

## چکیده

محیط زیست، محور گفتمان جهانی و عاملی فرامرزی برای تشکیل ائتلاف‌های بین‌المللی و به تبع آن، همدلی ملل و ایجاد صلح و آرامش در میان جوامع است.

سازمان‌های غیردولتی (NGOs) دارای شاخه‌های مردمی هستند که با انسجام نامحدود خود، ضمن همپوشانی با سایر NGOهای ملی و بین‌المللی، شبکه گسترده‌ای از مردم را تشکیل می‌دهند که در این میان، رادیو به عنوان در دسترس‌ترین و صمیمی‌ترین رسانه، با تزریق مفاهیم زیست‌محیطی به این شبکه، نقش ساروج این ساختار را بر عهده می‌گیرد.

با وجود اهمیت پادداشت محیط زیست، این مهم به دلایل اغلب اقتصادی، گاه سیاسی و نیز برخی انحرافات فرهنگی، عمداً با فراموشی مواجه شده است. البته ساختاری به نام NGOهای زیست‌محیطی در پی رفع معضل فوق هستند که خود این ساختارها نیز با مشکلاتی همچون کمبود بودجه، مخالفت برخی دولت‌ها و کارشکنی برخی سازمان‌ها و بنگاه‌های اقتصادی کلان از بیرون، بی‌تجربگی، نابسامانی ساختاری، منفعت‌طلبی شخصی، سیاسی کاری و به ویژه عدم دسترسی به ابزار اطلاع‌رسانی مناسب از درون، مواجه هستند.

مقاله حاضر، محصول پروژه بلندمدت برنامه‌سازی با موضوع محیط زیست در رادیو سلامت است که مشتمل بر مطالعه اسنادی ابعاد محیط زیست، مطالعه میدانی NGOهای فعال در این حوزه و مشکلات و نیز راهبردهای فراروی این گروه‌ها، جمع‌بندی داده‌های مرتبط و سوژه‌پردازی بر پایه این داده‌ها از سوی گروه مهندسان محیط زیست و برنامه‌ساز در رادیو، تدوین قالب‌ها و آیتم‌های رادیویی پویا (Dynamic) همپا با ارتقای مخاطبان به تفکیک جنسیت و گروه سنی (KAP) و تولید و پخش سلسله برنامه‌های رادیویی زیست‌محیطی به مدت دو سال و در حین آن، مطالعه تغییرات KAP مخاطبان و نیز در خاتمه، تحلیل محتوای نهایی برنامه‌های رادیویی تولیدشده است.

دستیابی به آمار و اطلاعات مربوط به نقش باورهای مذهبی و کارکرد داعیه‌های سیاسی بر KAP زیست‌محیطی مخاطبان، راهبردهای رادیویی مؤثر در ارتقای مشارکت‌های مردمی و نیز رفع موانع بیرونی و درونی فعالیت NGOهای فعال در حوزه‌های محیط زیست و نیز رصد تأثیرات جدول پخش (کنداکتور) برنامه‌های رادیو، آیتم‌ها و قالب‌های برنامه‌سازی و نیز کارکرد عوامل برنامه در فرهنگ‌پذیری مخاطب، از جمله نتایج این مقاله است.

بنابر بحث و نتیجه‌گیری فوق، تأسیس شبکه NGOهای بین‌المللی محیط زیست و تعامل حول کارکرد رسانه‌ای رادیو، بسط تنوع موضوعی NGOهای زیست‌محیطی در تنوع موضوعی رادیوهای صدای جمهوری اسلامی ایران، ایجاد آرشيو صدای طبیعت و برنامه‌های زیست‌محیطی به منظور پخش میدانی در سفرهای گردشگری و اماکن تفریحی و عمومی، تأسیس گروه محیط زیست در معاونت صدا و ایجاد بستر تأمین اقتصادی NGOهای زیست‌محیطی با تبلیغ اکوتوریسم و نیز ایجاد موج خبری لازم با برگزاری نشست‌های خبری مسئولان در استودیوی رادیو با حضور خبرنگاران رسانه‌های کشور، از پیشنهاد‌های این مقاله است.



# رادیو و محیط زیست

رادیو سلامت و بستر سازی توسعه مشارکت‌های مردمی در سازمان‌های مردم‌نهاد زیست‌محیطی

❖ مهدی زال‌زاده  
کارشناس بهداشت محیط و تهیه‌کننده و  
سر دبیر رادیوسلامت

## دیباچه

محیط‌زیست، رکن برجسته حقوق بشر و محور گفت‌وگو مشترک جهانی و عاملی فرامرزی برای تشکیل ائتلاف‌های بین‌المللی و به تبع آن، همدلی ملل و ایجاد آرامش و صلح در میان جوامع است.

خوشبختانه انسان امروز، در پی گذار از دوران اراده توسعه صنعتی، رفاهی و اجتماعی که منجر به تمدن‌های صنعتی و سیاسی و اجتماعی امروز شده است، داعیه محیط زیست را پی گرفته است که این جنبش جهانی، تمدنی زیست‌محیطی را برای نسل‌های بعد از ما نوید می‌دهد.

رادیو، سازگارترین رسانه با محیط زیست است که برای کارکرد آن، نه درختی قطع می‌شود تا روزنامه شود و نه بسان تلویزیون و تجهیزات اینترنتی، قطعات الکترونیکی و باتری‌های لیتیومی چندان برجا می‌گذارد. لذا رادیو در مسیر اطلاع‌رسانی به جوامع می‌تواند پرچمدار تمدن زیست‌محیطی آینده باشد.

سازمان‌های مردم‌نهاد (NGOs) دارای شاکله‌های مردمی هستند که با انسجام نامحدود خود، ضمن همپوشانی با سایر NGOهای ملی و بین‌المللی، شبکه گسترده‌ای از مردم را تشکیل می‌دهند که در این میان، رادیو به عنوان در دسترس‌ترین و صمیمی‌ترین رسانه، با تزریق مفاهیم زیست‌محیطی به این شبکه، نقش ساروج این ساختار را بر عهده می‌گیرد.

تشکل‌های مردمی همواره با بروز نیازهای خاص ایجاد شده و ثمر ثمرات بسیار بوده‌اند. اغلب عوامل ایجادکننده تشکل‌های مردمی، بحران‌های اجتماعی، اقتصادی و سیاسی است که منجر به تشکیل گروه‌های سیاسی از میان مردم و ایجاد تغییر در ساختارهای جامعه می‌شود که خود این تغییرات، عاملی برای تشکیک در تعیین و تأخیر در اجرای پروژه‌های زیست‌محیطی در هر جامعه‌ای می‌شود.

تجربه نشان داده است که رادیو، مؤثرترین رسانه در ایجاد این تشکل‌ها بوده است. لذا تدوین محتوایی مناسب برای استمرار این کارکرد رادیو

در حوزه محیط زیست، ضمن ممانعت از بروز تغییرات فوق‌الذکر، عاملی برای تقویت اجرای پروژه‌های زیست‌محیطی در هر جامعه‌ای است.

طی نیم قرن گذشته، سازمان‌ها و مؤسسات مختلف غیردولتی، با هدف جلب مشارکت مردم در امور جامعه، کوشیده‌اند تا با ایجاد حلقه‌ای واسط میان حکومت‌ها و مردم، عهده‌دار انتقال خواسته‌های مردم به سطح کلان جامعه باشند. NGOهای زیست‌محیطی نیز با هدف جلب مشارکت‌های مردمی و بالابردن سطح آگاهی‌های زیست‌محیطی جامعه و ایجاد یک نوع تعهد عمومی برای پایداری محیط زیست به وجود آمده‌اند و از آنجا که برای رسیدن به توسعه پایدار، نقش مردم انکارناپذیر است، توسعه فعالیت‌های NGOهای زیست‌محیطی از اولویت بالایی برخوردار است.

تقویت سازمان‌های غیردولتی زیست‌محیطی به عنوان شرکای فعال توسعه پایدار، یکی از عناوین مورد بحث در فصل دوم دستور کار بیست و یکمین اجلاس ریو در سال ۱۹۹۲ میلادی بوده است.

البته در راستای تأسیس و فعالیت NGOها، به دلیل ماهیت غیردولتی آنها، شاهد چالش‌هایی به شرح زیر هستیم:

– ضعف در همکاری، تعامل و برقراری ارتباط با سایر سازمان‌ها؛

– ضعف در مستندسازی و ارائه تجربیات موفق؛

– محدود شدن به اجرای برنامه‌های نمادین؛

– عدم اثرگذاری بر تدوین برنامه‌های کشوری و بین‌المللی؛

– ضعف درون سازمانی و مدیریت مشارکتی؛

– ضعف دانش و مهارت لازم در اعضای تشکل‌ها.

با وجود اهمیت پاسداشت محیط زیست، این مهم به دلایل اغلب اقتصادی، گاه سیاسی و نیز برخی انحرافات فرهنگی، به عمد با فراموشی مواجه شده است. البته NGOهای زیست‌محیطی در پی رفع معضل فوق هستند که خود این ساختارها نیز با مشکلاتی همچون کمبود بودجه،

مخالفت برخی دولت‌ها و کارشناسی برخی سازمان‌ها و بنگاه‌های اقتصادی کلان از بیرون، بی‌تجربگی، نابسامانی ساختاری، منفعت‌طلبی، سیاسی‌کاری و به ویژه عدم دسترسی به ابزار اطلاع‌رسانی مناسب مواجه هستند.

در حال حاضر در کشور ما، دوازده کنوانسیون بین‌المللی و پروژه زیست‌محیطی به دلیل مشکلات اقتصادی راکد مانده است و در سطح جهان نیز، کشورهای در حال توسعه بسیاری هستند که با به کار بستن فناوری‌های دست دوم کشورهای توسعه‌یافته، در سال‌های آینده، محیط زیست را با خطر مواجه می‌کنند. لذا رسانه رادیو در ساختار فرامرزی خود می‌تواند گفت‌وگو مشترک جهانی را برای مقابله با موج مخاطرات زیست‌محیطی در آینده پی‌ریزی و هدایت کند.

کاربری رسانه‌های نوشتاری، ضمن صرف هزینه‌های بسیار، خود مستلزم مصرف کاغذ و تخریب محیط زیست است. برنامه‌سازی تلویزیونی نیز به جهت هزینه‌های بالای تولید، مجال طرح محتوای بسپت و متنوع محیط زیست در راستای یک فرهنگ‌سازی طولانی مدت را ندارد. ضعف اطلاع‌رسانی در این زمینه، توجه ویژه اصحاب رسانه و دوستداران محیط زیست را به سمت رادیو، به عنوان ارزان‌ترین رسانه منطبق با ویژگی‌های قالبی و محتوایی محیط زیست جلب می‌کند.

محیط زیست شامل دو نوع «محیط زیست طبیعی» و «محیط زیست انسانی» است که خود با دو نوع کلی بحران و راهبردهای مقابله مقتضی مواجه است:

### ۱- بحران حاد؛ مانند وارونگی هوا

**مقابله:** تولید آرشیو برنامه‌های رادیویی در قالب هشدار و آماده‌باش فوری و با آیت‌های پیام، کارشناسی و پخش زنده خبر و گزارش.

### ۲- بحران مزمن؛ مانند تخریب لایه اوزن

**مقابله:** تولید و پخش برنامه‌های رادیویی با انواع آیت‌های گفت‌وگو، کارشناسی، گزارش، مسابقه، پیام، خبر و نمایش، در قالب محتوای فرهنگی حفظ محیط زیست.

امروزه عصر اطلاعات است و در حوزه رسانه،

مخاطب‌شناسی بر شناخت محتوای رسانه اولویت دارد. نظارت و بازشنوایی‌های مکرر از سوی مدیران رسانه بر تولیدات برنامه‌سازان، متأسفانه، منجر به آن شده است که نقطه توجه برنامه‌ساز از مخاطب، به سوی محتوا کشانده شود و ویژگی‌ها و نیازهای واقعی مخاطب کمتر مورد توجه قرار گیرد.

مقاله حاضر، محصول پروژه بلندمدت برنامه‌سازی با موضوع محیط زیست در رادیو سلامت است که مشتمل بر مطالعه اسنادی ابعاد محیط زیست، مطالعه میدانی NGOهای فعال در این حوزه و مشکلات و نیز راهبردهای فراروی این گروه‌هاست.

طرح حاضر، با به‌کارگیری محتوای زیست‌محیطی خود، در آیتم‌های مسابقه، نظرسنجی، ارتباط تلفنی و گزارش، موفق به شناخت مخاطب خود و بررسی تأثیرات محتوای برنامه‌سازی بر تغییرات KAP ایشان شده است. در این مقاله، ابتدا اهداف طرح و در ادامه

رادیو، سازگارترین رسانه با محیط زیست است که برای کارکرد آن، نه درختی قطع می‌شود تا روزنامه شود و نه بسان تلویزیون و تجهیزات اینترنتی، قطعات الکترونیکی و باتری‌های لیتیومی چندانی برجامی‌گذارد. لذا رادیو در مسیر اطلاع‌رسانی به جوامع می‌تواند پرچمدار تمدن زیست‌محیطی آینده باشد.

روند اجرای آن با معرفی گروه هدف و آیتم‌ها و قالب‌های تولید برنامه مذکور و نیز جدول پخش (کنداکتور) برنامه‌های رادیو و برنامه و نیز دستاوردهای این طرح تحقیقاتی ارائه می‌شود.

در پایان، با طرح بحث در مورد نتایج، پیشنهادهای عملی منبعت از این طرح ارائه شده است.

#### اهداف

- افزایش سطح آگاهی‌های عموم اقشار جامعه از طریق تولیدات رادیویی مؤثر در طول دوران زندگی و افزایش مشارکت افراد تأثیرگذار و تأثیرپذیر در تصمیم‌گیری‌های زیست‌محیطی.

- افزایش نقش رادیو در آشنایی عموم با راهکارهای مناسب جهت ایجاد و توسعه

تشکل‌های حوزه محیط زیست.

- شکل‌دهی و جهت‌دهی مناسب با ارزش‌ها و قانون به فعالیت‌های اینگونه تشکل‌ها.

- ایجاد و تقویت واسطه‌گری رادیو به منظور حضور هر چه بیشتر دولت‌ها در عرصه حمایت‌های معنوی و مادی و نیز نظارت بر نوع فعالیت‌های تشکل‌های مردمی بدون تحمیل سیاست‌های خود.

- توسعه و ارتقای تولیدات رادیویی به عنوان زمینه مناسب اطلاع‌رسانی به منظور توسعه هر چه بیشتر ارتباطات بین این تشکل‌ها.

- ترغیب مسئولان آموزش و پرورش و آموزش عالی به برنامه‌ریزی و تدوین سرفصل‌های آموزشی مربوطه.

#### روند اجرا

مقاله حاضر، محصول پروژه بلندمدت برنامه‌سازی با موضوع محیط زیست در رادیو سلامت است که مشتمل بر مطالعه اسنادی ابعاد محیط زیست، مطالعه میدانی NGOهای فعال در این حوزه و مشکلات و نیز راهبردهای فراروی این گروه‌ها، جمع‌بندی داده‌های مرتبط و سوژه‌پردازی بر پایه این داده‌ها توسط گروه مهندسان محیط زیست و برنامه‌ساز در رادیو، تدوین قالب‌ها و آیتم‌های رادیویی پویا (Dynamic) همپا با ارتقای آگاهی مخاطبان به تفکیک جنسیت و گروه سنی (KAP) و تولید و پخش سلسله برنامه‌های رادیویی زیست‌محیطی به مدت دو سال و در حین آن، مطالعه تغییرات KAP مخاطبان و نیز در خاتمه تحلیل محتوای نهایی برنامه‌های رادیویی تولید شده است.

#### تدوین طرح برنامه‌سازی

در مرحله آزمایشی تدوین طرح و به منظور تدوین محتوای رسانه‌ای اولیه در تولید برنامه رادیویی، ضمن ایجاد ارتباط و هماهنگی با دفتر مشارکت‌های مردمی سازمان محیط زیست، سازمان تشکل‌های مردمی شهرداری تهران، سازمان ملی جوانان و سایر سازمان‌های ذیربط به منظور کسب آشنایی جامع با ماهیت، کیفیت و کمیت فعالیت‌های جاری NGOهای زیست‌محیطی کشور، اتاق فکر تدوین محتوای برنامه و سیاست‌گذاری آن با حضور مدیرعاملان NGOهای زیست‌محیطی و نیز اساتید صاحب کرسی در دانشکده محیط زیست دانشگاه تهران و دانشکده ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی(ره)

تشکیل شد.

### گروه‌های هدف

در شورای سیاست‌گذاری و تدوین محتوای برنامه رادیویی، گروه‌های هدف و استراتژی محتوایی ویژه هر گروه به شرح زیر انتخاب شد:

- **تصمیم‌گیرندگان:** مرور کارنامه عملکرد در توسعه مشارکت‌های مردمی NGOهای زیست‌محیطی.

- **رهبران مذهبی:** تدوین محتوای منسجم و یکپارچه از دیدگاه دین اسلام به عنوان دین رسمی کشور ایران نسبت به مشارکت در حفظ محیط زیست.

- **صاحبان مشاغل و صنایع:** تدوین سامانه جامع جلب مشارکت‌های NGOهای زیست‌محیطی در مدیریت صنایع.

- **سازمان‌های غیردولتی دوستدار محیط زیست:** تبیین حقوق و وظایف و انتقال تجربیات.

- **عموم مردم:** معرفی NGOهای زیست‌محیطی فعال و دعوت به همکاری با آنها. به جهت تأثیر سن مخاطب بر KAP زیست‌محیطی وی، گروه هدف فوق در سه گروه سنی نوجوان، جوان و میانسال طبقه‌بندی شدند و نیز به دلیل مشارکت همسان زنان و مردان در امر حفظ محیط زیست، تفاوت جنسیتی در اولویت پایین‌تر قرار گرفت.

هر قسمت از برنامه‌های زیست‌محیطی تولیدشده، با به‌کاربردن قالب‌ها و آیت‌های ثابت زیر، یکی از گروه‌های هدف فوق را مخاطب قرار داد:

### قالب‌ها

- **محیط زیست:** به تفکیک محیط زیست طبیعی و انسانی.

- **مشارکت‌های مردمی:** معرفی فواید مشارکت و راهبردهای ایجاد و توسعه آن.

- **NGOهای زیست‌محیطی:** مشکلات پیش رو، فعالیت‌ها، قابلیت‌ها و تجارب به‌دست‌آمده و نیز تبیین حقوق و وظایف آنها.

- **باورهای مذهبی:** استفاده از متن قرآن کریم، احادیث و روایات در مذهب شیعه به عنوان مذهب رسمی کشور ایران در مورد محیط زیست.

- **مطالبات مردمی:** طرح حقوق

زیست‌محیطی و مطالبه آن از مسئولان در آیت‌میزگرد کارشناسی برنامه رادیویی.

### آیت‌ها

برحسب ضرورت مخاطب‌شناسی در برنامه، آیت‌های مسابقه، ارتباط تلفنی و گزارش، در اولویت زمان برنامه و آیت‌میزگرد کارشناسی، خبر و نمایش، در اولویت‌های بعدی برنامه قرار گرفتند.

- **مسابقه تلفنی:** مسابقه به منظور سنجش کمیت مخاطبان و کیفیت KAP ایشان در جدول پخش (کنداکتور) برنامه‌های رادیو گنجانده شود. اجرای این آیت‌میز با SMS، شماره تلفن مخاطبان برنامه را در اختیار برنامه‌سازان قرار می‌دهد تا برای مطالعه تغییرات KAP ایشان، ارتباطات بعدی برقرار شود.

**گزارش:** این آیت‌میز، فرصت مناسبی برای سنجش کمیت مخاطبان تهرانی و کیفی KAP ایشان بود که با نمونه‌برداری خوشه‌ای از نقاط مختلف مسکونی شهر تهران و بر اساس سؤالات باز طرح‌شده در کمیته علمی صورت گرفت.

محتوای تمام گزارش‌ها ضمن پخش در برنامه، به تفکیک محل نمونه‌برداری به صورت ماهانه تحلیل محتوا شده و تغییرات KAP مخاطبان در سیاست‌گذاری تولید محتوای سایر قسمت‌های برنامه رادیویی مورد توجه قرار گرفت.

### کارشناسی تلفنی، تولیدی، حضوری و میزگرد

بخش تولید و تحلیل محتوای برنامه رادیویی در این آیت‌میز صورت گرفت که محتوای تولیدی توسط اعضای هیئت علمی رشته مرتبط در هر برنامه، در برنامه بعد توسط اساتید هم رده، تحلیل محتوا شد.

**نمایش:** بازخورد گرفته‌شده از آیت‌میز نمایش نشان داد که تایم آیت‌میز نمایش با تأثیرگذاری آن رابطه معکوس دارد. بنا بر تحلیل محتوای تماس‌های تلفنی با برنامه پس از پخش آیت‌میز نمایش، کف تایم اثرگذار آیت‌میز نمایش، سه دقیقه تعیین شد.

### جدول پخش (کنداکتور) برنامه

جدول پخش (کنداکتور) پخش برنامه به مدت ۳۰ دقیقه به شرح زیر تدوین شد:  
کارشناسی: ۱۵ دقیقه؛  
ارتباط تلفنی: ۵ دقیقه؛  
مسابقه: ۲ دقیقه؛

گزارش: ۳ دقیقه؛  
نمایش: ۳ دقیقه؛  
گفتار: ۲ دقیقه.

### جدول پخش (کنداکتور) پخش

پخش این برنامه در ساعت‌های پایانی پخش رادیو سلامت، (۱۸-۱۷ بعدازظهر) تعیین شد که از نظر روانشناختی، مناسب‌ترین زمان برای تلقین‌پذیری افراد و از نظر جامعه‌شناختی، در زمان پرتراфик شهر و به تبع آن، فزونی مخاطبان و شنوندگان برنامه از رادیوی اتومبیل بود.

### نتایج

تحلیل محتوای گفتار مدیران NGOهای زیست‌محیطی در برنامه‌هایی رادیویی تولیدی، چالش‌های فراروی تشکلهای زیست‌محیطی کشور ایران را به ترتیب فراوانی به شرح زیر تعریف کرد:

- رشد منفعت‌گرایی شخصی؛  
- اطلاعات ناکافی و انقطاع فرهنگی؛  
- جدایی فرهنگی ← نزدن جرقه فردی اجتماعی ← برخورد منفعل  
- نبود ساختار فیزیکی مناسب جهت ارتباط و مشارکت؛

- احساس بی‌فایده‌بودن فعالیت‌های اجتماعی؛  
- رشد فردگرایی؛  
- ایجاد موانع توسط نهاد خانواده.

تحلیل محتوای گفتار مسئولان و اساتید دانشگاه در حوزه محیط زیست، ضعف سیستمی فراروی تشکلهای زیست‌محیطی کشور ایران را به ترتیب فراوانی به شرح زیر تعریف کرد:

- عدم امکان اطلاع‌رسانی مناسب؛  
- ضعف تخصص؛  
- انحلال دفتر مشارکت‌های مردمی سازمان محیط زیست؛

- اربهام در مرجع ثبت.  
نقاط ضعف و قوت NGOهای زیست‌محیطی، طبق تحقیق بانک جهانی به شرح زیر اعلام شده است:

### نقاط ضعف:

- کارشناسی مالی و مدیریتی محدود؛  
- جدایی یا فقدان ارتباطات یا هماهنگی میان‌سازمانی؛  
- ظرفیت مؤسسه‌ای محدود؛  
- سطح پایین پایداری؛



- مداخلات جزئی؛  
- عدم شناخت بافت‌های گسترده‌تر اجتماعی یا اقتصادی.

### نقاط قوت:

- پیوندهای قوی با توده مردم؛  
- رویکرد جهت‌دار در روند توسعه؛  
- روش‌شناسی و ابزار مشارکتی؛  
- مسئولیت‌درازمدت و تأکید بر پایداری؛  
- تعهد و هدف مشترک؛  
- قانونمندی و برنامه فعالیت مشخص و؛  
- جلب مشارکت و عضویت؛  
- هویت و شخصیت مستقل.

مقایسه تحقیق بانک جهانی با یافته‌های تحلیل محتوای برنامه رادیویی طرح حاضر، کارکردهای رادیویی مناسب به‌منظور ارتقای قابلیت‌های NGOهای زیست محیطی را به شرح زیر بیان می‌کند:

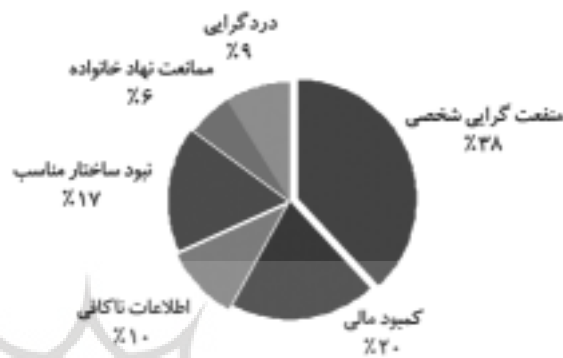
الف- تبیین حقوق و وظایف و نیز روند ثبت و فعالیت NGOها در برنامه‌های رادیویی مربوط، به منظور مقابله با سوء استفاده و ضعف در مدیریت مالی.

ب- تعامل اتحادیه رادیوها و تلویزیون‌های آسیا و اقیانوسیه (ABU) با NGOهای جهانی به منظور ایجاد ساختار فیزیکی مناسب و تقویت ارتباطات و هماهنگی میان‌سازمانی این NGOها.

ج- فرهنگ‌سازی مشارکت، با بیان قابلیت‌ها و سوابق مفید آن به منظور ارتقای آگاهی، نگرش و عملکرد اعضای NGOها و توسعه فعالیت‌ها و همراهی افکار عمومی و نیز خانواده‌ها با آنها.

### بحث و بررسی

- آگاهی، نگرش و عملکرد مخاطبان رادیو سلامت، در زمینه مشارکت مردمی در حفظ محیط زیست، به ترتیب، منبعث از روزنامه، تلویزیون، رادیو و محاورات روزمره است که البته همپوشانی خبری رسانه‌های کشور، به جهت گرایش‌های سیاسی منحصر به فرد آنها، بسیار ناچیز است. این مسئله، منجر به محدودشدن آگاهی مخاطبان به حوزه اطلاع‌رسانی رسانه‌های در دسترس است. رادیو، با به‌کار بستن راهبرد تعامل با سایر رسانه‌ها، می‌تواند فصل مشترک میان همه رسانه‌ها در ارتقای آگاهی، نگرش و عملکرد مردم باشد. در تحقق این کارکرد رسانه رادیو، تشکیل گروه برنامه‌ساز محیط زیست در



نمودار ۱: چالش‌های فراروی NGO زیست‌محیطی در ایران



نمودار ۲: چالش‌های سیستمی فراروی سازمان‌های مردم‌نهاد در ایران

مجموعه‌ای از ایستگاه‌های رادیویی می‌تواند بستری مناسب باشد.

- آمار به‌دست‌آمده در مرحله تحلیل محتوای طرح حاضر، مبین آن است که فاصله زیادی میان رسانه و محتوا در حوزه محیط زیست وجود دارد که خلاصه موجود، هماهنگی میان برنامه‌سازان رادیو با فعالان حوزه محیط زیست را با چالش مواجه کرده است، لذا، برنامه‌ساز امکان پرکردن این خلاء و فعالان محیط زیست، امکان نزدیک‌شدن به رسانه را ندارند. لذا تشکیل گروه محیط زیست رادیو به عنوان کارگروهی فعال، می‌تواند اهرم مناسبی برای پرکردن این خلاء و هماهنگی میان رسانه و محتوا شود.

- مهم‌ترین عامل بقای فعالیت NGOهای زیست محیطی، تأمین اقتصادی آنهاست. رسانه رادیو به جهت تأثیر عمیق خود در ایجاد تشنگی دیداری، می‌تواند عامل مناسبی برای جذب توریسم به زیستگاه‌های طبیعی باشد. با برقراری سامانه‌ای به منظور کار رسانه‌ای در رادیو و مدیریت مالی از سوی NGOهای زیست محیطی محلی، می‌توان سرمایه‌های واریزی به زیستگاه‌های طبیعی از سوی توریسم را به منظور حفظ محیط زیست به کار بست.

- ویژگی منحصر به فرد رادیو در رسانش اطلاعات در هر شرایط محیطی، این امکان را به برنامه‌ساز می‌دهد که با نزدیک‌ترین افراد به بطن محیط زیست رابطه برقرار کند. مطالعه این کارکرد رادیو در بخش ویژه برنامه‌های نروزی طرح حاضر و به ویژه روز طبیعت (۱۳ فروردین)، صورت گرفت و بازخورد برنامه رادیویی پخش شده نشان از آن بود که در ابتدا توریسم بازدیدکننده از طبیعت و در مرحله بعد، مردم روستاها بیشترین مخاطبان برنامه‌های پخش شده بودند.

- در حال حاضر، موضوع محیط زیست، ابزار رقابت میان گروه‌های سیاسی است و رادیو، به عنوان یک رسانه، پیش از آنکه بازی‌خورده این رقابت‌های سیاسی شود، باید راهبردهای اساسی خود را در تقویت سالم داعیه سیاسی محیط زیست تدوین کند. طرح سؤالات فراوان مردم از مسئولان طی زمان پخش برنامه و گذار از دو دوره انتخابات سیاسی در این زمان، نشان از تأثیر بالای داعیه سیاسی محیط زیست در پیروزی انتخاباتی داشت. در این راستا، گروه محیط زیست رادیو می‌تواند با معرفی کاندیداهای حامی

محیط زیست، به پیشبرد اهداف زیست محیطی در عرصه قدرت، کمک کند.

- به دلیل ضعف در زمینه‌سازی فرهنگی لازم در کشورهای در حال توسعه برای استقبال از تشکیل و توسعه NGOها در قالب وارداتی آن، مواردی از سودجویی مدیران این تشکلهای از منابع مالی دیده شده که البته رفع نقیصه فرهنگی آن، کار رسانه‌هاست.

- بیان آیینی و نیز فولکلوریک برخی کارشناسان برنامه در تبیین مسائل علمی محیط زیست، پرمخاطب‌ترین قالب برنامه‌های رادیویی تولیدشده بود. نظر به این استقبال مردمی، رجوع محتوای برنامه‌های رادیویی زیست محیطی به بوم و آیین مردم، بهترین قالب برای انتقال بهتر مفاهیم به مخاطبان است.

#### پیشنهادها

الف- تشکیل کار گروه محیط زیست در دبیرخانه ABU به منظور مدیریت موضوعی این مهم فرامرزی در برنامه‌های تولیدی ایستگاه‌های رادیویی همکار با ABU.

ب- تعامل ABU با سازمان‌های حامی محیط زیست و تأسیس شبکه NGOهای بین‌المللی محیط زیست حول کارکرد رسانه‌ای رادیو در جهان و تشکیل کمیته علمی و عملیاتی ویژه در دبیرخانه اجلاس ABU به منظور واسطه‌گری در انتقال تجربیات NGOهای زیست محیطی فعال در جهان از جمله SACEP (شورای دولتی همکاری‌های زیست محیطی جنوب آسیا) و UNDP (برنامه ملل متحد).

ج- تشکیل کمیته‌ای به منظور تهیه آرشیو بزرگ برنامه‌های زیست محیطی تولیدشده در ایستگاه‌های رادیویی همکار با ABU و ترجمه و بازسازی آن، متناسب با فرهنگ‌های مختلف و توزیع و پخش آن از سایر ایستگاه‌های رادیویی و نیز مشارکت با سازمان‌های محلی به منظور پخش میدانی این برنامه‌ها در سفرهای گردشگری و بلندگوی امکان عمومی و تفریحی. د- کاربری قدرت رسانه‌ای رادیو به منظور نهادینه‌کردن داعیه محیط زیست به عنوان بخش اصلی حقوق بشر در انتخابات سیاسی و اجتماعی.

ه- تهیه سلسله برنامه‌های آرشیوی با زبان‌ها و گویش‌های متفاوت، متناسب با فرهنگ‌های مختلف به منظور پخش فوری در هنگام بروز

یک بحران زیست محیطی به تفکیکی نوع بحران، و ارسال این آرشیو به ایستگاه‌های رادیویی متناسب.

و- برنامه‌سازی زیست محیطی با محتوای جذب سرمایه‌گذار و توریست به زیستگاه‌های در معرض خطر به منظور تأمین هزینه‌های احیای محیط زیست ضمن معرفی NGOهای محلی آن زیستگاه برای جذب سرمایه‌ها و هزینه‌کردن شایسته آنها.

ز- تشکیل مرکز افکارسنجی در تمام ایستگاه‌های رادیویی به منظور مطالعه تغییرات KAP مخاطبان برنامه‌های تولیدی و انتقال آمار آن به برنامه‌سازان.

ح- جهت‌دهی مباحث به سمت تولید برنامه رادیویی آموزشی برای ارائه در سطح مدارس و آموزش عالی از جمله برگزاری کارگاه‌های آموزشی و تورهای گردشگری.

ط- آموزش و فرهنگ‌سازی به منظور تشکیل NGOهای محلی در شهرهای کوچک و روستاهای مجاور زیستگاه‌های طبیعی و تبیین نحوه عملکرد و حقوق NGOها با سیاست‌گذاری کلان حفظ زیستگاه.

ی- ایجاد موج خبری مقابله با بحران‌های زیست محیطی در جامعه با برگزاری نشست‌های خبری مسئولان در استودیوهای رادیو با حضور خبرنگاران سایر رسانه‌ها.

#### منابع و مأخذ

جباری. حبیب (۱۳۸۰). **مشارکت و توسعه اجتماعی**. تهران: دانشگاه تهران.

سعیدی، محمدرضا (۱۳۸۲). **درآمدی بر مشارکت مردمی و سازمان‌های غیردولتی**. تهران: سمت.

میرموسوی. سیدعلی (۱۳۷۵). «مبانی دینی، فرهنگی و سیاسی مشارکت». تهران: **نقد و نظر**، سال دوم، شماره سوم و چهارم، تابستان و پاییز.

یوسفی، آرش (۱۳۸۲). **قوانین و مقررات سازمان‌های غیردولتی حامی محیط زیست در ایران**. تهران: دفتر مشارکت‌های مردمی سازمان حفاظت محیط زیست.

Gu:JT. Irene and meera kaulshah.

1998: the myth of commun. Ty Gender Issues in partic patory development.

U.K. intermediate technology publication LTD.