

رسانه ها و توسعه حقوق محیط زیست

دکتر فرهاد دبیری، عضو هیئت علمی و استادیار تمام وقت گروه حقوق محیط زیست و انرژی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران
عارف واحد ناوان، دانشجوی کارشناسی ارشد حقوق محیط زیست دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران (نویسنده مسئول مکاتبات)

چکیده

در جهان امروز محیط زیست به یکی از مسایل مهم و نگران کننده تبدیل شده است. توجه به محیط زیست و مسایل مربوط به آن برای نخستین بار در رسانه‌های ایالات متحده آمریکا مطرح شد. دهه ۶۰ دهه شکوفایی و در واقع سرآغاز جدی توجه به محیط زیست در رسانه‌ها بود. کنفرانس‌های محیط زیستی در استکهلم، ریودوژانیرو و ژوهانسبورگ با سرو صدای زیاد رسانه‌ها ای برگزار شدند. در ایران نیز توجه به مسایل محیط زیست به ویژه در دهه‌های اخیر افزایش یافته است به همین منظور قوانینی برای توجه رسانه به محیط زیست وضع گردیده است. در این نوشتار کوشش شده است تا اهمیت رسانه و افکار عمومی در نهادینه کردن قوانین زیست محیطی و در نتیجه بسط حقوق محیط زیست مورد توجه قرار گیرد. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که در توسعه حقوق محیط زیست رسانه‌ها از جایگاه ممتازی برخوردارند؛ بر همین اساس توجه به محیط زیست در برنامه‌های توسعه‌ای کشور افزایش داشته است.

واژه‌گان کلیدی: رسانه، محیط زیست، قانون، افکار عمومی

تاریخ دریافت مقاله: ۳۰ فرودین ۱۳۹۰

تاریخ پذیرش نهایی: ۴ خرداد ۱۳۹۰

مقدمه

نگاهی ژرف به آنچه در حوزه محیط زیست در دهه‌های گذشته رخ داده است؛ به‌ویژه دستورکار ۲۱ که به برنامه قرن بیست و یک برای پاسداری از محیط زیست لقب گرفت اهمیت فراوان رسانه در آموزش و البته برخی فرصت‌سازی‌ها آشکار می‌شود. تردیدی نیست که از بدیهی‌ترین تاثیرگذاران بر آموزش و تنویر افکار عمومی در نگهداری از محیط زیست، رسانه‌ها هستند. از آنجائیکه بیشتر رسانه‌های جمعی مورد توجه عموم هستند و مردم، پاره‌ای از اوقات شبانه‌روز خود را به مطالعه، دیدن و یا شنیدن اطلاعات و اخبار منعکس شده در آنها اختصاص می‌دهند؛ بنابراین سریعترین، مطمئن‌ترین، قابل دسترس‌ترین و تاثیرگذارترین ابزار در جهت اشاعه فرهنگ حفاظت از محیط زیست و آموزش و تنویر افکار عمومی، رسانه‌های ارتباط جمعی هستند. برخی از اندیشمندان معتقدند با استفاده از رسانه‌ها، به راحتی می‌توان یک جریان فکری به وجود آورد بنابر این رسانه‌ها می‌تواند به عنوان یکی از مهمترین راهبردها و استراتژی‌ها در امر حفاظت از محیط زیست، فرهنگ‌سازی و نهادینه کردن فرهنگ نگهداری از محیط زیست ایفای نقش کند.

باید اعتراف کرد که رسیدن به توسعه پایدار در سایه توسعه فرهنگ عمومی امکان پذیرتر است. با همکاری رسانه‌ها شاهد ارتقای سطح فرهنگ عمومی مردم خواهیم بود تا نتایج مطلوب بدست آورده و به سمت توسعه پایدار هدایت شویم. از همین رو اهمیت رسانه‌ها در داشتن آینده‌ای بهتر و رسیدن به توسعه‌ای پایدار بسیار پررنگ است. با پدیده جهانی شدن و حرکت تندتر به سمت دهکده جهانی و ایجاد بازارهای گسترده و متنوع می‌توان با ایجاد ارتباط دو سویه با رسانه‌ها و محیط زیست در جهت توسعه پایدار گام برداشت.

بهر حال پس از انقلاب صنعتی در غرب رشد اقتصادی که بدون در نظر گرفتن تخریب محیط زیست صورت گرفت؛ فعالان محیط زیست رابه تکاپو درآورد. از اواخر دهه ۱۹۶۰ جنبش‌هایی در سراسر جهان شکل گرفت که به تخریب محیط زیست و آلودگی‌ها واکنش‌هایی را نشان داد. براساس آن دانشمندان علوم طبیعی نسبت به آینده کره زمین هشدار دادند. فشارهای رسانه‌ها، تحریک افکار عمومی و شکل‌گیری سازمان‌های مردم نهاد (NGO) مزید بر علت شد تا انسان‌ها قوانین زیست محیطی را برای جلوگیری از تخریب محیط زیست بکار ببندد.

با این وجود تخریب محیط زیست این روزها با سرعتی باورنکردنی در حال رخ دادن است و یکی از حوزه‌های مهم اطلاع رسانی، حوزه محیط زیست است، امروزه صاحبان رسانه‌های

گروهی به ویژه خبرنگاران با آگاهی به وظیفه سنگین خویش در عرصه اطلاع رسانی شفاف و تبیین حقایق جامعه نقش به سزایی دارند.

ریشه های توجه به محیط زیست

مفهوم «محیط زیست جهانی» تازه ترین مفهوم پردازی درباره محیط است و ریشه های آن به مناظرات مربوط به «بحران زیست محیطی» در دهه های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ بازمی گردد. پس مهم است که توجه کنیم مفهوم محیط زیست جهانی برخاسته از رویارویی با پس زمینه آسیب پذیری، تهدید و خطر است. گرچه همواره محیط یا محیط زیست جهانی وجود داشته است، ولی بروز مخاطرات برای آن، آماج توجه همگانی و سیاسی قرار گرفت. یکی از موضوع هایی که در ایجاد مفهوم محیط زیست جهانی اهمیت پیدا کرد عکس هایی بود که از فضا در پایان دهه ۱۹۶۰ از زمین گرفته شد. این تصاویر بیش از هر عامل دیگر مردم جهان را به راستی متوجه کرد که همه ما بر روی یک کره خاکی زندگی می کنیم و در آن شریکیم. از همین جا بود که «مفهوم آگاهی زیست محیطی کهکشانی» پیدا شد که نه فقط در بروز جنبش های سبز و محیط زیستی بلکه در رویدادهایی چون روز زمین در ۱۹۷۰ و مفهوم «فضایمای زمین» تجلی یافت.

با این حال، در دهه های ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ بود که مفهوم «محیط زیست جهانی» تثبیت شد. با بروز «مسائل زیست محیطی جهانی» مانند انقراض انواع جانوران و گیاهان، گرم شدن زمین، نازک شدن لایه اوزون که مسائلی با ابعاد جهانی هستند (گرچه ممکن است خاستگاه آنها حتما جهانی نباشد) مفهوم محیط زیست جهانی مصداق کامل پیدا کرد. مفهوم محیط زیست جهانی به درونمایه اصلی نظریه پردازی اجتماعی درباره جهانی شدن تبدیل شده است و در کنار آن مفاهیم «اقتصاد جهانی»، «ارتباطات جهانی» و «دهکده جهانی» قرار دارند. همان گونه که محیط جهانی در میان نقاط و مردم دور از هم، شبکه جهانی روابط اجتماعی اقتصادی می آفریند، محیط دهکده جهانی نیز بیانگر سطح دیگری از رابطه متقابل میان مردم و مکان های دور از هم است. برخی مسائل محیطی، همچون بازار آزاد جدید اقتصادی جهانی، به مرزهای ملی محدود نمی شوند. (بری، ۱۳۸۰، صص ۴۸-۳۷)

بهر حال اگر بنا باشد نهضت های اجتماعی را براساس نیروی مولد تاریخی آنها، یعنی تاثیر آنها بر ارزشهای فرهنگی نهادهای جامعه ارزیابی کنیم، نهضت محیط زیست ربع پایانی قرن بیستم جایگاه ممتازی در چشم انداز تاریخ کسب می کند. در دهه ۱۹۹۰ میلادی ۸۰ درصد آمریکایی ها و بیش از دو سوم اروپایی ها خود را طرفدار محیط زیست می دانسته اند؛ احزاب و نامزدهایی که برنامه ها و سیاست های خود را «سبز نساخته» باشند به زحمت می توانند در انتخابات پیروز شوند؛ دولت ها و موسسه های بین المللی نیز برنامه ها و سیاست ها و سازمانهای

تخصصی و قوانین متعددی را برای حفظ طبیعت، ارتقای کیفیت زندگی، و نهایتاً نجات کره زمین در بلندمدت و نجات نسل کنونی ساکنان آن در کوتاه مدت ایجاد کرده‌اند. شرکت‌ها، حتی برخی از شرکت‌هایی که به خاطر ایجاد آلودگی بدنام هستند، در روابط عمومی خود و همچنین در بازاریابی‌های جدید خود، محیط زیست‌گرایی را لحاظ می‌کنند. و در سراسر کره خاک، تضاد قدیمی و ساده‌انگارانه توسعه به نفع فقرا و محافظه‌کاری به نفع ثروتمندان به مناقشه‌ای چندوجهی درباره محتوای واقعی توسعه پایدار برای هر کشور، شهر و منطقه تغییر شکل داده است.

مسئله قسمت اعظم مسائل محیط زیستی ما همچنان باقی است. زیرا حل آنها مستلزم تغییر شکل شیوه‌های تولید و مصرف و همچنین شیوه‌های سازمان اجتماعی و زندگی‌های شخصی است. گرم شدن کره زمین همچون تهدیدی مرگبار در افق طالع شده است. جنگل‌های گرمسیری دچار حریق می‌شوند، مواد شیمیایی سمی عمیقاً وارد زنجیره غذایی شده‌اند، دریایی از فقر زندگی را تباہ می‌سازد و دولت‌ها با سلامتی مردم بازی می‌کنند، این واقعیت که تمامی مسائل مذکور و مسائل عدیده دیگر وارد مباحث عمومی شده‌اند و اینکه آگاهی فزاینده‌ای نسبت به همبستگی متقابل و خصلت جهانی آنها به وجود آمده است، مبنایی برای حل آنها و شاید مبنایی برای اصلاح جهت‌گیری نهادها و خط مشی‌ها به سوی نظام اقتصادی و اجتماعی پاسخگو در برابر مسائل محیط زیست است. نهضت محیط زیست پر دامنه‌ای که از اواخر دهه ۱۹۶۰ در اکثر نقاط جهان پدید آمد و نقاط کانونی نیرومند آن در آمریکا و اروپای شمالی است، تا حد زیادی ریشه اصلی تحول چشمگیر نحوه اندیشیدن ما درباره رابطه بین اقتصاد، جامعه و طبیعت است و از همین رو نطفه‌گذار فرهنگ نوینی است. (کاستلز، ۱۳۸۵، صص ۱۴۷ - ۱۴۸)

نقش تاریخی رسانه در توسعه محیط زیست

تردیدی نیست که در توسعه حقوق محیط زیست رسانه از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. دور از واقعیت نیست که ما بخشی از رشد و ارتقاء ادراک عمومی جامعه را در کلیه زمینه‌ها مرهون خدمات رسانه‌ها بر شماریم. در حوزه حقوق محیط زیست نیز خوشبختانه بسیاری از خبرنگاران با آگاهی از مسائل و مشکلات این بخش توانسته‌اند با انتشار اخبار، مقالات، گزارشات و گفت‌وگوها مردم را با این مهم آشنا کنند.

بطور مثال انتشار کتاب بهار خاموش در سال ۱۹۶۲ سرآغاز جنبش‌های زیست‌محیطی در سراسر جهان شد. راشل کارسون بانوی اهل پنسیلوانیای آمریکا زیست‌شناس 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 برملا کرد و شیوه‌های مهندسان کشاورزی را به چالش کشید و افکار عمومی را متوجه دنیای طبیعت کرد.

این کتاب ابتدا به صورت یک نوشته دنباله‌دار در سه شماره نشریه نیویورک در تابستان ۱۹۶۲ چاپ شد و سپس در سپتامبر همان سال به صورت کتاب منتشر شد. با این کتاب نهضت معاصر محیط زیست آغاز شد انتقادهای او حتی رییس‌جمهور وقت (جان اف کندی) را وادار کرد تا دستور بررسی موضوع استفاده‌های نادرست از آفت زداها را صادر کند.

شرکت‌های نجاری با صرف هزینه ای بالغ بر ۲۵۰۰۰۰ دلار تلاش کردند تا یک کارزار تبلیغاتی برای سیاه‌نمایی جنبه‌های علمی نوشته های او به راه اندازند. اما تبلیغات آنها به شهرت راشل کارسون افزود. در شرایطی که منتقدان او را، بانوی عصبی می‌دانستند؛ یکی از سردبیران مطبوعات آمریکا نوشت: «یکی دو هزار کلمه از راسل کارسون کافی بود تا جهان مسیر دیگری را بپیماید.» انتشار بهار خاموش در نیویورک انقلابی نه فقط در مطبوعات آمریکا بلکه در رسانه‌های سراسر جهان راه انداخت. جهان زین پس مسیر دیگری به خود گرفت. (کارسون، ۱۳۸۸، صص ۱۰ - ۵)

بهر حال در زمینه توجه رسانه به مقوله محیط زیست کشور آمریکا از پیشگامان است. حتی در فاصله سال‌های ۱۹۳۲ - ۱۸۹ نیز از پوشش اخبار رسانه های آن کشور به بررسی سلامت عمومی و مسائل مربوط به حفاظت و نگهداری اختصاص یافته بود.

نگرانی‌های 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 سیاسی روندی رو به جلو داشت و به عنوان کشوری شناخته می‌شد که در زمینه رسانه‌ها به ویژه رسانه های نوشتاری پیشرو بود. در نهایت در همان سال‌ها مشکلات جدیدی هم آشکار شد و این خطای سنتی که ناسازگاری‌های محیط زیست در اواخر قرن بیستم در یک پوچی تاریخی پدید آمده است؛ بر سر زبان‌ها افتاد. مورخان به نادرستی اعلام کردند که توسعه علم و تکنولوژی بود که عامل معضلات زیست محیطی بوده است.

این دیدگاه به سادگی منعکس کننده عدم وجود منطق علمی در تحقیقات بود. در این تحقیقات به قدر کافی از پوشش خبری راجع به انقراض حیوانات، حفاظت و مسائل مربوط به بهداشت عمومی (مدتها قبل از دوره توسعه تکنولوژی) صحبت شده است.

همچنین از اوایل قرن هجدهم تا اوایل قرن بیستم امکان تشخیص صدها یا هزاران چالش های زیست محیطی وجود دارد که بسیاری از آنها بر روی نگرانی‌های مربوط به بهداشت عمومی و حفاظت از آن متمرکز شده است. دوران اصلاح طلبی در غرب به خصوص، به عنوان زمان بیداری و نگرانی ها مطرح شناخته شده است. این زمانی بود که رسانه‌های خبری در

حال ظهور دنیایی از محدودیت در افکار و عقاید بودند. با در نظر گرفتن محل تلاقی سابقه روزنامه نگاری و تاریخ محیط زیست در این مدت به نتایجی در این باره دست می‌یابیم به طور مثال مطالعه نشان می‌دهد صدها رساله، هزارن مقاله و تعداد زیادی کتاب پیرامون بررسی تاریخ روزنامه نگاری و محیط زیست در ایالات متحده امریکا به وسیله پژوهشگران انجام شده است و هم اینک موجود است. البته بخش عمده‌ای از کارهای اولیه بیوگرافی و مطالعات سازمان‌ها است. (کواریک، ۲۰۰۹، ۳۴)

در دهه ۱۹۸۰ جنبش تاریخی در مناطق به سابقه روزنامه نگاری نیز تاثیر گذاشت و ما شاهد عملکرد گسترده‌تر و مطالعات وسیع‌تر در حوادث خاص بودیم. به این امید که تاریخ روزنامه نگاری نیز شروع به اضافه کردن سابقه و رکورد به تاریخ محیط زیست می‌کند؛ با این حال، حتی اگرچه سابقه تاریخی در زمینه نقش رسانه در توسعه محیط زیست غنی اما ناشناخته است، ولی جا برای شناخت کامل از آنچه دست نیافته ایم بسیار است. هنوز هم مقدار زیادی از کار وجود دارد که به تلاش برای کشف آن نیاز است. ما بسیار ناچیز در مورد نقش مطبوعات در تکاپو برای حفظ حیات وحش، تصفیه آب و قوانین زیست محیطی دست یافته ایم. همچنین، ما فقط نیم‌نگاهی از آنچه روزنامه نگاران در مورد محیط زیست انجام داده‌اند، می‌دانیم. (کاستلز، ۱۳۸۵، ص ۳۴)

در برخی کشورها بخصوص در اروپا محیط زیست‌گرایان پا 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 موفق‌تر بوده‌اند. همچنین محیط زیست‌گرایان در انتخابات بین‌المللی، مثل انتخابات پارلمان اروپایی نیز نسبتاً موفق بودند زیرا در مورد نهادی نظیر پارلمان اروپا که تنها دارای قدرت نمادین است، شهروندان در این خصوص که با رای 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 تصمیم‌گیری 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 تاثیر ساختارهای نهادی خاص است که چارچوب فرصت‌های رقابت سیاسی را می‌سازد که رسانه‌ها در داغ کردن این تنور نقش اساسی را بازی می‌کنند. حزب سبز آلمان نمونه بارز از این مثال است. حزب سبز آلمان در ۱۳ ژانویه ۱۹۸۰ و با ائتلاف نهضت‌های مردمی شکل گرفت. این حزب در پیشبرد نهضت محیط زیست در آلمان بیش از تمامی نهضت‌های اروپایی دیگر موثر بوده است.

نیروی اصلی شکل‌گیری این حزب، نهضت ابتکارات شهروندان در اواخر دهه ۷۰ بود که عمدتاً حول محور صلح و مبارزه با سلاح‌های هسته‌ای بسیج شده بود. پژوهش بر روی شکل‌گیری، اهداف و دستاوردهای این حزب به ما این را می‌گوید که حزب سبز آلمان از تاثیرگذارترین رسانه‌ها برای پیشبرد اهداف خود استفاده می‌کند.

اینترنت در خدمت محیط زیست

محیط زیست‌گرایان در استفاده از تکنولوژی‌های ارتباطی جدید به ویژه اینترنت پیشرو بوده‌اند و آنها را به عنوان ابزارهای سازماندهی و بسیج به کار گرفته‌اند. مثلاً ائتلافی از گروه‌های محیط زیستی آمریکا، کانادا و شیلی متشکل از سازمانهایی مثل دوستان زمین، باشگاه سی‌یرا، صلح سبز، مدافعان حیات وحش، انجمن قانون محیط زیست کانادا، و سازمانهایی دیگر شکل گرفت که همگی علیه تصویب معاهده تجارت آزاد امریکای شمالی (NAFTA) بسیج شده بودند. دلیل این امر آن بود که این معاهده فاقد پیش‌بینی‌های لازم برای حفاظت از محیط زیست بود. آنها از اینترنت برای هماهنگ ساختن اقدامات و اطلاعات استفاده کردند، همچنین شبکه‌ای دائمی ساختند که خطوط اصلی مبارزه‌های محیط زیستی بین‌المللی را در دهه ۹۰ در آمریکا ترسیم می‌کرد. ایستگاه‌های شبکه سراسری جهانی (WWW) همچون ایستگاه‌هایی که در ۱۹۹۶ میلادی به وسیله سازمان‌هایی مثل حفاظت بین‌الملل و شبکه اقدام جنگل‌های حاره‌ای تأسیس شد، برای تمامی محیط زیست‌گرایان جهان بدل به پایگاه‌هایی مبارزاتی شده است. این ایستگاه‌ها برای دفاع از جنبش ساکنان بومی جنگل‌های استوایی ایجاد شدند. سازمان موسوم به «اول غذا» که در کالیفرنیا به وجود آمد پس از مدتی به شبکه‌ای از گروه‌های محیط زیستی در کشورهای در حال توسعه پیوست. این شبکه مسائل محیط زیستی و مساله فقر را به یکدیگر مربوط می‌کند و از طریق اینترنت توانسته است فعالیتهای خود را با یک سازمان تایلندی موسوم به «جنوب جهانی» هماهنگ سازد. این سازمان دیدگاه محیط زیستی را در قاره آسیا نشر می‌دهد که در حال صنعتی شدن است. اکنون گروه‌های مردمی در سراسر جهان از طریق این شبکه‌ها قادر شده‌اند به صورت همزمان و در تراز جهانی، در سطحی که مسائل اصلی در آن سطح به وجود می‌آید به اقدام بپردازد. به نظر می‌رسد نخبگان جدیدی در حال پیدایش هستند که در استفاده از کامپیوتر مهارت دارند و هسته هماهنگ کننده و جهانی گروه‌های مردمی فعال در مسائل محیط زیست سراسر جهان هستند. این پدیده با نقشی که صنعتگران چاپ و روزنامه‌نگاران در ابتدای جنبش کارگری ایفا کردند چندان بی‌شباهت نیست، در جنبش کارگری نیز نخبه‌های مذکور از رهگذر اطلاعاتی که بدان دسترسی داشتند توده‌های بی‌سواد را هدایت

می‌کردند که تشکیل دهنده طبقه کارگر در اوایل دوران صنعتی شدن بود. (همان، صص ۱۷۰ - ۱۶۷)

کمک رسانه‌ها در تهییج افکار عمومی به سود محیط زیست

تهییج، ترغیب و تشویق افکار عمومی در مخالفت یا موافقت با سیاست یا برنامه‌ای، مهم‌ترین سلاح در یکی دو قرن گذشته در دست سیاستمداران بوده‌اند. با گسترش ارتباطات رسانه‌ای گروه‌های مختلف، سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و حتی طرفداران محیط زیست به‌گونه‌ای از آن برای پیشبرد خواسته‌های خود استفاده کرده‌اند.

افکار عمومی جهان از منابع مهم حقوق محیط زیست است. قدرت افکار عمومی در کمیته‌ها، جنبش‌ها و موسسه‌های دفاع از محیط زیست متبلور می‌شود که هدفشان درخواست اجرای قوانین و یا دادن پیشنهاد تازه برای نگهداری از انسان‌ها و موجودات است و از بین آنها می‌توان به گروه «صلح سبز»، گروه «دوستان زمین» و موسسات «آل‌زاس» در مورد جلوگیری از آلودگی بین مرزها اشاره کرد.

در ایران نیز می‌توان از سازمان‌های غیر دولتی زیست محیطی متعددی همچون «جبهه سبز» و «جمعیت سبز ایران» را نام برد که با اهدافی چون شناسایی عوامل آلوده‌کننده محیط زیست و جلوگیری از آفات زیست‌محیطی، جلوگیری از گسترش کویر، تبلیغ فرهنگ درختکاری و اقوام عملی در جهت توسعه منابع طبیعی آغاز به کار کرده‌اند.

تاثیر موسسات دفاع از طبیعت این است که در خارج از کادر دولتی، به وسیله فعالیت‌های افشاگرانه و همچنین تهییج افکار مردم و نیز فعالیت‌های حقوقی مانع فعالیت شرکت‌هایی شوند که با ریختن تولیدات خطرناک و سمی خود باعث آلودگی می‌شوند. این اقدام‌ها اگر نتوانند به طور کلی و قطعی مانع از فعالیت این شرکت‌ها شوند حداقل می‌توانند به طور جزئی هم که شده فعالیت آنها را محدود کنند. (تقی‌زاده انصاری، ۱۳۸۷، صص ۱۹-۲۰)

البته قسمت اعظم موفقیت نهضت‌های محیط زیست از این واقعیت ناشی می‌شود که این نهضت‌ها بیش از هر نیروی اجتماعی دیگری، به بهترین نحو قادر به سازگاری با شرایط ارتباطات و تجهیز و بسیج در پارادایم نوین تکنولوژی بوده است. با اینکه این نهضت‌ها بطور عمده متکی به سازمان‌های مردمی است، اما کنش محیط زیستی برمبنای آفریدن رویدادهای مورد علاقه رسانه‌ها عمل می‌کند. محیط زیست‌گرایان، با آفریدن رویدادهایی که توجه رسانه‌ها را جلب می‌کند می‌توانند به مخاطبانی بیش از اعضا و هواداران مستقیم خود دست یابند. به علاوه، حضور دائمی مضامین محیط زیستی در رسانه‌ها به محیط زیست‌گرایان مشروعیتی بیش از دیگر جنبش‌ها می‌دهد. جهت‌گیری رسانه‌ای به‌خصوص در مورد فعالان

جهانی محیط زیست از قبیل صلح سبز آشکار است. منطق این قبیل فعالان محیط زیست که مورد توجه رسانه‌ها نیز قرار گرفته به تمامی متوجه آفریدن رویدادهایی برای تهییج افکار عمومی نسبت به مسائل معین است تا بدین‌سان بر قدرت‌های ذیربط فشار وارد آورد، اما کار اصلی مبارزات محیط زیستی در سطح محلی نیز همین است؛ اخبار رادیو و تلویزیون محلی و روزنامه‌ها منعکس کننده صدای محیط زیست‌گرایان است تا جایی که شرکتها و سیاستمداران اغلب شکایت دارند که مسوول بسیج و تهییج محیط زیستی رسانه‌ها هستند نه اکولوژیستها. رابطه کمک متقابل رسانه‌ها و محیط زیست‌گرایی ریشه‌های متعددی دارد. نخست اینکه تاکتیک‌های اقدام مستقیم بدون خشونت، که از اوایل دهه ۱۹۷۰ میلادی در جنبش رواج داشت، مواد خوبی برای ارائه گزارشهای خبری فراهم می‌آورد، به ویژه هنگامی که اخبار نیازمند تصاویر تازه بود. بسیاری از فعالان محیط زیستی به طور موثری تاکتیکهای آنارشیستهای سنتی فرانسوی را به اجرا درآورده‌اند، یعنی اقدام به کنش تمثیلی کرده‌اند، که اقدامی نمایشی است که اذهان را متوجه خود ساخته، بحث و مناقشه به راه می‌اندازد و موجب بسیج افکار عمومی می‌گردد. از خودگذشتگی‌هایی مثل تحمل بازداشت و زندان، به خطر انداختن زندگی خویش در اقیانوس، زنجیر کردن خود به درختان، ایجاد سدی از پیکر انسانها برای جلوگیری از ساخته شدن تاسیسات نامطلوب، بر هم زدن مراسم رسمی، و بسیاری از دیگر اقدامات مستقیم، به همراه خویش‌ننداری و عدم خشونت، مبلغ نوعی نگرش گواه‌طلبانه است که در عصر بدبینی و شکاکیت گسترده، اعتماد متقابل را احیاء و ارزشهای اخلاقی را تقویت می‌کند. دوم اینکه، مشروعیت مسائلی که محیط زیست‌گرایان پیش می‌کشند مستقیماً به آن دسته از ارزشهای اساسی انسانی مربوط می‌شود که اکثر مردم آنها را باور دارند. این ویژگی‌ها زمینه مساعدی برای رسانه‌هاست تا نقش خود را رساندن صدای مردم بدانند، و بدین ترتیب مشروعیت خود را افزایش دهند و رضایت کاری خبرنگاران را نیز بالا ببرند، علاوه بر این، گزارش مخاطرات و تهدیدهایی که برای سلامت و بهداشت مردم وجود دارد یا گزارش تخریب محیطی زندگی مردم در اخبار محلی باعث می‌شود مسائل بومی و محیطی یک منطقه با نیروی بیش از همه گفتمانهای سنتی ایدئولوژیک رواج یابد. اغلب خود محیط زیست‌گرایان تصاویر گرانبهایی در اختیار رسانه‌ها قرار می‌دهند که گویاتر از یک گزارش مفصل است. بر همین مبنا گروه‌های محیط زیستی امریکا به توزیع دوربین‌های ویدئویی بین گروه‌های مردمی در سراسر جهان، از کانکتیکات گرفته تا آمازون، اقدام کرده‌اند تا از تخلفات آشکار از قوانین محیط زیستی فیلم بگیرند و سپس با استفاده از زیرساخت تکنولوژیک، این گروه‌ها به آماده‌سازی و انتشار این تصاویر و متهم ساختن مسوولان آن اقدام کنند.. (کاستلز، ۱۳۸۵، صص ۱۶۷-۱۶۶)

حقوق و محیط زیست

از دهه ۶۰ میلادی به بعد محیط زیست‌گرایی دیگر صرفاً دلمشغول تماشای پرندگان، نجات جنگلها و پاکیزه‌سازی هوا نبوده است. اقداماتی علیه دفع زباله‌های سمی، حقوق مصرف‌کنندگان، اعتراضهای ضدهسته‌ای، فمینیسم، و شماری از مسائل دیگر با دفاع از طبیعت ترکیب شده‌اند تا ریشه‌های نهضت محیط زیست را در گستره چشم‌انداز وسیعی از دعاوی و حق‌طلبی‌ها جای دهند. بر این اساس کشورها به ویژه رسانه‌ها و در پیرو آن افکار عمومی رویکرد مثبتی به محیط زیست نشان دادند.

در دهه ۹۰ در حالی که برخی از مسائل اصلی مثل صلح و اعتراض ضد هسته‌ای تا اندازه‌ای به دلیل موفقیت اعتراضها، و تا حدی به علت پایان یافتن جنگ سرد، به حاشیه رانده شده‌اند، اما مسائل اجتماعی متعددی به صورت بخشی از یک نهضت محیط زیست درآمدند؛ نهضتی که روزه‌روز متنوع‌تر می‌شود. اجتماعات فقیر و اقلیتهای قومی علیه تبعیضهای محیطی بسیج شده‌اند زیرا آنها بیش از دیگران در معرض مواد سمی، آلودگی، آسیب‌های بهداشتی و افول سطح زندگی هستند. افکار عمومی علیه ریشه‌های آسیب‌های ناشی از مسمومیت‌های شیمیایی گرفته تا تنش و فشار ناشی از آلودگی هوا، واکنش نشان دادند. دیگر بریدن یک درخت و یا تخلیه فاضلاب کارخانه در رودخانه ای و حتی شکار یک خرس کار آسانی نیست. قوانین در نتیجه همین فشارهای رسانه ای برای حمایت از محیط زیست وضع شده است. در ایران خوشبختانه دو اصل مهم از قانون اساسی به محیط زیست اختصاص یافته است علاوه بر آن بسیاری از ماده‌ها و تبصره‌های قانونی در حمایت از محیط زیست وضع شده است.

بررسی جایگاه محیط زیست در مجموعه قوانین کشور

قانون اساسی شالوده و اساس یک حکومت یا دولت را تشکیل می‌دهد و ایران جزو معدود کشورهایی است که توجه به محیط زیست را در قانون اساسی خود در دو اصل بسیار مهم آورده است.

در قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران که در سال ۱۳۵۸ به تصویب رسید اصل پنجاهم به صورت مستقیم به محیط زیست و جایگاه آن اشاره می‌کند.

در این اصل آمده است: «در جمهوری اسلامی، حفاظت محیط زیست که نسل امروز و نسل‌های بعد باید در آن حیات اجتماعی رو به رشد داشته باشند، وظیفه عمومی تلقی می‌گردد. از این رو فعالیت‌های اقتصادی و غیر آن که با آلودگی محیط زیست با تخریب غیرقابل جبران آن ملازمه پیدا کند، ممنوع است.» (قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، اصل ۵۰)

علاوه بر این اصل که به صورت مستقیم توجه به محیط زیست را هدف قرار می‌دهد در اصل چهل و پنجم قانون اساسی هم آمده است: «انفال و ثروت‌های عمومی از قبیل زمین‌های موات یا رها شده، معادن، دریاها، دریاچه‌ها، رودخانه‌ها و سایر آب‌های عمومی، کوه‌ها، دره‌ها، جنگل‌ها، نیزارها، بیشه‌های طبیعی، مراتعی که حریم نیست، ارث بدون وارث و اموال مجهول المالک و اموال عمومی که از غاصبین مسترد می‌شود در اختیار حکومت اسلامی است. تا بر طبق مصالح عامه نسبت به آنها عمل نمایند تفصیل و ترتیب استفاده از هر یک را قانون معین می‌کند». (قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، اصل ۴۵)

سیر صعودی توجه به محیط زیست در برنامه ریزی‌های کشور

توجه به محیط زیست در برنامه ریزی‌های دولت سیر صعودی داشت. در برنامه اول که ۱۳۶۸/۱۱/۱۱ به تصویب شورای نگهبان رسید از مجموع یک ماده و پنجاه و دو تبصره قانونی تنها تبصره ۱۳ به صورت مستقیم به امر حفاظت محیط زیست می‌پردازد.

در برنامه پنج ساله دوم که در تاریخ ۱۳۷۲/۹/۲۰ به تصویب مجلس رسید در سه تبصره از ماده‌های هشتاد و یک، دو و سه به صورت مستقیم به مقوله محیط زیست پرداخته شده و در برنامه سوم وضع اندکی بهتر شد؛ مقدمات تدوین برنامه سوم توسعه از اواخر ۱۳۷۶ آغاز شد. فروردین ۱۳۷۹ به تصویب مجلس رسید این متن قانونی مشتمل بر ۲۶ فصل مختلف و ۱۹۹ ماده بود. فصل دوازدهم آن به عنوان سیاست‌های محیط زیستی اختصاص داشت. در دو ماده قانونی یکصد چهار و یکصد و پنج به مقوله محیط زیست پرداخته شد.

قانون برنامه چهارم توسعه در مهرماه سال ۱۳۸۳ به دولت وقت ابلاغ گردید؛ این قانون حاوی ۱۶۱ ماده، ۳۴ تبصره و ۹ ضمیمه بود.

قانون برنامه چهارم شامل شش بخش عمده به عنوان محورهای اصلی برنامه و ۱۵ فصل به عنوان زیر مجموعه بخش‌های اصلی است بخش دوم قانون برنامه به عنوان «حفظ محیط زیست، آمایش سرزمین و توازن منطقه‌ای اختصاص دارد و بدین شکل بر اهمیت مباحث محیط زیست و آمایش سرزمین تاکید شده است. فصل پنجم مشتمل بر ۱۴ ماده و یک تبصره به حفظ محیط زیست اختصاص پیدا کرده است. (قانون برنامه پنج ساله چهارم توسعه جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۸۳، صص ۹۶-۹۲)

قانون برنامه پنج ساله پنجم از نه فصل کلی و ۱۹۹ ماده قانونی تشکیل شده است قانون برنامه توسعه جمهوری اسلامی ایران ۱۳۸۹/۱۰/۱۵ به وسیله مجلس تصویب شد و با نامه رئیس‌جمهور به اجرا درآمد در برنامه پنج ساله پنجم که هم اکنون در حال اجرا است از ماده ۱۸۷ تا ماده ۱۹۴ به محیط زیست اختصاص داده شده است. (قانون برنامه پنج ساله پنجم توسعه جمهوری اسلامی ایران ۱۳۹۴-۱۳۹۰)

نگاه قانون ایران به بحث رسانه و حقوق محیط زیست

توجه به رسانه در حوزه محیط زیست به‌ویژه از جهت اطلاع‌رسانی و روشن شدن افکار عمومی را می‌توان در قانون نحوه جلوگیری از آلودگی هوا جست‌وجو کرد. قانونگذار در فصل نخست که شامل کلیات است و در ماده یک به اصل مهم قانون اساسی اشاره می‌کند و به کلیه دستگاه‌ها و موسسات و کلیه اشخاص حقیقی و حقوقی تاکید می‌کند که مقررات و سیاست‌های مقرر در این قانون را رعایت نمایند.

ماده ۱ - جهت تحقق اصل پنجاهم قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران و به منظور پاکسازی و حفاظت هوا از آلودگی‌ها کلیه دستگاه‌ها و موسسات و کلیه اشخاص حقیقی و حقوقی موظفند مقررات و سیاست‌های مقرر در این قانون را رعایت نمایند.

قانون نحوه جلوگیری از آلودگی هوا از شش فصل تشکیل می‌شود ماده ۷ از فصل دوم مربوط به وسائل نقلیه موتوری است؛ قانونگذار در این ماده دو بار سازمان حفاظت محیط زیست را مکلف کرده است تا از رسانه همگانی برای اطلاع‌رسانی استفاده کند. یک بار به هنگام شرایط آلودگی هوا که به حد اضطرار می‌رسد و دیگر بار با برطرف شدن وضعیت اضطراری و کاهش آلودگی هوا است.

ماده ۷ - در مواقع اضطراری که به علت کیفیت خاص جوی، آلودگی هوای شهرها به حدی برسد که به تشخیص وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی سلامت انسان و محیط زیست را شدیداً به مخاطره بیندازد، سازمان حفاظت محیط زیست با همکاری وزارت کشور (شهرداریها و نیروی انتظامی جمهوری اسلامی ایران) ممنوعیت‌ها یا محدودیت‌های موقت زمانی، مکانی و نوعی را برای منابع آلوده‌کننده برقرار نموده و بلافاصله مراتب را از طریق رسانه‌های همگانی به اطلاع عموم خواهد رسانید.

با برطرف شدن وضعیت اضطراری و کاهش آلودگی هوا، سازمان نسبت به رفع ممنوعیت و محدودیت برقرار شده اقدام و مراتب را به نحو مقتضی به اطلاع عموم خواهد رسانید. (روزنامه رسمی، ۱۳۷۴، ص ۴)

ماده ۷ - برای سازمان حفاظت محیط زیست در تعامل با رسانه همگانی وظیفه اطلاع‌رسانی را تعیین کرده است اما در فصل ششم که شامل سه ماده است؛ صدا و سیما را موظف می‌کند با همکاری سازمان حفاظت محیط زیست برنامه‌های آموزشی و قوانین و مقررات مربوط به مسائل محیط زیست را برای روشن شدن افکار عمومی تهیه کند.

ماده ۳۳ - سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران موظف است با همکاری سازمان حفاظت محیط زیست، برنامه‌های مناسب جهت تنویر افکار عمومی، آموزش و قوانین و مقررات مسائل حفاظت محیط زیست را تنظیم و به مورد اجرا بگذارد. (همان منبع، ص ۴)

اما در آیین‌نامه اجرائی تبصره ماده ۶ قانون نحوه جلوگیری از آلودگی هوا که هیات وزیران در جلسه مورخ ۱۳۸۱/۳/۲۲ بنا به پیشنهاد مشترک وزارت کشور، سازمان حفاظت محیط زیست و نیروی انتظامی جمهوری اسلامی ایران به تصویب رساند در ماده ۱۲ فصل سوم که عنوان ساماندهی حمل و نقل شهری را دارد برای صدا و سیما این بار برای تغییر سوخت مصرفی وسایل نقلیه از نظر اقتصادی و زیست محیطی وظایفی مشخص شده است.

ماده ۱۲ - سازمان صدا و سیما مکلف است با همکاری دستگاه‌های ذیربط، برنامه‌هایی را در راستای نمایاندن تغییر سوخت مصرفی وسایل نقلیه از نظر اقتصادی و زیست محیطی، همچنین برنامه‌های آموزشی متضمن ملاحظات ایمنی مربوط به گازسوز شدن را از طریق صدا و سیما، به عموم مردم ارائه نماید.

گرچه قانون برنامه سوم اعتبار خود را از دست داده است ولی اشاره به یک ماده از آن جهت تاکید بر اهمیت اطلاع رسانی و طبیعتاً از مجاری مناسب از جمله رسانه‌ها قابل ذکر است.

در ماده ۱۵ آیین‌نامه اجرائی بند(ج) ماده (۱۰۴) قانون برنامه سوم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران مصوب اسفند ۱۳۷۹ با اصلاحات بعدی به‌طور مستقیم به نقش اطلاع‌رسانی سازمان حفاظت محیط زیست اشاره شده است در این ماده آمده است که سازمان موظف است که با همکاری دستگاه‌های ذیربط نسبت به تدوین و اجرای برنامه‌های آموزشی و اطلاع‌رسانی در زمینه نحوه تطبیق مشخصات فنی واحدهای صنعتی و تولیدی، قوانین و مقررات و استانداردهای زیست محیطی اقدام کند. (مجموعه قوانین و مقررات حفاظت محیط زیست و تعالی همه‌جانبه کشور، ۱۳۸۷ ص ۷۲)

محیط زیست و رسانه در قانون برنامه پنجساله چهارم توسعه

قانون برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران به‌طور مفصل‌تری به نقش اطلاع‌رسانی رسانه‌ها و وظایف سازمان حفاظت محیط زیست پرداخته است گرچه جای خود را قانون برنامه پنجم داده است اشاره به تعدادی از ماده‌های آن بی‌مناسبت نیست.

ماده ۱۰۶ قانون برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران، دولت را مکلف کرده است به‌منظور تعمیق ارزشها، باورها، فرهنگ معنویت و نیز حفظ هویت اسلامی - ایرانی، اعتلای معرفت دینی و توسعه فرهنگ قرآنی، اقدام‌هایی را انجام دهد.

بند ب همین ماده می‌گوید که گسترش فعالیت‌های رسانه‌های ملی و ارتباط جمعی در جهت مقابله با تهاجم فرهنگی، سالم‌سازی فضای عمومی، اطلاع‌رسانی صحیح و تحقق سیاست‌های کلی برنامه چهارم با فراهم‌آوردن زمینه‌های مناسب انتشار گزارش‌های عملکرد

دستگاه‌ها و افزایش امکان دسترسی جامعه به آموزشهای عمومی، فنی - حرفه‌ای، ترویجی و آموزشهای عالی از طریق شبکه‌های صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران.

بخش دوم قانون برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران به حفظ محیط زیست، آمایش سرزمین و توازن منطقه‌ای اختصاص دارد در فصل پنجم همین قانون که موضوع مهم حفظ محیط زیست را نشانه رفته است وظایفی برای دولت در راستای توسعه فرهنگ محیط زیست آورده است. موادی از همین قانون مستقیم به بحث وظایف رسانه‌ها به آموزش محیط زیست می‌پردازد.

ماده ۶۰ - دولت موظف است به منظور تقویت و توانمندسازی ساختارهای مرتبط با محیط‌زیست و منابع طبیعی، سازوکارهای لازم را جهت گسترش آموزشهای عمومی و تخصصی محیط زیست در کلیه واحدهای آموزشی و مراکز آموزش عالی، حمایت از سرمایه‌گذاری در بخش محیط زیست و منابع طبیعی، ایجاد تقویت ساختارهای مناسب برای فعالیتهای زیست محیطی در دستگاه‌های اثرگذار بر محیط زیست تنظیم و برقرار نماید.

در همین قانون برای سازمان حفاظت محیط زیست در امر آگاهی‌های عمومی و اطلاع‌رسانی وظایفی اجبار شده است. ماده ۶۴ از دو بند تشکیل شده است که هر دو بند آن به وظایف سازمان حفاظت محیط زیست در امر اطلاع‌رسانی تاکید شده است.

ماده ۶۴ - سازمان حفاظت محیط زیست مکلف است:

الف - در راستای ارتقای آگاهی‌های عمومی و دستیابی به توسعه پایدار به منظور حفظ محیط زیست و با تأکید بر گروه‌های اثرگذار و اولویت‌دار از ابتدای برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران، آیین‌نامه اجرایی مربوط را با پیشنهاد شورای عالی حفاظت محیط زیست به تصویب هیات وزیران برساند. کلیه دستگاه‌های ذیربط، رسانه‌های دولتی و صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران ملزم به اجرای برنامه‌های آموزشی بدون دریافت وجه موضوع این ماده می‌باشند.

ب - نظام اطلاعات زیست محیطی کشور را در سطوح منطقه‌ای، ملی و استانی تا پایان سال اول برنامه چهارم ایجاد نماید تا زمینه پایش، اطلاع‌رسانی و ارزیابی زیست محیطی فراهم گردد. دستگاه‌های ذیربط مکلفند در تدوین و اجرایی نمودن این نظام همکاری نمایند. (قانون برنامه پنج ساله چهارم توسعه جمهوری اسلامی ایران ۱۳۸۸-۱۳۸۴)

محیط زیست و رسانه در قانون برنامه پنجساله پنجم توسعه

قانون برنامه پنجساله پنجم توسعه جمهوری اسلامی ایران مصوب جلسه علنی مورخ ۱۳۸۹/۱۰/۱۵ مجلس شورای اسلامی که برخی از مواد آن از سوی مجلس محترم شورای اسلامی به مجمع محترم تشخیص مصلحت نظام ارسال گردیده بود، پس از اظهار نظر مجمع

یادشده طی نامه شماره ۴۱۹/۷۳۲۸۵ مورخ ۱۳۸۹/۱۰/۳۰ مجلس شورای اسلامی واصل گردید و با دستور رئیس‌جمهور اجرایی شد. قانون برنامه پنج ساله پنجم (۱۳۹۴ - ۱۳۹۰) از ۹ فصل کلی و ۱۹۹ ماده قانونی تشکیل شده است.

در ماده ۱۰ همین قانون برای وظایف کلی دولت و سازمان وابسته درخصوص رسانه در امر اطلاع‌رسانی و مقابله با تهاجم فرهنگی تبیین شده است. تنها ماده ۱۸۹ قانون برنامه پنج‌ساله پنجم توسعه جمهوری اسلامی ایران است که وظایفی را بطور مشخص برای سازمان حفاظت محیط زیست مکلف کرده است.

ماده ۱۰ - دولت موظف است به منظور ساماندهی فضای رسانه‌ای کشور، مقابله با تهاجم فرهنگ بیگانه و جرایم و ناهنجاری‌های رسانه‌ای، در چهارچوب سیاست و ضوابط مصوب شورای عالی انقلاب فرهنگی و فراهم آوردن زمینه بهره‌برداری حداکثری از ظرفیت رسانه‌ای اقدامات قانونی در موارد ذیل را انجام دهد:

الف - تهیه و تدوین « نظام جامع رسانه‌ها » تا پایان سال اول برنامه با رویکرد تسهیل فعالیت‌های بخش غیردولتی

ب - ارتقاء آگاهی، دانش و مهارت همگانی، تقویت رسانه‌های ماهواره‌ای و اینترنتی همسو و مقابله با رسانه‌های معارض خارجی

ج - پیشنهاد، وضع و اجرای سیاستها و مقررات مورد نیاز و ایجاد و تقویت سازوکارهای لازم برای ساماندهی، نظارت و پالایش محتوای دیداری، شنیداری و نوشتاری در فضای رسانه‌ای کشور اعم از رسانه‌های مکتوب، دیداری، شنیداری، رقومی (دیجیتال)، مجازی و شبکه‌های ارتباطی غیرمکالماتی، شبکه‌های داده و ماهواره‌ای و سامانه‌های مخابراتی به شورای عالی انقلاب فرهنگی

ماده ۱۸۹ - سازمان حفاظت محیط زیست مکلف است:

الف - در راستای ارتقای آگاهی‌های عمومی و دستیابی به توسعه پایدار به منظور حفظ محیط زیست و با تأکید بر گروه‌های اثرگذار و اولویت‌دار از ابتدای برنامه پنجم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران، آیین‌نامه اجرایی مربوط را با پیشنهاد شورای عالی حفاظت محیط‌زیست به تصویب هیات‌وزیران برساند. کلیه دستگاه‌های ذیربط، رسانه‌های دولتی و صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران ملزم به اجرای برنامه‌های آموزشی بدون دریافت وجه موضوع این ماده قانونی می‌باشند.

ب - نظام اطلاعات زیست محیطی کشور را در سطوح منطقه‌ای، ملی و استانی تا پایان سال اول برنامه پنجم ایجاد نماید تا زمینه پایش، اطلاع‌رسانی و ارزیابی زیست محیطی فراهم گردد. دستگاه‌های ذیربط مکلفند در تدوین و اجرایی نمودن این نظام همکاری نمایند.

در قانون برنامه پنجساله پنجم توسعه جمهوری اسلامی ایران دولت، صدا و سیما را مکلف کرده است که بدون دریافت هر گونه وجهی برنامه های آموزشی را برای مخاطبان تولید و پخش کند. در واقع ماده ۱۸۹ قانون برنامه پنجساله پنجم توسعه جمهوری اسلامی بر اهمیت رسانه در نگهداری از محیط زیست تاکید می کند.

نتیجه گیری

همانگونه که اشاره شد بحث مربوط به نگهداری از محیط زیست برای نخستین بار در رسانه های آمریکا مورد توجه قرار گرفت. در دهه ۶۰ با انعکاس اخبار تخریب محیط زیست در رسانه ها افکار عمومی هم به آن واکنش مثبت نشان داده و جنبش های محیط زیستی شکل گرفت. در بسیاری از کشورها که حساسیت های افکار عمومی در مورد محیط زیست بالاست اولویت مهم سیاستمداران در شعارهای تبلیغاتی محیط زیست است. در کشورهای اروپایی بویژه آلمان فعالیت محیط زیستی یک گام از فعالیت رسانه ای جلوتر رفت و احزاب سیاسی شکل گرفت. نمایندگان این احزاب با کمک و هدایت رسانه وارد پارلمان و نهاد های تصمیم گیری شدند. بهر حال 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. چرا که تکنولوژی های ارتباطی همواره به مثابه تریبونی عمل کرده اند که اهمیت خط مشی ها و سیاست های کلان زیست محیطی را در اذهان افکار عمومی قبولانده 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 بلند مدت و چه کوتاه مدت توجه می کنند چراکه محیط زیست ارزشمند است و به فعالیتهای مدرن جامعه امروز مربوط است به این خاطر قابل بحث و توجه است. در دموکراسی های مدرن قانون و رسانه به طور قابل توجهی مانند دو عنصر ساختاری مهم عمل می کنند. در طول سی 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. تحلیلگران محیط زیست برای خود قوانین پیوسته ای تعریف کرده اند و این افراد متخصص در حال تجزیه و تحلیل پیچیدگی ها و تغییرات شرایط جهان هستند. آنها در تلاش اند تا با بحث و تبادل نظر و به کمک رسانه و قانون به هدف بلند مدت خود در جهت پایداری محیط زیست دست یابند.

برای آنها اتفاقات زیست محیطی چیزی نیست که به سادگی از آن عبور کنند. چه ، مشکلاتی که محیط زیست ظاهرا به روند توسعه وارد می کند و چه آن بخشی که محیط زیست قربانی توسعه بی رویه صنعت می شود. این تحلیلهای زیست محیطی موجب افزایش توجه عموم مردم می شود و آنها را درگیر مسائل محیط زیست می کند. در هر صورت ممکن

حساسیت افکار عمومی بوسیله رسانه ها برانگیخته می شود. رابطه میان قانون، رسانه و محیط زیست یکی دیگر از عوامل مهم رسیدن به این هدف است. مانند متوجه کردن مردم به پدیده گرم شدن زمین و کاهش مواد غذایی ناشی از فعالیتهای صنعتی کنترل نشده. با توجه به قرار گرفتن در عصر اطلاعات و تاثیرات بسیار زیادی که رسانهها در جهت دهی افکار عمومی دارند کارشناسان محیط زیست در تلاشند که توجه رسانهها را به محیط زیست معطوف کنند. به نظر می رسد تجزیه و تحلیل های رسانه ای از محیط زیست نقش اساسی حکمرانی مطلوب زیست محیطی بر عهده دارد از همین رو عقلایی ترین کار این است که برای نگهداری از منابع ملی به رسانه ها بیشترین بها داده شود. بی تردید باتوجه به محدودیت های متعدد دولت ها در پاسداری از اجزاء مختلف محیط زیست (آب، خاک، هوا، جنگل، مرتع، حیات وحش گیاهی، حیات وحش جانوری، آبیان و...)، در سال های گذشته رسانه ها و NGOهای مختلف به کمک دولت ها شتافته اند تا بلکه بتوانند منابع خود را با چنگ و دندان نگه دارند و جلوی تخریب بیشتر آنها را بگیرند. مجموعه روشنگری ها و همین فشارهای رسانه ها و سازمان های مردم نهاد موجب آگاه شدن تصمیم گیران در حوزه محیط زیست شده است در ایران با نگاهی به حداقل چهار برنامه پنج ساله کشور بعد از سال ۱۳۵۷ و برخی قوانین دائمی این حقیقت روشن می شود که توجه به محیط زیست در برنامه های دولت سیر سعودی داشته است و در این راه قوانین تازه ای در حمایت از محیط زیست وضع شده است برخی از همین قوانین رسانه ملی را مکلف به تهیه برنامه های متنوع برای افکار عمومی برای نگهداری از محیط زیست کرده است و سازمان حفاظت محیط زیست باید رسانه ملی را به وظایفی که در برابر محیط زیست دارد آگاه کند.

به نظر می رسد در بعد دیگر باید خبرنگاران و تحلیل گران رسانه ها را با اطلاعات محیط زیستی آگاه کرد این کار با راه اندازی کلاس ها ، کارگاه ها و استفاده از اساتید دانشگاه ها برای روشنگری خبرنگار ها می تواند مفید واقع شود. بطور کلی خبرنگارها برای کار در هر حوزه مشخصی نیاز به انگیزه های لازم دارند. مهمترین انگیزه در این مورد صرف نظر از مسائل و معضلاتی که خبرنگاران در حرفه خود با آن روبرو هستند آگاهی به رسالت و نقشی است که خبرنگار یا تحلیل گر مسایل زیست محیطی در حوزه رسانه برای حفظ سلامت مردم و بالابردن کیفیت زندگی آنها دارد. به عبارت دیگر اگر این گروه به اهمیت و حساسیت کار خود در جامعه و ساختن فردایی بهتر آگاه و اطمینان داشته باشند بزرگترین انگیزه برای حرکت در سمت و سوی نگهداری از محیط زیست ایجاد می شود.

منابع

- بری، جان. محیط زیست و نظریه اجتماعی. مترجمان حسن پویان و نیره توکلی. تهران: انتشارات سازمان حفاظت محیط زیست، ۱۳۸۰.
- تقی زاده انصاری، مصطفی. حقوق محیط زیست در ایران. تهران: سمت، ۱۳۸۷.
- دفتر حقوقی و امور مجلس سازمان حفاظت محیط زیست. مجموعه قوانین و مقررات حفاظت محیط زیست و تعالی همه جانبه کشور، تهران: انتشارات خرسندی، ۱۳۸۷.
- روزنامه رسمی، شماره ۱۴۶۲۹، ۱۳۷۴/۳/۷.
- قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران
- قانون برنامه پنج ساله پنجم توسعه جمهوری اسلامی ایران، ۹۴-۹۰.
- قانون برنامه پنج ساله چهارم توسعه جمهوری اسلامی ایران، ۸۸-۸۴.
- کارسون، راشل. بهار خاموش. ترجمه عبدالحسین وهاب زاده و دیگران. مشهد: جهاد دانشگاهی مشهد، ۱۳۸۸.
- کاستلز، مانوئل. عصر اطلاعات. ترجمه حسن چاوشیان، تهران: طرح نو، ۱۳۸۵.
- [http:// www.independent.co.uk/environment/earths-ecologicil-debt](http://www.independent.co.uk/environment/earths-ecologicil-debt)، ۲۰۰۹.

Archive of SID