Business Media.
- Simon, J. (1999). *How to Conduct A Focus Group*. Los Angeles, CA, USA: Amherst H. Wilder Foundation, The Grantsmanship Center.



پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
پرتال جامع علوم انسانی