



عنوان: نقش رسانه ها در ترویج فرهنگ محیط زیست بر توسعه پایدار

چکیده

در دنیای امروزی، محیط زیست به یکی از مسائل حیاتی و بنیادین جوامع بشری تبدیل شده است. روند تخریب آن با سرعتی نگران کننده ادامه دارد و مقابله با این بحران نیازمند بسیج همه جانبه منابع فرهنگی، آموزشی و ارتباطی است. رسانه ها به عنوان یکی از مؤثرترین ابزارهای ارتباط جمعی، نقش کلیدی در اطلاع رسانی، آموزش و ارتقای آگاهی عمومی نسبت به مسائل زیست محیطی ایفا می کنند. تأثیرپذیری مردم از رسانه ها، رفتار و نگرش آنان نسبت به محیط زیست را شکل داده و می تواند زمینه ساز توسعه پایدار در جوامع باشد. آموزش محیط زیست به ویژه در میان کودکان و نوجوانان، به عنوان سفیران آینده محیط زیست، از طریق رسانه ها می تواند فرهنگ حفظ و احترام به طبیعت را نهادینه کند. این مقاله با رویکرد توصیفی-تحلیلی، به بررسی نقش رسانه ها در حفاظت از محیط زیست و تأثیر آن ها بر رفتار و فرهنگ عمومی جامعه می پردازد. در این راستا، دیدگاه های صاحب نظران، منابع علمی، مطالعات پیشین و تجربیات رسانه ای مورد تحلیل قرار گرفته است. کنترل عوامل محیطی و کاهش آلاینده ها که سلامت محیط زیست را تهدید می کنند، نیازمند آموزش های هدفمند از طریق رسانه هاست. رسانه های جمعی با توانایی انتقال، تثبیت، تغییر و حتی کنترل نگرش ها و رفتارهای زیست محیطی، می توانند به عنوان بازوی فرهنگی توسعه پایدار عمل کنند. این مقاله بر آن است تا با تبیین این نقش، راهکارهایی برای بهره گیری مؤثرتر از ظرفیت های رسانه ای در مسیر حفظ محیط زیست و تحقق توسعه پایدار ارائه دهد.

واژگان کلیدی: رسانه، فرهنگ، محیط زیست، توسعه پایدار

مقدمه

رشد بیرویه جمعیت، توسعه شهرنشینی، ظهور فناوریهای جدید و تغییر در عادات و الگوهای مصرف از یک سو و محدودیت های استفاده از منابع طبیعی از سوی دیگر، علاوه بر بوجود آوردن انواع معضلات پیچیده در کیفیت زندگی انسان، موجب بروز انواع ناسازگاری های زیست محیطی و اجتماعی شده است. در واقع، تخریب فزاینده محیط زیست و مقابله با آثار منفی آن به عنوان یکی از مهمترین موضوع ها و چالش ها در آستانه هزاره سوم مطرح شده است. مجموعه چالشهای ذکر شده مبین این واقعیت است که دیگر آثار و تبعات فعالیت های انسان مانند گذشته در سطح خرد مطرح نبوده و فعالیت های بی رویه انسان از ظرفیت قابل تحمل محیط زیست فراتر رفته است، به طوری که آثار و پیامدهای تخریبی محیط زیست هیچ گونه حد و مرزی را نمی شناسد و تمام کشورهای جهان اعم از توسعه یافته و در حال توسعه را تحت تأثیر قرار می دهد و پیامدهای منفی آن موانع اساسی فراوری کشورها می گذارد. (پوراصغر سنگاچین، ۱۳۳۱، ص ۵۸) پس از انقلاب صنعتی در غرب رشد اقتصادی که بدون در نظر گرفتن تخریب محیط زیست صورت گرفت، فعالان محیط زیست را به تکاپو درآورد. از اواخر دهه ۱۹۶۰ جنش هایی در سراسر جهان شکل گرفتند که به تخریب محیط زیست و آلودگی ها واکنش هایی را نشان دادند و بر اساس آن دانشمندان علوم طبیعی نسبت به آینده کره زمین هشدار دادند فشارهای رسانه ها تحریک افکار عمومی و شکل گیری سازمان های مردم نهاد مزید بر علت شد تا انسانها قوانین زیست محیطی را برای جلوگیری از تخریب محیط زیست به کار بندند با وجود این تخریب محیط زیست این روزها با سرعتی باورنکردنی در حال رخ دادن است و یکی از حوزه های مهم اطلاع رسانی حوزه محیط زیست است امروزه صاحبان رسانه های گروهی به ویژه خبرنگاران و برنامه سازان با آگاهی نسبت به وظیفه سنگین، خویش در عرصه اطلاع رسانی شفاف و تبیین حقایق جامعه نقش بسزایی دارند. امروزه ظهور و گسترش بحرانها مشکلات و مسائل زیست محیطی که دامنه آن افزون بر انسانها جانوران و گیاهان را نیز در بر گرفته سبب شده است که جوامع انسانی به این مسئله بیشتر توجه کنند. گسترش و توسعه حوزه های مختلف و جدید علوم و تکنولوژی باعث شده، بشر عصر جدیدی را تجربه کند توسعه در حوزه های مختلف

طرفداران و منتقدان خاص خود را دارد با اینکه توسعه و گسترش تکنولوژی تقریباً تمامی عرصه های زندگی بشر را تحت تأثیر خود قرار داده لیکن این گسترش و توسعه تکنولوژی اثرات مخربی را بر طبیعت و زیست بوم انسانها داشته است بر این اساس انسان کنونی با دو مسئله و چالش به طور همزمان مواجه است مسئله اول متأثر از ماشین ها و ابزارهای دنیای مدرن است و مسئله دیگر مربوط به حفظ طبیعت و مادر زمین است. در ارتباط با این دو مسئله نقش رسانه ها حائز اهمیت و ارزنده است، رسانه ها مهمترین رکن ارتقای دانش محیط زیستی در جامعه هستند امروزه در تمام جهان رسانه ها تعیین کننده مسیر افکار و فرهنگ در تمام سطح زندگی و همچنین رفتار انسانها در حفاظت از محیط زیست می باشند. رسانه ها با دادن اطلاعات محیط زیستی به سطوح مختلف جامعه متناسب با نیاز هر قشر جامعه و القا و نهادینه کردن این اطلاعات موجب تغییر رفتار و گسترش فرهنگ محیط زیستی جامعه می شوند امروزه مسئله محیط زیست یک موضوع جهانی است و این مهم بدون حضور و کمک رسانه ها امکان پذیر نیست رسانه ها با منعکس کردن نقاط ضعف و قوت و عملکرد هر سازمان یا اداره می توانند افکار عمومی را نسبت به آن مسائل حساس کنند و مسئولین نیز با توجه به این که، رسانه انعکاس دهنده فعالیت های آنهاست نسبت به جبران کمبودها اقدام کنند رسانه به عنوان ناظر بر فعالیت های هر سازمان نقش ارزنده ای در بهبود شرایط و جلوگیری از کمبودها بر عهده دارد متخصصان محیط زیست و سازمان های محیط زیستی با آگاه سازی و دادن اطلاعات محیط زیستی به عموم مردم و اقشار مختلف جامعه سعی در بالابردن و ارتقای سطح دانش محیط زیستی و ایجاد فرهنگ حفاظت از محیط زیست دارند این امر بدون مشارکت رسانه ها امکان پذیر نیست؛ زیرا، رسانه ها مهمترین عامل ارتباط بین متخصصین کارشناسان محیط زیست و سازمانهای محیط زیستی با مردم هستند. رسانه ها به عنوان مهمترین رکن ارتقای دانش محیط زیستی جامعه نقش بی بدیلی جلب توجه افکار عمومی برعهده دارند و قطعاً بدون کمک رسانه های ارتباط جمعی نمی توان شاهد گسترش و بسط فرهنگ محیط زیستی در جامعه بود از این رو می توان گفت رسانه ها نقش را در ایجاد فرهنگ زیستی جامعه دارند. در جوامع مبتنی بر دانش مدرن امروزی نقش رسانه در توسعه را می توان تسهیل کننده قلمداد کرد. علاوه بر این، رسانه اشاعه دهنده و توزیع کننده اطلاعات است و لذا میت واند به عنوان کارگزاری رفتار نماید که باعث تغییر می شود، همچنین رسانه ها می توانند مرکز بحث و تبادل نظر و به نقد کشیدن سیاست های زیست محیطی از یک سو و ارائه دهنده اطلاعات برای سیاست گذاری های محیط زیست باشند رسانه ها همچنین می توانند برای برون رفت از معضلات زیست محیطی راهکارها و پیشنهادهایی را به سیاست گذاران ارائه دهند رسانه ها می توانند آگاهی عمومی را از مسائل و معضلات زیست محیطی بالا ببرند و آنها را با چالش هایی که در کوتاه مدت و به ویژه بلندمدت متوجه نوع بشر خواهد کرد آگاه سازند اطلاع رسانی صحیح و درست از معضلات زیست محیطی باعث می شود تا مسائل و موضوعات واقعی و اصیل مورد توجه قرار گیرند. از این رو می توان به نقش سازنده و حیاتی رسانه ها در آگاهی بخشی و مطلع کردن افکار عمومی از معضلات و مسائل زیست محیطی از یک سو و در اختیار نهادن اطلاعات کافی و مورد نیاز برای سیاست گذاران زیست محیطی و جلب توجه دولتمردان به این مسائل پی برد. بنابراین با توجه به اهمیت محیط زیست در جامعه و تأثیری که رسانه ها می توانند در این زمینه داشته باشند مسئله اصلی تحقیق نیز پاسخ به این سوال است که رسانه های و چه میزان در طرح مسائل محیط زیستی تأثیر گذارند و با توجه به نقش رسانه های راهکارهایی را می توان برای برون رفت از معضلات زیست محیطی ارائه داد؟

بیان مساله

در عصر ارتباطات، رسانه‌های جمعی به عنوان یکی از مؤثرترین ابزارهای انتقال اطلاعات و شکل‌دهی به افکار عمومی، نقش مهمی در جهت‌دهی فرهنگی و اجتماعی جوامع ایفا می‌کنند. مطبوعات و رسانه‌ها نه تنها بازتاب‌دهنده واقعیت‌های اجتماعی هستند، بلکه می‌توانند در تغییر نگرش‌ها، ارتقای آگاهی و ترویج ارزش‌های نوین، از جمله فرهنگ حفاظت از محیط زیست، نقش آفرینی کنند. با این حال، در شرایطی که فضای رسانه‌ای کشور به شدت تحت تأثیر مسائل سیاسی قرار گرفته و بخش قابل توجهی از مخاطبان از مطالب سیاسی خسته شده‌اند، گرایش به محتوای فرهنگی، اجتماعی و هنری افزایش یافته است. این تغییر در الگوی مصرف رسانه‌ای، فرصتی فراهم می‌آورد تا رسانه‌ها با تولید محتوای زیست‌محیطی، به ارتقای فرهنگ عمومی در زمینه حفاظت از محیط زیست کمک کنند. از آنجا که توسعه پایدار نیازمند مشارکت آگاهانه و مسئولانه شهروندان در حفظ منابع طبیعی و کاهش آسیب‌های زیست‌محیطی است، رسانه‌ها می‌توانند با بهره‌گیری از ظرفیت‌های ارتباطی خود، این فرهنگ را در جامعه نهادینه سازند. مسئله اصلی این پژوهش آن است که چگونه رسانه‌های جمعی، به‌ویژه مطبوعات، می‌توانند در شرایط اجتماعی و سیاسی کنونی، نقش مؤثری در ترویج فرهنگ محیط زیست ایفا کنند و چه راهکارهایی برای افزایش اثربخشی آن‌ها در مسیر تحقق توسعه پایدار وجود دارد؟ بررسی این موضوع می‌تواند زمینه‌ساز تدوین سیاست‌های رسانه‌ای هدفمند در راستای ارتقای آگاهی زیست‌محیطی و مشارکت عمومی در حفاظت از محیط زیست باشد.

روش تحقیق

پژوهش حاضر، مروری و کتابخانه‌ای، و تأکید اصلی آن بر رسانه‌های جمعی منطقه‌ای و بین‌المللی و، طرح مسایل زیست محیطی و چگونگی توجه دادن هر چه بیشتر مردم از طریق رسانه‌های جمعی بوده است.

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

محیط زیست: ناآگاهی از فرهنگ و علم در هر زمینه‌ای زندگی انسان را دچار بحران و مشکل می‌سازد. مقوله محیط زیست نیز فرهنگ خاص خود را دارد که به جهت شمول و گستره آن، آشنایی جدی، مداوم و فراگیر را می‌طلبد (حسنوند عموزاده، ۱۳۵۲). محیط زیست به همه محیط‌هایی که در آنها زندگی جریان دارد گفته می‌شود. مجموعه‌ای از عوامل فیزیکی خارجی و موجودات زنده که با هم در کنش هستند محیط زیست را تشکیل می‌دهند و بر رشد و نمو و رفتار موجودات تأثیر می‌گذارند (علی عسگری، ۱۳۵۱). توسعه پایدار: وقتی از توسعه پایدار صحبت می‌شود، منظور توسعه‌ای است که به بقای بشر و رفاه کامل و همه‌جانبه آن می‌نگرد. توسعه پایدار با تمام زنجیره‌ها، فرایندهای پویا، منابع انسانی، منابع طبیعی و نظام سخت افزاری جامعه در یک شکل تعاملی است و درصدد ایجاد تعامل بین حال و آینده، انسان و طبیعت و عدالت و رفاه بین و درون نسل‌هاست (عالالدینی، ۱۳۵۳).

رسانه: واژه media در زبان لاتین جمع medium است و معنای لغوی آن، وسیله و واسطه انتقال است که در زبان فارسی واژه رسانه را به عنوان معادل اصلحی آن به کار می‌بریم. این واژه در جوامع پیشرفته به رسانه‌های گروهی اشاره دارد که کار آنها رمزگزاری و انتقال پیام به یک جمعیت وسیع است. با این تعریف رادیو و تلویزیون و روزنامه‌ها مصادیق رسانه‌اند. رسانه‌ها چیزی بیش از یک ساز و کار ساده برای انتشار اطلاعات هستند. آنها در حقیقت سازمان‌های پیچیده و نهادهای مهم اجتماعی هستند که با مخاطب، سازمان‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، حوادث و اتفاق‌های جامعه به طور وسیع و گسترده در تعامل هستند. رسانه‌های جمعی به تمام ابزارهای غیرشخصی ارتباط گفته می‌شود که به وسیله آن، پیام‌های دیداری و شنیداری به طور مستقیم به مخاطبان انتقال می‌یابند، تلویزیون، رادیو، سینما، اینترنت، ماهواره و مجله‌ها، کتب و ... در زمره رسانه‌های جمعی محسوب می‌شوند (حسنوند عموزاده، ۱۳۵۲).

رسانه های جمعی و آگاهی بخشی زیست محیطی

در عصر حاضر، رسانه های جمعی به عنوان یکی از مهم ترین ابزارهای ارتباطی، نقش کلیدی در آگاهی بخشی، آموزش و فرهنگ سازی در حوزه های مختلف اجتماعی ایفا می کنند. یکی از مهم ترین عرصه هایی که رسانه ها می توانند در آن تأثیرگذار باشند، حوزه محیط زیست و توسعه پایدار است. با توجه به پیچیدگی و گستردگی مسائل زیست محیطی، آگاهی عمومی نسبت به این موضوعات، شرط اساسی برای مشارکت مؤثر شهروندان در حفاظت از منابع طبیعی و کاهش آسیب های محیطی است. رسانه ها با تولید و انتشار محتوای آموزشی، خبری، تحلیلی و تصویری، می توانند مخاطبان را نسبت به اهمیت حفظ محیط زیست، پیامدهای تخریب آن، و راهکارهای مقابله با بحران های زیست محیطی آگاه سازند. این آگاهی بخشی نه تنها در سطح فردی، بلکه در سطح اجتماعی و سیاست گذاری نیز تأثیرگذار است. رسانه ها می توانند با برجسته سازی موضوعات زیست محیطی در دستور کار عمومی، مسئولان و نهادهای تصمیم گیر را به پاسخ گویی و اقدام مؤثر ترغیب کنند. احساس مسئولیت و تعلق خاطر نسبت به محیط زیست را در افراد تقویت کنند. مستندهای طبیعت، گزارش های بحران های زیست محیطی، کمپین های رسانه ای و برنامه های آموزشی، نمونه هایی از ابزارهای رسانه ای هستند که می توانند در ارتقای فرهنگ زیست محیطی نقش آفرینی کنند. در مجموع، رسانه های جمعی نه تنها ابزار اطلاع رسانی، بلکه عامل تغییر نگرش و رفتار در جامعه هستند. بهره گیری هدفمند از ظرفیت های رسانه ای در زمینه محیط زیست، می تواند گامی مؤثر در مسیر تحقق توسعه پایدار و حفاظت از سرمایه های طبیعی باشد. رسانه های جمعی نقش مهمی در شکل دهی درک و آگاهی از موضوعات زیست محیطی دارند. روزنامه نگاران و دست اندرکاران تلویزیون به همراه دولت مردان فعالان زیست محیطی دانشمندان و صنعتگران دستور کاری برای بحث های زیست محیطی و تصمیم سازی در مورد آن تنظیم می کنند. رسانه پوشش جانبی گسترده ای روی موضوعات مهم زیست محیطی همچون اتفاقات و دیگر رخدادهای فاجعه بار زیست محیطی فراهم می کند در حالی که می تواند بررسی مسائل مزمن زیست محیطی همچون گرم شدن هوای جهانی و تغییرات آب و هوا را به صفحات داخلی با صفحه آخر برنامه های خبری موکول کند لیکن بادهای گرم و تندبادها معمولاً موجب می شود اخبار و برخی از گزارشگران چنین بلایای طبیعی را به تغییرات آب و هوایی ربط دهند. رسانه های جمعی از سال ۱۹۶۰ میلادی نقش مهمی را در شکل دادن درک و آگاهی نسبت به موضوعات زیست محیطی بازی کرده اند. که خبرنگاران و مسئولان پخش رسانه در کنار مقامات دولتی فعالان محیط زیست دانشمندان و صنعتگران به تنظیم موضوعات برای بحث های زیست محیطی و تصمیم گیری در این زمینه می پردازند پیش از آن تجارت و صنعت بحث های مربوط به اثرات توسعه اقتصادی را به محیط زیست طبیعی محدود کرده بودند. در طول سالیان، متعدد رسانه های جمعی به طور کلی و تلویزیون به طور خاص پوشش رسانه ای خوبی از موضوعات زیست محیطی اصلی همچون تصادفات و نشت ها ارائه داده اند در حالی که مشکلات زیست محیطی مزمن همچون کوچک شدن جنگلهای بارانی و نشت مخزن های ذخیره زیرزمینی و دیگر اخباری که پوشش آنها سخت تر است را به صفحات داخلی یا انتهای برنامه خبری خود منتقل کرده اند. روزنامه نگاران و برنامه سازان بیشتر به دنبال موضوعات خبری زمان بری هستند که زمان آنها را پر کند وقایع و نشتها نه تنها موضوعات خبری خوبی را به دست می دهند بلکه تصاویر بصری دراماتیکی را نیز حاصل می کنند که می تواند بر افکار عمومی تأثیر عمیقی بگذارد و برنامه آنها را پر بیننده تر کند. جدای از آن موضوعات مربوط به بودجه و جغرافیا نیز گاهی اوقات بر روی برنامه های تلویزیونی تأثیر شگرفی می گذارند که موجب می شود آنها از وقایعی که برای پرسنل تولید ناراحت کننده هستند روی برگردانند. (گرین برگ و همکاران ۱۹۹۸)

قدرت تأثیر رسانه های جمعی

رسانه های جمعی به عنوان یکی از ارکان اصلی ارتباطات در جوامع مدرن، نقشی بی بدیل در شکل دهی به افکار عمومی، هدایت رفتارهای اجتماعی و ترویج ارزش ها و فرهنگ ها ایفا می کنند. این رسانه ها با بهره گیری از ابزارهای متنوعی چون تلویزیون، رادیو، مطبوعات،

شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی، توانسته‌اند مرزهای جغرافیایی و فرهنگی را درنور دیده و به بستری جهانی برای انتقال پیام تبدیل شوند. رسانه‌ها در جوار نهادهای دیگری که طرز تفکر جامعه را می‌سازند نقش عمده‌ای در جهت دهی به طرز فکر مردم نسبت به محیط زیست ایفا می‌کنند ادعا می‌شود که افکار عمومی در دوران فعلی از طرف رسانه‌ها به نوعی ساخته می‌شود که افراد گمان می‌کنند تفکر فرد ناشی از دنباله روی از افکار عمومی تبلیغ شده از سوی رسانه‌هاست چنین به نظر میرسد که در جوامع کنونی با تعداد رسانه‌ها و امکانات متفاوت برای توده مردم تا حدودی از قدرت رسانه کاسته شده است در واقع باید گفت که در زمینه تأثیر گذاری رسانه بر افکار و نگرش‌های مردم از چند مرحله تفکری خاص گذشته ایم در ابتدا تصور عمومی بر قدرت بینهایت رسانه‌ها بود و گمان می‌کردند اگر فردی کنترل رسانه را در دست داشته باشد به آسانی قادر خواهد بود افراد را به انجام دادن رفتارهایی در جهت میل و تمایل خود وادار کند پایه‌های نظری این نگرش بر یک عامل استوار بود یکی از این عوامل نظریه‌های روانشناسی غرایز بود که بر وجود مکانیسم‌های بیولوژیک ذاتی و تا حدودی مشابه در میان افراد تأکید می‌کرد بر اساس این نظریه در میان افراد، جامعه غرایز مشخصی وجود دارد که در اثر، تحریک باعث بروز رفتار حدوداً مشابهی در میان آنان می‌گردد؛ یعنی اگر فرستنده پیامی در جهت تحریک این غرایز برای توده بفرستد توده ر جهت محرک دریافت شده پاسخی حدوداً مشابه ارائه می‌دهد. (مصطفوی، ۱۳۸۸، ص ۱۲۵)

نقش تاریخی رسانه در توسعه محیط زیست

تردیدی نیست که رسانه در توسعه حقوق محیط زیست از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. دور از واقعیت نیست که ما بخشی از رشد و ارتقاء عمومی جامعه را در کلیه زمینه‌ها مرهون خدمات رسانه‌ها برشماریم در حوزه مسائل محیط زیست نیز خوشبختانه بسیاری از خبرنگاران با آگاهی از مسائل و مشکلات این بخش توانسته‌اند با انتشار اخبار، مقالات گزارشات و گفت و گوها مردم را با این مهم آشنا کنند به طور مثال انتشار کتاب بهار خاموش در سال ۱۹۶۲ سرآغاز جنبش‌های زیست محیطی در سراسر جهان شد راشل کارسون بانوی اهل پنسیلوانیای آمریکا؛ زیست شناس و جانورشناس با انتشار کتاب بهار، خاموش وجدان عمومی جامعه را متوجه تخریب‌های گسترده محیط زیست کرد کارسون در کتاب خود اثرات درازمدت سموم آفت کش را بر ملا کرد و شیوه‌های مهندسان کشاورزی را به چالش کشید و افکار عمومی را متوجه دنیای طبیعت کرد... نگرانی‌هایی از تخریب محیط زیست بارها در رسانه‌های خبری آن روزهای آمریکا بخش مهمی را به خود اختصاص داده بود. ایالات متحده در آن سالها در زمینه اقتصادی و شد که در زمینه رسانه‌ها سیاسی روندی رو به جلو داشت و به کشوری شناخته به ویژه رسانه‌های نوشتاری در همان ساله مشکلات جدیدی هم آشکار شد و این خطای سنتی که ناسازگاری‌های محیط و زیست در اواخر قرن بیستم در یک پوچی تاریخی پدید آمد. (کارسون، ر. ۱۳۸۸) در برخی کشورها به خصوص در اروپا محیط زیست گرایان پا را از فعالیت‌های رسانه‌ای فراتر گذاشته و وارد عرصه رقابت‌های سیاسی شده‌اند. البته آنها در پاره‌ای مواقع با موفقیت نسبی توانسته‌اند نامزدهای خود را به برخی مناصب برسانند شواهد و مدارک نشان می‌دهد که احزاب سبز در انتخابات، محلی یعنی در جایی که هنوز پیوند مستقیمی بین نهضت محیط زیستی و نمایندگان سیاسی آنها وجود دارد بسیار موفق تر بوده‌اند. همچنین محیط زیست گرایان در انتخابات بین المللی مثل انتخابات پارلمان اروپایی نیز نسبتاً موفق بودند زیرا در مورد نهادی نظیر پارلمان اروپا که تنها دارای قدرت تمادین، است شهروندان در این خصوص که با رأی خود اجازه دهند اصول مورد نظرشان ارائه و مطرح شود با دلگرمی و راحتی خیال عمل می‌کنند زیرا در این حال از دست دادن نفوذ بر فرایند تصمیم گیری بهای سنگینی ندارد در سطح سیاست ملی نیز دانشمندان علوم سیاسی نشان داده‌اند که شانس احزاب سبز چندان متأثر از اعتقادات محیط زیستی مردم نیست بلکه بیشتر تحت تأثیر ساختارهای نهادی خاص است که چارچوب فرصت‌های کنند رقابت سیاسی را می‌سازد که رسانه‌ها در داغ کردن این، تنور نقش اساسی را بازی می‌کنند. (همان)

نقش رسانه در توسعه پایدار

در جهان امروز، رسانه‌های جمعی به عنوان یکی از مؤثرترین ابزارهای ارتباطی، نقش حیاتی در شکل‌دهی به افکار عمومی، آموزش، اطلاع‌رسانی و فرهنگ‌سازی ایفا می‌کنند. توسعه پایدار، که بر پایه تعامل متوازن میان ابعاد اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی بنا شده است، نیازمند مشارکت آگاهانه و مسئولانه همه اقشار جامعه است. در این مسیر، رسانه‌ها می‌توانند به عنوان پل ارتباطی میان مردم، نهادهای تصمیم‌گیر و سیاست‌گذاران عمل کرده و زمینه‌ساز تحقق اهداف توسعه پایدار شوند. رسانه‌ها با تولید محتوای آموزشی و تحلیلی، می‌توانند سطح آگاهی عمومی را نسبت به چالش‌های توسعه‌ای مانند فقر، نابرابری، بحران‌های زیست‌محیطی و تغییرات اقلیمی افزایش دهند. این آگاهی‌بخشی، زمینه‌ساز تغییر نگرش و رفتار شهروندان و تقویت حس مسئولیت‌پذیری در قبال منابع طبیعی و اجتماعی است. همچنین، رسانه‌ها با الگوسازی سبک زندگی پایدار، مانند مصرف مسئولانه، حمایت از تولیدات داخلی، حفظ منابع طبیعی و کاهش آلاینده‌ها، می‌توانند فرهنگ پایداری را در جامعه نهادینه کنند. از سوی دیگر، رسانه‌ها نقش نظارتی و مطالبه‌گرانه نیز دارند. آن‌ها می‌توانند عملکرد نهادهای دولتی و خصوصی را در حوزه توسعه پایدار زیر ذره‌بین قرار داده و با طرح مطالبات مردمی، مسئولان را به پاسخ‌گویی و اقدام مؤثر ترغیب کنند. این نقش، به ارتقای شفافیت، عدالت اجتماعی و کارآمدی در فرآیند توسعه کمک می‌کند. در مجموع، رسانه‌های جمعی نه تنها ابزار انتقال اطلاعات هستند، بلکه به عنوان عامل تغییر اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی شناخته می‌شوند. بهره‌گیری هوشمندانه از ظرفیت‌های رسانه‌ای، می‌تواند مسیر توسعه پایدار را هموار ساخته و جامعه را به سوی آینده‌ای متوازن، سالم و پایدار هدایت کند. امروزه توسعه پایدار ملی و انسانی‌های توانمند، نه تنها پیشرفت در دنیای کنونی است، بلکه زیربنای اساسی برای موفقیت افراد یک جامعه نیز به شمار می‌رود. ظرفیت‌سازی، عدالت اجتماعی، نظم اجتماعی، رقابت سیاسی سالم، فرهنگ سیاسی، رضایت و حساسیت سیاسی و رشد شخصیت فردی از لوازم اصلی توسعه پایدار است که رسانه‌ها می‌توانند با ایجاد زیربناهای لازم برای رشد مدنیت سیاسی، افزایش حقانیت سیاسی و گسترش روابط اجتماعی در این زمینه، نقش بسیار مهمی را ایفا نمایند. رسانه‌ها باید با آموزش اصول شهروندی، تنویر و آگاه‌سازی مردم نسبت به حقوق خود، تقویت همگرایی ملی و گسترش روابط اجتماعی در ایفای این رسالت خود بکوشند. (دبیری، واحداندان، ۱۳۵۹ ص ۸۸) در رابطه با نقش رسانه در توسعه پایدار ملی نیز می‌توان مهمترین رسالت آنها را فراهم آوردن ظرفیت‌های لازم برای شکل گرفتن مؤلفه‌های توسعه پایدار ملی دانست. در این زمینه کنترل و نظارت رسانه بر دولت به منظور فراهم نمودن مسیر هموار برای توسعه پایدار و ایجاد توانمندی‌های اجتماعی لازم برای افراد جامعه از اهمیت بسزایی برخوردار می‌باشد. رسانه نقش بسیار مهمی در این مرحله برای تقویت استقلال قوا، ایجاد هماهنگی میان آنها، تقویت جامعه مدنی و جلوگیری از انسداد سیاسی دارد. کنترل و نظارت رسانه بر دولت در این زمینه هاست که می‌تواند دولت را در تنظیم قواعد و مقررات، نهادسازی و تنظیم روابط میان نهادها و نیروهای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی همراهی نماید. اما رسالت مهم دیگر رسانه در مسیر توسعه ملی پایدار، تقویت مدنیت سیاسی از طریق تحکیم عقلانیت ارتباطی، تقویت و فضیلت مدنی است. رسانه این نقش را از طریق تعمیق آگاهی‌های مربوطه به حیات مدنی و درک پیوند میان حقوق و مسئولیت‌های شهروندی، تحکیم فرهنگ مشارکت داوطلبانه شهروندان ایفا می‌نماید. بنابراین، شکل دادن به دولت شهروندمدار تعاملگرا، دستیابی به توسعه فرهنگ مدنی و تبدیل آحاد جامعه به شهروندان آگاه، مسئول، متعهد و توانمند با شخصیتی منضبط و رشدیافته از مهمترین رسالت‌های رسانه در عرصه توسعه پایدار ملی محسوب می‌گردد، که دستیابی به این اصول تنها با برقراری سطوح بسیار بالایی از امنیت، عدالت و انضباط اجتماعی داوطلبانه، به همراه آزادی عقلانی حاصل می‌شود. رسانه می‌تواند با تبدیل نمودن سه مؤلفه فوق برای آحاد جامعه به عنوان ارزشهای اساسی و پایدار، از تنشها و درگیری‌های بیش از اندازه و معموال مخرب جلوگیری نماید. در چنین، افراد انرژی خود را برای خودسازی فکری، فرهنگی و مشارکت سازنده و فعال در امور اجتماعی و سیاسی بکار می‌برند. رسانه باید با ایفای نقش فعال در گسترش مدنیت سیاسی، شکل دادن به عرصه عمومی، ایجاد و گسترش اعتماد عمومی و فرهنگ سازی، رسالت خود را در این زمینه ایفا نماید. (علاءالدینی، ۱۳۹۳ ص ۹۶)

نتیجه گیری

آموزش زیست انطباق الگوی مصرف جامعه با موازین عقلی و منطقی در راستای منابع ملی، تنها از طریق نهادهای رسمی میسر نتواند به جمعی نیز می نیست، بلکه وسایل ارتباط عنوان مکمل نهادهای رسمی آموزش باشند. رسانه های یادشده در این نوشتار، نقش مهمی در زندگی مردم کشورمان ایفا می کنند و در حفظ محیط زیست از جایگاه ممتازی برخوردارند. در این پژوهش هدف ما بررسی نقش رسانه ها در حفظ ترویج و تاکید بر توسعه محیط زیست بود. آنچه نیاز به انجام این تحقیق واداشت، بررسی این مسئله می باشد که در عمل، رسانه های ملی و محلی در جهت فرهنگ سازی و حفاظت از محیط زیست، تا چه اندازه در این زمینه دخیل اند و نشان داده شد که رسانه ها بیشترین تأثیر را در فرهنگ سازی و ارتقاء محیط زیستی مردم دارد. با همکاری رسانه ها شاهد ارتقای سطح فرهنگ عمومی مردم خواهیم بود تا نتایج مطلوب به دست آورده و به سمت توسعه هدایت شویم. آموزش افراد جامعه و تلاش برای ایجاد فرهنگ به گونه های که افراد با اهمیت محیط زیست آشنا شوند و بیاموزند که در زندگی از محیط زیست محافظت کنند، از عهده یک یا دو نهاد و سازمان خارج است. با توجه به چالش های فزاینده زیست محیطی و ضرورت حرکت به سوی توسعه پایدار، نقش رسانه های جمعی در آگاهی بخشی، آموزش و فرهنگ سازی بیش از پیش اهمیت یافته است. رسانه ها به عنوان یکی از مؤثرترین ابزارهای ارتباطی، می توانند با تولید محتوای هدفمند، نگرش و رفتار شهروندان را نسبت به محیط زیست تغییر داده و زمینه ساز مشارکت فعال آنان در حفاظت از منابع طبیعی شوند. ترویج فرهنگ محیط زیست از طریق رسانه ها، به ویژه در میان نسل جوان و تحصیل کرده، می تواند به نهادینه شدن ارزش های زیست محیطی در جامعه منجر شود. این امر نه تنها به کاهش آسیب های محیطی کمک می کند، بلکه مسیر تحقق توسعه پایدار را نیز هموار می سازد. رسانه ها با ایفای نقش نظارتی، اطلاع رسانی و الگوسازی، قادرند افکار عمومی را نسبت به اهمیت حفظ محیط زیست حساس کرده و مسئولان را به پاسخ گویی و اقدام مؤثر در این حوزه وادارند. در نهایت، بهره گیری هوشمندانه از ظرفیت های رسانه ای، همراه با سیاست گذاری های فرهنگی و آموزشی مناسب، می تواند به ارتقای فرهنگ زیست محیطی و تحقق اهداف توسعه پایدار در سطح ملی و جهانی کمک شایانی کند. با در نظر گرفتن اهمیت روزافزون و استراتژیک رسانه در جهان که جهت دهنده افکار عمومی در زمینه های مختلف سیاسی، اجتماعی و اقتصادی می باشد برای ایجاد و ارتقاء سطح آگاهی های زیست محیطی مردم ابزاری مهمتر و کارا تر از رسانه نمی باشد. رسانه امروزه از تنوع و گوناگونی بسیاری برخوردار می باشد که سطح عملکرد و تاثیر گذاری رسانه ها در امور مختلف بویژه مباحث زیست محیطی بسیار گسترش داده است. رسانه ها این پتانسیل را دارا می باشند که شهروندان را به حدی از آگاهی زیست محیطی برسانند که تغییر و اقدام به نفع محیط زیست را درونی سازند. همچنین آموزش رسانه ای بیشتر به همراه تحقیق در مورد چگونگی یادگیری عموم درباره موضوعات محیط زیستی و آنچه که افراد را در جهت رسیدن به راه حل تحریک کند از اهمیت بالایی برخوردار است. توصیه هایی همچون مواردی که در بالا مطرح دهد گشت می تواند نتایج تحقیقات علمی را به صورت ملموس تری در اختیار عموم و حفره اطلاعاتی ایجاد شده بین مردم و دانشمندان را تا حد زیادی پر کند در پی اهمیتی که وسایل ارتباط جمعی در شکل دهی افکار عمومی به خود می گیرند محیط زیست گرایان نیز آنها را جهت پیشبرد اهداف معینی به خدمت می گیرند. چراکه تکنولوژی های ارتباطی همواره به مثابه تریبونی عمل کرده اند که می توانند اهمیت خط مشی ها و سیاست های کلان زیست محیطی را در اذهان افکار عمومی و نهادینه کند از دیگر سو ارتباط میان قانون و رسانه ها بر کسی پوشیده نیست کارشناسان محیط زیست به اثرات مثبت و منفی این سیاست ها چه در بلندمدت و چه در کوتاه مدت توجه می کنند در مهم دموکراسی های مدرن قانون و رسانه به طور قابل توجهی مانند دو عنصر دو عنصر ساختاری مهم عمل می کنند در طول سال، گذشته تجزیه و تحلیل زیست محیطی به امری ضروری برای شکل دادن به سیاست های داخلی و بین المللی دولت ها تبدیل شده است. بنابراین، برای فرهنگ سازی در زمینه حفظ محیط زیست، سازمان ها و نهادهای مرتبط باید فعالیت های خود را در ابعاد مختلف و در زمینه های گوناگون آغاز و با برنامه ریزی و هماهنگی با یکدیگر اقدام کنند. برای تحقیق

چنین هدفی، این فعالیت ها در سطوح مختلف و هماهنگ با یکدیگر، به گونه‌ای که اقدام در سطحی مکمل و اقدامات در سطحی دیگر باشد، آغاز شود و به صورت مستمر ادامه یابد.

منابع

- ۱) پوراصغر سنگاچین، فرزاد (۱۳۳۱) حفاظت از محیط زیست پیش نیاز توسعه پایدار. هفته نامه اقتصادی برنامه. سال ششم. شماره ۲۲۲.
- ۲) حسنودعموزاده، ساره (۱۳۵۲) نقش رسانه در حفظ محیط زیست. اولین همایش سراسری محیط زیست، انرژی و پدافند زیستی.
- ۳) دبیری فرهاد و واحدناودان، عارف (۱۳۵۹) رسانه ها و توسعه حقوق محیط زیست. مطالعات رسانه ای. سال ششم. شماره ۱۳.
- ۴) عالالدینی، فاطمه (۱۳۵۳) نقش رسانه در آموزش توسعه پایدار به مردم. اولین همایش یافته های نوین در محیط زیست و اکوسیستم های کشاورزی
- ۵) علی عسگری، الهه (۱۳۵۱) نقش رسانه بر محیط زیست سالم. مطالعات رسانه ای، سال هفتم. شماره ۱۱.
- ۶) کارسون، ر. (۱۳۸۸) بهار خاموش. ترجمه عبدالحسین وهابزاده و دیگران، مشهد: جهاد دانشگاهی مشهد.
- ۷) مصطفوی، ف (۱۳۸۸) تأثیر رسانه های عمومی بر تغییر شیوه برخورد و فرهنگ ترافیکی. تهران: انتشارات راهور