



طبیعت، موضوعی فراموش شده در رسانه های فارسی زبان خارج کشور

اول تخصیص بودجه برای طرح هایی ست که هماهنگ با برنامه های دولت است و راه دوم برنامه هایی ست که هماهنگ با فرهنگ عمومی ست. این دوره در بسیاری از موارد در دو جهت کاملاً برعکس حرکت می کنند. طرح های دولتی با بودجه های قابل توجه بر گسترش صنایع تاکید دارند و نمونه بارز آن احداث بزرگراه شمال است که مسیر انتقال مسافر و کالا به مرکز ایران را تسهیل می کند اما زبان آن به طبیعت شمال جبران نشدنی ست. در عوض برنامه های مردمی اغلب بدون بودجه و به طور داوطلبانه انجام می شوند و در نتیجه سرعت اجرای آن ها در مقابل برنامه های دولتی بسیار کمتر است. وقتی از خارج ایران با این تابلوها روبرو می شویم بلافاصله از خودمان می پرسیم با این دوگانگی چه باید کرد؟

جدا از مسائل سیاسی، که به طور جدی در هر تصمیم گیری فردی تغییر تأثیر خواهد گذاشت، بعضی از مشکل دوگانگی در فقدان درک عمومی از محیط زیست و طبیعت است. بسیاری از کسانی که سال هاست در خارج از ایران زندگی می کنند

رسند و انواعی از بیماری های مشترک میان انسان و حیوانات را در بین جوامع شهری ایران گسترش می دهد ولی در عوض نگهداری سگ های پرورشی قابل واکسینه شدن در ایران ممنوع است. این ها فقط تابلوهایی به در و دیوار آویخته شده ی نمایشگاه طبیعت در حال نابودی ایران هستند. تابلوهایی بسیار دیگری وجود دارند که از انبار بیرون نیامده اند که گورخر و یوز پلنگ ایرانی، تمساح پوزه کوتاه، سوسن داماش، لاله سرنگون، فک خزری، زاینده رود و کارون از جمله آن ها هستند.

به نظر می رسد طبیعت ایران بیش از این که طبیعت باشد حالا محل ورود به کار و باز نشسته شدن کسانی ست که در اداره ای نوبتی به نام سازمان محیط زیست ایران کار می کنند. گروه بسیاری از کارشناسان و متخصصان طبیعت ایران سال های درازی ست که روش حفاظت را آنچنان که روال سازمان های دولتی ست بر نمی تابند و خود دست به کار شده اند تا راهی برای نجات آن پیدا کنند.

راه نجات طبیعت در ایران ناگزیر می بایست از دوره عبور کند. راه

دلفین ها، در سال های اخیر به طور مرتب در نزدیکی سواحل خلیج فارس از بین می روند. علت اصلی این مرگ و میر ناشی از آلودگی نفتی این سواحل است. تعداد ماهیان خاویاری در دریای خزر به طور مرتب در حال کاهش است و نسل برخی گونه های آن در حال نابودی ست. علت اصلی این مرگ و میر ناشی از صید بی رویه آن هاست. دریاچه ارومیه در حال تبدیل شدن به شوره زار است و علت اصلی در کاهش آب ورودی به دریاچه و استفاده از آن برای ذخیره سازی آب در مخازن سدهای جدید است. کاج نوئل در جنگل های زاگرس در معرض نابودی قطعی ست. علت آن افزایش آفات گیاهی ست که همراه با چوب های آلوده وارداتی به جنگل ها راه یافته اند. تالاب انزلی قادر به بازیابی زیستی نیست. علت آن ورود پساب های صنعتی و خانگی و افزایش فسفات ها و نیترات ها در محیط و در نتیجه گسترش پدیده کشند سرخ در تالاب است.

انواعی از پرندگان و جوندگان نادر طبیعت ایران به شهرها قاچاق می شوند و به عنوان حیوانات خانگی به فروش می



و احیاناً در برنامه های عمومی حفاظت از طبیعت مشارکت دارند آنچه را از جنبه مدیریتی یا گروهی تجربه می کنند به ایرانیان داخل کشور منتقل نمی کنند. موضوع اصلی و البته قابل درک در این عدم انتقال تجربه مربوط است به مشارکت ناپذیری حکومت در ایران. در واقع برای هر علاقمندی که مایل به همکاری برای احیای طبیعت است که همین سؤال به قدر کافی بازدارنده خواهد بود و در نتیجه بسیاری از علاقمندان طبیعت خود را ناچار می بینند تا از اساس به موضوعی فکر نکنند که آن ها را ناگزیر به انتخاب میان حکومت و مردم کند. قابل درک است که زندگی در خارج از ایران و تحمل فشارهای روانی ناشی از همکاری با حکومت برای بسیاری از مردم قابل تحمل نباشد و در نتیجه نجات طبیعت ایران موضوعی حیاتی تلقی شود.

پس راه حل در کجاست؟

به نظر من، راه حل در رسانه هاست. حالا پس از سالیان دراز بسیاری از جمعیت های ایرانیان خارج از کشور صاحب رسانه های صوتی و تصویری هستند که صدا و تصویر آن ها را به داخل کشور می رسانند. بسیاری از طریق رسانه های اینترنتی با مخاطبان فارسی زبان ارتباط دارند. از میان این همه پیام های سیاسی و فرهنگی که در رسانه های فارسی زبان خارج از کشور منتشر

نبوغ جامعه ایرانی در دنیای جدید در نحوه استفاده آن ها از رسانه ها تجلی پیدا می کند. اگر رسانه های خارج از کشور با امکانات فنی و آموزشی بیشتری که در خارج کشور در اختیارشان است نتوانند منجر به حساسیت به تخریب طبیعت و آموزش حفظ محیط زیست در میان ایرانیان داخل کشور بشوند آن وقت باید در مورد کارآیی آن ها در موضوعاتی نظیر تغییرات سیاسی در داخل کشور به طور جدی شک کرد.

همایون خیری

روزنامه نگار علمی

می شود به ندرت چیزی درباره محیط زیست و طبیعت به مخاطب فارسی زبان در داخل و خارج گفته می شود. کسی از میان رسانه داران خارج از کشور به موضوع طبیعت، حتی در شغل تجاری آن، فکر نمی کند و در نتیجه زمینه ای برای تولید محتوا برای آن مهیا نمی کند. این درست همان مشکلی است که رسانه های فارسی زبان خارج از کشور به طور مزمین با آن روبرو هستند و تمایلی به فکر کردن درباره اش ندارد و در نتیجه تمام تجربیات اجتماعی مرتبط با طبیعت در میان ایرانیان خارج از کشور بدون این که راهی برای استفاده از آن در رسانه ها ایجاد شود محو می شوند.