

رسانه و محیط زیست؛ مقدمه‌ای بر ارتباطات زیست‌محیطی^۱

مهدی منتظر قائم*

رضوانه عرفانی حسین پور**

چکیده

امروزه حوزه ارتباطات زیست‌محیطی به عنوان یکی از حوزه‌های مهم در ارتباطات توسعه شناخته می‌شود و از این رو توانسته است توجه بسیاری از تحلیل‌گران رسانه را به خود جلب کند تا درباره‌ی محیط‌زیست و رابطه‌ی فردی و اجتماعی مان با آن به تحقیق و تأمل بپردازند. در این مقاله، ضمن ارائه مقدماتی درباره توسعه پایدار و اهمیت و جایگاه محیط‌زیست در آن، به ارتباطات توسعه می‌پردازیم و در ذیل آن معرفی تفصیلی ارتباطات زیست‌محیطی را آغاز می‌کنیم. پس از ارائه تعاریف، تاریخچه و ویژگی‌های این حوزه، موضوعات پژوهشی آن را معرفی کرده و نهایتاً با ورود به بحث ارتباط‌گری درباره محیط‌زیست، رابطه آن با رسانه را از نظر می‌گذرانیم. پیشنهاد موضوعات جدید در این حوزه به پژوهشگران ایرانی حوزه ارتباطات و مطالعات رسانه، بخش پایانی این مقاله را تشکیل می‌دهد.

کلیدواژه‌ها: ارتباطات زیست‌محیطی، توسعه پایدار، ارتباطات توسعه، رسانه و محیط‌زیست.

۱. مقدمه

سینکا (۲۰۰۴) در مقدمه اولین کتاب سال ارتباطات زیست‌محیطی، به تکامل سنت جدیدی به این نام اشاره می‌کند که محتواهای تولید شده درباره آن، به پایه‌ریزی و به اشتراک نهادن دانشی درباره فهم بهتر پویایی‌های ارتباطاتی مؤثر بر رابطه انسان با محیط‌زیست می‌انجامد.

* استادیار دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران، ایران، mehdighaem@yahoo.com

** دانشجوی کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، دانشگاه آلبرتا، کانادا (نویسنده مسئول)، erfani@ualberta.ca

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۳/۳، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۶/۲

این سنت، در مجموعه‌ی به‌هم‌پیوسته‌ای از دانش عمومی، رویدادها و کارزارهای زیست محیطی، مستندها و رسانه‌های جمعی، قوانین و مقررات، اطلاعات و واژگان فناورانه و علمی منعکس شده است (۲۰۰۴: vii) ارتباطات زیست محیطی خواه به عنوان «پدیده»، «فرایند»، «تحقیق»، «مطالعه» و «حامل» توصیف شود، خواه «پرکتیس»، «فعالیت»، «نظام» یا «پیوند» در نظر گرفته شود، (جورینو دیگران، ۲۰۱۰: ۱۵)، به هر روی به عنوان عاملی مؤثر در دستیابی به توسعه پایدار ایفای نقش می‌کند. نقش ارتباطات زیست محیطی در توسعه پایدار در سطوح ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی، در تصمیم‌گیری‌های عمومی در حوزه تجارت، بهداشت و سلامت، و حفاظت از منابع طبیعی، کلیه حوزه‌ها و ساختارهای منحصربفرد ارتباطات را درگیر کرده است. در واقع، محیط زیست و ارتباطات، به عنوان دو قلمروی وسیع و چندوجهی، در حوزه‌های گوناگون با یکدیگر همپوشانی و تقاطع دارند و هر عرصه‌ای از زندگی امروزی را نیز تحت تأثیر خود قرار می‌دهند (سنکا، ۲۰۰۴: x).

بنابراین، همچنانکه تعداد بیشتری از مردم و دولت‌ها درمی‌یابند که درک ما از «طبیعت» و رفتار ما نسبت به «محیط زیست» نه تنها به افکار عمومی، بلکه به مباحث عرصه عمومی، بازنمایی‌های رسانه‌ای، شیوه‌ی مخابره و مدیریت اخبار زیست محیطی، دادوستد پیام‌ها در شبکه‌های اجتماعی و حتی گفتگوهای معمول روزمره متکی است، واحدهای دانشگاهی و پژوهش‌های اختصاص یافته به ارتباطات زیست محیطی، به عنوان یک حوزه مطالعه جدید و چندرشته‌ای، در سطح جهان ظهور و گسترش بیشتری می‌یابند (کوکس، ۲۰۱۰: ۱۴). در واقع، برجستگی فزاینده مسائل زیست محیطی در سیاست معاصر از یک سو، و تنوع چارچوب‌های نظری و روش‌مناصب برای بررسی ارتباطات درباره محیط زیست از سوی دیگر، منجر به محبوبیت هرچه بیشتر این حوزه در محافل دانشگاهی جهان شده است. در این میان، کمبود پژوهش‌های ارتباطاتی درباره محیط زیست در جامعه ایران که به ویژه در سال‌های اخیر با بحران‌های زیست محیطی متنوع و مختلفی روبروست، منجر به ناشناخته ماندن اقتضائات و پیش‌نیازهای تولید و توزیع پیام‌های زیست محیطی شده که کمترین نتیجه آن فقدان دانش و تخصص لازم رسانه‌ها در مواجهه با بحران‌های زیست محیطی است. توجه به این نیاز نویسندگان این مقاله را بر آن داشته است تا ضمن معرفی تفصیلی حوزه‌ی نوظهور ارتباطات زیست محیطی و ادبیات کمترآشنای آن برای مخاطب ایرانی، فهرستی از موضوعات مورد مطالعه این حوزه را به پژوهشگران جوان معرفی و آنان را به تحقیق و تدقیق در آنها دعوت کنند. در ادامه، رابطه‌ی توسعه و محیط زیست را از نظر

می گذرانیم و سپس به تعاریف، تاریخچه و نقاط عطف تاریخی و موضوعات پژوهشی ارتباطات زیست محیطی می پردازیم.

۲. توسعه و محیط زیست

بروز انقلاب صنعتی و حرکت به سوی نوسازی، که با افزایش شهرنشینی، رشد بی سابقه جمعیت و گسترش سرمایه داری همراه بود، جهان معاصر را در آستانه رویارویی با بحران های زیست محیطی قرار داد. ارتقای شتابان توانایی های علمی و فناورانه بشر نیز ابزارهای کارآمدی برای توسعه اقتصادی و افزایش تولید به دست او داد که با بهره برداری هرچه بیشتر از طبیعت، بتواند برتری جویی و غلبه بر طبیعت را جایگزین رابطه ای مسالمت آمیز با آن کند. به این ترتیب، انسان رفته رفته پای را فراتر از بهره برداری و کنترل طبیعت نهاد و تخریب گسترده محیط زیست برای دستیابی به سود و رفاه بیشتر را مجاز و بی زیان قلمداد کرد. اما دیری نپایید که این رویکرد خشن توسعه ای، چهره نامطلوب خود را نشان داد و کشورها به لزوم توجه به محیط زیست در سیاست های توسعه ای خود، پی برده و درصدد چاره جویی برآمدند. رویکردی که با افزودن عنصر پایداری به توسعه، بازگشت به صلح با طبیعت را در خود جای داده است.

توسعه پایدار، به عنوان پارادایم غالب توسعه در سطوح منطقه ای و محلی، در معنای کنونی آن، برای اولین بار در سال ۱۹۷۴ در اسناد کنسول بین المللی کلیسابه عنوان پاسخی به ترس دولت ها از گسترش فقر و گرسنگی به واسطه بحران های زیست محیطی و اثرات اقتصادی و اجتماعی آن مطرح شد (کریپوین و وروتسوس، ۲۰۰۷: ۲۰؛ جورین و دیگران، ۲۰۱۰: ۲۰). استفاده از مفهوم توسعه پایدار در سالهای دهه ۸۰ و پس از کاربست آن توسط واحد بین المللی حفاظت از طبیعت و منابع طبیعی متداول شد و نهایتاً در ۱۹۸۷، پس از چاپ گزارش «آینده مشترک ما» توسط کمیسیون توسعه و محیط زیست سازمان ملل متحد، به گستردگی و در مقیاس جهانی مورد استفاده قرار گرفت. بر اساس این گزارش، توسعه پایدار به عنوان هر نوع توسعه ای تعریف می شود که نیازهای نسل کنونی را بدون صدمه زدن به نسل های آینده برآورده سازد. در این رابطه، برابری هم درون نسل ها و هم میان آنها اهمیتی ویژه دارد و این مهم مفاهیم و اهداف تازه ای مانند «عدالت بین نسلی» را پیش روی برنامه ریزان قرار می دهد (کریپوین و وروتسوس، ۲۰۰۷: ۲۰).

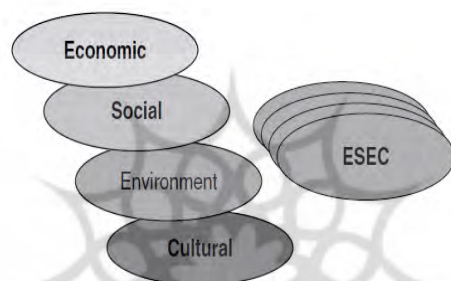
ایده توسعه پایدار سال‌ها در مرکز توجه بسیاری از نظریه‌پردازان توسعه، فعالان زیست‌محیطی، دانشگاهیان، نهادهای کمک‌رسان سازمان ملل متحد و سازمان‌های مردم‌نهادی بوده که تلاش‌های خود را بر حل مشکلات زیست‌محیطی و کاهش آسیب‌های حاصل از این بحران‌ها را متمرکز کرده‌اند (کلسن و گریس، ۱۹۹۳: ۲۹۴؛ کسترو، ۲۰۰۴: ۱۹۵).

با وجود این کاربرد گسترده، نقاط ضعف این تعریف رفته‌رفته پدیدار شده و مورد توجه کارشناسان قرار گرفت. از آن جمله، جورین و همکارانش اظهار داشته‌اند که تعریف پیش‌گفته علی‌رغم انتقال ایده برابری، قادر به نشان دادن طیف کامل ایده‌های ضروری برای دستیابی به پایداری نیست. آنها در نسخه جدیدتری که از این تعریف ارائه کرده‌اند توسعه پایدار را «توانایی زیست‌کره برای تجربه مداوم خود، در عین فراهم آوردن امکان بهره‌گیری از منابع برای کامیاب زیستن بشر» دانسته‌اند تا بتواند هماهنگی خود را با طبیعت به حداکثر رسانده و محدودیت زمانی در بهره‌گیری از آن را از بین ببرد (جورین و دیگران، ۲۰۱۰: ۲۰).

در این کشاکش، مفهوم «کامیابی» بحثی کلیدی را به پیش می‌کشد. اگر به جای آنکه کامیابی را معادل افزایش تولید ناخالص داخلی (GDP) بدانیم، به عنوان رفاه بیش‌ازپیش تلقی کنیم، مفاهیم ارتباطاتی مانند پایداری و مسائل مربوط به محیط‌زیست نیازمند تجدیدنظر خواهند بود. پایداری مفهومی پیچیده، چندبعدی و میان‌رشته‌ای و از سوی دیگر، پویا و در حال تکامل است که هر یک از متغیرهای آن، خود نیاز به بحثی گسترده دارند (جورین و دیگران، ۲۰۱۰: ۲۰). با این ملاحظه، می‌توان به تعریف نسبتاً کامل‌تر و منسجم‌تری از مفهوم پایداری اشاره کرد که توسط کوبایاشی (۲۰۰۵) ارائه شده است. بر اساس این تعریف، آن دسته از کنش‌هایی را می‌توان پایدار تلقی کرد که «احترام به گونه‌های موجودات زنده را نشان می‌دهند و حفاظت از زندگی، طبیعت و فرهنگ را برای نسل‌های آینده تضمین می‌کنند». این امر از خلال «تقویت قابلیت‌های محیط‌زیست و نیز ایجاد روابطی برای ساخت جامعه‌ای بهتر در آینده و جستجوی سطح بالاتری از زندگی شاد برای حداکثر جمعیت مستقل زمانی و فضایی» صورت می‌پذیرد (کوبایاشی به نقل از کریپوین و وروتسوس، ۲۰۰۷: ۲۱).

در آمریکا، توسعه پایدار عمدتاً به عنوان امری نگریسته می‌شود که مشتمل بر سه عنصر درهم‌تنیده اقتصاد، جامعه، و محیط‌زیست است. هر سه اینها با هم، برآیند سه‌گانه (Triple

Bottom Line) را تشکیل می‌دهند (جورین و دیگران، ۲۰۱۰: ۲۰). این اصطلاح را ال‌کینگتون در سال ۱۹۹۴ وضع کرد و آن را به عنوان چارچوبی برای تشویق و ترویج دغدغه‌های بنیادین درباره پایداری در نظر گرفت (لی و چوان، ۲۰۱۲: ۶۷). با این وجود، در بسیاری از نقاط جهان جزء چهارم، یعنی فرهنگ نیز به عوامل فوق افزوده شده است. این بسته چهارتایی، نشان می‌دهد که چگونه هر چهار مؤلفه در تصمیم‌گیری پایدار به صورت برابر در نظر گرفته می‌شوند و حاکی از این واقعیت است که زندگی باکیفیت، چیزی فراتر از صرف استاندارد بالای زندگی (Standard of Living) خواهد بود؛ مقیاسی که تنها بر سلامت اقتصادی جوامع تکیه و تأکید دارد (جورین و دیگران، ۲۰۱۰: ۲۱-۲۰).



تصویر شماره یک- بسته چهارتایی، به نقل از کتاب ارتباطات زیست‌محیطی، جورین و دیگران، صفحه ۲۰ به طور کلی، نکات منفی، اکنون بر نکات مثبت تفوق دارند. مطالعات حوزه رفاه و بهزیستی نشان می‌دهند که علی‌رغم افزایش سه‌برابری استاندارد زندگی از سال ۱۹۵۷ در جهان، مردم این سیاره هنوز احساس نمی‌کنند که زندگی‌شان بهتر شده است (بلک‌بورن، ۲۰۰۷ به نقل از جورین و دیگران، ۲۰۱۰: ۲۱). این موضوع، رابطه عمیقی با چگونگی تلقی افراد جامعه از ایده‌هایی دارد که در علوم اجتماعی ذیل مفاهیمی مانند توسعه، پایداری، رشد، پیشرفت، و کیفیت زندگی، تعریف شده‌اند. بنابراین، ضمن در نظر داشتن تعاریف پیشین، در این مقاله مراد ما از توسعه پایدار، زیستن بهتر و کیفیتی بهبودیافته از زندگی است (جورین و دیگران، ۲۰۱۰: ۲۲).

همچنانکه در برآیند سه‌گانه و بسته چهارتایی نشان داده شد، یک جامعه سالم کامیاب، وابسته به محیط‌زیستی سالم است که غذا و منابع کافی، آب آشامیدنی سالم و هوایی تمیز برای شهروندان خود فراهم کند. این مفاد، با کیفیت زندگی و رشد مطلوب اقتصادی در هم تنیده شده‌اند. بر این اساس، اگر از پارادایم پایداری برای درک رفاه و کیفیت زندگی به

عنوان هدف خود استفاده کنیم، آنگاه خواهیم دید که عوامل زیست‌محیطی و اجتماعی - فرهنگی نمی‌توانند پیامدهای ناگوار پارادایم‌های توسعه اقتصادی کنونی را بپذیرند (جورین و دیگران، ۲۰۱۰: ۲۲). پارادایم‌هایی که با ترجیح فرایند تصمیم‌گیری از بالا به پایین، محکوم به تک‌بعدی بودن و عامل مسلط‌انگاری بوده و از نظر بسیاری، در انتقال تغییر به کشورها و مناطق در حال توسعه شکست خورده‌اند (مک‌فیل، ۲۰۰۹: ۳).

در مقابل، پایداری، پارادایمی برای اندیشیدن درباره یک آینده مطلوب را پیشنهاد می‌کند که در آن ملاحظات زیست‌محیطی، اجتماعی-فرهنگی و اقتصادی در تعقیب توسعه و کیفیت زندگی بهبود یافته، متوازن شده‌اند (جورین و دیگران، ۲۰۱۰: ۲۲). در این پارادایم، تمرکز بر اعمال و امور سیاسی با نگاه اجتماعی و فرهنگی است. در این معنا، اهمیت و ایفای نقش رسانه‌ها به عنوان مروجان دموکراسی، بهبوددهندگان کیفیت و سطح رضایت از زندگی و ارتقادهندگان مطالبات و رفتارهای مراقبت‌محور زیست‌محیطی، بیش از پیش آشکار شده است (مک‌فیل، ۲۰۰۹: ۳). در واقع، توسعه پایدار نمی‌تواند تنها بر مبنای دستکاری رفتاری محقق شود؛ بلکه وابسته به چشم‌انداز مشترکی است که به جامعه مدنی کمک می‌کند مهارت‌های مناسب برای مدیریت محیط‌زیست خود را به دست آورد (سازمان همکاری اقتصادی و توسعه، ۱۹۹۹: ۸).

همچنانکه تهرانیان اشاره کرده است، آنچه که در پس تاریخ مفهوم توسعه روی داده، بر نظریه‌های ارتباطات توسعه نیز مؤثر بوده و محور تأکید را از توسعه مادی به توسعه انسانی، از مفاهیم پندارگرایانه یا مادی‌گرایانه توسعه به وابستگی متقابل، از تمرکز داخلی یا خارجی به تأثیر متقابل میان عوامل داخلی و خارجی در روند توسعه، از نیاز برای انتقال فناوری به نیاز برای جهش‌های فناورانه و بالأخره، از مرکزیت رسانه‌های جمعی به اهمیت شبکه‌های ارتباطی میان‌فردی و جایگزین، تغییر داده است (تهرانیان به نقل از فرقانی، ۱۳۸۰: ۵۱).

به این ترتیب، در بیش از شش دهه گذشته، ابتکار عمل‌های بسیاری در نظریه، پژوهش، کمک‌های خارجی و پارادایم‌ها و راهبردهای مرتبط با ارتباطات توسعه صورت گرفته است. در این بستر، ارتباطات توسعه فرایند مداخله نظام‌مند یا راهبردی است که به واسطه رسانه‌ها و آموزش، به منظور ایجاد تغییر مثبت اجتماعی صورت می‌پذیرد. این تغییر می‌تواند فردی، اجتماعی، معنوی، اقتصادی، فرهنگی یا سیاسی باشد (مک‌فیل، ۲۰۰۹: ۳). در واقع، چالشی که می‌تواند نگرانی‌هایی را نسبت به آینده جوامع برانگیزد، درباره ایجاد و توسعه راهبردهای مؤثر ارتباطاتی در جهت توسعه پایدارتر جامعه است که توان غلبه بر

موانع شناختی موجود و مؤثر اجتماعی را داشته باشد. اما پیش‌نیاز ضروری این توسعه پایدار در درازمدت، برخورداری از سطح بالایی از دغدغه و توجه زیست‌محیطی در میان دولتمردان و عموم است. پیش‌شرطی که خود، وابسته به میزان و کیفیت اطلاع‌مندی از مشکلات زیست‌محیطی مخابره شده توسط رسانه‌های جمعی است (بونفادلی، ۲۰۱۰: ۲۷۵). با در نظر داشتن چنین تعریفی از ارتباطات توسعه، به مفهوم ارتباطات زیست‌محیطی می‌پردازیم.

۳. ارتباطات زیست‌محیطی

۱.۳ تعریف

ارتباطات زیست‌محیطی حوزه‌ای است که به موضوعات، دغدغه‌ها و البته، نگرانی‌های گسترده‌ای می‌پردازد. همین گستردگی سبب می‌شود که حوزه ارتباطات زیست‌محیطی در نگاه اول بسیار سردرگم‌کننده و ارائه تعریفی از آن دشوار جلوه کند. اگر ارتباطات زیست‌محیطی را به سادگی «سخن گفتن» درباره طبیعت تعریف کنیم، یا آن را انتقال اطلاعات درباره جهان گسترده موضوعات زیست‌محیطی بدانیم - خواه این موضوع گرم شدن زمین باشد یا زیست‌گاه یوزپلنگ ایرانی - تعریف ما به اندازه تنوع موضوعات مورد بحث مان متکثر خواهد بود. به همین دلیل دانشگاهیان تاکنون نتوانسته‌اند تعریفی یکپارچه از ارتباطات زیست‌محیطی ارائه دهند (کوکس، ۲۰۱۰: ۲۰). استیو دپوئه، سردبیر ارتباطات زیست‌محیطی: مجله طبیعت و فرهنگ، در ۱۹۹۷ این حوزه را به عنوان مطالعه «رابطه میان سخن و تجربه ما از محیط طبیعی اطرافمان» تعریف کرده است (ص. ۳۳۸ به نقل از کوکس، ۲۰۱۰: ۱۶). اما دپوئه دقیقاً هشدار داده که ارتباطات زیست‌محیطی چیزی بیش از «سخن گفتن» صرف درباره محیط زیست است و البته، پژوهشگران باید دقت کنند که «در دام تعاریف گرفتار نشوند» (دپوئه، ۲۰۰۷ به نقل از جورین و دیگران، ۲۰۱۰: ۱۴). دشواری دیگر در ارائه تعریفی از ارتباطات زیست‌محیطی، مربوط به این است که هر دو بخش تشکیل‌دهنده این عبارت، اصطلاحاتی عریض و طویل و چندوجهی هستند؛ به طوری که می‌توان آنها را سازهایی نامید که از دلالت‌های ضمنی و مفاهیم چندگانه ساخته شده‌اند. بنابراین، سهل است تصور اینکه به سادگی به دام این‌همانی‌های مکرر گرفتار شویم (جورین و دیگران، ۲۰۱۰: ۱۳).

با چنین ملاحظه‌ای، در این گفتار، تعاریف موجود از ارتباطات زیست‌محیطی را در قالب سه دسته‌بندی کلی ارائه کرده‌ایم تا بتوانیم نظمی در بیان و صورت‌بندی آنها برقرار نماییم:

۲.۳ تعریف بر اساس مدل کنش نمادین

یکی از تعاریفی که به گستردگی مورد استفاده پژوهشگران این حوزه قرار گرفته، تعریف مورد نظر کوکس است که با تکیه بر مدل کنش نمادین ارائه شده است. او نقش‌های متمایز زبان، هنر، عکس، اعتراضات خیابانی و حتی گزارش‌های علمی را به عنوان شکل‌های «کنش نمادین» در نظر می‌گیرد. مدل کنش نمادین، برخلاف مدل‌های ارتباطاتی مانند شانون-ویور (۱۹۴۹)، این اصل را پیش‌فرض قرار می‌دهد که زبان و نمادها، کاری بیش از انتقال ساده اطلاعات انجام می‌دهند: «آنها علاوه بر اینکه چیزی می‌گویند، کاری انجام می‌دهند؛ به شکل فعالانه‌ای درک ما را شکل داده، به خلق معنا می‌پردازند و ما را به دنیای وسیع‌تری رهنمون می‌شوند». به این ترتیب، کوکس ارتباطات زیست‌محیطی را «حاملی عملگرایانه و برسازنده برای حاصل کردن فهمی از محیط‌زیست و رابطه‌مان با دنیای طبیعت» معرفی می‌کند. در واقع ارتباطات زیست‌محیطی «واسطه‌ای نمادین است که از آن برای ساخت مشکلات زیست‌محیطی و مذاکره درباره پاسخ‌های متفاوت جامعه به آنها استفاده می‌کنیم» (کوکس، ۲۰۱۰: ۲۰). در این تعریف، مقصود از ساخت مشکلات زیست‌محیطی مسأله‌مند کردن جامعه و افکار عمومی نسبت به این مشکلات و ایجاد بستری است که آنها را به عنوان «مسأله» تلقی کنند. ارتباطات زیست‌محیطی به عنوان حوزه دانشی و پژوهشی نیز ابزاری برای «مطالعه راه‌های ارتباط درباره محیط‌زیست، اثرات این ارتباطات بر ادراک ما، هم از محیط‌زیست و هم از خودمان، و بنابراین اثرات آن بر رابطه ما با دنیای طبیعت» به دست می‌دهد (کوکس، ۲۰۱۰: ۹).

با در نظر گرفتن این تعریف، ارتباطات زیست‌محیطی دو کارکرد مجزا ایفا می‌کند (کوکس، ۲۰۱۰: ۲۱-۲۰):

۱. در کارکرد عملگرایانه ارتباطات زیست‌محیطی به آموزش می‌پردازد، ما را هوشیار می‌سازد، به ما هشدار می‌دهد، ما را متقاعد می‌کند، قدرت بسیج‌کنندگی دارد و به ما برای حل مشکلات زیست‌محیطی یاری می‌رساند. این درک ابزاری از ارتباطات، آن را به عنوان

حاملی برای حل مشکلات معرفی می کند و اغلب بخشی از کارزارهای آموزش و آگاه سازی عموم است.

۲. کارکرد دوم ارتباطات زیست محیطی در برساننده بودن آن نهفته است. بدین معنا که به ساخت یا شکل دهی بازنمایی های طبیعت و مشکلات زیست محیطی کمک می کند. بنابراین، اینکه منابع طبیعی را صرفاً مایملکی برای بهره برداری، غلبه و تسخیر نوع بشر بدانیم یا نظام های ضروری حمایت از بقای زندگی، که باید گرامی داشته شده و مورد حمایت قرار گیرند، وابسته به بازنمایی هایی است که رسانه ها از محیط زیست، طبیعت و رابطه انسان با آنها ارائه می دهند. ارتباطات به عنوان «برساننده» با انتقال ارزش های خاص، بر این نکته نیز تأکید می ورزد که موضوعات مشخصی را به عنوان «مشکل» شناسایی و تعریف کنیم.

نهایتاً، ترکیب این دو ویژگی ارتباطات زیست محیطی، یعنی شکل دهی فعالانه به ادراک ما و پراگماتیک بودن آن، عموم را به سوی آموزش های زیست محیطی هدایت و از آنها برای کنشگری به منظور حل این مشکلات دعوت و پشتیبانی می کند (کوکس، ۲۰۱۰: ۲۴).

۳.۳ تعریف بر اساس مفهوم حوزه عمومی

مهم ترین تعریفی که در این زیرمجموعه قرار می گیرد، از سوی شبکه ارتباطات زیست محیطی (Environmental Communication Network) ارائه شده است. این شبکه، که توسط کالج علوم زیست محیطی و جنگل داری دانشگاه نیویورک ایجاد شده، اجتماعی مجازی از کسانی است که خود را ارتباط گران زیست محیطی معرفی می کنند:

ارتباطات زیست محیطی شامل همه شکل های متنوع بین فردی، گروهی، عمومی، سازمانی و رسانه های ارتباطی است که بحث عمومی درباره مسائل و مشکلات زیست محیطی و ارتباط ما با طبیعت غیرانسانی را تشکیل می دهند (میزنر، ۲۰۱۳).

بحث حوزه عمومی برای بسیاری از پژوهشگران این حوزه نقش محوری دارد. کوکس نیز معتقد است که یکی از نتایج ترکیب دو ویژگی مد نظر او، که پیشتر بدان پرداختیم، ایفای نقش حوزه عمومی به عنوان فضایی گفتمانی برای ارتباطات درباره محیط زیست است که جریان این حوزه را جهت می دهد (کوکس، ۲۰۱۰: ۲۴).

۴.۳ تعریف بر اساس پرکتیس ارتباطی

کمیسیون ارتباطات زیست‌محیطی انجمن بین‌المللی ارتباطات (NCA) این حوزه نوظهور را چنین معرفی کرده است: «ارتباطات زیست‌محیطی مطالعه ارتباط میان پرکتیس‌های ارتباطاتی و امور زیست‌محیطی است» (هانسن، ۲۰۱۱: ۸-۹). این پرکتیس‌های ارتباطی در دو دسته میان‌فردی و جمعی قابل بحث هستند:

۱.۴.۳ ارتباط میان‌فردی

در معنای میان‌فردی، هر کسی که بر روی زمین پیام‌هایی درباره این خانه ساخته، دریافت و تبادل می‌کند، ارتباط‌گر زیست‌محیطی است و در این فرایند سهمی دارد. اگرچه در نظر گرفتن چنین تعریف بسیطی از ارتباطات زیست‌محیطی فاقد ارزش پژوهش علمی است، اما به جهت تأکید بر لزوم گسترش آموزش زیست‌محیطی، مفید و کاربردی خواهد بود: از آنجا که ارتباطات فرایندی مبتنی بر مهارت است، می‌توانیم بیاموزیم که توانایی‌های خود را گسترش دهیم تا نقشی که دائماً بدان اشتغال داریم را بهتر و مؤثرتر، و با معانی گسترده‌تر و عمیق‌تری ایفا نماییم (جورین و دیگران، ۲۰۱۰: ۳). از سوی دیگر، روشی که ما با دیگری درباره محیط‌زیست ارتباط برقرار می‌کنیم، قویاً چگونگی ادراک هر دوی ما از محیط‌زیست و خودمان را متأثر کرده و بنابراین، چگونگی تعریف ما از رابطه‌مان با دنیای طبیعت را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد (کوکس، ۲۰۱۰: ۱).

۲.۴.۳ ارتباط جمعی

رسانه‌های ارتباطی، ادراکات، فهم‌ها، هراس‌ها و دغدغه‌های ما نسبت به طبیعت را شکل می‌دهند (میشائل، ۱۹۹۹: ۶۷). بنابراین، باورها و دانش ما درباره محیط‌زیست و شیوه‌ای که به آن معنا می‌بخشیم، آن را می‌نگریم، درک می‌کنیم، به آن ارزش می‌بخشیم و با آن مرتبط می‌شویم، چه به عنوان افراد و چه به عنوان فرهنگ‌ها و جوامع، به واسطه رسانه‌ها فراهم و در واقع، برساخته می‌شود. از این رو، رسانه‌های ارتباط جمعی در ساخت و برساخت آگاهی ما از مسائل زیست‌محیطی و میزان حساسیت‌مان نسبت به آنها نقشی محوری دارند و چگونگی واکنش‌های ما نسبت به این مسائل و شیوه‌های حل و فصل‌شان را تعیین می‌کنند (هانسن، ۲۰۱۱: ۹). افزون بر این، رسانه‌ها نقش ویژه‌ای در فعال کردن فرایندهای ادراک، مانند درک خطر و آگاهی زیست‌محیطی نسبت به آن ایفا می‌کنند که این دو، خود، تعیین‌کننده رفتار زیست‌محیطی افراد و جوامع هستند (آرتل و دیگران، ۲۰۱۱: ۴۸).

به این ترتیب، چگونگی مخابره اخبار زیست محیطی و بازنمایی این اخبار، درک عمومی و سیاسی از آنها را شکل می دهد و پاسخ ها و کنش های متناسب را برمی انگیزد. تمامی این عوامل، حاکی از اهمیت این موضوع است که محیط زیست و مسائل زیست محیطی چگونه ساخته می شوند و چگونه توسط اشکال مختلف رسانه ای و پرکتیس های ارتباطی، در میان بازیگران مختلف اجتماعی و سیاسی، مورد مجادله قرار می گیرند (هانسن و دوایل، ۲۰۱۱: ۶). در واقع، رسانه مسائل زیست محیطی را به تصمیم گیران و نیز به عموم عرضه می کند و از خلال کیفیت هایی که در این عرضه خلق و تقویت می شوند، قادر به اثرگذاری بر تصمیم گیری های روزانه یک یک ما به عنوان شهروندان و تصمیم گیری های کلان محلی و ملی است که زندگی آینده جامعه مان را شکل و جهت می دهند.

۵.۳ تعریف کاربردی و مدیریتی

تعریف دیگری که از ارتباطات زیست محیطی ارائه شده، آن را «کاربردی برنامه ریزی شده و راهبردی از فرایندهای ارتباطی و تولیدات رسانه ای» می داند که با هدف «حمایت از سیاست گذاری مؤثر، مشارکت عمومی و انجام پروژه برای رسیدن به پایداری زیست محیطی» طراحی می شود. به این ترتیب، اگر ارتباطات زیست محیطی در یک راهبرد کلان و منسجم ارتباطی گنجانده شود، استفاده کارآمد از روش ها، ابزارها و فناوری هایی را به دنبال دارد که در ارتباطات توسعه، آموزش بزرگسالان، بازاریابی اجتماعی، توسعه کشاورزی، روابط عمومی، آموزش غیررسمی و دیگر شاخه ها به خوبی تثبیت شده اند (سازمان همکاری اقتصادی و توسعه، ۱۹۹۹: ۶).

از این منظر، ارتباطات زیست محیطی به عنوان یک ابزار مدیریتی، نیروی تولید شده توسط مدیران پروژه ها و مردم مرتبط با این کنش را جابجا و حلقه مفقوده میان مسأله زیست محیطی و فرایندهای مرتبط اجتماعی-سیاسی، سیاست گذاری و مشارکت اجتماعی را پیدا می کند. ارتباطات زیست محیطی همچنین می تواند به عنوان پلی میان دانش سخت چگونگی انجام کارها و تغییر رفتاری نرم مبتنی بر عمل در نظر گرفته شود. بنابراین، اینکه سیاست گذاران یا برنامه ریزان بفهمند که کنشگران در مراحل مختلفی درگیرند و هر کنشگر، ادراک، منافع، علایق و دستورکارهای پنهانی متفاوت از دیگری دارد، بسیار ضروری است (سازمان همکاری اقتصادی و توسعه، ۱۹۹۹: ۶).

۶.۳ تعریف ترکیبی و جمع‌بندی

در میان همه تعاریف ارائه شده از ارتباطات زیست‌محیطی، به نظر می‌رسد تعریف ذیل به جهت آنکه همزمان آن را یک کنش نمادین عملگرا و برسازنده و یک ابزار مدیریتی در سطح سیاست‌گذاری کلان رسانه‌ای تلقی می‌کند، تعریف گویاتری است:

ارتباطات زیست‌محیطی زایش و تبادل نظام‌مند پیام‌های انسانی، در، از، برای و درباره جهان پیرامون و تعامل‌های ما با آن است (جوین و دیگران، ۲۰۱۰: ۱۵).

۴. تاریخچه و نقاط عطف تاریخی

بسیار پیشتر از اینکه در دایرةالمعارف بین‌المللی ارتباطات یا یکی‌پدیا مدخلی برای ارتباطات زیست‌محیطی وجود داشته باشد، این شکل از ارتباطات در بخش‌های مختلف جهان جریان داشته است. بر اساس تعریفی که پیشتر ارائه کردیم و در معنای عام کلمه، ارتباطات زیست‌محیطی عمری به درازای تعامل بشر با و درباره طبیعت پیرامونش دارد. اما همچنانکه با تنوعی از تعاریف برای این دانش مواجه بودیم، در پهنای ادبیات آکادمیک نیز نقاط تاریخی گوناگونی به عنوان واقعه آغازین ارتباطات زیست‌محیطی در نظر گرفته شده‌اند.

طبیعت، از دیرباز موضوعی متداول در ادبیات و داستان‌پردازی در بسیاری از فرهنگ‌ها بوده است. ادبیات و شکل‌های گوناگون هنر، اغلب از خلال تصویرپردازی و توصیف شگفتی‌ها، مخاطبان را به ستایش زیبایی و تناسب طبیعت (یا در برخی موارد ترس از آن) وامی‌داشته‌اند و همچنان این کارکردها را ایفا می‌کنند. البته، در برخی موارد، توصیف طبیعت حاملی برای آموزش ارزش‌های اجتماعی-اخلاقی و اصول و قواعد بوم‌شناسانه بوده و می‌تواند برای هوشیارسازی مردم نسبت به مسائل زیست‌محیطی به کار رود. اما این قابلیت به‌ندرت به عنوان شیوه‌ای قصدمند توسط ارتباط‌گران به کار گرفته شده است (گریفین و دانوودی، ۲۰۰۸، ۱۵۵۷).

در این زمینه، اثر کلاسیک ریچل کارسون یک نقطه‌عطف به شمار می‌آید. انتشار «بهار خاموش» در سال ۱۹۶۲ به‌اندازه‌ای مهم است که معمولاً به عنوان نقطه آغاز جنبش محیط‌زیست‌گرایی قلمداد می‌شود (مویر و ویندال، ۱۹۹۶: ۲۹)؛ اثری محبوب و جنجالی که اثرات جانبی و زیان‌بار آفت‌کش‌ها بر سلامت مردم را نشان داد و به این ترتیب موجب

جلب توجه افکار عمومی و نهایتاً تغییر سیاست‌های عمده شد و به این واسطه اعتباری فزاینده یافت (گریفین و دانوودی، ۲۰۰۸، ۱۵۵۷). کارسون در این کتاب، که به بیش از ۳۲ زبان ترجمه شد و حدود دو سال در فهرست پرفروش‌های نیویورک تایمز باقی ماند، نرخ افزایش یافته سرطان در میان آمریکایی‌ها را مستند کرد و درباره نابودی پرندگان و انواع دیگر موجودات در اثر سوء مصرف مواد شیمیایی هشدار داد. کارسون خود در سال ۱۹۶۴ در اثر ابتلا به سرطان جان باخت (مویر و ویندال، ۱۹۹۶: ۲۹). بهار خاموش، که حکم تأییدی بر اهمیت رسانه‌های ارتباطی و قدرت کلمات در شکل‌دهی به افکار عمومی درباره محیط‌زیست بود، توانست افکار عمومی آمریکا را تحت تأثیر قرار دهد و از خطرات زیست‌محیطی آگاه نماید (پلیزنت و دیگران، ۲۰۰۲: ۱۹۷؛ مویر و ویندال، ۱۹۹۶: ۲۹ و ۳۰).

مسافران دریافتند که سوزش چشم آنها به خاطر رانندگی در مه‌دود است؛ مادران دانستند که د.د.ت در شیر آنها وجود دارد و آرسنیک و سرب ناشی از کارخانه‌های ذوب و بنزین سرب‌دار در بدن کودکان‌شان انباشته می‌شود؛ طبورداران دریافتند که چرا پوسته تخم‌مرغ‌ها به‌سادگی می‌شکند؛ ماهی‌گیران دیدند که گروه‌های ماهیان قزل‌آلا به قهوه‌ای می‌گریند و بسیاری از مردم شاهد این فاجعه بودند که شکارچیان نهنگ‌ها دو گونه این جانوران را به انقراض کشانده‌اند.

اما برخی دیگر، مانند جورین و همکارانش، سال ۱۹۶۹ را هنگام دقیق تولد «ارتباطات زیست‌محیطی» به عنوان یک برجسب علمی اعلام کرده‌اند؛ زمانی که شوئن‌فلد در اولین شماره مجله آموزش زیست‌محیطی، در مقاله‌ای با عنوان «چه چیزهای جدیدی درباره آموزش زیست‌محیطی وجود دارد؟»، آن را به عنوان ارتباطاتی معرفی کرد که هدف آن «تولید نوعی شهروندی است که دغدغه‌مندی آگاهانه درباره محیط‌زیست و مشکلات مرتبط با آن ایجاد و به ما در یافتن راه‌حل کمک می‌کند». در این معنا، آموزش و ارتباطات زیست‌محیطی به عنوان قرینه، دو سویه یک امر نگرینسته می‌شدند (جورین و دیگران، ۲۰۱۰: ۵).

با این حال، کوکس مطالعه اوراوک (۱۹۸۱) درباره تلاش‌های مویر برای محافظت از دره یوسیست کالیفرنیا را به عنوان آغاز دانشی می‌داند که بعدها تبدیل به «ارتباطات زیست‌محیطی» شد (کوکس، ۲۰۱۰: ۱۵). تاریخچه مختصر ارتباطات زیست‌محیطی که در جدول زیر خلاصه و ارائه شده است:

۱۵۸ رسانه و محیط‌زیست؛ مقدمه‌ای بر ارتباطات زیست‌محیطی

۱۹۴۹	کتاب آلدو لئوپولد درباره رابطه مسئولانه انسان با محیط‌زیست توسط پسرش ویرایش شد و به چاپ رسید.
۱۹۵۷	کتاب «تفسیر میراث ما» نوشته فریمن تیلدن به چاپ رسید.
۱۹۵۸	شماره اول مجله محیط‌زیست توسط مؤسسه علمی اطلاعات عمومی منتشر شد.
۱۹۶۲	بهار خاموش نوشته ریچل کارسون منتشر شد.
۱۹۶۸	عکس‌های زمین از فضا که از نزدیک و توسط فضانوردان آپولوی هشت گرفته شده بود، بیندگانی را که سیاره‌ای کوچک و محدود را در برابر خلاء می‌دیدند، حیرت‌زده کرد. به این ترتیب استعاره «سفینه فضایی زمین» متولد شد.
۱۹۶۹	شوئن‌فلد اصطلاح «ارتباطات زیست‌محیطی» را در شماره اول مجله آموزش زیست‌محیطی به کار برد. او مدیر بخش حیات‌وحش و گزارشگر روزنامه در این حوزه بود که بعدها استاد دانشگاه شد. این مجله تا به امروز فعالیت خود را ادامه داده است (جوهرین و دیگران، ۲۰۱۰: ۶). از نظر بسیاری، این سال نقطه عطف بسیار مهمی است.
دهه ۱۹۷۰	در این دهه محیط‌زیست و بوم‌شناسی رفته‌رفته مهمتر شده و در رسانه‌ها و حوزه عمومی بسیاری از کشورهای توسعه یافته غربی جایگاهی ویژه یافتند (بونفادلی، ۲۰۱۰: ۲۷۵).
۱۹۷۰	در پی امضای سند ملی سیاست عملی زیست‌محیطی، برای نخستین‌بار «روز زمین» گرامی داشته شد. از این زمان، جنبش زیست‌محیطی امریکا از حمایتی عمومی برخوردار گشت که درصدد تصویب قوانین سخت‌گیرانه‌تری برای مراقبت از هوا، آب و منابع طبیعی این کشور بود (فیل‌بریک، ۱۹۹۵: ۱۷ به نقل از پیپلز، ۲۰۰۵: ۱).
۱۹۷۱	منابع طبیعی و روابط عمومی‌ها توسط داگلاس گیلبرت منتشر شد.
۱۹۷۲	برنامه زیست‌محیطی ملل متحد (United Nations Environment Programme) تأسیس شد.
۱۹۷۳	مقاله «رسانه‌های جمعی و ارتباط انسان با محیط‌زیست خود» نوشته گرهارت وایبی در فصلنامه روزنامه‌نگاری به چاپ رسید.
۱۹۷۴	موج اول نشریات دوره‌ای زیست‌محیطی در این سال به ۲۰۹ عنوان رسید؛ درحالی‌که مجلات منتشر شده در ۱۹۶۹ تنها ۳۱ عنوان بود (جوهرین و دیگران، ۲۰۱۰: ۱۲).
اوایل دهه ۱۹۸۰	گفتمان جنبش زیست‌محیطی با نشان زمین، نماد بازیافت و شعار حفاظت از طبیعت، قاطعانه در خودآگاه و وجدان بسیاری از آمریکایی‌ها گنجانده شد (پیپلز، ۲۰۰۵: ۱). در همین زمان، گسترش حوزه‌های پژوهشی مرتبط با ارتباطات زیست‌محیطی آغاز شد و نقش علم، رسانه و صنعت را در پاسخ به تهدیدات سلامت و ایمنی بشری، به چالش کشید. مطالعات اولیه، مسائلی مانند استفاده صنعت از روابط عمومی و مجلات پرتیراژ برای ساخت ایماژی «زیست‌محیطی» را مورد تحقیق قرار دادند (کوکس، ۲۰۱۰: ۱۵).
۱۹۸۱	انتشار مقاله: جان مویر، یسمیت و پاسخ متعالی، مطالعه موردی رتوریک حفاظت» توسط کریستین

	اوراوک در فصلنامه سخن، تحلیل رتوریک را وارد ارتباطات زیست‌محیطی کرد. تا این زمان، مدیریت منابع طبیعی و مطالعات رسانه به عنوان منابع مسلط آموزش به خدمت گرفته می‌شدند.
۱۹۸۷	گزارش برونتلند تحت عنوان آینده مشترک ما توسط کمیسیون توسعه و محیط‌زیست سازمان ملل متحد به چاپ رسید.
۱۹۸۸	گزارشگری محیط‌زیست؛ کتاب راهنمای روزنامه‌نگاران نوشته شارون و فرایدمن منتشر شد.
۱۹۸۹	انجمن رسانه‌های زیست‌محیطی تأسیس شد که از افراد مشهور حوزه سرگرمی برای افزایش آگاهی زیست‌محیطی استفاده می‌کرد (جورین و دیگران، ۲۰۱۰: ۶).
۱۹۹۰	جامعه روزنامه‌نگاران زیست‌محیطی توسط گزارشگران امریکای شمالی تأسیس شد. در این دهه، کنفرانس دوسالانه ارتباطات و محیط‌زیست شروع به جذب پژوهشگران طیفی از رشته‌های دانشگاهی در امریکا و دیگر کشورها کرد (کوکس، ۲۰۱۰: ۱۵).
۱۹۹۱	اولین کنفرانس علمی ارتباطات و محیط‌زیست برگزار شد. (نام اولیه آن کنفرانس گفت‌وگوهای حمایت زیست‌محیطی بود) این کنفرانس که توسط اوراوک پایه‌گذاری شد، هنوز هم به صورت دوسالانه برگزار می‌شود و از پژوهشگران دعوت می‌کند تا دانش جدید خود را با یکدیگر به اشتراک گذارند (سینکا، ۲۰۰۶: viii).
۱۹۹۲	اجلاس سران ریو (کنفرانس ملل متحد درباره محیط‌زیست و توسعه) توجه جامعه جهانی را به ناپودی محیط‌زیست جلب و نگاه‌ها را به سوی نشانه‌ها، دلایل و راه‌حل‌های آن جلب کرد (لی، ۲۰۰۸: ۱۴۸).
۱۹۹۳	کنفرانس ارتباطات و محیط‌زیست توسط گروهی از پژوهشگران علاقه‌مند برگزار شد و حاصل آن تشکیل کمیسیون ارتباطات زیست‌محیطی در انجمن بین‌المللی ارتباطات بود (پلیزنت و دیگران، ۲۰۰۲: ۱۹۸). فدراسیون بین‌المللی روزنامه‌نگاران زیست‌محیطی توسط گزارشگران اروپایی بنا نهاده شد. شمار مجلات دوره‌ای زیست‌محیطی به بیش از ۵۰۰ عنوان رسید (جورین و دیگران، ۲۰۱۰: ۱۲).
۱۹۹۴	مجله الکترونیکی سبز روی اینترنت بارگذاری شد که یکی از نخستین مجلات آنلاین و دسترسی باز است.
۱۹۹۵	شبکه اخبار زیست‌محیطی به عنوان یک سرویس خبری آنلاین بارگذاری شد.
۱۹۹۷	پروتکل کیوتو به تصویب رسید.
۲۰۰۱	آموزش و ارتباطات زیست‌محیطی کاربردی آغاز به کار کرد.
۲۰۰۴	کتاب سال ارتباطات زیست‌محیطی منتشر شد و سه شماره ادامه پیدا کرد.
۲۰۰۷	ارتباطات زیست‌محیطی: مجله طبیعت و فرهنگ آغاز به کار کرد که به شکل کتاب سال ولی سه بار در سال منتشر می‌شود. مجله بین‌المللی ارتباطات و توسعه پایدار تأسیس شد. در نتیجه این گسترش‌ها، پژوهشگران تحقیقات خود را به موضوعات، رسانه‌ها و شکل‌های غیرسستی

ارتباطات زیست‌محیطی گسترش دادند (کوکس، ۲۰۱۰: ۱۶).	
کنفرانس Communicate Now! با تمرکز بر ارتباطات زیست‌محیطی در انگلستان برگزار شد.	۲۰۰۸
کنفرانس رسانه‌ها و محیط‌زیست در پیچیدگی و اضطراب در کشور پرتغال برگزار شد.	۲۰۰۹
کنفرانس ارتباطات و محیط‌زیست (در ادامه کنفرانس‌های دوسالانه) در تگزاس امریکا برگزار شد.	۲۰۱۱
کنفرانس ارتباطات و محیط‌زیست (در ادامه کنفرانس‌های دوسالانه) در سوئد برگزار شد.	۲۰۱۳

جدول شماره یک- تاریخچه مختصر ارتباطات زیست‌محیطی

۵. موضوعات پژوهشی

همچنانکه پیشتر نیز اشاره شد، گستردگی موضوعاتی که انتظار می‌رود ارتباطات زیست‌محیطی بدانها بپردازد، وسعتی فزاینده دارند. این مسئله، هم بر دشواری پژوهش در این حوزه می‌افزاید و هم انتظارات اخلاقی و هنجاری از آن را افزایش می‌دهد. ارتباطات زیست‌محیطی، همچنین می‌تواند شکل‌های مختلفی به خود بگیرد و از مجرایهای ارتباطی متنوعی صورت پذیرد. بنابراین، عالمان ارتباطات از گرایش‌های متنوع ممکن است ارتباطات زیست‌محیطی را به آسانی قابل تطبیق بر علایق خود در رسانه‌های مختلف بیابند. به طور کلی، «نرخ رشد پژوهش‌های ارتباطات زیست‌محیطی فوق‌العاده بوده است». این نتیجه‌ای است که پلیزنت و دیگران بر اساس مرور حدود ۹۶۳ مقاله منتشرشده درباره ارتباطات زیست‌محیطی در ژورنال‌های دانشگاهی (طی سال‌های ۱۹۴۵ تا ۲۰۰۰) بدان دست یافته‌اند (۲۰۰۲: ۲۰۱).

این سرعت پیشرفت باعث شده که مطالعات زیست‌محیطی به عنوان یکی از رشدیابنده‌ترین حوزه‌های مطالعه و پژوهش شناخته شوند. محیط‌زیست همچنین یکی از مهم‌ترین زمینه‌های اشتغال و استخدام در قرن بیست و یکم است (کوکس، ۲۰۱۰: ۱۴-۱۳). به این ترتیب، «محتوای علمی حاصل از پژوهش‌های ارتباطات زیست‌محیطی به بیش از ده برابر نرخ پایه پژوهش‌های علوم اجتماعی رسیده است» (جورین و دیگران، ۲۰۱۰: ۱۱).

موضوع پژوهش ارتباطات زیست‌محیطی و مطالعات مرتبط با آن، به طور عام، درباره این است که چگونه ارتباطات، یعنی کنش نمادین راهبردی که توسط مردم و سازمان‌ها به اشتراک گذاشته شده، هم فهم ما از دنیای فیزیکی و هم تعامل مان با آن را تحت تأثیر قرار می‌دهد (کانتربیل و اوراوک، ۱۹۹۶ به نقل از دپوئه و دیگران، ۲۰۰۴: ۴). از نظر کوکس، عمده پژوهش‌ها و پرکنیس‌های عمومی یا حرفه‌ای در زمینه ارتباطات زیست‌محیطی در یکی از هفت حوزه زیر می‌گنجد (۲۰۱۰: ۱۶):

۱.۵ رتوریک و گفتمان زیست محیطی

مطالعه رتوریکی محتوای تولیدشده توسط ارتباط‌گران و کارزارهای زیست محیطی از نخستین و پهن‌دامنه‌ترین مراکز توجه در این حوزه و به طور کلی دارای دو زیرمجموعه است:

۱-۱-۵- مطالعه حالات عملگرایانه اقناع که افراد و گروه‌ها از آنها برای ارتباط‌گری درباره محیط‌زیست و تأثیرگذاری بر نگرش‌ها و رفتارهای ما نسبت به آن استفاده می‌کنند. تلاش‌های عملگرایانه برای آموزش، هوشیارسازی، متقاعدسازی یا بسیج عمومی که بر منابع خود زبان استوار است نیز، توجه طیف گسترده‌ای از عالمان رتوریکی را به خود جلب کرده است. جذابیت‌های احساسی، استعاره‌ها، روایت‌ها و استدلال‌ها در ژانرهای رتوریکی از این دست هستند. اگرچه این دست جذابیت‌های رتوریکی ابعاد برساننده هم دارند، نمی‌توان انکار کرد که اهداف کارکردی این کاربردهای زبانی، دستیابی بدانها را تسهیل کرده است (کوکس، ۲۰۱۰: ۵۹).

۲-۱-۵- مطالعه رتوریک انتقادی یا ارتباطاتی درباره به پرسش یا چالش کشیدن گفتمان‌های مسلطی که رابطه میان طبیعت و جامعه را تعریف می‌کنند. این گفتمان‌ها، ارزش‌ها و پیش‌فرض‌های جامعه درباره طبیعت و روابط ما با محیط‌زیست را شکل می‌دهند. مطالعات رتوریک گروه‌های زیست محیطی افراطی، فلسفه‌های بوم‌شناختی عمیق (Deep Ecology) و اکوفینیسم نیز برخی از موضوعات مطالعات انتقادی رتوریکی را تشکیل می‌دهند (کوکس، ۲۰۱۰: ۱۶).

۲.۵ رسانه‌ها و روزنامه‌نگاری زیست محیطی

مطالعه رسانه‌های زیست محیطی بر شیوه‌هایی تمرکز می‌کند که رسانه‌ها، طبیعت و مشکلات زیست محیطی را به تصویر می‌کشند. مطالعه اثرات رسانه‌ها بر نگرش‌های عموم، موضوعات سنتی مانند برجسته‌سازی در رسانه‌های خبری، توانایی آنها در تأثیرگذاری بر دغدغه‌های ذهنی مخاطبان، قاب‌بندی رسانه‌ای و شیوه‌ای که داستان‌ها، خوانش و ادراک مخاطبان را هدایت می‌کنند، همگی در این حوزه قرار می‌گیرند (کوکس، ۲۰۱۰: ۱۷).

۳.۵ مشارکت عمومی در تصمیم‌گیری زیست محیطی

اگرچه در بسیاری موارد، موانعی برای مشارکت معنادار شهروندان در فرایند تصمیم‌گیری مؤثر درباره محیط زیست وجود دارد، اما مشارکت عمومی کیفیت و مشروعیت تصمیمات را افزایش داده و می‌تواند به نتایج و کیفیات زیست محیطی بهتری منجر شود. کار عالمان ارتباطات زیست محیطی در این حوزه شامل مطالعه راهبردهای رسانه‌ها برای برجسته‌سازی، تعریف شکل‌ها و برانگیختن راه‌حل‌ها و نیز ایجاد اعتماد و مشروعیت برای تصمیمات، مطالعه آرای شهروندان در برنامه‌های مدیریت منابع طبیعی، دسترسی عمومی به اطلاعات درباره منابع آلودگی در اجتماعات محلی و موانع شکل‌گیری عرصه عمومی است (کوکس، ۲۰۱۰: ۱۷؛ دیوئه و دیگران، ۲۰۰۴: ۴).

در این حوزه نیز ارتباطات زیست محیطی هم کارکرد ابزاری و هم برسازنده ایفا می‌کند. منظور از کارکرد ابزاری چگونگی مدیریت و مراقبت از فضاها و فیزیکی اطراف خود و تصمیم‌گیری‌های فردی است. کارکرد برسازنده نیز توجه ما را به «محیط زیست» نه به عنوان یک ابژه ساده مادی یا جایی بیرون از فرد، بلکه به مثابه ساختی نمادین جلب می‌کند که از خلال گفتمان خلق شده و سازمان یافته است (هرندل و برون، ۱۹۹۶). به نقل از کوکس، ۲۰۱۰؛ دیوئه و دیگران، ۲۰۰۴: ۴).

۴.۵ بازاریابی اجتماعی و کارزارهای حمایتی

این کارزارها که گاهی با عنوان بازاریابی اجتماعی نامیده می‌شوند، برای تغییر رفتار عمومی تلاش می‌کنند تا به هدفی زیست محیطی دست یابند. این مورد، شامل گستره‌ای از کارزارها است که عموم را برای محافظت از منطقه حیات وحش بسیج یا اهالی صنعت را به رعایت استانداردهای زیست محیطی دعوت و برای آنها اجبار اجتماعی ایجاد می‌کنند (کوکس، ۲۰۱۰: ۱۸).

۵.۵ همکاری زیست محیطی و حل تعارض

شکل‌های نارضایتی خصمانه عموم و تهدیدهای ناشی از آن منجر به این شده که کارگزاران روابط عمومی‌ها و پژوهشگران این حوزه برای کشف و پیشنهاد مدل‌های جایگزین حل و فصل مناقشات زیست محیطی تلاش‌هایی را سامان دهند. درگیر کردن هرچه بیشتر

ذی‌نفعان و الهام‌گیری از تجربه‌های موفق اجتماعات محلی از جمله این راه‌حل‌های جایگزین است (کوکس، ۲۰۱۰: ۱۸).

۶.۵ ارتباطات ریسک

توجه روزافزون به ریسک‌های موجود برای سلامت انسان منجر به این شده که در جنبش زیست‌محیطی نیز برخی به این مجرا به عنوان وسیله‌ای برای گسترش مباحث زیست‌محیطی بنگرند. به این واسطه، آنها در تلاشند تا هم کسانی را درگیر کنند که دغدغه اصلی‌شان سلامت انسانی است و هم به عنوان راهی برای مبارزه با نابودی سیاره از این موضوع استفاده کنند. اگرچه، در این جنبش کسانی هم هستند که با تأکید بر جنبه سلامتی مخالفند و به این ترتیب، محیط‌زیست‌گرایی را به سوی فلسفه‌ای انسان‌محور می‌چرخانند. با این وجود، ارتباطات درباره ریسک - چه نسبت به محیط‌زیست طبیعی و چه نسبت به سلامت انسانی - به عنوان یک موضوع مهم و کلیدی در ارتباطات زیست‌محیطی ظهور کرده و مورد تحقیق قرار گرفته است (گریفین و دانوودی، ۲۰۰۸، ۱۵۵۸). سازمان مدیریت بحران و دفاع مدنی (۲۰۰۰) ارتباطات ریسک را به عنوان «فرایند تعاملی تبادل اطلاعات و گزینه‌ها میان افراد، گروه‌ها و مؤسسات، شامل بحث از انواع و سطوح ریسک و میزان آن» تعریف کرده است (به نقل از لار و کوپرسترا، ۲۰۱۰: ۳۸۹۹). مطالعات ارتباطات ریسک شامل دو حوزه اصلی ارزیابی اثربخشی راهبردهای ارتباطاتی برای انتقال اطلاعات فنی درباره ریسک‌های سلامتی جمعیت‌های در معرض خطر و مطالعه تأثیر ادراکات فرهنگی از ریسک بر قضاوت عمومی از احتمال وقوع آن است (کوکس، ۲۰۱۰: ۱۸).

۷.۵ بازنمایی طبیعت در فرهنگ عامه و بازاریابی سبز

استفاده از ایماژهای طبیعت در موسیقی عامه‌پسند، برنامه‌های تلویزیونی، عکاسی و آگهی‌های تجاری چندان جدید یا شگفت‌انگیز نیست. آنچه که جدید است، به پرسش کشیدن این موضوع است که چگونه این دست ایماژها از طبیعت فرهنگ عامه را شکل یا نگرش‌های ما نسبت به طبیعت را تحت تأثیر قرار می‌دهند. پژوهشگران مطالعات فرهنگی و ارتباطات زیست‌محیطی به مطالعه راه‌هایی می‌پردازند که این ایماژها در رسانه‌های عامه‌پسند، نگرش‌های مسلط درباره بهره‌برداری از دنیای طبیعت را به جای کاهش مصرف و یا حفاظت از زمین‌های بکر تداوم می‌بخشند (کوکس، ۲۰۱۰: ۱۹).

به این ترتیب، موضوعات و دغدغه‌های اصلی «ارتباطات زیست‌محیطی»، در تقاطع «ارتباطات ریسک»، «ارتباطات بحران»، «ارتباطات سلامت»، «ارتباطات علم» و «ارتباطات فاجعه» قرار می‌گیرد و نمی‌تواند با وضوح کافی از آنها تفکیک شود. امری که بر پیچیدگی این دانش و پژوهش در زمینه آن، افزوده است (بونفادلی، ۲۰۱۰: ۲۵۸). سرفصل‌های معرفی شده در کتاب سال ارتباطات زیست‌محیطی به عنوان موضوعات اصلی این حوزه نیز عبارتند از فرایندهای مشارکت زیست‌محیطی، روزنامه‌نگاری زیست‌محیطی و مطالعات ارتباطی درباره محیط‌زیست (دپوئه، ۲۰۰۵: ix).

همچنین، بونفادلی با تمرکز بر رسانه‌ها، دسته‌بندی دیگری ارائه کرده است. از نظر او پرسش‌های اصلی تحقیق در ارتباطات زیست‌محیطی ذیل سه محور قرار می‌گیرند (بونفادلی، ۲۰۱۰: ۲۵۸):

رسانه‌ها و روزنامه‌نگاران: چه نوع منابع رسانه‌ای، اساسی هستند و چه نوع هنجارهای روزنامه‌نگارانه و تعریف‌های نقشی، روزنامه‌نگاری زیست‌محیطی را هدایت می‌کنند؟ آیا رسانه به عنوان ساخت‌دهنده مطالبات در تعریف و ساختار محیط‌زیست به عنوان یک مسئله اجتماعی اضطراری کارکرد دارد؟ چه انتظارات هنجاری از رسانه‌ها وجود دارد؟ و چگونه روابط عمومی‌ها، به عنوان دروازه‌بانان، رسانه‌ها را تحت تأثیر خود قرار می‌دهند؟

رسانه‌ها و پوشش خبری: پوشش رسانه‌ای مشکلات زیست‌محیطی چقدر مهم است؟ پوشش زیست‌محیطی در طول زمان چگونه به شکل کمی و کیفی توسعه یافته است؟ به طور مقایسه‌ای، بین کشورها چه تفاوتی وجود دارد؟ به علاوه، چه جنبه‌هایی از مسأله گسترده‌تر محیط‌زیست و اکولوژی از یکسو و هنجارهای روزنامه‌نگارانه یا قاب‌های رسانه‌ای از سوی دیگر، مهم هستند؟

عموم و اثرات رسانه‌ای: مخاطبان چگونه به پوشش رسانه‌ای مشکلات زیست‌محیطی واکنش نشان می‌دهند؟ آیا رسانه‌ها در شکل‌دهی به افکار عمومی حساس‌تر و افزایش آگاهی‌های زیست‌محیطی موفق بوده‌اند؟ آیا رسانه‌ها در انگیزش رفتارهای زیست‌محیطی در میان عموم موفقیتی کسب کرده‌اند؟

۶. ارتباط‌گری درباره محیط‌زیست

پرسش مهمی که در اینجا برای تحلیل‌گر رسانه طرح می‌شود آنست که رسانه چه تعاملی با محیط‌زیست دارد؟ چه تأثیر و تأثرات متقابلی می‌توان برای این دو مفهوم متصور شد؟

رسانه به عنوان روایت‌گر منحصر بفرد طبیعت، چه بازنمایی از آن ارائه و مسائل زیست‌محیطی را چگونه قاب‌بندی می‌کند؟ آنچه که ما بدان برچسب یک مسئله زیست‌محیطی می‌زنیم و تحت این عنوان درباره‌اش بحث می‌کنیم، متأثر از رسانه است. در واقع، «شاید هیچ‌کجا به اندازه رسانه‌های جمعی برای جنبش زیست‌محیطی مهم نباشد» (نوزیل و کوواریک، ۱۹۹۶: ۱۲ به نقل از بیٹی، ۲۰۱۱: ۱۲). به عبارت دیگر، آنچه که ما «زیست‌محیطی» و یا «محیط‌زیست‌گرایانه» می‌نامیم، «یک شکل ایدئولوژیکی مبهم قابل‌انعطاف خاص است» (کوربت، ۲۰۰۶: ۲۲۹). شکلی که از خلال فرایند ارتباطی قاب‌بندی، محقق می‌شود. قاب‌بندی، کنشی قصدمند از گزینش و نظم‌دهی به حقایق عینی است. بنابراین، روزنامه‌نگاران با کنش‌های دروازه‌بانی و نیز قاب‌بندی داستان‌های زیست‌محیطی، کنشگران اصلی فرایند معنابخشی به محیط‌زیست و مسائل مرتبط با آن هستند و به شکل فعالانه‌ای بر درک عمومی از مسائل زیست‌محیطی اثر می‌گذارند (کوربت، ۲۰۰۶: ۲۳۶).

بازنمایی محیط‌زیست نیز یکی از مباحث مهم در حوزه رسانه و محیط‌زیست است. گلد و روپل (۲۰۰۴) معتقدند پیشرفت‌هایی که تاکنون در حوزه محیط‌زیست‌گرایی صورت گرفته، «عمدتاً مدیون قدرت تصویرسازی است تا اضطرار و ضرورت جنبش جدید زیست‌محیطی. از روزهای ابتدایی این جنبش در دهه ۱۹۶۰، محیط‌زیست‌گرایان به اهمیت ایماژهای قدرتمند برای بازنمایی ایده‌هایی پی برده‌اند که در غیر این صورت، ممکن بود به دشواری فهم شوند» (۲۰۰۴: ۱). پژوهشگران در حوزه‌های روزنامه‌نگاری و ارتباطات جمعی، مطالعه‌ای نظام‌مند درباره اثر تصویرسازی رسانه‌ای زیست‌محیطی بر نگرش‌های عمومی صورت داده‌اند. در واقع، در مدت کوتاهی که از تولد ارتباطات زیست‌محیطی می‌گذرد، مطالعه رسانه‌های زیست‌محیطی با سرعت بالایی رشد کرده تا جایی که در حال حاضر، بسیاری آن را به عنوان زیرشاخه‌ای مجزا از این حوزه قلمداد می‌کنند (کوکس، ۲۰۱۰: ۱۵).

راهبردی که در تمام این سال‌ها مورد توجه بوده، معرفی ایده‌های پیچیده از طریق بکارگیری ایماژهای جذاب عمده‌تاً تصویری است. بسامد نمایش این ایماژها با قاطعیت نشان می‌دهد که کسانی که آنها را گسترانده‌اند، باور دارند که در ارائه پیام خود مؤثر و موفق هستند. این ایماژها بازنمایی‌هایی پیچیده‌ای هستند که فعالانه، برای بیدار کردن وجدان عمومی علیه سوءاستفاده از محیط‌زیست بکار می‌روند. با این رویکرد، علاوه بر مهم و قابل‌تحلیل تلقی کردن ایماژهایی که در بیلبوردها، بسته‌بندی مواد غذایی، مستندهای

حیات وحش و کارت‌پستال‌ها از طبیعت ارائه می‌شود، باید حتی تصاویر به ظاهر اتفاقی از محیط‌زیست آشنا و کمتر آشنا در میان گزارش‌های خبری تلویزیونی را نیز حاوی راهبردهایی آگاهانه دانست (گلد و روپل، ۲۰۰۴: ۳-۴).

بازنمایی، فرایندی فرهنگی است که ضرورتاً باید آن را تلاشی برای متقاعد کردن دیگران درباره اعتبار برخی نقطه‌نظرات دانست. در واقع، یکی از کارکردهای فرهنگ این است که چارچوبی برای تجربه جهان واقعی فراهم آورد و این چارچوب، حاوی ایده‌هایی درباره نظم اجتماعی و صاحبان قدرت است. بنابراین، هر بازنمایی می‌تواند همچنانکه به عنوان بیان فرهنگ نگریسته می‌شود، به عنوان بیانی از قدرت نیز قلمداد شود. به این ترتیب، بازنمایی حاوی نکات و ظرافت‌های بسیاری است درباره اینکه نقطه‌نظرات و ارزش‌های چه کسانی معتبر یا درست قلمداد می‌شوند. به علاوه، درباره اینکه منافع چه کسانی به حاشیه رانده شده یا اساساً بازنمایی نشده، اطلاعاتی فراهم می‌کند. بنابراین، بازنمایی فرایندی سیاسی نیز هست (گلد و روپل، ۲۰۰۴: ۸-۹).

بازنمایی‌های زیست‌محیطی، به عنوان ایماژهای نوشتاری و تصویری که مکان‌ها، مناطق و مناظر واقعی یا خیالی را بازتولید یا تشبیه می‌کنند، عوامل ضروری فرهنگ‌هایی هستند که در آنها زندگی می‌کنیم. فهم اینکه مردم در جوامع مختلف یا در بازه‌های زمانی متفاوت چگونه درباره محیط‌زیست پیرامون خود فکر می‌کنند و آن را به تصویر می‌کشند، جذبه قابل توجهی برای محققان داشته و پنجره‌ای به سوی بسیاری از مسائل مهم گشوده است. مطالعه بازنمایی‌های زیست‌محیطی، روابط میان مردم و محیط‌زیست آنها را آشکار می‌کند. این امر می‌تواند رهیافت‌هایی درباره موضوعات زیر نیز فراهم آورد (گلد و روپل، ۲۰۰۴: ۱۱-۱۲):

- سرشت ارزش‌های زیست‌محیطی؛ (اینکه چرا و چگونه جوامع مختلف برخی مکان‌ها را تکریم می‌کنند و برخی دیگر را دوست ندارند)
- دلیل اینکه چرا مجموعه‌های مشخصی از ارزش‌ها وارد فرایندهای تصمیم‌گیری مسلط و برخی دیگر رد می‌شوند،
- پیوندهای میان بازنمایی‌های زیست‌محیطی و مسائلی مانند قدرت، اقتدار، اخلاق و عدالت اجتماعی.

یکی از انواع مهم بازنمایی زیست‌محیطی، چگونگی نمایش خشونت در اعتراض‌ها و برخوردها میان طرفداران محیط‌زیست (مخالفان اقدامات تخریبی آسیب‌زننده دولت‌ها به محیط‌زیست) و نیروهای امنیتی دولتی است. برای مثال، اغراق در سطح خشونت اعمال شده می‌تواند موجب همدلی بیشتر مخاطبان شود. از سوی دیگر، دولت‌ها ممکن است موافق پخش رسانه‌ای این دست بازنمایی‌ها باشند تا ایماژی از مخالفان خلق کنند که آنها را اراذل و اوباش طغیانگری نمایش می‌دهد که توسط افراط‌گرایان سیاسی تحریک شده‌اند (گلد و رویل، ۲۰۰۴: ۲۶).

۷. بحث و نتیجه‌گیری

در این مقاله کوشیدیم با تأکید بر اهمیت نظری و کاربردی پرداختن به دغدغه‌ها، مفاهیم و سودمندی‌های ارتباطات زیست‌محیطی، بستری برای آشنایی پژوهشگران، اساتید، دانشجویان و مترجمان ارتباطات و مطالعات رسانه با این حوزه چندرشته‌ای فراهم آوریم. اما همچنان که سینکا (۲۰۰۷) اشاره کرده، «حوزه‌های تحقیق صرفاً با آرزوی وجودشان تحقق نمی‌یابند و حوزه ارتباطات زیست‌محیطی نیز از این قاعده مستثنی نیست» (به نقل از کوکس، ۲۰۱۰: ۱۵). بنابراین، ناگفته پیداست که ایجاد گفتمانی جدید در فضای علمی کشور و پایه‌گذاری حوزه‌ای جدید در یک رشته، نیازمند همکاری گسترده و وسیعی از دانشجویان و دانش‌پژوهان است که به تدریج و با انجام پژوهش‌های توصیفی، نخست زمینه را برای تأملات تبیینی و در نهایت برای تغییر و به کار بستن دانش بومی تولید شده فراهم آورند. از جمله موضوعاتی که به نظر می‌رسد پرداختن پژوهشگران ایرانی را در شکل‌دهی به گفتمان علمی ارتباطات زیست‌محیطی در کشور یاری می‌کند، می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- مطالعه اقتضائات شکل‌گیری و رشد (آموزش) روزنامه‌نگاری زیست‌محیطی در ایران از طریق مطالعه تطبیقی با دیگر کشورها
- تحلیل کمی و کیفی محتواهای رسانه‌ای تولید شده توسط سمن‌های زیست‌محیطی (مانند خبرنامه‌ها، وبلاگ‌ها و فیلم‌ها)، بازنمایی محیط‌زیست در کتابهای درسی و غیردرسی، ادبیات فولکلور و برنامه‌های تلویزیونی برای کودکان و نوجوانان
- مطالعه نسبت میان مصرف رسانه‌ای شهروندان، دانش و رفتارهای مراقبت‌محور زیست‌محیطی آنها و تشخیص بهترین ابزارهای رسانه‌ای برای آموزش زیست‌محیطی

- مطالعه قاب‌بندی بحران‌ها و مسائل زیست‌محیطی در رسانه‌های گوناگون و ارائه راهبرد برای بهبود آنها با نگاهی به تجربه سایر کشورها در آموزش و ارتباطات زیست‌محیطی
- ارزیابی قابلیت‌های تکنولوژی‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی در افزایش آگاهی زیست‌محیطی شهروندان و مشارکت آنان در حفاظت از محیط‌زیست
- ارزیابی قابلیت بازی‌های رایانه‌ای و محتواهای سرگرم‌کننده برای آموزش زیست‌محیطی کودکان و نوجوانان
- مطالعه روش‌های تولید محتوای رسانه‌ای برای آموزش زیست‌محیطی مدیران، مهندسان، تصمیم‌گیران و ذی‌نفعان محلی
- پژوهش درباره اهمیت و قابلیت‌های ایزو ۱۴۰۶۳ (استاندارد ارتباطات زیست‌محیطی) در برنامه‌ریزی رسانه‌ای در ایران
- مطالعه چگونگی توانمندسازی گروه‌های اجتماعی برای حفاظت از محیط‌زیست
- مطالعه در حوزه محیط‌زیست و عرصه عمومی (شامل طرح‌های مشارکتی، سمن‌ها، نهادهای عمومی زیست‌محیطی و غیره).

پی‌نوشت‌ها

۱. این مقاله مستخرج از پایان‌نامه با عنوان تحلیل رتوریک مستندهای مربوط به بحران زیست‌محیطی دریاچه ارومیه است که در شهریورماه ۹۲ در دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران به ثبت رسیده است.
- * مطابق این تعریف ارتباطات زیست‌محیطی عبارت است از ارتباطات درباره محیط‌زیست طبیعی و زیست‌بوم که تمرکز آن بر روابط انسان‌ها و نهادهایی است که آنها با محیط‌زیست طبیعی غیرانسانی دارند (گریفین و دانوودی، ۲۰۰۸، ۱۵۵۷).
- ** در این مدخل ارتباطات زیست‌محیطی به عنوان مطالعه و عمل درباره چگونگی ساخت، توزیع، دریافت، درک و استفاده از پیام‌ها درباره محیط‌زیست و تعامل‌های انسان-محیط‌زیست توسط افراد، سازمان‌ها، جوامع و فرهنگ‌ها معرفی شده است. این امر شامل طیفی وسیع از تعاملات ممکن، از ارتباطات بین‌فردی تا جوامع مجازی، تصمیم‌گیری مشارکتی و پوشش رسانه‌ای زیست‌محیطی است (ویکی‌پدیا، ۲۰۱۳-۰۳-۱۴).
- *** محتوای این جدول توسط نگارندگان و با مراجعه به منابع مختلف گردآوری شده است.

کتابنامه

فرقانی، محمد مهدی (۱۳۸۰). ارتباطات و توسعه؛ چهار دهه نظریه پردازی و امروز. فصلنامه رسانه، سال دوازدهم، شماره ۲، صص ۴۶-۵۳.

- Artl, Dorothee, Imke Hoppe and Jens Wolling (2011). Climate change and media usage: Effects on problem awareness and behavioral intentions, *International Communication Gazette*, 73: 45.
- Beaty, Anna (2011). BP's YouTube response to the gulf oil spill; a rhetoric analysis of corporate propaganda, In *Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree M.A Communication*, University of Nebraska at Omaha.
- Bonfadelli, Heinz (2010). Environmental sustainability as challenge for media and journalism, In M. Gross and H. Heinrichs (Eds.), *Environmental Sociology: European perspectives and interdisciplinary challenge* (pp. 257-278). London: Springer.
- Castro, Carlos J. (2004). Sustainable development: Mainstream and critical perspectives, *Organization and Environment*, 17: 195-225.
- Corbett, Julia B. (2006). *Communicating Nature; how we create and understand environmental messages*, Washington: Island Press.
- Cox, Robert (2007). Nature's "crisis disciplines": Does environmental communication have an ethical duty? *Environmental Communication*, 1.1.
- Depoe, Stephen P., John W. Delicath and Marie-France Aeplielsenbeer (2004). *Communication and Public Participation in Environmental Decision Making, USA*: State University of New York Press.
- Gold, John R. and George Revill (2004). *Representing The Environment*, London: Routledge.
- Griffin, Robert and Sharon Dunwoody (2008). Environmental Communication in Wolfgang Donsbach (Ed.), *The International Encyclopedia of Communication* (pp. 1557-1562). Singapore: Blackwell Publishing.
- Hansen, Anders (2011). Communication, media and environment: Towards reconnecting research on the production, content and social implications of environmental communication, *International Communication Gazette*, 73: 7.
- Hansen, Anders and Julie Doyle (2011). Communicating the environment: Guests editors' introduction, *International Communication Gazette*, 73: 3
- Jurin, Richard R., Donny Roush and Jeff Danter (2010). *Environmental Communication; Skills and principles for natural resource managers, Scientists and Engineers*. 2nd ed., New York: Springer.
- Klassen, Robert D. and Noel P. Greis (1993). Managing Environmental Improvement through Product and Process Innovation, *Organization and Environment*, 7: 293-318.
- Krapivin, Vladimir F. and Costas A. Varotsos (2007). *Globalization and sustainable development; environmental agendas*, Germany: Springer and Praxis.

- Lahr, Joost and LammertKooistra (2010). Environmental risk mapping of pollutants: State of the art and communication aspects, *Science of the Total Environment*, 408, pp.3899-3907.
- Lee, Cheng Ean and Tech Leong Chuan (2012). Communicating Environmental Sustainability in Malaysia: a case study, *OIDA International Journal of Sustainable development*, 3: 67-77.
- McPhail, Thomas L. (2009). *Development Communication; Reframing The Role of The Media*, USA: Wiley – Blackwell Publications.
- Michael, Mike (1999). *Reconnecting Culture, Technology and Nature; From Society to Heterogeneity*, London: Routledge.
- Muir, Star A. and Thomas L. Veenedall (1996). *Earth Talk; Communication Empowerment For Environmental Action*, London: Praeger.
- OECD (1999). *Environmental Communication; Applying Communication Tools towards Sustainable Development*, working paper of the working party on Development Cooperation and Environment.
- Peeples, Jennifer A. (2005). Aggressive mimicry; the rhetoric of wise use and the environmental movement. In Susan L. Senecah (Ed.), *The Environmental Communication Yearbook*, Volume 2, London: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Pleasant, Andrew, Jennifer Good, James Shanahan and Brad Cohen (2002). *The Literature of Environmental Communication, Public Understanding of Science*, 11: 197
- Senecah, Susan L. (2004). *The Environmental Communication Yearbook*, Vol. 1, London: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Meisner, Mark, *What is Environmental Communication*, Ver. 2.6, <http://theieca.org/what-environmental-communication> Cited in 19 April 2013.